



REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

CENTRE D'ETUDE ET REALISATION EN  
URBANISME URBA.BLIDA

# SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE DE LA WILAYA DE BLIDA (SDAT)

## Phase III

**LA STRATÉGIE D'AMÉNAGEMENT  
TOURISTIQUE RETENUE POUR LA WILAYA  
DE BLIDA**

## Phase IV

**LE PROGRAMME DE MISE EN ŒUVRE**

Visa des Chargées d'Etudes :

M<sup>me</sup> DOUHA Asma

M<sup>elle</sup> OUABEL Khadidja

Visa du Vérificateur/Valideur :

Mr BOUTOUMI Mohammed

NOVEMBRE 2015

# Sommaire

## Phase III

### Chapitre I : Généralités

I-1- Introduction.....	02
I-2- Présentation de la troisième phase.....	03
I-3- Le scénario retenu.....	04
I-4- Rappel sur la stratégie du développement et d'aménagement touristique de la wilaya de Blida .....	08

### Chapitre II : Les cinq dynamiques

<b>II-1- Dynamique 01 : Plan destination touristique .....</b>	<b>10</b>
II-1-1- Axe 01 : Développer l'image touristique de Blida.....	10
Action 01- Segmentation de la clientèle .....	11
Action 02- Plan marketing.....	13
Action 03-Plan communication.....	16
II-1-2- Axe 02 : Préserver le patrimoine et le cadre de vie.....	19
Action 04- la mise en valeur des sites naturels .....	20
Action 05- La mise en valeur du patrimoine culturel.....	24
<b>II-2- Dynamique 02 : Les pôles touristiques et le ZEST .....</b>	<b>26</b>
Action 06- Les pôles touristiques .....	27
Action 07- Les zones d'expansion et sites touristiques.....	52
<b>II-3-Dynamique 03 : Le plan qualité tourisme.....</b>	<b>59</b>
II-3-1- Axe 03 : Renforcer l'attractivité touristique de la wilaya.....	59
Action 08 : La mise à niveau des services touristiques .....	60
II-3-2- Axe 04 : Développer une stratégie de formation et de professionnalisation .....	62
Action 09- Mise à niveau du personnel du secteur touristique.....	63
<b>II-4-Dynamique 04 : Le plan public du partenariat public-privé.....</b>	<b>65</b>
II-4-1- Axe 05 : Assurer une bonne intersectorialité.....	65
Action 10- La coopération intersectorielle.....	66
<b>II-5-Dynamique 05 : Le plan de financement touristique.....</b>	<b>70</b>

## I-1-Introduction

Le maître d'ouvrage qui est la Direction du Tourisme et d'Artisanat de la wilaya de Blida a confié la mission d'étude du Schémas Directeur d'Aménagement Touristique de la wilaya de Blida, qui se présente comme un instrument traducteur de la volonté étatique de valoriser le potentiel naturel, culturel et historique...etc., de la wilaya de Blida, dans sa troisième phase celle du développement de la stratégie de développement touristique durable retenu pour cette wilaya, à URBA-BLIDA (maître d'œuvre). Cette mission est structurée autour de quatre (04) phases qui sont :

- Phase I : État des lieux – Diagnostic prospectif,
- Phase II : Perspectives du développement et stratégies d'aménagement touristique,
- **Phase III : La stratégie d'aménagement touristique retenue pour la wilaya,**
- Phase IV : Le programme de mise en œuvre - Plan d'action

Les objectifs de ce schéma sont :

- Faire émerger une politique de développement touristique durable apte à promouvoir une économie de substitution aux hydrocarbures.
- Contribuer aux grands équilibres économiques et financiers (croissance, emploi, fiscalité), et avoir un effet d'entraînement sur les autres secteurs de l'activité économique (artisanat, transport, technologie de l'information, services...).
- Prôner une politique touristique dans le cadre du développement durable avec ses trois axes (environnement, société et économie).
- Valoriser le patrimoine matériel (sites naturels, ressources naturelles...) et immatériel (culturel, culturel, archéologique, historique...etc.).
- Valoriser l'image de l'Algérie au niveau national et international.

## I-2-Présentation de la troisième phase

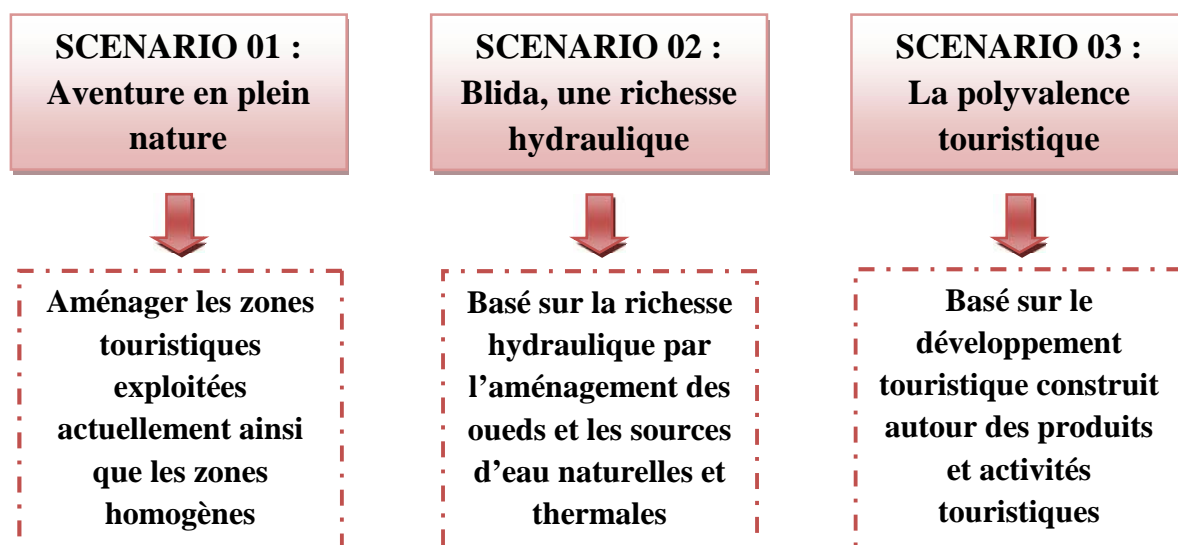
La phase 3 est l'étape de concrétisation de la stratégie de développement touristique retenue. Elle traduit de manière opérationnelle les orientations stratégiques définies en phase 2.

Elle permet de :

- Présenter l'ensemble des actions à mener pour l'élaboration du projet de développement touristique,
- Chiffrer ces actions d'une manière globale,
- Les hiérarchiser par niveau d'importance ou de priorité de mise en œuvre.

### Rappel des scénarios présentés dans la phase 02

Dans le cadre de l'élaboration de la stratégie dans la phase 02 du SDAT Blida, 03 scénarios de développement possibles ont été présentés au maître d'ouvrage et au comité de pilotage. Ces trois scénarios sont les suivants :



La wilaya de Blida a retenu le scénario 03, elle a également souhaité la reprise de quelques principes d'aménagement du scénario 02.

### **I-3-Le scénario retenu**

Le principe d'aménagement dans ce scénario est basé sur le développement touristique construit autour des produits et activités touristiques : culturels, culturels, artisanales, commerciales, d'affaires, shopping, sportifs, d'écologie ...etc, on peut dire en général le social, le profit de la clientèle visée tend plus vers les classes populaires de faible et de moyenne bourse notamment les jeunes. C'est un scénario qui repose largement sur l'investissement public et l'action volontariste des collectivités locales.

Son objectif est d'assurer un tourisme accessible à la population locale et régionale d'abord, avant de passer à la clientèle nationale et étrangère ; c'est pour cela, l'action d'intervention est basée sur des programmes différents autour des zones homogènes dont chaque une a une spécificité et des caractéristiques précises.

Les zones visées par ce scénario sont des pôles intercommunaux et sont les suivantes :

**Pôle 01** : Djebbabra, Sohane, Larbaâ.

**Pôle 02** : Ouled Slama, Bougara, Hammam Melouane.

**Pôle 03** : Chréa, Bouarfa, Chiffa.

**Pôle 04** : Ain Romana, Oued Djer.

**Pôle 05**: Blida, Beni Tamou, Mouzaia, Ouled Yaâch, Benkhelil, Oued El Alleug, El Affroun.

**Pôle 06** : Bouinan, Boufarik, Chebli, Guerouaou, Soumâa.

Le critère de choix et de fixation de ces pôles est l'homogénéité des paysages et les différentes potentialités existantes, tout en introduisant les principes suivants :

- Encourager la culture d'accueil au niveau des pôles touristiques et améliorer l'esprit de la bonne prestation du service aux touristes ;
- Développer la qualité des produits touristiques offerts et qui doivent correspondre aux normes du tourisme et répondre aux besoins et demande de la clientèle visée ;
- Raccorder et lier les pôles touristiques entre eux avec une liaison de complémentarité.

### **Le flux touristique, nombre de lits et emploi touristique dans les différents termes**

Le flux touristique dans la wilaya de Blida est susceptible d'augmenter légèrement d'ici à l'horizon 2030 à un taux de croissance annuel d'environ 1,64 (taux de croissance annuel entre 2013-2014), sachant que la durée moyenne de séjour (DMS) prise est de 1,5.

#### Formules de calcul :

**Population projetée :  $P_1 = P_0 (1 + Tx/100)^n$**

**Taux de croissance :  $Tx = [(P_1/P_0)^{1/n} - 1] * 100$**

**Nombre de nuitées = flux \* DMS**

**Nombre de lits = nombre de nuitées / (DMS \* 365j)**

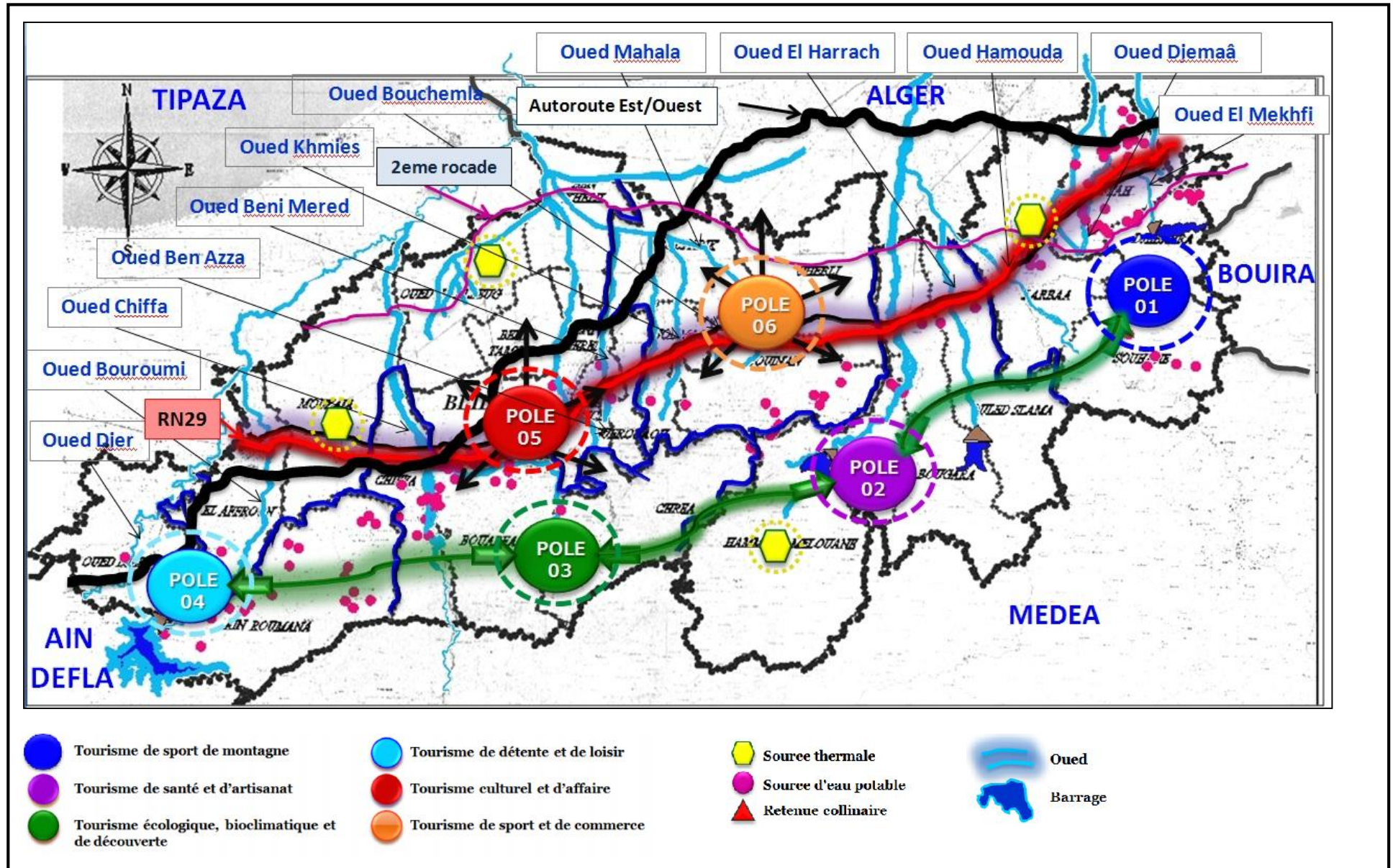
**Nombre d'emploi => 02 lits = 01 emploi**

Tableau représentatif le flux touristique, le nombre de lits et d'emploi touristique dans les différents termes

	<b>2013</b>	<b>2018</b>	<b>2023</b>	<b>2030</b>
<b>Flux touristique</b>	50 468	54 745	59 384	64 416
<b>Nombre de nuitées</b>	75 702	82 117	89 076	96 624
<b>Nombre de lits</b>	535	1 048	1 362	1 538
<b>Nombre d'emploi</b>	268	599	681	769

Source : Calculs de l'URBAB







## **I-4- Rappel sur la stratégie du développement et d'aménagement touristique de la wilaya de Blida**

Le tourisme est le moteur de développement principal dans le monde entier ; et le développement touristique nécessite une approche globale, scientifique qui se base sur les trois axes suivants :

**1- Les problématiques :** il y a des questions et des problèmes qui orientent notre processus de pensée et de conception pour promouvoir et améliorer le cadre touristique du territoire Blidéen.

### **2- Les grands enjeux touristiques :**

- Enjeux d'aménagement et d'environnement : introduire la notion tourisme vert pour préserver l'environnement et les écosystèmes ainsi que la prise en charge des sites naturels exploités et non exploités.
- Enjeux économiques : Créer des postes de travail et diminuer le taux de chômage.
- Enjeux socioculturels : protéger, valoriser et promouvoir le patrimoine immatériel de la wilaya.

### **3- Les ambitions possibles :**

- Renforcer le positionnement de la wilaya de Blida comme destination touristique régionale de forte attractivité,
- Faire de la wilaya de Blida une destination touristique préférentielle de haut niveau (nationale et internationale).

La stratégie de développement touristique de la wilaya de Blida est fondée essentiellement sur un positionnement qui implique la mise en œuvre et l'application des cinq (05) dynamiques fondatrices du tourisme élaborées dans le SDAT 2030.

## **II-Les cinq dynamiques**

Ces cinq dynamiques constituent une voie de relance rapide et durable du tourisme, confortées par le retour de l'Algérie sur la scène internationale, et sa position géostratégique ; ceci plaide fortement, aujourd'hui, pour une perspective de maîtrise des enjeux fondant toute politique de développement durable, chaque dynamique peut avoir plusieurs axes de développement touristique.

Ces cinq dynamiques sont les suivantes :

**Dynamique n° 01** : le plan destination touristique

**Dynamique n° 02** : les pôles et les ZEST touristiques dans la wilaya

**Dynamique n° 03** : le plan qualité tourisme

**Dynamique n° 04** : le plan partenariat public – privé

**Dynamique n° 05** : le plan financement touristique

## **II-1-Dynamique n° 01 : Plan destination touristique**

La mise en tourisme de la wilaya de Blida tend à lancer les bases nécessaires à l'émergence de la destination originale et compétitive, capable de se positionner au niveau national et international et au même temps de répondre aux besoins et aux normes touristiques.

### **Axe 01 : développer l'image et améliorer l'attractivité**

A ce stade là, il s'agit de construire une image lisible et visible de la wilaya de Blida, comme une destination touristique authentique et originale qui invite une grande variété de la clientèle ; pour cela, il est nécessaire d'identifier un programme d'action qui s'organise autour de trois composantes qui sont :

- La segmentation de la clientèle touristique
- L'élaboration d'un plan de marketing du tourisme
- L'élaboration d'un plan de communication

## Axe 01 : Développer l'image touristique de Blida

<b>Action 01- Segmentation de la clientèle</b>	
<b>Description</b>	la promotion est la valorisation d'un large éventail de produits touristiques, ciblant une clientèle diversifiée (locale, nationale et internationale) et de différent standing qui assurera une fréquentation continue durant toute l'année, nécessite une compréhension des clients ainsi que leurs différentes attentes
<b>Typologies</b>	<p><b>1- Population Interne :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <u>locale</u>: Les familles, groupes d'amis, les couples....</li> <li>○ <u>limitrophes</u> : des wilayas environnantes</li> <li>○ <u>Régionale</u> : de passage</li> <li>○ <u>Scolarisé</u> : du primaire, du moyen, des lycées, les étudiants</li> <li>○ <u>Nationale</u> : les résidents à l'intérieur</li> <li>○ <u>Scientifique</u>, les chercheurs et les professionnels</li> <li>○ <u>Les associations, les scouts</u></li> </ul> <p><b>2- Population Externe :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Traditionnelle à fidéliser (euro méditerranéenne)</li> <li>○ Les marchés prioritaires (les marchés traditionnellement émetteurs de touristes vers la destination Algérie-« Blida ») : France, Turquie, Maroc, Lybie, Tunisie, Allemagne, Italie, Espagne...)</li> <li>○ Les marchés lointains mais d'avenir (Asiatique)</li> </ul> <p><b>3- Clientèles de haut revenu :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les ambassadeurs ;</li> <li>○ Les attachés culturels des ambassades ;</li> <li>○ Les hommes d'affaires ;</li> <li>○ La presse ;</li> <li>○ Les patrons de grandes boites de communication ;</li> <li>○ Les artistes ;</li> <li>○ Les tours opérateurs étrangers :</li> <li>○ Les patronats algériens et étrangers.</li> </ul>
<b>Objectifs</b>	<p>-Connaitre et comprendre les attentes de tous les touristes visés.</p> <p>-Attirer et capter un nombre importants des visiteurs et touristes BLIDA comme une destination.</p> <p>-Assurer la demande des clientèles touristiques de Blida avec une grande qualité d'offre.</p> <p>-Améliorer l'offre touristique existante et veiller à développer les nouvelles offres souhaitées.</p> <p>-Améliorer toutes les prestations touristiques dans le cadre d'adoption des nouvelles normes internationale (hébergement, équipements, services,...).</p> <p>- Assurer une meilleure approche à la clientèle locale qui constitue les usagers permanents.</p>
<b>Valeurs clés d'attraction touristique</b>	<p>-Potentiel naturel</p> <p>-potentiel thermal</p> <p>-patrimoine culturel</p> <p>-positionnement de la wilaya</p>

	<b>Maitrise d'ouvrage</b>	<b>Maitrise d'œuvre</b>	<b>Partenariat</b>
<b>Moyens humains et techniques</b>	-Direction du tourisme et d'artisanat de la wilaya de Blida	-Bureaux d'études spécialisées	- Les Offices de Tourisimes OLT de pôle, - Les Professionnels(Les agences de Tourisme et de Voyage ATV, les hôteliers, les restaurants, les transporteurs...) - Les élus : Les communes - Les organismes de recherches.

<b>Action 02- Plan marketing</b>	
<b>Description</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Le marketing est d'abord un état d'esprit qui privilégie la fonction commerciale par rapport à l'aspect production.</li> <li>-Le marketing dans son sens le plus large est la production, la vente et la publicité de ce qui doit être achetés (produits et services) ;</li> <li>-Le plan marketing est un outil de communication et de promotion du territoire et produit touristique, il s'agit de le définir et de les faire connaître aux autres, et donc c'est la présentation des produits et services touristiques d'une manière positive et attractive au même temps, avec la mise en place d'un marketing adapté à la clientèle cible.</li> </ul>
<b>Objectifs du plan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Faire de Blida une destination touristique reconnue et identifiée par une stratégie de différenciation, mobiliser les partenaires et prestataires publics et privés pour des collaborations sur des marchés définis.</li> <li>-Renforcer l'identité et l'image du territoire de la wilaya de Blida.</li> <li>- Déterminer les actions spécifiques par cibles de clientèles groupes et individuels ainsi que qualifier et évaluer l'offre avant sa mise en marché</li> <li>- Développer des produits axés sur des filières à fort pouvoir d'image positive</li> <li>- Restaurer la confiance.</li> <li>- Démontrer et garantir une démarche de consommation touristique. respectueuse et durable : tourisme responsable.</li> <li>-Créer un produit touristique de découverte du territoire de Blida un véritable produit d'appel, comprenant une offre produits incluant les visites des principaux sites touristiques et équipements, un circuit de découverte à travers les six pôles, des réductions diverses, de l'hébergement et de la restauration.</li> <li>- Cibler prioritairement les clientèles à haut revenus (VIP) qui sont nécessaires pour marketer la destination.</li> </ul>
<b>Principes du plan</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1- Une culture, un état d'esprit :</b> Choisir une posture offensive, durable de conquête de marchés sur plusieurs années, mettre en image et mettre en marché pour " communiquer et vendre ".</li> <li><b>2- Des engagements :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Une animation et une coordination cohérente et permanente de tout le plan Marketing</li> <li>- Une mobilisation des moyens de communication modernes : financiers, humains et techniques</li> <li>- Une exigence de professionnalisation et de qualité.</li> </ul> </li> <li><b>3- Des instruments</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recourir à l'animation multimédia : films, CD-ROM, Page Internet, écrans vidéo, espaces audiovisuel,...</li> </ul> </li> <li><b>4- Des espaces de communication :</b> Adopter une posture d'observation et de veille stratégique au plan national par un pavillon par pôle remplissant cinq fonctions : accueil, information, espaces-boutiques, expositions, espace -images</li> </ol>



	<p><b>5- Une démarche :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Partenariale active au plan local et au plan international.</li> <li>- Disposer d'un référentiel commun pour la cohérence, la coordination et la mutualisation</li> <li>- Fédérer l'action à l'ensemble des organismes</li> <li>- Favoriser la connexion des politiques sectorielles</li> <li>- Structurer et fidéliser les partenariats avec les professionnels</li> </ul> <p><b>6- Un suivi :</b> Faire de la veille un outil de pilotage et un baromètre pour : mesurer, l'avancement et l'évaluation des stratégies du marketing.</p>
<p><b>Les marchés du plan</b></p>	<p><b>1- Le marché domestique :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les Algériens résidents</li> <li>- Les Algériens non résidents</li> </ul> <p><b>2- Les marchés prioritaires :</b> (les marchés traditionnellement émetteurs de touristes vers la destination Algérie –payé voisin)</p> <p><b>3- Les marchés promoteurs lointains :</b> Les grands payés</p>
<p><b>Les instruments du marketing</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Des nouvelles « signatures » : Charte graphique et Base Line Site Internet avec 3 espaces (pro, presse, grand public), multilingues</li> <li>- Prospection commerciale</li> <li>- Formation équipes de ventes</li> <li>- News Letter</li> <li>- Work Shop</li> <li>- Salons pro major</li> <li>- Marketing Direct (courier, e-mailing)</li> <li>- Web marketing : espace presse (déclinaison française, espagnole, italienne,)</li> <li>- Communiqués, dossiers de presse, newsletter</li> <li>- Voyages de presse</li> <li>- Évènements VIP</li> <li>- Antennes de représentation :</li> <li>- Plan média-image : TV, Affichage dans les capitales, Supports compagnies aériennes</li> <li>- Plan medias « produits » : presse spécialisée (désert, tourisme, économique), Internet (achats de bandeaux, liens, référencement)</li> <li>- Démarchage commercial</li> <li>- Relations publiques et lobbying</li> <li>- Formation équipes de vente</li> <li>- Plan media « produits grande consommation » : TV, Presse (grands quotidiens), Radio</li> <li>- Relations publiques et lobbying</li> </ul>

<b>Les indicateurs de suivi et d'évaluation du plan marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chiffres d'affaires induits.</li> <li>- Nombre et typologie des produits vendus</li> <li>- Fichiers clients</li> <li>- Nombre de groupes</li> <li>- Nombre de nuitées par typologie d'hébergement</li> <li>- Fréquentation par site touristique</li> <li>- Diversités sociales et géographiques, gamme d'hébergements</li> <li>- Nombre de sites et activités qui font la notoriété du territoire</li> </ul>		
<b>Calendrier du programme</b>	<b>Court terme</b> - Réalisation du plan Marketing		<b>Moyen et long terme</b> - Mise en application du plan
<b>Public concerné</b>	<b>Court terme</b> - locaux, régionaux et nationaux		<b>Moyen et long terme</b> - Les émigrés et les étrangers
<b>Moyens humains et techniques</b>	<b>Maitrise d'ouvrage</b>	<b>Maitrise d'œuvre</b>	<b>Partenariat</b>
	-Direction du tourisme et d'artisanat de la wilaya de Blida	-Bureaux d'études spécialisées	- Les Offices de Tourisimes OLT de pôle, - Les Professionnels(Les agences de Tourisme et de Voyage ATV, les hôteliers, les restaurants, les transporteurs...) - Les élus : Les communes - Les organismes de recherches. - population locale.

<b>Action 03- Plan communication</b>	
<b>Description du plan</b>	L'identification de Blida comme destination touristique de haute importance nécessite la mise en place d'une stratégie de promotion et de communication ; cette dernière est un élément indispensable pour faire connaître la destination mais elle reste subordonnée à la réalité du terrain qui devra donc évoluer de concert.
<b>Objectifs du plan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Définition et réalisation des opérations prioritaires et des moyens à mobiliser.</li> <li>-La promotion de la destination, des produits, du foncier touristique, d'investissements et des typologies</li> <li>- Construire l'image de la destination de Blida autour des différentes valeurs et potentialités touristiques (patrimoine immatériel et matériel, nature et environnement, qualité des services et des prestations et produits)</li> </ul>
<b>Stratégie du plan</b>	<p>La stratégie doit être déclinée par étapes successives (définition des marchés cibles, objectifs par marché, identification des couples produits/ marchés, définition des outils et des supports de communication).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Éditions (dépliants, guides, cartes touristiques, affiches, magazines, etc.)</li> <li>- Promotion : LE MEDIA-APLANNING, foires &amp; salons, marketing direct,</li> <li>- Relations presse, démarchage des prescripteurs, rencontres professionnelles,...</li> <li>- Internet : Site portail de « la destination Blida » en lien avec les autres sites : Ville, communes, Région,....</li> <li>- La DTA gère le site Internet portail et édite les outils de communication interne.</li> <li>- Définition d'un plan d'actions commerciales en concertation avec la DTA, les actions de promotion et gèrent la réalisation des supports communs à l'ensemble de la destination à savoir : <ul style="list-style-type: none"> <li>*Le document d'appel et ou/ la carte touristique</li> <li>*Le guide des évènementiels et des manifestations</li> <li>*Le guide pratique (chartes par typologie du site)</li> <li>*Chaque pôle doit avoir son guide des hébergements et de la restauration</li> </ul> </li> </ul> <p>Il serait souhaitable de définir une charte graphique avec une base commune déclinable pour chaque pôle et surtout de réaliser un plan marketing de la destination, par cible et par filière afin de mettre la promotion au service de la commercialisation des produits, des prestataires et des filières de la destination.</p>

<p><b>Stratégie du plan (suite)</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>LE MEDIA-APLANNIG</b></p> <p><b>1- Les différents Média :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Presse quotidienne</li> <li>- Radio (local, national)</li> <li>- Affichage extérieur:</li> <li>- Magazines</li> <li>- Sites internet</li> <li>- Télévision</li> </ul> <p><b>2- Les différents marchés :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Clientèle locale</li> <li>- Les Algériens non résidents</li> <li>- Étrangers</li> </ul> <p><b>3- Avantages des medias</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bonne visualisation</li> <li>- Souplesse d'emploi</li> <li>- Information directe</li> <li>- Couverture élevée</li> <li>- Souplesse d'utilisation</li> <li>- Répétition importante</li> <li>- Excellente communication</li> <li>- Puissance de pénétration</li> <li>- Coût au contact faible</li> <li>- Permanence du message (reprise en mains)</li> <li>- Ambiance valorisant le produit</li> <li>- Forte sélectivité</li> </ul>
<p><b>Sites concernés</b></p>	<p>-L'ensemble du territoire (Les six pôles proposés).</p>
<p><b>Publics concernés</b></p>	<p>-Les différentes typologies de la clientèle touristique</p>
<p><b>Les indicateurs de suivi et d'évaluation du plan communication</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Image et notoriété de la destination</li> <li>- Satisfaction des clientèles (exigences, amélioration continue...)</li> <li>- Retombées presse, retours d'information</li> <li>- Contacts, fichiers prescripteurs et clientèles</li> <li>- Nombre de connexions (site Internet)</li> <li>- Nombre de pages visitées (site Internet)</li> <li>- Nombre de demandes de renseignements</li> <li>- Nombre de touristes</li> <li>- Ventes de produits générées</li> </ul>

	<b>Maitrise d'ouvrage</b>	<b>Maitrise d'œuvre</b>	<b>Partenariat</b>
<b>Moyens humains et techniques</b>	-Direction du tourisme et d'artisanat de la wilaya de Blida	-Bureaux d'études spécialisées - Agences de communication et éventuellement en groupement avec un Cabinet d'Ingénierie touristique spécialisé.	- Les Offices de Tourismes OLT de pôle, - Les Professionnels (Les agences de Tourisme et de Voyage ATV, les hôteliers, les restaurants, les transporteurs..) - Les élus : Les communes - Les organismes de recherches.. - Opérateurs publics et privés (OLT, TVA, ONT...) - Les centres et les espaces d'orientation et de communication touristique

<b>Action</b>	<b>Maitrise d'ouvrage</b>	<b>Rôle</b>
Segmentation de la clientèle	<b>Direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Blida</b>	Etude socio-touristique
Plan marketing		Elaboration et conception d'un plan de marketing
Plan de communication		Conception d'un plan de communication

**Axe 02 : préserver le patrimoine et le cadre de vie**

La wilaya de Blida dispose d'un patrimoine matériel et immatériel très riche ; d'un patrimoine culturel retraçant l'histoire des générations précédentes ainsi qu'un patrimoine naturel incomparable et unique dans son genre ; mais cette richesse souffre de plusieurs contraintes tel que l'absence de la protection, l'ignorance et la mise en valeur.

Donc, il est nécessaire d'exploiter rationnellement ces potentialités touristiques, et faire connaître le touriste les caractères exceptionnels de ce patrimoine, et au même temps de motiver l'aspect de sensibilité touristique afin d'arriver à un tourisme conçu pour renforcer la composante du produit touristique et donc assurer un tourisme de qualité.



## Axe 02 : préserver le patrimoine et le cadre de vie

<b>Action 04- La mise en valeurs des sites naturels</b>	
<b>Constat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un paysage naturel important et varié.</li> <li>- Une vue panoramique attractive.</li> <li>- Présence des sources d'eau.</li> <li>- Un climat pur.</li> <li>- Des sites naturels de qualité distincte, avec une offre variée.</li> <li>- Un manque de valorisation et de signalétique.</li> <li>- L'absence d'un véritable recensement des sites naturels remarquables de la wilaya méritant une protection, une valorisation et une promotion en tant que produit touristique à vendre.</li> <li>- Manque des équipements d'hébergement touristiques.</li> <li>- Accès difficile aux certains sites.</li> </ul>
<b>Démarche et objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Identifier les sites naturels aptes à la mise en tourisme (opportunités offertes et faiblesses).</li> <li>✓ Veiller à assurer un équilibre dans des actions de développement</li> <li>✓ La réhabilitation, la protection et l'aménagement des jardins, des places publiques des forêts à caractère récréatif et des espaces montagneux.</li> <li>✓ Aménagement et insertion paysagère des abords des oueds et des voies à caractère touristiques ainsi que l'attractivité et l'homogénéité des territoires visés</li> <li>✓ Favoriser l'émergence d'une destination affirmée avec des variantes territoriales par spécificité de produits (massif montagneux, massif forestier, sites récréatifs, sources thermales, plan d'eaux...).</li> <li>✓ Délivrer une charte environnementale qui préconise les dispositifs administratifs et techniques suivants :               <ul style="list-style-type: none"> <li>* L'organisation des journées d'information, des sorties sur sites de sensibilisation de la population en vu de la préservation des paysages et des écosystèmes (faune et flore).</li> <li>* L'intégration paysagère et environnementale pour la construction et l'aménagement de nouveaux équipements dans le périmètre y compris le principe d'utilisation des matériaux locaux et durable.</li> <li>* Déterminer et ne pas dépasser la capacité de charge environnementale maximale par site.</li> <li>* L'application des nouvelles normes de construction et de classement (hébergement, restauration.....).</li> <li>* la mise en place des plans signalétiques dans certains sites de haute importance environnementale.</li> <li>* faciliter le service de la clientèle touristique (accueil, venue, déplacement, consommation, découverte...).</li> <li>*Sécuriser les sites naturels.</li> </ul> </li> </ul>

	<p>*La réalisation des plans (protections des zones humides, gestion des forêts, gestion des déchets...          * Aménagement des sentiers pédestres, équestres.          * L'application des règlements de sauvegarde des vues panoramiques.</p>	
<b>Sites concernés</b>	<p>- L'ensemble des sites naturels recensés préalablement :          * Les zones d'expansions touristiques proposés pour le classement et à l'aménagement.          *Aménagements des forêts récréatifs.          *Aménagements des parcs d'attraction, citoyen...          *Aménagements des bords des oueds          *Aménagements des sources d'eau naturelles</p>	
	<b>Commune</b>	<b>Les sites naturels</b>
	<b>Djebbabra</b>	Ben Saâda El Maâden
	<b>Meftah</b>	//
	<b>Souhane</b>	Tamedjout Talazirit
	<b>Larbâa</b>	Zone Mouilha
	<b>Ouled Slama</b>	Sidi Hmida
	<b>Bougara</b>	Tazarine
	<b>Hammam Melouene</b>	Magtaâ Lazrek Tradiine Ancienne carrière Bouserdina Tahamoult
	<b>Chrâa</b>	Les deux cèdres
	<b>Chiffa</b>	Citadelle
	<b>Bouarfa</b>	//
	<b>Oued Djer</b>	Sidi said Magramène Tala Oulakhir
	<b>Ain Romana</b>	Nhaoua El Dhaya Sidi Brahim
	<b>Blida</b>	Château Chérie Eucalyptus
<b>Beni Tamou</b>	//	

	<b>Mouzaia</b>	//	
	<b>El Affroun</b>	Sidi Abdelkader	
	<b>Ouled Yaich</b>	//	
	<b>Ben Khelil</b>	//	
	<b>Beni Mered</b>	//	
	<b>Oued El Alleug</b>	//	
	<b>Guerouaou</b>	//	
	<b>Bouinan</b>	Tabaynet Hadjert El Ayoun El Ayoun	
	<b>Soumaà</b>	Sidi Youcef Dar El Saâda Sidi El Habechi	
	<b>Chebli</b>	//	
		<b>Court terme</b>	<b>Long terme</b>
		<b>Moyen terme</b>	
<b>Calendrier</b>	- La réalisation des opérations d'aménagement, création, réhabilitation ...proposés dans les sites naturels		-La promotion et la mise en tourisme des sites naturels
	<b>Maitrise d'ouvrage</b>	<b>Maitrise d'œuvre</b>	<b>Partenariat</b>
<b>Moyens humains et techniques</b>	<b>Directions :</b> - Tourisme et d'artisanat - Environnement - Hydraulique - Forêts - Transport - Travaux publics - Energie et mines - APW, les APC	-Bureaux d'études spécialisées	- Les Offices de Tourismes - Les professionnels (Les agences de Tourisme et de Voyage ATV, les hôteliers, - Les élus : Les communes -Le parc national de Chréa

<b>Maitrise d'ouvrage</b>	<b>Rôle</b>
<b>APW</b>	Organisation des réunions périodiques concernant l'état d'environnement des communes
<b>Les APC</b>	Organisation des sorties sur les lieux, des journées de sensibilisation culturelle et environnementale
<b>DTA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organisation des sorties pour les décideurs sur sites pour plus de sensibilisation</li> <li>- Mise en place du plan signalétique touristique de la wilaya</li> </ul>
<b>D.Environnement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude d'impact des sites proposés pour des aménagements touristiques</li> <li>- Eradication des décharges non contrôlées</li> </ul>
<b>D.Energie</b>	Développement les énergies renouvelables par l'intégration des panneaux solaires, photovoltaïques, les énergies éoliennes
<b>D.Hydraulique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude et suivi des aménagements des berges des oueds</li> <li>- Etude hydrogéologique des sources d'eau naturelles et thermales</li> </ul>
<b>C.Forêts</b>	La surveillance et les punitions des pollueurs pour lutter contre la pollution et les incendies
<b>D.Transport</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diversification des lignes du transport routier surtout vers les sites à caractères touristiques</li> <li>- Ouverture des nouveaux circuits de transport pour faciliter la circulation et diminuer l'embouteillage dans les sites naturels</li> </ul>
<b>D.Travaux Publics</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude d'ouverture des nouvelles voies de circulation vers les sites naturels proposés dans les pôles y compris les pistes</li> <li>- Etude de réhabilitation et de restructuration des voies en état dégradé</li> </ul>

<b>Action 05 - mise en valeur du patrimoine culturel</b>			
<b>Constat</b>	Un patrimoine culturel, cultuel et artisanal diversifié mais abandonné		
<b>Objectifs et démarches</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Restauration des monuments historiques.</li> <li>- Exposition des différents sites et monument historique aux classements</li> <li>- Elaboration du Plan Permanent de Mise En Valeur et de Sauvegarde Du Secteur Sauvegardé (PPSMVSS) à court et moyen terme.</li> <li>- Requalification des sites culturels à valeur confirmée.</li> <li>- Amélioration urbaine de l'habitat et de l'aménagement urbain dans le cadre des PDAU et POS.</li> <li>- Révision des différents PDAU et POS de la wilaya (toutes les communes)</li> <li>- Mise en valeur du patrimoine immatériel par l'aménagement d'espace d'exposition et de vente de produits artisanaux.</li> <li>- Identification et répertoriage de l'art culinaire de la région</li> </ul>		
<b>Sites concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboration du Plan Permanent de Sauvegarde et de Mise En Valeur du Secteur Sauvegardé (PPSMVSS) des sites suivants : <ul style="list-style-type: none"> <li>* Le noyau historique de Blida</li> </ul> </li> <li>- Classement et opération de réhabilitation des édifices historiques : <ul style="list-style-type: none"> <li>*Mosquée el Hanaffi</li> <li>*Mosquée Ben Saâdoune</li> <li>*Dar Aziza</li> <li>*Site de Sidi El Kebir</li> <li>*Château Chéri</li> </ul> </li> </ul>		
<b>Calendrier</b>	<b>Court terme</b>	<b>Moyen terme</b>	<b>Long terme</b>
	- Étude de classement	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réalisation</li> <li>- Elaboration des plans de gestions</li> </ul>	- Promotion et mise en Tourisme
<b>Moyens humains et techniques</b>	<b>Maitrise d'ouvrage</b>	<b>Maitrise d'œuvre</b>	<b>Partenariat</b>
	<b>Directions :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tourisme et artisanat</li> <li>- Culture</li> <li>-Affaires religieuses</li> </ul>	-Bureaux d'études spécialisées	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les Offices de Tourismes OLT de pôle,</li> <li>- Les professionnels (Les agences de Tourisme et de Voyage ATV, les hôteliers, les restaurants, les transporteurs)</li> <li>- Les élus : Les communes</li> <li>- Les organismes de recherches</li> <li>-Les autres directions</li> <li>-Les universités</li> </ul>

<b>Maitrise d'ouvrage</b>	<b>Rôle</b>
<b>DTA</b>	Étude socio-touristique
<b>D. Culture</b>	Élaboration et conception d'un plan de marketing
<b>D. Affaires religieuses</b>	Conception d'un plan de communication



**II-2-Dynamique n° 02 :**

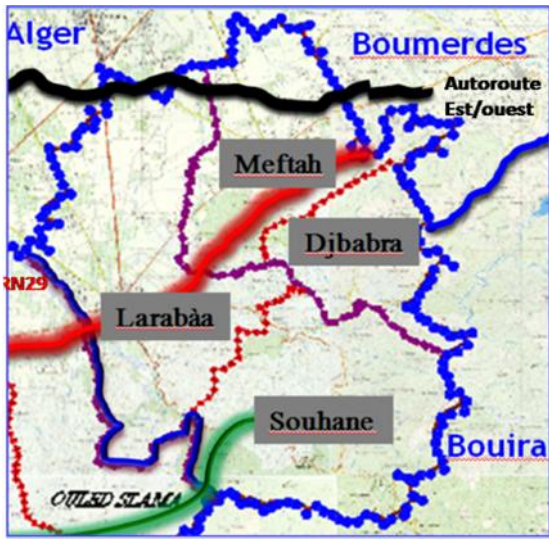
le tourisme, actuellement, présente un levier pour répondre aux nouveaux enjeux (socio-économiques, environnementaux) de la wilaya de Blida, c'est pour cela, il est nécessaire de le développer d'une manière équilibrée sur l'ensemble du territoire de la wilaya de Blida, d'où l'émergence de la notion de la mise en valeur des pôles touristiques et c'est l'objectif de cette dynamique ; ces pôles touristiques doivent structurer le territoire de la wilaya de Blida et participer efficacement au façonnement et amélioration de son image touristique.

Cette dynamique se développe suivant deux actions sont :

Action 06 : les pôles touristiques qui sont les suivants :

- **Pôle 01** : Djebbabra, Sohane, Larbaâ, Meftah.
- **Pôle 02** : Ouled Slama, Bougara, Hammam Melouane.
- **Pôle 03** : Chréa, Bouarfa, Chiffa.
- **Pôle 04** : Ain Romana, Oued Djer.
- **Pôle 05**: Blida, Beni Tamou, Mouzaia, Ouled Yaâch, Benkhelil, Oued El Alleug, El Affroun.
- **Pôle 06** : Bouinan, Boufarik, Chebli, Guerouaou, Soumàa.

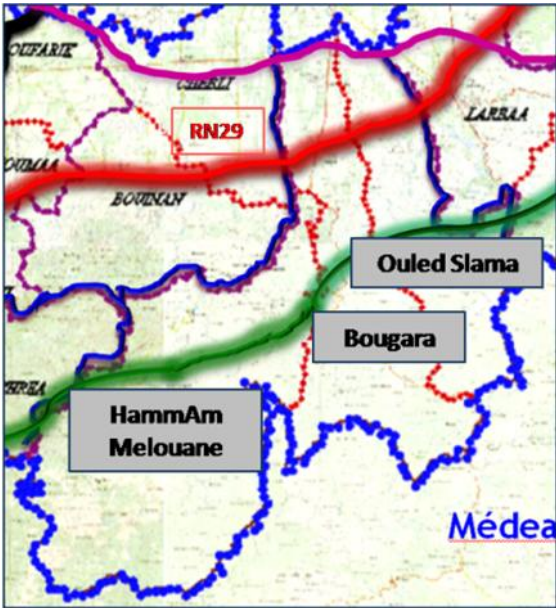
Action 07 : les ZEST (Zones d'Expansion et Sites Touristiques)

<b>Action 06- Les pôles touristiques</b>	
<b>Pôle 01- Larbaâ</b>	
<b>Communes d'appuis concernés par ce pôle</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Djebbabra</li> <li>-Meftah</li> <li>-Souhane</li> <li>-Larbaâ</li> </ul> 
<b>Vocations</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Tourisme de montagne</li> <li>- Tourisme sportif</li> <li>- Tourisme thermal</li> </ul>
<b>Enjeux</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Produits et services</li> <li>- Aménagements et équipements</li> <li>-Communication et promotion</li> </ul>
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Développer la dimension touristique du pôle et de la wilaya de Blida</li> <li>✓ Préserver le patrimoine naturel et thermal existant.</li> <li>✓ Renforcer le positionnement de ce pôle par : <ul style="list-style-type: none"> <li>*La découverte de la nature</li> <li>*Sports de montagne et loisirs</li> <li>*Détente, remise en forme et bien-être : randonnée et thermalisme</li> <li>*Consolider et développer la fréquentation.</li> <li>*Développer la durée de séjour touristique par l'optimisation des aménagements et des activités touristiques</li> </ul> </li> <li>✓ Développer l'animation en saison et toute l'année afin de promouvoir le tourisme dans cette partie de la wilaya de Blida</li> <li>✓ Assurer la préservation des ressources touristiques et contribuer à l'aménagement du territoire</li> <li>✓ Offrir à la clientèle locale, de proximité et nationale des produits de bien être de qualité.</li> <li>✓ Répondre aux attentes de la clientèle thermale en constante croissance (familles, groupes, personnes âgées,...)</li> <li>- Construire, Informer et faire connaître le pôle. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rentabiliser le potentiel existant</li> <li>• Générer des emplois</li> <li>• Exploiter pleinement le potentiel de la source</li> </ul> </li> <li>✓ Garantir une qualité d'accueil au niveau des différents sites touristiques</li> </ul>

	<p>afin de garantir une attractivité et une meilleure accessibilité.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Développer les outils techniques adaptés à l'ambition des communes</li> <li>✓ Préserver et valoriser l'environnement et le cadre de vie.</li> </ul>
<b>Démarche</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Offrir à la clientèle de proximité et nationale des produits « thermaux et de bien être » de qualité</li> <li>- Organiser et aménager des entrées de ville</li> <li>- Proposer des infrastructures d'hébergement et d'accueils touristiques diversifiés.</li> <li>- Proposer des espaces de loisirs et de proximité et aménager des aires de détente et de loisir afin de répondre aux attentes de la clientèle locale.</li> <li>- Inscrire une étude hydrogéologique et un bilan thermal des principales sources dans le pôle surtout la source thermale de <b>Larbaâ</b>.</li> <li>-Exploiter de la source thermale de <b>Larbaâ</b> par la création d'un complexe thermal et sa mise en tourisme.</li> <li>✓ Diversifier l'offre et les filières liées au thermal (bien être, thermo-ludique, SPA, fitness...)</li> <li>-proposer un complexe sportif lié aux activités de sport de montagne (parapentes, marche, trekking, escalades....)</li> <li>- Ouvrir des pistes pour désenclaver et améliorer l'accessibilité dans et entre les différents points d'attractivités touristique dans ce pôle ainsi que proposer des stations de téléphérique ;</li> <li>- Veiller à l'intégration paysagère et environnementale de l'ensemble des constructions en termes de matériaux et de dispositifs pour la préservation de l'harmonie naturelle environnante aux constructions.</li> <li>- Encourager les partenariats entre prescripteurs (toute formes d'investissement touristique privé ou étatique) dans une démarche commune, durable, écologique, de production, de promotion et de communication et veiller à leurs cohérences</li> <li>- Faciliter le transport et le déplacement des bases d'accueil vers les infrastructures d'hébergement et vers les sites touristiques.</li> <li>-Engager un plan d'actions et de promotion, pour le court terme ciblant l'image de la destination pour améliorer l'attractivité de la région.</li> <li>- Aménagement et réhabilitation des espaces publics existant ainsi que la proposition d'autres sur tout le territoire du pôle</li> <li>- Doter le pôle en équipements de sécurité et de surveillance</li> <li>- Proposer des infrastructures d'accompagnement touristique (un point info tourisme, des places de stationnements ombragées, une cabine téléphonique, des sanitaires entretenus, une aire de pique-nique aménagée et ombragée, une aire de jeux pour les petits et les grands, une pharmacie, un bureau de poste, un point médical...)</li> </ul>
<b>Sites concernés</b>	<b>-voir tableau ci dessous-</b>
<b>Publics concernés</b>	-Les différentes typologies de la clientèle touristique

<b>Indicateurs</b>	- Bilan des actions réalisées		
<b>Moyens humains et techniques</b>	<b>Maitrise d'ouvrage</b>	<b>Maitrise d'œuvre</b>	<b>Partenariat</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Direction du tourisme et de l'artisanat</li> <li>- Communes du pôle</li> <li>- La wilaya - Les secteurs des forets, culture, environnement, jeunesse et sport, commerce, chambre d'artisanat les collectivités locales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Bureaux d'études spécialisées</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les Offices de Tourisimes OLT de pôle,</li> <li>- Les professionnels (Les agences de Tourisme et de Voyage ATV, les hôteliers, les restaurants, les transporteurs..)</li> <li>- Les élus : Les communes</li> <li>- Les organismes de recherches.</li> </ul>

Commune	Projets à court terme	Projets à moyen terme	Projets à long terme
Djebbabra		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude aménagement des sites d'El Maâden et de Ben saâda</li> <li>- Réalisation d'une auberge de jeunes de 35 lits</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Etude hydrogéologique des sources suivantes : <ul style="list-style-type: none"> <li>-Ain Echachi</li> <li>-Ain Sidi Maâchou</li> <li>-Ain Sidi Khiair</li> </ul> </li> </ul>
Meftah		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réalisation d'un hôtel de 150 lits</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude aménagement des berges des oueds suivants : <ul style="list-style-type: none"> <li>- El Khadra</li> <li>- El Makhfi</li> </ul> </li> <li>-Etude hydrogéologique des sources suivantes : <ul style="list-style-type: none"> <li>-Ain Talameztane</li> <li>-Ain Terkout</li> <li>-Ain Saf Saf</li> <li>-Ain El Djreb</li> <li>-Ain El Hmara</li> <li>-Ain El Arbi</li> <li>-Ain Fouak</li> </ul> </li> </ul>
Souhane		<ul style="list-style-type: none"> <li>-Etude d'aménagement du site de Talazirit</li> <li>-Etude d'aménagement de la forêt de Tamedjout</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Etude hydrogéologique des sources suivantes : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ain Tala Dziri</li> <li>-Ain Zberboura</li> <li>-Ain El Hammam</li> </ul> </li> <li>- Réalisation d'un complexe touristique et sportif</li> </ul>
Larbaâ	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Etude de délimitation et de classement de la ZEST de Mouilha</li> <li>- Etude hydrogéologique et bilan thermal de la source d'Ain Mouilha</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-L'étude du PAT de la ZEST</li> <li>- Réalisation d'un centre de soin, de santé et de bien être : un complexe thermal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Etude hydrogéologique des sources suivantes : <ul style="list-style-type: none"> <li>-Ain El Hares</li> <li>-Ain Chorfa</li> </ul> </li> <li>- Etude d'aménagement des berges d'oued Djemaâ</li> </ul>

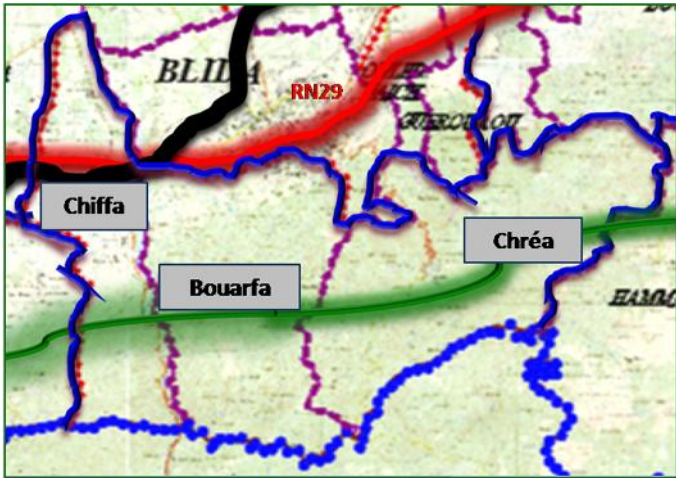
<b>Pôle 02 – Hammam Melouane</b>	
<b>Commune concernés par ce pôle</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Bougara</li> <li>-Ouled Slama</li> <li>- Hammam Melouane</li> </ul> 
<b>Vocations</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tourisme thermal</li> <li>- Tourisme de montagne</li> <li>- L'artisanat</li> </ul>
<b>Enjeux</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Produits et services</li> <li>- Aménagements et équipements</li> <li>-Communication et Promotion</li> </ul>
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mettre en valeur l'aspect touristique du pôle et de la wilaya de Blida</li> <li>✓ Préserver le patrimoine naturel, thermal et matériel existant dans ce pôle.</li> <li>✓ Renforcer le positionnement de cette région par : <ul style="list-style-type: none"> <li>*La découverte de nature</li> <li>*Des sports et des loisirs</li> <li>*Détente, remise en forme et bien-être : Redonner au thermalisme</li> <li>* Développer la durée de séjour touristique par l'optimisation des aménagements et des activités touristiques</li> </ul> </li> <li>✓ Développer l'animation en saison et toute l'année afin de promouvoir le tourisme dans ce pôle</li> <li>✓ Assurer la préservation des ressources touristiques existante</li> <li>✓ Offrir à la clientèle locale, de proximité et nationale des produits de bien être de qualité.</li> <li>✓ Garantir une qualité d'accueil au niveau des différents sites touristiques afin de garantir une attractivité et une meilleure accessibilité.</li> <li>✓ Développer les outils techniques adaptés à l'ambition des communes</li> <li>✓ Préserver et valoriser l'environnement et le cadre de vie.</li> </ul>



<p><b>Démarche</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Requalification, modernisation et mise à niveau lourde de la station thermale</li> <li>-Extension de l'infrastructure et injection d'autres équipements à effet de croissance en aménageant la ZET</li> <li>- Diversifier l'offre et les filières liées au thermal (bien être, thermo ludique, SPA, fitness...)</li> <li>- Garantir une qualité d'accueil, de soin et de bien être, d'animations, de médiation, de communication et d'événementiels et garantir une attractivité des sites à visiter</li> <li>- Concevoir des points d'attractivités favorisant la déambulation et le captage des clientèles nationales sur les soins médicalisés et autres produits non médicalisés</li> <li>- Construire, Informer et faire connaître le pôle. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rentabiliser le potentiel existant</li> <li>• Générer des emplois</li> <li>• Exploiter pleinement le potentiel de la source</li> </ul> </li> <li>- Aménager les voie d'accès aux et ouvrir des pistes pour désenclaver et améliorer l'accessibilité ainsi que proposer des stations de téléphérique ;</li> <li>- Organiser et aménager des entrées de ville</li> <li>- Développer des activités de randonnée pédestre,</li> <li>- Proposer des équipements du sport de montagne, des infrastructures d'hébergements et d'accueils touristiques ;</li> <li>- Ouvrir des nouveaux circuits et aménager les pistes pour améliorer l'accessibilité</li> <li>- Veiller à l'intégration paysagère et environnementale de l'ensemble des constructions en termes de matériaux et de dispositifs pour la préservation de la faune et flore du parc environnante aux constructions.</li> <li>- Encourager les partenariats entre prescripteurs dans une démarche commune de production, de promotion et de communication et veiller à leurs cohérences.</li> <li>- Faciliter le transport et la circulation des bases d'accueil vers les infrastructures d'hébergement et vers les points touristiques existantes « circuit touristique » <ul style="list-style-type: none"> <li>-Engager un plan d'actions et de promotion, pour le court terme ciblant l'image de la destination pour améliorer l'attractivité et l'attrait de la région.</li> </ul> </li> <li>- Aménager et réhabiliter des espaces publics</li> <li>- Doter en équipements et services de surveillance et de sécurité</li> <li>- Proposer des infrastructures de service et d'accompagnement touristique (un point Info Tourisme, des places de stationnements ombragées, une cabine téléphonique, des sanitaires entretenus, des aires de pique-nique aménagée et ombragée, des aires de jeux pour petits et grands, une pharmacie, un bureau de poste, un point médical...)</li> </ul>
<p><b>Sites concernés</b></p>	<p align="center"><b>-voir tableau ci dessous-</b></p>
<p><b>Publics concernés</b></p>	<p>Les différentes typologies de la clientèle touristique</p>

<b>Indicateurs</b>	- Bilan des actions réalisées		
<b>Moyens humains et techniques</b>	<b>Maitrise d'ouvrage</b>	<b>Maitrise d'œuvre</b>	<b>Partenariat</b>
	-Direction du tourisme et de l'artisanat - Communes - La wilaya - Les secteurs des forêts, culture, environnement, jeunesse et sport, commerce, chambre d'artisanat, les collectivités locales	-Bureaux d'études spécialisées	- Les Offices de Tourisimes OLT de pôle, - Les professionnels (Les agences de Tourisme et de Voyage ATV, les hôteliers, les restaurants, les transporteurs..) - Les élus : Les communes - Les organismes de recherches..

Commune	Projets à court terme	Projets à moyen terme	Projets à long terme
Bougara	- Etude d'aménagement de la forêt de Tazarine	- Réalisation d'un complexe touristique et sportif à de Khomiès.  -Réalisation d'un hôtel de 100 lits	
Ouled Slama		- Etude d'aménagement du site de Sidi Hmida  - Réalisation d'une auberge de jeunes de 35 lits	-Etude hydrogéologique des sources suivantes : -Ain El Merbouni  - Etude d'aménagement des berges d'oued Hamada
Hammam Melouane	- Etude de délimitation et de classement des ZEST suivantes : * Magtaâ Lazrek * Tahamoult	-L'étude de PAT de la ZEST  Etude d'aménagement des sites de : * Tradiine * Ancienne Carrière * Bouserdina	-Etude hydrogéologique des sources suivantes :  -Ain Bousserdina -Bir Maktaâ Lazrag -Ain Mazala -Ain Talilene -Ain Tala Ali

<b>Pôle 03- Chréa</b>	
<b>Commune concernés par ce pôle</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Chréa</li> <li>- Bouarfa</li> <li>- Chiffa</li> </ul> 
<b>Vocations</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tourisme de montagne</li> <li>- Tourisme de santé et de sport</li> <li>- Tourisme de découverte écologique</li> </ul>
<b>Enjeux</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produits et services</li> <li>- Aménagements et équipements</li> <li>- Communication et Promotion</li> </ul>
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mailler le territoire de points d'attractivités favorisant la déambulation et le captage des clientèles nationales sur les soins médicalisés et autres produits non médicalisés</li> <li>✓ Développer la dimension touristique de ce pôle</li> <li>✓ Préserver et valoriser le patrimoine naturel existant.</li> <li>✓ Renforcer l'aspect de la découverte naturelle</li> <li>✓ Développer l'animation en saison et toute l'année afin de promouvoir le tourisme dans cette partie de la wilaya de Blida</li> <li>✓ Assurer la préservation des ressources touristiques diversifiées « faune et flore » et contribuer à l'aménagement du pôle et du territoire en général</li> <li>✓ Offrir à la clientèle locale, de proximité et nationale des produits et des services pour assurer un bien être de qualité.</li> <li>✓ Garantir une qualité d'accueil et une meilleure accessibilité au niveau des différents points touristiques afin de garantir une offre de qualité pour l'attractivité remarquable dans ce pôle</li> <li>✓ Préserver et valoriser l'environnement et le cadre de vie d'une manière durable</li> <li>✓ Prendre en considération la recommandation écologique dans toutes les interventions</li> </ul>

<p><b>Démarches</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proposer des espaces de loisirs et de proximité et aménager des aires de détente et de loisir afin de répondre aux attentes de la clientèle locale.</li> <li>- La proposition des équipements du sport de montagne, des infrastructures d'hébergements et d'accueils touristiques ;</li> <li>- L'ouverture des pistes pour le désenclavement et pour améliorer l'accessibilité ainsi que la proposition des stations de téléphérique ;</li> <li>- Veiller à l'intégration paysagère et environnementale de l'ensemble de ces constructions en termes de matériaux et de dispositifs pour la préservation de la faune et de la flore environnante aux constructions.</li> <li>- Encourager les partenariats entre prescripteurs dans une démarche commune de production de promotion et de communication et veiller à leurs cohérences.</li> <li>- diversifier les voies d'accès vers les sites touristiques et leurs aménagements « circuit touristique »</li> <li>- Engager un plan d'actions et de promotion, pour le court terme ciblant l'image de la destination pour améliorer l'attractivité et l'attrait de la région.</li> <li>- Organisation et aménagement des entrées de ville.</li> <li>- Mise en scène, urbaine, architecturale (son, lumière, couleur, texture, mobiliers, verdure) au niveau des artères principales des villes.</li> <li>- Développement du mobilier urbain sur les grandes artères (éclairage public, panneaux de signalisation, etc....)</li> <li>- Aménagement et réhabilitation des espaces publics</li> <li>- Doter en équipements de surveillance et de protection.</li> <li>- Proposer des infrastructures d'accompagnement touristique (un point Info Tourisme, des places de stationnements ombragées, une cabine téléphonique, des sanitaires entretenus, une aire de pique-nique aménagée et ombragée, une aire de jeux pour petits et grands, une pharmacie, un bureau de poste, un point médical...)</li> <li>- Développement des activités de randonnée pédestre,</li> </ul>
<p><b>Sites concernés</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>-voir tableau ci dessous-</b></p>
<p><b>Publics concernés</b></p>	<p>Les différentes typologies de la clientèle touristique</p>
<p><b>Indicateurs</b></p>	<p>- Bilan des actions réalisées</p>

	<b>Maitrise d'ouvrage</b>	<b>Maitrise d'œuvre</b>	<b>Partenariat</b>
<b>Moyens humains et techniques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Direction du tourisme et d'artisanat</li> <li>- Communes</li> <li>- La wilaya</li> <li>- Les secteurs des forêts, culture, environnement, jeunesse et sport, commerce, chambre d'artisanat, les collectivités locales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Bureaux d'études spécialisées</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les Offices de Tourisimes OLT de pôle,</li> <li>- Les professionnels (Les agences de Tourisme et de Voyage ATV, les hôteliers, les restaurants, les transporteurs)</li> <li>- Les élus : Les communes</li> <li>- Les organismes de recherches</li> </ul>

Commune	Projets à court terme	Projets à moyen terme	Projets à long terme
Chr�a	- Etude de délimitation et de classement de la ZEST des Deux Cèdres	-L'étude de PAT de la ZEST  - Réalisation d'un centre de jeunes  -Réalisation d'un éco-parc commercial et un centre de sport en plein nature	- Réalisation d'un parc de recherche scientifique  -Etude hydrogéologique des sources suivantes :  -Ain El Barrage -Ain Beni Ali -Tala Yzid
Bouarfa			-Etude hydrogéologique des sources suivantes : - Ain Echablaoya -Ain Beni Chebla -Ain Sidi Aissa -Oued Sidi Ikhlef
Chiffa	- Etude de délimitation et de classement de la ZEST de Citadelle  -Réaménager le site de Ruisseaux des singes.	-L'étude de PAT de la ZEST	- Etude d'aménagement des berges d'oued de Chiffa  - Etude hydrogéologique des sources suivantes :  - El Ayoun - Sidi Zraymi

### Les projets touristiques en cours d'attribution   Chr a

04 auberges de jeunes avec restaurant et aire de jeux

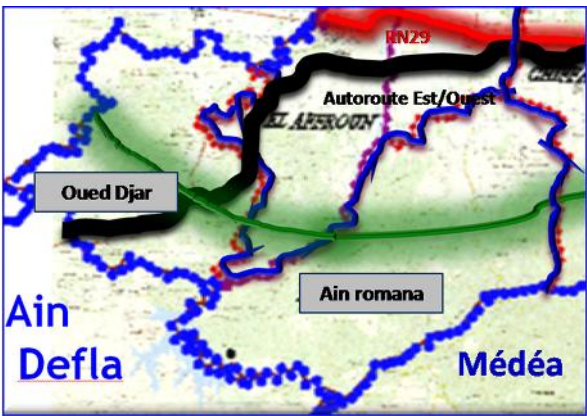
15 hôtels touristiques

07 complexes sportifs et touristiques

01 centre de repos et de mise en forme et de loisirs

01 Skye club

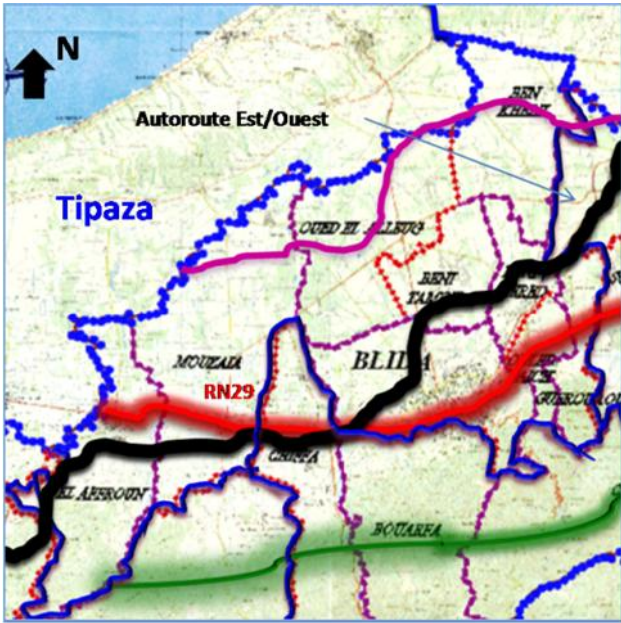
01 club de tennis

<b>Pôle 04 –Ain Romana</b>	
<b>Commune concernés par ce pôle</b>	-Oued Djer -Ain Romana 
<b>Vocations</b>	- Tourisme de montagne - Tourisme de découverte écologique
<b>Enjeux</b>	-Produits et services - Aménagements et équipements -Communication et Promotion
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Développer la dimension touristique de la région et de la wilaya de Blida</li> <li>✓ Préserver le patrimoine naturel existant.</li> <li>✓ Renforcer le positionnement de cette région par :               <ul style="list-style-type: none"> <li>* Découverte et nature</li> <li>*Sports et loisirs</li> <li>*Détente, remise en forme et bien-être ...</li> <li>*Consolider et développer la fréquentation.</li> <li>*Développer la durée de séjour touristique par l'optimisation des aménagements et des activités touristiques</li> </ul> </li> <li>✓ Développer l'animation en saison et toute l'année afin de promouvoir le tourisme dans cette partie de la wilaya de Blida</li> <li>✓ Assurer la préservation des ressources touristiques et contribuer à l'aménagement du territoire</li> <li>✓ Offrir à la clientèle locale, de proximité et nationale des produits de bien être de qualité.</li> <li>✓ Garantir une qualité d'accueil au niveau des différents sites touristiques afin de garantir une attractivité et une meilleure accessibilité.</li> <li>✓ Développer les outils techniques adaptés à l'ambition des communes</li> <li>✓ Préserver et valoriser l'environnement et le cadre de vie.</li> </ul>
<b>Démarche</b>	- Proposer des infrastructures d'hébergement et d'accueil touristique à caractère naturel et rural « gites rurale, camps de toile en plain aire.... ». - Proposer des équipements du sport de montagne « des complexe sportif » - Proposer des équipements de bien êtres sanitaires « centre et hôpital » - Ouvrir des nouveaux axes d'accessibilité pour mettre en tourisme les



	<p>différentes destinations touristiques dans ce pôle ainsi que la proposition des stations de téléphérique ;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Aménager des aires touristiques spéciales pour le sport de montagne en plein aire « parapente.. »</li> <li>- Veiller à l'intégration paysagère et environnementale de l'ensemble de ces constructions en termes de matériaux et de dispositifs pour la préservation du caractère naturel de ce pôle et pour protéger au même temps ces potentialités diversifiées.</li> <li>- Faciliter la circulation vers les infrastructures d'hébergement et vers les sites touristiques « circuit touristique »</li> <li>- Développer le mobilier naturel sur les grandes artères (bons, tables, panneaux de signalisation, etc....)</li> <li>- Créer un corridor écologique en vue de valider la liaison naturelle entre espaces naturels sensibles.</li> <li>- Doter en équipements de surveillance</li> <li>- Proposer des infrastructures d'accompagnement touristique (un Point Info Tourisme, des places de stationnements ombragées, une cabine téléphonique, des sanitaires entretenus, une aire de pique-nique aménagée et ombragée, une aire de jeux pour petits et grands, une pharmacie, un bureau de poste, un point médical...)</li> <li>- Développement du mobilier urbain sur les grandes artères (éclairage public, panneaux de signalisation, etc...)</li> </ul>		
<b>Sites concernés</b>	<b>-voir tableau ci dessous-</b>		
<b>Publics concernés</b>	Les différentes typologies de la clientèle touristique		
<b>Indicateurs</b>	- Bilan des actions réalisées		
<b>Moyens humains et techniques</b>	<b>Maitrise d'ouvrage</b>	<b>Maitrise d'œuvre</b>	<b>Partenariat</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Direction du tourisme et de l'artisanat</li> <li>- Communes du pôle</li> <li>- La wilaya</li> <li>- Les secteurs des forêts, culture, environnement, jeunesse et sport, commerce, chambre d'artisanat, les collectivités locales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Bureaux d'études spécialisées</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les Offices de Tourismes OLT de pôle,</li> <li>- Les Professionnels(Les agences de Tourisme et de Voyage ATV, les hôteliers, les restaurants, les transporteurs..)</li> <li>- Les élus : Les communes</li> <li>- Les organismes de recherches.</li> </ul>

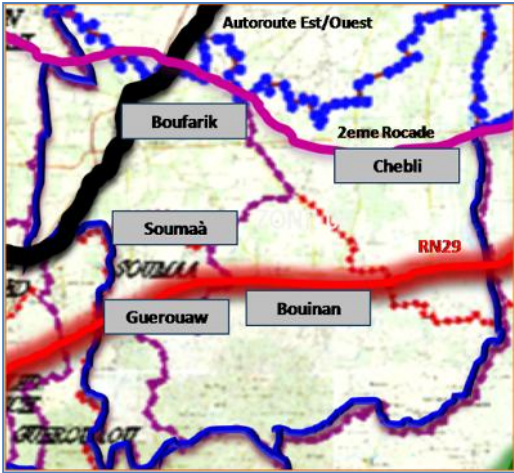
<b>Commune</b>	<b>Projets à court terme</b>	<b>Projets à moyen terme</b>	<b>Projets à long terme</b>
Oued Djer		<ul style="list-style-type: none"> <li>-Etude d'aménagement de la forêt de Tala Oulkehr</li> <li>-Etude d'aménagement d'un site touristique à Sidi Said (Ain Tayeb)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude d'aménagement des berges d'Oued Djer</li> <li>-Réalisation d'un centre de colonie de vacances à Magramène</li> </ul>
Ain Romana	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude de délimitation et de classement de la ZEST d'El Dhaia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-L'étude de PAT de la ZEST</li> <li>-Etude d'aménagement de la forêt de Sidi Brahim</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Réalisation d'un grand marché des légumes et des fruits à Nhaoua</li> <li>-Réalisation d'un hôtel classé 3* de 180 lits</li> <li>-Etude hydrogéologique des sources suivantes : <ul style="list-style-type: none"> <li>-Ain Sidi Brahim</li> <li>-Ain Romana</li> </ul> </li> </ul>

<b>Pôle 05 -Blida</b>	
<b>Commune concernés par ce pôle</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Blida</li> <li>- Beni Tamou,</li> <li>-Mouzaia,</li> <li>-Ouled Yaich,</li> <li>-Benkhelil,</li> <li>-Oued El Alleug et El Affroun</li> </ul> 
<b>Vocations</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tourisme culturel</li> <li>- Tourisme de commerce</li> <li>- Tourisme d'affaire</li> <li>- Tourisme de shopping</li> <li>- Tourisme sportif</li> <li>- Tourisme rural et l'agro-tourisme</li> </ul>
<b>Enjeux</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Produits et services</li> <li>- Aménagements et équipements</li> <li>-Communication et Promotion</li> </ul>
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Développer la dimension touristique de la région est de la wilaya de Blida</li> <li>✓ Préserver le patrimoine culturel existant.</li> <li>✓ Proposer des infrastructures d'hébergement touristique.</li> <li>✓ Renforcer le positionnement de cette région par : <ul style="list-style-type: none"> <li>* Découverte des sites et monuments culturels existants.</li> <li>*Sports et loisirs</li> <li>*Détente, remise en forme et bien-être ...</li> <li>*Consolider et développer la fréquentation.</li> <li>*Développer la durée de séjour touristique</li> </ul> </li> <li>✓ Développer l'animation en saison et toute l'année afin de promouvoir le tourisme dans cette partie de la wilaya de Blida</li> <li>✓ Offrir à la clientèle locale, de proximité et nationale des produits de bien être de qualité.</li> <li>✓ Garantir une qualité d'accueil au niveau des différents sites touristiques afin de garantir une attractivité et une meilleure accessibilité.</li> <li>✓ Développer les outils techniques adaptés à l'ambition des communes</li> </ul>

<b>Démarche</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Proposer des espaces de loisirs et de proximité et aménager des aires de détente et de loisir afin de répondre aux attentes de la clientèle locale.</li> <li>✓ La proposition des équipements et des infrastructures d'hébergements et d'accueils touristiques diversifiés pour pouvoir répondre à la différente typologie de la clientèle ;</li> <li>✓ Veiller à l'intégration paysagère et environnementale de l'ensemble de ces constructions en termes de matériaux et de dispositifs pour assurer une continuité urbaine</li> <li>✓ Encourager les partenariats entre prescripteurs dans une démarche commune de production de promotion et de communication et veiller à leurs cohérences.</li> <li>✓ Faciliter le transport et la circulation vers les infrastructures d'hébergement</li> <li>✓ Assurer une bonne circulation entre les différents points touristiques existants dans le pôle « circuit touristique »</li> <li>✓ Engager un plan d'actions et de promotion, pour le court terme ciblant l'image de la destination pour améliorer l'attractivité et l'attrait de la région.</li> <li>✓ Aménager les entrées des villes pour donner plus de curiosité aux touristes à découvrir le pôle.</li> <li>✓ Mise en scène, urbaine, architecturale (son, lumière, couleur, texture, mobiliers, verdure) au niveau des artères principales des villes.</li> <li>✓ Développement du mobilier urbain sur les grandes artères (éclairage public, panneaux de signalisation, etc....)</li> <li>✓ Aménagement et réhabilitation des espaces publics</li> <li>✓ Réaliser des musées et des écomusées au niveau des daïras pour permettre la diffusion du savoir et de l'information relative aux richesses patrimoniales du territoire.</li> <li>✓ Assurer des interventions qui valorisent l'agro-tourisme « les pépinières et les aires d'expositions</li> <li>✓ Développer l'aspect de restauration dan le pôle et encourager le savoir-faire en matière de diététique qui peut également être décliné sur une offre de gastronomie.</li> </ul>
<b>Sites concernés</b>	<b>-voir tableau ci dessous-</b>
<b>Publics concernés</b>	Les différentes typologies de la clientèle touristique
<b>Indicateurs</b>	- Bilan des actions réalisées

	<b>Maitrise d'ouvrage</b>	<b>Maitrise d'œuvre</b>	<b>Partenariat</b>
<b>Moyens humains et techniques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Direction du tourisme et de l'artisanat</li> <li>- Communes du pôle</li> <li>- La wilaya - Les secteurs des forêts, culture, environnement, jeunesse et sport, commerce, chambre d'artisanat, les collectivités locales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Bureaux d'études spécialisées</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les Offices de Tourismes OLT de pôle,</li> <li>- Les professionnels (Les agences de Tourisme et de Voyage ATV, les hôteliers, les restaurants, les transporteurs...)</li> <li>- Les élus : Les communes</li> <li>- Les organismes de recherche</li> </ul>

Commune	Projets à court terme	Projets à moyen terme	Projets à long terme
Blida	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude d'aménagement et de restauration de Château Chéri</li> <li>-Etude d'aménagement touristique du site d'eucalyptus</li> <li>-Etude de réhabilitation de Dar Aziza</li> </ul>	-Etude du PPMVSS du noyau historique de Blida	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Réalisation d'un pavillon d'exposition</li> <li>-Réalisation d'un hyper marché</li> </ul>
Beni Tamou			-Réalisation d'un centre commercial
Mouzaia		-Réalisation d'une maison de culture	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude hydrogéologique de la source existante</li> <li>-Réalisation d'un centre commercial</li> </ul>
Ouled Yaich		-Réalisation d'un théâtre	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Réalisation d'un pavillon d'exposition</li> <li>- Etude d'aménagement des berges d'oued de Beni Azza</li> </ul>
El Affroun		<ul style="list-style-type: none"> <li>-Réalisation d'un théâtre</li> <li>-Etude d'aménagement de la forêt de Sidi Abdelkader</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Réalisation d'un pavillon d'exposition</li> <li>-Réalisation d'un hyper marché</li> </ul>
Oued El Alleug		-Réalisation d'une grande pépinière polyvalente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude hydrogéologique et d'exploitation de la source de Bouramroum</li> <li>-Réalisation d'un pavillon d'exposition</li> <li>-Réalisation d'un centre commercial</li> </ul>
Benkhelil		-Réalisation d'une pépinière	

<b>Pôle 06 -Bouinan</b>	
<b>Commune concernés par ce pôle</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Bouinan</li> <li>-Boufarik</li> <li>-Chebli</li> <li>-Guerouaou et Soumaâ</li> </ul> 
<b>Vocations</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tourisme de commerce</li> <li>- Tourisme d'affaire</li> <li>- Tourisme sportif</li> <li>- Tourisme rural et l'agro-tourisme</li> </ul>
<b>Enjeux</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Produits et services</li> <li>- Aménagements et équipements</li> <li>-Communication et Promotion</li> </ul>
<b>Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Développer la dimension touristique du pôle par les variations des opérations touristiques proposées</li> <li>✓ Préserver le patrimoine matériel existant.</li> <li>✓ Proposer des infrastructures d'hébergement touristique.</li> <li>✓ Renforcer le positionnement de cette région par : <ul style="list-style-type: none"> <li>* Découverte des sites et monuments culturels existants.</li> <li>*Sports et loisirs</li> <li>*Détente, remise en forme et bien-être ...</li> <li>*Consolider et développer la fréquentation.</li> <li>*Développer la durée de séjour touristique</li> </ul> </li> <li>✓ Développer l'animation en saison et toute l'année afin de promouvoir le tourisme dans cette partie de la wilaya de Blida</li> <li>✓ Offrir à la clientèle locale, de proximité et nationale des produits de bien être de qualité.</li> <li>✓ Garantir une qualité d'accueil au niveau des différents sites touristiques afin de garantir une attractivité et une meilleure accessibilité.</li> <li>✓ Préserver et valoriser le cadre de vie.</li> <li>✓ <b>Assurer une bonne cohérence avec le programme de ville nouvelle de Bouinan.</b></li> </ul>

<b>Démarches</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Lancement des projets touristiques projeté dans les PDAU des communes concernées</li> <li>✓ Proposer des espaces de loisirs et de proximité et aménager des aires de détente et de loisir afin de répondre aux attentes de la clientèle locale.</li> <li>✓ La proposition des équipements, des infrastructures d'hébergements et d'accueils touristiques ;</li> <li>✓ Veiller à l'intégration paysagère et environnementale de l'ensemble de ces constructions en termes de matériaux et de dispositifs pour leur préservation.</li> <li>✓ Encourager les partenariats entre prescripteurs dans une démarche commune de production de promotion et de communication et veiller à leurs cohérences.</li> <li>✓ Faciliter le transport des bases d'accueil vers les infrastructures d'hébergement.</li> <li>✓ Engager un plan d'actions et de promotion, pour le court terme ciblant l'image de la destination pour améliorer l'attractivité et l'attrait de la région.</li> <li>✓ Aménager des entrées des villes.</li> <li>✓ Mise en scène, urbaine, architecturale (son, lumière, couleur, texture, mobiliers, verdure) au niveau des artères principales des villes.</li> <li>✓ Développement du mobilier urbain sur les grandes artères (éclairage public, panneaux de signalisation, etc...)</li> <li>✓ Aménagement et réhabilitation des espaces publics</li> <li>✓ Réaliser des musées et des écomusées au niveau des daïras pour permettre la diffusion du savoir et de l'information relative aux richesses patrimoniales du territoire.</li> <li>✓ Proposer des commerces de premières nécessités : boulangerie, épicerie, presse, une gamme de restauration variée pour découvrir les traditions culinaires du territoire,...</li> <li>✓ -proposer un parc d'attraction et un parc zoologique dans le pole pour renforcer l'attractivité touristique.</li> <li>✓ Assurer une continuité et une complémentarité entre les différents points touristiques dans le pole</li> </ul>
<b>Sites concernés</b>	<b>-voir tableau ci dessous-</b>
<b>Publics concernés</b>	Les différentes typologies de la clientèle touristique
<b>Indicateurs</b>	- Bilan des actions réalisées

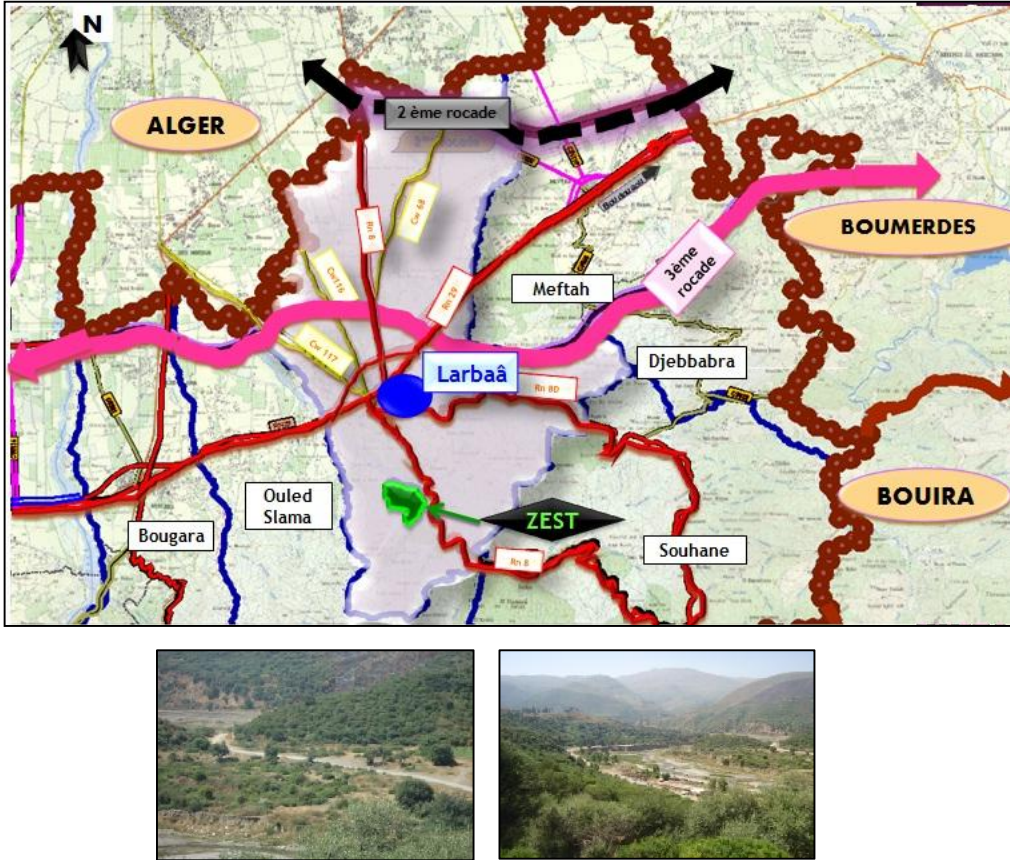


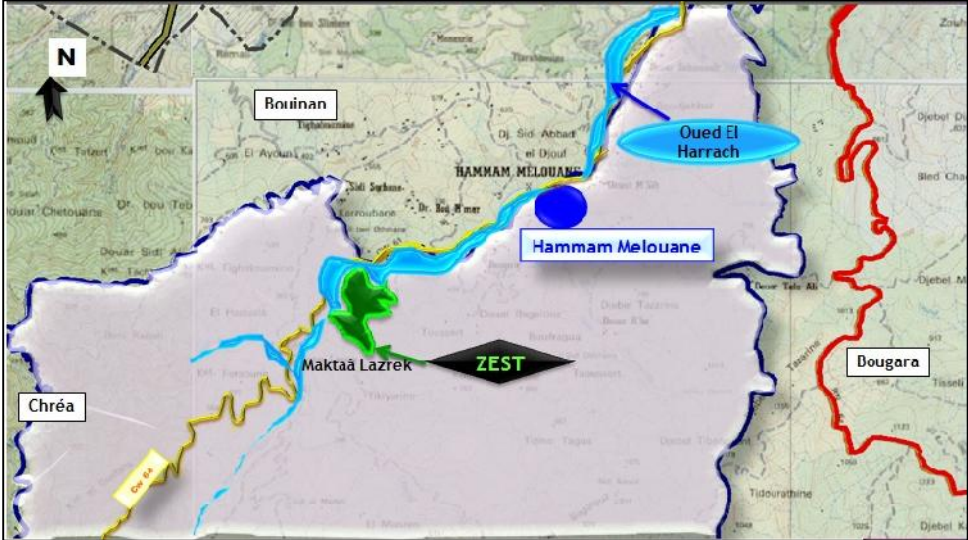

<b>Moyens humains et techniques</b>	<b>Maitrise d'ouvrage</b>	<b>Maitrise d'œuvre</b>	<b>Partenariat</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Direction du tourisme et de l'artisanat</li> <li>- Communes du pôle</li> <li>- La wilaya</li> <li>- Les secteurs des forêts, culture, environnement, jeunesse et sport, commerce, chambre d'artisanat, les collectivités locales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Bureaux d'études spécialisées</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les Offices de Tourismes OLT de pôle,</li> <li>- Les professionnels (Les agences de Tourisme et de Voyage ATV, les hôteliers, les restaurants, les transporteurs)</li> <li>- Les élus : Les communes</li> <li>- Les organismes de recherches</li> </ul>

Commune	Projets à court terme	Projets à moyen terme	Projets à long terme
Bouinan	- Etude de délimitation et de classement de la ZEST de Hadjret El Ayoun	-Etude d'aménagement des forêts suivantes : * Tabaynet * El Ayoun  -L'étude du PAT de la ZEST	- Etude hydrogéologique de la source d'Ain Ezhairya  - Etude d'aménagement des berges d'Oued Mahala.
Boufarik		-Réalisation d'un centre commercial	
Chebli			
Guerouaou			- Etude d'aménagement d'Oued Khmis
Soumaâ	- Etude d'aménagement de la forêt de Sidi Youcef	-Etude d'aménagement des sites touristiques suivants : * Dar Esaâda * Sidi El Habechi	- Etude d'aménagement des berges des Oueds suivants :  - Oued El Maâda - Oued Bouchemla  - Etude hydrogéologique de la source d'Oued El Maâda

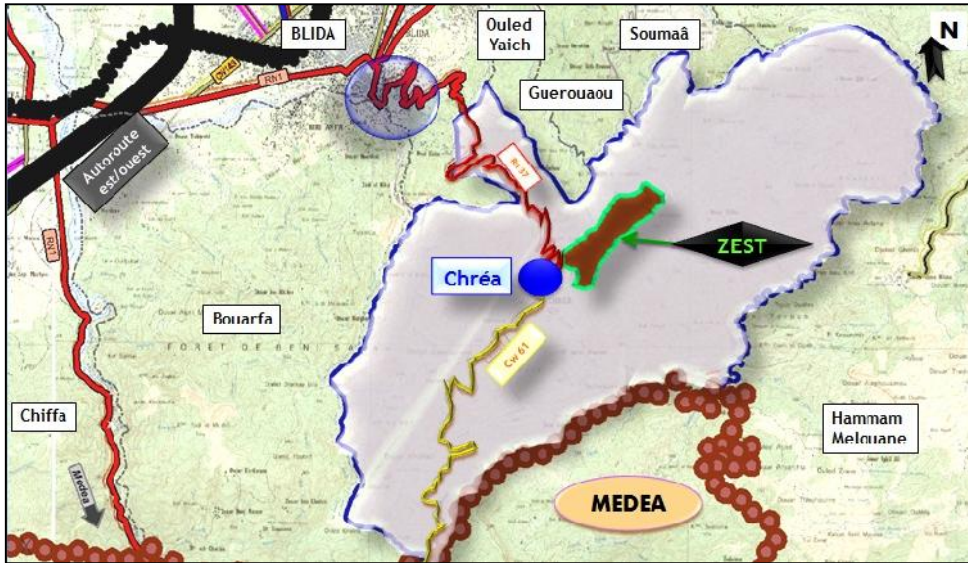


## **Le programme de la ville nouvelle de Bouinan**

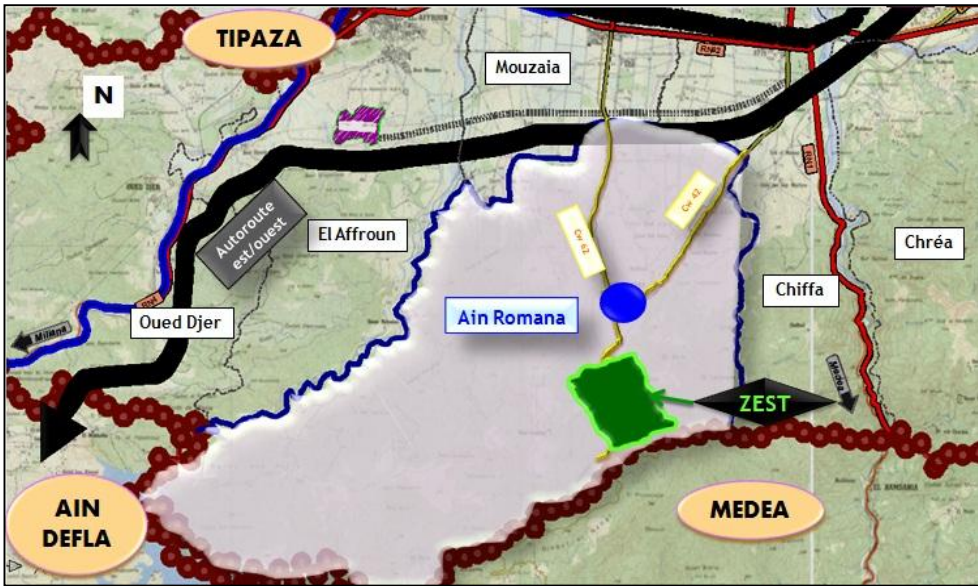

- 03 hôtels de 300 lits
- 02 hôtels de 250 lits
- 12 hôtels de poste de 3<sup>ème</sup> classe
- 06 hôtels de poste de 2<sup>ème</sup> classe
- 01 hôtel de poste de 1<sup>ère</sup> classe
- 01 auberge de jeunes
- 84 terrains de jeux et de sport en plein nature
- 08 terrains de foot
- 02 piscines couvertes semi olympique
- 02 salles omnisport
- 06 salles de sport spécialisées
- 01 Club épique
- 02 salles de cinéma
- 02 salles de théâtre
- 06 Centres culturels
- 01 maison de culture
- 02 salles polyvalentes
- 01 salle d'exposition
- 01 palais des congrès
- 06 bibliothèques de quartier
- 01 bibliothèque communale
- 01 centre national d'environnement et de développement durable
- 01 laboratoire régional pour l'environnement
- 01 gare multimodale
- 06 stations de services

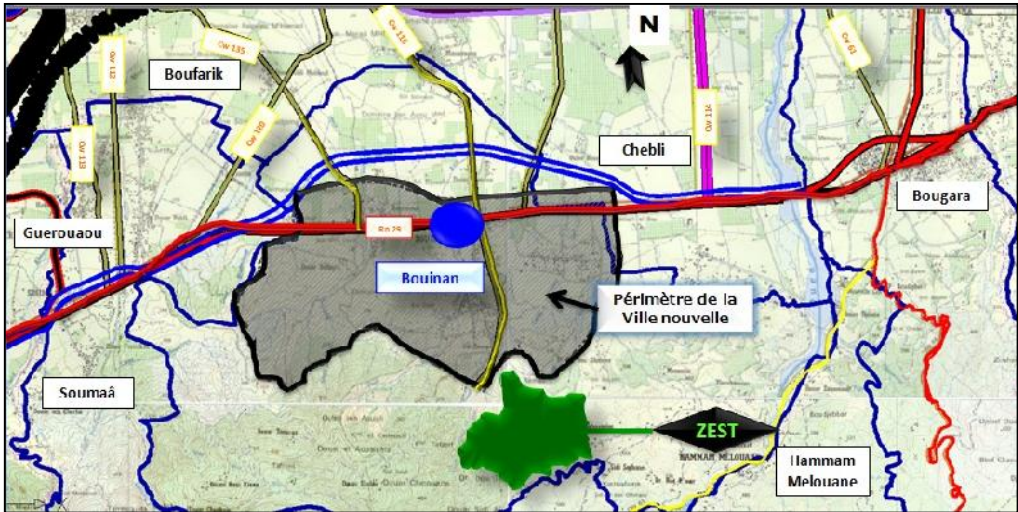
<b>Action 07 - Les ZEST</b>					
<b>ZEST 01 – Mouilha (10 Ha)</b>					
<b>Commune</b>	Larbaâ				
<b>Situation</b>					
<b>Accès</b>	A partir de la RN 08 – RN29 – RN08D				
<b>Surface approximative</b>	10 Ha				
<b>Projets proposés</b>	<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%; text-align: center;">Court terme</th> <th style="width: 50%; text-align: center;">Moyen /Long terme</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="vertical-align: top;">           - Etude de délimitation et de classement de la ZEST (Zone d'Expansion et Site Touristique)         </td> <td style="vertical-align: top;">           - Etude du PAT            - Réalisation VRD de la ZEST         </td> </tr> </tbody> </table>	Court terme	Moyen /Long terme	- Etude de délimitation et de classement de la ZEST (Zone d'Expansion et Site Touristique)	- Etude du PAT - Réalisation VRD de la ZEST
Court terme	Moyen /Long terme				
- Etude de délimitation et de classement de la ZEST (Zone d'Expansion et Site Touristique)	- Etude du PAT - Réalisation VRD de la ZEST				
<b>Filière touristique</b>	Tourisme de montagne Tourisme thermal				

<b>ZEST 02 - Magtaâ Lazrek (05 Ha)</b>					
<b>Commune</b>	Hamam Melouane				
<b>Nom</b>	 				
<b>Accès</b>	CW 61				
<b>Surface approximative</b>	5 Ha				
<b>Projets proposés</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th><b>Court terme</b></th> <th><b>Moyen /Long terme</b></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>- Etude de délimitation et de classement de la <b>ZEST</b> (Zone d'Expansion et Site Touristique)</td> <td>- Etude du <b>PAT</b> - Réalisation VRD de la <b>ZEST</b></td> </tr> </tbody> </table>	<b>Court terme</b>	<b>Moyen /Long terme</b>	- Etude de délimitation et de classement de la <b>ZEST</b> (Zone d'Expansion et Site Touristique)	- Etude du <b>PAT</b> - Réalisation VRD de la <b>ZEST</b>
<b>Court terme</b>	<b>Moyen /Long terme</b>				
- Etude de délimitation et de classement de la <b>ZEST</b> (Zone d'Expansion et Site Touristique)	- Etude du <b>PAT</b> - Réalisation VRD de la <b>ZEST</b>				
<b>Filière touristique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tourisme de montagne</li> <li>- Tourisme de santé et de sport</li> <li>- Tourisme de découverte écologique</li> </ul>				

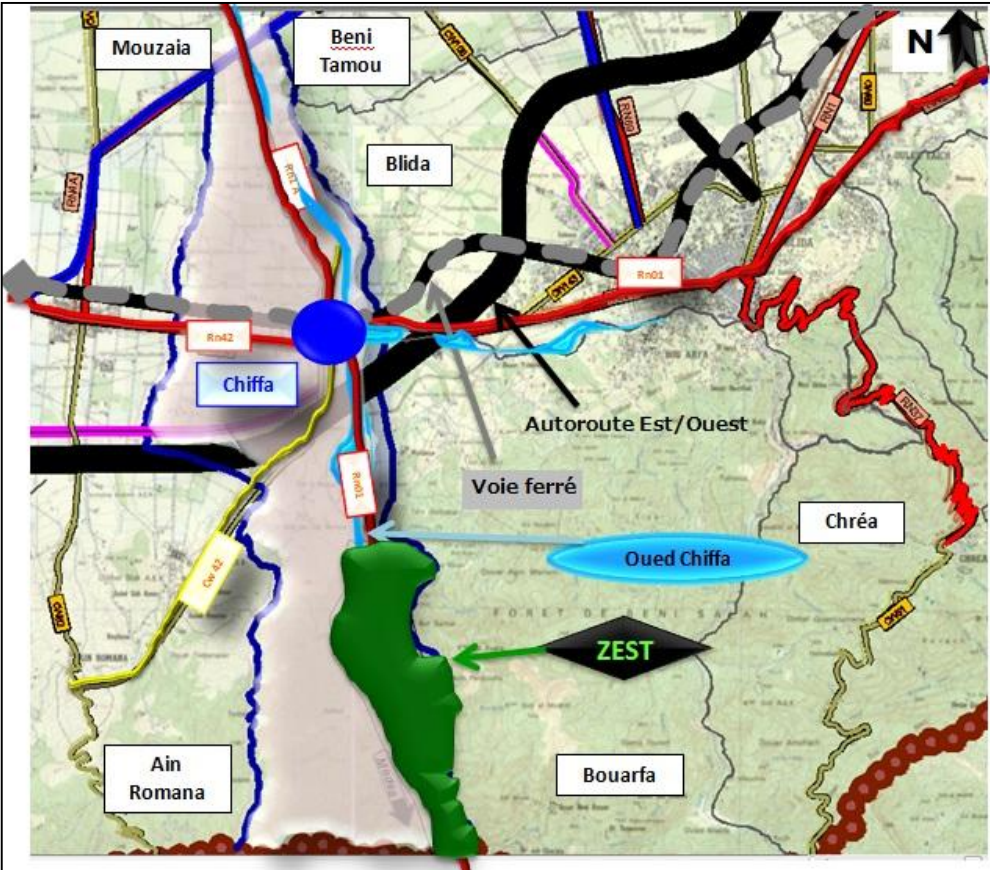


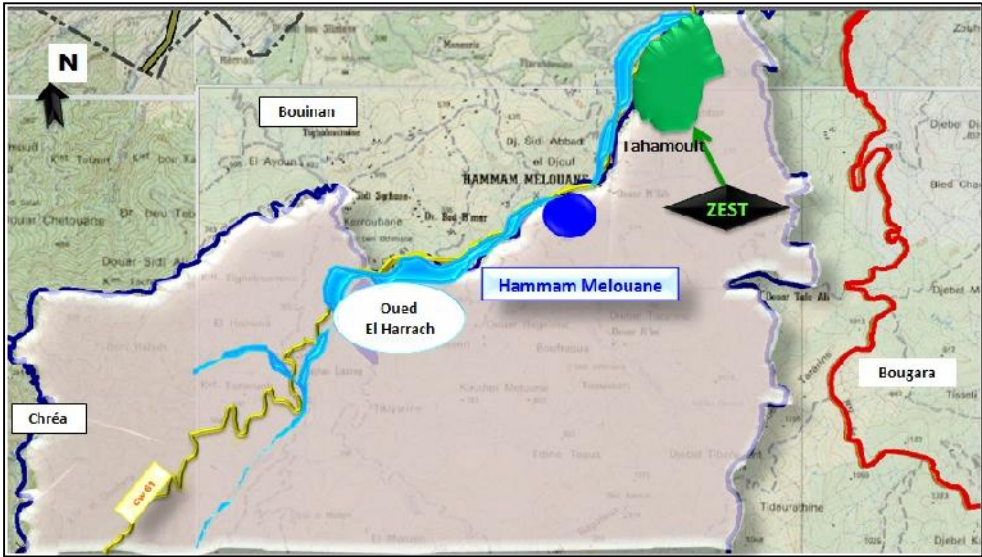
<b>ZEST 03 – Les Deux Cèdres (14 Ha)</b>					
<b>Commune</b>	Chrèa				
<b>Nom</b>	  				
<b>Accès</b>	RN 37				
<b>Surface approximative</b>	14 Ha				
<b>Projets proposés</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th><b>Court terme</b></th> <th><b>Moyen /Long terme</b></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>- Etude de délimitation et de classement de la <b>ZEST</b> (Zone d'Expansion et Site Touristique)</td> <td>- Etude du <b>PAT</b> - Réalisation VRD de la <b>ZEST</b></td> </tr> </tbody> </table>	<b>Court terme</b>	<b>Moyen /Long terme</b>	- Etude de délimitation et de classement de la <b>ZEST</b> (Zone d'Expansion et Site Touristique)	- Etude du <b>PAT</b> - Réalisation VRD de la <b>ZEST</b>
<b>Court terme</b>	<b>Moyen /Long terme</b>				
- Etude de délimitation et de classement de la <b>ZEST</b> (Zone d'Expansion et Site Touristique)	- Etude du <b>PAT</b> - Réalisation VRD de la <b>ZEST</b>				
<b>Filière touristique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tourisme de montagne</li> <li>- Tourisme de découverte écologique</li> <li>- Tourisme de nature</li> <li>- Tourisme de sport</li> </ul>				

<b>ZEST 04 – El Dhaya (20 Ha)</b>					
<b>Commune</b>	Ain Romana				
<b>Nom</b>	 				
<b>Accès</b>	A partir du CW 62 –CW 42				
<b>Surface approximative</b>	20 Ha				
<b>Projets proposés</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%; text-align: center;">Court terme</th> <th style="width: 50%; text-align: center;">Moyen /Long terme</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude de délimitation et de classement de la <b>ZEST</b> (Zone d'Expansion et Site Touristique)</li> </ul> </td> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude du <b>PAT</b></li> <li>- Réalisation VRD de la <b>ZEST</b></li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	Court terme	Moyen /Long terme	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude de délimitation et de classement de la <b>ZEST</b> (Zone d'Expansion et Site Touristique)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude du <b>PAT</b></li> <li>- Réalisation VRD de la <b>ZEST</b></li> </ul>
Court terme	Moyen /Long terme				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude de délimitation et de classement de la <b>ZEST</b> (Zone d'Expansion et Site Touristique)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude du <b>PAT</b></li> <li>- Réalisation VRD de la <b>ZEST</b></li> </ul>				
<b>Filière touristique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tourisme de montagne</li> <li>- Tourisme de découverte écologique</li> <li>- Tourisme de détente et de loisirs</li> <li>- Tourisme de nature</li> </ul>				

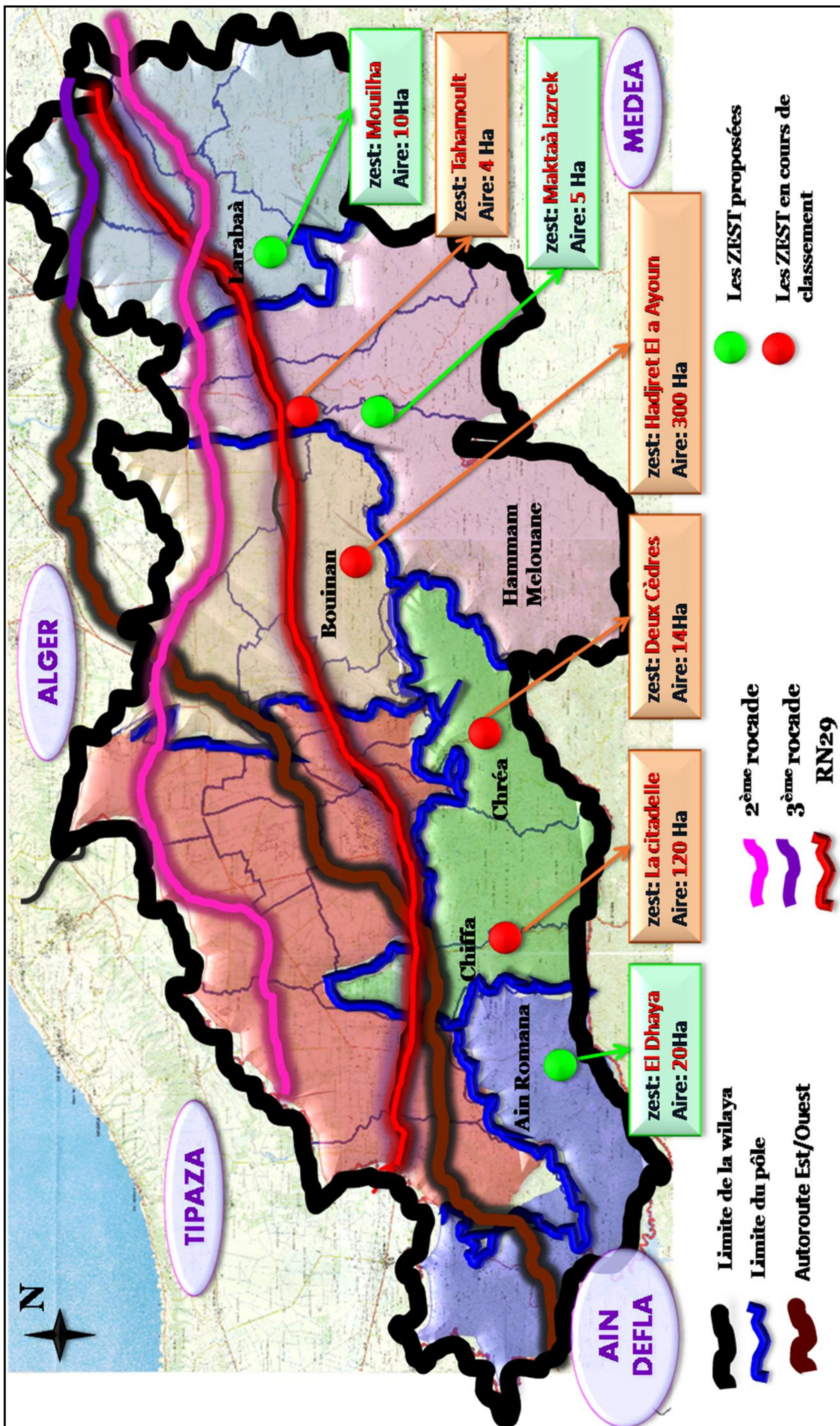
<b>ZEST 05 – Hadjret El Ayoun ( 300 Ha)</b>					
<b>Commune</b>	Bouinan				
<b>Nom</b>					
<b>Accès</b>	A partir CW 116				
<b>Surface approximative</b>	300 Ha				
<b>Projets proposés</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th><b>Court terme</b></th> <th><b>Moyen /Long terme</b></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>- Etude de délimitation et de classement de la <b>ZEST</b> (Zone d'Expansion et Site Touristique)</td> <td>- Etude du <b>PAT</b> - Réalisation VRD de la <b>ZEST</b></td> </tr> </tbody> </table>	<b>Court terme</b>	<b>Moyen /Long terme</b>	- Etude de délimitation et de classement de la <b>ZEST</b> (Zone d'Expansion et Site Touristique)	- Etude du <b>PAT</b> - Réalisation VRD de la <b>ZEST</b>
<b>Court terme</b>	<b>Moyen /Long terme</b>				
- Etude de délimitation et de classement de la <b>ZEST</b> (Zone d'Expansion et Site Touristique)	- Etude du <b>PAT</b> - Réalisation VRD de la <b>ZEST</b>				
<b>Filière touristique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tourisme de montagne</li> <li>- Tourisme de découverte écologique</li> <li>- Tourisme de nature</li> </ul>				



<b>ZEST 06 – Citadelle (120 Ha)</b>					
<b>Commune</b>	Chiffa				
<b>Nom</b>					
<b>Accès</b>	A partir RN 01				
<b>Surface approximative</b>	120 Ha				
<b>Projets proposés</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%; text-align: center;">Court terme</th> <th style="width: 50%; text-align: center;">Moyen /Long terme</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude de délimitation et de classement de la <b>ZEST</b> (Zone d'Expansion et Site Touristique)</li> </ul> </td> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude du <b>PAT</b></li> <li>- Réalisation VRD de la <b>ZEST</b></li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	Court terme	Moyen /Long terme	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude de délimitation et de classement de la <b>ZEST</b> (Zone d'Expansion et Site Touristique)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude du <b>PAT</b></li> <li>- Réalisation VRD de la <b>ZEST</b></li> </ul>
Court terme	Moyen /Long terme				
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude de délimitation et de classement de la <b>ZEST</b> (Zone d'Expansion et Site Touristique)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etude du <b>PAT</b></li> <li>- Réalisation VRD de la <b>ZEST</b></li> </ul>				
<b>Filière touristique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tourisme de montagne</li> <li>- Tourisme de détente et de loisirs</li> <li>- Tourisme de nature</li> </ul>				

<b>ZEST 07 – Tahamoult (04 Ha)</b>		
<b>Commune</b>	Hamмам Melouane	
<b>Nom</b>		
<b>Accès</b>	A partir CW 61	
<b>Surface approximative</b>	4 Ha	
<b>Projets proposés</b>	<b>Court terme</b>	<b>Moyen /Long terme</b>
	- Etude de délimitation et de classement de la <b>ZEST</b> (Zone d'Expansion et Site Touristique)	- Etude du <b>PAT</b> - Réalisation VRD de la <b>ZEST</b>
<b>Filière touristique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tourisme de montagne et thermal</li> <li>- Tourisme de détente et de loisirs</li> <li>- Tourisme de nature</li> </ul>	





Carte de répartition des Zones d'Expansion des Zones Touristiques



### **I-3-Dynamique n° 03 : le plan qualité tourisme**

Actuellement le paramètre de la qualité est devenu une exigence essentielle dans le secteur touristique, vu son important rôle dans l'assurance du confort, et c'est dans cet esprit que la politique touristique vise au développement et amélioration de la qualité de l'offre touristique.

Dans ce cadre, la dynamique 03 tend à :

- Initier un plan qualité tourisme pour la wilaya de Blida,
- Améliorer la qualité de l'offre touristique et favoriser la promotion dans la wilaya de Blida.

### **Axe 03 : renforcer l'attractivité touristique par un plan qualité tourisme (PQT)**

Le paramètre de qualité constitue l'outil de pilotage de la démarche touristique qui doit permettre de :

- Assurer une promesse au client,
- Améliorer et sécuriser le touriste en termes de prestation,
- Renforcer l'image touristique et l'attractivité du territoire,
- Lutter contre l'offre non légitime.

Le plan qualité tourisme est un dispositif essentiel pour tirer en haut la qualité de l'offre touristique dans le territoire de la wilaya de Blida.

C'est un outil qui s'appuie sur l'identification des établissements partenaires, généralement sont :

- Le parc hôtelier
- La restauration de haute gamme
- Les agences du tourisme et de voyage
- Les offices locaux du tourisme

## Axe 03 : Renforcer l'attractivité globale

<b>Action 08 : Mise à niveau des services touristiques (hébergement, restauration, information, accueil)</b>	
<b>Enjeux</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Qualités</li> <li>- Équipements</li> <li>- Aménagements</li> </ul>
<b>Constats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manque importants dans les équipements d'hébergement touristique.</li> <li>- La plupart des hébergements touristiques existant sont non classés et avec une capacité d'accueil faible</li> <li>- La non qualification de la main d'œuvre</li> <li>- Absence de signalisation, information, guide touristique, ...</li> <li>- Absence des structures de restauration de qualité et de haute gamme.</li> </ul>
<b>Objectifs et Démarche</b>	<p>Développer l'offre qualifiée par :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L'amélioration de la qualité des prestations touristiques.</li> <li>- La restauration et la requalification des hébergements touristiques existants après l'évaluation de leurs états.</li> <li>- La mise à niveau de l'ensemble des équipements touristiques</li> <li>- La veuille à l'application des normes de qualité dans les hébergements et les restaurants.</li> <li>- La sensibilisation de tous les acteurs du secteur touristique de la nécessité du développement touristique.</li> <li>- Le développement d'une partie de la gestion des prestations par internet</li> <li>- Le développement d'une stratégie de contrôle et de suivi continue des structures touristiques.</li> <li>- La prise en charge responsable du touriste en termes d'accueil, de déplacement, d'hébergement et de restauration</li> <li>- Le développement et l'exposition des produits d'artisanat et au sein des structures d'accueil touristique</li> <li>- La formation du personnel d'encadrement et du service touristique.</li> <li>- L'organisation des concours des meilleurs sites, produits, gestionnaires, hôtels.....</li> <li>- Le développement des plans de qualité pour l'ensemble des structures touristiques</li> </ul>
<b>Structures concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les hôtels, les restaurants, les agences de voyage et du tourisme, les OLT (Offices Locaux Touristiques), les associations, les centres et les écoles de formations</li> </ul>

<p><b>Les indicateurs de suivi et d'évaluation</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existence des stages qualifiants</li> <li>- Nombre de personnes formées par année</li> <li>- Actions de soutien des collectivités et professionnels</li> <li>- Nombre d'hôtels qualifiés</li> <li>- Nombre de restaurants qualifiés</li> <li>- Nombre d'agences de voyage qualifiés</li> <li>- Nombre des transporteurs qualifiés</li> </ul>		
<p><b>Moyens humains et techniques</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Maitrise d'ouvrage</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Direction du tourisme et d'artisanat</li> <li>-Les Offices de Tourismes OLT</li> <li>-Les agences de Tourisme et de Voyage</li> <li>-Les hôteliers, restaurateurs, transporteurs</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Maitrise d'œuvre</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Bureaux d'études spécialisées</li> <li>-Experts</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Partenariat</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Les instituts de formation en tourisme</li> <li>-Les organismes de certification qualité service</li> <li>- Les élus : Les communes</li> <li>- Les organismes de recherches..</li> </ul>

**Axe 04 : développer une stratégie de formation et de professionnalisation des acteurs**

Afin de répondre aux objectifs visés par cet instrument (SDAT) en général et les objectifs de la dynamique précédente, l'aspect de la formation des ressources humaines chargées du secteur touristique est incontournable.

L'action 09 qui est la mise à niveau du personnel touristique va expliquer l'objet de cet axe.

## Axe 04: développer une stratégie de formation et de professionnalisation

<b>Action 09 : Mise à niveau du personnel du secteur touristique</b>			
<b>Enjeux</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Qualité</li> <li>- Qualification</li> <li>- Organisation</li> </ul>		
<b>Constats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manque d'esprit d'accueil du touriste</li> <li>- la non/peu qualification du personnel du secteur touristique.</li> <li>-Absence des plans de formations continues.</li> <li>- Absence d'utilisation des technologies.</li> <li>- La non application des normes et des services touristiques.</li> </ul>		
<b>Objectifs et Démarche</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Adapter des nouvelles techniques de formation des prestataires et des acteurs touristiques</li> <li>- Adapter et répondre aux différents critères de qualité.</li> <li>- Renforcer l'attractivité vue la qualité des services offerts</li> <li>- Développer des stages de formation accélérée pour l'ensemble du personnel des hôtels, des restaurants et de la DTA.</li> <li>- Établir des conventions de formation avec les différentes écoles existantes ainsi qu'avec les formateurs privés nationaux et internationaux</li> <li>- Création des filières du tourisme dans l'université de Blida.</li> </ul>		
<b>Structures concernés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les hôteliers, les restaurants, les agences de voyages et du tourisme, les OLT (Offices Locaux Touristiques), les associations, les centres et les écoles de formation</li> <li>-Le personnel de la DTA</li> <li>-Les guides</li> </ul>		
<b>Les indicateurs de suivi et d'évaluation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre de personnes formées par année</li> <li>- Évaluation de la qualité du service touristique</li> <li>-Perfectionnement du service touristique</li> </ul>		
<b>Moyens humains et techniques</b>	<p><b>Maitrise d'ouvrage</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Direction du tourisme et d'artisanat</li> <li>-Les Offices de Tourismes OLT</li> <li>-Les agences de Tourisme et de Voyages</li> <li>-Les hôteliers, restaurateurs, transporteurs</li> </ul>	<p><b>Maitrise d'œuvre</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Bureaux d'études spécialisées</li> <li>-Experts</li> <li>- Direction du tourisme et d'artisanat de la wilaya de Blida</li> <li>-Les Offices de Tourismes OLT</li> <li>-Les agences de Tourisme et de Voyage</li> <li>-Les hôteliers, restaurateurs, transporteurs</li> </ul>	<p><b>Partenariat</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Les instituts et les écoles de formation en tourisme</li> <li>-Les organismes de certification qualité service</li> <li>- Les écoles de formation publique hôtelière</li> <li>-Les écoles de formation privée.</li> <li>- Les instituts spécialisés, en management et en aménagement,</li> </ul>



Action	Maitrise d'ouvrage	Rôle
Mise à niveau des services touristiques	<b>DTA, les hôteliers, les OLT, les restaurateurs, les centres et les écoles de formation, les agences de voyage</b>	-La mise en place d'un plan qualité tourisme
Mise à niveau du personnel touristique		-Élaboration d'un plan de formation du personnel de la DTA  -Étude et réalisation de 06 centres d'orientation touristique

**II-4-Dynamique n° 04 : le plan partenariat public – privé**

Le tourisme actuellement tend à être une branche économique transversale et un assemblage des prestations ; ce qui implique l'introduction obligatoire des interventions de tous les secteurs et nécessite une action concertée fondée sur une interdisciplinarité des différentes approches et différents acteurs (l'état et le secteur privé) ; c'est le principe de partenariat qui veut dire lorsque les acteurs publics et privés agissent ensemble pour répondre efficacement aux besoins collectifs. De ce fait parler du développement touristique, c'est aussi parler des différents modes (déplacement, accueil, infrastructure ...) ; des différents ressources en eau, énergie, couverture végétale, humaine...) et de qualité (air, environnement, cadre de vie...)

**Axe 05 : assurer une bonne inter-sectorialité**

Le développement touristique ne peut s'envisager sans une bonne coopération public-privé efficace et une interdépendance avec les autres secteurs dont le but est d'articuler et rendre cohérente la chaîne touristique.

## Axe 05 : Assure une bonne inter-sectorialité

<b>Action 10- coopération intersectorielle</b>			
<b>Enjeux</b>	Collaboration entre les acteurs et les intervenants dans le secteur touristique.		
<b>Constat</b>	Absence remarquable dans la collaboration entre les secteurs et les acteurs touristique		
<b>Démarche et Objectifs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Développer des nouvelles formes de partenariats dans l'investissement, la formation, la gestion et le management.</li> <li>-Faire appel aux acteurs disposant d'un savoir faire</li> <li>-Utiliser les nouvelles technologies de communication entre les secteurs.</li> <li>- Partager les responsabilités.</li> <li>-Fixer les taches de chaque secteur</li> <li>-Organisation des réunions par mois pour voir l'état d'avancement des opérations et des décisions prises.</li> <li>-Développer des matrices de travail pour chaque secteur</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>-Voir le tableau ci après -</b></p>		
<b>Infrastructure concernées</b>	-l'ensemble du territoire		
<b>Publics concernés</b>	-Tous les acteurs et intervenant dans le tourisme du pré et de loin		
<b>Moyens humains et techniques</b>	<b>Maitrise d'ouvrage</b>	<b>Maitrise d'œuvre</b>	<b>Partenariat</b>
	-Toutes les directions de la wilaya	-Bureaux d'études spécialisées	-Tous les autres acteurs

<b>Secteur</b>	<b>Les taches pourvus pour chaque secteur</b>
<b>Direction du tourisme et de l'artisanat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Suivre des projets</li> <li>- Animer les commissions</li> <li>- Assister les investisseurs</li> <li>- Promouvoir l'investissement touristique.</li> <li>- Appliquer et veiller à la réglementation en hôtellerie et tourisme</li> <li>- Faire des formations aux nouvelles technologies de communication et la mise à niveau des agents de la direction du tourisme</li> <li>- Recruter des cadres spécialisés en gestion et aménagement touristique ainsi que des architectes qualifiés.</li> <li>- Organiser des sorties pour les décideurs sur sites pour plus de sensibilisation</li> <li>- Créer un site internet, pages, groupes pour le tourisme de Blida</li> <li>- Mettre en œuvre un plan qualité (PQT)</li> <li>- Collaborer avec les autres secteurs</li> </ul>
<b>Direction d'environnement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Élaborer des études d'impact des zones d'activités, des projets proposés sur le milieu environnemental</li> <li>- Élaborer des études d'impact du site proposé pour des aménagements touristiques</li> <li>- Éradiquer les décharges non contrôlées</li> <li>- Élaborer et suivre l'étude du CET de la wilaya et sa réalisation</li> <li>- Développer les énergies renouvelables</li> <li>- Suivre des projets.</li> <li>- Insister sur le respect d'environnement et les principes écologiques.</li> <li>- Collaborer avec les autres secteurs</li> </ul>
<b>Direction d'hydraulique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lancer les études des projets proposés.</li> <li>- Rénover les réseaux d'AEP, Assainissement existants</li> <li>- Aménager les espaces autour des retenus collinaires</li> <li>- Aménager toutes les sources d'eaux proposées (potable, thermale)</li> <li>- Étudier et suivre les aménagements autour des oueds</li> <li>- Collaborer avec les autres secteurs</li> <li>- Lutte contre les constructions illicites sur le long des oueds</li> </ul>
<b>Direction de la culture</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Classer les sites et les monuments culturels non classés</li> <li>- Développer un planning des manifestations culturelles</li> <li>- Lancer des études des PPMVSA et PPMVSS</li> <li>- Restaurer et réhabiliter les monuments et les sites proposés</li> <li>- Préparer des animations pluriannuelles</li> <li>- Prendre en compte du patrimoine immatériel</li> <li>- Collaborer avec les autres secteurs</li> </ul>
<b>Direction du transport</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Améliorer le parc véhiculaire</li> <li>- Diversifier et augmenter le nombre de lignes de transport routier</li> <li>- Organiser les circuits de transport.</li> <li>- Suivre et accélérer le projet du tramway</li> <li>- Collaborer avec les autres secteurs</li> </ul>

<p><b>Direction des affaires religieuses</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Restaurer et élargir les mosquées existant</li> <li>- Proposer des études de construction des écoles coraniques</li> <li>- Réhabiliter et revaloriser les mouvements des zaouïas</li> <li>- Proposer des programmes d'apprentissage religieux</li> <li>- Organiser les fêtes religieuses et leurs animations</li> <li>- Organiser des concours religieux</li> <li>- Collaborer avec les autres secteurs</li> </ul>
<p><b>Direction d'urbanisme et de construction</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Réviser la majorité des PDAU et des POS</li> <li>- Lancer les opérations d'amélioration urbaine</li> <li>- Faciliter les obtentions des permis construire des investisseurs et promoteurs.</li> <li>- Lutte contre les constructions illicites</li> <li>- Collaborer avec les autres secteurs</li> </ul>
<p><b>Direction des forêts</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participer aux actions de mise en tourisme.</li> <li>- Lutte contre la pollution des forêts par la surveillance et les punitions des pollueurs</li> <li>- Lutte contre les incendies par la création des cellules d'intervention rapides</li> <li>- Ouvrir les pistes pour faciliter les accès et les interventions</li> <li>- Veiller à la protection de la faune et la flore existante</li> <li>- Maximiser les opérations de reboisement</li> <li>- Collaborer avec les autres secteurs</li> </ul>
<p><b>Direction des travaux publics</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maintenir les réseaux « accès et mobilité »</li> <li>- Élaborer les signalétiques et balisage fléchage sur tous dans les parties touristique.</li> <li>- Ouvrir des nouvelles voies de communication dans les sites touristiques</li> <li>- Suivre et finaliser toutes les opérations de réalisation en cours et les opérations lancées.</li> <li>- Aménager les bordures des voies surtout à caractère touristique.</li> <li>- Ouvrir les pistes vers les sites touristiques</li> <li>- Collaborer avec les autres secteurs</li> </ul>
<p><b>Direction de la jeunesse et de sport</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organiser des compétitions sportives nationales et internationales,</li> <li>- Construire des auberges de jeunes.</li> <li>- Encourager les échanges sportifs et culturels entre jeunes locaux et étrangers, inter wilaya...</li> <li>- Développer des programmes de formation en sports</li> <li>- Faciliter la création des clubs en sport</li> <li>- Collaborer avec les autres secteurs</li> </ul>
<p><b>Direction des énergies et des mines</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encourager et favoriser l'utilisation des énergies renouvelables dans le tourisme</li> <li>- Introduire les orientations liées aux énergies renouvelables autant que des recommandations obligatoires dans les cahiers des charges de tous les projets.</li> <li>- Collaborer avec les autres secteurs</li> </ul>

<b>Direction de la gendarmerie nationale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Assurer la sécurité des touristes et des sites touristique</li> <li>-Se préparer à toutes les interventions de secours en cas d'événements liés à des accidents et des risques</li> <li>-Assister les agences dans leurs escortes</li> <li>-Lutter contre tous types d'agression</li> <li>-Collaborer avec les autres secteurs</li> </ul>
<b>L'enseignement supérieur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Ouvrir un département du tourisme dans l'université qui englobe plusieurs spécialité tel que : guide touristique, patrimoine culturel, Restaurateurs, des voyagistes, personnels d'accueil en circuit, promotion et vente de produits touristiques,</li> <li>-Organiser des journées et des portes ouvertes sur les spécialités touristiques</li> <li>-participer à l'organisation des concours touristiques</li> <li>-Collaborer avec les autres secteurs</li> </ul>
<b>Le parc national de Chréa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Participer aux actions de mise en tourisme.</li> <li>- Lutter contre la pollution des forêts par la surveillance et les punitions des pollueurs</li> <li>- Lutter contre les incendies par la création des cellules d'intervention rapides</li> <li>-Ouvrir les pistes pour facilités les accès et les interventions</li> <li>-veiller à la protection de la faune et la flore existante</li> <li>-Maximiser les opérations de reboisements</li> <li>-Organiser des sorties de découverte</li> <li>-Collaborer avec les autres secteurs</li> </ul>
<b>Direction d'agriculture</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Labelliser les produits locaux</li> <li>-Renforcer les opérations de plantation</li> <li>-Adopter des nouvelles technologies dans la plantation.</li> <li>-Organiser les marchés existants et proposer d'autres contrôlés</li> <li>-Faciliter des opérations concernant le foncier touristique proposé</li> <li>-Développer l'agrotourisme et le tourisme rural</li> <li>- Collaborer avec les autres secteurs</li> </ul>
<b>Direction d'emploi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Faciliter les opérations de travail par : CNAC, ANSEJ.....</li> <li>-Créer et encourager des mini projets</li> <li>-Collaborer avec les autres secteurs</li> </ul>
<b>La formation professionnelle</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Initier des projets de formation de recyclage et d'apprentissage dans les métiers de l'hôtellerie, du tourisme et de l'artisanat</li> <li>-Développer le programme de formation et de création des filières</li> </ul>

## **II-5-Dynamique n° 05 : le plan financement touristique (PFT)**

Le tourisme est une industrie lourde dont le retour d'investissement est lent

Les cinq objectifs du plan de financement tourisme (PFT)

- Protéger et accompagner la petite et moyenne entreprise touristique (PME),
- Veiller à éviter l'arrêt et l'enlisement des projets touristiques,
- Attirer et sécuriser les grands investisseurs nationaux et étrangers, et les jeunes promoteurs,
- Encourager l'investissement dans le secteur touristique par le recours aux incitations fiscales et financières,
- Faciliter et adapter le financement bancaire des activités touristiques.

Il s'agit pour ce faire :

- D'accompagner les investisseurs, promoteurs et porteurs de projet (aide à la décision à l'évaluation du risque et au financement des matériels d'exploitation),
- D'assouplir, d'alléger les procédures d'octroi des crédits bancaires,
- D'accorder, le cas échéant, des taux bonifiés, baisse de TVA,
- D'allonger la durée de crédit.

Les entrepreneurs, quelque soient publics ou privés et qu'ils soient en phase de lancement de projets (créateurs) ou en phase de développement d'activités existantes (développement) ont cinq besoins essentiels :

- ✓ Une étude sérieuse et approfondie des risques (faisabilité) que généralement peu d'opérateurs sont prêts à payer à son juste prix,
- ✓ Le financement du plan qualité (PQT), des travaux de requalification ou d'extension et l'acquisition du matériel d'exploitation, coûteux et difficile à payer (véhicules, matériel de cuisine, équipements divers...),
- ✓ La nécessité de se former aux méthodes et techniques modernes,
- ✓ Le financement de dotation en technologie de l'information et de la communication (TIC) des moyens en communication, de marketing, promotion

et commercialisation. Ceux-ci sont nécessairement élevés si l'on veut faire aussi sinon davantage que les concurrents,

- ✓ La nécessité d'attirer et de former un personnel de qualité.



## Phase IV

### Chapitre I : Généralités

I-1- Introduction.....	75
I-2- Présentation et objectif de la quatrième phase.....	75

### Chapitre II : Gouvernance et management touristique

II-1- La nouvelle gouvernance touristique .....	77
II-1-1- Les principes de la bonne gouvernance touristique.....	77
II-1-2- les défis du secteur touristique.....	78
II-2- Le management du SDAT Blida .....	79
II-2-1- Le management public.....	82
II-2-2- Modalités de suivi et d'évaluation.....	85
II-2-3- Le marketing et la communication.....	86
II-3- L'amorçage des projets touristiques.....	89
II-4- La régulation et l'encadrement de l'activité touristique.....	89
II-5- Evaluation de principe du développement durable .....	90
II-6- L'accompagnement de la mise en tourisme de Blida .....	91
II-7- L'agenda de la mise en œuvre du SDAT Blida « le chronogramme ».....	92
<b>Conclusion</b> .....	99

## **I-1-Introduction**

Le programme d'actions est préconisé pour répondre aux enjeux identifiés et nous permet d'atteindre les objectifs que les pouvoirs publics ont donnés en matière d'attractivité et de compétitivité des territoires touristiques de la wilaya.

Le succès de la destination de Blida repose essentiellement sur la pertinence des opérations touristiques à mener et la portance du projet tant par les autorités locales que par le citoyen.

## **I-2- Présentation et objectif de la quatrième phase**

Cette phase finale de l'étude consiste de la remise du rapport qui ne sera définitif qu'après son acceptation par le comité de suivi et son adoption par l'assemblée populaire de la wilaya.

Cette phase sera complétée par la mise en place du tableau de bord de suivi et d'évaluation qui contient les indicateurs, l'agenda, les fiches techniques, qui doivent être en conformité avec les canevas et définitions en vigueur ; c'est l'objet de cette phase qui doit fournir au maître d'ouvrage :

- Les modalités de mise en œuvre du programme d'actions,
- Le mode de gouvernance et de management des projets,
- Les outils nécessaires à la mise en œuvre,
- Les outils de suivi et d'évaluation du projet.

## **II- Gouvernance et management touristique**

### **II-1- La nouvelle gouvernance touristique**

La transversalité des activités du tourisme et l'implication de tous les secteurs, les intervenants institutionnels et de la société civile dans le produit touristique, la mise en place d'une charte de solidarité nationale pour la promotion, le développement d'un secteur touristique algérien original, intégré et durable nécessite une bonne gouvernance.

La gouvernance est un ensemble d'outils et de mécanismes concernant la manière de gouverner. Le terme de gouvernance met également l'accent sur la multiplicité des institutions, des organisations et des acteurs qui gouvernent un territoire et sur les relations entre ces gouvernants, locaux, régionaux, ou nationaux, et les gouvernés.

La gouvernance se caractérise par le passage de la centralisation à la décentralisation, de la guidance publique à la coopération des acteurs publics et des acteurs privés.

#### **II-1-1- Les principes d'une bonne gouvernance**

Les cinq (05) principes de base d'une bonne gouvernance sont :

##### **1- L'ouverture**

Tous les secteurs et les acteurs de tourisme devraient œuvrer de manière transparente, promouvoir la libre circulation de l'information et communiquer leurs idées d'une façon claire et compréhensible pour tous leurs partenaires.

##### **2- La participation**

La qualité, la pertinence et l'efficacité des stratégies ou des programmes touristiques dépendent d'une large participation de tous les partenaires concernés, et ce, à tous les stades allant de la conception à la mise en œuvre des politiques et programmes touristiques. L'amélioration de la participation vise à augmenter la confiance dans le résultat et à faciliter l'implication de tous.

### **3- La responsabilité**

Il convient de clarifier le rôle de ceux qui participent à l'élaboration et à la mise en œuvre des politiques, des stratégies ou des programmes touristiques, afin qu'ils assument pleinement leurs responsabilités.

### **4- L'efficacité**

Les mesures de gouvernance doivent être efficaces, c'est-à-dire produire les résultats escomptés à partir d'objectifs clairement définis et d'une évaluation de leur impact futur. L'efficacité suppose également que les décisions concernant les stratégies ou programmes soient prises au niveau le plus approprié et proviennent d'une concertation et d'une complémentarité dans les comportements de chacun.

### **5- La cohérence**

Les politiques, les stratégies, les programmes et les actions prescrites doivent être cohérents et parfaitement compréhensibles par tous les partenaires.

## **II-1-2- Les défis du secteur touristique**

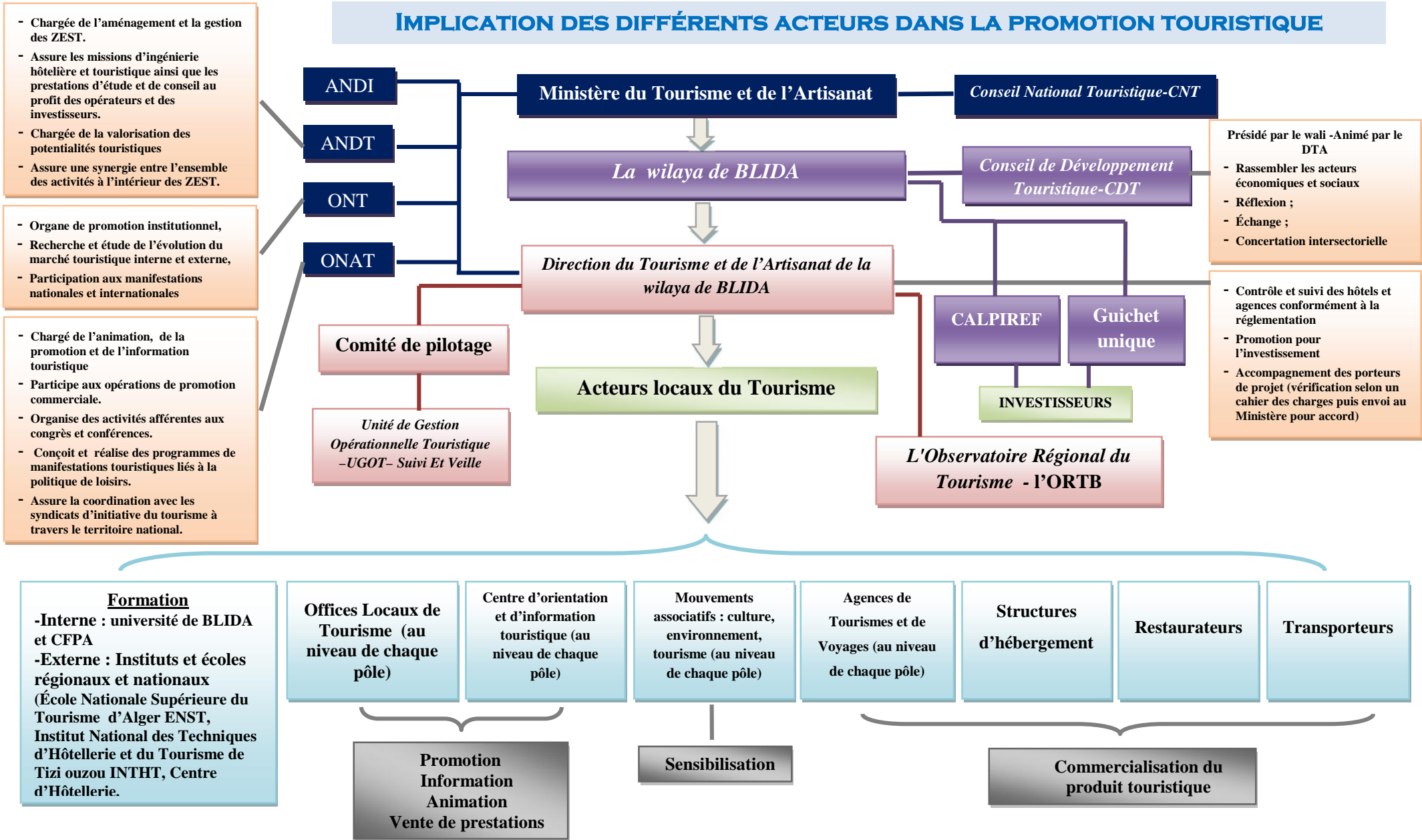
À la lumière des principes énoncés précédemment, l'industrie touristique rencontre de multiples défis, principalement en ce qui concerne la cohérence, la participation et la responsabilité. En effet, le risque de présenter une image incohérente de la destination semble plutôt élevé, compte tenu de la multiplicité des secteurs qui doivent œuvrer pour le tourisme et des intérêts spécifiques de chaque catégorie d'intervenants impliqués dans les différentes fonctions de gestion – promotion, développement ou accueil.

Le diagnostic, objet de la 1<sup>ème</sup> phase de l'étude, fait ressortir une absence de coordination intersectorielle en matière de développement touristique.

Cette situation est due essentiellement à l'absence de cadres de concertation, et de processus d'adhésion à une démarche commune. En ce qui concerne l'organisation touristique, celle-ci est handicapée par l'absence de structures de relais de l'ONT et de l'ANDT au niveau local.

Par ailleurs, pour augmenter la confiance dans les résultats escomptés, l'implication de tous les intervenants dans les décisions qui affecteront leurs performances et leur avenir s'avère, non seulement souhaitable, mais nécessaire. Pour ce faire, l'ensemble des intervenants touristiques doit convenir, sur une base volontaire, de la répartition des rôles et responsabilités liés à toutes les sphères de gestion de la destination sans perdre de vue que les décisions doivent se prendre au niveau le plus efficace possible. Cette nécessité d'améliorer la coordination et le partage des responsabilités paraît évidente, particulièrement en ce qui concerne la promotion touristique où tous les acteurs qu'ils soient locaux ou nationaux, exercent certaines activités, comme l'illustre l'organigramme suivant :

**IMPLICATION DES DIFFÉRENTS ACTEURS DANS LA PROMOTION TOURISTIQUE**



- Chargée de l'aménagement et la gestion des ZEST.
- Assure les missions d'ingénierie hôtelière et touristique ainsi que les prestations d'étude et de conseil au profit des opérateurs et des investisseurs.
- Chargée de la valorisation des potentialités touristiques
- Assure une synergie entre l'ensemble des activités à l'intérieur des ZEST.
- Organe de promotion institutionnel,
- Recherche et étude de l'évolution du marché touristique interne et externe,
- Participation aux manifestations nationales et internationales
- Chargé de l'animation, de la promotion et de l'information touristique
- Participe aux opérations de promotion commerciale.
- Organise des activités afférentes aux congrès et conférences.
- Conçoit et réalise des programmes de manifestations touristiques liés à la politique de loisirs.
- Assure la coordination avec les syndicats d'initiative du tourisme à travers le territoire national.

- Présidé par le wali -Animé par le DTA
- Rassembler les acteurs économiques et sociaux
- Réflexion ;
- Échange ;
- Concertation intersectorielle
- Contrôle et suivi des hôtels et agences conformément à la réglementation
- Promotion pour l'investissement
- Accompagnement des porteurs de projet (vérification selon un cahier des charges puis envoi au Ministère pour accord)

## II-2- Le management du SDAT Blida

Le management désigne l'ensemble des techniques visant à optimiser l'usage des ressources d'une organisation en vue de la réalisation d'un objectif. Son sens originel est l'art de conduire, de diriger et de mener.

Le management du tourisme analyse les différentes composantes du secteur touristique. C'est une activité pluridisciplinaire qui mêle la gestion des ressources, les stratégies, la gestion financière ainsi que le marketing.



Le management du Schéma Directeur d'Aménagement Touristique est donc indispensable afin :

1. D'assurer le lancement et le suivi du SDAT (planning prévisionnel, suivi des projets, évaluation au regard des objectifs du SDAT et du tableau de bord,...),
2. D'actualiser le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique « SDAT 2030 » tous les cinq ans à partir de sa mise en œuvre (l'adapter aux exigences locales, préciser le contenu des projets sur la base d'études sectorielles et pré-opérationnelles...),
3. De veiller à la cohérence des projets avec les objectifs du SDAT et à leur pertinence par rapport aux potentialités du marché et du pays,
4. De fixer les objectifs à chaque acteur des pôles touristiques,
5. De faire réapproprier le SDAT par les acteurs du tourisme (directeur de tourisme, offices, voyagistes...) et développer des passerelles intra et intersectorielles mais également avec les autres partenaires.

## **II-2-1- Le management public : Le management suppose une organisation appuyée par un bureau d'études de management**

### **a- Le comité de pilotage et de Monitoring du développement touristique**

Le comité de pilotage présidé par le DTA, aura la charge de suivre l'application et la mise en œuvre des projets touristiques, ainsi il fait appel à des représentants de tous les secteurs public et privé, ayant une relation avec le développement du tourisme, les OLT, les prescripteurs hôteliers, voyagistes, les élus et les autres secteurs (Direction : culture, forêt, hydraulique, environnement, urbanisme.....).

Le Comité de Pilotage est composé d'un représentant de chaque partie prenante; Cette session verra la participation de toutes les parties affectées de près ou de loin qui devra se réunir au minimum quatre fois par an.

Les missions du Comité de pilotage se résument en la prise de décision des mesures stratégiques nécessaires à l'exécution des projets et en particulier :

- A l'examen des changements d'orientation du programme qui peuvent apparaître nécessaires et proposer, le cas échéant, l'arrêt ou la prolongation de certaines activités ;
- Il doit veiller à la compatibilité des projets touristiques avec les orientations du SDAT
- A la recherche des solutions aux litiges qui peuvent survenir entre les parties durant l'exécution du projet ;
- De faire toute proposition utile en vue de la diffusion des résultats du projet ;
- D'apprécier et valider le travail effectué dans le cadre des projets (arrêter les décisions définitives concernant les projets)
- Mettre en œuvre et surtout d'assurer la mise en œuvre et le monitoring des projets touristiques.



- Mettre en place et animer une coordination favorisant les partenariats entre les acteurs du tourisme, les associations, les collectivités et les professionnels ;

**Le Comité de pilotage sera une occasion offerte aux participants d'avoir un éclairage précis de l'état d'avancement des projets**

- Unité de Gestion Opérationnelle Touristique –UGOT– : est proposée à titre indicatif en vue de l'évaluation de la destination et qui aura la charge sur un délai défini par la DTA d'assurer le suivi des différents projets du schéma pour mobiliser et assurer toutes les conditions de réussite du plan opérationnel.

Cette unité est équivalente à une cellule de veille et de suivi dont ses missions :

- assurer la coordination administrative et technique ;
- assurer la communication avec les acteurs ;
- apporter l'appui - conseil de base aux acteurs ;
- conduire les opérateurs sur le terrain ;
- élaborer les programmes et les budgets trimestriels d'activités ;
- rédiger les rapports trimestriels d'activités ;
- présenter les rapports trimestriels d'activités devant le Comité de Pilotage ;
- rédiger les comptes rendus des réunions ;
- faciliter les missions de supervision et d'évaluation ;
- rédiger le rapport annuel d'activités ;
- présenter le rapport annuel d'activités devant le Comité de Pilotage et le CDT ;

- rédiger le compte rendu de la réunion bilan annuel.

→ Composition

L'Unité de Gestion Opérationnelle devrait être composée d'experts des directions réunis autour de la DT afin d'accélérer la mise en œuvre des actions.

**b- Le pilotage des pôles touristiques**

Un Chargé de mission est à installer au niveau de chaque pôle touristique du territoire Blidéen, qui a pour mission d'assurer le lien avec les différents acteurs locaux autour des différents projets par pôle touristique dont il a la charge. Il rend compte au Ministre de l'état d'avancement du «SDAT» sur le terrain et de la réalisation des projets touristiques par pôle, il identifie les points de dysfonctionnement, les besoins et les attentes locales.

**c- L'Observatoire Régional du Tourisme de Blida- l'ORTB**

Un Observatoire Régional du Blida est à intégrer au DTA du Tourisme. Son rôle est de faire connaître au plus grand nombre de personnes ce qu'est le tourisme, ce qu'il représente dans l'économie Blidéenne, comment évoluent l'offre et la demande, quelles sont ses perspectives de progrès.

● **Les missions de l'Observatoire Régional du Tourisme de Blida**

- Mission de collecte, traitement et analyse de l'information : disposer d'informations et de données précises relatives à l'activité touristique (et son environnement) et ce quels que soient les axes de recherches : analyse de l'offre (hébergements, activités, services...), analyse de la demande (fréquentation, profil et pratiques des clientèles...), analyse économique transversale (consommation touristique, retombées économiques, emplois...), afin d'asseoir le tourisme comme source de richesses et de développement.

- Mission de veille : Afin de se tenir informé des grandes tendances d'évolution des marchés du tourisme, des avancées des recherches, des expériences menées (ceci nécessite l'existence d'un observatoire structuré et doté de moyens adéquats), de conduire des approches de prospectives pour anticiper les mutations de comportement des différentes clientèles.

- Mission de communication, restitution et de diffusion : l'Observatoire du Tourisme de Blida vise aussi à faciliter la diffusion des études de manière à ce que tous les acteurs concernés se les approprient : les élus, les institutionnels, les réceptifs (hôteliers, gestionnaires d'équipements de loisirs...), les journalistes, les étudiants, les bureaux d'études...

- Mission de conseil : Sur la base d'une analyse construite à partir de la somme des informations produites et/ou répertoriées, l'Observatoire Régional du Tourisme de Blida participe à la définition d'une stratégie globale.

L'Observatoire Régional du Tourisme de Blida, par ses analyses, contribue aux missions du comité de pilotage, en particulier pour la stratégie marketing, mais aussi au quotidien pour les missions des services presse, communication, promotion et développement.

#### **d- Le guichet unique**

Ce guichet est installé au niveau de la Direction de l'Urbanisme et de la Construction et est composé de tous les secteurs. Sa principale mission est la facilitation d'obtention des permis de construire pour les différents projets ainsi que les PAT au niveau des ZEST.

### **II-2-2- Modalités de suivi et d'évaluation**

- 04 grandes Réunions /AN
- 02 revues de processus annuelles
- 24 réunions /guichet unique

Le Comité de Pilotage tiendra chaque trimestre une réunion de Gestion Prévisionnelle des opérations (UGOT) pour faire le point de l'exécution des travaux.

Le principe de fonctionnement de la réunion UGOT consiste à faire le bilan des activités du trimestre écoulé d'une part, et, d'autre part de valider la programmation et

le budget des actions du trimestre suivant en tenant compte des réajustements éventuels à opérer au regard du bilan précédent.

Chaque réunion UGOT sera sanctionnée par un compte rendu et transmis au CDT par le Comité de Pilotage.

L'évaluation du plan d'actions consiste à analyser le niveau d'atteinte des objectifs et des résultats afin de faire des propositions pour la mise en place du prochain plan.

L'évaluation sera faite sous forme de revue de processus touristique biannuelle qui intervient au plus tard un mois avant le début du prochain plan :

- ✓ Une revue de processus à fin juin
- ✓ Une revue de processus à fin décembre

Toutes les quinzaines, une réunion de concertation et de coordination pour le pilotage des grands projets touristiques (adoption et validation des plans d'aménagement touristiques des différentes ZEST proposées au niveau du territoire de Blida), est prévue au niveau du guichet unique.

### **II-2-3- Le marketing et la communication**

Une action durable de promotion permettra d'informer sur l'état d'avancement du Schéma Directeur d'Aménagement Touristique de Blida «SDAT 2030 » et de façon plus générale sur le positionnement de Blida comme une destination touristique à part entière.

#### **■ Le management public et l'expertise des projets**

Le management et l'expertise des projets sont assurés par deux bureaux qu'il faut recruter au niveau de la DTA :

- Un bureau de management afin d'assurer la médiation entre puissance publique et les investisseurs ;

- Un bureau d'avocats conseil et de consulting spécialisé dans les contentieux, litiges et conseils, à même de suivre le développement touristique (pour accompagner les porteurs de projets, les promoteurs et les investisseurs à toutes les étapes de leurs projets).

### **II-3- L'amorçage des projets touristiques**

La création constitue un moyen important et indispensable pour se démarquer dans un marché compétitif, pour

- ✓ anticiper l'évolution des modes de consommation ;
- ✓ renouveler une offre parfois vieillissante qui ne répond plus aux attentes des touristes ;
- ✓ assurer un développement durable, et même pour attirer de nouveaux talents au sein de la DTA.

Pour viser une meilleure stratégie de l'innovation en matière d'économie, la wilaya de Blida doit accompagner l'acteur principal du tourisme (DTA) pour répondre aux besoins d'innovation, en lui permettant de s'appuyer sur des moyens efficaces d'accompagnement pour sa démarche d'innovation (moyens humains, financiers et techniques) et ceci à travers le déploiement d'un fonds d'aide à l'ingénierie et à l'amorçage de projets touristiques innovants.

L'amorçage se fera sous l'impulsion des projets prioritaires identifiés par le présent Schéma Directeur d'Aménagement Touristique de la wilaya de Blida « SDATW Blida 2030 » dans sa troisième phase qui a portée sur « la stratégie retenue ».

La wilaya de Blida doit accorder une importance signifiante au volet « Aide aux projets touristiques » qui permet à Tourisme Blida de soutenir des projets qui sont conformes au plan de développement de l'industrie touristique à différentes échéances, qui contribuent de manière significative au renouvellement de l'offre touristique blidéenne et qui lui permettent de se démarquer sur la scène nationale. Les projets

retenus sont ceux qui contribuent à ce que le tourisme devienne, durant toute l'année, une source de richesse économique, sociale et culturelle pour toutes les régions de Blida, et ce, dans le respect des principes du développement durable.

Les projets doivent :

- Avoir des retombées significatives sur les recettes touristiques blidéenne et sur la création d'emploi;
- Attirer prioritairement une clientèle nationale et internationale et favoriser le prolongement de la saison touristique;
- Prendre en considération les principes de développement durable;
- Etre viables financièrement, et comporter une contribution du promoteur représentant au moins 30 % de sa valeur totale. (les 70% sont une aide étatique).

La question du foncier touristique dont une grande partie réside dans l'adoption urgente d'une nouvelle approche de préparation, d'aménagement et de gestion des assiettes foncières dans les zones d'expansion touristiques (ZET) constituent la clé de la dynamique du tourisme.

La diversité des statuts des patrimoines intégrés dans ces zones (domaine national public, domaine national privé, propriété privées), constitue une contrainte majeure de la gestion du foncier touristique.

Afin de lever cette contrainte, il est préconisé l'instauration d'une concertation étroite et active avec les directions sectorielles concernés en vue de définir, le mode opératoire le mieux indiqué, permettant un traitement souple et efficient de la question du foncier touristique.

➤ **L'amorçage 2013-2017 est conditionné par trois préalables**

**1- L'impératif de l'assainissement du foncier touristique**

Un programme d'actualisation, d'assainissement et de management du foncier touristique est lancé en vue de sa mise à disposition des investisseurs et promoteurs ayant manifesté leur intérêt pour les pôles touristiques d'excellence.

**2 - La reconstitution du stock foncier**

La reconstitution de stock foncier doit servir de plates-formes touristiques intégrées afin d'augmenter le stock de potentiel foncier touristique à travers les actions, d'identification, de délimitation et de déclaration par voie règlementaire.

**3 - L'accessibilité**

L'accompagnement à la création des voies d'accès aux plates-formes par :

- La réalisation des infrastructures d'accès à l'extérieur des ZET.
- L'élaboration d'un plan de circulation et d'accessibilité pour chaque projet
- La viabilisation de chaque projet

**II-4- La régulation et l'encadrement de l'activité touristique**

Ils doivent fixer des règles et des limites et afficher une démarche opposable au tiers

➤ **Fixer les règles de l'aménagement touristique**

- ✚ Préciser le positionnement de chaque pôle et en identifier les filières,
- ✚ Fixer les limites de l'aménagement touristique, du développement et les capacités de charge territoriales et écologiques pour chaque projet,
- ✚ Préparer la société locale à la mise en tourisme.

- **Afficher une démarche unique opposable à tous les promoteurs, développeurs et investisseurs.**

**Pour chaque projet ils doivent veiller à respecter six préalables :**

- ✚ La définition du concept développé pour le projet,
- ✚ L'exigence d'un master plan pour le projet d'investissement,
- ✚ L'obligation d'un Business plan pour le projet,
- ✚ L'élaboration d'une étude d'impact sur l'environnement,
- ✚ Le plan de circulation et d'accessibilité pour le projet,
- ✚ La nécessaire garantie financière pour tout investissement avec l'implication d'une banque de premier ordre.

## **II-5- Evaluation de principe du développement durable**

Par les besoins importants qu'il génère en terme de consommation de ressources (espaces naturels, énergies, eau) et de production de déchets, le développement touristique peut s'avérer dommageable pour l'environnement, qu'il est censé valoriser.

Dans le cadre de la démarche tourisme durable à mettre en place, la DTA de la wilaya de Blida, en lien avec les autres secteurs, doit apporter une assistance technique aux porteurs de projets touristiques.

Dans le but d'aider les maîtres d'ouvrage pour l'élaboration de leur projet, la DTA et tous les secteurs concernés doivent mettre en place une série d'outils. L'objectif est d'amener les projets touristiques à prendre en compte la dimension environnementale, que cela concerne la création, la modernisation ou l'extension d'un établissement. La DTA intervient auprès des hôteliers, restaurateurs, gestionnaires de centres de vacances, de camping,...tout au long de la démarche, depuis l'information initiale jusqu'à la présentation du projet en comité de pilotage. Cette présence au sein du comité technique permet de bien mettre en avant les divers enjeux du développement durable ainsi que ceux liés au patrimoine et à l'aménagement. Cette démarche permet d'amener les porteurs de projet à réfléchir à tous les domaines du développement durable, à savoir :



- **La dimension économique** des projets : inscription dans le contexte économique local, viabilité, compétitivité, création d'emplois,
- **La dimension sociale** : qualité des emplois, formation des personnels, implication des populations et des acteurs locaux...accessibilité : offre en matière de tourisme associatif et social, accueil des enfants et des jeunes
- **La dimension environnementale** : utilisation de matériaux sains, gestion de l'eau et des déchets, intégration paysagère, rationalisation des transports, utilisation des énergies renouvelables, économies d'énergies
- **La dimension architecturale et patrimoniale** : respect de l'architecture traditionnelle, insertion dans l'environnement bâti et naturel, respect des matériaux et savoir-faire local.

## **II-6- L'accompagnement de la mise en tourisme de Blida**

Indispensables à l'impulsion des différents projets touristiques, l'état a mis en place un dispositif d'accompagnement et d'aide aux investisseurs et porteurs de projets touristiques afin d'obtenir les financements nécessaires à la réalisation de leur projets.

Dans ce cadre, l'Etat a mis en place une institution gouvernementale Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI). Cette institution s'est vue confier la mission de facilitation, de promotion et d'accompagnement de l'investissement.

Le code des investissements réformé par l'ordonnance n° n°01-03 de 01 Joumada Ethania 1422 correspondant au 20 Aout 2001, offre une série d'avantages aux investisseurs :

### *1. Au titre de leur réalisation, des avantages suivants :*

- Exonération de droits de douane non exclus;
- Franchise de la TVA pour les biens et services non exclus ;
- Exemption du droit de mutation à titre onéreux pour toutes les acquisitions immobilières

2. Au titre de l'exploitation et pour une durée de trois mois après constat d'entrée en activité établi les services fiscaux à la diligence de l'investisseur :

- De l'exonération de l'impôt sur les bénéfices des sociétés (IBS) ;
- De l'exonération de la taxe sur l'activité professionnelle (TAP) ;

**Des mesures d'encouragement à l'investissement par l'ANDI**

- Des avantages fiscaux et parafiscaux importants pouvant aller jusqu'à 10 ans d'exonération, selon la localisation et l'importance du projet.
- Et d'autres avantages additionnels :
  - Remboursement partiel ou total des dépenses liées aux travaux d'infrastructures dans le cadre du régime dérogatoire des zones ;
  - Allègement des charges patronales de cotisation à la sécurité sociale pour le recrutement des jeunes demandeurs d'emploi ;
  - Concession de terrains de gré à gré ;
  - Réductions sur le prix de la redevance locative sur les assiettes foncières et biens immobiliers acquis dans le cadre de la réalisation de l'investissement.

**II-7- L'agenda de la mise en œuvre du SDAT Blida**

## « LE TABLEAU DE BORD »

<b>Projets touristiques à l'horizon 2030</b>			
Désignation des ouvrages	Coût approximatif (DA) / unité	Durée	Calendrier
<b>Audit touristique</b>			
Elaboration et conception du plan marketing	15 000 000.00	08 mois	Court terme
Conception du plan de communication	5 000 000.00	08 mois	Court terme
La mise en place d'un plan qualité tourisme	4 000 000.00	12 mois	Court terme
Elaboration du plan de formation du personnel de la DTA	3 000 000.00	12 mois	Court terme
Réalisation de 06 centres d'Information et d'Orientation Touristique (1 centre pour chaque pôle)	60 000 000 000.00	24 mois	Moyen terme
<b>Requalification de l'existant</b>			
Modernisation du parc hôtelier existant (travaux de peinture, espaces extérieurs, sanitaire et douche...)	A définir après l'étude	12 - 18 mois	Court terme
Mettre à niveau des auberges de jeunesse existantes	A définir après l'étude	12 mois	Court terme

<b>Constructions nouvelles</b>			
01 hôtel de 150 lits	5 000 000.00	08 mois	Moyen terme
01 hôtel de 100 lits	4 000 000.00	06 mois	Moyen terme
01 hôtel classé 3* de 180 lits	700 000 000.00	12 mois	Long terme
02 auberges de jeunes de 35 lits	3 000 000.00	18 mois	Moyen terme
01 complexe thermal	10 000 000 000.00	30 mois	Moyen terme
02 complexes sportifs	20 000 000.00	24 mois	Long terme
01 centre de jeunes	5 000 000.00	12 mois	Moyen terme
01 éco-parc commercial	60 000 000.00	18 mois	Moyen terme
01 centre de colonie de vacances	225 000 000.00	18 mois	Long terme
01 grand marché des légumes et des fruits	3 000 000.00	12 mois	Long terme
01 grande pépinière polyvalente	5 000 000.00	12 mois	Moyen terme
02 théâtres	4 000 000.00	12 mois	Moyen terme
01 maison de culture	2 500 000.00	08 mois	Moyen terme
03 pavillons d'exposition	30 000 000.00	20 mois	Moyen terme
01 parc de recherche scientifique	80 000 000.00	24 mois	Long terme
03 centres commerciaux	50 000 000.00	12 mois	Long terme
02 hyper marchés	60 000 000.00	18 mois	Long terme

<b>Aménagement des sites culturels et naturels</b>			
Mise en valeur du noyau historique de Blida (PPMVSS)	30 000 000.00	18 mois	Court terme
Mise en valeur du site de Sidi El Kebir (PPMVSS)	15 000 000.00	12 mois	Court terme
Mise en valeur du château Chéri	5 000 000.00	08 mois	Court terme
Mise en valeur du Dar Aziza	3 000 000.00	08 mois	Court terme
Mise en place du plan signalétique touristique de wilaya	4 000 000.00	12 mois	Court terme
Aménagement des berges des oueds	A définir après l'étude	A définir après l'étude	Moyen terme
Aménagements paysagers des retenues collinaires	A définir après l'étude	18 mois	Moyen terme
Etude hydrogéologique des sources d'eau naturelles	A définir après l'étude	30 mois	Moyen terme
Etude hydrogéologique des sources thermlas	A définir après l'étude	06 mois	Court terme
Aménagement du site d'Eucalyptus	4 000 000.00	18 - 24 mois	Court terme
Aménagement du site d'El Maâden	4 000 000.00	18 - 24 mois	Moyen terme
Aménagement du site de Ben Saâda	4 000 000.00	18 - 24 mois	Moyen terme
Aménagement du site de Talazirit	4 000 000.00	18 - 24 mois	Moyen terme
Aménagement du site de Sidi Hemida	4 000 000.00	18 - 24 mois	Moyen terme
Aménagement du site de Tradine	4 000 000.00	18 - 24 mois	Moyen terme
Aménagement du site d'Ancienne Carrière	4 000 000.00	18 - 24 mois	Moyen terme
Aménagement du site de Bouserdina	4 000 000.00	18 - 24 mois	Moyen terme
Aménagement du site de Sidi Said (Ain Tayeb)	4 000 000.00	18 - 24 mois	Moyen terme

Aménagement du site de Magramène	4 000 000.00	18 - 24 mois	Moyen terme
Aménagement du site de Sidi El Habechi	4 000 000.00	18 - 24 mois	Moyen terme
Aménagement du site de Dar Essaâda	4 000 000.00	18 - 24 mois	Moyen terme
<b>Délimitation et aménagement des forêts récréatives</b>			
<b>Ain Romana</b> : Forêt de Sidi Brahim	4 000 000.00	12 mois	Moyen terme
<b>Oued Djer</b> : Forêt de Tala Oulkehr	4 000 000.00	12 mois	Moyen terme
<b>El Affroun</b> : forêt de Sidi Abdelkader	4 000 000.00	12 mois	Moyen terme
<b>Soumaâ</b> : Forêt de Sidi Youcef	4 000 000.00	12 mois	Court terme
<b>Bouinan</b> : Forêt de Tabaynet	4 000 000.00	12 mois	Moyen terme
<b>Bougara</b> : Forêt de Tazarine	4 000 000.00	12 mois	Court terme
<b>Souhane</b> : Forêt de Tamedjout	4 000 000.00	12 mois	Moyen terme
<b>Bouinan</b> : Forêt d'El Ayoun	4 000 000.00	12 mois	Moyen terme
<b>Evènement et manifestation</b>			
Waâdet Sidi El Kebir	//	3 à 4 jours	Court terme
Fête du Mawlid Nabaoui	//	10 jours	Court terme
Festival du printemps Blidéen	//	15 jours	Court terme
Festival de la musique Hawzi et Andalous	//	1 semaine	Court terme
Manifestation nationale des agrumes (oranges, citrons,...)	//	1 semaine	Court terme

## Sites touristiques à proposer en tant que ZEST

### 1- Site de Mouilha (10 Ha)

Etude de délimitation et de classement de nouvelle ZEST	20 000 000.00	06 mois	Court terme
Etude PAT de la ZEST	2 500 000.00	12 mois	Moyen terme
Mise en concession (lancement du cahier des charges)	300 000.00	01 mois	Moyen terme
Réalisation VRD	100 000 000.00	A déterminer après l'appel d'offre	Moyen terme

### 2- Site de Maktaâ Lazrek (05 Ha)

Etude de délimitation et de classement de nouvelle ZEST	20 000 000.00	06 mois	Court terme
Etude PAT de la ZEST	1 250 000.00	12 mois	Moyen terme
Mise en concession (lancement du cahier des charges)	300 000.00	01 mois	Moyen terme
Réalisation VRD	500 000 000.00	A déterminer après l'appel d'offre	Moyen terme

### 3- Site des Deux Cèdres (14 Ha)

Etude de délimitation et de classement de nouvelle ZEST	20 000 000.00	06 mois	Court terme
Etude PAT de la ZEST	3 500 000.00	12 mois	Moyen terme
Mise en concession (lancement du cahier des charges)	300 000.00	01 mois	Moyen terme
Réalisation VRD	1 400 000 000.00	A déterminer après l'appel d'offre	Moyen terme



<b>4- Site d'El Dhaya (20 Ha)</b>			
Etude de délimitation et de classement de nouvelle ZEST	2 000 000.00	06 mois	Court terme
Etude PAT de la ZEST	5 000 000.00	12 mois	Moyen terme
Mise en concession (lancement du cahier des charges)	300 000.00	01 mois	Moyen terme
Réalisation VRD	2 000 000 000.00	A déterminer après l'appel d'offre	Moyen terme
<b>5- Site de Hadjret El Ayoun (300 Ha)</b>			
Etude de délimitation et de classement de nouvelle ZEST	2 000 000.00	06 mois	Court terme
Etude PAT de la ZEST	75 000 000.00	12 mois	Moyen terme
Mise en concession (lancement du cahier des charges)	300 000.00	01 mois	Moyen terme
Réalisation VRD	30 000 000 000.00	A déterminer après l'appel d'offre	Moyen terme
<b>6- Site de Citadelle (120 Ha)</b>			
Etude de délimitation et de classement de nouvelle ZEST	2 000 000.00	06 mois	Court terme
Etude PAT de la ZEST	30 000 000.00	12 mois	Moyen terme
Mise en concession (lancement du cahier des charges)	300 000.00	01 mois	Moyen terme
Réalisation VRD	12 000 000 000.00	A déterminer après l'appel d'offre	Moyen terme

<b>7- Site de Tahamoult (04 Ha)</b>			
Etude de délimitation et de classement de nouvelle ZEST	2 000 000.00	06 mois	Court terme
Etude PAT de la ZEST	1 000 000.00	12 mois	Moyen terme
Mise en concession (lancement du cahier des charges)	300 000.00	01 mois	Moyen terme
Réalisation VRD	400 000 000.00	A déterminer après l'appel d'offre	Moyen terme

**Etude PAT : 20 à 25 DA /M<sup>2</sup>**

**Réalisation VRD : 10 000 DA / M<sup>2</sup>**

## **Conclusion**

Les besoins économiques de la région de Blida, en matière de création d'emplois, de plus-value, d'amélioration de la qualité de vie des citoyens, permettent de penser qu'il serait judicieux et même indispensable de valoriser les potentiels existants pour mettre en place une base pérenne afin d'assurer l'ancrage d'une activité économique verte et durable répondant aux besoins sans cesse croissants des populations locales.

L'agriculture, la foresterie, les artisanats, les petites et moyennes entreprises et le tourisme peuvent favoriser un véritable développement cohérent territorialement soucieux des équilibres environnementaux et répondant de façon régulière aux demandes sociales.

Les atouts et les opportunités existent au niveau local, néanmoins, il s'agira de rénover, d'innover en matière de gestion, de planification et de maîtrises des actions de développement qui nécessite un renouveau de manière à avoir une vision exacte des situations sectorielles, mais pouvoir en même temps faire des projections réelles et pertinentes en matière de développement.

Les diagnostics sectoriels, les indicateurs de développement et autres ratios peuvent sans aucun doute aider à la bonne décision, pour mener à un développement spatial cohérent, en faisant une lecture globale des données et non une analyse fragmentée par secteur.

Pour le tourisme, le secteur peut de façon active apporter une véritable plus-value à la région, à conditions de lui donner les moyens de son épanouissement et d'en faire un des leviers économiques de la région, de croire en la capacité de cette activité tertiaire de rapporter une valeur ajoutée à l'économie locale.

L'une des exigences cardinales du secteur est la nécessité de revoir le mode opératoire de gestion et de développement de l'économie locale en donnant d'une part, une possibilité aux citoyens de participer activement aux actions de développement mais d'entreprendre des mesures de décloisonnement dans les administrations, en favorisant

des partenariats, des synergies, des mutualisations de moyens et de compétences pour optimiser les possibilités offertes dans la région.

En effet, le développement du tourisme passe par la promotion et l'institution de la nouvelle gouvernance qui vise à favoriser la mise en place d'interactions constructives entre les trois principales composantes du développement touristique :

- L'Etat qui reste le moteur du développement à travers des démarches visant à créer les conditions, les moyens et la stratégie nécessaires à la mise en tourisme,
- Les acteurs économiques qui portent les projets, génèrent des ressources et créent des emplois,
- La société civile qui facilite l'interaction politique et sociale en incitant et en aidant les populations à participer aux activités économiques, sociales et politiques. Elle participe également de l'aide à la formalisation définitive des projets touristiques définis dans les différents pôles en respectant la méthode de la démarche ascendante et participative.

La gouvernance permettra de veiller à la mise en œuvre des projets dans un cadre transparent et dans une optique de cohérence respectée, de faisabilité technique et économique vérifiée et de bonne répartition entre investissements publics et privés, ainsi que la bonne planification des actions dans l'espace et dans le temps.