Le tourisme de

Par Hocine Rizi
Expert en tourisme
h.rizi@voila.fr

J'avais écris un article à l'époque paru dans* El Moudjahid *avec l'aide de mon ami Larbi Timizar où j'avais aussi insisté sur une fête locale appelée «Berkei Chau», sans oublier El Hadj Ghafour et ses magnifiques mélodies. Une des meilleures émissions culturelles fut sans nul doute Bled Music, que tout le monde attendait les jeudis soirs et qui nous a réconcilié avec notre multiple culture musicale nationale.

Accompagnant un jour un couple d'Américains en visite à Alger, la dame me sortit deux pages d'un magazine musical américain vantant la beauté des chansons de Souad Massi. Nous fîmes une halte au magasin près d'Audin pour acheter deux CD de la chanteuse, puis ils insistèrent pour aller visiter Bab El Oued, là où elle a vécu. Ils étaient tellement heureux qu'ils venaient d'oublier certains déboires vécus au Sud (panne de voiture et intoxication alimentaire). Question à quatre sous : le CD de Souad Massi est-il un bon produit touristique ?

E- Leur tourisme VS notre tourisme

Le tourisme mondial a cette particularité de ne pas coller aux saisons, il est permanent. Il reflète la disponibilité et la flexibilité des produits touristiques qui peuvent durer toute l'année et répondre ainsi à toute requête de visiteurs potentiels. On s'adapte avec le client. Cap sur l'Antarctique à bord d'un brise-glaces en partance d'Ushuaïa, safari-photo dans toute l'Afrique septentrionale (Afrique du Sud, Namibie, Botswana, Kenya, Tanzanie), écotourisme et visite des forêts du Ghana et du Costa Rica (visite de la canopée en télésiège), séjours dans des palais des anciens maharadjahs, visite du Taj Mahal et des Palais aquatiques de Shrinagar, visite des centre urbains des grandes villes américaines/Down Town Loop (architecture de Chicago, musées de New York, l'avenue des galeries à Santa Fé, le Carré français et Bourbon Street à New Orléans…), sur les traces de la civilisation Inca en suivant le Camino Inca du Km 88 jusqu'à Machu Pichu, les odeurs des cafés du Vieux Caire, le charme de l'histoire du grand Bazar d'Istanbul, nager avec les requins au large des côtes d'Afrique du Sud, apprivoiser les dauphins près des Iles Canaries, …

Ailleurs, on se plie en quatre pour attirer cette manne financière, chez nous, on joue les fiers, mais le ventre vide. Au grand dam de nombreux Algériens qui auraient aimé faire du tourisme un véritable métier, certains continuent à s'évertuer encore sur l'origine du voyage, à réécrire l'histoire des premiers grands voyageurs, des géographes et à se considérer comme le nombril du monde. Tout métier est enrichissant pour soi-même, tant sur le plan moral que matériel. Travailler dans un chantier, sur une plateforme de forage, à l'hôpital, cultiver ses champs, vendre du poisson, c'est d'abord et avant tout une démarche personnelle liée à un besoin : vivre et faire vivre d'autres autour de soi. Entre les membres d'une même société, ces actions sont tout à fait normales : le poissonnier me sert, l'agriculteur me vend ses légumes, le mécanicien répare le tracteur, etc. Dès lors, qu'est-ce qui fait du métier d'agent du tourisme un métier si galvaudé et raillé en Algérie ? Nicole Widmann parlait de «réticences psychologiques» en constatant que «le touriste était accueilli avec nonchalance»[2] Est-ce parce que nous ne voulons pas que les jeunes Algériens restent travailler dans leurs régions ou bien parce que nous sommes allergiques aux étrangers ? Autre supposition, la peur d'être critiqués parce que nous avons tellement délaissé notre patrimoine naturel, archéologique et historique ? Nous n'avons aucune justification pour cet immense gâchis. Nous en avons une autre liée aux impératifs économiques. Mais le tourisme est un des impératifs ! Celui du millénaire : connaissance des cultures de l'autre, échanges mutuels, œuvre pour la paix et la solidarité entre les peuples. Il est la priorité nationale dans de nombreux pays et soutenu par les Etats, même les plus riches de la planète. Récemment, des annonces ont été faites par voie de presse concernant l'augmentation des tarifs d'entrée aux musées et sites archéologiques. Le prix passera de 20 à 200 DA. Il a y quelques années, le prix pour accéder au Parc national du Tassili N'Ajjer était de 5 DA (inscrit sur la liste du Patrimoine mondial de l'Unesco/1982 et classé Reserve de l'homme et de la biosphère/1986). Cette décision vient très en retard, inadéquate avec la situation de léthargie des musées, sites archéologiques et historiques : la culture doit être vivante ! 70 dollars de droits d'entrée avant de commencer le périple vers l'ascension du Kilimanjaro (en 1987, j'avais payé 13 dollars), 50 dollars pour le Serengueti (en 1987, seulement 10 dollars), 88 dollars pour Machu Pichu et Wayna Pichu (en 1988, j'avais payé 10 dollars pour faire la randonnée sur le Camino inca), 15 dollars le tour d'une partie de l'Ile du Zanzibar, entre 10 et 20 dollars pour le Parc national de Mesa Verde/Colorado (ouvert uniquement en été jusqu'à octobre) et voir les fameux pueblos, semblables aux habitations des Balcons du Rouffi. Il serait inutile de prendre des exemples dans les pays développés, payer le prix fort est devenu un acte civique, une démarche citoyenne.

Sur les 174 ZET programmées, 136 sont situées sur la côte (13 wilayas) avec seulement 20 ZET dans le Sud et le Grand Sud. A elles seules, Boumerdès et Tipasa regroupent près du quart des ZET côtières (37 au total). Déjà fortement urbanisée, la côte algéroise (Boumerdès, Alger, Tipasa) risque de connaître une véritable catastrophe urbanistique et environnementale.

Beaucoup de touristes veulent une information fiable, des réponses adéquates, un service de qualité, pas de soucis administratifs, un environnement sain et accueillant, mais et surtout un partenaire, un vis-à-vis qui puisse les guider et leur éviter les attentes et les pertes de temps inutiles.

Loin de nous de sacraliser le touriste ou de le voir comme un bienfaiteur venu distribuer de l'obole aux nécessiteux des pays du tiers monde. Continuer à se réfugier derrière ces idées est dangereux. Non pas pour les populations locales à fort potentiel touristique (grâce à Dieu, elles ont appris à vivre avec peu) mais pour le devenir de notre propre culture, de notre identité.

Beaucoup de gens veulent visiter notre pays, connaître les Algériens et leur culture, manger un bon couscous, boire du thé à la menthe, photographier les ruines romaines et les mosquées millénaires, les églises, les marabouts, les zaouias. Quel mal y a-t-il à cela ? D'un côté, on ne fait rien pour améliorer la situation, de l'autre, on se hisse sur la pointe des pieds pour s'extasier du nombre de touristes algériens qui débarquent de l'autre côté de la frontière. On échafaude rapidement une timide campagne promotionnelle, caduque, avant son lancement, et on retourne se réfugier dans notre douillette nonchalance. Même certains produits touristiques algériens sont vendus sous emballage étranger (Saint Augustin, père de Foucauld, Isabelle Eberhadt, les Touareg, la musique rai…). Alors que le pays croule sous des tonnes de potentialités naturelles, archéologiques, historiques sous tendues par une mosaïque culturelle riche et variée, une jeunesse éduquée et pleine d'enthousiasme, avide de contact, prête à prendre toutes les occasions qui lui sont offertes pour travailler, sereine vis-à-vis de ses convictions culturelles, traditions et valeurs humaines ayant le sens de la dignité et du respect, mais aussi intransigeante sur certaines questions nationales ou d'ordre moral. Une bonne formation et un encadrement structuré pour les premiers (les jeunes) et une information adéquate et des services de niveau pour les seconds (les touristes) seront à coup sûr, les ingrédients d'une véritable relance du tourisme en Algérie. Tout ceci ne sera valable qu'avec une adhésion totale et sans failles du gouvernement, faisant du tourisme un secteur économique prioritaire, avec tous les moyens nécessaires et une réorganisation de la législation en vigueur pour le délivrer de ses multiples entraves. Comme pour certaines actions d'embellissement entreprises par les habitants dans certains quartiers, ces jeunes retrousseront les manches pour nettoyer villes et villages afin d'accueillir leurs invités. Certes, posséder une culture touristique n'est pas permis à tout le monde, mais l'aider à l'acquérir incombera à l'Etat à travers ses structures de l'éducation, de la formation, des universités, du soutien aux offices de tourisme et aux associations culturelles. Il est vrai aussi que tant que le ministère du Tourisme fera cavalier seul pour l'essor et la promotion du tourisme en Algérie, ses efforts seront réduits à néant, si parallèlement les ministères de la Culture, de l'Environnement, de l'Agriculture et des Forêts, de l'Intérieur, des Transports, des Affaires étrangères, des Finances, de la Santé ne se mettent pas de la partie et que leurs services ne collaborent pas pleinement et efficacement à cette relance. Quel avenir peut-on donner à ces parcs nationaux comme celui du Djurdjura, de Belezma, d'El Tarf, de Taza et d'autres si au préalable aucun aménagement n'est fait avec un guide, une carte et des brochures.

Que dire des Ruines romaines rongées par le temps et les broussailles, totalement délaissées, et dès qu'un groupe de visiteurs pointe le nez, on lui demande l'autorisation pour visiter le site, alors que les dégâts laissés après chaque festival sont irréversibles. Qu'est-ce qu'on attend pour installer des bassins de décantation autour des hôtels de montagne, des oasis et ailleurs afin de protéger nos forêts, nos palmeraies, nos côtes de la pollution des eaux usées.

Peut-on nous expliquer pourquoi des vols de plusieurs villes du Nord vers les oasis et le Grand Sud ont été purement et simplement supprimés ? Un musée sert-il uniquement à garder des chefs d'œuvre de la peinture ou à les présenter au public, car parfois, nous avons du mal à connaître les horaires d'ouverture et de fermeture. Bref, mille et une questions ressassées mais ne trouvant jamais de réponse précise. On ne s'étalera pas sur les petits détails comme l'existence de toilettes, d'une caféteria et de boutiques de cartes-postales et de timbres (les fameux timbres) dans les musées, les sites archéologiques, les Parcs nationaux, les monuments historiques.

Malheureusement, ce sont ces petits détails qu'il faut absolument repenser et leur trouver une solution durable. Force est de constater que même les plus petites victoires sur le terrain sont le résultat d'un travail en commun, de compromis et surtout par l'adoption d'une vision claire et réfléchie de la pratique dans la préservation du patrimoine et de la promotion touristique.

F- Office de tourisme et société civile

De par le monde, le développement local ou national du tourisme commence par l'office du tourisme du village ou de la ville. L'office du tourisme est la pièce maîtresse de tout le dispositif promotionnel, d'orientation et de collecte d'information en collaboration avec d'autres associations activant dans de multiples secteurs mais surtout en liaison directe avec les mairies. L'office du tourisme appelé aussi syndicat d'initiative met à la disposition des visiteurs toute information relative à l'activité économique, commerciale, sportive, évènementielle, culturelle, de loisirs, l'hôtellerie, la restauration, le transport…

Parce que toute personne visitant une région, même pour des raisons professionnelles, est considérée comme touriste dès qu'il achète des nuitées dans un hôtel. En Algérie, l'office du tourisme est le parent pauvre dans la chaîne de promotion du tourisme national, relégué au rang de simple association au même titre qu'une association de quartier. Alger, la capitale ne dispose d'aucun bureau d'accueil et d'information touristiques ou d'office de tourisme, au regard des divers lieux à visiter, des centaines de circuits à organiser et de cette capacité de mobiliser un personnel qualifié pour l'accompagnement et l'orientation.

L'office du tourisme est la vitrine de la ville, lorsque le travail est bien fait, le touriste content ne lésinera pas sur la dépense (hôtel, restaurant, artisanat, musée, lieu historique, taxi…). Une refondation totale des offices de tourisme est des plus nécessaires, une obligation nationale. Certains offices attendent depuis 1999 un local pour activer, répondant aux sollicitations des demandes émanant de l'étranger à travers leur propre email. Il y a aussi des situations assez cocasses, l'existence d'un office communal du tourisme et de la culture et d'un office local du tourisme, alors que la loi stipule que le premier doit disparaitre au profit du second.

Parler de subvention n'a plus de sens parce que la désillusion a pris le pas sur l'euphorie des années 1990-1995. Le premier contributeur doit être l'APC avec l'aide des industriels, des hôteliers, des restaurateurs, des agences de voyages bien qu'il faille d'abord et surtout trouver une belle vitrine en ville pour accueillir l'OLT. Que de promesses (plusieurs walis et ministres) ont été faites pour la reconstruction de l'office du tourisme à Annaba en lieu et place de l'ancien syndicat d'initiative à la place des gargoulettes, en bas du Cours de la révolution. Oran a une belle vitrine mais mal utilisée, Constantine, rien ! Les offices de tourisme, qui sont une émanation de la société civile, ne sont pas seulement des «Jam Hiyates» avec toute cette pensée réductrice et humiliante qui en découle. A l'heure du village global et de l'essor vertigineux des TIC qui ont permis au tourisme de devenir la 1ère industrie du monde, pareil raisonnement est un non-sens, une vision tronquée et un refus d'accepter les offices de tourisme comme le véritable moteur de la relance du tourisme en Algérie.

G- Relance du tourisme et ZET

Depuis plusieurs années, les ZET ont été présentées et perçues encore comme un des moteurs de la relance du tourisme. Des projets plus ambitieux les uns que les autres ont été élaborés : hôtels 3 et 4*, restaurants, bungalows, centre de loisirs, marinas, parcs aquatiques… Ces zones protégées ont suscité plus d'interrogations que d'investissements concrets sur le terrain : visites ministérielles ou d'investisseurs, études et plans d'aménagement, présentation de projets lors de séminaires ou de journées d'études.