

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

République Algérienne Démocratique et Populaire  
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique



102



## Mémoire de Master

Présenté à l'Université 08 Mai 1945 de Guelma

Faculté des Sciences et de la Technologie

Département de : Architecture

Spécialité : Architecture

Option : ARCHITECTURE PROJET URBAIN ET DURABILITE

Présenté par : AZZAG RAFIQ

**Thème : projet urbain et tourisme durable.**

**Intitulé:** le tourisme thermal comme facteur de développement durable.

Sous la direction de : Boudra Messaoud

Junin 2017

12.1.	<u>L'écotourisme :</u> .....	21
12.2.	<u>Le tourisme solidaire :</u> .....	21
12.3.	<u>Le tourisme responsable :</u> .....	21
12.4.	<u>Le tourisme participatif :</u> .....	22
13	<u>Les principes du développement durable:</u> .....	23
14	<u>Les objectifs du développement durable:</u> .....	24
15	<u>Présentation du thermalisme</u> .....	25
16	<u>Le tourisme thermal</u> .....	25
17	<u>GENERALITE SUR LE THERMALISME</u> .....	25
17.1.	<u>Différentes définitions thermes</u> .....	25
17.2.	<u>Thermes</u> .....	25
17.3.	<u>Les eaux thermales</u> .....	25
17.4.	<u>Cure thermale : locution nominale cures thermales</u> .....	25
18	<u>Conclusion :</u> .....	26

### Chapitre III : étude des exemples. (Expérience français)

1)	<u>Diagnostic territorial touristique.</u> .....	27
1.1.	<u>Périmètre d'étude du territoire</u> .....	27
1.2.	<u>Accessibilité « physique » : Offre de transports.</u> .....	27
1.3.	<u>Accessibilité « numérique » et communication</u> .....	27
2)	<u>L'analyse FFOM sur le plan territorial touristique</u> .....	29
3)	<u>Diagnostic touristique sur les dimensions de l'eau</u> .....	30
3.1.)	<u>Etude MACRO du thermalisme</u> .....	30
3.2.)	<u>Quelle vision du thermalisme pour les non-curistes ?</u> .....	31
3.3.)	<u>Analyse « Benchmarking » : Grand Dax versus Balaruc-les-Bains</u> .....	31
3.4)	<u>Poids économique du thermalisme</u> .....	32
3.5.)	<u>Analyse de la dimension eau santé</u> .....	32
3.6.)	<u>L'eau : élément structurant du paysage</u> .....	32
3.7.)	<u>Analyse de la dimension eau paysage</u> .....	34
3.8.)	<u>Analyse de la dimension eau loisirs</u> .....	34
3.9.)	<u>Analyse de la dimension eau nature</u> .....	34

# REMERCIEMENT

*Je rends grâce à Allah de m'avoir aidée à réaliser ce travail.*

*Nos remercie notre encadreur Mr : Boudra Messaoud*

*Pour son aide et son savoir et conseils bénéfique.*

*Je remercie également :*

*Les personnes qui m'ont fait honneur de faire partie de mon jury.*

*Pour avoir accepté d'évaluer mon travail à sa juste valeur.*

*L'ensemble des enseignant qui ont contribué à ma formation au*

*Cours de ces cinq années et on fait preuve de patience et de*

*Disponibilité lors de mon apprentissage.*

*Et toute la promotion ingénieur d'état en architecture 2017*



# *DEDICACE*

*Je dédie ce mémoire en signe de respect et reconnaissance mes très chers parents que j'aime le plus au monde pour l'éducation qu'ils mon prodigue, pour tous les sacrifices qu'ils ont consentis a mon*

*Égard je le dédie aussi*

*Mes frères et mes amis*

## Résumé :

Le tourisme est une activité économique dépendante de plusieurs secteurs, un phénomène moderne très complexe qui tend à devenir l'une des activités humaines les plus importantes dans le monde, son poids est de plus en plus important, permet la valorisation des potentialités puisqu'il impacte directement sur les autres secteurs de l'économie.

Aujourd'hui, l'Algérie est appelée à mettre en place une politique qui doit permettre la relance du tourisme pour se positionner comme une destination alternative et d'avenir.

Dans la conjoncture économique actuelle l'Algérie possède un modèle économique mono financier dépendant quasiment des hydrocarbures... la baisse du prix du pétrole, notre pays est tenu à avoir une alternative, un nouveau regard sur sa diversité économique, afin de booster ses revenus en vue de garantir son développement durable cela par une production plurielle orientée vers des secteurs productifs, comme le tourisme, en s'appuyant sur ses potentialités.

Les projets touristiques nécessitent comme tout projet, un ensemble de démarches urbain pour faire aboutir un projet signifie la prise en compte et la valorisation d'une identité locale qui réponde aux objectifs tracés préalablement, pour cela une bonne démarche, tels que la préservation du cadre de vie pour les populations locales, ainsi que des enjeux plus globaux. Pour cela, il doit prévoir la mutabilité des affectations et la modularité des usages.

Pour cela on a proposé la réalisation d'un équipement touristique au niveau d'un site féérique « Hammam Debagh » qui réponde aux critères de durabilité (économie, société, environnement) qui passe par les procédures de projet urbain.

## ملخص بالعربية:

السياحة هي نشاط اقتصادي يعتمد في العديد من القطاعات، وهي ظاهرة حديثة معقدة للغاية التي أصبحت واحدة من الأنشطة البشرية الأكثر أهمية في العالم، وزنه أكثر أهمية، بما يسمح لتطوير الإمكانيات و له تأثير مباشر على القطاعات الأخرى من الاقتصاد

ومن المتوقع الجزائر اليوم ستنفذ سياسة للسماح بانتعاش السياحة لوضع نفسها كوجهة بديلة في المستقبل.

في الوضع الاقتصادي الحالي في الجزائر لديها نموذج اقتصادي مالي واحد يعتمد تقريبا على النفط والغاز ... انخفاض أسعار النفط، المطلوب من بلدنا أن يكون لها بديل، نظرة جديدة في التنوع الاقتصادي، لتعزيز إيراداتها لضمان تنميتها المستدامة و جمع الإنتاج الموجه نحو القطاعات الإنتاجية، مثل السياحة، استنادا إلى إمكانياتها

تتطلب المشاريع السياحية أي مشروع على أنها مجموعة من الخطوات الحضرية لإنهاء مشروع يعني الاعتراف وتعزيز الهوية المحلية التي تلي الأهداف الموضوعية سابقا، لهذا نهج جيد، مثل جزء من المحافظة الحياة للسكان المحليين، وكذلك المزيد من القضايا العالمية. لهذا، يجب أن توفر التحولية من المهام ونمطية من الاستخدامات

لهذا اقترحنا بناء منشأة سياحية في موقع سحري (حمام الدباغ) التي تلي معايير الاستدامة (الاقتصاد والمجتمع والبيئة) و الذي يمر عبر إجراءات المشروع الحضري.

## **Summary:**

Tourism is an economic activity that is dependent on several sectors, a very complex modern phenomenon that tends to become one of the most important human activities in the world, its weight is increasingly important, allows the exploitation of potentialities since it Impact directly on other sectors of the economy.

Today, Algeria is called upon to put in place a policy which should allow tourism to revitalize itself to position itself as an alternative and future destination.

In the present economic situation, Algeria has a mono-financial economic model that depends almost on hydrocarbons ... the fall in the price of oil, our country is obliged to have an alternative, a new look at its economic diversity, in order to boost its revenues with a view to guarantee its sustainable development through a plural production oriented towards productive sectors, such as tourism, based on its potential.

In order to achieve a project, tourism projects require, like any project, a set of urban approaches to take into account and valorize a local identity that meets the objectives set out previously, for this a good approach, such as the preservation of the framework of life for local populations, as well as more global issues. To do this, it must foresee the mutability of assignments and the modularity of uses.

To this end, it has been proposed to produce a tourist equipment at the level of a fairy site "Hammam Debagh" which meet the criteria of sustainability (economy, society, and environment) which passes through the urban project procedures.

**Liste des abréviations :**

**Z.E.T** : touristique zone d'expansion touristique.

**Z.E.S.T** : zone d'expansion et site touristique.

**OMT** : organisation mondiale de tourisme.

**ONAT** : Office national Algérien de tourisme.

**SNAT** : National d'aménagement du territoire.

**SDAT** : Schéma directeur d'aménagement touristique.

**PQT** : Plan qualité tourisme.

**PAT** : Plan d'aménagement touristique.

**PQTA** : Le Plan Qualité Tourisme Algérie.

**ZNIEFF** : zone naturelle d'intérêt écologique, faunistique et floristique.

**INSEE** : Institut national de la statistique et des études économiques.

**Z.R.E** : zones de répartition des eaux.



## **Table d'illustration :**

Figure 01 : relation entre les différents pôles de décision .....	13
Figure 2 : Capture écran Carte ZNIEFF sur le Grand Dax, Source Inpn, le 04/12/2013.....	28
Figure 3 : Périmètre de site NATURA 2000 et les communes concernées du Grand Dax.....	33
Figure 4 : Schéma du fondement du concept "Mieux-être".....	36
CARTE 1 : gisement naturel .....	20
CARTE 2 : situation de Guelma.....	46
CARTE 3 : Les limites administratives de la wilaya.....	46
CARTE 4 : les territoires touristiques de la wilaya de Guelma (zonage).....	49
Carte 5 : Localisation du site d'intervention.....	52
Schéma 1: Les principes du développement durable Source : conception auteur 2017.....	23
Schéma 2 : Le tourisme durable selon (OMT) .....	24
Schéma 3 : cure thermal Mémoire de master Professionnelle Université de Pau et des Pays de l'Adour 2013-2014.....	26
Schéma 4 : le thermalisme pour les non-curistes .....	31
Schéma 4 : critère de choix de terrain.....	55
Tableau 1 : mise en perspective (Grand Dax versus Balaruc-les-Bains).....	32

## SOMMAIRE

01 <u>INTRODUCTION GENERALE</u> :	01
02 <u>PROBLEMATIQUE</u> :	02
2.1.) <u>Questions de recherche</u> :	03
2.2.) <u>HYPOTHESE</u> :	03
2.3.) <u>LES OBJECTIFS</u> :	03
3.) <u>Méthodologie</u> :	03

### Chapitre I : le projet urbain.

1. <u>Introduction</u> :	04
2. <u>Le projet urbain</u> :	04
2.1. <u>Définition</u> :	04
3. <u>Aperçu historique</u> :	04
4. <u>Domaine d'application</u> :	05
5. <u>Les modes d'intervention du projet urbain</u> :	05
5.1. <u>Rénovation urbaine</u> :	05
5.2. <u>Aménagement urbain</u> :	05
5.3. <u>Réaménagement urbain</u> :	05
5.4. <u>Réorganisation urbaine</u> :	06
5.5. <u>Restructuration urbaine</u> :	06
5.6. <u>Réhabilitation urbaine</u> :	06
5.7. <u>Le renouvellement urbain</u> :	06
6. <u>Objectifs du projet urbain</u> :	07
7. <u>Les principes de projet urbain</u> :	07
8. <u>Les valeurs du projet urbain</u> :	08
8.1. <u>La valeur architecturale et urbanistique</u> :	08
8.2. <u>Les valeurs sociaux-culturelles</u> :	08
8.3. <u>La valeur politique</u> :	08
8.4. <u>La valeur économique et financière</u> :	08
9. <u>Les échelles de projet urbain</u> :	09

9.1. <u>projet urbain politique ou projet de ville</u> .....	09
9.2. <u>le projet urbain operationnel</u> .....	10
9.3. <u>le projet urbain architectural</u> .....	11
10. <u>LES ACTEURS</u> : .....	12
11. <u>La concertation</u> : .....	12
12. <u>Conclusion</u> : .....	13

## Chapitre II: le tourisme et le tourisme durable

1 <u>Introduction</u> : .....	15
2 <u>Définition du tourisme</u> : .....	15
3 <u>Les formes du tourisme</u> : .....	16
3.1. <u>Tourisme urbain</u> . .....	16
3.2. <u>Tourisme balnéaire</u> : .....	16
3.3. <u>Tourisme thermal</u> : .....	16
3.4. <u>Tourisme climatique</u> : .....	16
3.5. <u>Tourisme saharien</u> : .....	16
4 <u>Les types du tourisme</u> : .....	16
4.1. <u>Tourisme d'agrément ou de loisirs</u> : .....	16
4.2. <u>Tourisme d'affaires</u> : .....	16
4.3. <u>Tourisme de santé</u> : .....	17
5 <u>Rôle du tourisme</u> : .....	17
6 <u>Les différents types d'équipements Touristiques</u> : .....	17
7 <u>Le tourisme dans le monde</u> : .....	18
8 <u>Le Tourisme En Algérie</u> : .....	18
9 <u>Les types de tourisme en Algérie</u> : .....	18
10 <u>Les Potentialités Touristiques En Algérie</u> : .....	19
10.1. <u>Potentialités Naturelles</u> : .....	19
10.2. <u>Potentialités Historiques</u> . .....	21
10.3. <u>Potentialités Humaines</u> : .....	21
11 <u>Définition du tourisme durable</u> : .....	21
12 <u>Les différents types de tourisme durable</u> : .....	21

<u>4) Problématiques du territoire.....</u>	34
<u>4.1.) Problématiques.....</u>	35
<u>5) Une mise en tourisme du territoire.....</u>	35
<u>6) REFLEXION STRATEGIQUE ET OBJECTIFS OPERATIONELS.....</u>	35
<u>6.1.) Les objectifs. ....</u>	35
<u>6.2.) Propositions d'orientations stratégiques.....</u>	36
<u>7) CONCLUSION.....</u>	37

(Expérience tunisienne)

<u>1) INTRODUCTION.....</u>	38
<u>2) Les objectifs visés.....</u>	38
<u>3) Les domaines d'intervention.....</u>	38
<u>4) PRINCIPAUX RESULTATS DU DIAGNOSTIC.....</u>	38
<u>4.1.) Contexte socio culturel.....</u>	38
<u>4.2.) La demande.....</u>	39
<u>4.3.) Estimation de la demande locale : .....</u>	40
<u>4) Principaux éléments du diagnostic. ....</u>	41
<u>4.1.) Points forts. ....</u>	41
<u>4.2.) Points faibles. ....</u>	41
<u>5) Les objectifs stratégiques.....</u>	41
<u>5.1.) Objectif 1 : .....</u>	42
<u>5.2.) Objectif 2 : .....</u>	42
<u>5.3.) Objectif 3. ....</u>	42
<u>5.4.) Objectif 4. ....</u>	42
<u>5.5.) Objectif 5. ....</u>	42
<u>5.6.) Objectif 6 : .....</u>	42
<u>6) Les politiques identifiées.....</u>	43
<u>7) LES SCENARIOS DE DEVELOPPEMENT DU THERMALISME. ....</u>	44
<u>8) Les effets sur l'emploi et les revenus. ....</u>	45
<u>9) Analyse coûts avantages des différents scénarios de Développement. ....</u>	45

## Étude de cas (ville de Guelma) :

<u>1) Présentation de la ville de Guelma :</u> .....	46
<u>1.1) Situation :</u> .....	46
<u>2) INTRODUCTION.</u> .....	47
<u>3) DIAGNOSTIC DE LA WILAYA DE GUELMA.</u> .....	47
<u>4) Analyse AFOM :</u> .....	49
<u>5) Les vocations touristiques principales de la wilaya de guelma :</u> .....	51
<u>6) Présentation de la ville (Hammam Debagh) :</u> .....	52
<u>7) Diagnostics Hammam Debagh :</u> .....	52
<u>8) Analyse AFOM :</u> .....	53
<u>9) Critère de choix de terrain :</u> .....	55
<u>10) Programation : (complexe thermale )</u> .....	56
<u>10.1) Le programme du bloc thermal :</u> .....	56
<u>10.2) L'Hôtel 3 étoiles:180 lits</u> .....	59
<u>10.3) Bungalows:</u> .....	61
<u>10.4.) Les équipements sportifs</u> .....	62
<u>11) La situation par rapport les wilayas et les commune voisins</u> .....	63
<u>12) Comment entrer à la ville de Debagh à partir d'autre ville voisin</u> .....	64
<u>13) Limites et environnement immédiat :</u> .....	65
<u>14) Plan de situation</u> .....	65
<u>15) Accessibilités:</u> .....	65
<u>16) Analyse du milieu physique</u> .....	66

<u>17) Conclusion:</u> .....	68
<u>18) Principe d'organisation de plan de masse :</u> .....	69
<u>19) Conclusion Générale :</u> .....	70

## **01 INTRODUCTION GENERALE :**

"Le tourisme constitue le nouveau moteur de développement durable, de soutien à la croissance et de vecteur clé de la tertiarisation de l'économie en raison du potentiel de création de richesses, d'emploi et de génération de revenus durables"<sup>1</sup>.

"Au fil des décennies, le tourisme a connu un essor continu et s'est diversifié de plus en plus, au point de devenir un des secteurs économiques de croissance la plus rapide du monde (Le développement de touristes internationaux en augmentation continue de 32 millions par année (entre 1995 et 2014)

Le tourisme moderne est étroitement lié au développement et il englobe un nombre grandissant de nouvelles destinations. Cette dynamique en fait un moteur essentiel du progrès socioéconomique"<sup>2</sup>.

"Le tourisme durable repose sur des critères de durabilité. Il doit être supportable à long terme sur le plan écologique, viable sur le plan économique et équitable sur le plan éthique et social pour les populations locales.

Par conséquent le tourisme durable doit :

exploiter de façon optimum les ressources de l'environnement qui constituent un élément clé de la mise en valeur touristique, en préservant les processus écologiques essentiels et en aidant à sauvegarder les ressources naturelles et la biodiversité"<sup>3</sup>.

Au moment où la crise économique qui secoue l'Algérie constitue une préoccupation majeure pour ses gouvernants et la recherche de solutions au grave problème de l'endettement inscrite comme priorité pour l'indépendance économique du pays, il se trouve qu'en parallèle, peut être faute d'avoir projeté la réflexion dans le long terme, des richesses naturelles immenses sont laissées en jachère, exposées aux aléas du temps et d'une gestion défaillante de collectivités locales non formées en matière de planification et de gestion durable des ressources naturelles et à leur tête celle du foncier, débouchant sur une forte vulnérabilité environnementale. En étant insoucieux ou ignorants à l'égard des problèmes environnementaux, ces collectivités ont hypothéqué la capacité des générations futures à vivre dans un environnement sain.

"Il est tout à fait évident que l'équilibre entre l'offre et la demande touristique ne peut se faire en dehors d'une vie sociale favorable à l'activité touristique et tout aménagement touristique doit être basé sur la vie sociale locale et s'en inspirer pour aboutir à une adhésion de la population locale et

---

<sup>1</sup> Schéma Directeur d'aménagement touristique 2025. Mercredi, 25 Mars 2009 13:36.

L'Organisation mondiale du tourisme (OMT).<sup>2</sup>

<http://www.developpement-durable.gouv.fr/Le-tourisme-durable-definitions.html>.<sup>3</sup>

sa satisfaction, d'où l'importance de la concertation avant, pendant et après le lancement de toute étude d'aménagement. C'est d'ailleurs une des principales exigences du tourisme durable"<sup>4</sup>.

Il s'agit désormais de développer la montée en puissance du tourisme national et de l'insérer dans les circuits commerciaux du tourisme mondial grâce à l'émergence de la destination Algérie comme destination touristique de référence au plan international.

## **02 PROBLEMATIQUE :**

La crise que vit le secteur du tourisme en Algérie et les différentes lacunes qui gangrènent cette activité n'a pas empêché pourtant de drainer environ 2.7 millions de touristes, un chiffre en nette progression par rapport à 2012, quand 2.3 millions de personnes étrangères se sont déplacées en Algérie. Mais ce chiffre reste insignifiant lorsqu'on voit que notre voisin marocain surplombe ce classement continental, avec 10 millions de touristes venus le visiter l'année dernière.

L'Algérie peut donner au secteur du tourisme une dimension à la mesure de ses potentialités et de ses atouts. Parmi ces potentialités "les ressources thermal". Les pays voisins utilisent cette source de très belle manière attractive qui donne des résultats positifs en matière d'attractivité et taux de fréquentations spécialisé. Cette expérience nous a poussé à donner le tourisme algérienne une nouvelle image touristique moderne.

Le tourisme et la combinaison d'un hébergement de qualité, de soins médicaux spécialisés ou paramédicaux de premier ordre, couplés avec des activités sportives et de loisirs.

On recense plus de 200 sources thermales, répartis à travers le territoire .Dont une trentaine sont répertoriées. Seule une dizaine connaît un taux de fréquentations élevé.

La région de guelma dispose d'un riche potentiel en sites et monuments archéologique. Ce patrimoine et renforcer par des sites naturels et de ressources thermale renommée nationale.

Mal connus, ce site s'ils viennent à être valorisés, constituent le support adéquat par le développement d'une industrie touristique aux retombées sur le développement de la région.

Une quinzaine de sources thermale aux propriétés thérapeutiques reconnues sont recensés à ce jour dans la région .Les uns sont exploitées et dispose d'infrastructure d'accueil intéressant, mais beaucoup d'autres attendant des investisseurs potentiels par leur mise en valeur.

Hamam Meskhoutine est l'un de ces plus réputées sources, son site qui se trouve sein de collines et montagne boisées, à proximité de cascades. Elle a une merveille vue. La grande cascade occupe une surface presque verticale de trente mètre .Elle constitue la première et la plus ancienne source

---

Article 10 de la charte dite de RIO adoptée lors du sommet de la terre à Rio Di Janeiro en 1992<sup>4</sup>



d'attraction de la commune. Mais elle souffre une négligence par le propriétaire et même par les autorités, ce qui nous a poussés à poser certaines questions concernant cette source:

### **2.1.) Questions de recherche :**

- Comment valoriser le tourisme thermal à hammam Debagh et le faire comme un moteur qui relance l'économie durable ?
- Quelle sont les mécanismes à adopter pour parvenir à un tourisme durable ?

### **2.2.) HYPOTHESE :**

-Hammam Debagh dispose un potentiel touristique qui lui permet d'assurer un développement durable.

Cela serait possible par une évaluation des opportunités qui lui sont offert en matière de paysage, de source thermale et de circuit touristique à valoriser.

### **2.3.) LES OBJECTIFS :**

- Revaloriser les potentialités naturelles du site.
- Offrir une zone touristique de qualité et de durabilités.
- Faire un traitement de transport facile et durable.

### **3.) Méthodologie :**

La méthodologie d'étude commencé par le collecte des données et analyse documentaire, d'une recherche bibliographique de déférentes sources (livres, mémoire, les sites web, des cours, documents écrite ou graphique, ...), cette étude : à travers la lecture documentaire visant à avoir une idée claire sur les différents concepts de base à notre thème de recherche. Une étude analytique : on a travaillé sur des exemples en vue d'identifier ce qui se fait dans la réalité, et l'analyse des données pour mieux compris tous ce que fait dans la première partie de projet : c'est la conclusion de notre étude on applique sur notre projet de construction.

## Chapitre I : le projet urbain.

### 1. Introduction :

Les questions urbaines se complexifient de plus en plus, car elles insèrent aujourd'hui tous les acteurs, convoquent toutes les ressources et deviennent davantage regardante sur l'avenir.

Le projet urbain, aussi tardive comme notion ou comme réflexion est venue pour mettre à distance égale les technocrates, les politiques et les techniciens... L'objet « ville » est une vision d'avenir, l'ensemble des acteurs sont appelés à participer à sa construction, parce qu'ils vont la vivre et surtout ils vont la léguer en héritage aux générations... Et cette responsabilité est partagée. Chaque « projet urbain » est inscrit dans la vision de ces concepteurs : mentalité, localisme, culturalité, identité, attentes et collectivité conduisent à voir que toute<sup>5</sup>

### 2. Le projet urbain:

#### 2.1. Définition:

« ...un projet urbain ne se fait pas en un jour, mais il accompagne le processus de transformation urbaine dans la durée ; il ne peut pas répondre à la logique de l'urgence souvent invoquée par les maires. Il doit réunir des compétences multiples, car il s'applique à la ville qui est une réalité complexe, pas unique où formes matérielles et formes sociales sont liées dans des relations qui se sont établies dans le temps et dont il devra rendre compte. Il se réfère à une multiplicité de techniques dont la maîtrise ne peut être confiée aux seuls architectes ou ingénieurs, mais demande, selon le cas, d'autres compétences spécifiques et nécessaires pour sa faisabilité (y compris financière). Puisque il a une visée large, il doit permettre le débat et l'échange avec la population dont l'avis est déterminant. »<sup>6</sup>

«Un cadre de pensée pour régénérer la ville au profit de ces habitants aussi un guide de l'action pour adapter la ville a la demande économique et sociale »<sup>7</sup>

### 3. Aperçu historique:

- Le projet urbain une notion qui a été remplacer la notion de plan qui désigne une vision de future, utiliser par les acteurs et les décideurs de l'aménagement et de l'urbanisme à partir des années 1970.

<sup>5</sup> COURS : A. BOUCHAREB. Projet Urbain. Master 1 Académique (2011/12)

<sup>6</sup> COURS : A. BOUCHAREB. Projet Urbain. Master 1 Académique (2011/12)

<sup>7</sup> INGALLINA P. Le projet urbain. Ed. PUF; Coll. QSJ? Paris. 2001. P. 10

- La notion de projet urbain utilisait comme synonyme de la composition urbaine à la première fois d'apparition.

L'utilisation de cette notion a commencé avec l'expérience de Bologne en Italie par l'ouverture sur la participation des citoyens aux opérations d'aménagement et de planification

#### **4. Domaine d'application:**

Le projet urbain se traduit dans les actions d'amélioration des espaces publics, renforcement des infrastructures, implantation des autres quartiers de bonne qualité comparée à ce qui existe.

Il faut respecter la valeur historique des espaces par ce qu'elle représente l'esprit de lieu qui va donner à lui une vie et une évolution à travers cette histoire

- Donc il faut réinterpréter et réutiliser la mémoire des lieux

#### **5. Les modes d'intervention du projet urbain:**

Le projet urbain propose plusieurs modes d'interventions ou solutions aux problèmes de la ville en générale et des centres villes en particulier.

##### **5.1. Rénovation urbaine :**

C'est une opération physique qui ne doit pas changer le caractère principal du quartier. Elle est relative à une intervention profonde sur le tissu urbain.

Elle peut comporter la destruction d'immeubles vétustes.<sup>8</sup>

##### **5.2. Aménagement urbain:**

Action de transformer, de modifier pour rendre plus pratique et plus agréable.

L'ensemble des dispositions et des actions arrêtés pour transformer un espace urbain dans ses composantes spatiales c'est-à-dire pour donner une organisation différentes aux fonctions urbaines existantes, ou en introduisant des fonctions nouvelles.<sup>9</sup>

##### **5.3. Réaménagement urbain:**

Créer les conditions d'une vie nouvelle pour les quartiers menacés d'un abandon total, il implique un certain degré de changement de la configuration physique.

---

<sup>8</sup> THESE DE DOCTORAT Mr Djamel DEKOUIMI UNIVERSITE MENTOURI 2007

<sup>9</sup> THESE DE DOCTORAT Mr Djamel DEKOUIMI UNIVERSITE MENTOURI 2007

Il n'implique pas obligatoirement une modification systématique de la trame et des volumes des bâtiments.<sup>10</sup>

#### **5.4. Réorganisation urbaine:**

C'est l'action dont le contenu est lié aux soucis de l'amélioration des conditions d'organisation et de fonctionnement de l'espace urbain.<sup>11</sup>

#### **5.5. Restructuration urbaine :**

Il s'agit d'une opération plus large que la précédente dans la mesure où elle est relative à une intervention sur les voiries et réseaux divers et l'implantation de nouveaux équipements.

Elle peut comporter une destruction partielle d'îlots ainsi que la modification des caractéristiques du quartier, notamment par des transferts d'activités et des réaffectations des bâtiments<sup>12</sup>

#### **5.6. Réhabilitation urbaine:**

Elle consiste à modifier un immeuble ou un groupe d'immeubles ou d'équipement en vue de leur donner les commodités essentielles et nécessaires aux besoins de base des locataires ou utilisateurs, alimentation en eau potable, électricité, remise à neuf des sanitaires.<sup>13</sup>

#### **5.7. Le renouvellement urbain:**

L'objectif est de transformer les quartiers en difficulté, dans le cadre d'un projet urbain.

Le renouvellement urbain permet de :

- reconquérir des terrains laissés en friche
- restructurer des quartiers d'habitat social
- rétablir l'équilibre de la ville.<sup>14</sup>

La rénovation urbaine, concept qui a succédé au renouvellement urbain, concentre son action sur les Zones Urbaines Sensibles (ZUS).

---

<sup>10</sup> P. Jouret, La bataille des Marolles – 1981. Université Catholique de Louvain, Allemagne. p. 203.

<sup>11</sup> THESE DE DOCTORAT Mr Djamel DEKOUIMI UNIVERSITE MENTOURI 2007.

<sup>12</sup> THESE DE DOCTORAT Mr Djamel DEKOUIMI UNIVERSITE MENTOURI 2007.

<sup>13</sup> P. Jouret, La bataille des Marolles – 1981. Université Catholique de Louvain, Allemagne. p. 211.

<sup>14</sup> THESE DE DOCTORAT Mr Djamel DEKOUIMI UNIVERSITE MENTOURI 2007.

## **6. Objectifs du projet urbain:**

Aujourd'hui l'échec de la ville moderne s'avère patent. Les débats sur la ville se lancent dans une nouvelle optique qui consiste à reconsidérer la ville dans sa structure globale, afin de réconcilier les périphéries et le centre historique.

L'objectif de projet urbain est de réconcilier l'architecture et la ville, en instaurant l'indissociabilité tant négligé par la vision contemporaine.

La ville doit être perçue comme étant une structure allant du local au global, dont les espaces publics-collectifs sont les composantes fondamentales.

L'architecture contemporaine doit être en mesure de cohabiter avec l'architecture de la tradition, et gérer les productions urbaines actuelles et futures pour produire la ville et assurer sa continuité historique.

## **7. Les principes de projet urbain:**<sup>15</sup>

- Le projet urbain est pensé avec la ville existante et non contre elle ou en dehors d'elle, comme reproduction de la ville sur elle-même non comme croissance ou étalement de la ville (construire la ville sur la ville, en prenant compte de l'espace public).
- Il se réfère à une multiplicité de techniques dont la maîtrise ne peut être confiée aux seuls architectes ou ingénieurs, mais demande d'autres compétences spécifiques (y compris financière).
- Le projet urbain est pensé en rapport avec la totalité des acteurs de la ville (dont les habitants).
- Le projet urbain est pensé dans un équilibre du court terme et du long terme et non dans l'urgence ou l'utopie (saisir les opportunités du moment sans compromettre les ressources du présent pour les besoins de l'avenir « le développement durable »)
- Le projet urbain dans sa conception il demande un savoir spécifique sur la ville:
- Son processus de transformation.
- Les lois qui règlent ses formes.
- Les analyses à mener et les outils conceptuels à mettre au point afin d'établir une médiation entre les différentes échelles (de la parcelle à la ville).

---

<sup>15</sup> COURS : A. BOUCHAREB. Projet Urbain. Master 1 Académique (2011/12).

- Le projet urbain est pensé dans toutes ses dimensions, intégrées et non sectorialisées appréhendées à travers leurs interactions (le politique, l'économique, le sociale, le culturel et le technique).
- Le projet urbain doit réunir des compétences multiples, car il s'applique à la ville qui est une réalité complexe.
- Le projet urbain ne se fait pas en un jour mais accompagne le processus de transformation dans une longue durée.

## **8. Les valeurs du projet urbain:<sup>16</sup>**

Le projet urbain a une portée globale il s'inscrit dans une finalité large : économique, sociale culturelle et dans un concours de compétences. Il s'identifie avec un ensemble d'actions inscrites dans la durée et légitimée par le pouvoir politique.

### **8.1. La valeur architecturale et urbanistique:**

Le projet urbain serait un outil d'organisation de la forme urbaine par l'imposition de règles d'ordonnement spatiales bien définies. Le projet urbain tournerait autour d'une problématique: l'articulation de formes et de normes. C'est une approche qui dépasse les opérations classiques: entre l'urbanisme entendu comme gestion urbaine et l'architecture considérée comme une production artistique.

### **8.2. Les valeurs sociaux-culturelles:**

Tout projet urbain doit au préalable avoir des assises aux bases exprimées par l'identité du lieu et ces potentialités historico-culturelles et sociale, avant toute intervention urbaine, afin de garantir la fameuse notion de continuité.

### **8.3. La valeur politique:**

Elle s'accompagne des mutations du cadre juridiques et institutionnel.

Les méthodes d'élaboration d'un projet urbain s'adaptent aux conditions économiques et sociales d'un pays donc le projet se décline à travers une série d'actions concrètes obéissant à une stratégie globale.

### **8.4. La valeur économique et financière:**

<sup>16</sup> MEMOIRE de Magistère Projet Urbain Mr : BELBACHA Mohamed Lamine Université de Constantine 2011.

Elle est liée à l'idée de ville comme produit à commercialiser et s'inscrit dans la démarche concurrentielle de villes rivales qui Cherchent à s'affirmer.

Le projet urbain est désormais devenu un facteur pour attirer les activités et les investissements et un préalable à l'expansion économique.

Selon Philippe Genestier: « le projet urbain est une démarche Opérationnelle ayant pour objet la ville qui répond à une logique de marché »

## **9. Les échelles de projet urbain:<sup>17</sup>**

### **9.1. PROJET URBAIN POLITIQUE OU PROJET DE VILLE.**

Le projet de ville ne peut pas être considéré comme la somme d'actions ni les mesures produites par répondre aux griefs et aux plaintes quotidiennes des citoyens d'une ville.

(Généralement les demandes concernent l'emploi, la sécurité, les transports, le confort urbain).

Le projet de ville est donc une « vision » stratégique portée par des élus, donc un projet politique (au-delà des temporalités politiques et des échéances électorales), dans lequel les habitants, les institutions publiques et les partenaires économiques se reconnaissent, parce qu'ils participent à son élaboration.

En somme,

1 .la présence d'une autorité politique élue, dont les prérogatives de validation lui assurent d'ouvrir le champ (faire sauter les verrous), d'indiquer les voies à emprunter pour réaliser les opérations de développement.

2 Ce pilotage politique doit s'accompagner d'une adhésion des habitants et des forces vives sans exclusion de minorités, sans distinction et ce pour construire ce «vivre ensemble ».

3 Enfin, les objectifs socio-économiques doivent être des priorités, particulièrement la création de l'emploi. Le projet de ville se donne les moyens pour propulser la dynamique socio-économique et hisser le rang de l'agglomération afin de lui permettre d'avoir les arguments pour concurrencer d'autres entités urbaines de même niveau.

En conclusion, le projet de ville, est un projet urbain portée par une autorité politique (élue), associant les habitant et les ressources locales (privées et publiques) pour réaliser les enjeux suivants :

---

<sup>17</sup> COURS : A. BOUCHAREB. Projet Urbain. Master 1 Académique (2011/12).

1 Socio-économiques ;

2 Paysage cohérent, cadre de vie,

3 Institutionnel.

## 9.2. LE PROJET URBAIN OPERATIONNEL

Dans leur Dictionnaire, P.Merlin et F.Choay définissent le projet urbain opérationnel comme constitué d' « opérations urbaines d'une certaine ampleur, durant au moins une dizaine d'années, généralement multifonctionnelles, associant des acteurs privés et publics nombreux et nécessitant une conception et une gestion d'ensemble ».

Il est également considéré comme une méthode appuyant l'action dans la fabrication de la ville.

Elle définit les timings d'interventions en déterminant l'ordre, les contenus, les programmes et accompagne les actions dans la mise en projet des visibilités formelles. Cette méthode doit être caractérisée par sa réflexivité et sa réactivité.

Pour P.Ingallina (2001), c'est l'étape de passage des projets urbains complexes se traduisant dans des programmes déterminés, de l'énoncé théorique, regroupant les ambitions, les axes et les objectifs généraux, vers les modes de réalisation.

La complexité se situe dans les stades de:

- \* Conception associant les compétences techniques, créatives, politiques et le public large selon une démarche itérative.
- \* Définition des missions et des tâches à accomplir. Cette phase pré-opérationnelle doit veiller à assurer une organisation et à coordination en vue de rendre disponible les moyens et des ressources (financières, techniques, partenariat...). Durant cette même phase, il est possible de réajuster du projet en fonction des compromis issus des négociations dans le cadre du partenariat.
- \* Exécution du projet en veillant à gérer les divergences et les dysfonctionnements.

Au-delà de la méthode, le projet urbain complexe comprend dans ses enjeux les dimensions sociales, économiques et spatiales. Cependant, les temporalités peuvent être différentes entre les trois dimensions. Comme les priorités de départ peuvent changer (exemple, l'enjeu économique ou spatial peuvent être apprêtés à une attraction d'investisseurs...)

En d'autres termes, le projet urbain opérationnel, se définit donc par :



- Le partenariat public/privé;
- De projets et de programmes variés;
- Des objectifs structurants;
- Ses effets inducteurs;
- Une dynamique urbaine (catalyseur).

### 9.3. LE PROJET URBAIN ARCHITECTURAL

En premier, cet intitulé signifie en quelque sorte que le projet d'un édifice, dont l'architecture figure dans l'enjeu tracé, est au centre d'un projet urbain. Mais une telle production peut-elles'insérer dans une stratégie visant un développement socio-économique et culturel d'une ville ?

Aussi achevée une production aussi limitée ne peut qu'être que partielle dans le processus ou dans un dispositif ambitionnant des enjeux profonds.

C'est dans ce contexte que le rôle des architectes est appelé à accompagner les nouvelles visions urbaines dans le cadre du projet urbain.

Il y a une opposition flagrante entre les positions des architectes. Rappelons que dans ce sens, et dans le volet ressources humaines, le projet urbain s'appuie sur les compétences, ce qui est complètement différent des attitudes « professionnelles »...

Il semble que certains architectes (grandes signatures) ne montrent aucune aptitude pour sacrifier leur statut de star....En effet, L'attachement d'un nom à un édifice continue à être l'objet d'une médiatisation frénétique.

La ville a été souvent attachée au nom du prince, et ce fut aussi le cas pour les édifices, au détriment de l'architecte. Aujourd'hui, les édifices majeurs mettent en exergue les signatures de leurs concepteurs comme faire-valoir et justifiant tous les moyens et les mesures mis à disposition.

La ville demeure sans « concepteur » reconnu. Elle est souvent attribuée aux autorités ou à ses habitants. Et c'est dans ce sens que le projet urbain s'oriente : la ville est une oeuvre collective.

Les attitudes des architectes s'adaptent aux nouvelles situations. Ch. Devillers, un des pionniers de l'insertion du projet urbain en France pense que : « *la ville n'est pas produite par qui que ce soit, la ville est un processus de production collective avec une multitude d'acteurs qui ne peuvent pas être maîtrisés à travers une seule pensée* »<sup>18</sup>. B.Huet définit le projet urbain comme un instrument de médiation entre la ville et l'architecture: « *l'architecture est incapable de se substituer à la ville pour produire un nouveau contexte là où il n'existe pas. C'est la première fonction du projet urbain que de définir un contexte en amont de l'architecture.* »<sup>19</sup>

<sup>18</sup> Devillers, Ch. Le projet urbain, Conférence d'architectes, Paris, Pavillon de l'arsenal, 1994, page 30.

<sup>19</sup> Huet B. l'architecture contre la ville in AMC. Décembre 1986

## **10.LES ACTEURS :**<sup>20</sup>

Les acteurs donc d'un projet urbain portent des motivations différentes, poursuivent des divers intérêts (parfois contradictoires) et ne sont pas tous en mesure d'en saisir la portée ni d'imaginer l'impact. Toutefois, on peut affirmer que chaque acteur porte en lui une « image figée » finale du produit. D'où la nécessité d'une phase d'apprentissage s'attendant à expliciter les attentes.

La mise en route du projet permettra d'identifier les acteurs réels des acteurs potentiels. En effet, les acteurs réels vont peser sur le projet en « orientant » la démarche par leur positionnement direct et du « bénéfice » à tirer. Et c'est dans cette catégorie que sera désigné le « comité de pilotage » (ou chef de projet), qui est également maître d'ouvrage.

### **Qui sont les acteurs d'un projet urbain générique ?**

Si nous schématisons rapidement, le montage d'un projet s'appuie sur :

1. une commande politique (autorité)
2. des ressources financières, (opérateurs publics et privés) ;
3. des compétences techniques et scientifiques (scientifiques, médiateurs, management, métiers...).
4. Les usagers (gestionnaires)
5. Utilisateurs (consommateurs)

Avec le libéralisme adopté depuis les années 80, la division du travail a fait émerger dans le cadre de production de la ville un grand nombre d'intervenants. Même si le partenariat public/privé a été une conséquence de la décentralisation, il est devenu une des caractéristiques majeures dans l'élaboration et la conduite du projet urbain. Il est donc important que le projet (en tant que produit) trouve preneur. Dans ce sens les consulting, le marketing et le management se trouvent hissés en tant que « disciplines » et pratiques très recommandées.

Cependant, la concertation publique, la sensibilisation, la recherche des adhésions deviennent un facteur essentiel de la réussite du projet.

## **11.La concertation :**<sup>21</sup>

La recherche d'une cohésion émane avant tout d'une volonté politique. Cet objectif se décline dans les initiatives de rapprochements des citoyens dans la réflexion, la conception et la décision dans l'élaboration des projets.

---

<sup>20</sup> COURS : A. BOUCHAREB. Projet Urbain. Master 1 Académique (2011/12).

<sup>21</sup> COURS : A. BOUCHAREB. Projet Urbain. Master 1 Académique (2011/12).

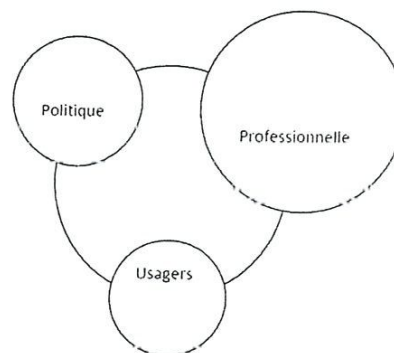
Les opérateurs, les professionnels et habitants en tant que « maîtres d'usage » constituent de fait des acteurs indispensables dans l'agir urbain (la production de la ville). Cette rencontre permet d'établir les relations inter acteurs, et conduisant vers un partenariat susceptible d'assurer la réussite du projet.

Dans ce partenariat les relations entre :

- Maîtrise d'œuvre.
- Maîtrise d'ouvrage
- Maîtrise d'usage

Conduisent à des relations bilatérales entre les différents acteurs. C'est dans ce sens que s'établissent les rôles et les missions de chacun :

1. Qui pilote ?
2. Qui arbitre ?
3. Qui fait les démarches ?
4. Qui valide les idées ?
5. qui décidera ?
6. Qui met en scène les projets ?
7. Qui assure ?
8. Qui est garant de la politique du projet?
9. Quels sont les différents enjeux ?



RELATION ENTRE LES DIFFERENTS POLES DE DECISION

Figure 01 : relation entre les différents pôles de décision

## **12. Conclusion :**

L'originalité. De la notion du Projet Urbain ne se limite pas. Son ouverture sur de multiples acteurs et disciplines, mais également à la pertinence des nouvelles techniques qu'elle adopte, notamment, la communication, l'évaluation et le management du Projet.

L'objectif tant de sensibiliser les citoyens et les partenaires aux objectifs du projet d'une part, et d'autre part, de laisser une large place au débat. Partir d'une prise en considération des idées initiales et d'une intense mobilisation des partenaires pour produire le projet. Les idées doivent être, le long du processus, discutées et amendées car l'évaluation doit faire partie de l'éthique de la démarche.

Enfin, le Projet Urbain est un ensemble de dispositifs des designs institutionnels qui sont le produit des interactions entre un projet et une société locale pour concilier des intérêts antagonistes ou dégager ceux consensuels.

Une des phases les plus importantes pour la réussite du projet urbain est le diagnostic et l'établissement d'un état des lieux complet, pour se faire le choix d'une méthode d'analyse appropriée est primordiale, une méthodologie adaptée au secteur du tourisme, qui en plus d'identifier le niveau actuel de développement, nous permettra d'identifier les obstacles et les contraintes au développement touristique, tout en tenant compte des critères de durabilité pour produire un tourisme supportable à long terme sur le plan écologique, viable sur le plan économique et équitable sur le plan éthique et social pour les populations locales.

## Chapitre II: le tourisme et le tourisme durable

### 1 Introduction :

Le tourisme est un secteur florissant. Il est l'une des plus grandes industries au monde et, dans bien des régions, la seule grande source d'investissement et d'emploi. Nul ne peut ignorer de nos jours, le rôle capital que le tourisme peut jouer en tant que secteur moteur de développement économique et social des pays...

Le touriste s'intéresse généralement à la culture ou aux paysages qu'il visite, pour voir des édifices remarquables, des œuvres d'art, goûter d'autres cuisines, et il cherche la qualité dans les constructions qu'il va habiter dans donc c'est le rôle de l'architecture pour garantir une bonne hôte au touriste avec des hébergements et équipements touristiques convenables au désir des touristes.

### 2 Définition du tourisme

Selon le dictionnaire (Larousse) :<sup>22</sup>

Action de voyager pour son agrément, ensemble des questions d'ordre technique financier ou culturel, que soulève, dans chaque pays ou chaque région.

Selon encarta 200723 :

Tourisme, ensemble des activités liées au déplacement des personnes sur une certaine distance dans le cadre d'une activité de loisir.

Selon l'encyclopédie universelle<sup>24</sup> :

Le tourisme est l'expression d'une mobilité humaine et sociale fondée sur un excédent budgétaire susceptible d'être consacré au temps libre passé à l'extérieur de la résidence principale.

- **Selon les professeurs « Huntziger et Krapf »**

« Le tourisme est l'ensemble des relations et des phénomènes résultant du séjour des personnes étrangères à la localité, pour autant que ce séjour ne soit pas motivé par l'établissement à fin d'exercer durablement ou temporairement une activité lucrative principale ». <sup>25</sup>

- **Selon l'organisation mondiale du tourisme (OMT) :<sup>26</sup>**

---

Le dictionnaire « petit la rousse », 1986, p21<sup>22</sup>  
Encyclopédie Microsoft, Encarta, Collection 2003, industrie du tourisme.<sup>23</sup>

Encyclopédie universelle 9eme Edition<sup>24</sup>

<sup>25</sup>Définition des professeurs, « HUNZIKER ETKRAPE » tiré de la revue économie touristique

Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) : Annuaire des Statistiques, Espagne, 2010<sup>26</sup>

« Les activités de personnes qui se déplacent dans un lieu situé en dehors de leur lieu d'environnement habituel pour une durée inférieure à une limite donnée et dont le motif principal est autre que celui d'exercer une activité rémunérée dans le lieu visité »

### **3 Les formes du tourisme :**

Les principales activités sont reconnues comme activité touristique à part entière sont :

#### **3.1. Tourisme urbain :**

Un déplacement relatif aux villes reconnu mondialement par leur histoire, culture et aspect architectural.

#### **3.2. Tourisme balnéaire :**

Relatif à la mer, et plans d'eaux pour se détendre, plaisir, pêche, sport nautique et navigation.

#### **3.3. Tourisme thermal :**

Concerne les sources minérales, chaudes et relative à la santé.

#### **3.4. Tourisme climatique :**

Concerne les sites ou endroits de climat et paysages particuliers pour le motif, profité, visité, l'alpinisme et sport de neige.

#### **3.5. Tourisme saharien :**

Visiter des sites et des villes sahariennes.<sup>27</sup>

### **4 Les types du tourisme :**

On regroupe les motivations en trois axes principaux :

#### **4.1. Tourisme d'agrément ou de loisirs :**

Il apparaît actuellement comme le tourisme de masse dont on distingue le balnéaire qui sera l'objet de notre étude

#### **4.2. Tourisme d'affaires :**

Dans cette rubrique on peut regrouper des types ayant trait aux déplacements d'intérêt professionnel, tourisme technique, scientifique, tourisme de congrès, de séminaires, de missions, de foires et salons ...

#### 4.3. Tourisme de santé :

Tourisme de création (repos), climatisme, thermalisme, tourisme balnéaire, (thalassothérapie), certaines formes de tourisme religieux ...<sup>28</sup>

#### 5 Rôle du tourisme :

##### Sur le plan social :

→ Possibilité d'échapper à un environnement perturbant ou pollué, le tourisme peut être considéré comme la période où l'on se détend et se délasse en toute sécurité.

##### Sur le plan culturel :

→ Favorise les échanges d'où le processus de décentralisation.

##### Sur le plan économique :

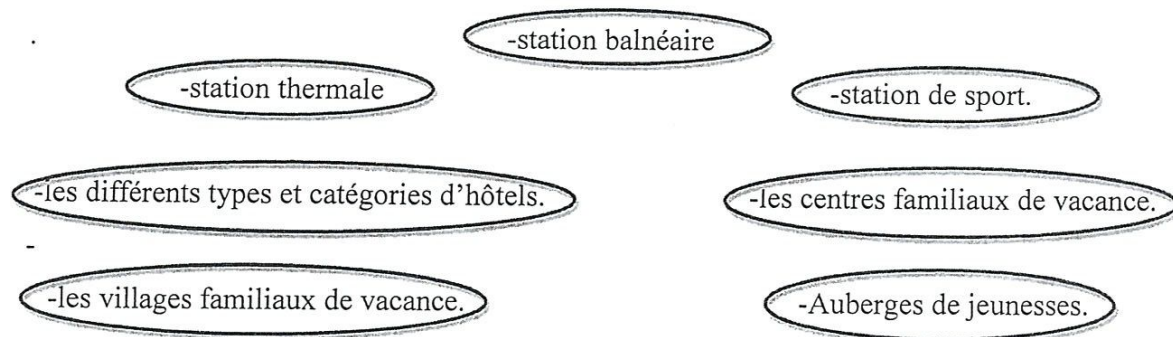
- 
- Augmente la circulation des monnaies que ce soit au niveau.
  - National ou international permet l'équilibre des balances commerciales et touristiques.
- Favorise le développement régional donc un aménagement plus équilibré du territoire.

##### Sur le plan politique :

→ Favorise par les échanges étant donné la rapidité avec laquelle se développe le secteur touristique.<sup>29</sup>

#### 6 Les différents types d'équipements Touristiques :

Les différents types d'équipements touristiques sont :



Exposée Projet Architecture Et Tourisme 3 eme ans Oum el Bouaghi 2015<sup>28</sup>

Mémoire Khaled Seloua Et « 2008 » Complexe Touristique A Annaba<sup>29</sup>

## **7 Le tourisme dans le monde :**

Certains chercheurs notent qu'il va falloir gérer le décalage créé par les différences de richesses et de culture entre voyageurs et habitants des pays de destination.

L'OMT (organisation mondiale du tourisme) est persuadée que le tourisme balnéaire de masse restera l'ossature du tourisme mondial.

Des tendances nouvelles sont apparues dans les pays occidentaux : (éco-tourisme, tourisme culturel, tourisme responsable...) mais ne représentent que 2% à 3% de la consommation touristique dans le monde, et les responsables restent sceptiques sur un véritable développement du tourisme durable.

« D'après le journal « le monde »

## **8 Le Tourisme En Algérie :**

La géographie autant que l'histoire ont façonné l'Algérie pour en faire un pays à la fois africain, méditerranéen et oriental.

Soumis à ces influences ce pays de 2376391KM<sup>2</sup> apparaît comme un véritable continent, où se rencontrent divers types humains, des paysages et des productions étonnamment variées.

Au nord la méditerranéen baigne 1200KM de côtes, donc l'Algérie est une terre d'accueil, de rencontre et d'échange, elle présente une gamme de régions variées, et bien individualisée par leur milieu et leur passé à n'importe quelle saison de l'année.

Le voyageur est sûr de trouver la station recherchée, sport d'hiver ou d'été, sites naturels, randonnées dans le grand sud.<sup>30</sup>

## **9 Les types de tourisme en Algérie :**

Les types de tourisme pouvant être développés en Algérie sont les suivants :

- Le tourisme balnéaire ;
- Le tourisme d'affaires et de conférences ;
- Le tourisme saharien ;
- Le tourisme thermal et de thalassothérapie ;
- Le tourisme culturel ;

---

Charte national 1976 <sup>30</sup>



- Le tourisme sportif, de loisir et de détente.<sup>31</sup>

## **10 Les Potentialités Touristiques En Algérie :**

### **10.1. Potentialités Naturelles :**

Tropologie du paysage, mer, montagne, Sahara, cette tropologie du paysage réside dans :

- 1- La longue cote qui s'étende sur 1200 Km
- 2- Les belles et nombreuses plages avec des forets et des chaînes de montagnes
- 3- Majestueuses montagnes couvertes de neige pendant plusieurs mois de l'année
- 4- Immense plage avec sable fin
- 5- Falaises et grottes
- 6- Belle oasis

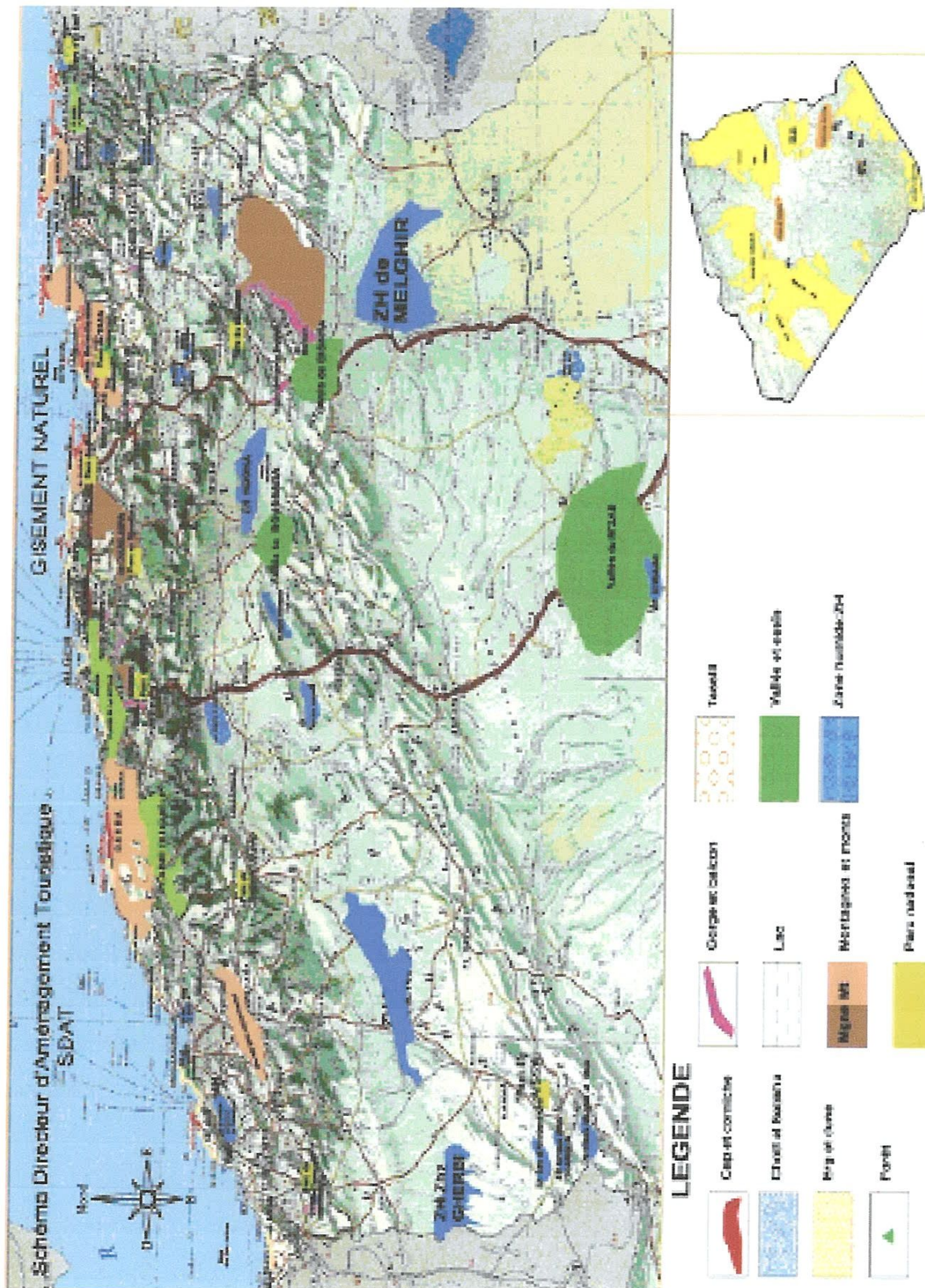
Cette tropologie à crée une tropologie de climat :

- 1- Climat maritime
- 2- Climat forestier
- 3- Climat saharien

En plus de ces richesses naturelles il existe un nombre très élevé de source thermal avec des caractéristiques variées

---

<sup>31</sup>Mémoire Bouzid abdelhak imetbergel Oussama- HOTEL BELNEAIRE MARSSA - Oum elbouaghi-2015



CARTE 1 : gisement naturel

Source SDAT2030

## **10.2. Potentialités Historiques.**

L'histoire variée de l'Algérie (phénicien, romain, byzantins, vandales, musulmans, turque en fin français) a laissé placé à l'existence d'un grand nombre de ville, site et monuments historique

## **10.3. Potentialités Humaines :**

L'Algérie est caractérisée par une culture diversifiée avec une population généreuse sans oublier le caractère traditionnel de cette population <sup>32</sup>

## **11 Définition du tourisme durable :**

La notion tourisme durable décrit généralement toutes formes de tourisme qui respectent, préservent et mettent durablement en valeur les ressources patrimoniales (naturel, culturel et social) d'un territoire à l'intention des touristes accueillis de manière à minimiser les impacts négatifs qu'ils pourraient générer.<sup>33</sup>

L'organisation mondiale du tourisme évoque quant à elle la définition suivante : 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 (Leroux, 2010)

## **12 Les différents types de tourisme durable: <sup>34</sup>**

### **12.1. L'écotourisme :**

Qui est une forme de voyage responsable, dans les espaces naturels, qui contribue, à la protection de l'environnement (L'équin, 2002). Bien souvent, il s'agit de voyages en pleine nature, des treks organisés, des randonnées à la montagne, etc.

### **12.2. Le tourisme solidaire :**

Qui vise à apporter son aide en marge d'un simple voyage aux populations locales

### **12.3. Le tourisme responsable :**

Appelé également tourisme éthique qui consiste à être vigilant aux effets de notre voyage sur l'environnement et à favoriser les échanges avec les locaux ainsi que leur développement

---

<sup>32</sup>Mémoire -Rabah mémoire TOURISME- Université Montouri ConstantinE-2010

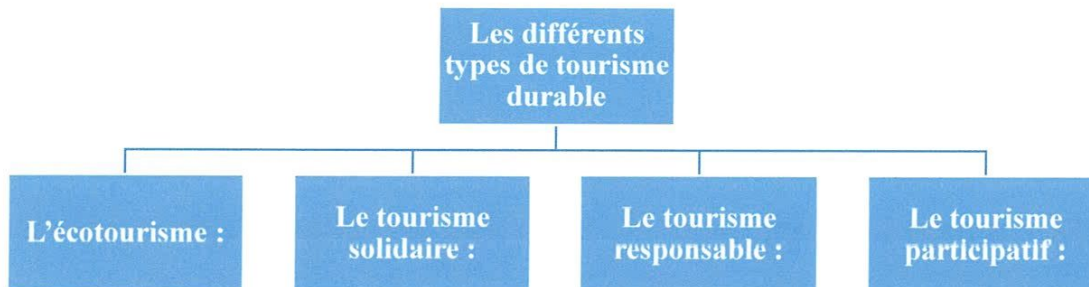
L'organisation mondiale du tourisme (OMT)<sup>33</sup>

<sup>34</sup> François Lecompte et Prima Allez, (2011). *Les Français et le tourisme durable*. Université de Lyon .

#### 12.4. **Le tourisme participatif :**

Qui permet aux populations d'accueil de participer aux activités touristiques ou à l'inverse qui permet aux visiteurs de participer à la vie locale.

La prise de conscience dont résultent toutes ces nouvelles formes de tourisme alternatif s'est faite aussi bien à l'échelle des états mais également à celle des touristes. Quelque peu novateur, le concept de tourisme durable s'est construit peu à peu sous l'impulsion d'institutions telles que l'Organisation Mondiale du Tourisme et de l'Union Européenne.



### 13 Les principes du développement durable:<sup>35</sup>

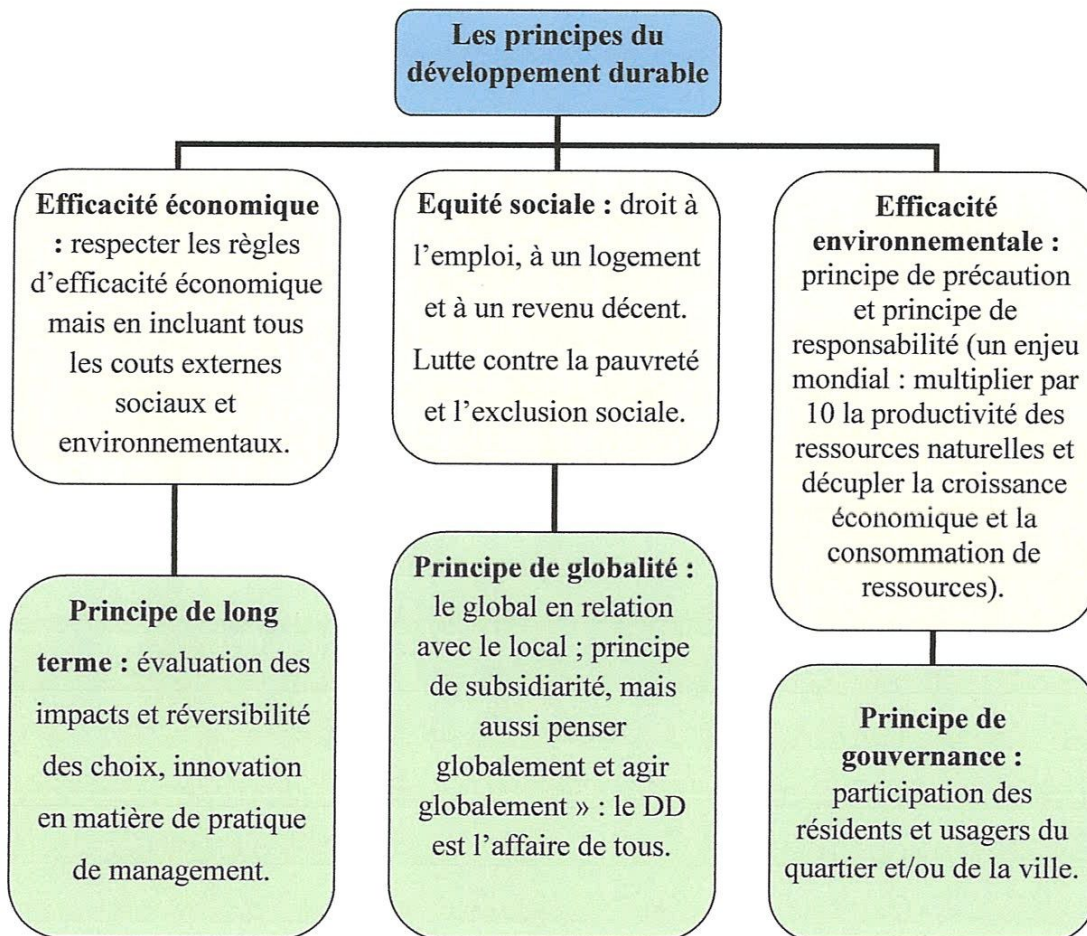


Schéma 1: Les principes du développement durable

Source : conception auteur 2017

<sup>35</sup> Mémoire de fin d'étude (Vers un Eco quartier durable intègre dans son milieu urbain encadre par : kahal Kamal année 2015)

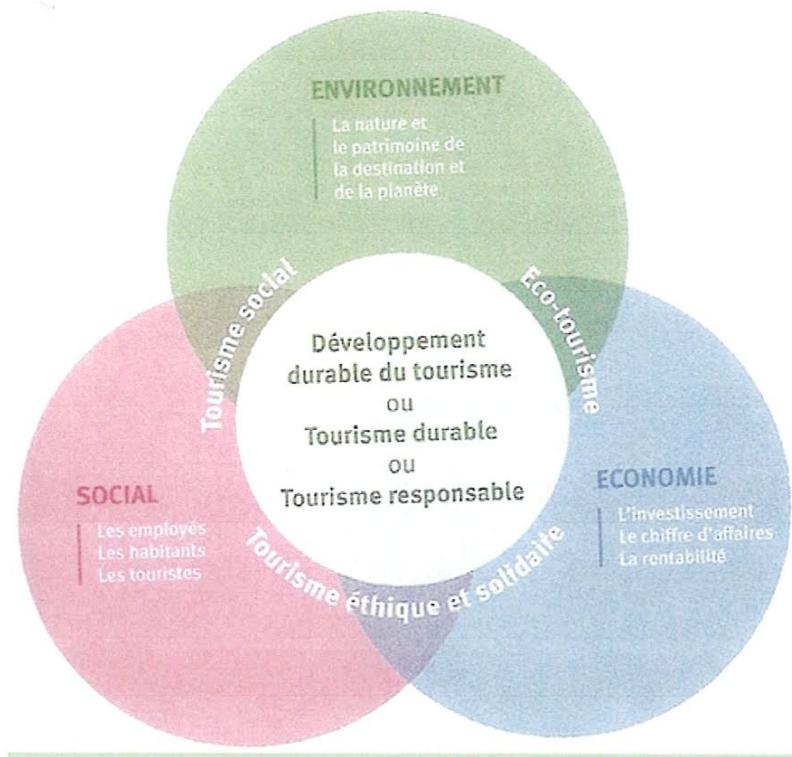


Schéma 2 : Le tourisme durable selon (OMT)

(OMT)<sup>36</sup>

#### **14 Les objectifs du développement durable:** <sup>37</sup>

- ❖ Assurer la diversité de l'occupation des territoires
- ❖ Faciliter l'intégration des populations.
- ❖ Valoriser le patrimoine.
- ❖ Economiser et valoriser les ressources.
- ❖ Assurer la santé publique.
- ❖ Organiser la gestion des territoires.

<sup>36</sup> L'organisation mondiale du tourisme (OMT)

<sup>37</sup> Mémoire de fin d'étude (Vers un Eco quartier durable intègre dans son milieu urbain encadre par : kahal Kamal année 2015)

- ❖ Inciter à une croissance économique préservant l'environnement de façon socialement acceptable.

## **15 Présentation du thermalisme**

Le Thermalisme, est l'ensemble de moyens mis en œuvre pour exploiter les vertus thérapeutiques des eaux minérales.

La dénomination « eaux minérales » correspond en général à des eaux de source dont la composition et les techniques de captage et de conditionnement sont réglementées afin de conserver caractéristiques naturelles, et auxquelles on prête des vertus thérapeutiques. Certaines d'entre elles, du fait de leur composition chimique, ne sont pas destinées à une consommation quotidienne en dehors d'une prescription médicale.

Une eau thermale est une eau minérale chaude. La crénothérapie, pratiquée au cours des cures thermales, est l'utilisation thérapeutique d'une eau thermale à proximité du griffon (la source elle-même), ce qui évite les altérations qui surviennent parfois très rapidement dès que l'eau est transportée.

## **16 Le tourisme thermal**

Tout déplacement en vue de subir un traitement naturel à base d'eau de source thermale de haute valeur thérapeutique ou d'eau de mer.

Ils couvrent une clientèle qui nécessite un traitement dans un environnement équipé d'installation de soins, détente et de loisir.

## **17 GENERALITE SUR LE THERMALISME**

### **17.1. Différentes définitions thermes**

### **17.2. Thermes**

Bains publics des romains, toutes les maisons de Rome comportaient une ou plusieurs salles de bains.

### **17.3. Les eaux thermales**

Ce sont les eaux des sources naturelles dotées de propriétés thérapeutiques, elles doivent leur composition au lessivage des roches réservoirs rencontrées sur leur passage (chlorure de sodium, carbonate de chaux, sulfates alcalins.)

Ce sont des eaux minérales qui ont une température de 35° à 50°C.

### **17.4. Cure thermale : locution nominale cures thermales**

**En médecine**, traitement de certaines maladies grâce à des eaux minérales aux propriétés spécifiques.

Suivre une cure thermale pour soigner l'arthrose.

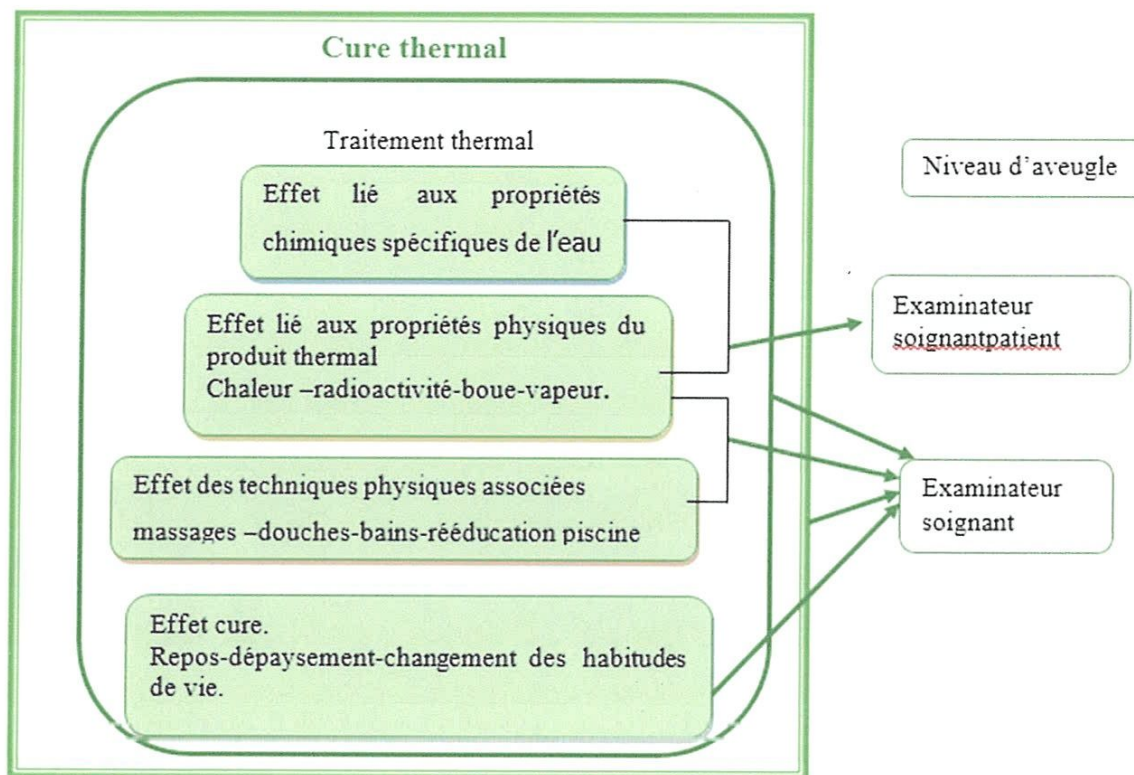


Schéma 3 : cure thermal.

## **18 Conclusion :**

Le tourisme est devenu dans un grand nombre de pays et de territoires la première richesse économique. Les acteurs du tourisme soutenus par des politiques mondiales tel que l'OMT ont décidé de mettre en œuvre des stratégies de développement touristique reposant sur des modèles durables : respect du patrimoine culturel et naturel, responsabilité sociale, charte éthique. Il est vecteur des valeurs portées par le développement durable, développer un tourisme qui préserve l'équilibre entre les aspects environnementaux, économiques, sociaux sont les principaux fondements du développement touristique durable.



## **Chapitre III : étude des exemples. (Expérience français)**

### **1) Diagnostic territorial touristique.<sup>38</sup>**

#### **1.1. Périmètre d'étude du territoire**

Le Grand Dax, est une communauté d'agglomération de 20 communes et compte 55 924 habitants (Source INSEE, 2012), répartis sur 34 425 ha. Elle observe une hausse de 1,8% en termes de démographie depuis quinze ans et son activité économique est générée par la ville de Dax à plus de 62,3%. C'est la première station thermale de France. « Une station thermale est une entité territoriale sur laquelle se déploient les infrastructures et les activités en liaison avec l'exploitation de l'eau thermale. La station dispose d'un ou plusieurs établissements qui disposent d'une autorisation d'exploiter de l'eau thermale pour dispenser des cures sur une orientation thérapeutique donnée » (Source Conseil National du Tourisme, 2011).

#### **1.2. Accessibilité « physique » : Offre de transports.**

Le Grand Dax est accessible :

- en voiture par les autoroutes A63 et A64
- en train par sa gare SNCF (à 4h de Paris par ligne directe en TGV). D'ici 2020, son accessibilité se fera aussi par la Ligne à Grande Vitesse (LGV).
- en avion, il est à proximité de trois aéroports : aéroport de Biarritz-Anglet-Bayonne (45 km), aéroport de Pau (80 km), aéroport de Bordeaux-Mérignac (145 km).
- en bus avec deux principales lignes de transport: Couralin et Vitenville.

#### **1.3. Accessibilité « numérique » et communication .**

L'accessibilité numérique passe par la présence du Grand Dax sur Internet, à travers les sites internet des deux Offices de tourisme, des différents thermes etc. Les deux Offices de tourisme : Office de tourisme et du thermalisme de Dax et l'Office de tourisme de Commerce de Saint-Paul-Lès-Dax. L'Office de tourisme et du thermalisme de Dax est classé en Catégorie 1 et a reçu en 2012, 145 000 visiteurs in situ et 210 000 visiteurs sur son site internet en 2012. Le Grand Dax est également présent sur les réseaux sociaux tels que : Flickr (réseau social de partage de photo).

La notoriété nationale de l'agglomération passe par ses célèbres arènes et Féria, à ce titre une page officielle « Dax la Feria » est présente sur Facebook avec 26 983 « likes ».

---

<sup>38</sup> Mémoire de master Professionnelle Université de Pau et des Pays de l'Adour 2013-2014.

Les nouvelles technologies et les nouveaux outils de communication sont utilisés notamment au moyen des 7 bornes tactiles et interactives installées sur la commune de Dax permettant l'accès à l'information aux habitants et aux touristes aux quatre coins de la ville.

Il existe de nombreux labels et classements, tels que « Commune sport pour tous », « Qualité tourisme », « NATURA 2000 », « Jardin remarquable », « Bien vieillir-vivre ensemble », « Monuments historiques », « Station touristique », « Ville Fleurie », encore peu exploités dans la promotion du territoire.

La station est associée à différents inventaires d'espaces naturels et réseaux favorisant la mise en valeur du patrimoine naturel. En effet, des délimitations ont été tracées afin d'assurer des objectifs de développement territorial tout en assurant la protection environnementale.

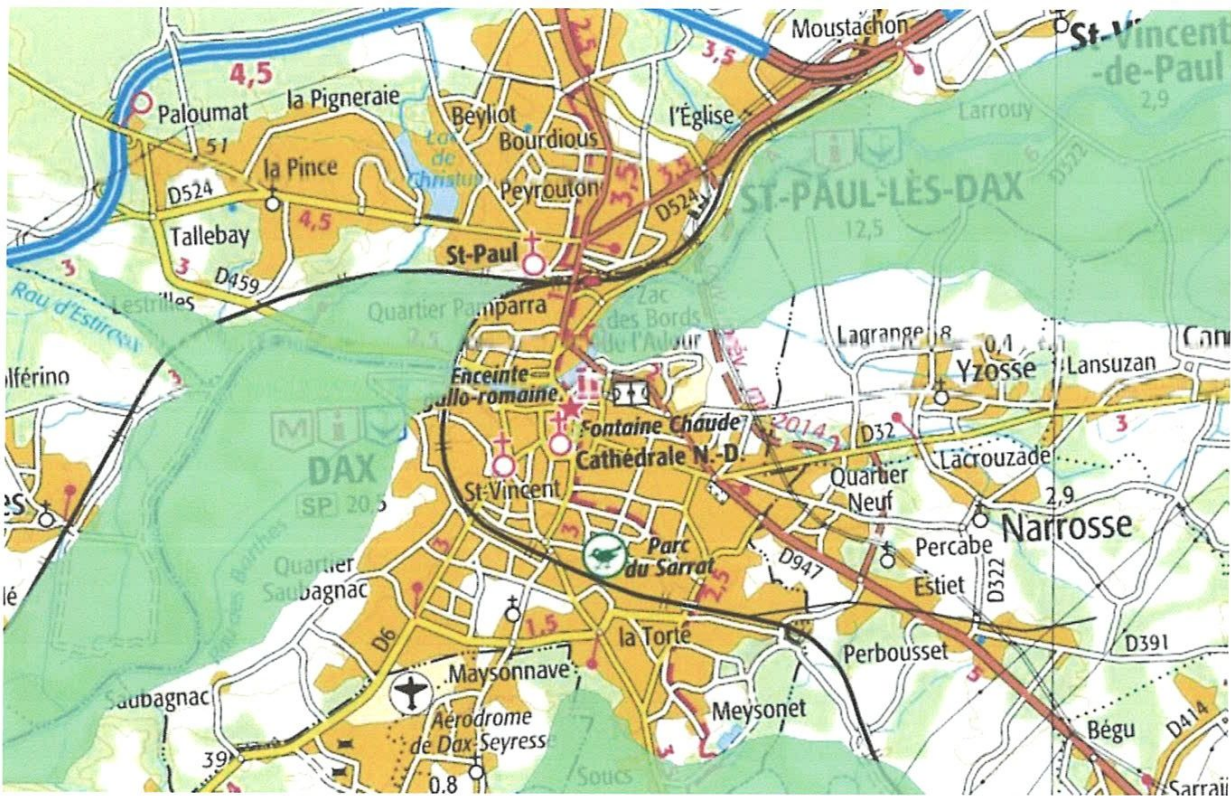


Figure 2 Capture écran Carte ZNIEFF sur le Grand Dax, Source Inpn, le 04/12/2013

Une majorité des aires classées ZNIEFF sont de type 2 correspondant à de grands ensembles naturels riches et peu modifiés, ou qui offrent des potentialités biologiques importantes.

- **La clientèle et la fréquentation touristique de l'agglomération**

Le Grand Dax est connu pour sa FERIA qui se tient chaque été sur la ville de Dax et qui reçoit 800 000 touristes pendant 6 jours. Mais le thermalisme reste la première attractivité touristique et la première ressource économique du territoire.

Le Grand Dax est connu pour sa FERIA qui se tient chaque été sur la ville de Dax et qui reçoit 800 000 touristes pendant 6 jours. Mais le thermalisme reste la première attractivité touristique et la première ressource économique du territoire.

En effet, sur le Grand Dax 71% des commerces, des entreprises de services ou artisanales sont installés proches des centres thermaux. Un tiers des commerces réalisent plus de 20% de leur chiffre d'affaires avec la clientèle thermale. La moitié des hôtels restaurants, des résidences de tourisme et des campings dépendent à plus de 75% du thermalisme dans les communes de Dax et Saint-Paul-lès-Dax. Ces dernières font du Grand Dax la première station thermale de France avec 17 centres thermaux et un hôpital thermal.

La station accueille plus de 60.000 curistes par an et représente 10 % de l'activité nationale.

Le type de clientèle du Grand Dax est majoritairement composé de curistes, en couple, âgés de plus de 60 ans et de classe de moyenne. Les curistes viennent en général pour des cures thermales conventionnées de trois semaines, remboursées par la Sécurité Sociale. Les pics de saisons du Grand Dax vont de mars à novembre ce qui correspond à la saison thermale.

## **2) L'analyse FFOM sur le plan territorial touristique<sup>39</sup>**

L'analyse FFOM (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces ou encore, analyse appelée SWOT pour le terme en anglais) permet « d'identifier les forces et les faiblesses internes d'une entité, ses opportunités d'évolution ainsi que les menaces susceptibles d'affecter sa raison d'être ou de compromettre l'atteinte de ses objectifs » (COMTE G., 2006, Qualité Sécurité Environnement & Actualité du monde QSE).

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"><li>• 1ère agglomération thermale de France : 18 établissements</li><li>• 1er pôle économique des Landes</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• L'activité économique n'est pas répartie sur l'ensemble du territoire (avril 2013)</li><li>• Manque de visibilité des labels et classements</li><li>• Population vieillissante</li></ul>

<sup>39</sup> Mémoire de master Professionnelle Université de Pau et des Pays de l'Adour 2013-2014.

<ul style="list-style-type: none"> <li>•Situation géographique favorable entre 2 pôles majeurs</li> <li>•De nombreux classements et labels : station touristique</li> <li>•Fréquentation : férié</li> <li>•Offre hôtelière importante saison</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Baisse de la capacité d'accueil</li> </ul>
<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Renforcer la volonté d'aménagement de la ville</li> <li>•Capter les 2,5 millions de touristes annuels de la Côte landaise</li> <li>•Étaler la fréquentation touristique sur les ailes de saison</li> <li>•Clientèle visée plus jeune en recherche du "bien vieillir"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Offre de la station essentiellement centrée sur le thermalisme</li> <li>•Image médicalisée de la station</li> <li>•Image vieillissante de la station : 50 % +60 ans</li> </ul>

### **3) Diagnostic touristique sur les dimensions de l'eau<sup>40</sup>**

#### **3.1.) Etude MACRO du thermalisme**

Le Grand Dax connaît une baisse de sa fréquentation depuis 3 ans alors que la tendance nationale subit une hausse.

La baisse peut s'expliquer très partiellement par la fermeture de deux établissements.

Actuellement le secteur du thermalisme assiste à une remise en cause de la politique de remboursement des cures par la Sécurité Sociale. A ce jour, en France les remboursements sont maintenus pour les cinq prochaines années. La Sécurité Sociale française rembourse également les cures effectuées à l'étranger.

En revanche, l'Europe est partagée sur le remboursement des cures thermales : la prise en charge n'est pas assurée en Angleterre et en Allemagne alors qu'en Italie, comme en Espagne, le remboursement est toujours assuré.

<sup>40</sup> Mémoire de master Professionnelle Université de Pau et des Pays de l'Adour 2013-2014.

### 3.2.) Quelle vision du thermalisme pour les non-curistes ?

Une enquête qualitative sur les non-curistes a été réalisée en 2009 sur Bordeaux, Lyon et Paris par la région aquitaine auprès des clientèles potentielles du thermalisme. Trois profils différents sont représentés : les séniors, les adeptes de remise en forme et de récupération en lien avec l'eau et enfin les attentifs à l'entretien de leur corps, à leur bien-être et à leur santé au quotidien.

La clientèle a pour image du thermalisme : la « vétusté », l'« austérité médicale », la « contrainte », l'« ennui, isolement » et la « cherté ». Mais cependant ils ont également celle de l'« eau bienfaitrice et curative », de la « détente, du repos, de la longévité », et du « cachet architectural des centres de thermalisme ».

Le thermalisme est positionné pour ses non-clients essentiellement dans l'univers du soin et renvoie à une prescription médicale contraignante. Selon eux, « le thermalisme apparaît pénalisé du fait d'un déficit en valeurs hédonistes ».

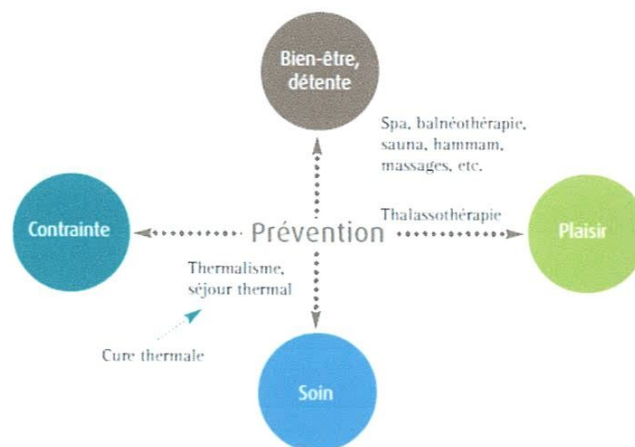


schéma 4 : le thermalisme pour les non-curistes

### 3.3.) Analyse « Benchmarking » : Grand Dax versus Balaruc-les-Bains

THERMALISME : MISE EN PERSPECTIVE	
<b>Grand Dax</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aquitaine</li> <li>• 1<sup>ère</sup> station thermale de France</li> <li>• 18 établissements thermaux (dont 12 thermes et 1 hôpital thermal à Dax)</li> <li>• Établissements privés</li> <li>• 61 000 curistes (2012) soit 50000 Dax + 11000 St-Paul-lès-Dax</li> <li>• 81 Millions € CA (2012)</li> <li>• 9000 emplois directs, indirects</li> </ul>	<b>Balaruc-les-Bains</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1<sup>er</sup> concurrent du G.D.</li> <li>• Languedoc-Roussillon</li> <li>• 2<sup>ème</sup> station thermale de France</li> <li>• 2 établissements thermaux</li> <li>• Établissements publics</li> <li>• 44 000 curistes (2012) : hausse de 8,5% depuis 2010</li> <li>• 65 Millions € CA (2010)</li> <li>• 1500 emplois directs et indirects</li> </ul>

Peloïde : produit biologique et naturel  
Traitements (rhumatologie, phlébologie)  
Cures conventionnées 3 semaines

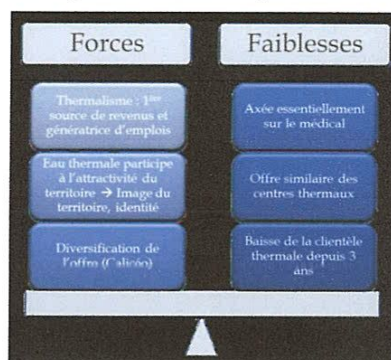
Tableau 1 : mise en perspective (Grand Dax versus Balaruc-les-Bains)

### **3.4) Poids économique du thermalisme**

Les Landes présente un chiffre d'affaires engendré par les activités thermales de 112 millions d'euros en 2003, dont 81 millions € de chiffre d'affaires pour Dax. L'activité thermale a généré 9000 emplois directs, indirects et induits dont environ 6000 saisonniers.

### **3.5.) Analyse de la dimension eau santé**

D'après le diagnostic, un bilan peut être dressé mettant en avant les forces et les faiblesses de la dimension « eau santé » sur le territoire du Grand Dax.



### **3.6.) L'eau : élément structurant du paysage**

La présence de l'eau dans le paysage de l'agglomération est très forte, autant à travers les éléments naturels (le fleuve de l'Adour, ses rives et le Luy) qu'à travers les aménagements en espace rural ou urbain (lac artificiel, fontaines).



Figure 5 La source d'eau chaude de la Nèhe (monument historique) ; les escaliers d'eau, clichés Gilonne HUET, le 07/10/13

Le Parc botanique de Sarrat, classé « Jardin remarquable » par le Ministère de la Culture, est une propriété réputée pour sa végétation luxuriante, ses jardins « à la française » et ses plans d'eau, ou encore la qualité de ses bâtiments.



Figure 6 L'Adour à Dax: les berges, les ponts et les quais, Source : Ville de Dax

### Labels et classement de la ressource : préservation du paysage

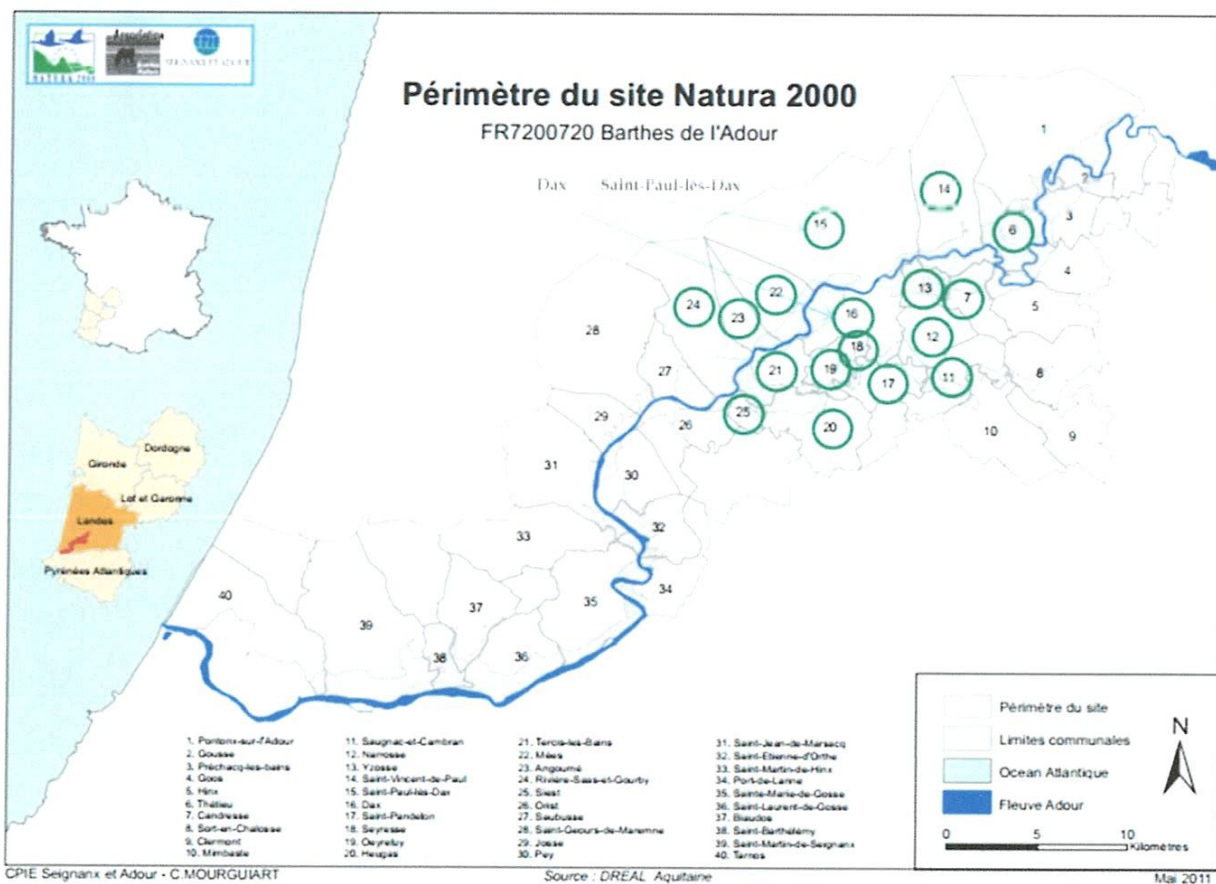


Figure 3 : Périmètre de site NATURA 2000 et les communes concernées du Grand Dax

Sur le territoire du Grand Dax, 17 communes sur les 20 de l'agglomération sont classées NATURA 2000.

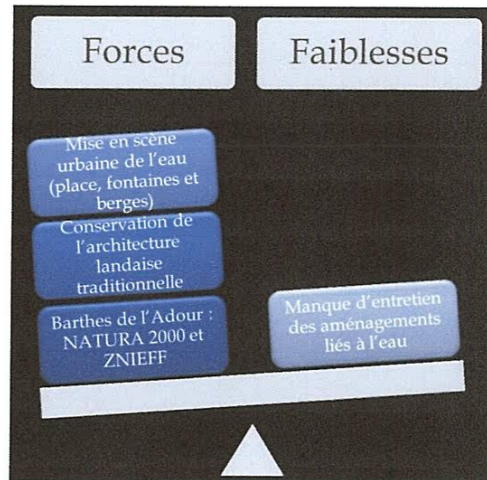
En effet, les communes de Benesse-lès-dax, Gourbera et Herm n'en font pas partie.

De plus, les plaines alluviales de l'Adour et du Luy bénéficient d'un plan de prévention des risques d'inondation qui consiste à prendre une mesure de protection et de sauvegarde des communes concernées.

### **3.7.) Analyse de la dimension eau paysage**

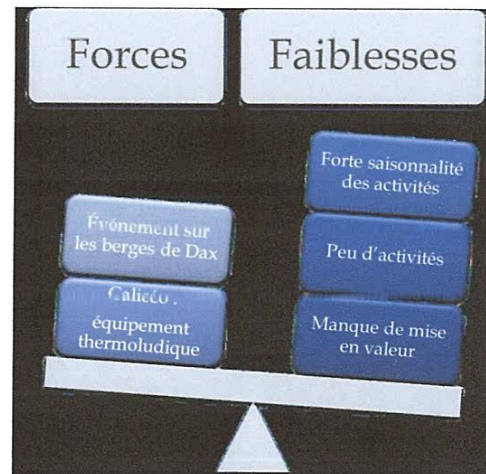
L'agglomération de Dax présente ainsi des atouts touristiques paysagers autour de l'élément « eau » qui reflète la prédominance de l'activité thermique. Quant aux aménagements urbains, ils sont réputés pour la conservation de l'architecture landaise traditionnelle et il est possible de relever une forte volonté de valorisation notamment par le réaménagement du centre-ville avec un réseau piétonnier autour de la Fontaine-chaude.

Pourtant, le manque d'entretien de ces sites urbains et le manque de valorisation des rives de l'Adour représente certaines faiblesses pour ce territoire



### **3.8.) Analyse de la dimension eau loisirs**

D'après l'analyse effectuée auparavant, un bilan est établi, mettant en avant les forces et les faiblesses du territoire du Grand Dax concernant les loisirs en lien avec l'eau.

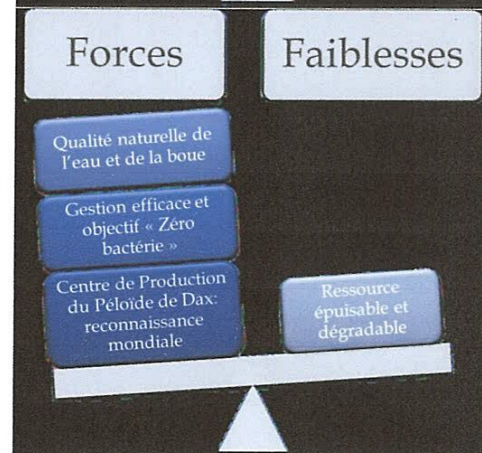


### **3.9.) Analyse de la dimension eau nature**

La qualité de l'eau thermique et du péloïde sont des éléments essentiels pour le territoire. L'utilisation de ces ressources dans le cadre des cures thermales est très contrôlée avec un objectif de « Zéro bactérie » et un système de traçabilité.

Egalement, le territoire démontre une forte volonté de préserver les ressources en eau en évitant à la fois une pénurie de la ressource (classement Z.R.E) mais aussi la dégradation de sa qualité.

De ce fait, les forces et faiblesses suivantes ont pu être dégagées :



## **4) Problématiques du territoire<sup>41</sup>**

<sup>41</sup> Mémoire de master Professionnelle Université de Pau et des Pays de l'Adour 2013-2014.



#### **4.1.) Problématiques**

Pour développer son économie touristique, tout territoire est confronté à plusieurs problématiques incontournables (CR Région Centre, 2011) :

- Comment rendre son territoire « désirable » aux yeux des clients potentiels et du public plus largement en intégrant les résidents ?
- Comment rendre « accessible » son territoire, autant sur l'accessibilité physique, économique et l'accessibilité à l'information des produits touristiques ?
- Comment faire en sorte que les visiteurs consomment mieux et dans les meilleures conditions l'offre touristique du territoire ?
- Comment dynamiser l'activité et capter les flux touristiques tout en minimisant l'impact environnemental ?

Pour répondre à ces problématiques de la manière la plus pertinente possible, la station doit savoir positionner son offre et ses atouts concurrentiels mais également avoir conscience de ses points faibles pour mieux appréhender ses marges de progression.

La problématique centrale du territoire tourne autour de l'éventuel non remboursement des cures conventionnées par la Sécurité Sociale. En effet, selon

#### **5) Une mise en tourisme du territoire**<sup>42</sup>

La société change, et de nouvelles tendances s'affirment. Des évolutions lourdes, sont à intégrer au coeur de la stratégie touristique, telles que l'exigence accrue en matière de qualité, une quête de bien-être renforcée en période de crise, un développement continu du tourisme durable et des voyageurs « connectés ». Les problématiques incontournables des territoires ainsi que les différents enjeux économiques, territoriaux et socio-culturels, telles que les nouvelles tendances des consommateurs autour de la notion du bien-être, sont à prendre en considération dans l'élaboration de la stratégie.

#### **6) REFLEXION STRATEGIQUE ET OBJECTIFS OPERATIONELS.**<sup>43</sup>

##### **6.1.) Les objectifs.**

Au travers les différents enjeux soulevés du diagnostic touristique territorial, des restrictives liées au cadre réglementaire et des compétences du territoire, du diagnostic touristique autour des quatre dimensions de l'eau, un concept s'affirme :

<sup>42</sup> Mémoire de master Professionnelle Université de Pau et des Pays de l'Adour 2013-2014.

<sup>43</sup> Mémoire de master Professionnelle Université de Pau et des Pays de l'Adour 2013-2014.

Le travail de stratégie territoriale visera davantage à promouvoir une destination au positionnement fort : le « mieux-être », sur l'ensemble du territoire. L'offre de la station serait structurée par son élément spécifique : l'eau thermale.

Le concept établi peut être expliqué comme un « concept de positionnement » en marketing stratégique. Il s'agit dans un premier temps de définir le positionnement : la place de la destination en fonction de ses territoires voisins (concurrence, démarquage) dans les champs économique, culturel, touristique voire sportif. Dans un second temps, il s'agit de la phase de mise en position : la décision à l'action marketing (prix, communication, distribution).

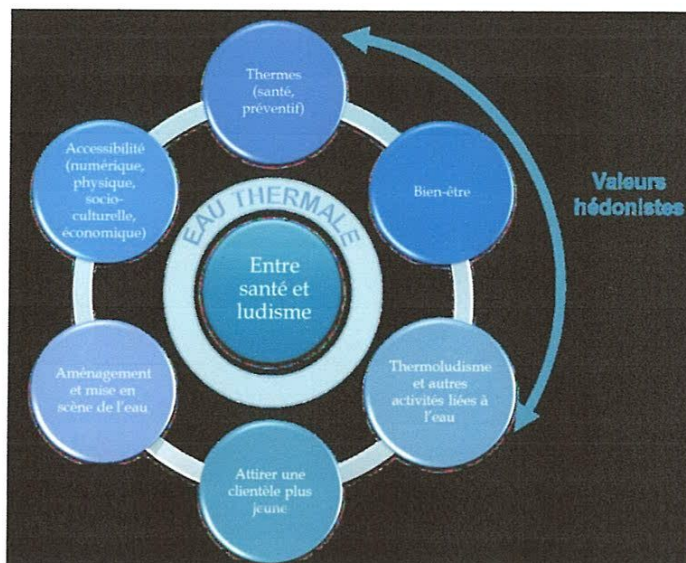


Figure 4 : Schéma du fondement du concept "Mieux-être"

Pour la destination le positionnement est défini comme l'effort de personnalisation du produit dans l'esprit des consommateurs, des voyageurs potentiels. C'est la mise en coincidence de l'image de la destination que se fait le consommateur et des réalités uniques et originales du territoire.

Le travail de positionnement stratégique doit s'appuyer sur un travail « d'imaginaire touristique », qui se traduit par des envies d'aller sur ce territoire plutôt qu'ailleurs (Source BESSY, 2012). L'image est centrale dans un positionnement stratégique.

Aujourd'hui le tourisme est le 1er secteur du e-commerce, la révolution numérique est alors incontournable. La stratégie touristique se doit d'intégrer et optimiser une organisation de sa communication et développer des interfaces multiples qui permettront d'assurer une présence et une visibilité sur les différentes plateformes utilisées par les consommateurs-voyageurs de plus en plus connectés.

## **6.2.) Propositions d'orientations stratégiques**

Les propositions d'orientations stratégiques ci-après sont complétées par des fiches d'actions adaptées au territoire en fonction de la stratégie touristique territoriale élaborée. La réflexion stratégique suppose l'élaboration d'une vision soutenue par des priorités et des objectifs annuels qui doivent être évalués régulièrement et réajustés.

### **AXE 1**

Une gouvernance participative sur la mise en tourisme du territoire autour de l'eau

Objectifs opérationnels : MESURES

Mise en réseau des acteurs

Coordination des acteurs autour d'un projet commun

## **AXE 2**

Construire une offre touristique « mieux-être » de qualité

Objectifs opérationnels : MESURES

Dynamisation de la station à travers ses aménagements

Elargissement et diversification de l'offre

## **AXE 3**

Renforcer la politique de communication

Objectifs opérationnels : MESURES

Positionnement commun autour du « mieux-être »

Lisibilité et visibilité du territoire

## **7) CONCLUSION.**

Le Grand Dax est un territoire aux atouts touristiques réels centrés principalement autour de l'eau thermale à ce jour.

La problématique majeure de ce territoire est le possible non-remboursement des cures thermales dans 5 ans qui engendrerait une perte éventuelle de clientèle.

De plus, l'image vieillie de la station, véhiculée par sa clientèle curiste, constitue un frein à la dynamique du territoire.

Il serait donc judicieux de prendre davantage en compte la demande montante de bien-être et d'hédonisme dans notre société afin de pallier à cette double menace.

En ce sens, il serait pertinent d'associer au thermalisme des valeurs hédonistes et de développer d'autres produits touristiques à caractère plus ludique.

## (Expérience tunisienne)<sup>44</sup>

### 1) INTRODUCTION

La Tunisie possède d'importantes réserves d'eaux thermales et des dispositions géothermiques très avantageuses qui lui permettent notamment de diversifier ses produits touristiques.

Malgré les richesses naturelles et les effets de levier de l'économie régionale, les possibilités offertes par le tourisme curatif et thermal restent en grande partie inexploitées. En effet, en Tunisie, le tourisme thermal comprend principalement les prestations curatives traditionnelles et se base sur une clientèle de personnes âgées, tandis que partout en Europe, cette branche a connu un développement multidimensionnel qui a élargi la gamme de prestations proposées en visant plusieurs générations et plusieurs types de services.

### 2) Les objectifs visés

En accord avec les objectifs généraux de développement du tourisme, on peut viser :

- l'augmentation des recettes touristiques du pays grâce au tourisme curatif et de santé,
- la sensibilisation de nouveaux groupes cibles, la fidélisation d'une clientèle composée de trois générations à la place de la clientèle actuelle représentée par une seule génération,
- le développement des produits pouvant être compétitifs à long terme au niveau international,
- le rallongement de la saison touristique.

### 3) Les domaines d'intervention

Les principaux domaines d'intervention sont :

- Développement des prestations par la mise en place de services balnéothérapies et touristiques, capables d'accueillir plusieurs types de clientèle,
- Développement des infrastructures : infrastructures de desserte et d'exploitation des ressources en eau,
- Normalisation et réglementation des établissements,
- Marketing du tourisme curatif et de santé,
- Le développement des ressources humaines et de la recherche scientifique.

## 4) PRINCIPAUX RESULTATS DU DIAGNOSTIC

### 4.1.) Contexte socio culturel

---

<sup>44</sup> ETUDE STRATEGIQUE DU SECTEUR DU THERMALISME EN TUNISIE A L'HORIZON 2016.

Le thermalisme, en Tunisie comme dans plusieurs autres pays méditerranéens, s'inscrit dans une tradition ancienne qui remonte à l'Antiquité. Les différents vestiges archéologiques (temples des eaux à Zaghouan, thermes de Thuburbo Majus, thermes de Julia Memmia de Bulla Régia, thermes d'Antonin à Carthage...), les aménagements autour des sources thermales sont là pour nous rappeler que depuis la plus haute Antiquité, le pays dans son ensemble connaît les vertus de ces eaux. Il faut ajouter aussi qu'à travers l'approche ancestrale des soins du corps et des massages pratiqués dans les hammams et les bains au cours de la période médiévale et moderne, se sont perpétuées des habitudes jadis appréciées par les Carthaginois puis par les Romains dans les thermes.

#### **4.2.) La demande**

Le thermalisme tunisien hérite de traditions anciennes qui remontent à l'époque romaine, remodelées et adaptées par l'introduction des hammams traditionnels. Aujourd'hui le secteur accueille une clientèle dont seulement la moitié vient pour des raisons de santé, les autres sont motivés par la « remise en forme », « relaxation » et « prévention ». Par ailleurs, face à la nouvelle demande en tourisme de santé, la Tunisie est assez bien pourvue, par son climat ensoleillé, la qualité de ses eaux, la richesse de ses sites touristiques et notamment sa proximité des pays émetteurs.

La demande actuelle se répartit à raison de :

- 60% par les assurés des Caisses de Sécurité Sociale, constituée notamment de retraités et de leurs conjoints inactifs, d'employés de l'Administration, assimilables à une couche moyenne,
- 40% par une demande assez hétérogène ; on y trouve des cadres et des personnes exerçant une profession libérale, des commerçants moyens et des employés d'entreprises, des jeunes élèves et des étudiants.

Le produit recherché varie en fonction des différentes catégories :

La clientèle potentielle est estimée à partir de :

- La demande générée par le secteur institutionnel de la santé (aspects budgétaires et de capacités de remboursement des CSS),
- La demande en matière de thermalisme et de tourisme de santé et de bien-être,
- La demande locale sera déterminée à partir des caractéristiques et « prédisposition à payer » de la population.

Cette demande se décline en différents segments à couvrir au cours de la prochaine décennie et même au-delà :

- le segment demande internationale en cure, remise en forme, détente et loisirs,
- la demande nationale en matière de thermalisme et de tourisme de santé et de bien-être,

- la demande nationale en produits du thermalisme, notamment en hammams réaménagés et en structures d'accueil pour catégories moyennes,
- la demande populaire en hammams de rayonnement local, restaurés et ayant institué un système de contrôle et de respect des conditions d'hygiène.

Les capacités d'accueil, actuelles et projetées à l'horizon 2016, seront en mesure d'accueillir environ 35 000 curistes par an. En sachant que la capacité de financement des Caisses Tunisiennes de Sécurité Sociale ne peut couvrir que 5 à 6 000 curistes, d'où la répartition suivante :

1. Curistes tunisiens : 15 000 dont 5 à 6 000 couverts par la Sécurité Sociale,
2. Curistes Etrangers : 20 000

Si les unités thermales réservent 30% de leurs activités aux cures médicalisées et 70% à la mise en forme<sup>2</sup>, cette dernière représenterait environ 70 000 personnes. Soit un total de 100 000 à 105 000 clients par an.

#### **4.3.) Estimation de la demande locale :**

La demande locale est déterminée à partir des caractéristiques socio-économiques et « prédisposition à payer » de la population. Cette demande se présente comme la résultante de plusieurs facteurs dont on peut citer principalement :

- l'élévation du niveau de vie de la population et la place du poste « loisirs et détente » dans la structure des dépenses des ménages,
- l'évolution de l'offre en matière d'animation et de loisirs des produits d'innovation dans ce domaine et des facultés d'adaptation de ces produits aux attentes des différentes couches sociales,
- la diversification des produits destinés aux loisirs et à la détente offerts par les grands centres urbains.

La demande locale est traduite selon différents niveaux :

- ◆ Demande « haut de gamme » et exigences supérieures de qualité et de confort
- ◆ Demande de type « couches moyennes » et exigence minimale de niveaux de confort

La projection des différents segments de la demande permet de cerner le volume d'activité attendu pour chaque produit.

L'analyse de la structure des dépenses selon les catégories socioprofessionnelles a montré que les couches favorables à la demande en animation et loisirs représentent

29% des ménages tunisiens. Elles sont constituées de différentes couches sociales :

1. cadres et professions libérales supérieures et patrons d'industrie, commerce et services,
2. cadres et professions libérales moyens,

3. les retraités et les autres inactifs

4. Enfin, la catégorie « employés » peut être considérée comme une catégorie à potentiel évident pour la demande des produits de loisirs.

On fera l'hypothèse que parmi les 29% des ménages ayant une proportion à consommer des loisirs (ce qui correspond à 580 000 ménages), 5% seraient demandeurs de « loisirs et de détente liés au thermalisme », on aboutit ainsi à une demande potentielle locale de l'ordre de 29 à 30 000 fréquentations par an, soit environ 41% du marché de la remise en forme projetée (autour de 70 000).

#### **4) Principaux éléments du diagnostic.**

Le diagnostic a mis en évidence les points forts / points faibles suivants :

##### **4.1.) Points forts.**

- L'existence de ressources en abondance et de bonne qualité
- L'existence d'un cadre institutionnel de coordination et de mise en cohérence de la politique du secteur
- L'existence d'unités thermales relativement performantes bien qu'à dominante cures thermales médicalisées'
- Le développement, en rapport avec celui du tourisme, de la thalassothérapie dont la similitude des produits avec ceux du thermalisme crée d'importantes possibilités de synergie
- L'évolution favorable de la demande, notamment à l'échelle internationale, en liaison avec la structure démographique de la population et la plus grande aspiration au bien-être <sup>2</sup>

##### **4.2.) Points faibles.**

- Les insuffisances du cadre réglementaire et normatif permettant une classification pertinente des produits et des unités et un contrôle qualité/conformité en conséquence
- L'absence d'un plan global de prospection, de développement et de protection de la ressource
- L'insuffisance des équipements, de l'infrastructure, des moyens humains et organisationnels d'un grand nombre d'unités thermales traditionnelles'
- La faible perception par les promoteurs potentiels et des opérateurs financiers de l'intérêt économique du secteur
- L'absence d'un cadre approprié pour le recherche/développement et la formation du personnel spécialisé
- L'insuffisante intégration du thermalisme en tant que composante importante du développement local et régional

#### **5) Les objectifs stratégiques**

### **5.1.) Objectif 1 : Relancer l'investissement dans le secteur du thermalisme**

L'objectif premier est de redynamiser le secteur du thermalisme et de relancer l'investissement. Il est attendu des retombées significatives sur l'économie nationale par la valeur ajoutée générée, la création d'emplois, directs et induits, et le développement local.

### **5.2.) Objectif 2 : Exploiter de façon rationnelle les ressources thermo minérales**

La Tunisie recèle des potentialités importantes en ressources en eau (chaudes et froides) sous exploitées, le développement du thermalisme offre l'opportunité de valoriser ces ressources et de créer de nouveaux emplois notamment au niveau régional et local.

### **5.3.) Objectif 3. Diversifier et enrichir le produit touristique par l'offre de prestations complémentaires**

Le thermalisme est en mesure de renforcer les efforts de diversification réalisés pour le tourisme et d'apporter un complément de services pouvant inciter les touristes à prolonger leur séjour dans le pays. L'objectif visé tend à offrir, d'une part, à la clientèle étrangère un produit nouveau et de qualité, répondant aux normes internationales, de façon à concurrencer les produits des autres pays méditerranéens et, d'autre part, à impulser un mouvement plus important de fréquentation des unités thermales et des hammams par la population tunisienne, tant au niveau national que régional.

### **5.4.) Objectif 4. Contribuer à la création d'emploi et au développement des ressources humaines**

La modernisation des unités existantes et la création de nouvelles unités thermales sont de nature à impulser une demande en ressources humaines qualifiées dans les différentes spécialités ; pour répondre à cette demande, il s'agira d'introduire ces spécialités dans les programmes des institutions d'enseignement supérieur et des établissements de formation professionnelle.

### **5.5.) Objectif 5. Contribuer à l'apport en devises et relancer le partenariat avec les investisseurs étrangers**

Faire du thermalisme un produit de qualité répondant aux normes internationales et en mesure d'attirer une clientèle étrangère et de contribuer ainsi aux apports en devises. Pour cela il importe de promouvoir le produit thermal à l'extérieur et d'encourager les initiatives de partenariat.

### **5.6.) Objectif 6 : Faire du thermalisme un levier du développement local**

Cet objectif fait appel à la responsabilisation des niveaux institutionnels régional et local pour faire du thermalisme un levier de développement et un secteur d'activité économique.

Cet objectif se traduira par des mesures spécifiques au niveau de l'aménagement, du financement des investissements, mais aussi de l'implication des partenaires institutionnels et des professionnels intéressés par le secteur.

## **6) Les politiques identifiées**



Pour répondre aux objectifs identifiés, des politiques à suivre ont été tracées au cours de la seconde phase de l'étude et ont donné lieu à la définition d'actions à mener pour la prochaine décennie. Ces politiques sont résumées ci-après :

- *Politique d'incitation au financement* : il s'agit de promouvoir un système de financement offrant des avantages spécifiques aux promoteurs privés qui veulent s'installer dans les zones thermales et de mettre en place un système de financement pour la mise à niveau des unités régionales et locales (crédits bonifiés, fonds spécial).
- Politique de prospection, de promotion et de protection des ressources en eau. Il convient de compléter les études déjà entamées par l'Office du Thermalisme par des programmes permettant d'identifier et de répertorier les ressources en eau pouvant être mobilisées pour la mise en bouteille et pour l'exploitation des eaux chaudes. L'installation des périmètres de protection, la hiérarchisation de l'exploitation des points d'eau et le suivi de la qualité des eaux sont des mesures devant s'inscrire dans la politique de développement durable des ressources naturelles.
- *Modernisation, et adaptation de la réglementation* : l'introduction de nouveaux produits et la promotion de la qualité impliquent la revue de la réglementation, la normalisation, l'attribution de statut particulier aux zones thermales.
- *Politique de développement des ressources humaines* : cette orientation signifie la connaissance permanente de la demande en compétences et l'action en conséquence au niveau de l'offre de formation en termes de cursus à prendre en charge par les institutions de formation publiques et privées et la qualification continue du personnel.
- *Politique de développement des eaux conditionnées* : la qualité de l'eau doit être définie et assurée à tous les stades : (1) au stade de la classification par le biais des études médicales, (2) au stade de la production, à travers un outil industriel performant en matière d'hygiène et de sécurité, (3) au stade de la distribution, partant du point d'eau et de l'usine, la chaîne de la qualité de l'eau en bouteille doit s'étendre jusqu'au consommateur final. Par ailleurs, il est préconisé d'élaborer et de mettre en œuvre un Plan Directeur des Eaux Conditionnées (PDEC), qui permettra une meilleure visibilité pour la décennie à venir.
- *Politique de promotion du produit thermal* : le thermalisme est lié par sa tutelle au tourisme. L'Office du Tourisme dispose, de nombreuses structures d'accueil et de disponibilités dans les manifestations internationales pour la promotion de son produit. L'Office du Thermalisme pourrait utiliser le même canal, d'autant que ce secteur est conçu comme une gamme du produit touristique. Toutefois, l'Office du Thermalisme aura à compléter les actions déjà entamées (tel

que le site web) par des campagnes de promotion à mener régulièrement à la Radio-TV, publication de magazine, offre à l'intention du personnel des grandes entreprises du pays, etc.

- *La politique régionale de développement du thermalisme* est basée sur l'intégration de la zone thermale dans un schéma d'aménagement d'ensemble, englobant d'autres activités touristiques et culturelles et prenant appui sur le centre urbain le plus proche
- *Politique d'encadrement* : l'organisme responsable du développement du secteur, l'Office du Thermalisme, verra ses attributions précisées, ses prérogatives élargies et ses compétences renforcées.

## **7) LES SCENARIOS DE DEVELOPPEMENT DU THERMALISME.**

### **L'investissement:**

Les scénarios de développement du thermalisme ont été basés sur des hypothèses d'investissement prenant en considération deux volets :

**L'investissement proprement** dit, qui correspond, pour le secteur privé : d'une part à la création d'unités nouvelles d'eaux chaudes et d'eaux conditionnées et d'autre part à la mise à niveau des hammams existants et, pour le secteur public : la mise en place de l'infrastructure nécessaire.

**Les mesures d'accompagnement**, qui correspondent aux politiques à mettre en œuvre et au renforcement institutionnel.

### **L'investissement est constitué :**

- **d'investissement public relatif aux infrastructures de base.** Il est calculé sur la base des coûts prévus par les projets de Korbous, de Khbaiet à Gabés, de Hammam Bent Jedidi, de Hammam Mellague et de Hammam Biadha : 28,3 MDT, dont près de 17 MDT pour la zone de Korbous, soit 11,8 MDT pour les zones hors Korbous (ou encore une moyenne de 2,8 MDT par unité thermale pour ladite zone),
- **d'investissement privé pour les unités d'eau chaude** : une moyenne d'environ 20 MDT a été estimée sur la base des réalisations du X<sup>e</sup> plan et des évaluations faites pour les projets en cours d'études,
- **d'investissement privé pour les unités d'eau froide** : une moyenne de 10 MDT est retenue également sur la base des estimations des projets prévus,
- **de la mise à niveau des 30 hammams existants** : une enveloppe globale de 3 MDT a été prévue, sur la base d'un coût unitaire équivalent à 30% du coût du neuf d'un hammam.

Les mesures d'accompagnement Quel que soit le scénario envisagé, les mesures d'accompagnement tendent à mettre en place les politiques nécessaires au développement du secteur, tel que :

1. politique d'incitation au financement,
2. politique de prospection, de développement, de promotion et d'exploitation des ressources en eau. Parallèlement des mesures rigoureuses de protection des points d'eau auront à être adoptées,
3. normalisation et réglementation du secteur
4. formation du personnel, recherche scientifique et amélioration de la couverture sociale,
5. promotion des investissements et des produits thermaux,
6. développement du secteur des eaux conditionnées

L'ensemble de ces mesures est coordonné par l'Office du Thermalisme, qui sera confirmé dans son rôle d'opérateur responsable de l'encadrement et de la promotion du secteur et reconnu comme interlocuteur unique des opérateurs. Il *devrait être ainsi renforcé en moyens humains et financiers à la hauteur de cette fonction.*

#### **8) Les effets sur l'emploi et les revenus.**

Pour le calcul des emplois générés, on prendra comme éléments de base, le nombre de curistes prévus être générés par l'offre en cours : 60 000 pour l'hypothèse 1 et 76 000 pour l'hypothèse 2 10. Les ratios emplois par curistes retenus sont de l'ordre de 10 emplois pour 100 curistes

#### **9) Analyse coûts avantages des différents scénarios de Développement.**

1. Les trois scénarios sont ici évalués comme des « projets » dont on estime les bénéfices attendus et la rentabilité financière. La rentabilité financière des investissements se mesure sur une période assez longue, correspondant à la période d'amortissement des investissements, qui eux-mêmes sont fonction de la nature de l'investissement. Pour les unités thermales, l'amortissement s'étale sur plus de 30 ans et est donc indépendant de la période pendant laquelle les actions à mettre en oeuvre sont envisagées.
2. Les coûts retenus sont les coûts d'investissement et les dépenses de fonctionnement. Les avantages sont les revenus générés par « le projet ». Les revenus sont distribués entre l'Etat (recettes fiscales), les entreprises (recettes) et les employés (salaires). On peut aussi saisir les avantages sous l'optique « emplois » (emplois directs, emplois indirects et emplois induits).
3. Les 3 scénarios se révèlent « rentables ». Ainsi en termes de taux de rendement interne (TRI) le scénario 2 s'avère le plus rentable avec un TRI de 17%, celui du scénario 3 s'élève à 14% alors que celui du scénario 1 n'atteint que 8%.

## Étude de cas (ville de Guelma) :

### 1) Présentation de la ville de Guelma :

#### 1.1) Situation :

La ville de Guelma est une ville du nord-est du pays, elle s'étend a une superficie de 3.686.84 km<sup>2</sup>.

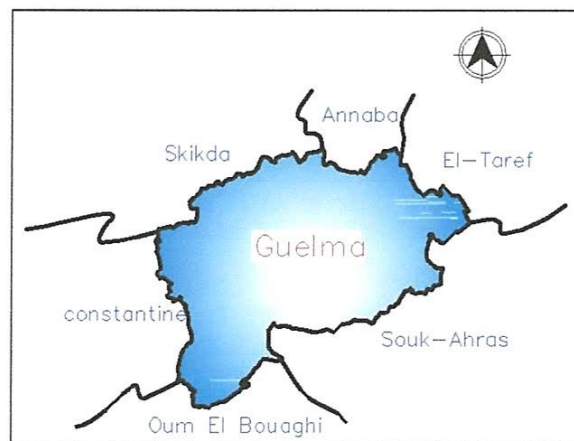
Du point de vue géographique, Guelma constitue un point de rencontre, voire un carrefour entre les pôles industriels du nord « Annaba, Skikda » et les centres du sud, outre la proximité du territoire tunisien à l'est.



Carte 2 : situation de Guelma

Elle est limitée comme suit :

- **Au Nord** : la wilaya d'Annaba
- **Au Sud** : la wilaya d'Oum El-Bouaghi
- **A l'Est** : la wilaya de Souk Ahras
- **A l'Ouest** : la wilaya de Constantine
- **Au Nord-Est** : la wilaya d'El-Taref
- **Au Nord-Ouest** : la wilaya de Skikda



Carte 3 : Les limites administratives de la wilaya

## **2) INTRODUCTION.**

La wilaya de Guelma dispose d'atouts indéniables (des potentialités touristiques indéniables), qui lui sont favorables en matière de développement touristique, un patrimoine riche et diversifié (sites culturels, naturels et archéologique), des sources thermales, des principaux marchés émetteurs et réseau d'infrastructure important, ainsi qu'un patrimoine immatériel très important.

## **3) DIAGNOSTIC DE LA WILAYA DE GUELMA<sup>45</sup>**

- **Une situation géostratégique, ou elle constitue, du point de vue géographique, un point de rencontre, voire un carrefour entre les pôles industriels du Nord (Annaba et Skikda) et les centres d'échanges au Sud (Oum El Bouaghi et Tébessa)**
- **Des sites naturels remarquables :**
  - la cascade « Hammam Meskhoutine »
  - les grottes :
  - le lac sous-terrain
  - les falaises :
  - les parcours pittoresques :
- **Le climat joue lui-même un rôle important dans les activités de l'homme, parmi ces activités le tourisme qui reste une activité tributaire des conditions climatiques de la région, il peut constituer un facteur favorable, comme il peut imposer des contraintes.**

Le territoire de la Wilaya de Guelma se caractérise par un climat subhumide au centre et au Nord et semi-aride vers le Sud.

- **L'eau constitue l'un des principaux biens qu'exploite le tourisme et dont dépend, puisqu'elle apporte une valeur ajoutée essentielle du point de vue paysager. En outre, la quantité et la qualité de l'eau posent très souvent des contraintes au niveau de l'offre touristique.**
- **Les eaux thermales:**

---

<sup>45</sup> Schémas de Développement Stratégies d'Aménagement Et de Prospective du secteur du tourisme 2015.

Guelma est dotée de plusieurs sources thermales réparties sur l'ensemble du territoire de la wilaya elle renferme 25 sources thermales selon l'étude élaborée, en 2983, par l'ENET, mais cela ne reflète jamais le nombre exact de sources présentées sur le territoire de la wilaya.

- **Une couverture forestière importante :**

Les forêts de Guelma présentent une ressource naturelle importante, cette dernière doit être protégée et bien exploitée dans les divers domaines de développement. Elles occupent plus de 31% (116 864 Ha) de la superficie totale de la wilaya (368 624 Ha).

- **Les potentialités culturelles : le duo TOURISME-CULTURE est un moteur économique extrêmement puissant.**

Guelma, riche de son histoire ancienne et contemporaine, où plusieurs civilisations ont concouru à l'édification de son patrimoine culturel. Elle contient de nombreux monuments et sites historiques, qui constituent des atouts certains pour un développement touristique d'envergure régionale, nationale et internationale. Cette impressionnante diversité de sites et monuments historiques est sans nul doute l'une des plus importantes richesses de la région, ou pas moins de 500 sites ont été répertoriés et identifiés.

- **L'AGRICULTURE :**

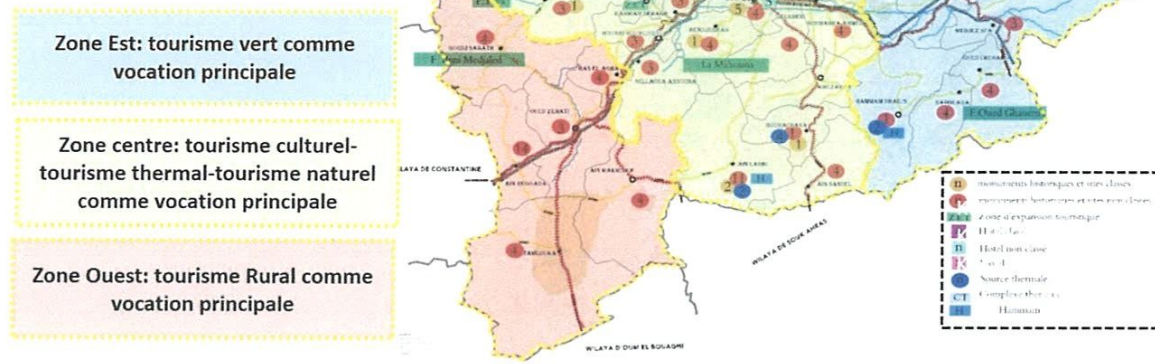
Vocation agricole par excellence, avec une superficie agricole totale d'environ 78 % (285 516.5 ha), dont 185 552 ha de superficie agricole utile soit 64.98% de la surface agricole totale.

L'agriculture fournit les produits de base nécessaires pour une part importante pour l'industrie de transformation et l'artisanat (Aliments, bois, etc...). Dans le domaine du tourisme, l'agriculture assume également d'importantes tâches, où elle configure et organise le paysage.

Ces activités agricoles peuvent apporter une clientèle touristique et cela par la bonne qualité des produits en contribuant au développement du tourisme dans la Wilaya.

SDATW-GUELMA  
 LES TERRITOIRES TOURISTIQUES DE LA WILAYA DE GUELMA (ZONAGE)

Selon les conditions naturelles du milieu, les caractéristiques des sols, l'utilisation des terres et les différentes potentialités, le territoire de la wilaya a été morcelé en trois zones plus ou moins homogènes et similaires



Carte 4 : les territoires touristiques de la wilaya de Guelma (zonage)

4) Analyse AFOM :

ATOUPS	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Des conditions géographiques remarquables</li> <li>• La situation géographique stratégique, particulièrement dans la Région Nord-Est ou elle fait partie de l'espace de programmation territoriale Nord-Est</li> <li>• La proximité de la frontière tunisienne</li> <li>• Une grande diversité dans les paysages (montagnes, plaines, plateaux ...)</li> <li>• Une couverture forestière importante</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un maillage faible et hétérogène sur l'ensemble du territoire en matière d'hébergement</li> <li>- Un besoin de qualification de l'offre</li> <li>• Une offre de services touristiques inégale pouvant générer le risque d'une inadéquation avec le marché</li> <li>• Une lisibilité difficile de l'offre</li> <li>• Une différenciation difficile compte tenu d'un manque de structuration de l'offre</li> </ul>

- **Tourisme thermal, de santé et de bien-être ;**
- **Tourisme culturel ;**
- **Ecotourisme ;**
- **Tourisme rural ;**
- **Tourisme de pêche, varappe, spéléologie, plongée et les sports nautiques ;**
- **Tourisme de mémoire**

## **6) Présentation de la ville (Hamмам Debagh) :**

Hamмам Debagh est un chef-lieu de daïra, il s'étale sur une aire avoisinant les 7645 km<sup>2</sup>, issue du découpage administratif découlant de la loi n° 81/09.

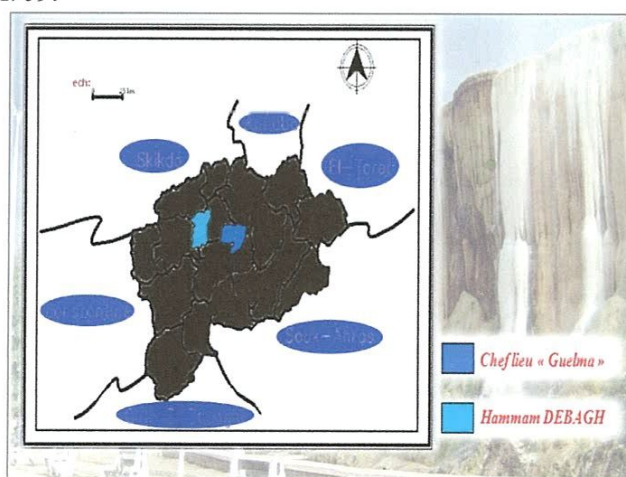
Il est limité comme suit :

**Au Nord :** la commune de Roknia.

**Au Sud :** la commune de Houari Boumediene.

**A l'Est :** la commune de Medjaz amar.

**A l'Ouest :** la commune de Bouhemdane.



**Carte 5 :** Localisation du site d'intervention

## **7) Diagnostics Hamмам Debagh :**

Le thermalisme, à Hamмам Debagh, représente un potentiel touristique non négligeable pour son économie touristique. Il est considéré comme un moyen de divertissement et de détente, dont la valorisation pourrait élargir la gamme du produit touristique.

Hamмам Debagh est l'une des régions thermales les plus importantes en Guelma, où le thermalisme s'impose incontestablement en tant qu'atout maître.

L'unique étude menée par l'Entreprise nationale des études touristiques (ENET), a répertorié 15 sources thermales dans les communes de Hamмам Debagh, Héliopolis, Ain Larbi, Hamмам N'baïls et Bouhachana.



<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Des filières identitaires à fort potentiel</b></li> <li>• Une offre touristique importante et variée</li> <li>• Des filières identitaires à fort potentiel en matière de patrimoine matériel et immatériel</li> <li>- <b>Ressources humaine locale</b></li> <li>• Population locale jeune</li> <li>- <b>Une industrie en plein essor</b></li> <li>- <b>Une fonction économique qui s'affirme à travers les potentialités agricoles et la grande surface agricole utile</b></li> <li>- <b>Thermalisme, un atout maitre</b></li> <li>- <b>Un foncier industriel conséquent</b></li> <li>- <b>Base économique commerciale très importante</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un développement qui nécessite de s'appuyer des équipements ou évènements pouvant jouer le rôle de locomotives</li> <li>- <b>Pollutions diverses</b></li> <li>- <b>Insuffisance d'acteurs de mise en œuvre du tourisme pouvant prendre en charge la promotion et le développement du tourisme dans la wilaya ;</b></li> <li>- <b>-Le riche produit du terroir (l'art culinaire) n'est pas mis en valeur afin de le faire connaître et partager par les visiteurs.</b></li> <li>- <b>L'inexistence du potentiel foncier touristique</b></li> <li>- <b>Insuffisance d'acteurs de mise en œuvre du tourisme pouvant prendre en charge la promotion et le développement du tourisme dans la wilaya ;</b></li> <li>- <b>Mauvaise répartition de la population sur le territoire, concentration de la population au niveau de quelques centres et particulièrement le CLW</b></li> <li>- <b>Un réseau routier relativement important et diversifié, mais qu'il reste insuffisant</b></li> </ul>
<p><b>OPPORTUNITES</b></p>	<p><b>MENACES</b></p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- La wilaya de Guelma fait partie de l'espace de programmation territoriale Nord-Est</li> <li>- Appartenance dans un pôle d'excellence touristique puissant, celui du Nord-Est sachant que les 7 pôles d'excellence touristique identifiés par le SDAT 2030, sont appelés à devenir de véritables « VITRINES SYMBOLES » de la nouvelle Destination Algérie ; une destination touristique durable, compétitive, innovante, originale et de qualité.</li> <li>- La wilaya fait partie des 18 pôles d'économie du patrimoine «PEP», autour des monuments et sites romains</li> <li>- la relance de l'industrie : La wilaya de Guelma fait partie des zones intégrées de développement industriel polyvalentes (ZIDI)</li> <li>- Investissement touristique pour augmenter l'offre touristique ;</li> <li>- Valorisation des produits du terroir ;</li> <li>- Possibilité de développer de nouvelles activités touristiques (randonnées, ski, escalade, golf ...)</li> <li>- Développement d'un système productif local basé sur la filière huile d'olives, céréales et tomate</li> <li>- La nouvelle zone industrielle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un positionnement géographique entre des territoires attractifs</li> <li>- Patrimoine naturel menacé par la dégradation, feux de forêt, l'érosion, déboisement ;</li> <li>- Déséquilibre de développement économique entre les communes de la wilaya, risque d'accentuer l'exode et d'annihiler la politique de redéploiement ;</li> <li>- Déchéance du patrimoine touristique à cause de la dégradation des sites historiques et culturels par insuffisance ou absence d'entretien et par l'urbanisation non contrôlée, la destruction d'un fort potentiel d'économie touristique essentielle pour le développement local ;</li> </ul>
---	--

### **5) Les vocations touristiques principales de la wilaya de guelma :**

Avec un débit important, ces eaux thermales présentent des caractéristiques chimiques recommandées pour le traitement de plusieurs maladies et infections cutanées, articulaires, nerveuses, respiratoires et oto-rhino-laryngologiques, selon les scientifiques.

Il est à noter que La célèbre station thermale de Hammam Debagh de Guelma est en train de connaître une mue remarquable avec la venue de nombreux investisseurs, qui semblent résolus à moderniser le site et à le rendre plus attrayant en y implantant des infrastructures répondant aux normes internationales.

### **8) Analyse AFOM :**

<b>ATOUPS</b>	<b>FAIBLESSES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La situation géographique stratégique</li> <li>• Une grande diversité dans les paysages (montagnes, plaines, plateaux ...)</li> <li>• Population locale jeune</li> <li>• Une couverture forestière importante</li> <li>• station thermale réputée</li> <li>• qualité naturel de l'eau</li> <li>• les ruines naturelles (cascade et les dolmes ....)</li> <li>• la fréquentation touristique de l'agglomération</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• manque d'hygiène.</li> <li>• manque de mise en valeur</li> <li>• l'absence des espaces de loisir</li> <li>• L'insuffisance des équipements</li> <li>• faible offre de restauration et hébergement</li> <li>• L'absence du personnel spécialisé au thermalisme</li> <li>• faible qualité de transporte</li> <li>• le manque des investissements</li> <li>• manque d'accessibilité numérique</li> </ul>
<b>OPPORTUNITES</b>	<b>MENACES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Appartenance dans un pôle d'excellence touristique puissant, celui du Nord-Est sachant que les 7 pôles d'excellence touristique identifiés par le SDAT 2030, sont</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un positionnement géographique entre des territoires attractifs</li> <li>• Déchéance du patrimoine touristique à cause de la dégradation des sites historiques et culturcls par</li> </ul>

<p>appelés à devenir de véritables « VITRINES SYMBOLES » de la nouvelle Destination Algérie ; une destination touristique durable, compétitive, innovante, originale et de qualité.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Possibilité de développer de nouvelles activités touristiques (randonnées, ski, escalade, golf ...)</li> <li>• Investissement touristique pour augmenter l'offre touristique</li> </ul>	<p>insuffisance ou absence d'entretien et par l'urbanisation non contrôlée, la destruction d'un fort potentiel d'économie touristique essentielle pour le développement local</p>
--	---

<p><b><u>Les enjeux :</u></b></p>	<p><b><u>Les senario :</u></b></p>
<p><b><u>Environnementale :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une volonté de mise en scène de l'eau</li> <li>• Créer des paysages artificiels</li> </ul> <p><b><u>Sociale :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impliquer et faire participer au projet la population locale</li> <li>• développement des ressources humaines</li> </ul> <p><b><u>Loisir :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intégration des équipements de loisir</li> </ul> <p><b><u>Mobilité :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilité le transport</li> <li>• Intégré des moyen de transport doux</li> </ul> <p><b><u>Attractivité :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Faciliter l'accessibilité à l'information</li> <li>• Evaluer la notoriété de la station</li> </ul>	<p><b><u>Environnementale :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• créer des placettes artificiels et fontaines</li> </ul> <p><b><u>Sociale :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Créer un comité de pilotage</li> </ul> <p><b><u>Loisir :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Créer des espaces de detente (parc aquatique)</li> <li>• Des aires de jeu et de sport (complexe sportive )</li> </ul> <p><b><u>Mobilité :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• gare intermodale , téléphérique</li> </ul> <p><b><u>Attractivité :</u></b></p>

- Attirer une clientèle plus large

**Economique :**

- Dynamiser et diversifier le commerce
- Attirer les investisseurs

**Médicale :**

- améliorer la qualité de la station
- Des structures médicalisées
- Qualifier le staff médicale avec des formation dans le domaine

- **Faciliter l'accessibilité à l'information (des sites web) et des panneaux publicitaires dans la ville**

**Médicale :**

- **centre de formation médicale**
- **complexe touristique thermale**

**Hébergement et commerce :**

- **des hôtels et des centres commerciaux.**

D'après ce scénario je choisis un complexe touristique comme projet de fin d'étude

**9) Critère de choix de terrain :**

1. **La ville :**
2. **Les espaces de promenades :**
3. **Les paysages :**

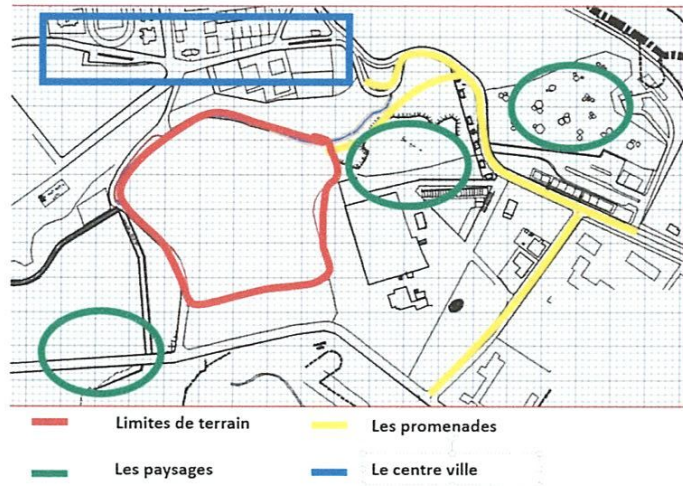


Schéma 4 : critère de choix de terrain.

## 10) Programation : (complexe thermique )

### 10.1) Le programme du bloc thermal :

Espace		Définition	N°	Surface m2
Accueil	Hall de dégagement		1	300
	Réception	-	1	35
	Salle d'attente	-	1	80
	Commerce spécialisé	-	1	40
	Sanitaire	-	2	30
Administration	bureau directeur + secretaire	-	1	40
	Bureau pour personnel	-	2	40
	salle de réunion			60
	Sanitaire	-	1	20
Service de consultation	Hall + Salle d'attente	-	1	20
	Réception	-	1	20
	B . des medecins	-	4	90
	Infirmierie	-	1	20
	Local radiographie	-	1	16
	Laboratoire	-	1	40
	Sanitaire	-	1	15

Service balnéothérapie	Bain simple	Technique modulable permettant la pénétration à travers la peau des oligo-éléments de l'eau thermale.	54	27
	-Bain localiser		3	16
	Douche filiforme et massage sous l'eau	<p>- Douche filiforme et massage sous l'eau</p> <p>Plus de courbatures après l'action bienfaisante d'une douche à affusions, il suffit de s'allonger, sur une table de massage et de se laisser asperger par une rampe d'eau thermale.</p> <p>Indication thérapeutique :</p> <p>-Affection gynécologique –Ruile</p> <p>-Priorisais</p> <p>Exigence :</p> <p>-Température : 36° à 38°. -Durée : 20 min</p>	2	16
	Douche lombaire	<p>Douche lombaire</p> <p>C'est une salle de massage sous l'eau sur le lombaire aménagée par deux robinets qui font sortir de l'eau à une forte pression.</p> <p>Indication thérapeutique :</p> <p>Les problèmes lombaires.</p> <p>Exigence : Température : 36° à 38°</p> <p>Durée : 10 à 15 min.</p>	3	16
Bain Papillon	<p>C'est une salle aménagée par une baignoire de forme papillon avec brancard électrique utilisé pour les handicapés</p> <p>Capacité : 800 l/soin T : 36° à 42°C</p>	2	16	

	Sauna	Utilisation alternée d'air chaud sudation dans un air chaud sec avec beaucoup de vapeur d'eau pur	2	60
	Douche au jet	C'est un massage sous l'eau pour tout le corps, évitant les creux et la tête à haute pression, et c'est un traitement efficace contre la cellulite  Indication thérapeutique : -Affection gynécologique. -Pruite -Proriasis.  T : 36° à 38° C	4	12
	Piscine de marche	C'est une piscine de forme de cheminement, réservée pour les personnes handicapées  Indication thérapeutique : -Rhumatisme -Arthrose	2	30
	Piscine de rééducation	réservée pour les mouvements.  Indication thérapeutique : -Rhumatisme -Arthrose.	1	100
	Sanitaire	-	2	16
	Infrarouge /ultraviolet	Durée de la séance, 7 à 10 min	2	30
	/Vibromassage	-Vibromassage Durée de la séance 5 à 7 min	2	25
	/Ultrason massage à sec	-Ultrason	2	25



		massage à sec Durée de la séance 15min	2	20
	Paraffine	-Paraffine Durée de la séance 15 min	2	25-30
	Les boues thermales	Les boues thermales Durée de la séance 30 min	6	25
	Inhalation et buvette	Inhalation et buvette  Grâce à la richesse de gaz thermaux inhalés leur action très diversifiée au niveau des vois aériennes supérieures et la sphère ORL.  Indication thérapeutique : -Asthme -ORL -Allergie  Exigence : Durée : 10 à15 min.	2	30
	MASSAGE AU PIERRE CHAUD		7	15
	SALLE DE GYM		1	120
	SALLE MECANOTHERAPIE		1	120
	VISTAIRES		2	120
Annexe	Atelier d'entretien	Réparation de matériels de l'établissement	2	30
	DEPOT DE BOUE THERMALE		1	40

### **10.2) L'Hôtel 3 étoiles:180 lits**

Espaces	N°br	Surface (m <sup>2</sup> )
Hall d'entrée	01	70-100
Réception	01	12-35

<b>Accueil</b>	Standard	01	12	
	Bagagerie	01	6-10	
	Poste de surveillance	01	6	
	Ascenseur	01	2	
	Salon de thé	01	80	
	Bloc sanitaire	02	18	
	Boutiques	02	16	313
<b>Administration</b>	Bureau directeur	01	20	
	Bureau secrétaire	01	12-16	
	Bureau comptable	01	12	
	Salle de coffre	01	16	
	Bureau gestion	01	12	
	Salle de réunion	01	40	
	Bureaux d'infirmierie	01	40	
	Bloc sanitaire	02	18	164
<b>Hébergements</b>	Chambre à 1 lit	20	14-18	
	Chambre à 2 lits	30	16-25	
	Chambre handicapée	03	20-30	
	Suite à 2 lits	20	40	
	Office d'étage	/	12/étages	
	Chambre de nettoyage	/	08	2285
<b>Espace</b>		N°br	Surface (m <sup>2</sup> )	
	Cuisine	01	50	

<b>Services</b>	Chambre froide	01	24	
	Chaufferie	01	30 - 40	
	Lingerie	01	50 - 60	
	Buanderie	01	75 - 95	
	Blanchisserie	01	60	
	Local poubelle	01	10 - 30	
	Loge-gardien	01	16	
	Stocks matériels	01	40	
	Dépôt général	01	70	
	Economat	01	11 - 20	
	Bureau contrôle personnels	01	16	
	Bureau chef personnel	01	20	
	Douche + Sanitaire	01	20 + 8	
	Vestiaires	01	20	
	Groupe électrogène	01	30	
Atelier d'entretien	01	80	699	
<b>Locaux communs</b>	Restaurant	01	140-150	
	Cafétéria	01	102	
	Banquet	01	136	
	Boutiques	02	16	1044

### 10.3) Bungalows:

Type	Nombre de Bungalow	Surface unitaire (m <sup>2</sup> )	Surface totale (m <sup>2</sup> )

Petit (F2)	24	70	1680
Grand (F4)	24	150	4080
Somme	48	220	5760

Espace		Nombre	S (m <sup>2</sup> )
F2	Chambre	1	16
	Cuisine	1	08
	Séjour	1	20
	Salle de bain	1	08
F4	Chambre 1	1	16
	Chambre 2	1	16
	Chambre 3	1	20
	Cuisine	1	10
	Séjour	1	40
	Salle de bain	1	10

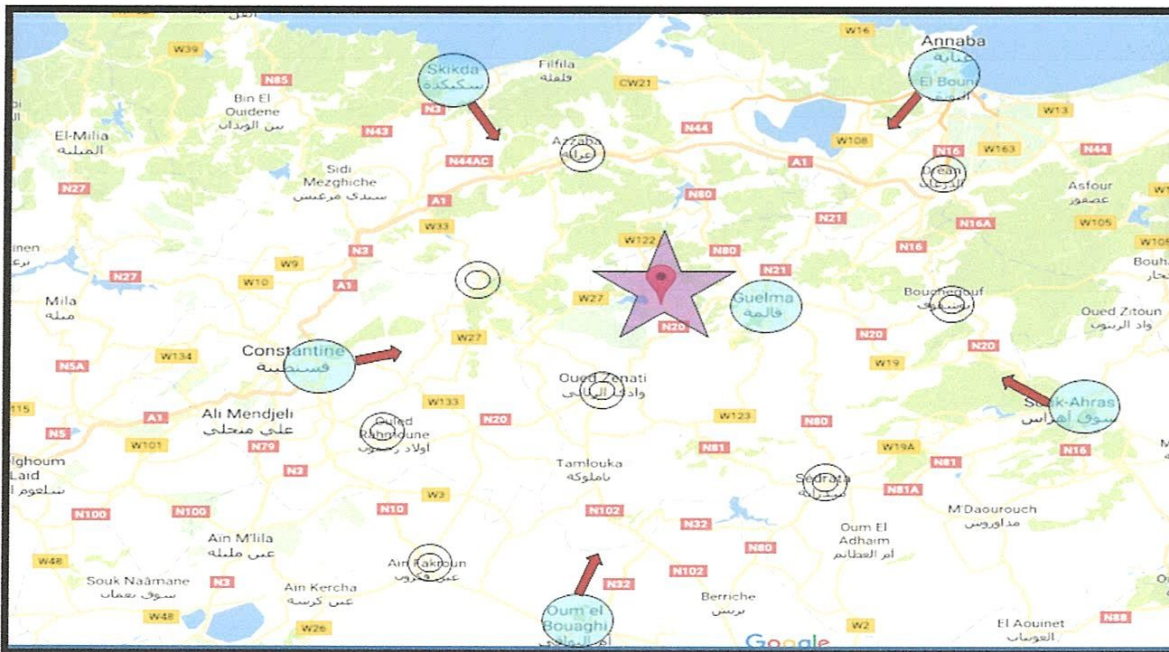
- Piscine
- Espace commerciales : 8
- Packings : 300 places

#### **10.4.) Les équipements sportifs**

Espace	Nb	Dimension du trace de jeux	Zone de degagement	Surface totale
Handball		4 x 20	2 m	1050
Basket-ball		28 x 15	2 m	610
Volley-ball		18 x 19	3 m	360
Terrain de football	3	105 x 70	2 m	7350
Terrain de tennis	7	16 x 08	2 m	770

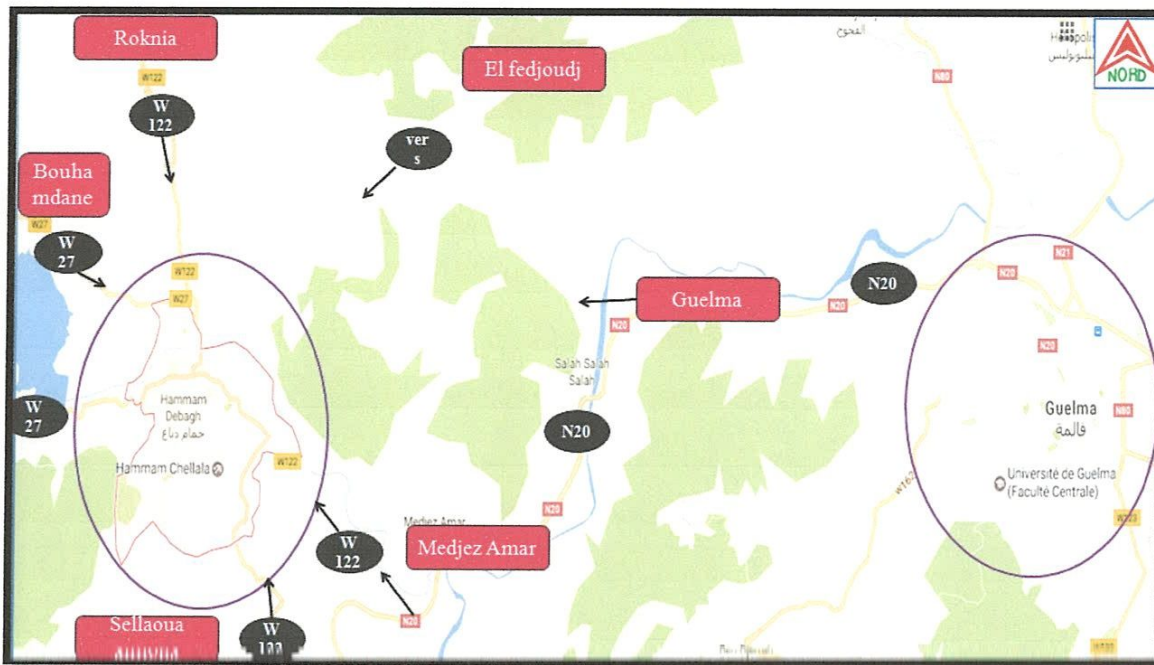
Terrain de pétanque	8	16 x 08	2 m	770
Piscine couverte	1	50 x 25	4 m	1400
Salle de sport couverte	1	40 x 20	4 m	1000
Administration :				
- Bureau directeur				20
- Secrétariat	1			15
- Salle des associations sportives	1			20
- Salle de personnel de service	1			20
- Salle de réunion				30
- Bureau de comptabilité	1			25
- infirmerie	1			20
- sanitaires	1			30
- vestiaires + douches	4			80
Locaux technique				200
parking				50

### 11) La situation par rapport les wilayas et les commune voisins



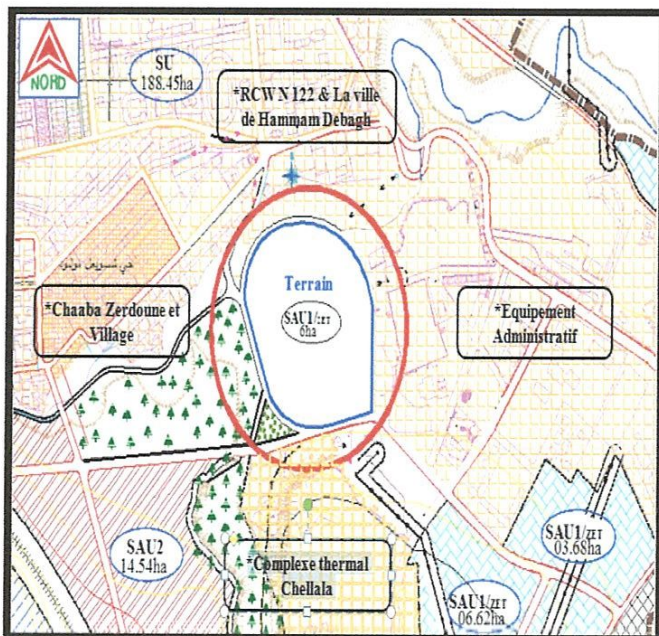
la ville Debagh occupe un emplacement stratégique central par rapport les villes voisine destination touristique de l'est.

## 12) Comment entrer à la ville de Debagh à partir d'autre ville voisin



La ville est accessible a partir plusieurs voies qui relie la ville et les commune voisins

### Situation



Le terrain d'assiette du projet réservé à la ZET se situe à une altitude de 230m occupant une superficie d'environ de 06 hectares. Le site se trouve à proximité des équipements administratifs, scolaires culturels et commerciaux.

#### Il est limitée par :

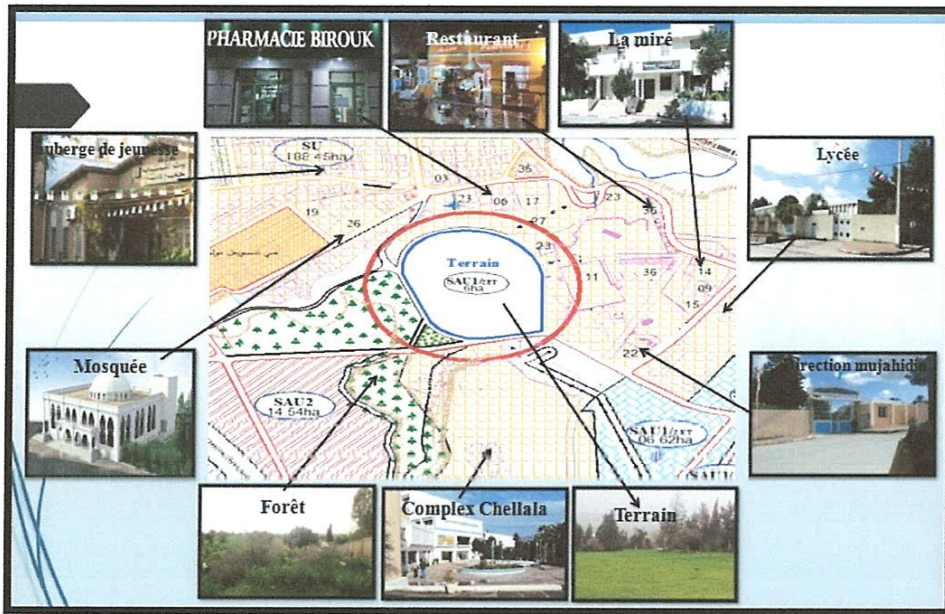
Au Nord : par la route CW12

Au Sud : par le complexe thermale.

A l'Est : par l'équipements de la ville.

A l'Ouest : par Chaabet Zerdounie.

### 13) Limites et environnement immédiat :



### 14) Plan de situation

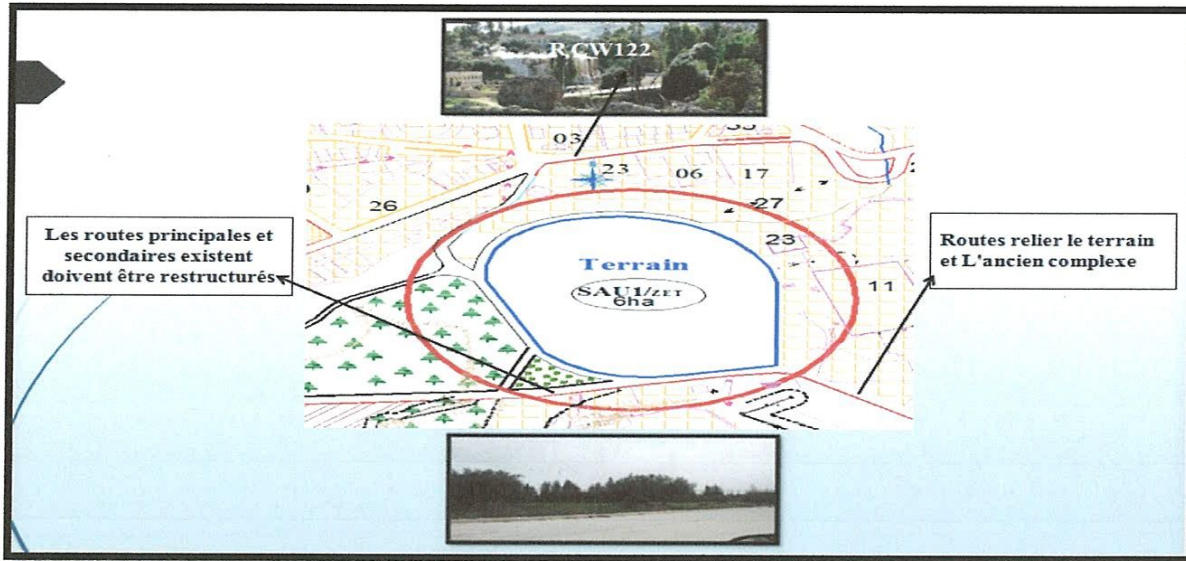


### 15) Accessibilités:

Le terrain est accessible à partir de deux voies mécaniques .

IL est desservi par le CW12 qui passe entre le terrain, les dolmens et la cascade en liant le complexe touristique au village; au sud par un voie secondaire.

Ainsi que par une route projetée par l'étude du PDAU qui traverseront le terrain en son milieu.



## 16) Analyse du milieu physique

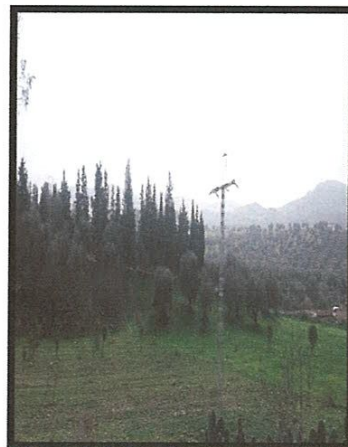
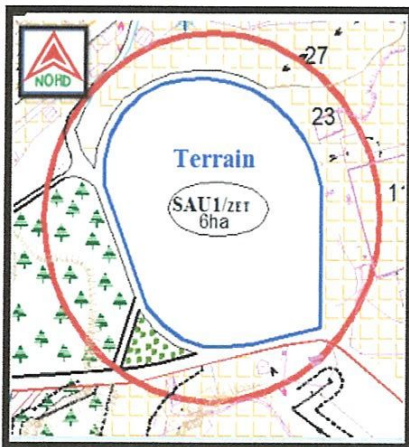
### Nature juridique des terrains

D'après le plan cadastral, l'aire d'étude est constituée des terrains domaniale (POS :ZET)

### L'aspect morphologique

Le terrain retenu pour l'étude du P.O.S ZET Hammam Debagh qui s'étalent sur 7.4 ha, est non urbanisé.

### Le système des pentes



- \*La pente de terrain est variée entre 3% et 10%.
- \*Elle est favorable à tout type de construction (équipement).
- \*C'est un terrain de composition géologique rocheuse.
- \*Selon les pentes, on peut partager le terrain en trois zones : zone de faible pente, zone de pentes moyenne.

## Caractéristiques climatiques



La zone est située sur le territoire de Tell Atlas et le même climat qui distingue tous les climats Atlas Tell qui est caractérisé par hivers froids et pluvieux de l'été chaud et sec.

### Les précipitations:

Mois	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	O	Total
Précipitations	37	53	66	97	102	84	68	53	54	21	08	11	654

(source: Révision PDAU Hammam Debagh)

### Températures

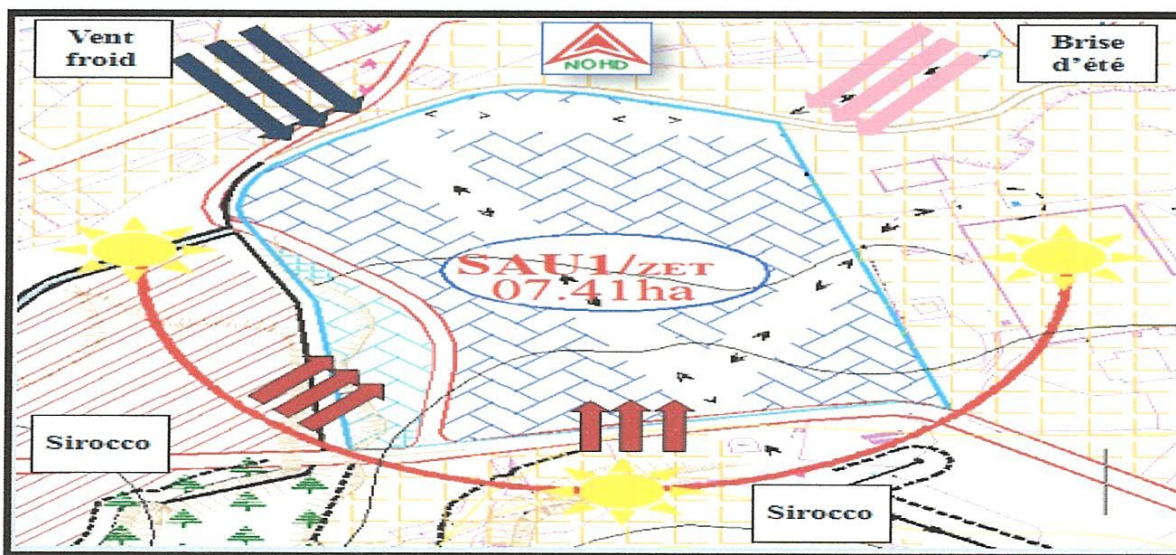
Mois	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A
T°mC°	24.0	19,0	14,4	10,6	9,3	10.1	12,2	14,4	18,0	24.0	26,0	26.6

(source: Révision PDAU Hammam Debagh)

### L'humidité relative de l'air

On analysant les moyennes mensuellement de l'humidité relative, on peut constater que l'humidité maximale est observée au mois de Décembre et Janvier avec 70% et la minimale au mois de Aout avec 46%. Donc, on peut dire en conclusion que la variabilité de l'humidité est inversement proportionnelle à la température.

### Les vents dominant et les l'enseillement



Il y a deux types de vent qui touche notre terrain qui sont:

- les vents Nord-Ouest (Les vents dominants) , et Nord-est (brise d'été)

- des vents Sud-est et Sud-ouest (sirocco) sont des vents chauds qui soufflent sur une période de 14 jours de mois d'aout.

Le terrain est ensoleillé de l'est jusqu'à l'ouest, car sa situation forcent les rayons du soleil d'ensoleillé le terrain.

### Vues préférentielles.

L'altitude du terrain crée une dominance et un champ visuel libre, panoramique et multidirectionnel (sur 04 directions) de diverses natures :

**Au Nord** : vers la ville.

**Au Sud** : le complexe Hammam Debagh.

**A l'Est et A l'Ouest** : la montagne.

### Hydrologie :

Un fort potentiel en eau, caractérise une partie de la commune de Hammam DEBAGH au voisinage de la ZET, notamment les sources thermales de Hammam DEBAGH

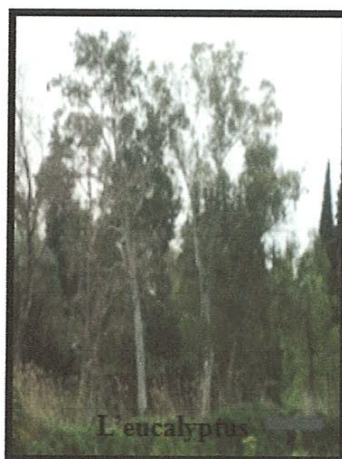
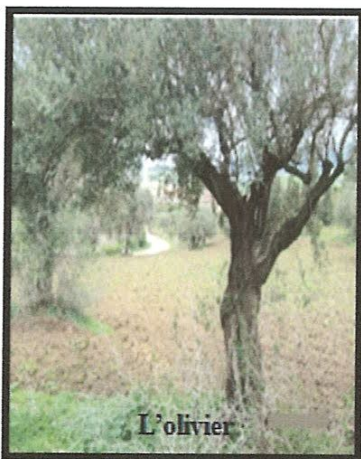
### Nature géologique et géotechnique

La synthèse des données topographiques, hydrographique et géologique nous permettrons de conclure que le site se classe en générale dans la catégorie des terrains favorables à l'urbanisation.

Il est caractérisé par une grande capacité force portante du sol « marno-calcaire, calcaire conglomératique albien » donc favorable à la construction

Il existe plusieurs types d'arbres dans le site dont les caractéristiques et l'utilité sont multiples:

L'élévation du taux d'humidité- Epuration de l'air- La mise en valeur des espaces publics- La meilleure adaptation vis a vis les éléments climatiques- La création d'un microclimat



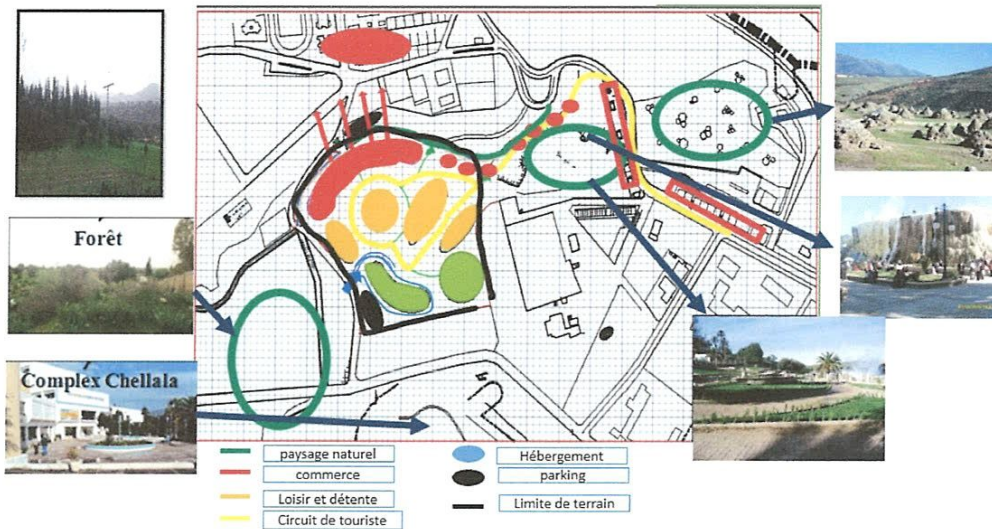
## 17) Conclusion:

Après l'analyse du site tous les éléments adéquats pour faire un aménagement touristique :

1. Classement de la ZET parmi les prioritaires.
2. accès facile au site.

3. Site éloigné, milieu naturel donc milieu tranquille.
4. Une morphologie descendante.
5. Une variété des percées visuelles.

### **18) Principe d'organisation de plan de masse :**



- Relier le projet avec la ville par le commerce
- Assurer la continuité de promenade par alwad et le commerce et le loisir et détente
- Positionner les fonctions de bruit dans la partie bas
- Conserver et revaloriser la nature avec des esplanades en vers et des jets d'eau
- Positionner l'hébergement ans la partie haut pour assurer la vue panoramique (cascade, et le foret) et le calme

## **19) Conclusion Générale :**

A travers ce mémoire de fin d'étude nous nous sommes interrogés sur l'organisation du système du Voyage aventure et tourisme. Nous avons ainsi appréhendé ce phénomène dans sa globalité autour

D'une première partie. Le projet urbain est un ensemble de démarches essentiel pour le bon choix d'un projet architectural en générale et plus important dans le cas d'un projet touristique c'est mettre en évidence la nécessité de trouver le juste équilibre dans le triangle économie, environnement, sociétés.

Dans la deuxième partie. Nous avons retracé l'évolution du tourisme afin de comprendre Pourquoi et dans quelle optique nous étions amenés à traiter d'un « tourisme classique vers le tourisme durable », qui se développe en réponse du tourisme de masse et balnéaire. Nous avons ensuite tenté de comprendre les notions de tourisme important pour développement social, économique et politique de nombreux pays.

Enfin Hammam Debagh a les capacités d'être un pôle d'attraction touristique s'il y a des conditions d'une bonne étude urbaine et une planification de futur pour aboutir un aménagement touristique qui répond aux critères de durabilité.

ANNEXE

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la recherche scientifique

Université 08 Mai 1945 Guelma

Faculté de Science et Technologie

Département d'Architecture

Projet de fin d'étude pour l'obtention du diplôme de master en architecture

Option : Projet urbain et développement durable

Promotion juin 2017

Notre projet de recherche concerne le tourisme thermal et projet urbain durable a la ville de Hammam Debagh, et dans le but de mieux intervenir sur notre site, créer un complexe touristique thermal de haute qualités et d'améliorer la qualité de vie et d'aménager les zones d'extensions touristique dans le cadre de projet urbain et développement durable.

Ce questionnaire vous donne l'occasion de partager vos idées quant aux façons d'assurer votre bien-être, soins, détente et votre sécurité dans votre ville touristique. Votre avis est important pour nous. Et vos réponses nous seront de très grand apport.

**1- Identification :**

Sexe  M  F

Age

Etes-vous :

Résident

De passage

travaillez ici

Autre .....

**2- Etude de la population :**

- Vous habitez ici depuis quand ?

.....

- Pourquoi avez-vous choisi de s'installer à la ville de Hammam Debagh ?

.....

## ANNEXE

- Vous êtes combien dans la maison ?  
.....
- Quelle est votre activité ?  
.....

### 3- Etude de ville de Hammam Debagh:

- Que pensez-vous de la ville de Hammam Debagh ?  
.....
- Envisagez-vous de rester ou partir de la ville de Hammam Debagh ? pour quelle raison ?  
.....
- Quelle est votre opinion sur la ville de Hammam Debagh, surtout qu'elle est une destination touristique d'excellence ?  
.....
- Etes-vous satisfait des types de services présents au cette ville touristique ?  
.....
- Vous préférez passer votre temps libre dans la ville ou ailleurs ?  
.....

### 4- Etude des infrastructures touristiques (complexe touristiques thermal) :

- Êtes-vous satisfait de l'état actuel des zones touristiques et de l'établissement touristique ? (cas complexe Chellala par exemple).  
.....
  - Que dites-vous au sujet des services offerts par les équipements touristiques et surtout le complexe Chellala ?  
.....
  - Allez-vous au complexe pour le bien être et détente ou pour le traitement seulement?  
.....
  - Sentez-vous de bien-être, soins, détente et sécurité dans les équipements touristique ?  
.....
  - Etes-vous pour ou contre la création des nouveaux hôtels et des nouveaux complexes touristiques thermaux ?  
.....
- Saviez-vous la création complexe touristique thermal de haute qualités vont faire La promotion du tourisme thermal et faire Hammam Debagh une vitrine du savoir-faire du tourisme Guelmi. ?  
?.....

## BIBLIOGRAPHIE

- 1) Bilan D'activité De La Direction Du Tourisme Et De L'artisanat De Jijel Pour 2010.
- 2) Le Dictionnaire « Petit La Rousse »,1986, P21
- 3) Encyclopédie Microsoft, Encarta, Collection 2003, Industrie Du Tourisme
- 4) Encyclopédie Universelle 9eme Edition
- 6) Définition Des Professeurs, « Hunziker Etkrape » Tiré De La Revue Economie Touristique
- 7) Organisation Mondiale Du Tourisme (Omt) : Annuaire Des Statistiques, Espagne, 2010
- 8) Mémoire De Fin D'étude, Khaled Seloua « 2008 » Complexe Touristique A Annaba
- 9) Exposée Projet Architecture Et Tourisme 3<sup>eme</sup> Années Oum El Bouaghi 2015
- 10) Mémoire Mezghache Mounia Et Slimane Kahlouli Cherifa -Aménagement Touristique- La Messida
- 11) Mémoire Bouzoualegh Mounia -Thème Tourisme- *Université Montouri Constantine-2006*
- 12) Carte National 1976
- 13) Mémoire -Rabah Mémoire Tourisme- *Université Montouri Constantine-2010*
- 15) L'organisation Mondiale Du Tourisme (OMT)
- 16) François Lecompte Et Prima Allez, (2011). *Les Fran, Cais Et Le Tourisme Durable*. Université De Lyon.
- 17) Mémoire de master Professionnelle Université de Pau et des Pays de l'Adour 2013-2014.
- 18) Schéma Directeur d'aménagement touristique 2025. Mercredi, 25 Mars 2009 13:36.
- 19) <http://www.developpement-durable.gouv.fr/Le-tourisme-durable-definitions.html>.
- 20) Article 10 de la charte dite de RIO adoptée lors du sommet de la terre à Rio Di Janeiro en 1992.
- 21) COURS : A. BOUCHAREB. Projet Urbain. Master 1 Académique (2011/12)
- 22) THESE DE DOCTORAT Mr Djamel DEKOUMI UNIVERSITE MENTOURI 2007.
- 23) P. Jouret, La bataille des Marolles – 1981. Université Catholique de Louvain, Allemagne. p. 211.
- 24) MEMOIRE de Magistère Projet Urbain Mr : BELBACHA Mohamed Lamine Université de Constantine 2011.