# إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر – مناطق التوسع السياحي

**آمنــة بن المجــات**

كلية علوم الأرض، الجغرافيا و التهيئة العمرانية، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة

*تاريخ الإستلام 2017/10/20 – تاريخ القبول 2018/02/24*

**الملخص**

لتنمية السياحة الوطنية، اختارت الجزائر إستراتيجية مناطق التوسع السياحي لتهدف من خلالها إلى حماية المواقع و المناطق السياحية و استغلال مؤهلاتها السياحية بطريقة عقلانية و مخططة، و انطلاقا من هنا تم تصنيف 205 منطقة توسع موزعة عبر التراب الوطني. انتهجت الجزائر هذه الإستراتيجية في مرحلة مبكرة و اليوم، أي بعد مرور خمسون سنة بقيت متمسكة بهذه الفكرة و ترى فيها المخرج الأساسي لانفتاحها على السوق السياحي العالمي رغم أنها أصبحت تتسم بالعجز و ذلك لعدة أسباب نرجعها بالدرجة الأولى إلى الطبيعة القانونية للعقارات الواقعة ضمن نطاقها، خاصة المتعلقة بتلك الأراضي ذات الطبيعة الفلاحية و الملكيات الخاصة و التعدي العمراني عليها.

**الكلمات المفتاحية: السياحة، التنمية السياحية، المنافسة الدولية السياحية، مناطق التوسع السياحي.**

**Résumé**

Pour le développement du tourisme national, l'Algérie a choisi la stratégie des zones d'expansion touristique pour protéger les sites et les zones touristiques et exploiter leursressources touristiques de manière rationnelle et planifiée. Ainsi, 205 zones d'expansion ont été réparties sur le territoire national. L'Algérie a adopté cette stratégie à un stade précoce, et aujourd'hui, après cinquante ans, elleest restée fidèle à cette idée et la considère comme la principale solutionpour son ouverture au marché mondial du tourisme, bien que cette dernière soit devenue impuissante et pour plusieurs raisons, principalement la nature juridique de ses terrains surtout en ce qui concerne les terres de nature agricole, les propriétés privées et l'empiètement urbainà l'intérieur de ces zones.

***Mots clés :*** tourisme, développement touristique, la concurrence internationale du tourisme, zones d'expansion touristique.

***Abstract***

For the development of national tourism, Algeria has chosen the strategy of tourism expansion zones to protect the tourist sites and areas and to exploit its tourism qualifications in a rational and planned manner. So, 205 expansions areas have been distributedon the national territory. Algeria adopted this strategy at an early stage and today, that is, after fifty years she have remained adhering to this idea and see it as the main outlet for its openness to the global tourism market, although it has become impotent and for several reasons we refer mainly to the legal nature of the properties within its scope, In relation to those lands of agricultural nature, private property and urban encroachment.

***Keywords:*** tourism, tourism development, international tourism competition, tourism expansion areas.

© جامعة الاخوة منتوري قسنطينة 1, الجزائر, جوان 2018

# المقدمة

إن الاهتمام المتزايد بالسياحة دفع إلى تعاظم دورها في التنمية، حيث تعد التنمية السياحية أحد أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة، فالسياحة تعتبر من الأنشطة الإقتصادية الرائجة في العصر الحديث نظرا للتطور التكنولوجي الذي تشهده الحضارة الإنسانية و الذي انعكس على حياة الإنسان، سلوكياته، احتياجاته و رغباته خاصة التي تتعلق بالراحة و الترفيه من جراء الضغوطات التي يتحملها ضمن وسطه المهني و الإجتماعي، الأمر الذي جعل معظم الدول تولي القطاع السياحي أهمية متزايدة و تدخل في عجلة المنافسة الدولية لجلب عدد أكبر من السياح

و استعداد الجزائر اليوم لانفتاحها على سوق السياحة العالمية، وارتقاؤها إلى مصاف السياحة الدولية يواجهه التزايد الكبير في الخدمات ذات الجودة العالية.

الجزائر من بين الدول التي تحمل كل المواصفات الكمية و النوعية التي تؤهلها لأن تكون من الدول الأوائل في الميدان السياحي، فتنوعها الطبيعي و الثقافي إلى جانب ثرائها التاريخي يمثلون مؤهلات أساسية لتنمية السياحة و هي مؤهلات تنافسية فريدة من نوعها إذا ما قورنت بما تقدمه الدول السياحية الكبرى

يعتبر الموقع من ركائز النشاط السياحي في حالة توفره على مؤهلات سياحية متميزة سواء كانت طبيعية أو ثقافية أو متعلقة بموقع جغرافي أو إداري يمكنه أن يخدم النشاط السياحي، و انطلاقا من هذا المبدأ، انتهجت الجزائر إستراتيجية خاصة تتمثل في إنشاء مناطق التوسع السياحي، و هي مناطق يمكن استغلالها في تنمية نوع واحد أو عدة أنواع من السياحة. ومناطق التوسع السياحي هي مناطق محمية، منظمة ومصنفة، وتشمل منطقة بناء ومنطقة حماية طبقا لقوانين محكمة تعمل على تسييرها وتهيئتها.

فكرة مناطق التوسع السياحي قديمة، انتهجت منذ الستينات، و من تلك الفترة إلى يومنا هذا لم تشهد هذه الفكرة أي تغيير ولا أي إنجاز لها رغم أن الدولة لا تزال تحافظ عليها و تعتبرها أساس تنمية السياحة بالجزائر

و من تم تتمثل أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على إستراتيجية التنمية السياحية التي اعتمدتها الجزائر و واقع مناطق التوسع السياحي ، من خلال عرض مسيرة هذه الإستراتيجية منذ الاستقلال إلى غاية يومنا هذا، و العراقيل التي حالت دون تجسيدها على أرض الواقع

**1-تعريف التنمية السياحية**

يشير مصطلح التنمية (le développement) إلى تحسين ظروف ونوعية حياة السكان، ويشير إلى التنظيم الاجتماعي الذي يعمل على تحسين ظروف المعيشة و إنتاج الرفاه. و مفهوم التنمية يختلف عن النمو(la croisssance) ، فالنمو يقيس الثروة المنتجة في إقليم ما خلال السنة وتطورها من سنة إلى أخرى لكن دون التطرق إلى آثاره على الجوانب الاجتماعية، بالتالي لا يعطي اهتماما بمستوى المعيشة و لا بنوعية الحياة. ويمكن للنمو أن يساهم في التنمية، ولكن العكس ليس دائما صحيحا، فحتى في غياب النمو، فإن الأولوية تعطى للمنتوجات الأكثر فائدة و الأكثر إنصافا في توزيع السلع المنتجة و تحسين الظروف المعيشية للسكان و بذلك تخلق التنمية.

تشمل التنمية جميع القطاعات بما فيها الإقتصادية، الإجتماعية و الثقافية و حتى السياحية.

و التنمية السياحية هي عملية تكامل طبيعي و وظيفي بين عدد من العناصر الطبيعية الموجودة في المنطقة والمرافق العامة التي يتحتم وجودها كأساس لإقامة الاستثمارات السياحية ومقابلة إحتياجات السائحين[1] كما تمثل مدى اتساع قاعدة التسهيلات و الخدمات لكي تتلاقى مع احتياجات السائحين[2]

وتعرف كذلك على أنها الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها، وتتطلب تدخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوبا علمياً يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة وفي أقرب وقت مستطاع [3]

و بذلك فالتنمية السياحية تعبر عن مختلف الخطط و البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة في الموارد السياحية و تعميق الإنتاجية في قطاع السياحة، و تهتم بتوفير التسهيلات

والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، وتشمل جميع الجوانب المتعلقة بالأنماط المكانية للعرض والطلب السياحيين، التوزيع الجغرافي للمنتجات السياحية، التدفق والحركة السياحية، تأثيرات السياحة المختلفة.

تعتبر التنمية السياحية المستدامة نوع من أنواع التنمية السياحية و هي نقطة تلاقي ما بين احتياجات الزوار و المنطقة المضيفة لهم، مما يؤدي إلى حماية و دعم فرص التطوير المستقبلي، بحيث تتم إدارة جميع المصادر بطريقة توفر الحاجات الإقتصادية و الإجتماعية و الروحية، و لكنها في نفس الوقت تحافظ على الواقع الحضري والنمط البيئي للمقصد السياحي [4]

و تعني كذلك مناطق أو مدن تصلح للتنمية السياحية من خلال تزويدها بالمرافق الأساسية الإيوائية و الخدمية و الترويحية بالإضافة إلى الأعمال الهندسية المرتبطة بتنسيق الموقع مع الحفاظ المستمر على البيئة و إنشاء المحميات الطبيعية و الرقابة المستمرة للمقومات الطبيعية و السياحية و أيضا مراقبة انعكاسات المشاريع السياحية على البيئة.

بالتالي فالتنمية السياحية المستدامة يقصد بها العمل على إستخدام الموارد البيئية السياحية، البيئة الطبيعية والثقافية والإجتماعية، وصيانتها والمحافظة على فطرية كل هذه الموارد لأنها ليست ملكاً للجيل الحاضر وإنما هي ملكاً للأجيال المتعاقبة القادمة. [5]

تقوم التنمية السياحية على مجموعة من العناصر الأساسية أهمها:[6]

- عناصر الجذب السياحي وتشمل العناصر الطبيعية مثل أشكال السطح والمناخ والغابات، وعناصر من صنع الإنسان كالمتنزهات والمتاحف والمواقع الأثرية والتاريخية.
- النقل بأنواعه و وسائله المختلفة البرية، البحرية والجوية.
- الهياكل السياحية المتمثلة في أماكن الإيواء سواء التجاري كالفنادق والموتيلات أو أماكن الإيواء الخاصة كبيوت الضيافة وشقق الإيجار، بالإضافة إلى أماكن الإطعام و خدمات السفر مثل الوكالات السياحية.
- التسهيلات المساندة بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية و الحرف التقليدية والبنوك
- خدمات البنية التحتية كشبكات المياه والكهرباء والاتصالات و الطرق و المطارات[7]

كما يمكن حصر عوامل التنمية السياحية في ما يلي: [8]

- تعد السياحة عاملا اقتصاديا، بمعنى أن الدخل السياحي يتزايد في الأقاليم أو الدول التي تستطيع توفير كافة أو معظم متطلبات صناعة السياحة
- تتأثر السياحة بعامل الأسعار خاصة أسعار السفر والإيواء، فتزايد تكاليف الرحلة السياحية إلى إقليم معين يؤدي إلى ضعف الإقبال على السفر إلى هذا الإقليم من أجل السياحة
- خاصية التغير الكبير للطلب السياحي، و الذي يتأثر بعوامل خارجية لا يمكن التنبؤ بطبيعتها و بحجمها
- عدم قابلية المنتوج السياحي للتخزين كما في العديد من الصناعات، خاصة و أن السياحة تتصف بالموسمية و هذا يؤدي إلى عدم ثبات مستويات التشغيل في صناعة السياحة
- صعوبة استقطاب السياح و تعذر ضمان جذبهم سنويا إلى نفس الإقليم السياحي لكثرة المغريات السياحية في مختلف الدول، لذا يسعى العاملون في القطاع السياحي إلى خلق رضى دائم عند السياح على أمل عودتهم مرة أخرى
- المساحة الواسعة للأسواق السياحية العالمية و زيادة متطلبات و رغبات السياح من الخدمات السياحية [9]

و تهدف التنمية السياحية إلى تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية وإن أول محور في هذه العملية هو الإنسان الذي يُعَد أداتها، لهذا فإن الدولة مطالبة بالسعي إلى توفير كل ما يحتاج إليه. وإن التنمية السياحية تبدأ من تقدير الإنسان للأهمية السياحية، وللفوائد التي تحييها على كافة المستويات ، الاجتماعية، والثقافية، والإقتصادية. [10]

ويمكن تقسيم أهداف التنمية السياحية كآلاتي:

*أهداف تساهم في تنمية الجانب الاقتصادي*: و يمكن حصرها في الأهداف التالية :

- تحقيق نمو سياحي متوازن
- تدعيم الواردات الاقتصادية لكون السياحة مصدر للعملات الأجنبية
- زيادة فرص العمل سواء في القطاع السياحي أو في القطاعات المساندة للسياحة
- تنمية البنية التحتية و توفير التسهيلات اللازمة للسائحين و التي يستفيد منها كذلك المقيمون بالدولة
- الزيادة المستمرة في استخدام المنتوج الوطني من سلع و خدمات
- تحقيق التنمية الإقليمية و تنمية المناطق النائية

**أهداف التنمية السياحية الاجتماعية:**

- التعريف بالمقومات الأثرية و الدينية و التاريخية التي يزخر بها البلد
- توفير مرافق للإستجمام و الترفيه لكل من السياح والسكان المحليين
- حماية وإشباع الرغبات الإجتماعية
- تطوير الأماكن والخدمات العامة بدول المقصد السياحي
- تنمي لدى المواطن الشعور بالإنتماء إلى وطنه
- تزيد فرص التبادل الثقافي والحضاري بين كل من المجتمع المضيف والزائر

**أهداف التنمية السياحية البيئية:**

تعمل التنمية السياحية على الحفاظ على البيئة و حمايتها من التدهور من خلال وضع إجراءات حماية مشددة في المواقع البيئية كالغابات و الحظائر الطبيعية لتثمينها دون المساس بطابعها البيئي المتميز.

**أهداف التنمية السياسية:**

تعمل التنمية السياحية على نشر الثقافات وزيادة التواصل بين الشعوب وتطوير العلاقات السياسية بين الحكومات في الدول السياحية.[11]

**كيفية إعداد خطة التنمية السياحية**

إعداد خطة التنمية السياحية ترتبط بعوامل التنسيق والتنظيم والإدارة و يهتم بإعدادها الجهات المسؤولة عن النشاط السياحي من خلال وضع القوانين والأنظمة التي تتعلق بالنشاط السياحي مع تحديد الاختصاصات والمسؤوليات بين الأجهزة المعنية المختلفة وتشمل التسهيلات والخدمات التي توفرها الدولة والواردة ضمن الخطة العامة قبل إصدار التشريعات والأنظمة التي تسهل عملية إقامة المشاريع السياحية وتوفير التسهيلات التي تساعد على تنمية الحركة السياحية.[12]

وتتطلب هذه العملية الأخذ بآراء المسؤولين في أجهزة الدولة كل حسب تخصصه، وأيضاً ممثلي القطاع الخاص وممثلي المجتمعات المحلية، ومراجعة الدراسات المتوفرة والخرائط والبيانات الجغرافية والخصائص الطبيعية والبيئية ودراسة الأسواق السياحية، وخصائص السياح ومعدلات إنفاقهم وأوجه الإنفاق السياحي وكفاءة السياحة المحلية، وخطوط النقل الجوي...الخ. [13]

إن عملية تنمية وتطوير السياحة تكون بجرد المصادر التي يمكن استخدامها في الصناعة السياحية وتقويمها بشكل علمي بل وإيجاد مناطق جديدة قد تجذب إليها السائحين مثل القرى السياحية أو الأماكن المبنية خصوصاً للسياحة. والتقويم هنا ليس مجرد تخمين نظري، وإنما تقويم مقارن مع المنتجات السياحية للدول المنافسة واعتمادها على اتجاهات وخصائص الطلب السياحي العالمي والذي يعد الأساس في تحديد وإيجاد البنية التحتية والقومية للسياحة عبر تشجيع الاستثمار السياحي وتسهيل عمل شركات الاستثمار من خلال تخفيض الضرائب والإجراءات الجمركية على الأجهزة والمعدات اللازمة لمشاريعهم. [14]

وعلى التنمية السياحية أن تتماشى و متطلبات السياحة الحديثة و التي تختلف عن السياحية القديمة سياحة سنوات الخمسينات حتى سنوات التسعينات التي كانت تتميز بالكم الهائل من السائحين و الرحلات المنظمة التي تتصف بالجمود و عدم التطوير و حدوث ما يسمى بظاهرة السياحة الشعبية و التي ترتب عنها تركيز سياحي كبير في بعض المناطق السياحية و كانت سببا في تدمير البيئة بهذه المناطق. و لأن العالم يمر

حاليا بمرحلة كبيرة من التطور في جميع المجالات الإجتماعية، الثقافية، الحضارية، التكنولوجية، الإقتصادية و البيئية، هذا التطور أدى إلى دخول عصر السياحة الحديثة و التي تتميز بأربع صفات هي:[15]

- المرونة: و تكون من جهة مرونة في التنظيم و إنتاج و توزيع السياحة و من جهة أخرى مرونة لدى السائح في اختيار مقصده السياحي و الخدمات التي يتطلبها سفره
- تقسيم السوق إلى شرائح: حيث كان السياح يصنفون حسب السن و الجنس و الدخل لكن حاليا أصبح هذا التصنيف يعتمد على نوع السياحة المطلوب و الذي يتماشى مع نوع معين من السياح
- التكامل المحوري: لم يعد من المربح إنتاج عناصر سياحية متفردة و إنما إنتاج مجموعة من الخدمات و الأنشطة المتكاملة
- السياحة كنظام كامل لخلق الثروات: و يجب أن تدمج مع مختلف وسائل تكنولوجيات الإعلام و الإتصال الحديثة و التي تلعب دورا هاما في تسهيل عملية التنمية السياحية.

**2- إستراتيجية التنمية السياحية بالجزائر:**

تتم التنمية السياحية عن طريق وضع برامج تهدف إلى استخدام الأماكن والمناطق و الموارد سياحياً، ثم تطويرها لتكون مراكز سياحية ممتازة تجذب السائحين إليها، لذلك انتهجت الجزائر سياسة سياحية قائمة على الموقع أو المكان و اختارت مجموعة من المناطق تتميز بمؤهلات سياحية طبيعية أو ثقافية و صنفتها مناطق توسع سياحي و أصبحت تمثل العقار السياحي الذي بإمكانه احتضان المشاريع السياحية الواعدة، و بالتالي فإستراتيجية التنمية السياحية بالجزائر تقوم على مناطق التوسع و المواقع السياحية

ظهور بوادر هذه الإستراتيجية كان في فترة ما بعد الإستقلال، حيث خلالها اختارت الجزائر برنامج تنمية اقتصادية مبني على نظام الإشتراكية و التخطيط و بالتالي كان للدولة الدور الجوهري في تنمية السياحة الوطنية، نفس النظام اختارته كل من تونس و المغرب عن طريق المؤسسة الفندقية التونسية (SHT) و مناطق التهيئة ذات الأولوية بالنسبة للمغرب (ZAP) [16] لكن سريعا ما تدخل القطاع الخاص ليصبح المحرك الرئيسي للإقتصاد السياحي لهذين البلدين في حين واصلت الجزائر في نظامها الإشتراكي إلى غاية سنوات التسعينات.

**تعريف مناطق التوسع و المواقع السياحية**[17]

منطقة التوسع السياحي هي كل منطقة أو امتداد من الإقليم يتميز بصفات أو خصوصيات طبيعية و ثقافية و بشرية و إبداعية مناسبة للسياحة، مؤهلة لإقامة و تنمية منشأة سياحية، و يمكن استغلالها في تنمية نمط أو أكثر من السياحة ذات المردودية

أما الموقع السياحي فهو كل منظر أو موقع يتميز بجاذبية سياحية بسبب مظهره الخلاب، أو بما يحتوي عليه من عجائب أو خصوصيات طبيعية أو بناءات مشيدة عليه، يعترف له بأهمية تاريخية أو فنية أو أسطورية أو ثقافية، و الذي يجب تثمين أصالته و المحافظة عليه من التلف أو الإندثار بفعل الطبيعة أو الإنسان

لإنشاء مناطق التوسع و المواقع السياحية أهمية كبيرة تتمثل في:

- الإستعمال العقلاني و المنسجم للموارد السياحية و بالتالي ضمان التنمية السياحية المستدامة
- حماية المقومات الطبيعية للسياحة
- المحافظة على التراث الطبيعي، الثقافي، التاريخي و الفني و استعماله لأغراض سياحية
- تنمية بعض النشاطات المكملة للنشاط السياحي كالنقل، التجارة و الصناعات التقليدية
- تهيئة جانب عمراني و معماري مناسب لنوع التنمية السياحية و الحفاظ على طابعه المميز
- الحفاظ على البيئة و حمايتها من كل أنواع التلوث

**مراحل تطور إستراتيجية مناطق التوسع السياحي :**

عرفت الجزائر عدة مراحل لتطور فكرة مناطق التوسع السياحي و ذلك من خلال سن نصوص قانونية و مخططات تنموية مختلفة من شأنها تحريك قطاع السياحة الذي بقي في سبات طويل رغم المؤهلات السياحية العديدة المتواجدة، و يمكن حصر هذا التطور حسب العشريات الخمسة السابقة كمايلي:

***زمن تك زقيمة ة: لذخ بمسلب لعقيمرتاه زظتك ز ئحى :***

في 1966 بدأ الاهتمام الحقيقي بالقطاع السياحي من خلال أول عمل حكومي على المستوى الوطني تمثل في خلق قاعدة للتنمية السياحية تجسدت في إصدار جملة من النصوص القانونية على رأسها الميثاق السياحي الذي شرح الطرق و الوسائل التي تساعد هذه التنمية، كما أعطى الميثاق الأولوية للسياحة الخارجية من أجل جلب العملة الصعبة و خلق مناصب شغل جديدة، و قد حاولت الدولة الجزائرية تجسيد هذه السياسة على أرض الواقع انطلاقا من السنة الموالية إذ بدأت بإنشاء سياسة التنمية السياحية و ذلك من خلال إدماج هذا المجال في برنامج التنمية الإقتصادية و الإجتماعية المحددة في المخططات التنموية التي عرفتها الجزائر.

**المخطط الثلاثي ( 1967 – 1969 )**

أدمج القطاع السياحي ضمن المخطط التنموي الثلاثي 1967– 1969 فحاول وضع سياسة حقيقية للتنمية السياحية و كانت موجهة للسياحة الخارجية بالدرجة الأولى، و ذلك من خلال تطوير هياكل الإيواء، كما جاء بأرقام متفائلة من أجل الرفع من قدرات الإستقبال، لكن في الحقيقة لم ينجز منها سوى القليل و سجل العجز في تحقيق ما جاء بهذا المخطط و يرجع هذا العجز إلى ضعف قدرات الإنجاز إما بسبب ارتفاع الأسعار أو لضعف الخبرة، إضافة إلى تأخر دراسة و المصادقة على الملفات الإدارية

أما عن مناطق التوسع السياحي فيعود ظهور هذه الفكرة و لأول مرة خلال هذه العشرية من خلال المرسوم رقم 66–75 المؤرخ في 1966/04/04 المتعلق بالمناطق و الأماكن السياحية و الذي يتضمن تطبيق الأمر 66–62 المؤرخ في 1966/03/26 المتعلق كذلك بالمناطق والأماكن السياحية

فجاء فيه تعريف مناطق التوسع السياحي على أنها "تعتبر من مناطق التوسع السياحي (ZET) كل منطقة أو مساحة من الأرض تتمتع بميزات أو خصائص طبيعية، و ثقافية وبشرية أو ملائمة المتنزه السياحي، من شأنها أن تسمح بإقامة أو تنمية منشآت سياحية يمكن استغلالها لتنمية شكل على الأقل أو عدة أشكال من الإيراد السياحي"

كما جاء في هذا المرسوم كذلك و من خلال مواده رقم 4 و5 تعريف كل من الأماكن السياحية[18] و المناطق السياحية[19]

و نصت المادة رقم 3 منه على أنه سيتم عبر التقنين ترتيب مناطق التوسع السياحي و ذلك وفقا لطبيعتها أو لترتيب أهميتها لصالح السياحة و حسب ترتيب الأولوية لتنمية كل نوع من أنواع المناطق. لكن هذا الترتيب المنتظر لم يتم حتى يومنا هذا.

بالإضافة إلى الجانب القانوني تم القيام بإحصاء شامل للمؤهلات السياحية التي تزخر بها الجزائر و تم من خلال نتائجها اختيار ثلاث وحدات سياحية كبرى انتقيت من مناطق التوسع السياحي الساحلية من أجل القيام بتهيئتها بمرافق سياحية كبيرة يتم من خلالها تحفيز السياحة الخارجية، و تتمثل هذه الوحدات في:

وحدة سياحية بالساحل الشرقي الجزائري هي منطقة تيشي بولاية بجاية

وحدة سياحية بالساحل الغربي الجزائري هي منطقة الأندلس بولاية وهران

وحدة سياحية بالساحل الأوسط الجزائري تضم مناطق مريتي، زرالدة و تيبازة بولاية الجزائر العاصمة

***زمن تك ز جمئ ة: لذخ بخ لهك طقتس ئظتك ز ئحى***

تميزت هذه العشرية بالمخططين التنمويين الرباعيين، المخطط الرباعي الأول 1970– 1973 الذي أعطى الأهمية لترقية السياحة الخارجية على حساب السياحة الداخلية[20] و ذلك من أجل جلب العملة الصعبة و خلق مناصب شغل جديدة. و المخطط الرباعي الثاني 1974 – 1977 و كانت توجهاته عكس المخطط الأول إذ أعطى الأولوية لترقية السياحة الداخلية على حساب السياحة الخارجية تماشيا و ما جاء في الميثاق الوطني لسنة 1976 و ذلك من أجل الرفع من المستوى المعيشي للجزائريين

من الناحية التنظيمية لم تشهد العشرية أي نص تشريعي جديد و هذا يعود إلى عدم اهتمام الدولة بقطاع السياحة الذي لم يكن من أولوياتها، و بالنسبة لمناطق التوسع السياحي فلم

تذكر في أي مشروع سياحي بل كان التركيز الأول على رفع قدرات الإيواء و كان ذلك من خلال توقعات حسابية فقط، و قد عجز المخططين على تنفيذ البرامج التي سطرت من خلالهما.

**زمن التدليهة: الخجل يزيد الطين بلة والمزح في غير محله**

أمام التأخر الكبير الذي واجهه قطاع السياحة في العشرية الماضية حاولت الدولة خلال هذه العشرية تحسينه و كان ذلك من خلال المخططين التنمويين الخماسيين:

- **المخطط الخماسي الأول (1980 – 1984)**

حيث أعطيت الأولوية في المخطط للسياحة الحضرية من أجل تحقيق التوازن الجهوي و الحد من ظاهرة النزوح الريفي فوجهت هذه السياحة نحو المناطق الداخلية للبلاد

- **المخطط الخماسي الثاني (1985 – 1989)**

و ركز بدوره على السياحة الداخلية بالدرجة الأولى

حصيلة هذه العشرية هي محاولة هيكلة القطاع بخلق هيئات تهتم بتنظيمه و وضع أهداف جديدة للتنمية السياحية تتمثل خاصة في:

- إنهاء المشاريع المبرمجة في المخططات التنموية السابقة
- إحصاء المؤهلات السياحية الوطنية من أجل توقيعها على خريطة سياحية
- تدعيم الجانب القانوني خاصة الذي يهتم بحماية المؤهلات السياحية الطبيعية و التاريخية

برمجت العديد من المشاريع لكن لم ينطلق إنجاز أي مشروع منها و هذا نرجعه خاصة إلى الأزمة الإقتصادية التي بدأت تميز الدولة الجزائرية تلك الفترة

و بالنسبة لمناطق التوسع السياحي فقد ظهر المرسوم التنفيذي رقم 88–232 المؤرخ في 05 نوفمبر 1988 الذي يتضمن التصريح بمناطق التوسع السياحي حيث تم من خلاله تصنيف مناطق توسع سياحي جديدة عددها 174 منطقة توسع بعد أن كان لا يتعدى ثلاث مناطق فقط في الفترة الأولى، و قام المرسوم بتعيينها و رسم حدودها

**زمن الأزمة الاقتصادية**

تنعت هذه الفترة بالعشرية السوداء حيث عرفت تراجع جميع القطاعات الإقتصادية للبلاد بما فيها قطاع السياحة رغم أنها مثلت في نصفها الثاني مرحلة حاسمة في اقتصاد الجزائر إذ وضعت الخوصصة موضع التنفيذ سنة 1995 من خلال الأمر 95 / 22 المتعلق بخوصصة بعض المؤسسات الاقتصادية العمومية، غير أنه أثناء تطبيق هذه الإجراءات ظهرت العديد من العوائق التي فرضت على الدولة ضرورة تكييف إطارها القانوني من أجل تحضير شروط الانتقال الحقيقي إلى نظام اقتصاد السوق

إنطلاقا من هذا المنظور قررت الدولة خوصصة قطاع السياحة من خلال توجيه نداء للمستثمرين الذين يتعاملون مع الوكالة الوطنية للتنمية السياحية المكلفة بتسيير مناطق التوسع السياحي و تحفيزهم على الاستثمار في هذا القطاع و لكن كان ذلك بدون جدوى بسبب تخوف المستثمرين و السياح الأجانب و حتى المحليون جراء سوء الأوضاع الأمنية و السياسية و بالتالي لم يعن القطاع بأي اهتمام و لا برامج تنموية خاصة خلال هذه الفترة بل تميزت بالركود السياحي

**زمن الحلم: الخجل يتبع التحفيز**

تزامنت بداية هذه الفترة مع انتشار مبدأ التنمية المستدامة[21] و أصبحت مسألة حماية البيئة و التراث الثقافي محل اهتمام العديد من الدول فبدؤوا في إدماجها ضمن سياساتهم التنموية

أما بالنسبة لقطاع السياحة حاولت المنظمة العالمية للسياحة تكييفه و مبدأ التنمية المستدامة و عرفته على أن التنمية السياحة المستدامة هي التي تلبي احتياجات السياح والمناطق المضيفة دون الإضرار بها و حمايتها للمستقبل ، وتتوخى إدارة جميع الموارد التي تمكن الوفاء بالاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والجمالية مع الحفاظ على السلامة الثقافية، و التنوع البيئي و البيولوجي ونظم دعم الحياة المتنوعة

تطبيقا لهذا المبدأ لجأت الدولة إلى مراجعة سياستها السياحية فوضعت جهازا تشريعياجديدا يحدد كيفيات التنمية المستدامة لقطاع السياحة والقوانين الخاصة باستغلال الشواطئ و مناطق التوسع السياحي

وقد صادق المجلس الشعبي الوطني على مشروعي القانونين المتعلقين بالتنمية المستدامة للسياحة والمواقع السياحية ، وذلك بهدف التسييِر العقلاني لقطاع السياحة للارتقاء به إلى مصاف القطاعات المساهمة في زيادة الثروة

من بين هذين القانونين، القانون رقم 03-03 المؤرخ في 17 فيفري 2003 و المتعلق بمناطق التوسع و المواقع السياحية حيث يحدد مبادئ و قواعد حماية، تهيئة، ترقية و تسيير مناطق التوسع و المواقع السياحية و يهدف كذلك إلى:[22]

- تحقيق التنمية السياحية المستدامة عن طريق الإستعمال العقلاني و المنسجم للفضاءات و الموارد السياحية
- إدراج مناطق التوسع و المواقع السياحية ضمن المخطط الوطني لتهيئة الإقليم (SNAT)
- حماية المقومات الطبيعية للسياحة
- الحفاظ على التراث الثقافي، التاريخي، الديني و الفني من خلال استعماله واستغلاله لأغراض سياحية
- إنشاء إطار مبني مهيأ، منسجم و مناسب مع تنمية النشاطات السياحية و الحفاظ على طابعه المميز

ثم جاء المرسوم التنفيذي رقم 07-23 المؤرخ في 28 جانفي 2007 يحدد كيفيات إعادة بيع الأراضي الواقعة داخل مناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية أو منح حق الامتيازعليها، وتهتم بذلك الوكالة الوطنية للتنمية السياحية بعد موافقة وزارتي السياحة والمالية، كما تهتم هذه الوكالة بتهيئة هذه المناطق و السهر على احترام وجهتها السياحية

تبعه المرسوم التنفيذي رقم 07-86 المؤرخ في 11 مارس 2007 الذي يحدد كيفيات إعداد مخطط التهيئة السياحية لمناطق التوسع و المواقع السياحية و يهدف إلى تعيين القواعد العامة والخاصة بتهيئة واستعمال مناطق التوسع السياحي والمواصفات الخاصة بالتعمير والبناء وكذا الارتفاقات المطبقة فيها و يخص استعمال وحماية الأملاك والعقارات المبنية حسب الطابعالسياحي للموقع[23]

كما نظمت الجلسات السياحية الإقليمية سنة 2007 والوطنية سنة 2008 لمناقشة القيود التي أعاقت إقلاع هذا القطاع، حيث ركزت هذه الأخيرة على دور المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025)، مضمونه وأهدافه القصيرة، المتوسطة و الطويلة المدى، وتحقيق الهدف الرئيسي الذي تسموا إليه الجزائر في سياساتها التنموية و المتمثل في التنمية المستدامة، وهي إستراتيجية اعتمدتها الجزائر من أجل الحفاظ على البيئة في مختلف القطاعات. وتستند التنمية المستدامة على عدة محاور، منها الحفاظ على المياه، التربة، الغابات، والنظم الإيكولوجية الحساسة كالساحل والسهوب والصحراء

إنطلاقا من هذا المنظور، يقترح المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025) خمس ديناميكيات أساسية من شأنها إعادة دفع قطاع السياحة و السماح بانتعاشه السريع و المستدام، من بين هذه الديناميكيات:

- الأقطاب السياحية بامتياز و هي أماكن اختارها المخطط لتقدم إمكانيات سياحية ذات جودة، و يتوقع من إنشاءها أن تساعد على ظهور مشاريع و أنشطة اقتصادية تخلق مناصب شغل و قيم مضافة.
- مخطط الجودة السياحية (PQT) و الذي يهدف إلى تحسين العرض السياحي عن طريق عقد الشراكة بين القطاعين العام والخاص، وتبادل الاستثمار والتمويل

تطبيقا لهذه الإستراتيجية أعادت الدولة الجزائرية النظر في مناطق التوسع السياحي المعلنة و المصنفة حسب المرسوم التنفيذي رقم 88-232 المؤرخ في 05 نوفمبر 1988 المتعلق بالإعلان عن مناطق التوسع السياحي و عددها 174 منطقة، فقامت بإلغاء بعض المناطق و تصنيف أخرى ليصل عددها سنة 2010 إلى 205 منطقة توسع و موقع سياحيين كما هو مبين في الجدول التالي:

**تطور إستراتيجية مناطق التوسع السياحي**

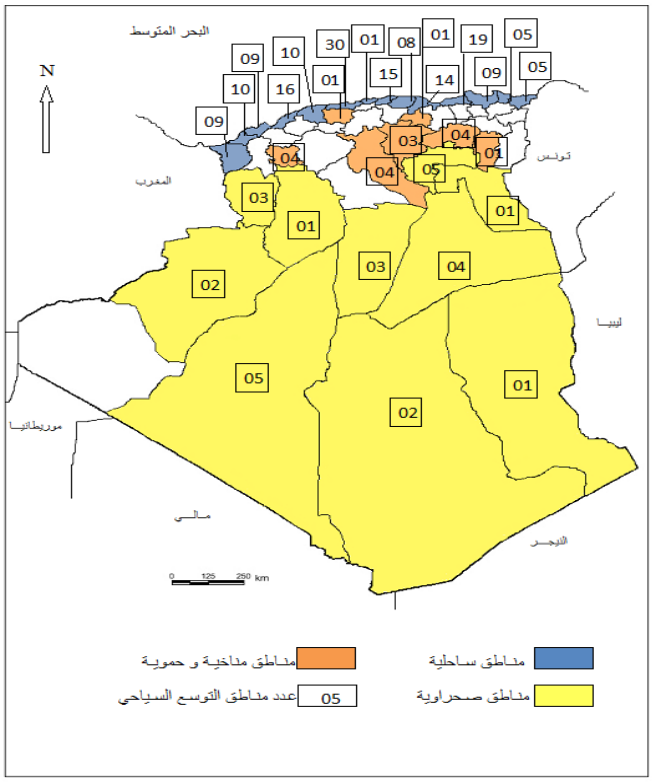
| السنة | القوانين | مناطق التوسع السياحي |
|---|---|---|
| 1966 | - الأمر 66-62 المؤرخ في 1966/03/26 المتعلق بالمناطق والأماكن السياحية<br>- المرسوم رقم 66-75 المؤرخ في 1966/04/04 المتعلق بالمناطق والأماكن السياحية | **3 مناطق توسع سياحي** *(تيبازة، الأندلس، موريتي و زرالدة)* |
| 1988 | مرسوم التنفيذي رقم 88-232 المؤرخ في 05 نوفمبر 1988 يتضمن التصريح بمناطق التوسع السياحي | **174 منطقة توسع سياحي** |
| 2004 | مرسوم التنفيذي رقم 04-398 المؤرخ في 6 ديسمبر 2004 يتضمن إلغاء لبعض من أحكام الملحق بالمرسوم رقم 88-232 | **172 منطقة توسع سياحي** *(إلغاء منطقتي الهضبة و الآبار بولاية ورقلة)* |
| 2007 | مرسوم التنفيذي رقم 07-23 المؤرخ في 28 جانفي 2007 يحدد كيفيات إعادة بيع الأراضي الواقعة داخل مناطق التوسع السياحي و المواقع السياحية أو منح حق الإمتياز عليها | |
| 2009 | مرسوم التنفيذي رقم 09 - 226 المؤرخ في 29 جوان 2009 يتضمن تحديد منطقتي التوسع و الموقعين السياحيين | **174 منطقة توسع سياحي** *(تصنيف منطقتي زلفانة 2 بولاية غرداية و حمام بوحجر بولاية عين تيموشنت)* |
| 2010 | مرسوم التنفيذي رقم 10 - 131 المؤرخ في 29 أفريل 2010 يتضمن تحديد مناطق التوسع و المواقع السياحية | **205 منطقة توسع سياحي** *(تصنيف 31 منطقة توسع سياحي)* |

قراءة الجدول أعلاه، تبين البطء الكبير الذي عرفته إستراتيجية مناطق التوسع السياحي، فمنذ نشأتها سنة 1966 لم يتم تعيينها و تصنيفها إلا بعد 22 عاما أي سنة 1988، و بعد 19 سنة أخرى أي في سنة 2007 تم المصادقة على مرسوم تنفيذي يحدد كيفيات التعامل مع العقار السياحي داخل مناطق التوسع السياحي و طريقة تهيئة هذه المناطق، و في سنة 2010 تم تصنيف مناطق أخرى رغم أن المناطق المصنفة سالفا لم تهيئ بعد و لم تستغل أي منطقة منها في الجانب السياحي.

**توزيع مناطق التوسع السياحي عبر التراب الوطني:**

إرتفع عدد مناطق التوسع السياحي من 174 منطقة مصنفة سنة 1988 بمساحة إجمالية تقدر بـ 47.834 هكتار [24] إلى 205 منطقة توسع مصنفة سنة 2010 محتلة مساحة إجمالية تقدر بحوالي 53.000 هكتار

**توزيع مناطق التوسع السياحي عبر تراب الجزائر**




وحسب الشكل أعلاه، تتوزع مناطق التوسع السياحي على كامل التراب الوطني على النحو التالي:

- 155 منطقة توسع سياحي تتوضع في المناطق الساحلية منها 140 منطقة صنفت من خلال المرسوم التنفيذي رقم 88 – 232 المؤرخ في 05 نوفمبر 1988 لكن ألغيت منها منطقتين و 53 منطقة أخرى

منها لا زالت على حالتها الطبيعية و بالتالي تشكل عقار سياحي جاهز للإستعمال. وتقع المنتجعات السياحية على الشريط الساحلي وتحتل غالبية مناطق التوسع السياحي إذ أنشئت لأسباب إستراتيجية حيث أن معظم السياح الوطنيين أو الدوليين يتوجهون إلى البحر لقضاء العطلات التي غالبا ما تتزامن مع فترة الصيف

- 30 منطقة توسع سياحي تتوضع في المناطق الصحراوية منها 20 منطقة صنفت من خلال المرسوم التنفيذي رقم 88 – 232 السالف الذكر و هي تقدم عرضا سياحيا خارج فترة الاصطياف وعادة ما يكون من شهر ديسمبر إلى غاية شهر ماي، و خاصة خلال فترة الاحتفال بنهاية السنة.
- 11 منطقة توسع سياحي تتوضع في مناطق مناخية، حاليا لا يقصدها العديد من السياح لأنها غير معروفة و لا تحتوي على هياكل استقبال و لذلك يجب التفكير في كيفية تنمية هذه المناطق و التعريف بأهميتها
- 09 مناطق توسع سياحي تتوضع في مناطق بها منابع حموية، يقصدها خاصة السياح المحليون من أجل التداوي من عدة أمراض كالروماتيزم و الأمراض الجلدية، ولا تزال بعض المحطات الحموية تعاني من نقص الهياكل الأساسية و الضرورية لجلب السياح.

**الوضعية الحالية لمناطق التوسع السياحي :**

- شرعت وزارة السياحة والصناعات التقليدية في إجراء دراسة لجرد العقار السياحي، و هي تهتم بتحديد مناطق التوسع السياحي التي فقدت وجهتها السياحية بسبب غزوها بالعمران أو لاستخدامها من قبل قطاعات أخرى. كما تحدد المناطق التي فقدت كليا أو جزئيا و المناطق التي يمكن إعادة تأهيلها.[25]

العديد من المناطق لم تعد قابلة للإستغلال السياحي و السبب يعود إلى غزو الإسمنت على هذه المناطق سواء لاستغلالها في الجانب العمراني أو في مجالات أخرى كتمرير قنوات الغاز الطبيعي و أسلاك نقل الكهرباء ذات الضغط العالي و بالتالي هي مناطق فقدت أجزاء كبيرة من عقاراتها و أحيانا فقدتها كلها و لم يتبقى منها سوى التسمية

العديد من العقار السياحي فقد و هو مهدد بالإلغاء من قائمة مناطق التوسع السياحي المصنفة بموجب القانون فمن بين 141 منطقة توسع ساحلية مصنفة سنة 1988، 61 منطقة مهيئة كليا أي فقدت كعقار سياحي، 26 منطقة مهيئة جزئيا أي فقدت جزء من عقارها السياحي و لم يتبقى سوى 53 منطقة على حالتها الطبيعية يمكن استغلالها في السياحة [26] لذلك استوجب تدارك الوضع بمحاولة تصنيف مناطق جديدة وبالفعل تم اقتراح تصنيف:

• 28 منطقة توسع وموقع سياحي جديدة وتم إرسال ملفاتها إلى أمانة الوزارة من أجل تصنيفها بموجب مرسوم تنفيذي

• 158 منطقة توسع وموقع سياحي جديدة وهي قيد الدراسة.

- تخضع تهيئة مناطق التوسع السياحي للمرسوم التنفيذي رقم 07-86 المؤرخ في 2007/03/11 الذي يحدد إجراءات التهيئة السياحية لمناطق التوسع السياحي المعدل بموجب المرسوم رقم 78-15 المؤرخ في 2015/03/03. إستنادا إلى ذلك، من بين 205 منطقة توسع و موقع سياحي مصنفة تم:

• المصادقة على 21 مخطط تهيئة سياحية.

• 13 مخطط تهيئة سياحية طور المصادقة.

• 134 مخطط تهيئة سياحية طور الدراسة

و لتشجيع الاستثمار السياحي وتوفير الأراضي السياحية لصالح المستثمرين، تم القيام بتهيئة 08 مناطق توسع سياحي بالبنى التحتية و تحسين و تدعيم الموصلية لـ 06 مناطق أخرى.[27]

- وقوع أغلبية مناطق التوسع السياحي بالشريط الساحلي فمن بين 205 منطقة توسع سياحي التي تحصيها الجزائر 155 منها متمركزة بالشريط الساحلي، هذا الوضع يحد من التنمية السياحية و يجعلها موسمية بالدرجة الأولى علما أن التصنيف المتبع لحد الآن يعود إلى سنة 1988 أين كانت السياحة ترتكز على السواحل غير أن هذا الميول تغير بعد مرور الوقت ليتحول السائح العالمي إلى شخص مولع باستكشاف الطبيعة و حماية البيئة. و لاستدراك هذا الخلل يتعين خلق مناطق جديدة مع استغلال كل المؤهلات السياحية

التي تتوفر عليها البلاد دون استثناء و هذا لضمان سياحة مستدامة على مدار السنة

- تعرف مخططات تهيئة مناطق التوسع السياحي عجزا كبيرا في تحقيقها على أرض الواقع و هذا يعود بالدرجة الأولى إلى الطبيعة القانونية للعقارات الواقعة ضمن هذه المناطق، خاصة المتعلقة بالأراضي ذات الطابع الفلاحي، فالإجراءات الطويلة والمعقدة التي تتطلبها عملية تحويل الملكية العقارية حال دون تجسيد العديد من المشاريع

- على الرغم من القوانين التي تنظم هذا القطاع، فإن السياسة السياحية تواجه إختلالات في القرارات المتخذة و هذا يعود إلى أن الأهداف المرجوة من هذه السياسة لم تحدد بإحكام، و كمثال عن ذلك إعادة تحديد أهداف التنمية السياحية في كل برنامج من برامج المخططات التنموية، فمن تشجيع السياحة الدولية سنوات الستينات و السبعينات إلى تشجيع السياحة الداخلية سنوات الثمانينات ثم التخلي عن ذلك والعودة إلى السياحة الدولية خلال الفترة 2000– 2010. وهذا الوضع ناتج عن عدم الاستقرار في السياسة السياحية الذي نرجعه بدوره إلى عدم الاستقرار في الوزارة الوصية فتارة نجد القطاع يتبع وزراة السياحة و تارة وزارة تهيئة الإقليم و البيئة و السياحة ثم يعود إلى وزارة السياحة فوزارة السياحة و الصناعات التقليدية و في كل مرة تصنع أهداف جديدة و دراسات جديدة و استراتيجيات تنموية لم تعرف التواصل و التطبيق.

**خـاتمــة**

على الرغم من الأهمية المتزايدة للقطاع السياحي في العديد من دول العالم، إلا أن الواقع السياحي في الجزائر لا يبعث على التفاؤل، إذ أنه لم يرق إلى المستوى المطلوب الذي يلحقه بمصاف السياحة الدولية ، وبقيت إنجازاته جد محدودة، إذا ما قورنت ببلدان العالم بصفة عامة والبلدان المجاورة والشقيقة بصفة خاصة. كما أن المجهودات التي بذلت في السنوات الماضية لم تشهد استمرارية، إضافة إلى نتائج عشرية التسعينات التي اتسمت بظاهرة اللاأمن و التي زادت من عزلة الجزائر على المستوى الدولي وعزوف السائحين الأجانب من الدخول إليها، بالتالي القضاء على الآمال التي كانت قائمة لإعادة بناء قطاع السياحة الذي بقي يتسم بالتهميش و الركود المستمر و عدم مواكبة التطورات الحديثة.

والجزائر مدعوة إلى إعادة دفع قطاع السياحة وضمان التنمية المحلية والحفاظ على تراثها الطبيعي، الاجتماعي والثقافي من خلال خطة تنموية شاملة، محكمة ومحددة الأهداف والأبعاد، تتكيف مع الخصوصيات الاجتماعية، الثقافية، الموارد الاقتصادية والثروات الطبيعية التي تزخر بها الجزائر، لأن التهيئة السياحية لا تقتصر فقط على برمجة وتصنيف مناطق توسع سياحي دون تهيئتها واستغلالها، وليست التفكير الكمي من أجل تعويض العجز في عدد الأسرة دون الأخذ بعين الاعتبار البعد السياحي والبيئي المرجو الوصول إليه.

**الهوامـش**

[1] سليم ع، "المفاهيم الإقتصادية و الفنية للتنمية السياحية"، مجلة البحوث السياحية، العدد السادس، (1989) ص.32

[2] حسنين ج، "التنمية السياحية"، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر (2006) ص.9

[3] كافي م، "صناعة السياحة كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الإقتصادية"، دار الفرات، نينار للنشر و التوزيع، (2006) ص. 106–107.

[4] البكري ف، "التنمية السياحية في مصر و الوطن العربي"، عالم الكتب، مصر(2004) ص.4

[5] السيسي م، "الإتجاهات الحديثة في صناعة السياحة"، مكتبة النهضة الحديثة، مصر (2004) ص.139

[6] غنيم م، "التخطيط السياحي و التنمية"، الأردن (2004) ص. 45–246

[7] السعيدي ع، "التسويق والترويج السياحي والفندقي"، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن(2009) ص. 133

[8] محي م، "الاتجاهات الحديثة في السياحة"، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية (2008) ص.37

[9] الخصاونة م، المشاقبة ز، "التنمية السياحية المستدامة"، دار جليس الزمان، عمان، الأردن (2011) ص.21

[10] مصطفى ع، "دور الإعلان في التسويق السياحي"، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، بيروت، لبنان(2003) ص. 197

[11]عبد الله م، "التخطيط و التنمية السياحية"، دار الأيام للنشر و التوزيع، عمان، الأردن(2015) ص. 76-77

[12] الخصاونة م، المشاقبة ز، مصدر سابق ص. 21-22

[13] هرمز ن، "التخطيط السياحي و التنمية السياحية"، مجلة جامعة تشرين للدراسات و البحوث العلمية، سلسلة العلوم الإقتصادية و القانونية، المجلد 28، العدد 3، سوريا(2006) ص. 12-13

[14] ماهر ع، "صناعة السياحة"، دار زهران للنشر و التوزيع، عمان(2013) ص. 198

[15] السيسي م، مرجع سابق ص.39-42

[16] Meghzili H, « Modèles d'aménagement et d'urbanisation des Zones d'Expansion Touristique de la wilaya de Skikda (Algérie) », Thèse de doctorat en géographie, Université de Bretagne occidentale – Brest, France, (2015) P. 105

[17] المرسوم التنفيذي رقم 03-03 المؤرخ في 17 فيفري 2003 المتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية ص. 2

[18] المادة رقم 4: "يمكن أن يعتبر من الأماكن السياحية، كل منظر طبيعي أو مكان ذي جاذبية سياحية بمنظره الخلاب، أو بما يحتويه من عجائب أو بخصائصه الطبيعية، أو البناءات التي شيدت فيه و بما يحتويه من أهمية تاريخية أو فنية أو أسطورية أو ثقافية بحيث يجب صيانته و استثمار ندرته، و المحافظة عليه من التلف الطبيعي أو الناتج بفعل الإنسان"

[19] المادة رقم 5: "تعتبر مناطق سياحية بطبيعتها كل المعالم الأثرية أو المواقع التاريخية التي تختص وزارة التربية حصرا بإدارتها، وكذا كل الأماكن الطبيعية المصنفة طبقا للتشريع النافذ"

[20] Meghzili H,Op cite p.93

[21] Troisième sommet de la Terre, à Rio de Janeiro du 3 au 14 juin1992 . Consécration du terme « développement durable », adoption de la convention de Rio et naissance de l'Agenda 21.

[22] Journal officiel de la République Algérienne N°11 du 19 février 2003, p. 11 à 16

[23] Journal officiel de la République Algérienne N°17 du 14 mars 2007, p.10 à 1 4

[24]Madoucheh, « Le tourisme en Algérie, jeux et enjeux », édition Houma (2003) p.195

[25] Ministère du tourisme et de l'artisanat, http://www.mta.gov.dz

[26] Ministère de l'aménagement du territoire, de l'environnement et du tourisme, « schéma national d'aménagement du territoire 2025, équilibre durable et compétitivité des territoires », tome 1 : du diagnostic aux scénarios, (février 2007) p.53

[27] Ministère du tourisme et de l'artisanat, http://www.mta.gov.dz