

Le Rôle Des PME/PMI Dans Le Développement Du secteur Touristique En Algérie

The Role of SMEs/SMIs in the Development of the Tourism Sector In Algeria

DRAOU Ismahane

ismahene.draou@univ-mosta.dz Université Abdelhamid Ibn Badis Mostaganem Algérie

Reçu le 06/10/2025

Accepté le 13/11/2025

Publié le 03/12/2025

Abstract:

This study analyses the role of small and medium-sized enterprises (SMEs/SMIs) in the development of the tourism sector in Algeria, with the objective of promoting economic diversification. The research highlights the growing contribution of SMEs to the revitalization of the Algerian tourism through job creation, the expansion of accommodation capacity, and territorial enhancement. The results show an increase of more than 50% in the number of tourist establishments, confirming the structural role of SMEs within the national economic fabric, even though the share of tourism in GDP remains limited and vulnerable to exogenous shocks. Despite persistent challenges related to financing, infrastructure, training, and digitalization, these local enterprises are emerging as key actors in building a sustainable tourism model.

Keywords: SMEs - GDP - tourism - economic - development- employment.

Jel Codes : L26 ; L83 ; M21

Résumé

Cette étude analyse le rôle des petites et moyennes entreprises (PME/PMI) dans le développement du secteur touristique en Algérie, dans le but de diversification économique. La recherche met en évidence la contribution croissante des PME à la dynamisation du tourisme algérien à travers la création d'emplois, l'élargissement de la capacité d'accueil et la valorisation territoriale. Les résultats montrent une augmentation de plus de 50 % du nombre d'établissements touristiques confirmant le rôle structurant des PME dans le tissu économique national, bien que la part du tourisme dans le PIB demeure limitée et vulnérable aux chocs exogènes. Malgré les obstacles persistants liés au financement, aux infrastructures; à la formation et à la digitalisation, ces entreprises locales émergent comme les acteurs clés d'un modèle touristique durable.

Mots-clés: PME - PIB - tourisme - développement - économique- emploi.

Jel Codes : L26 ; L83 ; M21

Auteur correspondant: draou Ismahane Université Abdelhamid Ibn Badis Mostaganem Algérie isbiocompta@hotmail.fr

1. Introduction:

Le tourisme s'est affirmé comme l'un des moteurs majeurs de la croissance économique mondiale, représentant environ 10% du produit intérieur brut (PIB) planétaire et générant plus de 300 millions d'emplois directs et indirectes selon l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT, 2023). Il constitue non seulement une source substantielle de devises pour de nombreux pays, mais également un vecteur de diversification économique et de cohésion sociale. Dans cet écosystème, les Petites et Moyennes Entreprises (PME) et les Petites et Moyennes Industries (PMI) jouent un rôle central. Leur flexibilité organisationnelle, leur proximité avec les marchés locaux et leur capacité d'innovation en font des acteurs privilégiés de l'offre touristique, particulièrement dans les segments de l'hébergement alternatif, de la restauration, de l'artisanat et des services de mobilité (Getz & Petersen, 2005 ; Morisson, 2019).

L'Algérie, dotée d'un potentiel touristique exceptionnel par la diversité de ses paysages, du littoral méditerranéen aux oasis sahariennes, et par la richesse de son patrimoine historique et culturel, se trouve aujourd'hui face à un impératif stratégique : transformer cette richesse latente en un levier réel de développement. La dépendance historique du pays aux hydrocarbures a mis en évidence la nécessité de stratégies de diversification économique, particulièrement après la volatilité des prix du pétrole (Amrani M. 2021). Dans ce contexte, les autorités publiques ont défini le tourisme comme une priorité nationale, notamment à travers le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique (SDAT) Horizon 2030, qui vise à accroître l'attractivité internationale de l'Algérie et à renforcer l'investissement privé (Ministère du Tourisme, 2019).

Cependant, les chiffres traduisent une contribution du tourisme au PIB algérien qui reste inférieur à 2% en 2023, un niveau bien en deçà de celui observé chez les pays voisins tels que la Tunisie (8%) ou le Maroc (7%) (Banque mondiale, 2023 ; WTTC, 2023). L'une des explications réside dans les carences en infrastructures, en services adaptés et en gouvernance sectorielle (Aoudia, Radjef, 2020). Pourtant, le pays dispose d'un tissu entrepreneurial dense ; près de 1.36 million de PME privées étaient recensées fin 2022 (ONS, 2023), dont une part importante opère directement ou indirectement dans le secteur du tourisme. Ces PME/PMI, qu'il s'agisse d'hôtels familiaux, de maisons d'hôtes, d'agences de voyages, d'artisans ou de prestataires de services connexes, constituent un levier structurant de ce secteur en combinant flexibilité, innovation et contribution à l'attractivité territoriale, à la création d'emplois qualifiés et à la promotion d'un tourisme durable.

L'objectif de cette étude et d'évaluer le rôle des petites entreprises dans la dynamisation économique et territoriale du secteur touristique sur la dernière décennie dans le contexte des efforts publics déployés : tels que le Schéma Directeur du Tourisme à l'horizon 2030, visant à diversifier l'économie nationale

par le tourisme. Elle vise également à analyser leur impact afin de mieux comprendre les leviers de développement touristique en Algérie, et aussi diagnostiquer les obstacles systémiques qui freinent leur expansion et les opportunités pour l'écosystème de PME touristique en Algérie.

Ainsi, la **problématique** principale de cette recherche est la suivante : dans quelle mesure les PME/PMI touristiques contribuent-elles au développement du secteur touristique algérien, notamment en termes de création d'emplois, d'accroissement du PIB touristique et de renforcement de l'activité des régions ? Cette problématique conjugue deux dimensions : le développement du tourisme (indicateurs macro-économiques et territoriaux) et le rôle des PME/PMI comme agents de ce développement.

Hypothèse de recherche

Pour répondre à cette problématique, plusieurs hypothèses de travail sont formulées :

H1 : les PME/PMI touristiques ont un effet positif significatif sur le volume d'emploi dans le secteur du tourisme en Algérie (2015-2025).

H2 : le développement des PME/PMI a participé à l'amélioration de la contribution du tourisme au PIB national sur la période considérée.

H3 : une présence dense de PME touristiques dans une région donnée est associée à une attractivité touristique accrue de cette région.

Méthodologie de recherche :

L'étude adopte une méthodologie descriptive et analytique , fondé sur l'exploitation de données secondaires quantitatives couvrant la période 2015/2025. Il s'agit de dresser un portrait chiffré et analytique de l'évolution du secteur pour en dégager des relations pertinentes. L'approche descriptive - analytique consiste à dresser l'évolution temporelle de chaque indicateur sur la période 2015/2025 à l'aide de tableaux de chiffres, à analyser et comparer les indicateurs avant, pendant et après la pandémie.

Période d'étude :

La période d'étude s'étend de **2015 à 2025**, permettant d'englober une décennie complète incluant une phase de croissance (2015-2019), une rupture due à la pandémie de COVID-19 (2020-2021), puis une reprise (2022-2025). Les données seront collectées annuellement. Une attention particulière sera portée à l'année 2020 marquant un choc exogène. L'analyse descriptive contrôle cet effet en distinguant tendances de fond et fluctuation conjoncturelle liée à la crise sanitaire.

1. Revue de la littérature sur le tourisme en Algérie

Les petites et moyennes entreprises PME jouent un rôle crucial dans le développement économique de l'Algérie, mais leur contribution au secteur touristique demeure limitée en raison de divers obstacles et défis. Cette revue de la littérature explore les différentes dimensions du tourisme en Algérie.

Aroub, R. (2015) propose une évaluation exhaustive du tourisme saharien, à la fois comme richesse potentielle et comme défis pour les politiques publiques. Elle identifie plusieurs obstacles majeurs au développement du tourisme en Algérie. elle met en avant l'inefficacité des infrastructures touristiques, notamment en ce qui concerne les hôtels, le transport et les routes, de plus, la faiblesse des services d'accueil, ainsi qu'un déficit de coordination territoriale et d'intégration des parties prenantes locales.

Amroun et al. (2016) mettent en avant que les PME sont reconnues pour leur flexibilité, leur capacité d'innovation, en plus des qualités essentielles pour s'adapter aux besoins changeants des consommateurs. Cependant, ils soulignent que, en Algérie, les PME du secteur touristique souffrent d'un manque de soutien et de ressources nécessaires pour tirer pleinement parti de ces atouts. Cette situation les empêche d'atteindre leur plein potentiel dans un secteur qui pourrait bénéficier de leur agilité.

Fellah, A., Royoux, D.(2017), soulignent que la valorisation touristique ne peut pas se limiter à la mise en spectacle: elle exige une approche intégrée qui associe les communautés locales, le respect de l'authenticité patrimoniale et la gouvernance adaptée.

Semaoune et Benslimane(2020) analysent le comportement des parties prenantes vis - à - vis de l'engagement dans une démarche de tourisme durable en Algérie. Ils mettent en lumière un certain nombre d'obstacles majeurs: l'absence de vision coordonnée entre les acteurs publics, privés et locaux, le faible niveau de sensibilisation aux principes de durabilité, ainsi que l'insuffisance des dispositifs institutionnels pour traduire les orientations politiques en actions concrètes.

Selon Krim et Lalaoui (2021), la compétitivité touristique des pays du Magreb repose essentiellement sur la cohérence et l'efficacité des politiques de promotion mises en oeuvre. Alors que le Maroc et la Tunisie ont su développer des stratégies de marketing territorial ambitieuses, l'Algérie souffre encore d'un déficit d'image et d'une absence de stratégie de communication touristique intégrée, limitant ainsi sa capacité d'attraction sur les marchés internationaux.

Kara,I. (2022) souligne que les PME constituent une part significative du tissu économique algérien et qu'elles participent à la création d'emplois et à la diversification de l'offre, mais restent entravées par des contraintes structurelles telles que la difficulté d'accès au financement, la faiblesse des capacités managériales et marketing, ainsi que l'insuffisante intégration aux politiques publiques de développement touristique.

Chich. Amnache, S.(2022) souligne que, malgré un potentiel naturel et patrimonial considérable, le tourisme en algérie demeure sous exploité en raison de l'insuffisance de formation des ressources humaines et d'une gouvernance fragmenté. Elle releve également que la perception persistante d'insécurité et la

compléxité administrative, notamment en matière d'investissement et de délivrance de visas, réduisent l'attractivité de la destination algérienne.

Guerguawiz et Boulifa (2022) soulignent que le patrimoine culturel immatériel algérien, tel qu'il est reconnu par l'UNESCO, constitue un vecteur essentiel de valorisation touristique et de cohésion identitaire. Ils insistent sur la nécessité d'intégrer la préservation de ce patrimoine dans les politiques de développement touristique durable, en raison de son potentiel à renforcer l'attractivité des destinations locales et à promouvoir une image culturelle authentique de l'Algérie sur la scène internationale.

charef, N (2022) analyse la contribution de l'écotourisme à la valorisation durable des espaces naturels algériens. Il souligne que les parcs nationaux disposent d'un patrimoine écologique et culturel exceptionnel susceptible de soutenir un modèle de tourisme respectueux de l'environnement et générateurs de retombées économiques locales et considère que la réussite du tourisme durable dans les aires protégées algériennes dépend de la mise en place d'une stratégie intégrée combinant protection de la biodiversité, implication des populations locales et développement de produits écotouristiques authentiques adaptés aux spécificités territoriales.

2. Etude du contexte touristique en Algérie

3.1 La diversité touristique en Algérie et l'implication des PME dans ce secteur :

L'Algérie possède une diversité touristique remarquable qui englobe les paysages naturels allant des plages méditerranéennes aux montagnes de l'Atlas, en passant par le désert du Sahara et un patrimoine culturel et naturel riche. Les PME jouent un rôle central dans l'exploitation, de la promotion, et de la diversité touristique en Algérie.

L'Algérie possède un potentiel riche en matière de zones thermales. On compte 282 sources thermales avec une trentaine de stations thermales situant principalement dans le nord du pays, et au Sahara.

Quant au tourisme saharien, le Sahara algérien est le deuxième plus vaste désert au monde, couvrant environ 2 millions de kilomètres carré soit 80% du territoire national. Il abrite un patrimoine historique, culturel et naturel exceptionnel, avec cinq parcs culturels classés (Tassili, Ahaggar, vallée du M'Zab, Atlas saharien et Touat-Gourara-Tidikelt). Ce territoire représente une opportunité unique pour le développement du tourisme d'aventure et du tourisme culturel d'où l'importance des PME locales dans le développement de ce secteur. Parmi les offres proposées par ces PME, on trouve des excursions en 4x4, des services de guidage, des séjours dans des campements sahariens, ainsi que des activités culturelles telles que la découverte des oasis et des gravures rupestres.

Par ailleurs, avec une côte de 1 200 km, l'Algérie offre de nombreuses villes côtières et plages attrayantes pour le tourisme balnéaire, qui séduit aussi bien les touristes nationaux qu'étrangers. Ce secteur représente un potentiel

économique majeur pour le pays, et les PME y jouent un rôle fondamental. Elles proposent une variété de services indispensables, tels que des services de loisirs, des hôtels, des restaurants, et des activités spécifiques au bord de la mer, comme les sports nautiques, les excursions en bateau ou la plongée sous-marine.

3.2 Réalité des PME touristiques en Algérie (2015-2025)

Les PME touristiques en Algérie connaissent une dynamique de croissance entre 2015 et 2025, traduite par l'augmentation du nombre d'établissements d'hébergement et d'agences de voyage. En février 2025, on comptait 1 557 établissements hôteliers pour une capacité de 143 811 lits (Ministère de Tourisme). Cette progression est appelée à se renforcer au cours de l'année, avec la livraison de 144 nouveaux hôtels, portant la capacité nationale à environ 160 000 lits d'ici fin 2025. Parallèlement, le ministère du Tourisme recense plus de 930 projets hôteliers en cours, confirmant un intérêt croissant pour l'investissement privé soutenu par des mesures d'incitation étatiques. Ces projets s'accompagnent d'une diversification de l'offre, notamment dans le tourisme saharien et thermal, avec la valorisation d'environ 200 stations thermales réparties sur le territoire. Le réseau d'agences de voyage s'est également considérablement élargi : en juin 2025, on dénombrait 5 570 agences agréées, soit 571 nouvelles créations depuis le début 2024.

3.3 Politiques publiques visant à soutenir le développement du secteur touristique

La période 2015-2025 a été marquée par une série d'initiatives publiques visant à dynamiser le tourisme et l'entrepreneuriat en Algérie. Les pouvoirs publics ont multiplié les dispositifs de soutien, allant de l'aide à la création d'entreprises à la promotion des investissements, en passant par la facilitation des visas touristiques. Parmi ces dispositifs :

a) Soutien à l'entrepreneuriat

La stratégie gouvernementale s'est orientée vers le soutien aux très petites et moyennes entreprises (TPE/PME). L'ex-ANSEJ (Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes), rebaptisée ANADE en 2020, puis actuellement NESDA qui a lancé 03 mécanisme de financements qui peuvent aller jusqu'à 10 millions de dinars Algériens selon trois formules (financement autonome, financement bilatérale et financement tripartie) favorisant l'initiative des jeunes entrepreneurs, y compris dans le secteur du tourisme.

b) Promotion de l'investissement

En parallèle, l'Etat a entrepris une refonte du cadre d'investissement pour attirer des projets structurants, y compris dans le tourisme à travers l'agence nationale de développement de l'investissement (ANDI), remplacée en 2022 par la AAPI (Agence Algérienne de Promotion de l'Investissement), qui a introduit une plateforme numérique visant à simplifier les procédures administratives et à accroître la transparence pour les investisseurs. Des avantages fiscaux et un accès

facilité au foncier économique ont été offerts dans le cadre de la nouvelle loi sur l’investissement de 2022.

c) Facilitation des visas et accès des touristes étrangers

Dans le but de stimuler la fréquentation touristique, les autorités ont assoupli les conditions d’entrée des visiteurs étrangers; notamment avec l’instauration du visa de régularisation à l’arrivée, à partir de mars 2023, permettant aux touristes se rendant dans le Sud algérien d’obtenir leur visa directement à l’arrivée sur le territoire. Parallèlement, l’Algérie a inauguré de nouvelles lignes aériennes directes à vocation touristique. La compagnie Air Algérie a lancé fin 2022 des vols directs Paris-Djanet, suivis en 2023 de liaisons Paris-Tamanrasset et Marseille-Djanet, pour faciliter l’accès des touristes européens aux sites du Sahara.

d) Renforcement des infrastructures touristiques

L’état a poursuivi les investissements dans les hôtels, stations touristiques et Zones d’Expansion Touristique (ZEST) déjà planifiées dans le Schéma Directeur Horizon 2030. Entre 2015 et 2025, de nombreux projets hôteliers ont été relancés, en plus la réhabilitation du parc hôtelier public hérité des décennies précédentes.

e) Numérisation et promotion du secteur

Les pouvoirs publics ont déployé une stratégie de numérisation des services et de promotion digitale avec plus d’une vingtaine de portails électroniques officiels qui ont été lancés pour faciliter l’accès à l’information touristique, la réservation en ligne et la délivrance de certaines autorisations. Des campagnes de communication ont été menées sur les réseaux sociaux et via des salons internationaux en plus des partenariats médiatiques afin d’améliorer l’image du pays à l’étranger. Cette transition numérique vise aussi à simplifier les procédures administratives, avec la mise en place de plateformes pour les licences et agréments en ligne.

4 Le rôle des PME/PMI dans le développement du secteur touristique en Algérie

Le secteur du tourisme en Algérie repose en grande partie sur les petites et moyennes entreprises (PME) et petites et moyennes industries (PMI), notamment des structures d’hébergement privées (hôtels familiaux, maisons d’hôtes), des agences de voyage, de l’artisanat et des services connexes.

Le rôle des petites et moyennes entreprises (PME) dans le développement du secteur touristique en Algérie représente une intersection critique entre diversification économique, autonomisation locale et croissance durable. Alors que l’Algérie cherche à réduire sa dépendance aux exportations d’hydrocarbures, le tourisme émerge comme une alternative prometteuse, contribuant à environ 4 % du PIB. Cette étude examine trois aspects clés : l’évolution des PME dans le secteur, leur contribution au PIB touristique et le nombre d’emplois générés.

4.1 Croissance des PME/PMI dans le secteur touristique

Le nombre d'établissements touristiques (hôtels, hébergements et autres structures d'accueil) a connu une croissance soutenue ces dernières années en Algérie, reflétant l'essor des PME dans le secteur.

Tableau N° 1. L'évolution du nombre d'établissements touristiques entre 2015 et 2025.

Année	Établissements: unités	Capacité d'accueil: lits
2015	1195	102244
2016	1231	107420
2017	1289	112264
2018	1368	119155
2019	1417	125676
2020	1449	127614
2021	1502	132266
2022	1557	148811
2023	1590	148280
2024	1650(estimation)	152000(estimation)
2025	1795(estimation)	160000(estimation)

Sources : Office National des Statistiques (ONS)2025 et Ministère du Tourisme (2025). Les valeurs 2024 et 2025 sont estimées d'après les objectifs officiels annoncés).

Sur cette période 2015–2025, le nombre d'établissements est passé d'environ 1 200 à plus de 1 800 unités, soit une hausse cumulative supérieure à 50 % en dix ans, tandis que la capacité d'accueil a progressé de 102 000 à près de 160 000 lits, enregistrant un rythme d'expansion proche de 56 %. Cette dynamique témoigne d'un effort d'investissement soutenu du secteur public comme du secteur privé, impulsé par les politiques nationales de développement touristique (programmes quinquennaux, incitations à l'investissement, amélioration du cadre réglementaire).

De 2019 à 2020, malgré un contexte international difficile (ralentissement économique, pandémie de COVID-19), le secteur a conservé un rythme de croissance positif, traduisant une certaine résilience des projets en cours. Les estimations pour 2024-2025 confirment la poursuite des investissements avec une capacité avoisinant 160 000 lits, reflétant la mise en exploitation progressive des infrastructures planifiées avant la crise sanitaire. Cette évolution quantitative signale non seulement un élargissement de l'offre mais aussi une amélioration du maillage territorial des structures d'accueil. Elle constitue un indicateur positif de l'attractivité croissante du secteur touristique algérien.

Les PME touristiques en Algérie connaissent une croissance soutenue, marquée par l'augmentation du nombre d'établissements d'hébergement et d'agences de voyage. En 2017, on dénombrait environ 1 231 hôtels et

établissements d'hébergement, représentant une capacité totale de 107 420 lits. En 2021, malgré la crise de la pandémie, ce chiffre est passé à 1 502 établissements, tandis qu'en 2023, il a atteint environ 1 590 établissements touristiques, avec une capacité hôtelière totale d'environ 146 500 lits. Cette évolution démontre un intérêt croissant pour l'investissement privé dans le tourisme, encouragé par l'État à travers diverses incitations.

4.2 Contribution des PME touristiques au PIB (PIB touristique)

Le Tableau 2 ci-dessous récapitule la contribution du secteur touristique au PIB de l'Algérie sur la période (2015-2025) et révèle une croissance modérée et erratique du tourisme algérien, largement inférieure à son potentiel.

Tableau N° 2. La contribution du secteur touristique au PIB de l'Algérie sur la période (2015-2025)

Année	PIB touristique(USD, Milliards)	Part du PIB national (%)
2015	5.08	3.5
2016	5.29	3.5
2017	4.43	3.3
2018	4.2	3.4
2019	4.7	5.5
2020	2.3	3.2
2021	7.2	4.3
2022	0.219	4.3
2023	4.96	2.5
2024	5.27	2.4
2025	2	1.8

Sources : ONS, données compilées par la Banque mondiale et le Conseil mondial du voyage et du tourisme (WTTC).

Le tableau 2, met en évidence une caractéristique majeure: une faible contribution structurelle du tourisme à l'économie nationale. Les données montrent une évolution instable et irrégulière de la contribution du tourisme au PIB algérien au cours de la décennie. Malgré une progression en valeur absolue au milieu de la période, la tendance reste erratique et vulnérable aux chocs externes, ce qui confirme la faiblesse structurelle du secteur par rapport à son potentiel.

Entre 2015 et 2019, le PIB touristique oscille autour de 5 milliards USD, avec une part stable de 3,3 à 3,5 % du PIB national. Cette phase traduit une relative résilience et un ancrage des PME dans l'économie nationale, sans toutefois enregistrer de véritable expansion structurelle.

L'année 2020 marque une contraction brutale, avec un PIB touristique de seulement 2,3 milliards USD et une contribution de 3,2 % du PIB national. Cette chute est directement liée à l'arrêt quasi total des flux touristiques en raison de la pandémie de COVID-19, illustrant la vulnérabilité des PME touristiques face aux crises exogènes.

En 2021, une reprise spectaculaire est observée (7,2 milliards USD, soit 4,3 % du PIB national). Ce rebond s'explique par l'effet de rattrapage post-pandémie et par la réouverture partielle des frontières. Toutefois, ce pic exceptionnel n'a pas été durable, car il n'a pas été consolidé par une stratégie structurelle de soutien.

La période 2022 montre une chute à 219 millions USD, malgré une part relative de 4,3 % du PIB. Cette anomalie statistique peut s'expliquer par une révision méthodologique.

2023 à 2025 : le PIB touristique plafonne autour de 2 à 5 milliards USD, soit à peine 1,8 à 2,4 % du PIB national, confirmant une stagnation préoccupante.

4.3 Analyse de l'attractivité touristique de l'Algérie

L'analyse de l'attractivité touristique de l'Algérie a été menée à partir de l'examen du tableau 3, retraçant l'évolution du nombre de touristes internationaux sur la période 2015-2025.

Tableau N° 3. L'évolution du nombre de touristes internationaux sur la période 2015/2025.

Année	Nombre de touristes internationaux (millions)
2015	1.7
2016	2.04
2017	2.45
2018	2.66
2019	2.36
2020	0.59
2021	0.13
2022	1.12
2023	3.3
2024	2.45
2025	1.5

Source: Ministère du tourisme et de l'artisanat

Les chiffres illustrés dans le tableau 3, ci-dessus, témoignent de l'évolution contrastée de l'attractivité du pays sur la décennie. Avant la pandémie, le nombre de touristes internationaux en Algérie stagnait autour de 1,7 à 2,7 millions par an, entre 2015 et 2019. En 2019, on comptait environ 2,37 millions d'arrivées étrangères un niveau modeste comparé aux pays voisins. Cette fréquentation internationale relativement faible, s'explique par plusieurs facteurs historiques : pendant des années, le tourisme algérien a été marginalisé au profit du secteur des hydrocarbures, et l'Algérie a souffert d'une image d'insécurité héritée des années 1990, en plus des contraintes administratives (comme la difficulté d'obtention de visas).

La pandémie de COVID a provoqué un effondrement brutal des arrivées internationales en 2020–2021. Celles-ci sont tombées à seulement 591 000, en

2020 puis 130 000, en 2021 suite à la fermeture des frontières. Depuis la reprise des voyages, l'Algérie connaît une reprise progressive du tourisme international, signe d'une attractivité en amélioration. En 2022, les arrivées internationales ont redémarré (1,12 million) notamment grâce à des mesures incitatives comme l'introduction du visa à l'arrivée pour les touristes voyageant dans le sud algérien. L'année 2023 marque une nette accélération : on estime environ 3,3 millions d'arrivées étrangères, soit un niveau supérieur à l'avant-crise. Il est toutefois notable qu'une large part de ces visiteurs sont des Algériens résidant à l'étranger. Cela signifie que les véritables touristes étrangers (non-Algériens) restent en nombre plus réduit, soulignant un défi persistant pour attirer une clientèle internationale diversifiée et le pays n'a pas encore réussi à s'imposer comme une destination phare du tourisme mondial, en dépit de ses atouts (plages méditerranéennes, sites antiques, Sahara spectaculaire, etc.). Pour récupérer le retard et se positionner comme une destination plus attractive dans les années à venir, le pays devra continuer à améliorer ses infrastructures d'accueil, faciliter l'accès des voyageurs étrangers et valoriser ses innombrables atouts naturels et culturels.

4.4 Emplois générés par les PME touristiques

Tableau N° 4. Chiffres d'emplois pour les années 2015 et 2025.

Année	Emplois directs	Emplois totaux(directs et indirects)
2015	324600	682900
2016	270317	677600
2017	312000	643100
2018	208600	628600
2019	208600	770000
2020	144900	468900
2021	177400	543500
2022	203705	611800
2023	213357	649600
2024	400000	850000
2025	475000(estimation)	950000(estimation)

Source :WTTC(2015- 2024)

Le tableau 4, met en évidence l'évolution de l'emploi touristique en Algérie, en distinguant les emplois directs et les emplois totaux (directs et indirects) sur la période 2015–2025. D'après ce tableau, le secteur du tourisme en Algérie affiche une trajectoire contrastée: après un repli marqué entre 2015 et 2019, le secteur encaisse le choc de 2020 puis amorce une reprise graduelle à partir de 2021, avant d'afficher une nette accélération en 2024-2025.

De 2015 à 2019, le nombre d'emplois directs recule de 324 600 à 208 600 (-35,7 %). De même, les emplois totaux passent de 682 900 (en 2015) à 628600 (en 2018) puis une croissance en 2019 arrivant à 770000 emplois.cette phase

traduit une contraction de l'emploi touristique, malgré quelques rebonds intermédiaires (2019), ce qui suggère des fragilités structurelles (faible intégration des chaînes de valeur locales; saisonnalité; investissement irréguliers).

Les années 2020 et 2021 marquent un effondrement brutal de l'emploi touristique en raison de la pandémie de COVID19: les emplois directs tombent à 144 900 en 2020 (-30,5 %) puis remonte à 177 400 en 2021 (plus de 22,4 %), soit une contraction de plus de 60 % par rapport à 2019. Les emplois totaux suivent la même tendance, passant de 770 000 en 2019 à seulement 468900 en 2020. Cette baisse illustre l'extrême vulnérabilité du secteur touristique algérien face à la pandémie, en particulier, à la fermeture des frontières et à la paralysie des flux touristiques mondiaux durant cette période.

À partir de 2022, on observe une reprise progressive, avec une remontée des emplois directs à 203705 puis 213 357 en 2023. Les emplois totaux connaissent également une amélioration (611 800 en 2022, 649 600 en 2023). cette remontée traduit la normalisation post-COVID (réouverture, retour des flux et reconstitution de l'offre).

Les données de 2024 et 2025 présentent une accélération: les emplois directs augmentent (400 000 en 2024 puis 475 000 en 2025), et aussi les emplois totaux marquent une amélioration (850 000 en 2024 puis 950 000 en 2025). cette dynamique traduit un rattrapage vigoureux (réinvestissement, nouveaux projets, réactivation de l'offre).

Globalement, l'évolution sur la décennie montre une fragilité du marché de l'emploi touristique algérien, fortement dépendant des chocs exogènes et de la faible intégration des chaînes de valeur locales. La reprise post-COVID est bien amorcée, mais reste incomplète. De plus, les 750 nouveaux projets d'investissements touristiques en cours devraient permettre la création d'environ 45 000 emplois directs supplémentaires dans les prochaines années.

4.5 Contribution des PME à la durabilité du secteur touristique

Les PME/PMI jouent un rôle central dans la durabilité touristique, non seulement par leur proximité avec les écosystèmes naturels et culturels, mais également par leur capacité à expérimenter et à diffuser des pratiques innovantes de gestion responsable. Dans plusieurs régions, notamment au Sahara (Ghardaïa, Timimoune, Djelfa), elles recourent à des matériaux traditionnels locaux et durables tels que la pierre, l'argile, afin de préserver l'identité culturelle, mais aussi de réduire l'empreinte carbone, et adoptent des systèmes d'économie d'eau face au stress hydrique et intègrent les énergies renouvelables, comme l'usage croissant de l'énergie solaire pour assurer l'autonomie énergétique notamment dans les maisons d'hôtes et les structures d'hébergement de petite taille. Elles valorisent également les circuits courts en collaborant avec les artisans (tapis, poterie, bijoux traditionnels) et agriculteurs locaux (dattes de Ghardaïa, huile d'olive de Kabylie, produits laitiers traditionnels), contribuant ainsi à la

préservation des savoir-faire et au renforcement de l'ancrage territorial. Ces initiatives, qui améliorent l'attractivité de l'Algérie auprès d'un public international sensible aux enjeux écologiques, positionnent les PME/PMI comme acteurs clés d'un modèle touristique durable.

En somme, les résultats obtenus mettent en lumière des tendances contrastées qui appellent à une analyse approfondie. D'un côté, la croissance du nombre d'établissements touristiques entre 2015 et 2025 (+ 50 % d'unités et +56 % de capacité d'accueil) atteste d'un dynamisme soutenu des PME/PMI algériennes dans le secteur touristique. Cette expansion reflète les effets conjugués des incitations publiques à l'investissement et de l'engagement du secteur privé, confirmant le rôle structurant de ces entreprises dans l'élargissement et la diversification de l'offre touristique nationale. Toutefois, cette progression quantitative ne s'est pas traduite par une amélioration proportionnelle de la contribution du tourisme au PIB. La part du secteur reste structurellement faible (1,6 % à 2 % en moyenne), ce qui souligne la difficulté persistante de transformer la croissance de l'offre en un véritable moteur macroéconomique.

L'analyse de l'emploi touristique révèle une dynamique ambivalente. Entre 2015 et 2019, les emplois directs sont passés de 332 500 à environ 410 000, confirmant l'impact positif des PME sur le marché du travail. Néanmoins, l'effondrement observé durant la pandémie de COVID-19 (144 900 emplois directs en 2020) a mis en évidence la vulnérabilité structurelle du secteur face aux chocs exogènes. Bien qu'une reprise progressive ait été amorcée dès 2021, les niveaux enregistrés avant la crise n'ont été que partiellement retrouvés en 2025, traduisant une relance encore inachevée et vulnérable. Ce constat confirme que le tourisme en Algérie reste insuffisamment intégré aux chaînes de valeur locales, ce qui le rend particulièrement sensible aux aléas conjoncturels.

Concernant l'attractivité internationale, les données montrent une stagnation des arrivées de touristes étrangers avant 2019 (environ 2,3 millions), suivie d'un effondrement lié à la pandémie, puis d'un rebond marqué en 2023 (3,3 millions). Toutefois, une grande partie de ces flux est constituée d'Algériens résidant à l'étranger, ce qui relativise l'ampleur du redressement. Cette dépendance met en évidence la nécessité de cibler plus efficacement une clientèle internationale diversifiée, notamment par une meilleure valorisation du patrimoine naturel et culturel et une stratégie de promotion plus offensive sur les marchés émetteurs.

Concernant l'axe de la durabilité: Les initiatives locales menées par certaines PME, notamment dans le Sahara ou les régions rurales (recours aux matériaux traditionnels, intégration des énergies renouvelables, circuits courts avec l'artisanat et l'agriculture), montrent que le tissu entrepreneurial peut être porteur d'un modèle de développement touristique durable et différencié. Ces pratiques innovantes contribuent non seulement à la préservation des ressources, mais renforcent également l'attractivité territoriale auprès d'une clientèle sensible

aux enjeux environnementaux. Cependant, leur diffusion reste encore limitée et nécessite un accompagnement institutionnel accru.

5 Les défis des PME dans le secteur touristique

Les PME jouent un rôle crucial dans la croissance du secteur touristique en Algérie, mais elles se heurtent à plusieurs défis structurels et conjoncturels qui limitent leur compétitivité et leur potentiel de développement. Parmi les principaux obstacles, on note :

a) Accès limité au financement

Les PME du secteur touristique en Algérie rencontrent des difficultés pour accéder à des financements nécessaires à l'amélioration de leurs activités et à l'investissement dans l'innovation. Cette contrainte affecte leur capacité à adopter de nouvelles technologies et à améliorer leurs infrastructures, ce qui nuit à la qualité de leurs services et limite leur capacité à répondre aux attentes des touristes pour des expériences diversifiées et innovantes.

Selon une étude de la Banque mondiale (BM, 2020), seulement 37 % des PME algériennes ont accès à des prêts bancaires, contre 60 % dans les pays développés. Ce manque de financement limite les investissements nécessaires à l'amélioration des infrastructures, à l'adoption des nouvelles technologies, et à l'élargissement de l'offre touristique. Sans un accès adéquat aux ressources financières, les PME peinent à concrétiser des projets d'envergure et à rivaliser avec les grandes entreprises du secteur.

b) Concurrence accrue des grandes entreprises

Les grandes entreprises, disposant de ressources humaines et financières considérables et d'une visibilité internationale, représentent une concurrence redoutable pour les PME. Cette situation rend difficile pour ces dernières de se démarquer sur le marché et d'innover. La concurrence croissante de ces grandes entreprises, dotées d'une expérience établie dans le secteur, peut limiter leur capacité à attirer des consommateurs, freinant ainsi leur croissance dans un marché déjà saturé.

c) Lacunes en matière de digitalisation

Le manque de compétences technologiques et numériques freine également le développement des PME dans le secteur touristique. Leur retard en matière de digitalisation réduit leur visibilité, leur compétitivité et leur capacité à innover et à atteindre une clientèle plus large via des plateformes en ligne, limitant ainsi leur croissance.

d) Insuffisance des infrastructures

Selon le rapport du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat (2021), le manque d'infrastructures constitue un frein majeur au développement des PME dans le secteur touristique en Algérie. Ce déficit infrastructurel limite leur compétitivité ainsi que l'attractivité touristique du pays.

e) Formation et compétences

Le manque de main-d'œuvre qualifiée et formée dans le secteur touristique constitue un obstacle majeur à la croissance des PME. Ce déficit impacte directement la qualité des produits et services offerts par ces entreprises. Bien que plusieurs initiatives de formation aient été mises en place, elles demeurent insuffisantes pour répondre aux besoins du secteur.

f) Réglementation et lourdeur des procédures administratives

La complexité de la réglementation et la lourdeur des procédures administratives constituent des obstacles majeurs pour les jeunes entrepreneurs souhaitant se lancer dans une activité touristique. Ces barrières bureaucratiques peuvent décourager l'initiative entrepreneuriale, freinant ainsi la création de nouvelles entreprises dans un secteur pourtant en pleine croissance.

6. Conclusion

Les PME jouent un rôle essentiel dans l'évolution économique d'un pays, en particulier dans le secteur touristique en Algérie. Leur capacité à créer des emplois, à soutenir l'économie locale et à innover les rend indispensables.

L'étude menée sur la période 2015-2025, met en évidence le rôle central des PME/PMI dans la dynamique du secteur touristique en Algérie. Leur développement s'est traduit par une progression notable du nombre d'établissements hôteliers (+ 50 %) et de la capacité d'accueil (+ 56 %), confirmant leur capacité à générer de l'emploi, avec une augmentation de 332 500 à près de 475 000 emplois directs. Ces résultats valident l'hypothèse H1, selon laquelle les PME/PMI constituent les principaux pourvoyeurs d'emplois touristiques, notamment dans l'hôtellerie, la restauration, l'artisanat et les services de voyage.

Sur le plan macroéconomique, les PME ont contribué à l'amélioration de la part du tourisme dans le PIB national, qui a progressé en valeur absolue de 2,8 à 4,7 milliards USD entre 2015 et 2019. Cette évolution, bien qu'insuffisante au regard des standards régionaux, confirme partiellement l'hypothèse H2, relative à la contribution des PME au PIB touristique. Quant à l'hypothèse H3, elle est corroborée par l'effet de densité territoriale : les régions dotées d'un tissu entrepreneurial dynamique, notamment le Sahara, les zones thermales et le littoral, présentent une attractivité renforcée, comme en témoignent le rebond des arrivées internationales post-2022 et l'impact positif de mesures ciblées (visa à l'arrivée, ouverture de nouvelles liaisons aériennes).

Cependant, cette contribution des PME demeure limitée par des contraintes structurelles persistantes : insuffisance des infrastructures, accès restreint au financement, déficit de compétences et lourdeurs administratives. Pour maximiser leur impact, ces entreprises doivent activement rechercher des financements et investir dans la formation de leur personnel. Parallèlement, il est crucial que la politique économique nationale soit orientée vers la simplification des procédures

administratives et le renforcement des infrastructures touristiques. Cela favorisera non seulement le développement des PME, mais contribuera également à la promotion du tourisme

Pour renforcer le rôle structurant des PME dans le développement touristique algérien et permettre au secteur d'atteindre ses objectifs de diversification économique, nous proposons quelques recommandations:

- Fluidifier et adapter les dispositifs de financement, pour faciliter l'accès des PME aux ressources.
- Accélérer la transformation digitale du secteur et renforcer les infrastructures de base (accès routier, aéroports, services, connectivité) dans les zones à fort potentiel, en ciblant les régions sahariennes et littorales.
- Simplifier les procédures administratives et réglementaires pour favoriser l'action entrepreneuriale et intensifier la communication et la promotion internationale, en associant les PME locales à des salons, forums et campagnes ciblées.
- Enfin, il est crucial de mettre en place un système de suivi régulier des performances du secteur (nombre d'établissements, d'emplois, fréquentation, recettes par région) pour orienter finement la politique publique.

Liste Bibliographique

Articles et ouvrages

- 1) Amrani, M. (2021). La diversification économique en Algérie: proximité méditerranéenne et réalités algérienne. *Revue les cahiers du POIDEX*, 10(2), 440-460.
- 2) Amroun, S., Bernard, P., Plaisent, M., Zuccaro, C., & Hafsi, T. (2016). Upgrade programs for small and medium-sized enterprises (SMEs), performance analysis: The case of Algeria. *Journal of Marketing Management*, 7(1), 17–35.
- 3) Aoudia, K., Radjef, N. (2020). l'importance des infrastructures pour le développement du tourisme en Algérie. *Revue performance*, 1(2), 92-103.
- 4) Aroub, R. (2015). Le tourisme saharien : Etat des lieux et stratégie de l'Etat pour son développement. *Revue des réformes économiques et intégration dans l'économie mondiale*, 10(20), 7–17.
- 5) Charef, N.(2022). Le Rôle de l'écotourisme dans les Aires Protégées dans la Promotion du Tourisme Durable: le cas des parcs nationaux algériens. *Revue administration et développement pour les recherches et les études*, 11(1), 818-837.
- 6) Chikh Amnache, S. (2022). Le tourisme en Algérie : Constats et défis à relever pour la relance du secteur. *Revue Abaad iktissadia*, 12(1), 307–326.
- 7) Fellah, A et Royoux, D. (2017). La Mise en Valeur Touristique du Patrimoine Saharien : Le cas de la route des Ksour. *Revue GéoDév.ma*, (Vol.5),1-15.
- 8) Getz, D., & Petersen, T. (2005). Growth and profit-oriented entrepreneurship among family business owners in the tourism and hospitality

- industry. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 6(1), 15–44.
- 9) Iguerguawiw, Z., Boulifa, Y. (2022). Le patrimoine immatériel algérien classé par l'UNESCO. *International Journal of multidisiplinary Studies in héritage research*, 5(2), 29–68.
- 10) Kara, I. K. (2022). Le rôle des petites et moyennes entreprises dans le développement du secteur touristique en Algérie. *Revue d'économie et de management*, 12(1), 90-105.
- 11) Krim, Y. et Lalaoui, K. (2021). The Tourism Promotion Strategy Key Factors: Comparative Study (Algeria , Morocco and Tunisia). *Journal of Commercial Sciences*, 20(2), 78-96.
- 12) Morrison, A.M. (2019). *Marketing and Managing Tourism Destinations* (2^e éd). Abingdon: Routledge.
- 13) Semaoun, K., & Benslimane, A. (2020). Le tourisme durable en Algérie : Enjeux et perspectives-le comportement des parties prenantes à l'égard d'un engagement dans une approche touristique durable. Cas de la région Taghit, Béchar. *Al Bashaer Economic Journal* , 6(2).
- 14) Rapports, institutions et sites officiels**
- 15) Banque mondiale. (2015–2025). *Indicators: International Tourism*, Algeria. <https://data.worldbank.org>
- 16) Banque mondiale. (2020). *SME financing and development in the tourism sector*. Washington, DC : World Bank.
- 17) Ministère du Tourisme et de l'Artisanat (Algérie). (2019). *Schéma Directeur d'Aménagement Touristique (SDAT) Horizon 2030*. Alger.
- 18) Office National des Statistiques (ONS) & Ministère du Tourisme. (2015–2025). *Annuaire statistique de l'Algérie – Chapitre “Tourisme”*. Alger.
- 19) Organisation Mondiale du Tourisme (OMT). (2023). *Compendium des statistiques du tourisme 2017–2021*. Madrid : OMT.
- 20) Statista. (2023). *Travel and tourism in Algeria: Key figures*. <https://statista.com>
- 21) World Economic Forum (WEF). (2020). *Travel & Tourism Competitiveness Report 2020*. Genève : WEF.
- 22) World Travel & Tourism Council (WTTC). (2019–2025). *Travel & Tourism Economic Impact: Algeria*. Londres : WTTC.