



Université Abderrahmane mira Bejaia

Faculté des sciences humaines et sociales

Département des sciences de l'information et de la communication

Mémoire de fin de cycle

**En vue de l'obtention du diplôme Master en sciences de l'information et de la
communication**

Option : communication et relations publiques

Thème

**L'apport de la communication touristique en Algérie dans le
développement durable**

**Cas pratique : le tourisme durable via la direction du tourisme et de
l'artisanat de la wilaya de Bejaia**

Réalisé par :

MAAMER Kenza

IMLOUL Amel

Encadré par :

Mme IFOURAH Rabiaa Née Dib

Promotion : 2023/2024

Remerciements

En premier lieu, nous remercions « Allah » le tout puissant de nous avoir donné le courage, la force, la volonté et la patience pour bien accomplir cette recherche.

Nous tenons à remercier nos familles et amis pour leurs encouragements et leurs soutien moral et financier.

*Nos profonds remerciements à **Mme. IFOURAH RABIAA** née Dib, de nous avoir encadré, pour ses conseils et ses orientations tout au long de ce travail.*

*Nous adressons ensuite nos remerciements au personnel de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia, plus spécifiquement à **M. AZZOUGUER BELCKACEM** qui nous a accompagné durant notre stage.*

Nous souhaitons également exprimer notre reconnaissance à tous les enseignants du département des sciences de l'information et de la communication qui ont contribué à notre formation tout au long de notre cursus universitaire.

Enfin, nous exprimons notre gratitude envers toute personne qui a contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

MERCI !

Dédicace

Je dédie ce travail à :

Celle qui m'a donné la vie,

*Ma mère, qui veille sur moi de là-haut, les mots ne suffisent pas pour décrire
ton amour, ta force et ta générosité.*

Tu étais une femme exemplaire, forte et courageuse,

*Tu étais et tu resteras ma source d'inspiration, de volonté, de motivation et de
persévérance*

*Si j'ai réussie aujourd'hui, c'est grâce à tes sacrifices ton soutien et tes précieux
conseils*

Paix éternel a ton âme, je t'aime infiniment.

*A mon père, qui m'a aidé à avancer dans la vie, ta présence et ton soutien
m'ont toujours inspiré et montré le chemin, merci pour l'éducation et les valeurs
transmises par toi et ma mère.*

*A ma sœur, **Naima** et mes frères : **Hakim Toufik et Nabil**, qui ont toujours cru
en moi et qui m'ont toujours soutenu.*

*A mes deux nièces adorées : **Sirine et Ayline**.*

*A ma tante **Nadia**, qui est comme ma deuxième maman.*

*A ma sœur de cœur : **ZIDAT Nawel**, qui a été toujours à mes côtés.*

*A mes chères cousines : **Werda, Meriem**.*

*A mes amies : **Imane Lalaoui, Lina Louiba, Faiza Mezidi, Lynda Madani, Syrine
Kria**.*

*A mon binôme : **IMLOUL Amel**.*

*A mon encadrant : **IFOURAH Rabiaa**, vous êtes un exemple.*

M. Zenza

Dédicace

Avec un énorme plaisir que je dédie ce travail à ma chère famille

À mon cher père bien-aimé, source de tant de sacrifices,

*À ma très chère et douce **maman**, ma source de bonheur*

*À ma chère **grande sœur Anissa**, son époux Amir, et le cœur de notre famille,*

mon

*Petit neveu **Aydan**, des piliers essentiels de ma vie,*

*À mon grand **frère Adel**, complice de toujours.*

*À ma cousine adorée **Selma**, ma confidente quotidienne,*

À mes chères et précieuses copines de tous les jours Louna, Ahlem, Lyna, et

Nassima, ainsi qu'à ma binôme Kenza, et mes collègues de la promo.

Et pour finir, à mes adorables chats, (chicha, aicha, shetaah, rouji) en

particulier Bichette, qui illuminent mon quotidien.

I. Amel

Liste des abréviations

Abréviations	Significations
ONG	Organisations non gouvernementales
PNUE	Programmes des nations unies sur l'environnement
UICN	Union internationale pour la conservation de la nature
DD	Développement durable
ODD	Objectifs de développement durable
OMT	Organisation mondiale du tourisme
CNUED	La Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement
RSE	Responsabilité sociale des entreprises
DTA	Direction du tourisme et de l'artisanat
SDAT	Schéma d'aménagement touristique
SDTAW	Schéma d'aménagement touristique de la wilaya
Zestes	Zones d'expansion touristiques
SITEV	Salon international du tourisme et des voyages

Liste des tableaux

Tableau 1 : le déroulement de l'enquête	20
Tableau 2 : les informations personnelles (Axe 01).....	61
Tableau 3 : récapitulation de l'activité hôtelière de l'année 2023 dans la wilaya de Bejaia ..	69

Liste des figures

Figure 1 : Approches théoriques de la rse	14
Figure 2 : la pyramide de la responsabilité sociale des entreprises de carroll.....	14
Figure 3 : Les piliers du développement durable	30
Figure 4 : Les objectifs de développement durable.....	35
Figure 5 : Organigramme de la DTA de Bejaia	60
Figure 6 : plan d'aménagement touristique	63
Figure 7 : page Facebook de la DTA de Bejaia	65
Figure 8 : Carte touristique de Bejaia.....	65
Figure 9 : Site officiel du salon international du tourisme et des voyages.....	75

Sommaire

Introduction générale.....	1
----------------------------	---

Cadre méthodologique

Chapitre I : L'analyse conceptuelle

1. La problématique :	4
2. Les hypothèses :	5
3. Les études antérieures :	6
4. Définitions des concepts :	7
5. Les raisons du choix de thème :	9
6. Les objectifs de la recherche :	10

Chapitre II : Démarche méthodologique

1. L'approche théorique :	11
2. Méthode et technique de recherche :	16
3. La population mère de l'étude :	18
4. La pré-enquête et le déroulement de l'enquête	19
5. Les difficultés rencontrées :	21

Cadre théorique

Chapitre I : Développement durable et tourisme durable

Section 01 : généralités sur le développement durable	22
Section 02 : le tourisme durable	41

Chapitre II : La communication touristique

1. Définition de la communication touristique :	50
2. Revue historique :	50
3. La communication touristique comme approche alternative :	51
4. Les objectifs de la communication touristique :	52
5. Notion d'attractivité touristique :	53
6. Les outils de la communication touristique :	53

Cadre pratique

Chapitre I : Analyse et interprétation des données

Section 01 : Le cadre spatio-temporel de l'étude	58
Section 02 : analyse et interprétation des données	61

Chapitre II : Discussions des résultats

Conclusion générale	81
---------------------------	----

Liste bibliographique

Annexes

Résumé

Introduction générale

Bejaia, surnommée « la perle de l’Afrique du nord » ou « la perle de la méditerranée » a porté plusieurs noms à travers de diverses époques à savoir SALDAE à l’époque romaine, EL NACIRIA à l’époque musulmane, BOUGIE à l’époque coloniale. C’est une ville avec un très grand potentiel historique, culturel et naturel attirant des visiteurs de différents pays. Cette ville a été marquée par plusieurs civilisations de la préhistoire à la décolonisation laissant des traces et des vestiges qui marquent l’histoire.

Cette dernière renferme une facette importante et une destination touristique populaire, elle représente l’une des plus belles B au monde avec ces plages magnifiques, elle est connue par ces montagnes denses pour explorer la nature, sa variété en terme de sites historiques et naturels, qui offrent l’opportunité au visiteur de découvrir l’histoire ainsi que sa diversité culturelle et traditionnelle. Le tourisme à Bejaia est considéré comme un fort potentiel contribuant au développement économique et sociale de la région, elle offre une expérience touristique riche et variée tout en valorisant ses atouts, en s’investissant dans de nouveaux projets et activités touristique, elle a toujours été confronté par des personnes du monde entier, mais il existe souvent des défis à améliorer pour promouvoir un tourisme durable et responsable.

Le tourisme est une activité essentielle qui offre aux visiteurs la possibilité de découvrir de nouveaux endroits, de se détendre et d’explorer de différentes cultures. Le tourisme de masse, souvent associé à un grand nombre de touristes visitant les mêmes destinations, peut avoir des impacts négatifs sur l’environnement, la culture locale et la qualité de vie des habitants. En revanche, actuellement le tourisme durable vise à minimiser ces impacts en favorisant des pratiques respectueuses de l’environnement, des interactions positives avec les communautés locales et la préservation des ressources naturelles pour les générations futures. C’est un modèle de tourisme qui cherche à équilibrer les besoins des visiteurs, de l’industrie touristique et des destinations pour assurer une expérience authentique, enrichissante et respectueuse pour tous. Bejaïa pourrait être un exemple en tant que ville qui valorise le tourisme durable.

De nos jours, la communication en toutes ces formes est une nécessité pour l’être humain, elle lui permet d’échanger et de s’informer dans de différents domaines et secteur à savoir le tourisme.

La communication touristique est une nouvelle forme de communication qui a pour but d’une part, promouvoir des destinations touristiques et d’attirer des touristes vers un pays ou une ville précise en valorisant son côté historique, naturel et culturel et d’autre part de

sensibiliser les acteurs activant dans le secteur du tourisme sur l'importance de la durabilité environnementale et sociétale.

Aujourd'hui, il est constatable que le domaine du tourisme en général et durable en particulier commence à devenir une question importante qui intéresse plusieurs catégories de la société. De plus en plus on voit l'engagement de plusieurs acteurs dans ce secteur à savoir les organismes, les associations, les agences et d'autres dans le but de promouvoir le tourisme et de résoudre les problèmes liés à ce dernier.

La direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia est considéré comme premier responsable du tourisme dans la région, elle est présente pour le promouvoir et de réduire son impact écologique. Son intérêt porte sur la sensibilisation et la vulgarisation à l'environnement afin de parvenir au développement durable en coopérant avec de différents partenaires, cela nous a encouragés à orienter notre étude vers cette direction.

Nous avons donc opté de traiter le thème intitulé « l'apport de la communication touristique en Algérie dans le développement durable » et pour s'inscrire dans cet ordre d'idées nous avons élaboré ce travail qui se décompose en trois grandes parties :

La première partie consacrée au cadre méthodologique avec deux chapitres :

Le premier est consacré à l'analyse conceptuelle qui contient les éléments suivants : la problématique, les hypothèses, la définition des concepts clés, les études antérieurs les raisons et les objectifs du choix du thème. Tandis que le deuxième est consacré à la démarche méthodologique, dont on trouve les éléments suivants : la pré-enquête, la méthode de recherche, l'outil de recherche, l'échantillon et l'approche théorique.

La seconde partie, concerne le cadre théorique qui est subdivisé en deux chapitres : le premier chapitre se décompose en deux sections chaque section traite, les généralités sur le développement durable, le développement durable en Algérie et la relation entre le tourisme et la deuxième section est consacrée au tourisme durable. Le deuxième chapitre aborde la communication touristique, sa définition, son histoire, ses outils.

La troisième et la dernière partie consacrée à la partie pratique qui est constituée de deux chapitres ; le premier chapitre qui a pour objet la présentation du cadre spatio-temporel de l'étude, dont on trouve la présentation de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia son rôle, son historique et l'organigramme ainsi que la période de l'étude.

Le deuxième chapitre ; cette partie porte sur l'analyse et l'interprétation des données et la discussion des résultats et la vérification des hypothèses et nous avons tenté de répondre à notre question principale ainsi que les questions secondaires de notre recherche.

Nous avons accompli notre travail avec une conclusion générale dont laquelle nous avons récapitulé nos éléments de notre recherche.

Cadre méthodologique

Chapitre I

L'analyse conceptuelle

1. La problématique :

L'économie représente un élément central de la vie d'un pays selon la manière dont elle est gérée, elle est au cœur de la vie sociale. Selon les dernières estimations du fond monétaire international publié au mois d'octobre dernier, les états unis représentent un peu plus du quart de l'économie mondiale avec un PIB nominal de 27 billions de dollars en 2023, nous pouvons trouver aussi d'autres pays tels que la chine avec un PIB de 18 billions de dollars ainsi que la France qui occupe le septième rang mondial avec un PIB de 3,1 billions de dollars en 2023.

Parmi les secteurs d'activités professionnels, le secteur du tourisme apparait comme un puissant moteur de cette croissance économique. Selon l'organisation mondiale du tourisme, ce secteur contribue au PIB mondial avec 3,1 % à travers les activités liées au voyage et à la visite de destinations touristiques.

Si le tourisme est développé, c'est parce que il y a la combinaison des efforts de plusieurs parties prenantes, acteurs dans le domaine. Parmi ces acteurs, nous avons les chargés de la communication qui assurent la promotion du tourisme. Donc la communication touristique est importante dans la diffusion de l'information, informer les voyageurs sur les attractions et les activités disponible et de faciliter les échanges entre les différents acteurs du secteur touristique.

L'activité touristique est considérée comme un nouveau facteur du développement durable et vecteur clé de l'évolution économique qui est la principale source pour plusieurs pays.

La notion de développement durable est une nouvelle conception de la croissance économique à long terme. L'économiste Muhamed yunes affirme que les entreprises doivent adopter des pratiques responsables envers l'environnement et la société pour prospérer durablement.

L'Algérie est un pays riche en sites touristiques qui regroupent des sites naturels tels que Tassili nadjer à Ilizi et des sites historiques comme Timgad, la casbah d'Alger, Djemila, ainsi que des sites de culte comme les mausolées et d'autres sites. Cette richesse a influencé le tourisme en Algérie qui a connu la fréquentation de 3,3 millions de touristes dont 2,2 millions sont des étrangers en 2023 selon K.Derkouche, ce qui a contribué à accroître l'attrait touristique de l'Algérie ainsi que de bénéficier des retombés économiques positives pour le secteur.

En Algérie, face à la croissance du tourisme le développement durable est au cœur des pratiques de développement menées par les états, plusieurs dispositions de la constitution algérienne font référence à cette notion à travers trois dimensions économiques, sociales et

environnementales. Au cours de la conférence des nations unies sur le développement durable déroulée à Rio de Janeiro en 2012, l'Algérie a joué un rôle important dans la mise des objectifs du développement durable en représentant sa qualité de présidente en terme de développement.

Suite aux engagements de l'Algérie dans les conventions internationales de développement durable, notre intérêt est porté sur le tourisme durable en Algérie. Comme nous le savons pour valoriser le tourisme, il y a plusieurs acteurs qui interviennent, à titre d'exemple, nous avons le ministre du tourisme qui est censé jouer un rôle important dans la dynamique du tourisme en Algérie.

Comme wilaya algérienne, Bejaia dispose aussi de plusieurs sites touristiques à savoir le Musée de bordj moussa, le parc national de Gouraya, Bab el fouka et d'autres. Cela encourage les organismes liés au secteur du tourisme à adopter des pratiques responsables pour promouvoir des productions durables.

De ce fait, nous nous interrogeons sur le tourisme durable à Bejaia, et nous posons la question suivante :

- **Comment contribue la direction du tourisme et de l'artisanat à Bejaia dans le développement du tourisme durable de la région durant la période 2023 à travers communication ?**

Dans l'objectif de mieux comprendre notre thème et pouvoir répondre à la question principale, nous avons posé les questions suivantes :

1. Quelle est l'importance des actions de communication de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia dans le tourisme durable ?
2. Quels sont les moyens de communication déployés par la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia pour promouvoir le tourisme de la wilaya d'une manière durable et équitable ?

2. Les hypothèses :

Toute recherche est structurée autour d'une ou plusieurs hypothèses ; on considère l'hypothèse comme une réponse provisoire, anticipée à une question de recherche ou une proposition de solution anticipées aux problèmes identifiés au départ. ¹

¹JOSE MANGALU.MA. Guide d'analyse des données en sciences sociales et humaines de la conception de l'étude à la préparation des analyses, l'Harmattan, Paris, 2020. P48

1) La première hypothèse :

Les activités de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia a contribué à la sensibilisation des touristes pour adapter des comportements responsables envers l'environnement.

2) Deuxième hypothèse :

La direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia emploie de divers moyens tels que le portail électronique du service en ligne, Site web et la page Facebook pour promouvoir un tourisme durable à la wilaya.

3. Les études antérieures :

Les études antérieures sont toutes recherches scientifiques précédemment publiés sur le sujet de notre recherche.

Dans notre étude, nous avons essayé de nous référer un trois (3) études antérieurs, celles-ci partagent en moins une variable commune avec notre thématique de recherche.

A. Etude 01 :

Thème de recherche intitulé : Représentations, agir et justifications du développement durable chez les dirigeants de PME « Le cas des dirigeants de riads maisons d'hôtes à Marrakech » réalisé au niveau d'École Doctorale Abbé Grégoire Laboratoire interdisciplinaire de recherche en science de l'action

Cette thèse a été réalisé par Noureddine ESSABRI Pour obtenir le grade de docteur Du Conservatoire National des Arts et Métiers en science de gestion spécialité Prospective, innovation, stratégie, organisation, qui a été dirigée par M. Rémi JARDAT, Maître de conférences HDR à l'IAE Gustave-Eiffel, Laboratoire IRG EA 2354, Université, Paris Est en 19 décembre 2017.

L'objectif de la recherche est « d'interpréter l'agir des dirigeants de riads à Marrakech face au développement durable ». Ce chercheur a posé la question suivante : face aux conflits d'interprétations de développement durable, comment les dirigeants des PME agissent-ils ? Et pourquoi agissent-ils de la sorte ?

Cette thèse s'est basée sur une démarche exploratrice et qualitative illustré par un entretien semi-directif sur un échantillon dans le but de comprendre les conditions de l'agir du développement durable chez les dirigeants de PME. On compte les résultats suivant :

Cette recherche a constitué une occasion d'analyser les liens entre les trois composantes du modèle théorique de la recherche pour interpréter l'agir de développement durable :

représentations, agir et justifications. Les résultats de l'étude empirique ont montré l'existence des liens et des points de rencontre entre les trois composantes.

- **L'apport de cette étude :**

Cette étude nous a aidé à l'élaboration de notre mémoire dans ce qui concerne la documentation ; elle partage une variable commune qui est « le développement durable » avec notre thématique de recherche ce qui nous a permis d'éclaircir notre champ d'étude.

Elle a été d'une grande utilité pour comprendre la notion du développement durable en général, les dates qui ont marqué son histoire ainsi que ces trois dimensions à savoir la dimension environnementale, sociale et économique.

B. Etude 02 :

Article scientifique intitulé « la communication touristique, une tripe invention », publier dans une revue scientifique « mondes du tourisme » mise en ligne le 30 septembre 2015, écrite par professeur en sciences de l'information et de la Communication PHILLIPE Vialon à l'Université de Strasbourg. Dans cette revue l'auteur parle sur communication touristique comme un concept peu développé et elle est conçue comme un aspect du marketing chez les professionnels en ce domaine. L'auteur évoque le concept de la communication touristique comme étant peu développé et qui est conçu comme un aspect du marketing chez les professionnels.

- **L'apport de cette étude :**

Cette étude porte une variable similaire à notre thématique de recherche qui est « la communication touristique » ce qui nous a permis d'avoir plus de connaissance sur notre thème. Cette étude nous a permis de développer le cadre théorique dont on a expliqué que le concept de la communication a passé par une tripe invention qui sont l'invention du tourisme puis l'invention de la communication comme un champ qui s'inscrit dans le cadre scientifique et enfin l'invention de la communication touristique comme champ de recherche.

4. Définitions des concepts :

Selon Angers Maurice définir un concept c'est : « la représentation mentale, générale et abstraite d'un ou plusieurs phénomènes ainsi que de leurs relations »²

Définir un concept revient à préciser la signification ou le sens que l'on lui accorde dans une recherche.³

² Gordon MACE et François PETR. Guide d'élaboration d'un projet de recherche en sciences sociales, 3e édition de Boeck, Laval, 2000. P41

³ JOSE MANGALU.MA. Guide d'analyse des données en sciences sociales et humaines, Op. Cit P53

Toute recherche scientifique nécessite de définir les notions de base de l'étude afin de rendre la compréhension de contenu du mémoire facile. Dans cette recherche on va définir les concepts qui sont étroitement liés à notre thématique qui sont :

4.1. La communication touristique :

Selon Frustier et Perroy « la communication touristique regroupe toutes les activités ayant un impact sur la fréquentation touristique et, par conséquent, influe sur le processus décision du touriste. »⁴

La communication touristique reprend les codes de la communication générales pour les appliquer aux spécificités du secteur. Comme toute communication, elle doit répondre à un objectif principal qui est la transmission du message.⁵

Définition opérationnelle : la communication touristique l'ensemble d'actions et les moyens de communication utilisés par la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia utilise pour promouvoir le tourisme de la région.

4.2. Le développement durable :

« un mode de développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre des générations futures de répondre aux leurs »⁶

Le développement durable est « une démarche visant l'amélioration continue de la qualité de vie des citoyens par la prise en compte du caractère indissociable des dimensions environnementale, sociale, économique et culturelle du développement durable dans une perspective d'équité intra- et intergénérationnelle »⁷

Définition opérationnelle : dans le cas de notre étude le développement durable c'est un ensemble d'activités qui permet à la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia de participer dans la prospérité à long terme de la wilaya de Bejaia en prenant et en favorisant des activités environnementales et sociétales afin d'améliorer en continue la qualité de vie des citoyens.

⁴ HAL open science, MAKIAN S, l'effet de la communication touristique en ligne sur l'image de la destination : étude de cas l'Iran, Mémoire de Master 2 « tourisme, innovation, transition », Univ Grenoble Alpes France, 2018, P29, consulté le 20 février à 14h06. (<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas>)

⁵ BRUGUE, A. La communication touristique : stratégies d'image & d'identité (Mémoire de recherche master 1- AGEST, université bordeaux Montaigne, IATU), France, 2015 <https://fr.slideshare.net/BAnais/memoire-la-communication-touristique>

⁶ BIBALSIO BROCHARD, L. Le développement durable : enjeux et mesurabilité (Mémoire présenté comme exigence partielle), (université du Québec à Montréal), Canada, 2011. <https://archipel.uqam.ca/4046/1/M12097.pdf>

⁷ Organisation internationale de la francophonie, Comprendre et analyser les enjeux et les actions du développement durable, session 2020 : 3 février au 29 mars, Paris. <https://www.francophonie.org>

4.3. Le tourisme :

Selon l'OMT 2019, le tourisme est un ensemble « d'activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leurs environnements habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires ou pour d'autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité »⁸

Définition opérationnelle : Le tourisme englobe une diversité d'activités et d'actions touristique menés par les touristes au niveau de la wilaya de Bejaia. Et l'apport de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia pour susciter l'intérêt des personnes pour voyager en mettant en valeur des lieux de visites comme les sites touristiques.

4.4. Sensibilisation :

C'est une action de faire savoir à quelqu'un ce qu'il ne sait pas. Autrement dit, c'est de faire sortir quelqu'un d'une ignorance en lui donnant le savoir.⁹ (RUKUNDO,2009)

Sensibiliser signifie de rendre capable à réagir quelque chose dont on a pris conscience ; l'objectif recherché est souvent la modification ou l'adaptation d'un comportement ou d'une attitude face à une situation.¹⁰

Définition opérationnelle : la sensibilisation est cette communication mutuelle et durable entre la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia et les touristes, elle englobe l'ensemble d'actions qui visent à informer, inculquer un comportement responsable chez les touristes.

5. Les raisons du choix de thème :

Nous raisons se résumant dans les points suivants :

- En tant qu'étudiantes en communication et relations publiques suscite notre intérêt et cela se justifie par la volonté d'approfondir nos connaissances sur la communication touristique et le secteur du tourisme et leur contribution au développement durable.

⁸ SOMON, A, tourisme fondamentaux et techniques, Dunod, 2019, P07, consulté le 25 février à 19h00. (<https://www.dunod.com/sites/default/files/atoms/files/9782100790272/Feuilletage.pdf>)

⁹ RUKUNDO, JC, évaluation des résultats de l'insémination artificielle bovine dans le département de Mbour au Sénégal : cas du projet GOANA, thèse pour obtenir le grade de docteur en médecine vétérinaire, publiée en 2009, (<https://beep.ird.fr/collect/eismv/index/assoc/TD09-23.dir/TD09-23.pdf>)

¹⁰ GLINEUR, C, BIENFAIT H, Guide indispensable pour réussir vos campagnes, la sensibilisation, pourquoi ? pour qui ? comment ? hapsis, RAPID AWARENESS, P9, consulté le 04 février à 9h50. (<https://www.conscio-technologies.com/wp-content/uploads/2014/01/ConscioTech-livre-blanc-guide-sensibilisation.pdf>)

- Participer à la diversification des études sur l'apport de la communication touristique dans le développement durable vu l'absence des thèses réalisées autour de ce thème au sein de notre université.
- Connaître et comprendre comment la direction du tourisme et de l'artisanat de Bejaia contribue au développement du tourisme durable de la wilaya en tant qu'acteur important.

6. Les objectifs de la recherche :

Toute recherche vise à atteindre un objectif bien précis, comme GRAWITZ madeleine le dit « le point de départ d'une science réside dans la volonté de l'homme de se servir de sa raison pour comprendre »¹¹

Les objectifs de notre étude se résument en ces points suivants :

- L'application de nos connaissances théoriques et méthodologiques acquises durant notre cursus.
- Vouloir comprendre la communication touristique et son rôle dans la promotion du tourisme durable.
- Essayer de comprendre comment la direction du tourisme intervient pour encourager des pratiques durables.
- Chercher à savoir si le tourisme est durable à Bejaia et si c'est un vecteur de développement social, économique et environnemental.
- Etudier les activités de la direction du tourisme qui s'inscrivent dans le cadre de la sensibilisation des touristes pour adopter des comportements responsables.
- Déterminer la valeur donnée au secteur du tourisme chez ces acteurs.

¹¹ GRAWITZ Madeleine, Méthode des Sciences sociales ,11éditionDaloz, Paris, 1990, p17

Chapitre II

Démarche méthodologique

1. L'approche théorique :

Après avoir réalisé notre problématique, les questions de recherches, les hypothèses et déterminer les objectifs de notre recherche, il est important d'adopter l'approche théorique en lien avec notre thématique ; inscrit dans notre spécialité Communication et relations publiques, qui sert à guider notre démarche méthodologique et d'assurer la scientificité de notre travail afin d'obtenir les résultats de notre entretien.

Dans notre étude, nous avons opté pour la théorie de la responsabilité sociale des entreprises car elle s'avère la plus appropriée avec notre thématique de recherche qui est « l'apport de la communication touristique en Algérie dans le développement durable ».

1.1. La responsabilité sociale des entreprises :

La responsabilité sociale est présente depuis plusieurs décennies dans les pratiques des entreprises et dans la littérature académique. Son origine et sa construction ont été américaines, mais depuis le début des années 2000 c'est l'Europe qui a pris le leadership, dans le paysage d'une RSE désormais globalisée. Elle est constituée de trois termes traduits de l'anglo-américain CSR (corporate social responsibility).¹²

La responsabilité sociale est aujourd'hui synonyme de l'engagement, être responsable c'est agir de manière à ne pas compromettre la possibilité de la vie future sur terre en mettant l'accent sur la prévention des risques que ce soit majeurs ou mineurs. Cette conception de la responsabilité s'inscrit dans le cadre du développement durable.¹³

5.1.1. Définition de la RSE :

La RSE peut être définie comme la prise en compte volontaire par les entreprises, est plus largement par les organisations, des enjeux sociaux, environnementaux et économique dans leurs activités commerciales et dans leurs relations avec leurs parties prenantes. Ainsi une entreprise qui fait de la responsabilité sociale est une entreprise qui tend à respecter et appliquer les principes issus du développement durable.¹⁴

Les lignes directrices ISO 26000 proposent une définition de la responsabilité sociale des organisations : « responsabilité d'une organisation vis-à-vis des impacts des décisions et de ses activités sur la société, l'environnement, par un comportement transparent et éthique qui contribue au développement durable incluant la santé et le bien-être de la société, prend en

¹² DEUBEL, PH. Institut de l'entreprise Melchior, 2020. (<https://www.melchior.fr/synthese/la-responsabilite-sociale-de-l-entreprise>)

¹³ IBID

¹⁴ Mon entreprise bougie EMPLITUDE pour l'emploi, confiance par l'union européenne, historique de la responsabilité sociale depuis ses origines. (<https://www.label-emplitude.fr/>)

compte les attentes des parties prenantes, respecte les lois en vigueur, est compatible avec les normes internationales de comportement, et aussi intégré dans l'organisation et mis en œuvre dans ses relations »¹⁵

1.2. L'émergence de la notion de responsabilité sociale :

5.2.1. La conception anglo-saxonne :

La RSE n'est pas un phénomène neuf, au 19^e siècle déjà des patrons soucieux commencent à adopter des mouvements contestataires qui ont pour but de répondre aux besoins sociaux des travailleurs et d'assurer l'éducation des enfants des travailleurs, prise en charge minimale des soins de santé ou les distributions charitables. Ses premières actions aux États-Unis qui s'agissaient des grandes villes américaines qui formaient des company towns qui désignent une ville qui se constitue d'une activité industrielle (mines, chemins de fer...) et en absence d'un état providence qui joue un rôle significatif dans l'éducation, la santé ainsi que la protection des travailleurs. ¹⁶

Pendant les années 1960 la RSE connaît un véritable essor aux États-Unis, cette expression trouve son origine dans le concept corporate social responsibility attribué à Howard Bowen qui met le point sur la bienveillance comme corollaire du principe de responsabilité en soutenant les relations contractuelles. Sa vision se résume dans la formule « profit d'abord ; philanthropie ensuite ». Dans les années 1970, dans un contexte de mondialisation croissante des activités économiques, la RSE a pris de l'ampleur suite aux mouvements divers de la société civile. Dans le même temps, l'enracinement territorial des entreprises recule, celles-ci s'impliquent davantage dans la société ou elles interviennent.) ¹⁷

Durant les années 1990, Jhon Elkington a popularisé la notion de triple bottom line « people, planet, profit » qui exprime que l'entreprise ne devrait pas seulement se mesurer selon des critères économiques cela a ouvert la voie à un véritable marché « marché de vertu » qui vise à restaurer la légitimité morale des grandes entreprises. C'est à cette période également que se structure deux modèles d'entreprises opposés ; le modèle « shareholdering » et celui de « stakeholdering ». Selon Milton Friedman et le courant libéral de l'école de Chicago, la RSE ne s'exerce que par les seules décisions destinées à améliorer la rentabilité des actionnaires, l'entreprise n'est responsable que devant ses « shareholders », en revanche, pour Edward Freeman et la théorie des parties prenantes, la responsabilité de l'entreprise s'étend à tous les

¹⁵ Mon entreprise bougie EMPLITUDE pour l'emploi, confiance par l'union européenne, historique de la responsabilité sociale depuis ses origines. (<https://www.label-emplitude.fr/>)

¹⁶ Ibid

¹⁷ Ibid

acteurs ayant intérêt dans l'entreprise remettant ainsi en cause la primauté des actionnaires dans la gouvernance de l'entreprise en reconnaissant l'importance de l'ensemble de ses partenaires.

18

5.2.2. La conception européenne de la RSE :

En Europe la RSE s'est émergée dans les années 1970 pour justifier certaines réformes notamment celle du bilan social. Ce dernier peut être défini comme une réflexion qui vise à rendre compte des conséquences sociales des activités économiques. Il sert comme un instrument de dialogue avec les parties prenantes et contribue au renforcement des possibilités de contrôle non seulement des actionnaires mais aussi des parties prenantes. Par exemple en France, les dirigeants des grandes entreprises sont tenus d'établir un bilan social, et la RSE est souvent associée au développement durable. La mise en œuvre de la RSE consiste à impliquer un progrès continu dans le domaine social, environnemental et économique, il s'agira donc de prendre en considération l'environnement de l'entreprise.¹⁹

La différence entre la conception de la RSE dans le monde anglo-saxon et européen réside dans la manière dont le bien commun est perçu, dans le monde anglo-saxon demeure il découle de la somme des volontés individuelles, alors qu'en Europe il est considéré comme une construction politique qui repose sur la croyance en capacité des individus à transcender leur appartenance et leur identité pour former une société politique.²⁰

La commission européenne, depuis les années 2000 a adopté une définition qui cherche à ménager les deux perspectives : « être socialement responsable signifie non seulement satisfaire aux obligations juridiques applicables, mais aller au-delà et investir davantage dans le capital humain, l'environnement et les relations avec les parties prenantes ».²¹

¹⁸ Mon entreprise bougie EMPLITUDE pour l'emploi, confiance par l'union européenne, historique de la responsabilité sociale depuis ses origines. (<https://www.label-emplitude.fr/>)

¹⁹ Ibid

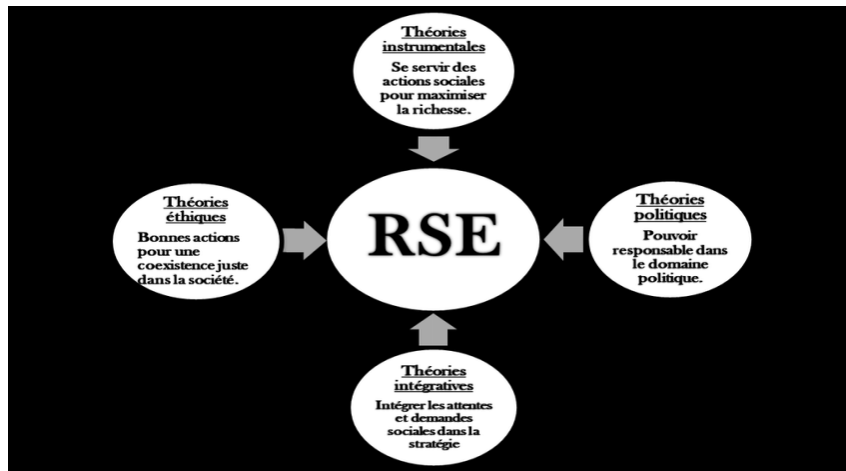
²⁰ Ibid

²¹ Ibid

1.3. Les théories de la RSE :

Il existe quatre théories fondamentale de la RSE qui se présente sous le schéma suivant :

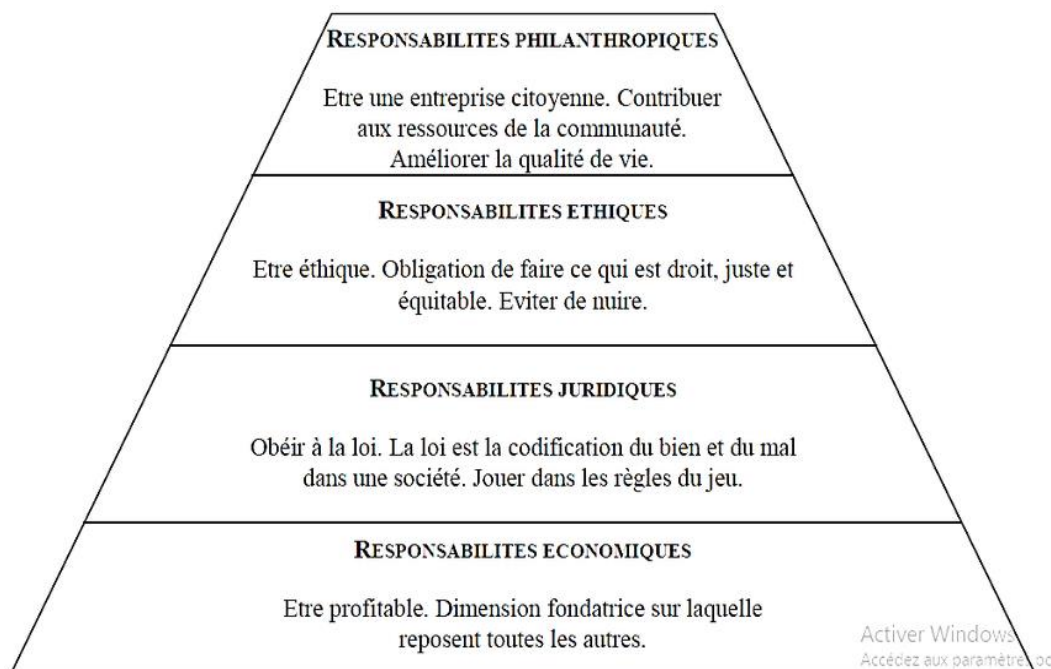
Figure 1 : Approches théoriques de la rse



Source : <https://www.researchgate.net/figure/Approches-theoriques-de-la-RSE>

Les responsabilités sociales correspondaient ainsi aux : « décisions prises et actions menées par les hommes d'affaires pour des raisons en moins partiellement au-delà des intérêts économiques ou techniques directs ». Cette perspective conduit souvent à une hiérarchisation des différentes responsabilités de l'entreprise comme la suggère la pyramide de Carroll. ²²

Figure 2 : la pyramide de la responsabilité sociale des entreprises de carroll



²² SOBCZAK, A. MINVEILLE, N. responsabilité globale manager le développement durable et la responsabilité sociale des entreprises, 2011, P 17

1.4. La communication responsable :

La communication responsable est une communication qui tient compte des aspects environnementaux, sociaux et sociétaux des messages qu'elle diffuse, mais aussi des modes de transmission qu'elle utilise. Elle vise à être socialement et écologiquement respectueuse.²³

La communication responsable ne concerne pas seulement les grandes entreprises et agences marketing. C'est l'affaire de chaque organisation, quel que soit son secteur, sa taille ou son domaine d'activité, en effet chaque organisation doit être responsable de ce qu'elle communique. Cela permet de renforcer l'image de marque, d'être transparent et de gagner la confiance auprès des parties prenantes. La communication doit être sincère, sérieuse et responsable.²⁴

Actuellement, la RSE est devenue un élément clé de la stratégie de communication de nombreuses entreprises. Elle consiste à prendre en compte les impacts sociaux, environnementaux et économiques de ses activités, et à adopter une approche responsable pour réduire ces impacts. La RSE s'articule autour de plusieurs axes, tels que la gestion responsable des ressources naturelles, la protection de l'environnement, le respect des droits humains, la diversité de l'inclusion, la santé et la sécurité au travail, l'implication des parties prenantes etc.²⁵

Nous remarquons à travers ces définitions qui sont complémentaires, la communication responsable se focalise sur la diffusion des messages responsable via les modes de transmission qui respectent les aspects environnementaux et sociaux. Pour arriver à cet objectif l'organisation doit être sincère et sérieuse pour renforcer son image auprès de ces parties prenantes. Nous comprenons ainsi que de nos jours la responsabilité sociale des entreprises est considérée comme un facteur important de la stratégie de communication des organisations afin de diminuer les impacts environnementaux et sociaux dans le but de s'inscrire dans une approche plus responsable ainsi d'apparaître comme une organisation qui est responsable sur l'ensemble de son travail et qui donne de l'importance à ses parties prenantes.

En effet, lorsque nous abordons l'apport de la communication touristique dans le développement durable nous faisons référence à l'ensemble des messages diffusé d'une manière responsable et transparente auprès des parties prenantes à travers des moyens de

²³ GERAD, N, LOIC, A. Guide de la consommation, communication responsable des entreprises : pour une relation de confiance avec les consommateurs, union des annonceurs, juillet 2011, P6 (<https://www.fhf.fr/sites/default/files/documents/Guide%20de%20la%20communication%20responsable.pdf>)

²⁴ O-communication, la communication RSE et ses enjeux, 2021. (<https://www.o-communication.com/communication/communication-rse/>)

²⁵ Ibid.

communication en respectant les trois dimensions du développement durable qui sont l'environnement, la société et enfin l'économie.

Cette approche est en adéquation dans de nombreux contextes y compris celui de notre recherche. Cependant, nous avons fait ce choix car elle représente notre cas d'étude qui est porté sur la communication touristique de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia en impliquant des actions et en diffusant des messages responsables pour la prospérité du développement durable de la ville.

Concepts	Indicateurs
Sensibilisation	Initiatives
Environnement	Durabilité
Comportement responsable	Pratiques durables
Actions	Promotion Développement Diversification
Moyens	Ecrits Oraux Numériques

2. Méthode et technique de recherche :

Toute recherche scientifique nécessite le choix d'une méthode à respecter et à suivre ; afin d'atteindre les objectifs fixés par le chercheur et d'obtenir des résultats.

Selon Maurice Angers : « la méthode est un ensemble de procédures, des démarches précises adoptées pour en arriver à un résultat »²⁶

Pour effectuer notre recherche nous avons opté pour la méthode qualitative.

2.1. La méthode de recherche :

• **La méthode qualitative :**

Notre choix pour cette méthode n'est pas fait au hasard, il est lié à notre étude et nos objectifs visés à atteindre.

Selon Maurice Angers : « la méthode qualitative est le traitement des données qualitatives qui produit des résultats tel que des regroupements par dimension, par cas, par thème ou par type. L'analyse consiste à examiner précisément sur l'hypothèse où l'objectif de recherche. »²⁷

²⁶ ANGRES Maurice, « initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines », op.cit. P70.

²⁷ ANGERS, M. Initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines, 6eme édition, 2014, p. 167.

L'approche qualitative est une démarche qui vise la compréhension d'un phénomène en tenant compte du contexte et de l'environnement vécu par les individus concernés par l'étude.

Cette méthode est la plus adéquate à notre étude car elle nous permettra de décrire notre thématique de recherche et de bien l'expliquer et de comprendre en profondeur notre étude.

2.2. La technique de recherche :

Chaque recherche exige le choix d'une technique adaptée pour pouvoir recueillir des informations sur le terrain.

D'après Maurice Angers « la technique de recherche est l'ensemble de procédés et d'instrument d'investigations utilisé méthodologiquement, sont les moyens qui permettent d'aller recueillir des données dans la réalité ». ²⁸

Afin de recueillir les informations nécessaires à notre étude, nous avons eu recours à la technique de l'entretien.

- L'entretien :

L'entretien est un classique des enquêtes qualitatives. Il consiste à recueillir les propos d'une personne ou d'un groupe des personnes par un jeu de questions et réponses orales. ²⁹

Selon Guillaume Devin : « l'entretien est comme un procédé d'investigation scientifique qui utilise un processus de communication pour recueillir des informations en rapport avec le but fixé. » ³⁰

Il existe plusieurs types de l'entretien à savoir l'entretien directif, non directif, semi directif et focus groupe (l'entretien collectif). Dans notre cas d'étude nous allons nous contenter de l'entretien semi-directif puisqu'il s'agit de recueillir des informations de différents points de vues.

• L'entretien semi-directif :

C'est une technique d'enquête qui est largement utilisée dans l'étude qualitative, il s'agit donc de réaliser une grille de question qui servira de guide pour orienter l'entretien. Le but de cette enquête c'est de fournir des informations objectives (sur les phénomènes, institutions ou processus étudié) plutôt que subjectives (représentations, croyances, système de valeurs). ³¹

²⁸ ANGERS, M Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, Op.cit. P 66.

²⁹ EPENDA. A, pièges et étapes du processus de recherche de la théorie à la présentation des résultats, L'Harmattan, Paris, 2018, P129.

³⁰ GUILLAUME.D, méthodes de recherche en relations internationales, presses de sciences po, 2016, P 159.

³¹ Pin, C. L'entretien semi-directif, 3mai 2023. Consulté le 18 avril à 20h10. <https://sciencespo.hal.science/hal-04087897/>

Dans ce type d'entrevue, l'enquêteur s'est fixé des zones d'exploration et veut obtenir que le sujet traite et approfondisse un certain nombre de thèmes.³²

Afin de répondre à notre problématique, d'atteindre nos objectifs de recherche et de valider nos hypothèses nous avons réalisés une série de questions qui servent comme un guide pour entamer notre entretien au sein de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia. Nous avons réparti notre guide en trois (03) axes, dont chaque axe contient un ensemble de questions ouvertes.

Le premier axe a été consacré pour l'ensemble des données socio-professionnelle de notre échantillon d'étude englobant cinq (05) questions, le deuxième axe réparti en six (06) questions et le dernier axe composé de huit (08) questions.

3. La population mère de l'étude :

En sciences humaines, une population désigne un ensemble d'éléments prédéfini sur laquelle porte des observations.

Afin de rassembler des informations concernant notre thème de recherche, notre population mère se constitue des membres de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia.

3.1. L'échantillon d'étude :

Echantillon :

Le mot échantillon veut dire un prototype ou un exemple d'éléments d'un ensemble plus large qui est la population.³³

3.2. L'échantillonnage :

Selon Maurice Angers : « L'échantillonnage est l'ensemble des opérations permettant de sélectionner un sous ensemble d'une population en vue de constituer un échantillon représentatif de la population visée. »³⁴

Extraire un échantillon, c'est choisir, selon des critères définis à l'avance, un certain nombre d'individus parmi les individus composant un ensemble défini, afin de réaliser sur eux des mesures ou des observations qui permettront de généraliser les résultats à l'ensemble premier.³⁵

³² BERTHIER.N. les techniques d'enquête en sciences sociales, 3^{ème} édition, Paris, 2006.

³³ EPENDA. A, pièges et étapes du processus de recherche de la théorie à la présentation des résultats, Op. Cit P102.

³⁴ ANGERS, M. Initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines, Op. Cit. P100.

³⁵ AKTOUF, O. méthodologie des sciences sociales et approches qualitatives des organisations, Les Presses de l'Université du Québec, Montréal, 1987, P 72

3.3. Type d'échantillonnage :

Le type d'échantillonnage que nous avons utilisé c'est l'**échantillonnage typique**, parce que les entretiens réalisés sont destinés à une population visée, sélectionnée et bien avant choisie, dans le but de récolter le maximum d'informations et de données concernant notre étude de recherche. Donc notre échantillonnage est un **échantillonnage non probabiliste**.

L'échantillonnage non probabiliste :

Selon Maurice Angers : « c'est lorsqu'il s'agit d'une étude portant sur quelques éléments seulement de la population ou d'une recherche visant à approfondir la compréhension de divers types de comportements, sans égard à leurs poids relatifs dans la population »³⁶

L'échantillonnage typique :

Selon Maurice Angers : « tous les éléments choisis pour faire partie de l'échantillon sont des modèles de la population à l'étude. Ce sont alors un ou plusieurs éléments considérés comme des portraits types de la population à l'étude qui sont recherchés »³⁷

4. La pré-enquête et le déroulement de l'enquête

4.1. Pré-enquête :

« La pré-enquête dans la recherche scientifique se traduit par la phase où nous faisons l'exploration des données, elle sert à voir la pertinence des questions »³⁸

La pré-enquête est une investigation de type qualitatif, destiné à élaborer les dimensions de l'enquête, les hypothèses et la formulation des questions.³⁹

Afin de collecter les données et de réaliser le mémoire de fin de cycle en communication et relations publiques, la pré-enquête est considérée comme étape déterminante pour faciliter l'exploitation du terrain, la collecte de données et les questions pertinentes liées à notre recherche.

³⁶ ANGERS, M. initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines, Op.Cit P101.

³⁷ Ibidm, 105.

³⁸ Maurice Angers, Initiation Pratique a La Méthodologie Des Sciences Humaines, Editions Université Casbah, Alger 1997, P336

³⁹ N'AGRI ADAM, O. Mémoire online, Analyse Sociologique des attitudes et des comportements des parents face à la vaccination des enfants contre la poliomyélite dans le district sanitaire II de Niamey, sociologie 2007. (www.memoireonline.com/07/09/2290/m_Analyse-Sociologique-des-attitudes-et-des-comportements-des-parents-face--la-vaccination-des-enfan10.html)

Notre pré-enquête s’est déroulée au niveau de la direction du tourisme et de l’artisanat de la wilaya de Bejaia qui se trouve au niveau de la nouvelle cité administrative rue des frères Tabet, du 12 mars jusqu’au 25 mars 2024.

Lors de notre pré-enquête, nous avons récolté les informations nécessaires sur l’identité et le fonctionnement de la direction du tourisme et de l’artisanat de la ville de Bejaia, où nous avons découvert le lieu de l’étude, ainsi que les données relatives à notre thématique de recherche.

Dans notre pré-enquête nous avons réalisé un entretien exploratoire semi directif avec deux fonctionnaires de la direction du tourisme et de l’artisanat de la wilaya de Bejaia

à savoir monsieur BENMOUEFFOK Abderrahmane qui est le chef service de la direction ou nous avons demandé des informations sur la direction en général et ses activités en particulier, il nous a accordé des données sur l’ensemble des sites touristiques, les plages et les circuits thématiques de la wilaya de Bejaia, la carte touristique de la wilaya, le journal officiel de la république algérienne démocrate qui englobe l’ensemble des lois, décrets et conventions internationales ainsi que des règlementations relatives à l’hôtellerie.

Pour monsieur AZZOUGUER Belkacem qui est le chef de bureau au niveau de la direction, il nous a donner des informations sur le rôle de la direction du tourisme et de l’artisanat de la wilaya de Bejaia d’une manière générale, l’ensemble des collaborateurs avec lesquels elle est active concernant le tourisme ainsi qu’une liste des agences de voyages et de tourisme et les hôtels au niveau de la wilaya.

Après avoir commencé notre pré-enquête ça nous a amené à préparer un guide d’entretien de 19 questions qui sont divisé en trois (03) axes.

En étudiant les réponses collectées, nous avons compris comment la DTA de la wilaya de Bejaia gère sa communication, les moyens qu’elle met en place ainsi que l’ensemble des actions émises que ce soit auprès des citoyens ou en collaboration avec ces différents partenaires afin d’assurer un bon déroulement et la transmission du message souhaité.

4.2. Déroulement de l’enquête :

Notre enquête s’est déroulé à du 13 mai jusqu’au 21 mai dans le but de répondre à notre problématique de recherche et de vérifier nos hypothèses.

Notre enquête a été menée sur un échantillon de 05 personnes, que nous avons récapitulé selon le tableau suivant

Tableau 1 : le déroulement de l’enquête

Enquêtés	Poste occupé	Durée
----------	--------------	-------

01	Ingénieur de l'habitat et d'urbanisme	35min
02	Chef de service	45min
03	Inspecteur du tourisme	50min
04	Chef du bureau	47min
05	Chef de bureau	35min

5. Les difficultés rencontrées :

Durant la réalisation de cette étude au sein de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia, nous avons dû faire face à des difficultés qui se résument dans les points suivants :

- Des difficultés de contacts avec les fonctionnaires de la DTA.
- Des retards par rapports aux réponses du guide d'entretien.
- Une certaine difficulté de compréhension de notre thématique par les enquêtés.

Nous avons opté pour ce choix puisqu'il s'agit d'une population restreinte et nous avons pris les éléments qui sont actifs dans le service du tourisme qui est en adéquation avec notre thématique de recherche.

Cadre théorique

Chapitre I

Développement durable et tourisme durable

Section 01 : généralités sur le développement durable

Depuis la révolution industrielle, l'occident a été marqué par un développement effréné et une croissance économique qui met en évidence la production et la consommation des biens matériels. Cependant dans les années 70, des inquiétudes ont été émergées concernant les économiques activités qui engendrent des dommages environnementaux visibles et localisés (déchets, fumées d'usines, pollution des cours d'eau, etc.).

Sur le plan économique et social, on constatait déjà à l'époque que la politique globale maintenait les inégalités entre pays riches et pays pauvres, populations riches et pauvres au sein d'un même pays ou d'une même région, à travers ces constats du mode de développement actuel de notre société commençaient déjà à se manifester. Il en résultera l'apparition de la notion de « développement durable »

En effet, nous allons consacrer ce chapitre pour expliquer cette notion, ces origines historiques, ses principaux fondamentaux en focalisant sur les dimensions environnementales, économique et sociales.

1.1. Définition du développement durable :

Plusieurs définitions ont été données pour ce concept, mais la définition officielle et retenue au niveau international c'est celle de la Commission mondiale sur l'environnement et le développement en 1987, dans le rapport Brundtland qui définit le développement durable comme « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs ». ⁴⁰

D'autres définitions ont été suggérées :

➤ Le développement durable est une façon d'organiser la société de manière à lui permettre d'exister sur le long terme. Cela implique de prendre en compte à la fois les impératifs présents mais aussi ceux du futur, comme la préservation de l'environnement et des ressources naturelles ou l'équité sociale et économique. ⁴¹

➤ Selon l'ONU : « Un développement qui soit efficace économiquement tout en étant socialement équitable et écologiquement supportable ». ⁴²

⁴⁰ Gendron, JP Revéret-Economies et sociétés, 2000-archipel.uqam.ca, P113.consulté 05 mars à 23h30 (<https://archipel.uqam.ca/12752/1/Le%20d%C3%A9veloppement%20durable.pdf>)

⁴¹ Pour l'ECO l'éclairage économique pour comprendre l'actualité, développement durable, 2020. Consulté le 08 mars à 18h00. (<https://www.pourleco.com/le-dico-de-l-eco/developpement-durable>)

⁴² Open édition journals, M Tsayem Demaze. Paradoxes conceptuels du développement durable et nouvelles initiatives de coopération Nord-Sud : le Mécanisme pour un Développement Propre (MDP), 2009, Consulté le 12 mars à 16h30. (<https://journals.openedition.org/cybergeogeo/22065>)

Maintenant que nous avons défini le développement durable comme étant la recherche d'une harmonie entre les aspects économiques, sociaux et environnementaux, il est essentiel d'explorer le contexte historique qui a donné naissance à ce concept. En remontant dans le temps, nous pouvons retracer les origines du développement durable et comprendre comment il est devenu une préoccupation majeure à travers le monde. En examinant les mouvements environnementaux, les conférences internationales et les changements de mentalité au fil des décennies, nous pouvons saisir l'évolution du concept et son impact sur les politiques et les pratiques en Algérie.

1.2. Contexte historique du concept développement durable :

Dès le début des années 70, les limites du mode de développement actuel de notre société commençaient déjà à se faire sentir. Il en résultera l'apparition de la notion de développement durable.⁴³

La notion de développement durable a été principalement développée à l'échelle mondiale par des organisations telles que les Nations Unies et l'Union internationale pour la conservation de la nature. Elle est apparue pour la première fois lors du premier sommet de la Terre à Stockholm en 1972. Le développement durable vise à trouver un équilibre durable entre les ressources naturelles et leur utilisation par l'homme. Depuis sa définition dans le rapport Brundtland, le concept a évolué avec des initiatives telles que l'Agenda 21 et le plan d'action du sommet mondial pour le développement durable.⁴⁴

- **L'agenda 21** : est un programme international de mise en œuvre du développement durable, pour le 21^e siècle, structuré en quatre sections et 40 chapitres. Plus de cent soixante-dix pays l'ont signé lors du Sommet de la Terre à Rio (1992) et se sont engagés à l'appliquer⁴⁵. Il est composé de 27 principes, parmi lesquels on retrouve le développement durable, le lien entre droit au développement et protection de l'environnement, les besoins particuliers des pays en développement, la nécessaire participation des citoyens ou encore le rôle des femmes.⁴⁶

⁴³ BOUFENA, F. cours Master développement durable du module tourisme et développement durable, univ frères Mentouri –Constantine 1 (https://fac.umc.edu.dz/fst/fichiers/master%20tourisme/S2/Mme%20Boufenra_MODULE%20TOURISME%20DURABLE.pdf)

⁴⁴ Ibid.

⁴⁵ Démarches territoriales du développement durable, définitions de l'Agenda 21^{ème} siècle local, 2015. Consulté le 20 mars à 22h00 (<https://demarchesterritorialesdedeveloppementdurable.org/definitions/>)

⁴⁶ Vie publique au cœur du débat public, Qu'est-ce que l'Agenda 21 ? publié le 26 juin 2020. Consulté le 20 mars à 22h10 (<https://www.vie-publique.fr/fiches/274842-quest-ce-que-lagenda-21>)

L'Agenda 21 de l'ONU pourrait être défini comme une stratégie mondiale mise en œuvre localement et impliquant tous les secteurs d'une communauté : social, culturel, économique et environnemental. Il s'agit, en somme, d'un engagement à améliorer l'environnement et, par conséquent, la qualité de vie des habitants d'une communauté, municipalité ou région ⁴⁷

Tandis que nous avons exploré le contexte historique du développement durable, il est intéressant de se pencher sur la naissance et la conceptualisation de ce concept. Le développement durable tel qu'il est connu aujourd'hui a émergé suite à plusieurs événements clés et de la prise de conscience croissante de la nécessité de préserver notre planète pour les générations futures. Des rapports tels que le rapport Brundtland en 1987 ont joué un rôle majeur dans la définition et la popularisation du concept de développement durable. Ces rapports ont mis en évidence l'importance de l'équilibre entre les besoins économiques, sociaux et environnementaux pour assurer un avenir durable.

1.3. Naissance et conceptualisation du développement durable :

Il est important de rappeler l'histoire de ce concept afin de comprendre les enjeux de sa naissance, cela implique de remonter non seulement le temps des événements mais aussi des idées afin d'identifier les sources qui ont contribué à cette naissance⁴⁸. Au cours des dernières décennies, une prise de conscience mondiale s'est développée mettant en avant la réalité selon laquelle ne pas soutenir les activités humaines telles qu'elles sont menées actuellement, cela a conduit à la réunion des leaders mondiaux dans des sommets internationaux sur l'environnement pour discuter et débattre les défis liés à la préservation de l'environnement et au développement durable, ainsi que pour trouver des solutions à ces problèmes.⁴⁹

En effet, voici les principales dates qui ont marquées l'évolution e la notion du développement durable :

⁴⁷ La mode c'est vous, QU'EST-CE QUE L'AGENDA 21 : RÉSUMÉ ET OBJECTIFS ? publié le 11 novembre 2018, consulté le 20 mars à 22h30. (<https://lamodecestvous.com/qu-1-agenda-21-resume-objectifs/>)

⁴⁸ ESSABRI.N. Représentations, agir et justifications du développement durable chez les dirigeants de PME : « Le cas des dirigeants de riads maisons d'hôtes à Marrakech », Discipline : Sciences de gestion Spécialité : Prospective, innovation, stratégie, organisation, 2017, P24. (<https://theses.hal.science/tel-01815121/document>)

⁴⁹ BOUFENA, F. cours Master développement durable du module tourisme et développement durable, univ frères Mentouri –Constantine 1. Consulté le 22 mars à 17h15. (https://fac.umc.edu.dz/fst/fichiers/master%20tourisme/S2/Mme%20Boufenra_MODULE%20TOURISME%20DURABLE.pdf)

1951 : l'Union International pour la Conservation de la Nature (UICN) publie le premier rapport sur l'état de l'environnement dans le monde, rapport précurseur dans sa recherche de réconciliation entre économie et écologie.⁵⁰

Dans les années 60, les activités économiques ont causé des dommages à l'environnement, comme la pollution de l'air et de l'eau. En 1970, le Club de Rome a tiré la sonnette d'alarme sur les conséquences néfastes d'une croissance économique et démographique exponentielle ;

1968-1970 : la création de club de Rome qui regroupait des personnalités importantes relativement à leurs pays et souhaitant que la recherche aborde le problème de l'évolution dans le monde dans sa globalité dans le but de comprendre les limites de la croissance.⁵¹

Dans ce contexte, le club de Rome lance l'idée de la « croissance zéro » dans le premier rapport intitulé « halte à la croissance » qui indique les limites de la croissance économique et qui appelle à la protection de l'environnement⁵² et qui a permis de tirer une première conclusion qui est « Le maintien d'un rythme de croissance économique et démographique, présente des menaces graves sur l'état de la planète et donc sur la survie de l'espèce humaine. Seul un état d'équilibre avec le maintien d'un niveau constant de la population et du capital permettrait d'éviter la catastrophe qui guette l'humanité (théorie de la croissance 0) »⁵³

1972 : le sommet de Stockholm, une conférence qui a été organisée par les Nations Unies portant sur l'environnement humain, La conférence de Stockholm en 1972 a établi le lien entre la protection de l'environnement et le développement, suscitant une prise de conscience mondiale et marquant véritablement la prise de conscience d'un problème environnemental mondial, et de la nécessité d'une action concertée de préservation. La conclusion tirée était de proposer un modèle de développement économique compatible avec l'équité sociale et la prudence écologique. Ce modèle a été nommé le modèle « écodéveloppement ». Cette conférence a soulevé pour la première fois des questions liées à l'écologie et au développement

⁵⁰ Vedula, historique du développement durable. Consulté le 28 mars à 19h30. (<http://www.vedura.fr/developpement-durable/cadre/historique>)

⁵¹ BOUFENA, F. cours Master développement durable du module tourisme et développement durable, univ frères Mentouri –Constantine 1. Consulté le 30 mars à 14h00. (https://fac.umc.edu.dz/fst/fichiers/master%20tourisme/S2/Mme%20Boufenra_MODULE%20TOURISME%20DURABLE.pdf)

⁵² ESSABRI.N. Représentations, agir et justifications du développement durable chez les dirigeants de PME : « Le cas des dirigeants de riads maisons d'hôtes à Marrakech », Discipline : Sciences de gestion Spécialité : Prospective, innovation, stratégie, organisation, 2017, P26. (<https://theses.hal.science/tel-01815121/document>)

⁵³ BOUFENA, F. cours Master développement durable du module tourisme et développement durable, univ frères Mentouri –Constantine 1. Consulté le 01 avril à 11h00. (https://fac.umc.edu.dz/fst/fichiers/master%20tourisme/S2/Mme%20Boufenra_MODULE%20TOURISME%20DURABLE.pdf)

durable, elle a mis en avant les interactions entre l'écologie et l'économie ainsi que le développement des pays du sud et du nord. A la suite de cette conférence une déclaration de 26 principes et un vaste plan d'action ont été adoptés pour lutter contre la pollution et il a donné naissance au Programme des Nations unies pour l'environnement (PNUE). Cette conférence est donc considérée comme le premier Sommet de la Terre et l'acte initial de la genèse du développement durable ⁵⁴

1980 : La stratégie de la conversation mondiale : les auteurs s'entendent généralement pour dire que la première référence publique explicite au concept de développement durable qui est attribuée à la publication de la Stratégie mondiale de conservation par l'Union internationale pour la conservation de la nature et des ressources (UICN) en 1980. Cette stratégie avait énoncé l'importance de tenir en compte les facteurs sociaux, écologiques et économiques dans le développement durable ainsi que des avantages et des inconvénients à court et à long termes des solutions de rechange. ⁵⁵

En 1980, L'UICN publie un rapport sur la stratégie de conversation mondiale en collaboration avec le programme des nations unies de l'environnement et le fonds mondial pour la nature qui aborde une vision globale de la dynamique des écosystèmes et les activités humaines. L'expression « développement durable » a été donc utilisé pour la première fois par ce document. ⁵⁶

Le développement durable devrait prendre en considération l'environnement, l'économie et la société, son but c'est d'améliorer les conditions d'existence des humains tout en respectant les limites des écosystèmes. Il est présenté sous la forme de l'indépendance entre les trois dimensions économiques, sociales et environnementales.

- **Définition de développement durable selon l'UICN** : « Un développement qui prévoit des améliorations réelles de la qualité de la vie des humains et en même temps conserve la vitalité et la diversité de la Terre. Le but est un développement qui soit durable. À ce jour, cette notion paraît utopique, et pourtant elle est réalisable. ⁵⁷»

⁵⁴ BOUFENA, F. cours Master développement durable du module tourisme et développement durable, univ frères Mentouri –Constantine 1. Consulté le 01 avril à 11h00.

(https://fac.umc.edu.dz/fst/fichiers/master%20tourisme/S2/Mme%20Boufenra_MODULE%20TOURISME%20DURABLE.pdf)

⁵⁵ESSABRI.N. Représentations, agir et justifications du développement durable chez les dirigeants de PME : « Le cas des dirigeants de riads maisons d'hôtes à Marrakech », Discipline : Sciences de gestion Spécialité : Prospective, innovation, stratégie, organisation, 2017, P29. (<https://theses.hal.science/tel-01815121/document>)

⁵⁶Ibid.

⁵⁷ Associations, Adéquations, quelques définitions du développement durable, Paris, 2003, consulté le 03 avril à 15h00. (<http://www.adequations.org/>)

1983 : la création de la commission mondiale pour L'environnement et le Développement (CMED) présidé par le premier ministre Norvégien Brundtland. Sa mission était d'établir un programme autour de la problématique environnement/ développement. ⁵⁸

1987 : le rapport de Brundtland, officiellement, le rapport intitulé « notre avenir à tous » est considéré comme l'acte de naissance du développement durable. Ce rapport a été publié en 1987 par la Commission mondiale pour l'environnement et le Développement (CMED) 18 qui a été mise en place par l'ONU dès 1983 et présidée par Mme Brundtland. ⁵⁹

Le rapport de madame Brundtland vise à articuler les préoccupations de divers acteurs en encourageants des actions communes, il propose un nouveau type de développement qui est caractérisé par sa durabilité et son équité en intégrant l'environnement et le développement socio-économique qui répond aux besoins humains et respecte l'environnement naturel. ⁶⁰

Selon ce rapport de développement durable est "un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs"⁶¹

Deux concepts sont inhérents à cette notion : le concept de « besoin » et plus particulièrement des besoins des plus nécessaires, à qui il convient d'accorder la plus grande priorité, et l'idée de limitation que l'état de nos techniques et de notre organisation sociale impose sur la capacité de l'environnement à répondre aux besoins actuels et à venir. ⁶²

1992 : la conférence de Rio considéré comme troisième sommet de la terre porté sur l'environnement et le développement (CNUED)⁶³, et comme le véritable lancement médiatique de la notion de développement durable. Plus de 180 chefs d'État se sont réunis pour mettre en place un plan d'action appelé « Agenda 21 » qui comprenait des conventions sur la biodiversité et les changements climatiques, ainsi que des déclarations sur la forêt et la désertification. L'objectif était de promouvoir un développement qui prenne en compte les besoins des générations présentes et futures, en intégrant la protection de l'environnement dans le processus de développement. Ce sommet a défini les bases d'un programme d'action (l'agenda 21) à

⁵⁸Associations, Adéquations, quelques définitions du développement durable, Paris, 2003, consulté le 03 avril à 15h00. (<http://www.adequations.org/>)

⁵⁹ Ibid

⁶⁰ ESSABRI.N. Représentations, agir et justifications du développement durable chez les dirigeants de PME : « Le cas des dirigeants de riads maisons d'hôtes à Marrakech », Discipline : Sciences de gestion Spécialité : Prospective, innovation, stratégie, organisation, 2017, P31, (<https://theses.hal.science/tel-01815121/document>)

⁶¹ Ibidm, P30.

⁶² Ibidm, P31.

⁶³ BOUFENA, F. cours Master développement durable du module tourisme et développement durable, univ frères Mentouri –Constantine 1, consulté le 03 avril à 17h00.

(https://fac.umc.edu.dz/fst/fichiers/master%20tourisme/S2/Mme%20Boufenra_MODULE%20TOURISME%20DURABLE.pdf)

appliquer au niveau international, national et local, composé de 27 recommandations pour promouvoir le développement durable⁶⁴ à savoir les trois conventions de Rio qui sont :

- La Convention sur la diversité biologique (CDB)
- La Convention-cadre des Nations unies sur les changements climatiques (CCNUCC)
- La Convention des Nations unies sur la lutte contre la désertification (CLD)⁶⁵

1997 : la signature du protocole de Kyoto qui engage 38 pays industrialisés (états unis, canada, japon, pays de l'Union européenne, pays de l'ancien bloc communiste) à réduire, entre 2008 et 2012, leurs émissions de gaz à effet de serre de 5,2 % en moyenne.⁶⁶

2002 : Sommet mondial pour le développement durable à Johannesburg, qui a réuni des chefs d'État et de gouvernement, des dirigeants d'entreprises, d'ONG et des collectivités locales. Le texte adopté met en évidence les mesures à prendre dans les domaines de l'eau, de la biodiversité, de l'énergie, du commerce et de la gouvernance, C'était une occasion pour les pays de discuter de ces problèmes et de trouver des solutions pour un développement plus durable et équitable.⁶⁷

2005 : Entrée en vigueur du protocole de Kyoto Signé le 11 décembre 1997, le Protocole devrait être ratifié par au moins 55 pays, représentant 55% des émissions mondiales de gaz à effet de serre. En 2010, il a été ratifié par 168 Etats.⁶⁸

2010 : Conférence mondiale sur la biodiversité à Nagoya à la Convention sur la diversité biologique adopte un nouveau plan de sauvetage de la biodiversité afin de fixer des objectifs et prendre des décisions visant à lutter contre le réchauffement global et ses conséquences.⁶⁹

2012 : Sommet Rio+20 – Conférence des Nations unies sur le développement durable, ou un accord qui reprend les principes du développement durable a été signé pour déterminer

⁶⁴ HAMITI.D, BOUZADI-DAOUD.S, Etude du concept du développement durable Study of the concept of sustainable development, Ibn khaldun journal of Innovation and Developpement, Vol. (3) No.(2) (0202), publié le 15/10/2021, P136, consulté le 03 avril à 00h45. (<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/1656495>)

⁶⁵ BOUFENA, F. cours Master développement durable du module tourisme et développement durable, univ frères Mentouri –Constantine 1, consulté le 03 avril à 17h00.

(https://fac.umc.edu.dz/fst/fichiers/master%20tourisme/S2/Mme%20Boufenra_MODULE%20TOURISME%20DURABLE.pdf)

⁶⁶ La grenelle de l'environnement, l'historique du développement durable, Aout 2012, consulté le 05 avril à 00h10. (https://www.seine-et-marne.gouv.fr/contenu/telechargement/4979/35469/file/FIC_20120800_Histo_DD.pdf)

⁶⁷ BOUFENA, F. cours Master développement durable du module tourisme et développement durable, univ frères Mentouri –Constantine 1, consulté le 03 avril à 18h00.

(https://fac.umc.edu.dz/fst/fichiers/master%20tourisme/S2/Mme%20Boufenra_MODULE%20TOURISME%20DURABLE.pdf)

⁶⁸ 40 ans de développement durable : les dates marquantes, 2012, consulté le 05 avril à 23h30.

(https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/40ans_developpement_durable_cle0fa8f5.pdf)

⁶⁹La grenelle de l'environnement, l'historique du développement durable, Aout 2012, consulté le 05 avril à 00h10. (https://www.seine-et-marne.gouv.fr/contenu/telechargement/4979/35469/file/FIC_20120800_Histo_DD.pdf)

comment réduire la pauvreté, promouvoir la justice sociale et assurer la protection de l'environnement sur une planète qui est de plus en plus peuplée.⁷⁰

Nous constatons que la conceptualisation de la notion du développement durable à passer par plusieurs périodes historiques et dans de différents pays ce qui a permis de donner naissance à ce concept et le mondialiser vu qu'il s'agit des conventions internationales.

Après avoir exploré la naissance et la conceptualisation du développement durable, il est temps d'approfondir sur les piliers fondamentaux de ce concept. Le développement durable repose sur trois piliers interconnectés : l'économie, le social et l'environnement. Ces piliers représentent les aspects clés à prendre en compte pour parvenir à un développement équilibré et durable.

1.4. Les piliers/ dimensions du développement durable :

Le développement durable est avant tout une formidable opportunité d'innovation où toutes les forces vives sont invitées dans un effort de réflexion et d'anticipation à mettre en œuvre des nouvelles solutions pragmatiques sur les champs sociaux, économiques et environnementaux. Il englobe à la fois un développement économique, social et écologique, il ne se réduit pas seulement à une croissance économique. Ce mot durable signifie un développement qui vise à améliorer la condition humaine à long terme, en même temps que l'économie et l'environnement, tandis que la croissance économique est indispensable pour répondre aux besoins de la population mondiale.

Le développement durable prend en compte trois dimensions : environnementale, économique et sociale, Ces trois éléments sont indissociables.⁷¹

1.4.1. Le pilier environnemental :

Il s'agit de préserver les ressources naturelles à long terme en réduisant leurs sur explosion, les nuisances, la défiguration des paysages, l'exploitation des énergies fossiles au profit des énergies renouvelables. Autrement dit protéger l'environnement naturel des impacts environnementaux.⁷²

1.4.2. Le pilier économique :

Qui a été privilégiée dans les approches traditionnelles du développement depuis plus de soixante ans, cette approche régit le choix des moyens les plus adaptés pour atteindre les

⁷⁰ Organisation, Nations unies, Conférence des Nations Unies sur le développement durable, du 20 au 22 juin 2012, Rio de Janeiro, consulté le 05 avril à 00h30. (<https://www.un.org/fr/conferences/environnement/rio2012>)

⁷¹ FERONE, G, DEBAS, D, GENIN, A-S, ce que le développement durable veut dire, éditions d'organisation, Paris, 2004, P48

⁷² COMELIAU, CH, développement durable et responsabilité citoyenne, éditions Privat, P30

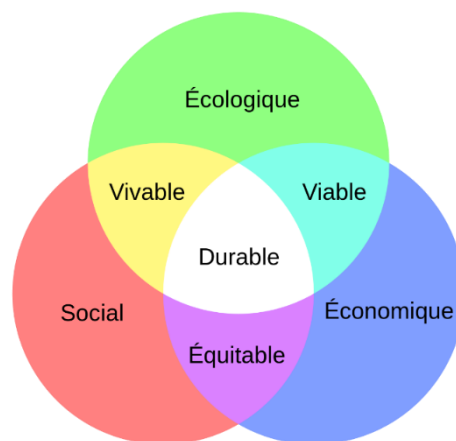
objectifs de la société, elle demeure dominante dans la plupart des approches du développement : celles des entreprises, celles des pouvoirs publics à tous niveaux et aussi celles des observateurs de l'opinion publique en général. Le développement durable suggère une approche qui vise à assurer une gestion saine et durable sans préjudice pour l'environnement et le social.

73

1.4.3. Le pilier social :

C'est la société, son avenir, les possibilités d'améliorations concrètes de sa condition et de ses perspectives, qui constituent l'objet premier du développement.⁷⁴ Le développement durable vise à garantir une cohésion et une équité sociale en satisfaisant les besoins essentiels de l'humanité à savoir le logement, alimentation, santé et éducation, réduction de la pauvreté et des inégalités entre les individus.⁷⁵

Figure 3 : Les piliers du développement durable



Source :

Après avoir exploré les piliers du développement durable, il est important de discuter sur les objectifs du développement durable. Les objectifs du développement durable, également connus sous le nom d'Objectifs de développement durable (ODD). Chaque objectif aborde des domaines clés, Les piliers du développement durable et les objectifs du développement durable sont étroitement liés, car les piliers fournissent le cadre conceptuel pour atteindre les objectifs fixés. En travaillant ensemble, ils contribuent à créer un avenir plus équitable, durable et prospère pour tous.

⁷³ COMELIAU, CH, développement durable et responsabilité citoyenne, éditions Privat, P28.

⁷⁴ Ibidm, P29

⁷⁵ KLORANE BOTANICAL FOUNDATION, les trois piliers du développement durable, France, consulté le 02 avril à 20h00. (<https://www.kloranebotanical.foundation/comprendre-et-preserver-labiodiversite/developpement-durable/les-trois-piliers-du-developpement-durable>)

1.5. Les objectifs du développement durable :

Les objectifs du développement durable (ODD) également appelés objectifs mondiaux, ont été adoptés par les nations unies en 2015, ils représentent un appel mondial à agir pour éradiquer et réduire la pauvreté, protéger la Planète et garantir que tous les êtres humains vivent dans la paix et la prospérité d'ici 2030.⁷⁶

Les 17 ODD sont intégrés pour reconnaître que les interventions menées dans un domaine affecteront les résultats obtenus dans d'autres domaines et que le développement doit équilibrer les aspects sociaux, économiques et environnementaux. Ces objectifs sont définis par le programme Agenda 30.⁷⁷

➤ Qu'est-ce que l'agenda 30 ?

Un programme universel qui met l'accent sur les enjeux du développement durable de la période 2015-2030. Adopter en 2015 par l'assemblée générale de l'organisation des nations unies, les 17 objectifs de développement durable ont été maintenus pour répondre aux défis mondiaux, à savoir l'éradication de la pauvreté sous toutes ses formes au niveau mondial, la lutte contre les inégalités et la protection de l'environnement.⁷⁸

Les dirigeants réunis lors de cette assemblée sont engagés sur 17 objectifs qui sont réalisés dans le but d'atteindre trois supers objectifs qui sont :

- Mettre fin à l'extrême pauvreté.
- Lutter contre les inégalités et l'injustice.
- Régler le problème de dérèglement climatique.⁷⁹

1.5.1. Les 17 ODD :

ODD 1 : L'éradication de la pauvreté

Lutter contre l'extrême pauvreté dans le monde, la diminution de la portion des hommes, femmes et enfants vivant dans la précarité, la mise en place de mesures de protection sociale et l'accès aux ressources et services de base.⁸⁰

⁷⁶ Organisation, programme des nations unies pour le développement, qu'est-ce que les objectifs du développement durable, 2017, consulté le 02 avril à 16h10. (<https://www.undp.org/fr/sustainable-development-goals>)

⁷⁷ Ibid.

⁷⁸ Portail de transition écologique, Save 4 planète, PLANETE- développement durable : définition, enjeux et objectifs, consulté le 03 avril à 14h30. (<https://www.save4planet.com/ecologie/69/developpement-durable-definition-enjeux#title-3>)

⁷⁹ My UNICEF, 15 minutes pour comprendre les objectifs du développement durable (OOD), France. Consulté le 03 avril à 13h00. (https://www.unicef.fr/sites/default/files/fiche_thematique_odd.pdf)

⁸⁰ Portail de transition écologique, Save 4 planète, PLANETE- développement durable : définition, enjeux et objectifs, consulté le 03 avril à 15h30. (<https://www.save4planet.com/ecologie/69/developpement-durable-definition-enjeux#title-3>)

ODD 2 : La lutte contre la faim

Éliminer la faim à l'échelle mondiale, en améliorant la nutrition des aliments, promouvoir des pratiques agricoles respectueuses des écosystèmes et le maintien du bon fonctionnement des marchés de denrées pour assurer la sécurité alimentaire.⁸¹

ODD 3 : L'accès à la santé

Maintenir une espérance de vie et d'un bien-être élevé, la mise en place d'une couverture santé accessible à tous en offrant les moyens nécessaires, la réduction des inégalités face aux risques sanitaires liés à l'environnement, l'éradication des maladies et l'accès équitable aux soins et services de santé.⁸²

ODD 4 : L'accès à une éducation de qualité

Assurer l'accès à l'éducation, sans disparité entre les sexes, et à favoriser le renforcement de la qualité du système éducatif à l'échelle internationale et de promouvoir des possibilités d'apprentissage et de conditions équitables.⁸³

ODD 5 : L'égalité entre les sexes

Mettre en œuvre des actions de lutte contre la discrimination et les violences faites aux femmes et aux filles. Il permet aussi d'assurer le respect de leurs droits et de leurs libertés, et de favoriser l'autonomie sociale, économique et politique des femmes.⁸⁴

ODD 6 : L'accès à l'eau salubre et l'assainissement

Garantir l'égalité d'accès à l'eau potable et à l'assainissement, même dans les pays en développement et de d'assurer une gestion durable des ressources en eau.⁸⁵

ODD 7 : Le recours aux énergies renouvelables

Sa mise en œuvre doit garantir l'accès aux services énergétiques fiables, modernes et durables à tous. Il encourage l'augmentation de la part des énergies renouvelables à travers un cadre incitatif et financier stable.⁸⁶

ODD 8 : L'accès à des emplois décents

Maintenir un taux de croissance économique durable en encourageant les domaines d'activités à fort potentiel d'emploi. Il contribue aussi à faciliter l'embauche en accompagnant

⁸¹ Portail de transition écologique, Save 4 planète, PLANETE- développement durable : définition, enjeux et objectifs, consulté le 03 avril à 15h30. (<https://www.save4planet.com/ecologie/69/developpement-durable-definition-enjeux#title-3>)

⁸² Ibid.

⁸³ Ibid.

⁸⁴ Ibid.

⁸⁵ Ibid.

⁸⁶ Portail de transition écologique, Save 4 planète, PLANETE- développement durable : définition, enjeux et objectifs, consulté le 03 avril à 15h30. (<https://www.save4planet.com/ecologie/69/developpement-durable-definition-enjeux#title-3>)

les pays dans leur politique d'insertion et de formation professionnelle et en simplifiant les démarches administratives des acteurs économiques.⁸⁷

ODD 9 : La promotion de l'innovation et des infrastructures durables.

Vise la modernisation et la durabilité des infrastructures et il encourage l'innovation et contribue à promouvoir une industrialisation plus respectueuse de l'environnement.⁸⁸

ODD 10 : La réduction des inégalités

Garantir l'égalité dans les pays et d'un pays à un autre, ainsi que de lutter contre toutes les formes de discrimination, l'égalité des chances et le renforcement de la réglementation et de la surveillance des institutions et marchés financiers mondiaux.⁸⁹

ODD 11 : La création de villes et communautés durables

Favoriser le développement de villes durables, résilientes, sûres et ouvertes à tous. Pour cela, il s'oriente vers l'innovation et la gouvernance partagée.⁹⁰

ODD 12 : La consommation responsable :

La contribution au développement des modes de consommation et de production durable : éviter le gaspillage ; diminuer les déchets et les biens de consommations (livres, vêtements...), en réduisant, réutilisant et recyclant.⁹¹

ODD 13 : La lutte contre le changement climatique

Encourager les pays à prendre des mesures telles que la mise en place de stratégies de réductions pour lutter contre les changements climatiques et leurs conséquences.⁹²

ODD 14 : La protection de la faune et de la flore aquatique

La préservation de la biodiversité marine à l'échelle internationale. Il encourage les pays à se tourner vers une exploitation durable des ressources marines afin de lutter contre la surpêche et la pollution des océans.⁹³

⁸⁷Portail de transition écologique, Save 4 planète, PLANETE- développement durable : définition, enjeux et objectifs, consulté le 03 avril à 15h30. (<https://www.save4planet.com/ecologie/69/developpement-durable-definition-enjeux#title-3>)

⁸⁸ Ibid.

⁸⁹ Ibid.

⁹⁰ Ibid.

⁹¹ Organisation, Unicef pour chaque enfant, L'UNICEF et les objectifs de développement durable 17 objectifs. 7 années restantes, consulté le 03 avril à 15h00. (<https://www.unicef.org/fr/objectifs-de-developpement-durable>)

⁹² Portail de transition écologique, Save 4 planète, PLANETE- développement durable : définition, enjeux et objectifs, consulté le 03 avril à 15h30. (<https://www.save4planet.com/ecologie/69/developpement-durable-definition-enjeux#title-3>)

⁹³ Ibid.

ODD 15 : La protection de la faune et de la flore terrestre

La persévération et restauration des écosystèmes terrestres. Il s'oriente vers la protection de la biodiversité et la gestion durable des terres et des écosystèmes à l'échelle mondiale.⁹⁴

ODD 16 : La justice et la paix

La mise en place d'institutions exemplaires, à tous les niveaux, et de promouvoir l'arrivée d'une société pacifique, assurer le respect des libertés fondamentales et lutter contre toute forme de violence et d'injustice dans tous les pays.⁹⁵

ODD 17 : Les partenariats pour réaliser les objectifs mondiaux

Renforcer les moyens de mettre en œuvre le partenariat mondial et mobiliser le financement, le maintien du niveau de dette soutenable et le renforcement de l'accès à la technologie font partie des cibles de cette thématique pour atteindre le développement durable.⁹⁶

En analysant les objectifs du développement durable nous constatons que la plupart d'entre eux correspondent à un soutien en développant le secteur du tourisme. Le développement de ce secteur est conforme à la réalisation des objectifs :

- 1 : éradication de la pauvreté.
- 2 : lutte contre la faim.
- 8 : l'accès à des emplois décents.

En effet le tourisme contribue à la diminution de la pauvreté cela permet de fournir des emplois et des revenus a des segments de la population, en particulier les jeunes.

L'industrie touristique est également conforme aux objectifs :

- 11 : la création des villes et communautés durables.
- 12 : la consommation responsable.
- 13 : la lutte contre le changement climatique.
- 14 : la protection de la faune et de la flore aquatique.
- 15 : la protection de la faune et de la flore terrestre.

C'est une industrie propre qui préserve et protège l'environnement et participe dans son développement en protégeant la propreté de l'air et de l'environnement en général, protéger la

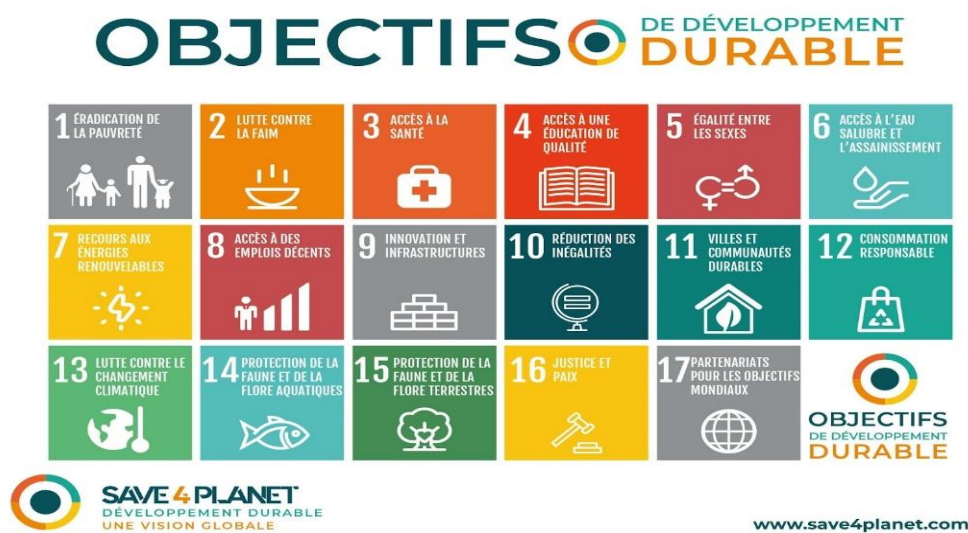
⁹⁴Portail de transition écologique, Save 4 planète, PLANETE- développement durable : définition, enjeux et objectifs, consulté le 03 avril à 15h30. (<https://www.save4planet.com/ecologie/69/developpement-durable-definition-enjeux#title-3>)

⁹⁵ Ibid.

⁹⁶ Ibid.

végétation et l'eau marine, cela en tant qu'industrie propre et elle ne peut que s'évoluer dans un environnement sain.

Figure 4 : Les objectifs de développement durable



Source :

1.6. Les caractéristiques du développement durable :

elles peuvent se résumer comme suit :⁹⁷

- Il s'agit d'un développement à long terme ou la dimension temporelle est la base, basé sur l'estimation du potentiel du présent et il est prévu pour le futur au cours duquel des changements peuvent être envisager.
- C'est un développement qui tient compte des besoins futures en ressources naturelles de la biosphère terrestre ;
- Il répond principalement aux besoins des individus, ses priorités c'est de répondre aux besoins fondamentaux de nourriture, de vêtements, d'éducation et de services de santé, et tout ce qui concerne l'amélioration de la qualité de la vie matérielle et sociale des personnes ;
- C'est un développement qui prend en considération la conservation de la biosphère dans le milieu naturel, à savoir ses principales composantes tels que l'eau et l'air ainsi que processus de vie dans la biosphère tels que les gaz. Il s'agit donc d'un développement qui exige que la base de ressources naturelles de la biosphère ne soit pas épuisée, Il

⁹⁷ SATOURI, DJ, développement durable en Algérie : actualité et défis, univ Mohamed Bachir el Ibrahim, publié dans la revue EL Bahit, vol (16), N (16), P299-311, 2016, P300-301. Consulté le 05 avril à 10h40. ترجمة بنصرف (<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/138948>)

exige également la préservation de micro-rotation, des opérations à grande échelle dans la biosphère, par lequel les ressources et les éléments sont transférés et purifiés pour assurer la continuité de la vie ;

- Un développement qui est fondé sur la coordination entre les aspects négatifs de l'utilisation des ressources, les tendances de l'investissement et les choix technologiques, et qui fonctionne en harmonie au sein de l'écosystème pour maintenir et atteindre le développement continu souhaité.

Suite à cela, nous allons expliquer les enjeux du développement durable qui sont les défis majeurs auxquels les pays doivent y faire face pour assurer un avenir durable.

1.7. Les enjeux de développement durable : ⁹⁸

Parmi les enjeux les plus importants liés au développement durable qui sont issus de la conférence internationale du travail tenu à Genève en 2013, sont :

- Atteindre la durabilité environnementale et transformer la vision de fournir un travail décent pour tous en une réalité ;
- Investir dans les infrastructures de gestion de l'eau et dans la protection sociale dans les zones rurales créerait des opportunités d'emploi, récupère les terres, augmente la productivité agricole et améliore la résilience au changement climatique ;
- Restructuration économique et prise en compte du changement climatique et de la menace qu'il représente pour les emplois et les moyens de subsistance ;
- Subventionner les prix de l'énergie et des biens liés à l'énergie, en particulier pour les ménages pauvres ;
- Intégrer la sécurité et la santé au travail dans les politiques de conception et d'approvisionnement ;
- Favoriser le changement structurel associé à la transition vers des modes de production et de consommation plus durables.
- Et parmi les enjeux de développement durable auquel l'Algérie est confrontée figurent les suivants :
- Réduire la pauvreté, lutter contre le chômage et combattre la violence ;
- Répandre les méthodes de production et de consommation d'énergie pour éviter les émissions de gaz, les déchets et les déchets de matières ;

⁹⁸ MESBAHI, FZ, défis et enjeux du développement durable en Algérie, univ Abou-bekr BELKAID Algérie, publié dans la revue Revue des Economies Financières Bancaires & de Management Vol :10 / N : 01(2021), p 243-261, 2021, P351, Consulté le 05 avril à 11h10 (<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/150716>)

- Veiller à ce que chacun ait accès aux ressources énergétiques pour améliorer les conditions de vie ;
- Assurer l'éducation de base universelle et la formation générale ;
- Réduire les problèmes environnementaux à la base des maladies ;
- Améliorer l'accès à l'eau potable et au drainage de l'eau.

Évidemment, Les enjeux du développement durable sont étroitement liés aux principes fondamentaux qui le sous-tendent. En comprenant ces principes fondamentaux, nous pouvons mieux appréhender les enjeux du développement durable et travailler ensemble pour un avenir plus durable pour tous.

1.8. Les principes fondamentaux du développement durable :⁹⁹

Les principes fondamentaux du développement durable sont basés sur la combinaison des trois piliers : l'environnement, l'économie et le social.

1.8.1. La responsabilité :

Il s'agit de prendre en compte les conséquences sociales, environnementales et économiques de nos actions et décisions. Chacun est responsable de l'impact de ses décisions sur les autres et sur les générations futures. Les pays développés reconnaissent leur responsabilité dans les efforts mondiaux en faveur du développement durable, compte tenu de leur impact sur l'environnement mondial et de leurs ressources financières. Le développement durable vise à assurer la solidarité entre les générations, à préserver notre patrimoine commun et à favoriser la transparence.

1.8.2. La participation :

Est un principe clé du développement durable, il implique que tous les citoyens, quels que soient leur profession ou leur statut social, aient accès aux informations et participent aux processus de prise de décision. Cela garantit le succès des projets durables. L'Agenda 21 souligne l'importance de la participation dans la mise en œuvre du développement durable, en particulier dans les processus décisionnels. Le public doit avoir accès aux informations environnementales détenues par les autorités publiques. De plus, l'Agenda 21 reconnaît l'importance de la participation des femmes, des enfants et des jeunes, des peuples autochtones, des organisations non gouvernementales, des collectivités locales, des travailleurs et des syndicats, du commerce et de l'industrie.

⁹⁹ HADRI, KH, le tourisme durable vers un tourisme balnéaire durable à Annaba, mémoire de master en architecture écologique, univ 08 Mai 1945 de Guelma, juin 2017, P37-39, consulté le 05 avril à 13h30. (<https://dspace.univ-guelma.dz/jspui/bitstream/123456789/2477/1/m%C3%A9moire%20kh.pdf>)

1.8.3. La précaution :

Est un principe important pour protéger notre environnement. Il dit qu'en cas de risque de dommages graves ou irréversibles, il ne faut pas attendre une certitude scientifique absolue pour prendre des mesures préventives. Par exemple, limiter les émissions de CO2 pour lutter contre le changement climatique. Certains critiquent ce principe, mais il est essentiel pour éviter les catastrophes et favoriser le progrès. Il encourage également la recherche de nouvelles connaissances et une meilleure adaptation à notre monde. L'implication des acteurs concernés, qu'ils soient étatiques ou non est indispensable afin d'assurer la durabilité des stratégies en matière d'environnement et de développement.

1.8.4. La solidarité :

Est essentielle pour assurer un développement durable équitable. Cela signifie être attentif aux besoins des pays, des peuples, des générations et des membres de notre société. Nous devons prendre des décisions qui ne compromettent pas l'avenir et qui sont réversibles. C'est pourquoi nous appliquons le principe de précaution pour protéger les générations futures.

1.8.5. La gouvernance :

Est super importante pour bien gérer les enjeux du développement durable. C'est comme une nouvelle façon de faire de la démocratie, où tout le monde participe. On collabore, on coopère et on travaille en partenariat avec tous les acteurs du développement durable. Ensemble, on prend des décisions responsables qui tiennent compte des besoins de chacun. L'objectif, c'est de trouver des solutions qui conviennent à la majorité et qui profitent à tous. On veut un équilibre entre une économie plus juste et efficace, une société équitable et la protection de l'environnement. On intègre aussi le principe de gouvernance et de démocratie dans toutes nos actions.

Maintenant que nous avons parlé des principes du développement durable, nous allons aborder la question du développement durable en Algérie. La mise en œuvre de ces principes en Algérie est essentielle pour assurer un avenir durable pour le pays. Parlons donc du développement durable en Algérie et de ses initiatives, objectifs et projets en cours.

1.9. Le développement durable en Algérie :

Le thème du développement durable a retenu l'attention du monde entier depuis qu'il a été évoqué à la conférence des nations unies.¹⁰⁰

¹⁰⁰ MESBAHI, FZ, défis et enjeux du développement durable en Algérie, publié dans la Revue des Economies Financières Bancaires & de Management Vol :10 / N : 01(2021), p 243-263, univ abou-bekr BELKAID, 2021, page 343, consulté le 05 avril à 12h25. (<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/150716>)

L'Algérie partie prenante, dès le début du processus de négociation des conférences internationales des nations unies sur l'environnement et le développement durable, elle contribue à l'effort collectif afin de promouvoir un développement durable respectueux de l'environnement mondiale.¹⁰¹

Depuis le sommet de Johannesburg en 2002 l'Algérie a intensifié ses actions dans le domaine de protection de l'environnement et le développement durable, donnant ainsi une place dominante aux aspects sociaux et écologiques dans ses choix de modèles de société.¹⁰²

Le nouveau cadre de réflexion pour la communauté internationale défini par Rio de Janeiro en 1992 à travers le concept « développement durable » se caractérise par une approche intégrante tant le développement économique et sociale que la préservation des ressources dans un social d'équité et de solidarité.¹⁰³

En Algérie, les préoccupations majeures en matière de développement durable incluent l'environnement ; l'équité, lutte contre la pauvreté, la préservation du patrimoine naturel, l'amélioration de la gouvernance et la restructuration économique. Elle intègre ces aspects dans sa politique nationale de développement, en veillant à équilibrer les impératifs socio-économiques avec une utilisation responsable des ressources naturelles.¹⁰⁴

L'Algérie souhaite relancer et développer le tourisme en exploitant intelligemment son patrimoine et en respectant les normes internationales. Il y a tellement d'atouts en termes de richesses et de diversité des sites touristiques, ainsi qu'une demande intérieure croissante et une infrastructure de base remarquable. La mise en place du haut conseil de l'environnement et du développement durable ainsi que du conseil économique et social montre vraiment l'engagement des pouvoirs publics en faveur d'un développement durable. La stratégie nationale du développement durable, qui est intégrée dans le programme du gouvernement, met

¹⁰¹ Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique, Conférence régionale des universités de centre, les enjeux liés au développement durable, le développement durable en Algérie, 2020. Consulté le 08 avril à 19h00

(https://services.mesrs.dz/EthiqueDeontologie/LivrablesCRUC/EnjeuxDD_Fr/web/6Developpement-Durable-en-Algerie.html)

¹⁰² Ibid.

¹⁰³ RAPPORT NATIONAL DE L'ALGERIE, 19ème session de la Commission du Développement Durable des Nations Unies (CDD-19), 2011.

(https://www.un.org/esa/dsd/dsd_aofw_ni/ni_pdfs/NationalReports/algeria/full_report.pdf)

¹⁰⁴ Conférence régionale des universités de centre, les enjeux liés au développement durable, le développement durable en Algérie, 2020. Consulté le 08 avril à 19h00

(https://services.mesrs.dz/EthiqueDeontologie/LivrablesCRUC/EnjeuxDD_Fr/web/6Developpement-Durable-en-Algerie.html)

en évidence les différentes dimensions du développement durable, notamment sociale, économique et environnementale.¹⁰⁵

Le développement durable est soutenu par plusieurs lois et réglementations en Algérie. Ces lois que nous allons citer par la suite visent et fournissent un cadre juridique solide pour guider les actions et les projets liés au développement durable en Algérie.

1.9.1. Le cadre juridique de développement durable en Algérie :

L'Algérie a fait intégrer le développement durable dans sa politique de développement et dans les grands principes de la nation à travers l'adoption de dispositifs constitutionnelles en 2016 qui font référence au concept du développement durable et à ses principes clés.¹⁰⁶

L'Algérie a promulguée plusieurs lois relatives au développement durable dans le cadre de la protection de l'environnement, de l'aménagement du territoire, de la promotion des énergies renouvelables, de la prévention des risques majeurs et de la gestion des catastrophes :

- **Loi n°03-10 du 19/07/2003** relative à la protection de l'environnement dans le cadre du développement durable ;
- **Loi n°04-09 du 14/08/2004** relative à la promotion des énergies renouvelables dans le cadre du développement durable ;
- **Loi n°01- 20 du 12/12/2001** relative à l'aménagement et au développement durable du territoire¹⁰⁷

L'Algérie a également participé et signé toutes les conventions et les accords internationaux relatifs au développement durable dont les dispositifs ont donné lieu à :

La création d'institutions et d'organismes avec des missions en relation directe avec le développement durable et la protection de l'environnement ;¹⁰⁸

La mise en place de mécanismes financiers en vue de soutenir et de faciliter la mise en œuvre du développement durable, tels que le Fonds National de l'Environnement et du Littoral; le Fonds Spécial de Développement des Régions du Sud; le Fonds Spécial pour le Développement Economique des Hauts Plateaux; le Fonds National pour la Maîtrise de

¹⁰⁵ MEBARKI, H, ARHAB, B, développement durable et tourisme : quels enjeux, cas de Bejaia, Mémoire de fin de cycle en sciences économique, univ de Bejaia, 2012-2013, P67. mebarki

¹⁰⁶ Rapport National Volontaire 2019 Progression de la mise en œuvre des ODD, responsabilité, culture de paix, mixité et pluralité au service de l'Agenda 2030, consulté le 09 avril à 15h15. ([CNESE | Rapport National Volontaire 2019 Progression de la mise en œuvre des ODD | Conseil National Economique, Social et Environnemental \(CNESE\)](#))

¹⁰⁷ Rapport National Volontaire 2019 Progression de la mise en œuvre des ODD, responsabilité, culture de paix, mixité et pluralité au service de l'Agenda 2030, consulté le 09 avril à 15h15 ([CNESE | Rapport National Volontaire 2019 Progression de la mise en œuvre des ODD | Conseil National Economique, Social et Environnemental \(CNESE\)](#))

¹⁰⁸ Ibid.

l'Energie et pour les Energies Renouvelables et de la Cogénération, le Fonds National pour le Développement Rural, le Fonds National pour le Développement Agricole et enfin le Fonds National de l'Eau.¹⁰⁹

Nous constatons que Le développement durable est un concept qui vise à trouver un équilibre entre le développement économique, la protection de l'environnement et le bien-être social. Il est né de notre prise de conscience de l'impact de nos actions sur la planète et de la nécessité de préserver les ressources pour les générations futures. Ce concept repose sur trois piliers essentiels : l'économie, l'environnement et le social, qui doivent être pris en compte de manière équilibrée pour assurer un développement durable. Les objectifs du développement durable sont de promouvoir une croissance économique inclusive, de protéger l'environnement plus la faune et la flore aquatique, de lutter contre la pauvreté et de garantir un accès équitable aux ressources et aux services essentiels. Il se caractérise par des principes fondamentaux tels que la participation, la gouvernance, la responsabilité, la précaution et la solidarité. En Algérie, le développement durable est également une préoccupation majeure. Le pays met en place un cadre juridique solide pour promouvoir le développement durable, en adoptant des lois et des politiques visant à intégrer les aspects économiques, environnementaux et sociaux.

Section 02 : le tourisme durable

Le tourisme durable, dans son sens large, consiste à s'engager dans le développement de ce secteur tout en respectant, préservant et mettant en valeur à long terme le patrimoine naturel, social et culturel d'un territoire. Cela signifie que le développement touristique durable est un état d'esprit qui promeut des modes de servuction et de consommation responsables, tout en garantissant des avantages socioéconomiques équitablement répartis entre les populations locales, les professionnels du secteur et les touristes.¹¹⁰

2.1. Définition du tourisme durable :

Le tourisme durable désigne : « un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil ». ¹¹¹

¹⁰⁹Rapport National Volontaire 2019 Progression de la mise en œuvre des ODD, responsabilité, culture de paix, mixité et pluralité au service de l'Agenda 2030, consulté le 09 avril à 15h15 (CNESE | Rapport National Volontaire 2019 Progression de la mise en œuvre des ODD | Conseil National Economique, Social et Environnemental (CNESE))

¹¹⁰ BOUTARCHA, F, pour un tourisme durable : la stratégie de développement touristique dans les littéraux Algériens, Univ Bejaia, publié dans la revue Recherches et études en développement, vol (10) / N (1), 2023, P606, consulté le 10 avril à 19h35. (<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/224606>)

¹¹¹ Organisation des nations unies TOURISME, Tourisme de développement durable, consulté le 12 avril à 23h00. (<https://www.unwto.org/fr/tourisme-developpement-durable>)

2.1.1. Le tourisme durable :

C'est quand on applique les principes du développement durable à tous les types de tourisme. On fait attention à l'équilibre entre les aspects sociaux, culturels et écologiques, tout en favorisant le développement économique des destinations et des entreprises touristiques. On prend aussi soin de préserver les ressources naturelles et le patrimoine culturel. C'est super important pour mettre en valeur les atouts touristiques de manière responsable.¹¹²

Cela signifie que le tourisme durable applique les principes du développement durable au tourisme, en prenant en compte ces trois dimensions essentielles. C'est un moyen de promouvoir des pratiques touristiques responsables qui bénéficient à la fois à l'économie, à l'environnement et à la société. Cela permet de créer des opportunités économiques pour les communautés locales et de favoriser leur développement socio-économique.

L'objectif est de favoriser le développement des destinations touristiques de manière responsable. Le Programme des Nations Unies pour l'Environnement et l'Organisation Mondiale du Tourisme soutiennent cette approche et encouragent les pays à intégrer pleinement la durabilité dans leurs politiques et actions touristiques. Depuis sa naissance lors de la conférence mondiale de Lanzarote en 1995, le tourisme durable a été formalisé à travers des documents tels que le Code Mondial d'Éthique du Tourisme, qui énoncent les principes fondamentaux de cette approche.¹¹³

Le Code Mondial d'Éthique du Tourisme comprend 10 articles qui couvrent différents aspects du tourisme, tels que l'humain, l'écologique, le culturel, l'économique, le religieux et le professionnel. Il vise à promouvoir des modèles de tourisme plus durables, en encourageant des comportements responsables et des modes d'organisation adaptés. Le tourisme durable ne se limite pas à une forme spécifique de tourisme, mais concerne toutes les formes de tourisme. Il nécessite des efforts continus pour contrôler et gérer les impacts négatifs, en mettant en place des mesures préventives et correctives lorsque nécessaire.¹¹⁴

Dans le secteur du tourisme, il est essentiel de considérer la croissance économique et la protection de l'environnement comme des objectifs qui vont de pair et qui peuvent se

¹¹²Organisation des nations unies TOURISME, Tourisme de développement durable, consulté le 12 avril à 23h00. (<https://www.unwto.org/fr/tourisme-developpement-durable>)

¹¹³ Organisation des nations unies TOURISME, Tourisme de développement durable, consulté le 12 avril à 23h00. (<https://www.unwto.org/fr/tourisme-developpement-durable>)

¹¹⁴ Organisation des nations unies TOURISME, Code mondial d'éthique du tourisme, consulté le 12 avril à 23h45. (<https://www.unwto.org/fr/code-mondial-d-ethique-du-tourisme>)

renforcer mutuellement. Les politiques et les actions mises en place doivent viser à maximiser les bénéfices et à minimiser les coûts du tourisme¹¹⁵

En Algérie, le tourisme durable est encadré par le schéma directeur d'aménagement touristique Horizons 2030, qui fait partie intégrante du schéma national d'aménagement du territoire « SNAT » approuvé en vertu de la loi 10-02 du 29 juin 2019. Le SDAT 2030 détermine les lignes directrices d'un projet touristique pour les différentes parties concernées, visant la promotion d'un secteur touristique assurant le développement en dehors des rentes pétrolières. Outre ce schéma directeur explique la manière dont l'État entend assurer le triple équilibre : la justice sociale, la performance économique, appui écologique, et cela dans le cadre du développement durable, il offre une vision stratégique projetée vers une approche durable, en regroupant les objectifs et les moyens nécessaires. Toutefois, pour atteindre ces objectifs, il est essentiel de consolider les efforts, de créer une synergie et de mobiliser l'engagement des différentes parties concernées. En effet, la participation active des parties prenantes est un facteur clé pour mettre en œuvre une démarche socialement responsable dans le domaine du tourisme durable. Parmi les objectifs inscrits dans ce schéma : ¹¹⁶

- Concilier entre la promotion du tourisme et l'environnement ;
- Améliorer durablement l'image de la destination Algérie ;
- La réalisation de cinq parcs écotouristiques (Annaba, Constantine, Alger, Oran, parc d'oasis) ;
- Valorisation du patrimoine historique, culturel et cultuel ;
- La mise en place des mécanismes assurant équité social, et performance économique dans la réalisation de l'activité touristique. (La loi 10-02 du 29 juin 2010 journal officiel N°61 portant approbation du schéma national d'aménagement touristique). ¹¹⁷

La wilaya de Bejaia fait partie intégrante de cette étude dans le but de promouvoir un tourisme durable dans la région et de diversifier les activités touristiques.

Définition du SDTAW :

Le SDAT est un outil de référence pour un développement cohérent et durable du tourisme en Algérie, il constitue le cadre de référence de la stratégie de relance et de développement du tourisme en Algérie à l'horizon 2030 à travers les trois étapes majeures :¹¹⁸

¹¹⁵Organisation des nations unies TOURISME, Tourisme de développement durable, consulté le 12 avril à 23h00. (<https://www.unwto.org/fr/tourisme-developpement-durable>)

¹¹⁶ BENSELMANE, A, SEMAOUNE, KH, le tourisme durable en Algérie enjeux et perspectives, publié dans la Revue Al Bashaer Economic Journal, vol (6), N (2), Univ Mhamed ben Ahmed Oran 2 Algérie, 2020, P06 , consulté le 10 avril à 17h00. (<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/196/6/2/133540>)

¹¹⁷ IBID.

¹¹⁸ Direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia, document de synthèse, SDATW.

- ✓ **A court terme**
- ✓ **A moyen terme.**
- ✓ **A long terme.**

Les principaux objectifs de cette étude :

- L'identification et la valorisation des potentiels touristiques naturels et culturels de la wilaya en relation avec sa région ;
- L'aménagement et le développement des territoires présentant un potentiel touristique ;
- L'amélioration de la qualité des prestations et de l'image touristique de la wilaya ;
- La réhabilitation et le développement des établissements hôteliers et touristiques ;
- Faire de la wilaya une destination touristique.¹¹⁹

2.2. Dates clés de l'émergence du tourisme durable :

La notion du tourisme durable a émergé lors du sommet de la terre de Rio de Janeiro 1992:¹²⁰

1980 : Conférence mondiale sur le tourisme, Manille - Déclaration de Manille sur le tourisme mondial

1992 : Sommet de Rio, Rio de Janeiro - Vote de l'agenda 21

1995 : Conférence mondiale du Tourisme durable de Lanzarote, Canaries - Définition des principes du tourisme durable et Charte mondiale du tourisme durable

1999 : Adoption du Code mondial d'éthique du tourisme par l'Assemblée générale de l'OMT

2000 : Sommet mondial sur la paix par le tourisme, Jordanie - Déclaration d'Amman sur la paix par le tourisme

2004 : Actualisation des principes du tourisme durable par le Comité de développement durable du tourisme de l'OMT

2006 : Création du Groupe de Travail International sur le Développement du Tourisme Durable (GTI -DTD)

2010 : Lancement du Partenariat Mondial pour le tourisme durable (PMTD), piloté par le PNUE (Programme des Nations Unies pour l'Environnement)

2017 : Année internationale du tourisme durable pour le développement, proclamée par l'ONU.

¹¹⁹ Direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia, document de synthèse, SDATW.

¹²⁰ Organisation, acteurs du tourisme durable, le tourisme durable, consulté le 12 avril à 23h30. ([Définitions - Définition | Tourisme durable \(tourisme-durable.org\)](#))

L'objectif fixé à cette époque était de réduire les impacts environnementaux pris dans le sens large du tourisme ainsi que le respect de développement économique et culturel des populations locales il s'appuie donc sur les trois piliers du développement durable à savoir le pilier environnemental, culturel et économique.

Le tourisme durable intègre dans ses bases stratégique et opérationnelles des pratiques du développement durable par conséquent il doit : ¹²¹

- Exploiter au maximum les ressources de l'environnement qui constituent un élément nt clé de la mise en valeur touristique tout en préservant les processus écologiques et en sauvegardent les ressources naturelles et la biodiversité.
- Respecter L'authenticité socioculturelle des communautés locales en conservant leurs atouts culturels et leurs valeurs traditionnelles et contribuer à l'entente et tolérance interculturelle.
- Assurer une activité économique durable qui offre aux public des avantages socioéconomique équitable tels que des emplois stables, des possibilités de bénéfices et des services sociaux par les communautés d'accueil, contribuant ainsi à la diminution de la pauvreté.
- L'objectif du développement touristique durable a été défini par l'Agenda 21 (plan d'action pour le 21^{ème} siècle) en 1992 : « rendre compatible l'amélioration des conditions environnementales et sociales qui résultent du développement touristique avec le maintien de capacités de développement pour les générations futures ». ¹²²

2.3. Les acteurs du tourisme durable :

Dans une démarche de tourisme durable, il est essentiel de mobiliser tous les acteurs impliqués dans l'activité touristique. Cela inclut l'organisation à l'origine de l'activité, qui doit maîtriser ses propres ressources et compétences. La collaboration avec différents acteurs, tels que la communauté locale, est cruciale pour assurer le succès à long terme des projets touristiques côtiers. En travaillant ensemble, ces acteurs variés parviennent à maintenir une organisation efficace à l'échelle globale. Parmi ces acteurs nous trouvons :

¹²¹BOUFENA, F. cours Master développement durable du module tourisme et développement durable, univ frères Mentouri –Constantine 1

(https://fac.umc.edu.dz/fst/fichiers/master%20tourisme/S2/Mme%20Boufenra_MODULE%20TOURISME%20DURABLE.pdf)

¹²²Organisation, acteurs du tourisme durable, le tourisme durable, consulté le 12 avril à 23h30. ([Définitions - Définition | Tourisme durable \(tourisme-durable.org\)](#))

2.3.1. Les entreprises du tourisme :

Cherchent à établir des liens étroits avec leurs clients, qu'elles soient petites ou grandes, pour des raisons stratégiques. Elles mettent l'accent sur la satisfaction des clients tout en maintenant la rentabilité de l'entreprise. La satisfaction des clients dépend principalement de la qualité de service perçue et de la mesure dans laquelle elle répond à leurs attentes. Les relations entre les prestataires de services et les touristes influencent les perceptions du tourisme et les pratiques mutuelles, notamment en ce qui concerne la fidélisation des clients. En créant un lien social fort, les entreprises peuvent fidéliser leurs clients de manière plus efficace.¹²³

2.3.2. Les communautés locales :

Ont deux groupes importants avec lesquels elles échangent : les citoyens et les entreprises. Les citoyens préfèrent généralement les représentants des collectivités plutôt que les entreprises, donc les élus doivent se concentrer sur les besoins des citoyens. Cependant, le développement économique du territoire est également crucial pour atteindre de nombreux objectifs collectifs. C'est pourquoi les collectivités locales investissent également dans leurs relations avec les entreprises. Elles offrent des subventions aux habitants pour accéder aux infrastructures culturelles, de divertissement et sportives, et elles apportent également un soutien financier aux entreprises touristiques dans le cadre de leur mission de développement local. En outre, elles assurent une régulation locale dans leur zone de compétence.

2.3.3. Les défenseurs de l'environnement :

Les personnes qui défendent l'environnement sont préoccupées par les effets négatifs du tourisme, mais elles reconnaissent également son potentiel pour générer des revenus en faveur de la conservation. Leur objectif principal est de protéger la nature tout en travaillant à améliorer les conditions de vie des êtres humains sur notre planète.

2.3.4. Les élus et personnalité politiques :

Les personnalités, issues des mondes politiques : Chefs d'Etats, Ministres, Parlementaires, Elus locaux, Partis politiques qui prennent position sur l'avenir du Tourisme durable et de l'environnement.

¹²³ EL BOUDRIBILI, Y, Mise en œuvre du management environnemental pour le développement touristique durable du territoire de la région Souss-Massa-Draa (Maroc), univ Ibn Zohr, Agadir, Researchgate, 8 décembre 2014, consulté le 13 avril à 18h56. (https://www.researchgate.net/figure/Representation-de-la-mise-en-reseau-des-acteurs-du-tourisme-durable-EL-BOUDRIBILI-2014_fig3_283657718)

2.3.5. Les touristes :

Ils recherchent des expériences de qualité dans des endroits sûrs et attrayants. Ils sont de plus en plus conscients des impacts de leurs voyages.

2.3.6. Le mouvement associatif :

A joué un rôle important dans les discussions nationales et internationales sur le tourisme responsable et solidaire. Les ONG ont apporté des connaissances précieuses grâce à leurs expériences sur le terrain, en cherchant à combiner le développement des régions avec une valorisation durable grâce au tourisme.

2.4. Les formes du tourisme durable :**2.4.1. Ecotourisme :**

Une forme de tourisme qui a pour but de faire découvrir un milieu naturel tout en préservant son intégrité, il comprend une activité d'interprétation des composantes naturelles ou culturelles du milieu, encourage une attitude de respect envers l'environnement, qui repose sur des notions de développement durable et qui entraîne des retombées socio-économiques positives pour les communautés locales. ¹²⁴

2.4.2. Tourisme responsable :

Le tourisme responsable implique de minimiser au maximum l'impact sur l'environnement et la culture locale lors de nos voyages. Le touriste est appelé à respecter l'environnement visité. ¹²⁵

2.4.3. Tourisme équitable :

Le tourisme éthique se base sur des activités touristiques qui respectent les principes du commerce équitable. Il suppose un partage équitable des bénéfices, de façon à ce que le tourisme devienne un facteur favorable et réel de cohésion économique et sociale entre les peuples et les territoires. ¹²⁶

¹²⁴ BENHASI, M, Tourisme durable : fondements, indicateurs et apport au développement des pays du Sud, Reserchgate, janvier 2008, P12, consulté le 15 avril à 18h15.

(https://www.researchgate.net/publication/216226647_Tourisme_durable_fondements_indicateurs_et_apport_a_u_developpement_des_pays_du_Sud)

¹²⁵ Ibid.

¹²⁶ Ibid.

2.4.4. Slow tourisme :

Le slow tourisme appelé tourisme lent, consiste à prendre le temps de découvrir les destinations de voyage à notre propre rythme, tout en mettant l'accent sur le respect de l'environnement.¹²⁷

2.4.5. Tourisme solidaire :

Le tourisme solidaire vise principalement à développer les territoires et à favoriser les liens avec les populations locales.¹²⁸

2.5. La relation entre le développement durable et le tourisme :

Le développement durable vise à protéger l'environnement, promouvoir l'économie et améliorer le bien-être social. Le tourisme joue un rôle clé en contribuant à ces objectifs. Il est important que l'industrie touristique intègre les principes du développement durable. Le tourisme a un impact significatif sur l'économie et crée une relation spéciale entre les visiteurs, les professionnels, l'environnement et les communautés locales.

La relation spéciale entre le tourisme et le développement durable vient du fait que les touristes se déplacent vers les lieux de production et de produits. Cela crée une interaction directe et indirecte entre les visiteurs, les communautés locales et l'environnement. Le tourisme sensibilise les gens aux problèmes environnementaux et culturels, ce qui peut modifier leurs attitudes à long terme. De plus, le tourisme dépend de la préservation des environnements naturels, des traditions culturelles et de l'accueil chaleureux des hôtes. Cela crée une situation fragile où le tourisme peut avoir des effets positifs ou négatifs sur le développement durable.

Le tourisme durable a pour objectif de maximiser les avantages économiques, sociaux, culturels et environnementaux tout en minimisant les impacts négatifs. Il est important de protéger les ressources naturelles et de valoriser le patrimoine culturel. Pour cela, il faut mettre en place des politiques publiques et encourager l'engagement des acteurs du secteur. Il est également essentiel d'attirer des touristes responsables, de promouvoir la responsabilité sociétale et de développer des partenariats locaux. Le document présente différentes pratiques et projets qui illustrent ces solutions qui peuvent contribuer à faire du tourisme un élément fort du développement durable.

¹²⁷ Organisation, Label tourisme équitable, le portail du tourisme équitable et solidaire, le slow tourisme, consulté le 15 avril à 18h00. (<https://www.tourisme-equitable.org/le-slow-tourisme/>)

¹²⁸ BENHASI, M, Tourisme durable : fondements, indicateurs et apport au développement des pays du Sud, Reserchegate, janvier 2008, P12, consulté le 15 avril à 18h15.

(https://www.researchgate.net/publication/216226647_Tourisme_durable_fondements_indicateurs_et_apport_a_u_developpement_des_pays_du_Sud)

Le tourisme durable peut avoir de nombreux effets positifs. Il peut créer des opportunités d'emploi, stimuler les investissements et soutenir les services locaux. De plus, il peut apporter une valeur économique aux ressources naturelles et culturelles, ce qui contribue à leur préservation. Le tourisme favorise également la compréhension interculturelle et peut promouvoir la paix. Cependant, il est important de reconnaître que le tourisme peut aussi avoir des impacts négatifs. Il peut exercer une pression sur les écosystèmes fragiles, perturber les communautés locales et contribuer à la pollution. De plus, les revenus générés par le tourisme peuvent être instables. C'est pourquoi il est essentiel que tous les acteurs du tourisme reconnaissent l'importance de sa durabilité. Le tourisme a le potentiel de faire beaucoup de bien, mais il doit être géré de manière responsable. Le tourisme a le potentiel de générer de nombreux bienfaits, mais il est important de prendre en compte sa durabilité. Si le tourisme est développé sans considération pour son impact sur les ressources, il peut causer des dommages aux sociétés et à l'environnement, et même contribuer à sa propre destruction. Il est donc essentiel de gérer le tourisme de manière responsable pour préserver ses bénéfices à long terme.

Chapitre II

La communication touristique

La communication a toujours été essentielle pour se faire comprendre, se faire entendre et partager des informations. C'est la base de nos relations humaines, Et aujourd'hui, peu importe le domaine d'activité, la communication joue un rôle crucial, même dans le secteur du tourisme. Que ce soit dans le privé ou le public, les acteurs du tourisme doivent mettre en place des stratégies de communication qui envoient du lourd pour faire connaître et mettre en valeur leur territoire. C'est comme ça qu'ils se démarquent et attirent les touristes. La communication touristique n'est pas seulement un moyen de promouvoir le territoire, mais bien de pouvoir échanger, communiquer avec et entre les acteurs de cette dernière.

1. Définition de la communication touristique :

« La communication touristique est un concept très fréquent chez les professionnels qui la conçoivent comme une partie du marketing touristique. » ¹²⁹

Selon Frustier et Perroy « la communication touristique regroupe toutes les activités ayant un impact sur la fréquentation touristique et, par conséquent, influe sur le processus décision du touriste. La communication touristique est un ensemble considérable de moyens et supports qui diffusent les images des territoires. » ¹³⁰

De ce fait la communication touristique désigne un ensemble de messages et des contenus afin d'assurer l'activité touristique et attirer un nombre important des touristes à travers les différents moyens et outils de communication.

2. Revue historique :

De nos jours, le tourisme est défini comme le fait de voyager et de séjourner temporairement en dehors de son domicile. Ce phénomène et ce terme sont apparus à partir de la « Révolution industrielle », lorsque la société a commencé à voir émerger des touristes, des individus rares et étranges, principalement des Anglais. L'histoire de l'humanité montre que le tourisme a toujours existé, même si ses formes et pratiques ont évolué au fil des siècles. Cependant, le voyage était autrefois réservé à une élite et ce n'est que pendant le XXe siècle que le tourisme s'est réellement démocratisé et est devenu un phénomène mondial. Son père fondateur c'est Thomas Cook (né le 22 novembre 1808 à Melbourne, Derbyshire et mort le 18

¹²⁹ AQUILINA, M, MAHEO, C, PUNGNIERE-SAAVEDRA, F, La communication touristique vers de nouvelles interfaces, Presses de l'Université Laval, coll. « Géographie », Québec, 2018, P130.

¹³⁰ HAL open science, MAKIAN S, l'effet de la communication touristique en ligne sur l'image de la destination : étude de cas l'Iran, Mémoire de Master 2 « tourisme, innovation, transition », Univ Grenoble Alpes France, 2018, P29, consulté le 20 février à 14h06. (<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas>)

juillet 1892 à Bergen, Norvège) fut un homme d'affaires britannique et un pionnier du secteur touristique. Il est le fondateur du groupe touristique Thomas Cook.¹³¹

Parler de la communication touristique c'est plus qu'avoué deux concepts communication et tourisme qui sont encore largement en dernier et leurs conceptualisations n'est pas encore terminée.¹³²

La fusion de la communication et le tourisme sont le résultat d'une triple invention : invention de la communication au 19 et 20ème siècle, invention du tourisme comme le souligne Boyer et enfin invention de la communication touristique elle-même comme champ de recherche.¹³³

Elle est conçue comme une approche interdisciplinaire qui regroupe : la géographie, l'histoire, la sociologie, les Sources économiques ainsi que les SIC qui font leur priorité de l'étude et de la circulation de l'information, de l'analyse de la communication et des effets sur l'individu.¹³⁴

La communication touristique reprend toutes les étapes et codes de la communication générale, cependant elles les appliquent au secteur du tourisme et ainsi dans ses spécificités, selon Philippe Vallon, la communication et le tourisme sont des créations ex-nihilo à partir de l'imagination d'individus Visionnaires.¹³⁵

3. La communication touristique comme approche alternative :

La communication touristique permet une approche alternative, parmi d'autres aux nombreux travaux de la sociologie qui ne voient dans le tourisme que les aspects négatifs, plusieurs chercheurs ne voient que l'aspect consumériste du tourisme et son aspect négatif sur l'environnement sur les structures sociales des populations locales.

La communication touristique reprend les codes de la communication générale pour les appliquer aux spécificités du secteur.

L'efficacité de la communication touristique impose à chaque acteur du tourisme d'adopter un style qui lui permette d'exprimer sa propre personnalité mais également celle de son territoire.

¹³¹ AKASBI H, EL BAHI, ALIOUA, H, EI HADY, FZ, EL AIDI, B, EL OUADGHIRI, N EL ASRI, T, EL-HASSOUNI, S BORKI, H, ELAMRI, R, ELYOUSFI ALAOUI, M, FAHIM, FZ, KERRAZ N, La communication touristique version finale, Mémoire, P17, consulté le 15 avril à 21h10. ([La Communication Touristique Version Finale | PDF \(scribd.com\)](https://www.scribd.com/document/444444444/La-Communication-Touristique-Version-Finale))

¹³² AQUILINA, M, MAHEO, C, PUNGNIERE-SAAVEDRA, F, La communication touristique vers de nouvelles interfaces, Op. Cit P130.

¹³³ Ibid.

¹³⁴ Ibidm, P131.

¹³⁵ Philippe V, La communication touristique, une triple invention, publié dans la revue Mondes du tourisme, open edition journals, septembre 2015, P6, consulté le 15 avril à 23h00. (<https://journals.openedition.org/tourisme/171>)

La communication touristique comme toute communication doit répondre à un objectif principal : la transmission du message.¹³⁶

4. Les objectifs de la communication touristique :¹³⁷

Comme toute autre forme de communication, la communication touristique doit répondre à un objectif principal qui est la transmission du message afin de renforcer l'attractivité touristique.

On peut décliner les objectifs de la communication touristique en trois points : faire connaître, faire aimer et faire agir.

- **Faire connaître**, c'est de faire acquérir une notoriété à son territoire, elle peut être stimulée ou spontanée.
- **Faire aimer**, permet de fidéliser le public de créer une relation et la renforcera. Dans ce contexte la communication touristique cherche à promouvoir une image positive et de jouer sur le côté affectif.
- **Faire agir**, la communication touristique doit susciter un effort de réaction, elle doit passer à agir. Il y a même une dernière étape optionnelle mais très importante à prendre en compte : le faire revenir. C'est plus facile de fidéliser les touristes qui ont été charmés par le territoire que d'en attirer de nouveaux. Donc, la communication touristique joue un rôle clé dans l'entretien de la relation avec la clientèle existante, afin de les inciter à revenir. C'est en entretenant cette relation que l'on crée une base solide de touristes fidèles.

Un autre objectif de la communication touristique est d'informer les clients sur les services disponibles et de les convaincre de leurs avantages uniques. Cela se fait à travers les relations publiques, le marketing et la publicité sur les réseaux sociaux. Cette communication vise à attirer les touristes et à rendre le patrimoine plus attractif. Lorsque les entreprises touristiques utilisent une communication efficace et un marketing ciblé, les touristes sont naturellement attirés vers cette destination. De plus, la communication touristique peut jouer un rôle majeur en suscitant l'intérêt des investisseurs, ce qui contribue au développement social et économique.

¹³⁶Philippe V, La communication touristique, une triple invention, publié dans la revue Mondes du tourisme, open edition journals, septembre 2015, P7, consulté le 15 avril à 23h00. (<https://journals.openedition.org/tourisme/171>)

¹³⁷ BRUGUES, A, La communication touristique : stratégies d'image et d'identité, Mémoire de recherche Master 1, Univ Bordeaux Montaigne, IATU, 2015, P16. Consulté le 16 avril à 12h00. (<https://fr.slideshare.net/slideshow/memoire-la-communication-touristique/52962865>)

Par exemple, les entreprises touristiques de Bejaia attirent la majorité des touristes vers cette magnifique ville et encouragent également les investisseurs à créer d'autres projets qui favorisent le développement touristique, économique et social de la ville.

➤ **Selon Robert Lanquar et Hallier, il y'a 3 critères de la communication touristique :**

1. La dimension géographique d'un pays, qui peut être un potentiel pour les territoires.
2. Le caractère international de la concurrence c'est-à-dire le fait de mettre en valeur les territoires afin d'attirer les touristes.
3. La qualité du produit touristique, améliorer les caractéristiques d'un site culturel et de valoriser pour d'attirer un nombre important des touristes.¹³⁸

5. Notion d'attractivité touristique :

L'attractivité touristique d'un pays est déterminée par quatre composantes principales. Tout d'abord, la richesse naturelle joue un rôle essentiel dans la communication touristique en fournissant des informations attractives. Ensuite, la compétitivité est cruciale pour les entreprises qui doivent adapter leur offre pour se démarquer. Le gouvernement joue également un rôle important en organisant des événements internationaux et en garantissant une bonne infrastructure. Enfin, la création d'une offre « intelligente » varie selon les pays et nécessite une communication touristique efficace des entreprises et une participation active du gouvernement pour attirer les touristes et les investisseurs.

6. Les outils de la communication touristique : ¹³⁹

Pour assurer une communication touristique efficace, il est essentiel d'utiliser les bons outils adaptés à chaque situation.

Parmi les outils les plus importants, on trouve les supports média et hors média.

6.1. Le dépliant et la brochure :

Ce sont des supports classiques qui sont indispensable et efficace par rapport à leurs formats qui est facile à distribuer. Ils contiennent des informations essentielles pour se faire connaître. La brochure quant à elle, est un outil complet qui permet de présenter l'offre avec plus de détails.

¹³⁸ YAKOUBI, TH, ZEKRINI, Y, la communication touristique et ma mise en tourisme des patrimoines dans la ville de Bejaia, Mémoire de fin de cycle, Univ de Bejaia, 2018-2019, P34-35.

¹³⁹ Tchréalisation, tourisme : quels supports de communication ? 2021, consulté le 18 avril à 15h50. (<https://tchrealisation.com/tourisme-supports-communication-print/>)

6.2. L'affiche :

L'affiche publicitaire permet de toucher un large public et de s'offrir une grande visibilité. C'est un outil clé dans la campagne de communication qui permet d'attirer l'attention de plusieurs personnes.

6.3. Le site internet :

Un outil incontournable pour le secteur du tourisme, il apporte un apport considérable pour les acteurs touristiques et la présence en ligne est un atout majeur pour la visibilité sur cette toile.

6.4. Les réseaux sociaux :

Les réseaux sociaux jouent un rôle important dans la promotion touristique, actuellement ils occupent une place importante et sont essentiels pour les acteurs du tourisme pour promouvoir les activités touristiques.

6.5. Catalogue et magazine de destination :

Est un outil efficace pour communiquer des informations touristiques. Elle permet de présenter l'offre dans sa globalité pour mettre en valeur un territoire, elle offre une vue d'ensemble des lieux à visiter et des activités à faire dans une région.

6.6. Les newsletters :

Sont des messages informatifs qui permettent de communiquer des informations et de promouvoir une entreprise. Elles peuvent être utilisées pour informer le destinataire sur un sujet qui l'intéresse ou pour partager des actualités sur l'expéditeur. Dans le domaine du tourisme, les newsletters sont un moyen important de communication. Par exemple, elles peuvent être utilisées pour promouvoir les meilleures destinations ou partager des bons plans de loisirs avec le destinataire.

6.7. Les outils hors média

Dans le domaine du tourisme comprennent le graphisme d'une marque. C'est un moyen de représenter l'identité, la personnalité et les missions d'une entreprise. Ce graphisme comprend au moins trois éléments : le logo, qui est la façon unique d'écrire le nom de l'entreprise et qui reflète sa personnalité, la couleur et la phrase évocatrice qui transmet un message spécifique. Ces éléments doivent être utilisés de manière cohérente pour donner à l'entreprise touristique une identité précise. Certains utilisent des manuels de normes pour assurer une communication efficace à travers différents supports tels que les fournitures de bureau, les véhicules, les catalogues, les t-shirts et les stylos.

6.8. L'évènementiel :

Est étroitement lié au tourisme. Il permet de transmettre un message spécifique de manière originale et mémorable. C'est pourquoi il joue un rôle crucial dans la communication touristique. L'évènementiel est un moyen très efficace pour promouvoir des produits et services liés au tourisme à travers des festivals, des salons, des foires-expositions et des conventions.

6.9. Le parrainage :

Est l'un des moyens hors-média utilisés pour une bonne communication touristique. Il consiste à associer le nom d'une entreprise à un événement spécifique. Par exemple, en 2021, l'Association de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick célèbre son 38^e anniversaire. Cet événement réunit plus de 200 opérateurs touristiques et partenaires de la province pour présenter et promouvoir leurs produits et services. C'est une occasion dynamique et diversifiée qui rassemble les acteurs clés de l'industrie touristique de la province, tels que les fournisseurs, les propriétaires, les exploitants, les employeurs, les associations et les entreprises de toutes tailles des provinces de l'Atlantique.

6.10. Les salons professionnels :

Sont des outils de communication importants pour les entreprises touristiques. Ils offrent l'opportunité de se démarquer en apparaissant de manière privilégiée sur les supports de communication en amont de l'événement. De nombreux visiteurs préparent leur visite en utilisant les outils fournis par les organisateurs. La décision de participer à un salon professionnel dépend de la valeur de la stratégie marketing de l'entreprise touristique. Ces salons regroupent des opérateurs privés tels que les compagnies aériennes, les agences de voyages, les hôtels, les sites culturels, ainsi que des institutions touristiques et culturelles publiques. Les exposants proposent une offre de produits touristiques variés.

6.11. Les relations publiques :

Sont une technique de communication qui vise à créer un climat favorable entre l'émetteur du message et ses différentes cibles. Cela implique des actions non agressives et planifiées pour établir, maintenir et développer une compréhension mutuelle entre l'entreprise et le public. Le public peut être constitué du personnel de l'entreprise, des clients, des actionnaires, des agences réceptives et du grand public.

Nous comprenons que la communication touristique est un domaine qui vise à promouvoir et à informer sur les destinations et les services touristiques. Dans ce chapitre, nous avons exploré d'abord la définition de la communication touristique, suivie d'une revue historique pour comprendre son évolution au fil du temps. Ensuite, en examinons la

communication comme une approche alternative dans le domaine du tourisme, mettant en évidence son rôle clé dans la création d'une expérience touristique positive. Les objectifs de la communication touristique sont multiples mais les fondamentaux objectif sont faire connaître faire agir, et faire aimer. Nous avons discuté également sur des critères importants à prendre en compte dans la communication touristique, tels que la dimension géographique d'un pays, le caractère international de la concurrence et la qualité du produit touristique. En ce qui concerne les outils de communication touristique, nous avons abordé les médias traditionnels et numériques, tels que les blogs, les sites web, les réseaux sociaux, et bien d'autres encore. Ya aussi Un aspect essentiel de la communication touristique est le tourisme durable, qui vise à concilier le développement touristique avec la préservation de l'environnement et la promotion du bien-être social.

Cadre pratique

Chapitre I

Analyse et interprétation des données

Section 01 : Le cadre spatio-temporel de l'étude

1.1. Présentation de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia :

La direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaïa, est une institution publique qui joue un rôle très important dans le secteur du tourisme et de l'artisanat. C'est une direction qui s'occupe du tourisme au niveau de la wilaya que ce soit les hôtels, les agences, les associations et les plages. Elle sert à développer les initiatives de différents services, que ce soit à l'intérieur ou bien à l'extérieur de la direction. Ces missions respectives sont voulues sur l'application de la réglementation en vigueur relative au tourisme, artisanat et investissement touristique.



1.1.2. L'historique de la DTA :

Au début de cette création, le ministère du tourisme et de l'artisanat désigne de créer 22 direction, et chaque direction du tourisme et de l'artisanat est dirigée par un directeur nommé par décret exécutif par proposition de ministère chargé du tourisme et de l'artisanat.

Décret exécutif n° 95-260 du 3 Rabie Ethnie 1416 correspond au 29 août 1995 pourtant la création des services extérieur du ministère du tourisme et de l'artisanat en fixant les règles de leur organisation et leur fonctionnement.

Avant janvier 2018, le siège abritant cette dernière est localisé au sein de siège de la wilaya, actuellement elle se situe au niveau de la nouvelle cité administrative rue des frères Tabet Bejaia (gare routière).

L'article 1^{er} en application des dispositions de l'article 3 du décret exécutif n°10-257 du 12 Dhou EL Kaada 1431 correspondant au 20 octobre 2010, susvisé

Le rôle de cette direction se divise en deux, d'une part elle accompagne et oriente l'ensemble de ces partenaires dans leurs activités et actions à savoir les hôtels, les agences et

les associations, d'autre part elle veille à la vérification de l'application de la réglementation en vigueur par ces partenaires c'est un rôle de contrôle.

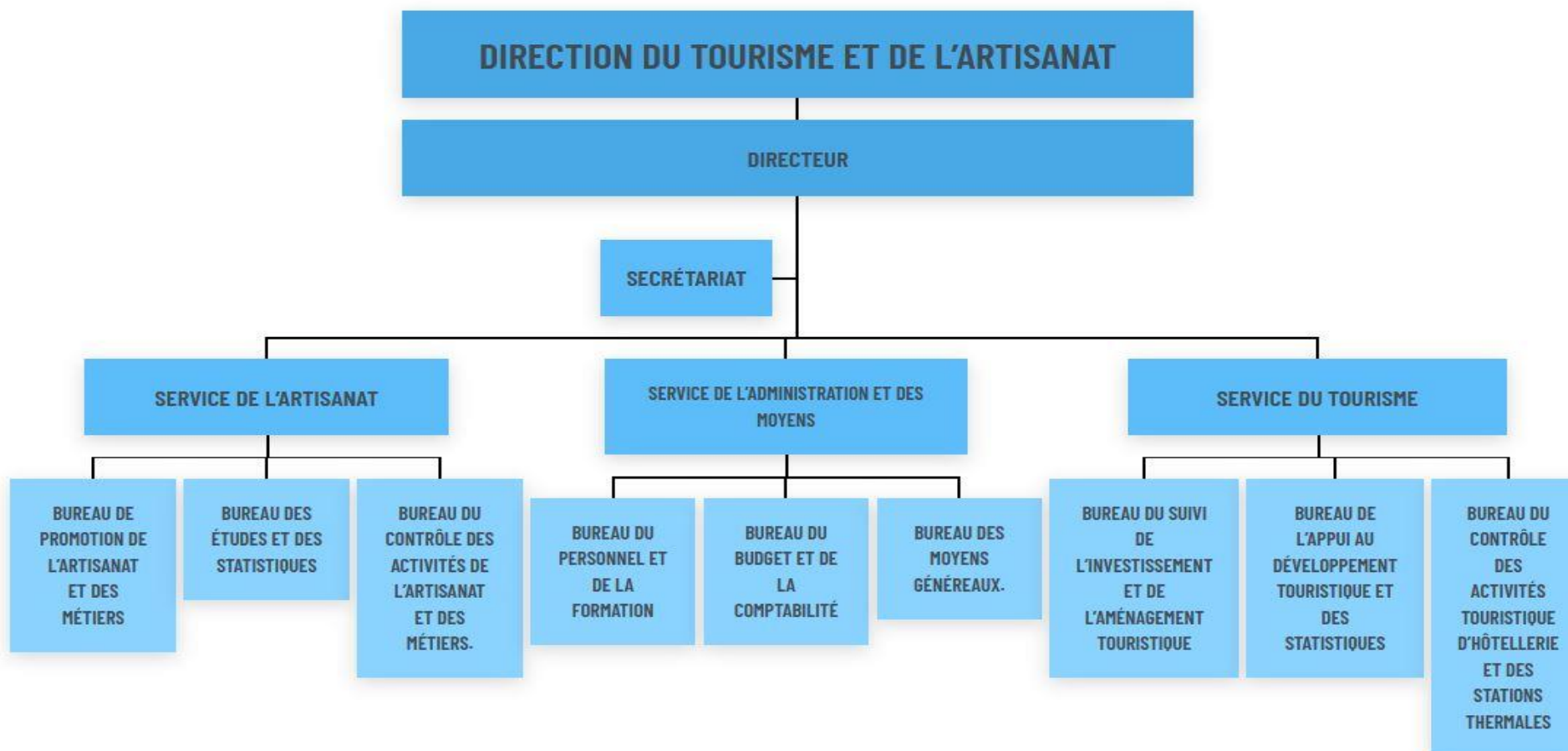
Elle contribue à plusieurs évènements historiques, à savoir Yennayer, la journée national et international du tourisme...etc. Ainsi que l'organisation de différentes activités tels que l'animation de la saison estivale, la réalisation des programmes d'échange touristique entre les wilayas.

1.1.3. Ses missions :

En application des dispositions du décret exécutif n°10-257 du 20 octobre 2010, la Direction du Tourisme et de l'Artisanat susvisée est chargée des missions suivantes :

- ✓ Initier toutes les mesures susceptibles de créer un environnement approprié et stimulant pour le développement des activités touristiques ;
- ✓ Suivi de la conformité des activités touristiques avec les normes de gestion et les règles d'exercice des activités touristiques ;
- ✓ Contribuer à l'amélioration des services touristiques, notamment ceux liés à l'hygiène, la protection de la santé et la sécurité ;
- ✓ Direction et suivi, en coordination avec les instances concernées, des projets d'investissement touristique ;
- ✓ Intégrer les activités touristiques dans les outils de développement régional et d'urbanisation et de valorisation des sites touristiques ;
- ✓ Assurer le développement durable du tourisme local par la promotion de l'écotourisme, du tourisme culturel et historique ;
- ✓ Collecter, analyser et diffuser des informations et des données statistiques sur les activités touristiques et préparer des cartes et des documents liés au tourisme et aux capacités sanitaires locales ;
- ✓ Favoriser l'émergence de demandes touristiques diversifiées et de qualité, ainsi que promouvoir et commercialiser les produits touristiques locaux ;
- ✓ Soutenir et développer les activités des commerçants, organismes et associations impliqués dans le tourisme et les bains minéraux ;
- ✓ Veiller à ce que les besoins et les aspirations des citoyens soient satisfaits dans le domaine du tourisme, des loisirs et des divertissements ;
- ✓ Assurer l'exécution du budget de fonctionnement et d'équipement.

Figure 5 : Organigramme de la DTA de Bejaia



Source : <https://bejaia.mta.gov.dz/fr/organigramme/>

1.2 présentation de la période :

Nous avons effectué notre recherche a sein de la direction administrative activant de la wilaya de Bejaia. La direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia.

Notre étude a commencé à partir du **22 avril** jusqu'au **22 mai**, au niveau du service de tourisme de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia.

Notre travail de recherche a été consacré pour la réalisation des entretiens avec les fonctionnaires de cette direction en déterminant notre échantillon.

Section 02 : analyse et interprétation des données

Dans cette section nous allons présenter les caractéristiques de notre échantillon d'étude au sein de la DTA de la wilaya de Bejaia. Ces caractéristiques constituent de l'ensemble des informations sur les enquêtes selon : le genre, l'âge, poste occupé, ancienneté dans la direction et expériences professionnelle ainsi que nous allons procéder à l'analyse des données et l'interprétation des résultats.

Tableau 2 : les informations personnelles (Axe 01)

Enquêtés	Genre	Age	Poste occupé	ancienneté	Expériences professionnelles
Enquêté 01	Féminin	42 ans	Ingénieur de l'habitat et d'urbanisme	12 ans	17 ans
Enquêté 02	Masculin	41 ans	Chef de service	17 ans	17 ans
Enquêté 03	Masculin	41 ans	Inspecteur du tourisme	2 ans	12 ans
Enquêté 04	Masculin	43 ans	Chef de bureau des activités touristique, d'hôtellerie et des stations thermales	10 ans	16 ans
Enquêté 05	Féminin	45 ans	Chef de bureau	13 ans	21 ans

A partir de ce tableau, nous remarquons que notre échantillon d'étude varie entre homme et femmes de différents âges qui sont entre 40 et 45 ans. Nous constatons aussi que l'ancienneté et les expériences professionnelles de nos enquêtés varie entre 10 et 21 ans appart

le troisième enquêté qui est nouveau dans la direction ce qui signifie selon notre interprétation cette expérience est considérée importante pour assurer un bon travail.

Axe 02 : Les activités de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia a contribué à la sensibilisation des touristes pour adapter des comportements responsables envers l'environnement.

2.1. La signification du tourisme.

D'après les réponses de l'ensemble des enquêtés, nous remarquons que la signification du tourisme est la même en déclarant que le tourisme est un domaine vaste, un phénomène social qui rentre pratiquement dans tous les secteurs à savoir l'économie et le commerce c'est tous ce qui est précieux, ancien et scientifique

Selon l'inspecteur du tourisme âgé de 41 ans avec 12ans d'expérience et 2ans de travail au niveau de la direction, « *le tourisme c'est l'exploitation de nouveaux endroits, de nouvelles cultures à savoir leurs modes de vies, leur gastronomie sans oublié leur produits, services...etc. Actuellement avec la mondialisation, le tourisme est une industrie que beaucoup de pays exercer afin d'augmenter la rentabilité en matière économique* ».

Et selon le chef du bureau du contrôle des activités touristiques, d'hôtellerie et des stations thermales âgée de 43 ans avec 16 ans d'expérience et 10 de travail au niveau de la direction, d'hôtellerie et des stations thermales « *le tourisme est une activité économique et commerciale pour l'opérateur et pour le touriste. C'est le fait de se déplacer du point A au point B pour le but de découvrir et de se distraire sans prendre le lieu comme un lieu de résidence* ».

À partir de ces réponses nous constatons que le tourisme est une activité qui vise à exploiter de nouveau endroits en dehors des lieux habituels pour découvrir et se divertir. Surtout aussi c'est une source importante pour renforcer l'économie des pays.

2.2. La perception, la vision et les objectifs de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia en terme de développement touristique.

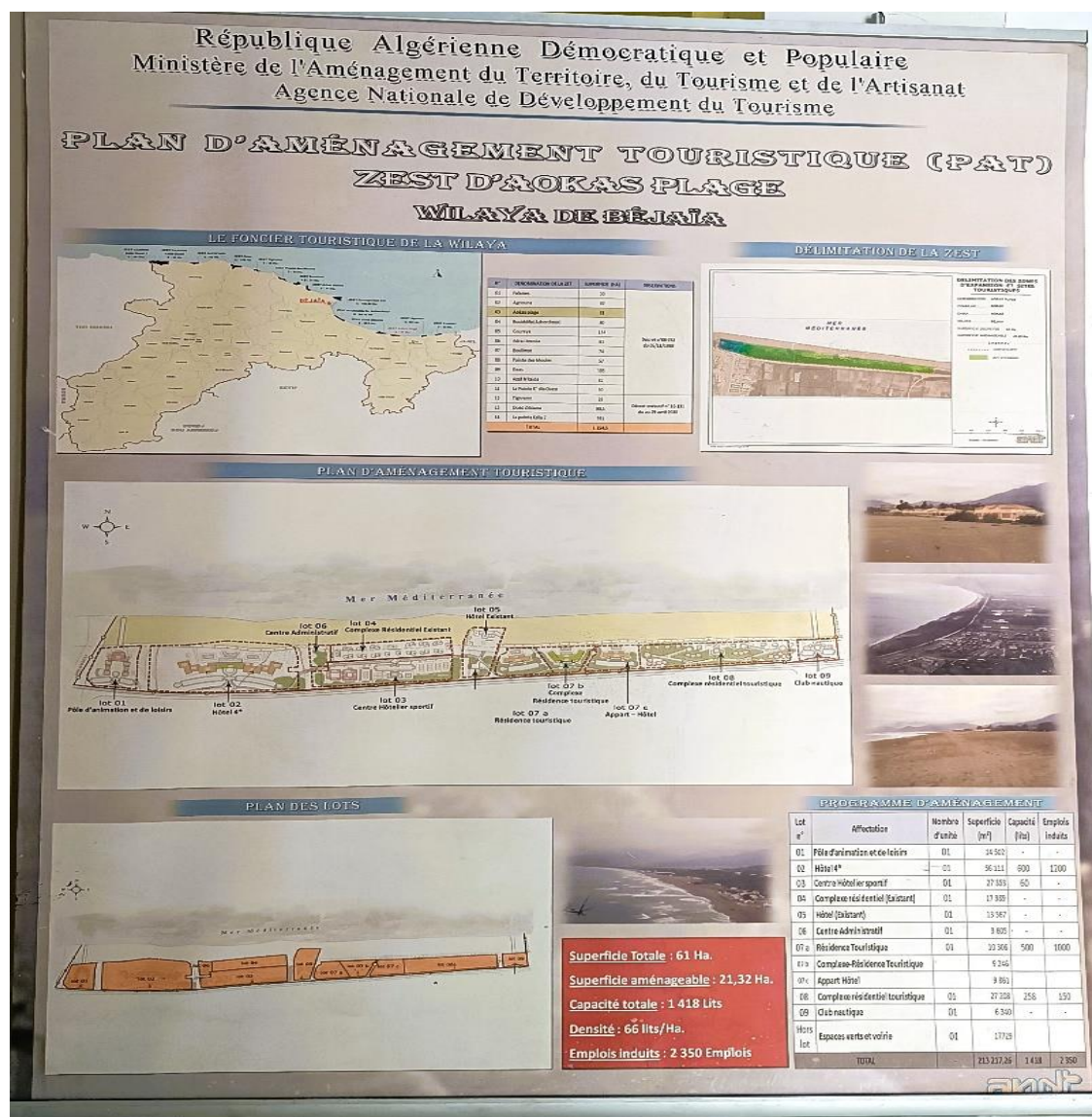
Selon les enquêtés, la wilaya de Bejaia est un pôle touristique qui regroupe un potentiel important en matière d'infrastructures, de monuments historique culturels et même naturels tels que les sites touristiques diversifiés. La DTA de la wilaya de Bejaia donne de l'importance au secteur du tourisme, elle le considère comme une opportunité et un lieu de détente et de découverte pour l'opérateur et le touriste.

Par contre le troisième enquêté, l'inspecteur du tourisme qui est âgé de 41 ans avec 12ans d'expérience et 2ans de travail au sein de la direction a répondu ainsi : en tant que direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia, « *notre travail se limite à l'accompagnement des infrastructures liés au tourisme, donc on ne reçoit pas de touristes*

contrairement aux agences, hôtels associations touristiques qui mettent en place des festivités, des randonnées...etc. »

Et si on parle de la vision et objectifs de la direction, nos enquêtés nous ont informé qu'elle est en plein développement, elle vise le développement des atouts de la wilaya de Bejaia par l'élaboration de SDAT (schéma directeur d'aménagement touristique) dans le but de diversifier l'offre touristique, d'augmenter le nombre d'infrastructures en matière d'hébergement afin que la wilaya puisse recevoir un nombre important de touristes et d'assurer une fréquentation durant toute l'année. Le quatrième enquêté a rajouté que la direction tente de lancer des études et la réalisation des aménagements des plages « ZESTS : zones d'expansion et sites touristiques ».

Figure 6 : plan d'aménagement touristique



Source : direction deu tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia

D'après nos enquêtés, nous remarquons que la DTA de la wilaya de Bejaia donne de l'importance au domaine touristique puisque la ville de Bejaia est riche en terme de lieux et endroits à exploiter, et si on parle de ses objectifs et vision pour le développement touristique nous comprenons que la DTA de la wilaya de Bejaia fait partie intégrante des projets décidés au niveau de la tutelle, selon ces réponses la direction vise la mise en œuvre du projet SDAT afin de promouvoir les atouts touristiques de la wilaya pour attirer plus de touristes.

2.3 Le comportement des touristes vis-à-vis de l'environnement et de la société.

Selon les réponses de tous nos enquêtés, la direction n'a pas un contact direct avec les touristes pour cela elle ne pourra pas évaluer leurs comportements mais d'après leurs constatations leurs comportements dépendent de leurs civismes et leurs éducation environnementale ainsi que selon les saisons et qu'actuellement les gens sont éveillés au respect de l'environnement.

Nous constatons que la direction ne reçoit pas d'une manière directe avec les touristes. Mais elle est là pour accompagner, orienter et suivre les activités de l'ensemble de ses partenaires à savoir les hôtels, les agences et les associations touristiques.

2.4 les mesures prises par la DTA de la Bejaia pour préserver les ressources naturelles de la wilaya de Bejaïa

Selon l'ingénieur de l'habitat et d'urbanisme : *« il faut veiller à ce que tout le monde respecte la réglementation algérienne, respecter l'environnement et le domaine touristique par exemple les constructions doivent respecter les espaces, il faut les garder au naturel et de ne pas les abimer ».*

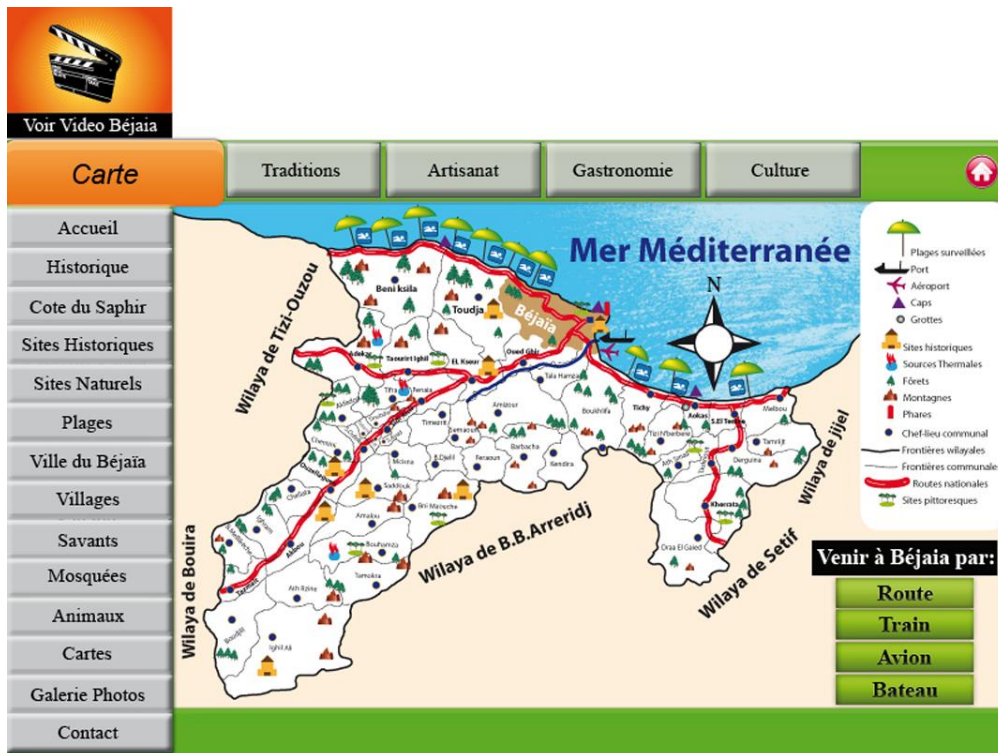
Selon l'inspecteur du tourisme : *« la DTA de la wilaya de Bejaia a lancé des études de valorisation et un recensement de ces sites dont l'objectif principal est axé sur la promotion de l'activité touristique de notre wilaya ».*

Pour le chef du bureau du contrôle des activités touristiques, d'hôtellerie et des stations thermales : *« les mesures prises par la direction s'inscrivent dans le cadre des études établies par l'application des différents textes réglementaires régissant le domaine de l'environnement ainsi que les différentes campagnes de sensibilisation et de vulgarisation lancée par la direction via les divers supports de communication (page FACEBOOK, émissions radiophoniques (radio Soummam et chaine 3), dépliants, CD et les cartes touristiques) »*

Figure 7 : page Facebook de la DTA de Bejaia



Figure 8 : Carte touristique de Bejaia



Pour les trois enquêtés restant, ils ont répondu de la même manière que ces enquêtes en nous expliquant l'importance de respecter la réglementation et les lois.

Nous constatons que la DTA de la wilaya de Bejaia veille à ce que la réglementation soit respectée ainsi qu'elle participe à la réalisation des campagnes de sensibilisation qui visent la protection et la préservation des sites naturels de la wilaya à travers différents supports.

2.5 les modalités de réalisation des campagnes de sensibilisation :

D'après les réponses des enquêtés, les campagnes de sensibilisation sont menées en partenariat avec divers acteurs du secteur touristique à savoir les hôtels, les agences de voyages et du tourisme, les associations touristiques, les guides touristiques et d'autres organismes de l'état en utilisant des supports de communication tels que les dépliants, les pages Facebook et les chaînes radiophoniques. Les thèmes abordés sont choisis par le ministère et peuvent inclure la préservation de l'environnement, l'écotourisme équitable et le tourisme durable. Ces campagnes visent à sensibiliser l'ensemble des citoyens et touristes en passant par les visiteurs de la région.

Voici quelques exemples des thématiques abordées dans les campagnes de sensibilisation données par le chef de bureau du contrôle des activités touristique, d'hôtellerie et des stations thermales :

- ✓ « Pour un environnement sain ».
- ✓ « Pour un écotourisme équitable ».
- ✓ « Tous ensemble pour un tourisme durable ».

Selon les données collectées au niveau de la DTA de Bejaia, elle collabore avec de différents partenaires à leurs têtes : les hôtels avec 64 hôtels, les agences de voyages et du tourisme englobant 31 agences, 31 associations et 11 guides touristiques. Voici quelques exemples :

- **Les hôtels :**
 - **Les hôtels urbains englobent 30 hôtels**, qui s'étendent dans différents endroits de la région de Bejaia tel que : ROYALE, MADALA, GOLDEN H, PROVIDENTIA, RABAH SYPHAX, SAF SAF, MAJISTIC.
 - **Hôtels balnéaires regroupant 24 hôtels à savoir :** LES HAMMADITES, AUBERGE THAIS, GRAND ROCHER, LA ROSERAIE, HORIZON BLEU, TABABORT.
 - **Établissements destinés à l'hôtellerie avec 10 hôtels** dont nous trouvons : SOMMAM, IFRI, LA PLAINE, NUMIDIA.

- **Les agences :**
 - ✓ KAMEL VOAYGE.
 - ✓ FLY VOYAGE.
 - ✓ GOURAYA TOURS.
 - ✓ TAZEMALT VOYAGE.
 - ✓ AKBOU TOURS.
 - ✓ SEDDOUK TOURISME ET VOYAGE.
 - ✓ LA LICORNE.
 - ✓ DELTA VOAYGE.

- **Les associations :**

03 Associations nationales activant dans le domaine touristique et culturels qui sont :

- ✓ Association Algérienne pour l'échange, le divertissement et le développement du tourisme des personnes handicapés moteur ;
- ✓ Association algérienne de l'art de la cuisine et l'activation du tourisme ;
- ✓ Association nationale du tourisme, des voyages et de l'artisanat.

09 associations de wilaya tels que :

- ✓ Cabinet touristique de la wilaya de Bejaia ;
- ✓ Association touristique et patrimoniale de la wilaya de Bejaia ;
- ✓ Cabinet touristique communal- TIZI N'berber.

18 associations communales à titre d'exemple :

- ✓ Association « perle de Bejaia » ;
- ✓ Association touristique Bejaia « Amicale Touring » ;
- ✓ Association culturelle et artisanale TUSSNA village IGHZER OFTIS.

Nous avons constaté aussi l'importance attribué par la DTA au tourisme en collaborant avec des guides touristiques, selon les réponses obtenues il existe 11 guides touristiques locaux et 06 nationales.

Il est intéressant de constater que les réponses des enquêtés mettent en lumière la collaboration avec différentes parties prenantes du secteur touristique pour mener à bien les campagnes de sensibilisation. L'utilisation de divers supports de communication et la diversité des thèmes abordés montrent l'engagement et l'implication en faveur de la préservation de l'environnement et du développement d'un tourisme durable pour le bénéfice de tous les acteurs impliqués.

2.6. Les informations diffusées par la DTA de Bejaia auprès des touristes et les modes de leur transmission.

D'après l'analyse des réponses obtenus, nous déduisons que les informations diffusées auprès des touristes sont communiqué par les agences de voyages et du tourisme, les associations touristiques et les hôtels sont relatives au potentiel touristique.

Ces informations sont transmises par le biais des panneaux d'affichages par l'APC/wilaya pour les plages, les correspondances, les faxes et les courriers. Tandis que les partenaires de la DTA de Bejaia (hôtels, agences, associations) utilisent les réseaux sociaux, les sites internet, les dépliants et les guides pour présenter les infrastructures, les monuments et les sites touristiques de la région.

Cependant, le cinquième enquêtés nous informe que les informations destinées aux touristes comprennent les listes des plages autorisées et non autorisées à la baignade concernant la saison estivale en affichant sur des panneaux au niveau des plages.

À travers les réponses des enquêtés, nous comprenons que les informations touristiques sont diffusées de manière variée et ciblée pour offrir aux visiteurs un aperçu complet des infrastructures, des attractions et des services disponibles dans la région, tout en veillant à une transmission claire et accessible via différents canaux de communication que ce soit écrits ou numérique.

Le tourisme à Bejaia est un secteur vaste et diversifiée, La direction voit le tourisme comme une opportunité majeure pour l'opérateur et un lieu de détente et de découverte pour le touriste, en mettant en avant les infrastructures historiques, culturelles et naturelles, notamment les montagnes.

Le tourisme balnéaire est le type de tourisme le plus populaire dans la région. La vision de la direction se concentre sur le développement des atouts de la wilaya en s'engageant de de nouveaux projets tels que le schéma d'aménagement touristique à l'horizon 2030, la réalisation d'aménagements sur les plages, les zones d'expansion et les sites naturels pour attirer les touristes nationaux et étrangers. Le plan d'action inclut la création d'hôtels, l'investissement dans l'hébergement, la promotion des sites touristiques par les agences de voyage, les associations touristiques et les salons de tourisme.

Ainsi que l'implication active de la DTA de Bejaia dans les campagnes de sensibilisation et de vulgarisation menées à travers divers supports de communication comme les réseaux sociaux, la radio, et les moyens audiovisuels sont cruciales pour promouvoir la préservation de l'environnement et le tourisme durable.

La collaboration avec différents acteurs du secteur touristique et la diversité des thèmes abordés montrent un engagement fort pour le développement d'un tourisme responsable et bénéfique pour tous les acteurs impliqués. Les informations diffusées aux touristes sur les plages autorisées, les agences agréées, et les circuits contribuent à une expérience touristique positive et respectueuse de l'environnement.

Axe 03 : La direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia emploie de divers moyens de communication ; tels que le portail électronique du service en ligne, Site web et la page Facebook, pour promouvoir le tourisme durable à la wilaya.

Tableau 3 : récapitulation de l'activité hôtelière de l'année 2023 dans la wilaya de Bejaia

Mois	Nationaux		Etrangers	
	Arrivées	Nuitées	Arrivées	Nuitées
Janvier	14260	17366	722	865
Fevrier	12300	16390	750	1358
Mars	9930	14013	393	886
Avril	6341	7725	417	572
Mai	18641	19138	1145	2079
Juin	15160	18689	654	1118
Juillet	21271	36589	874	8486
Aout	33580	56238	999	1730
Septembre	23036	34572	665	1312
Octobre	13707	18200	958	1466
Novembre	13955	25622	722	1191
Décembre	14268	21437	587	876
Total	196449	285979	8886	21939

Source : document interne de la DTA

3.1 le nombre et la catégorie de touriste visiteurs de la wilaya de Bejaia.

Selon les statistiques et les réponses des enquêtés, généralement, ce sont les touristes nationaux qui visitent principalement Bejaïa chaque année.

À partir de ce tableau nous constatons que le nombre des touristes nationaux est plus élevé que celui des étrangers surtout durant la saison estivale (juillet, aout, septembre) ; avec un total de 196449 pour les arrivées et 285979 pour les nuitées comparer aux étrangers.

3.2 les facteurs qui attirent les touristes pour visiter la wilaya de Bejaia et les initiatives mises en place par la DTA de Bejaia pour attirer les touristes.

Selon les réponses des enquêtés, les facteurs qui attirent les touristes vers cette destination incluent le potentiel naturel, culturel, historique, l'accueil chaleureux des citoyens, les infrastructures (hôtels, aéroport, plages), le patrimoine historique, culturel, culinaire, la biodiversité, la richesse en faune et flore, la géologie, et la situation géographique particulière de la région.

La DTA de la wilaya de Bejaia participe à la promotion du tourisme ; en attribuant des agréments aux agences de voyages et du tourisme, en diversifiant l'offre d'hébergement, participant à des salons internationaux du tourisme comme le SITEV 2024, et mettant en place des initiatives pour attirer les visiteurs vers les sites naturels, les plages, les cascades et les lacs.

D'après les réponses des enquêtés, nous constatons que les touristes sont attirés par la richesse naturelle, culturelle, historique et géographique de la région, ainsi que par l'accueil chaleureux des habitants et les infrastructures touristiques bien développées.

De plus, la DTA de la wilaya de Bejaia met en place des actions de promotion et de diversification de l'offre touristique en participant des événements ce qui permet d'avoir un contact direct avec les différents participants pour attirer davantage les visiteurs vers les sites naturels et les attractions de la région.

Voici les sites touristiques de la région de Bejaia :

Selon les informations recueillies au niveau de la DTA, la wilaya de Bejaia compte des richesses considérables notamment :

Les sites naturels :

- ✓ Cap Carbon ;
- ✓ Les aiguades ;
- ✓ Le pic des singes ;
- ✓ Le parc national de Gouraia ;
- ✓ Iles pisanes ;
- ✓ Les cascades de kefrida ;
- ✓ Les gorges de kherrata ;

- ✓ Le lac noir (Akkfadou) ;
- ✓ Le pic des singes ;
- ✓ Source d'eau de Toudja ;
- ✓ Mont de Gouraya ;
- ✓ Les sources thermales de kiria, sillal et sidi yahya l'aidli.

Les sites culturels et historiques :

- ✓ Le fort de la Casbah à Bejaia ;
- ✓ Le fort moussa à Bejaia ;
- ✓ Le fort Lemercier ;
- ✓ Les remparts Hammadites à Bejaia ;
- ✓ Kouba sidi Touati à Bejaia ;
- ✓ Les portes Sarasine Et Fouka à Bejaia ;
- ✓ Le fort Gouraya à Bejaia ;
- ✓ Le puits de Bir Esslam ;
- ✓ Fort sidi Abdelkader à Bejaia ;
- ✓ Les ruines romaines de Tiklate à El kseur ;
- ✓ L'aqueduc de Toudja ;
- ✓ Le musée d'Ifri ;
- ✓ Le musée de l'eau à Toudja ; cippe romain de l'Ambèze ;
- ✓ Les villages kabyles de Beni Maouche ;
- ✓ Les mosquées de sidi soufi, sidi el Mouhoub et sidi Abdelkader à Bejaia ;
- ✓ La mosquée de Mellala (lieu de rencontre d'el Mehdi Iben Toumert et Almohad
- ✓ Abdelmoumen ;
- ✓ Le tombeau d'Elmokrani à Ighil Ali ;
- ✓ Le tombeau de Chikh Ahddad à Sedouk ;
- ✓ Maison de l'artisanat Sidi Ali El Bahr à Bejaia (08 ateliers) ;
- ✓ Centre de l'artisanat à Aokas (22 locaux) ;
- ✓ Maison du congrès de la Soummam à Ifri Ouzellaguen.

3.3 Le suivi des actions mises en place par la direction du tourisme à Bejaïa.

D'après les réponses des enquêtés, il y a effectivement un suivi et contrôle des actions touristiques mises en place par la direction du tourisme à Bejaïa. Ce suivi se fait à travers des sorties sur le terrain et des inspections régulières et des contrôles des agences et des hôtels, en utilisant des statistiques pour évaluer l'efficacité des actions touristiques. Il existe aussi un bureau dédié pour le suivi administratif, incluant des fiches statistiques sur les visiteurs et la fréquentation des plages.

De plus, le suivi se fait par la direction à travers des statistiques mensuelles fournies par les partenaires, ainsi qu'une plateforme statistique dans chaque établissement touristique.

Selon ces réponses, nous comprenons que la direction du tourisme à Bejaïa met en place un suivi rigoureux et des contrôles pour évaluer l'efficacité de leurs actions. Ce suivi inclut des

inspections sur le terrain, des statistiques mensuelles du secteur touristique, et l'utilisation d'une plateforme statistique pour suivre de près l'activité des hôtels et agences. Ces mesures visent à garantir une gestion efficace et à améliorer continuellement l'offre touristique de la région.

3.4 Examen des actions touristiques et la vérification de leurs feedbacks :

Selon les réponses obtenues ; il y a effectivement une vérification des résultats des actions touristiques mises en place, avec un contrôle régulier. Il y a également l'implication administratifs des hôtels et des agences pour les guider.

Les vérifications incluent l'élaboration de rapports statistiques pour les autorités compétentes. De plus, les retours se font par l'application de la réglementation pour assurer le respect des lois, ce qui contribue à l'amélioration des services offerts aux citoyens.

3.5 La participation de la DTA de Bejaia à la promotion du patrimoine de la wilaya.

Selon les réponses obtenues, la direction du tourisme participe à la promotion du patrimoine de la wilaya de Bejaïa en traçant des circuits et sites touristiques, en participant aux Salons nationaux et internationaux du tourisme, et en proposant des activités supplémentaires liées au tourisme à titre d'exemple : l'animation de la saison estivale, célébration de Yennayer, les randonnées au niveau des lacs, des montagnes, des visites guidées au niveau des sites et les musées en collaborations avec les différents partenaires (hôtels , agences, associations et guides touristiques) et les autres organismes tels que la direction de la culture de Bejaia, direction l'environnement Bejaia...etc. De plus, elle contribue à la promotion du patrimoine en lançant des études d'aménagement et en les réalisant dans le respect de la réglementation en vigueur dans divers domaines.

Donc d'après ses résultats nous voyons que la direction du tourisme de la wilaya de Bejaïa s'implique activement dans la promotion du patrimoine en traçant des circuits et sites touristiques, en participant aux Salons nationaux et internationaux du tourisme, et en proposant des activités supplémentaires liées au tourisme ce qui démontre l'importance accordé à la communication à travers ces actions. De plus, elle contribue à la mise en valeur du patrimoine en réalisant des études d'aménagement conformes à la réglementation.

3.6 Les activités touristiques proposées par la direction pour les visiteurs à Bejaïa et les infrastructures existantes :

Selon les enquêtés, les activités touristiques proposées par la direction du tourisme à Bejaïa comprennent la visite de sites touristiques et des circuits organisés. En ce qui concerne les infrastructures telles que les hôtels et les services d'accueil, les hôtels collaborent avec les agences de voyages pour offrir des services complets aux touristes, y compris des guides touristiques et des options de visite personnalisée.

D'après leurs réponses, la DTA de la wilaya de Bejaia se concentre également sur la création de nouveaux projets touristiques tels que des hôtels, des parcs aquatiques, des stations thermales, des forêts récréatives, des villages touristiques, des campings et des centres de vacances pour enrichir l'offre touristique. Bien que la wilaya ne dispose pas d'hôtels directement au niveau des sites touristiques, elle compte un parc hôtelier important avec 64 hôtels (voir la réponse 05 du deuxième axe) de différentes catégories d'étoiles pour accueillir les visiteurs.

En effet, nous constatons que la direction du tourisme à Bejaïa met l'accent sur le développement de nouveaux projets touristiques variés pour enrichir l'expérience des visiteurs. Les hôtels travaillent en étroite collaboration avec les agences de voyages pour offrir un large éventail de services aux touristes, y compris des guides touristiques et des visites personnalisées. Même si les hôtels ne sont pas situés directement au niveau des sites touristiques, la wilaya dispose d'un nombre important d'hôtels de différentes catégories pour accueillir les visiteurs.

3.7 la planification de la communication de la DTA de Bejaia et les plans et programmes d'action mis en place pour encourager un tourisme durable et responsable dans la région.

Dans le cadre de la promotion du tourisme durable, la direction du tourisme à Bejaïa planifie sa communication en sensibilisant les partenaires sur l'importance du tourisme responsable et écologique de la région. Par exemple, les hôtels doivent mettre en place les énergies renouvelables tels l'économie de l'eau et de l'électricité et la gestion des déchets (tri sélectif des déchets) et la direction propose aux visiteurs d'utiliser l'ensemble de ses énergies en leurs communiquant l'importance de ces énergies pour protéger l'environnement.

Pour encourager le tourisme durable, la direction s'implique dans les sorties d'inspection pour sensibiliser les partenaires à valoriser les pratiques durables. Le plan d'action se base sur des études et un contrôle rigoureux des infrastructures pour garantir l'exécution des projets en cours.

Les événements planifiés comme la journée nationale et internationale du tourisme, la journée de l'artisanat et la saison estivale sont des actions qui reflètent cette approche responsable du tourisme durable et favorise une communication responsable.

Donc, d'après ces réponses, nous constatons que la direction du tourisme à Bejaïa met un fort accent sur la sensibilisation à l'importance du tourisme durable et écologique dans la région.

Les événements planifiés servent de plateformes pour promouvoir ces pratiques responsables et encourager les partenaires à adopter des approches respectueuses de l'environnement et permettent de communiquer directement avec les différentes parties prenantes. Cela montre l'engagement de la direction du tourisme à développer le tourisme de manière durable tout en préservant les ressources de la région en utilisant les différentes actions et canaux de communication.

3.8 les perspectives de la population sur la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia.

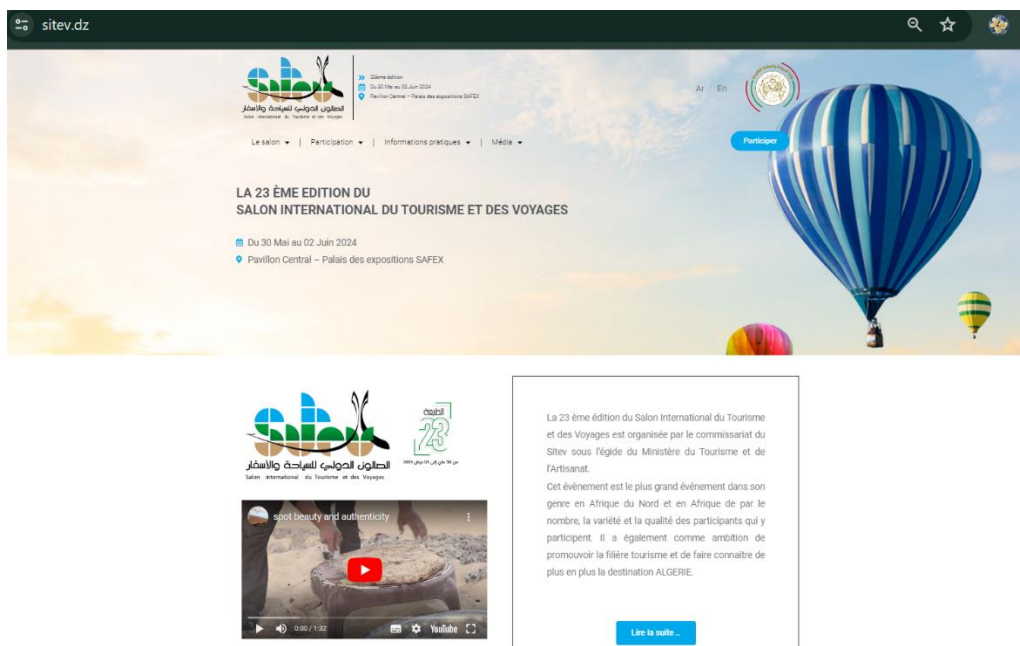
D'après les réponses des enquêtés, la population perçoit la direction de manière positive en général. En recevant quotidiennement de nombreuses personnes cherchant des orientations vers divers organismes qu'elle gère ou possède un accès, en répondons à leurs besoins et en les guidant vers les sites touristiques et les services hôteliers de qualité. Le feedback et les réclamations des citoyens les aident à améliorer leurs services et s'assurer que leur mission est accomplie avec efficacité.

D'après les informations et les réponses des enquêtés, les touristes nationaux sont les principaux visiteurs de Bejaia chaque année. Ils sont attirés par la richesse naturelle, culturelle, historique et géographique de la région, ainsi que par l'accueil chaleureux et les infrastructures touristiques bien développées. La direction du tourisme fait des actions de promotion et diversification pour attirer plus de visiteurs vers les sites naturels et les attractions. Ils font un suivi rigoureux pour évaluer l'efficacité de leurs actions, avec des inspections sur le terrain, des mensuelles des partenaires, et une plateforme pour suivre l'activité des hôtels et agences. Tout ça pour améliorer la gestion et l'offre touristique. Ils font des vérifications et des études pour examiner les résultats des actions, avec des retours administratifs et des rapports aux autorités compétentes.

La direction s'engage pleinement dans la promotion du patrimoine et le développement de nouveaux projets touristiques pour enrichir l'expérience des visiteurs. La collaboration étroite entre les hôtels, les agences de voyages et les associations touristiques pour offrir divers services aux touristes est essentielle ce qui démontre l'interaction entre les parties prenantes. De plus, l'accent mis sur la sensibilisation à l'importance du tourisme durable et écologique est crucial pour l'avenir du tourisme dans la région. Les événements planifiés jouent un rôle clé dans la promotion de pratiques responsables et le renforcement de la communication touristique tel que la participation de la DTA de la wilaya de Bejaia à des salons internationaux du tourisme « SITEV » au niveau de la SAFEX d'Alger démontre que cette dernière est un acteur actif dans ce secteur puisqu'il s'agit d'un événement qui rassemble de divers opérateurs et professionnels

du tourisme de plusieurs pays et qui touche un large public pour les programmes touristiques et de promouvoir la destination « Algérie ».

Figure 9 : Site officiel du salon international du tourisme et des voyages.



Source : sitev.dz

A travers les campagnes de sensibilisation que la DTA de Bejaia mène en collaboration avec ses différents partenaires et les différents organismes tels que la direction de l'environnement de la wilaya de Bejaia, la direction des forêts, la protection civile, APC et d'autres qui vise un large public y compris le citoyen et le touriste. Nous pouvons dire qu'à travers ces actions la direction s'inscrit dans la démarche du développement durable qui respecte les trois dimensions surtout environnementales sociale puisque ces campagnes contribuent à la sensibilisation et la prévention des citoyens et du touriste sur l'importance de l'environnement en diffusant des messages responsables en transmettant un message responsable.

En analysant les réponses et les données obtenus par nos enquêtés nous constatons que la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia vise de nouveaux projets qui s'inscrivent dans le cadre de la promotion touristique de la région, c'est une réflexion en amont au niveau du ministère dont Bejaia fait partie.

Ce projet intitulé le SDATW « schéma d'aménagement touristique de la wilaya » s'articule autour de cinq (05) phases à mettre en œuvre pour diversifier l'offre touristique afin d'attirer le maximum de touristes. Le SDAT est fixé pour l'année 2030 afin de faire du tourisme

un moteur du développement économique, social et culturel de la wilaya à travers des actions à **court terme** tels que :

- ✓ Professionnalisation des métiers (formation) ;
- ✓ L'enrichissement des programmes scolaires par des notions de tourisme bien comprises ;
- ✓ Renforcer la qualité et l'excellence dans le secteur pour offrir une meilleure expérience touristique.

A moyen terme :

- ✓ Consolider le positionnement balnéaire de la wilaya de Bejaïa ;
- ✓ Consolider le positionnement nature ;
- ✓ Renforcer son positionnement culturel et culturel ;
- ✓ Renforcement le positionnement thermal.

Et à long terme :

- ✓ Valorisation de l'ensemble du territoire, littoral et arrière-pays et vulgarisation de la thématique de découverte des grands paysages ;
- ✓ Faire émerger le territoire de Bejaïa comme une destination touristique régionale voir méditerranéenne majeur ;
- ✓ Faire du tourisme une attractivité permanente du territoire de Bejaïa tout au long de l'année.

La DTA de la wilaya de Bejaïa est à la cinquième phase de cette étude qui est la mise en œuvre, comportant les priorités à mener selon des échéances prédéterminées (court, moyen, et long terme), afin de garantir un développement touristique territorialement bien réparti et des aménagements, pour garantir à chaque territoire de la wilaya de Bejaïa à valoriser et développer ses atouts en désignant un comité de pilotage pour suivre l'application des projets touristique en faisant appel aussi a d'autres représentants qui sont en relation avec le développement du tourisme ainsi que un Observatoire de la wilaya de Bejaïa et l'intégrer a la direction du Tourisme. 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.

Pour mettre en action ce projet la direction met en évidence un agenda de la mise en œuvre du SDAT, c'est une sorte de feuille de route comportant huit (08) étapes :

- **Etape 1** : la mise en place de la structure de pilotage.
- **Etape 2** : l'organisation d'ateliers de travail par projet.
- **Etape 3** : la définition de la stratégie par pôle d'attractivité touristique.
- **Etape 4** : le lancement pré-opérationnel du Schéma.

- **Etape 5** : le démarrage des premiers chantiers et négociations.
- **Etape 6** : la mise en place de la stratégie de promotion et de la communication
- **Etape 7** : le lancement du Plan Qualité du Tourisme « P.Q.T ».
- **Etape 8** : la Mise en œuvre du Schéma Directeur d'Aménagement Touristique de la Wilaya « SDATW 2030 ».

En effet , nous pouvons dire que c'est une initiative intéressante qui mettra en valeur le potentiel touristique de la wilaya de Bejaia, son riche patrimoine et ces bels endroits et de faire de cette ville une destination majeure ce qui contribuera par la suite à s'inscrire dans une démarche durable vu que c'est un projet qui vise le long terme ainsi que de renforcer la communication touristique et de lui accorder plus d'importance afin d'attirer un nombre important de visiteurs qui aura par la suite des retombés économique.

Rajoutant a ceci, on déduit aussi que la DTA de la wilaya de Bejaia travail en collaboration avec plusieurs acteurs à leur titre : les hôtels, les agences du voyage, les associations touristiques ainsi que les guides touristiques.

Chapitre II

Discussions des résultats

Après avoir compléter notre étude de terrain au sein de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia, intitulé « l'apport de la communication touristique en Algérie dans le développement durable » et en analysant les réponses obtenues, nous constatons :

La première hypothèse : « **Les activités de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia contribuent à la sensibilisation des touristes pour adapter des comportements responsables envers l'environnement.** » est confirmée.

Par le biais de la cinquième (05) question : « **Comment vous réalisez des campagnes de sensibilisation ? Quels types de supports utilisez-vous, tels que des modèles de papiers ? Pouvez-vous me donner un aperçu des différentes thématiques abordées dans ces campagnes ? Au profit de qui ?** » et selon les réponses obtenus nous comprenons que les activités mises en place par la DTA de la wilaya de Bejaia et en collaboration avec de ses différents partenaires contribuent à la sensibilisation des touristes afin d'adopter des comportements responsables envers l'environnement en abordons de différentes thématiques liées à ce dernier en utilisant de divers supports de communication.

Et selon la septième (07) question du troisième axe (03) : « **Que fait votre direction pour planifier sa communication pour promouvoir le tourisme durable ? Pourriez-vous me parler du plan et des programmes mis en place pour encourager le tourisme responsable et durable dans la région de Bejaïa ?** » nous constatons que la DTA de la wilaya de Bejaia oriente les hôtels pour l'utilisation des énergies renouvelables dans le but de protéger l'environnement ainsi que l'organisation des sorties d'inspection pour accompagner et vérifier les activités de l'ensemble de ses partenaires.

Notre seconde hypothèse : « **La direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia emploie de divers moyens tels que le portail électronique du service en ligne, Site web, la page Facebook ; pour promouvoir un tourisme durable à la wilaya.** » est confirmée aussi

Selon la sixième (06) question du deuxième (02) axe : « **quelles types d'informations que vous diffusez auprès des touristes ? et quels sont les modes de transmissions de ses informations ?** » et d'après les réponses obtenues nous constatons que la direction implique de divers moyens pour que les informations fournies aux touristes comprennent des listes de plages autorisées et non autorisées, des agences agréées par l'État, ainsi que des circuits de différents niveaux. Ces détails sont communiqués via des panneaux par l'APC/wilaya pour les plages, tandis que leurs partenaires tandis que les partenaires utilisent les réseaux sociaux, les sites internet, les brochures et les guides pour présenter les infrastructures, les monuments et les sites touristiques de la région toujours sous le contrôle et le suivi de la DTA de Bejaia.

À partir de la cinquième (05) question du 3ème axe : « **comment la direction du tourisme participe à la promotion du patrimoine de la wilaya de Bejaïa ?** », Et selon les réponses des enquêtés nous remarquons que la direction fait la pub pour le patrimoine en créant des circuits et sites touristiques, en participant à des Salons nationaux et internationaux du tourisme, et en offrant des activités touristiques supplémentaires. En plus, elle fait des études d'aménagement en respectant la réglementation.

1. De plus, la septième question (07) du troisième (03) axe : « **Que fait votre direction pour planifier sa communication pour promouvoir le tourisme durable ? Pourriez-vous me parler du plan et des programmes mis en place pour encourager le tourisme responsable et durable dans la région de Bejaïa ?** » et d'après les réponses obtenues nous constatons que la DTA de Bejaia organise sa communication autour des sensibilisations aux enjeux environnementaux afin de garantir un tourisme responsable et écologique, l'organisation des sorties d'inspection sur terrain et aussi la participation à des événements ; tout ça s'inscrit dans le cadre d'une communication responsable et touristique sans le but de promouvoir un tourisme durable dans la région.

Conclusion générale

Notre recherche a été portée sur « l'apport de la communication touristique en Algérie dans le développement durable » réalisé au sein de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaïa du 5 mars jusqu'au 4 mai.

L'objectif de notre recherche consiste à étudier l'impact de la communication touristique sur le développement durable dans cette région, chercher à comprendre comment la communication dans le secteur touristique peut contribuer à promouvoir des pratiques durables et à préserver l'environnement tout en favorisant le développement économique et social.

Dans notre recherche, nous avons opté pour une approche qualitative en utilisant la méthode d'entretien semi-directif. Nous avons interviewé cinq fonctionnaires du service du tourisme au sein de la direction du tourisme et de l'artisanat pour recueillir des informations approfondies et variées.

Suite à notre étude scientifique nous constatons que la communication touristique est un facteur essentiel dans la sensibilisation des touristes et des acteurs locaux aux enjeux du développement durable. Elle permet de promouvoir des pratiques respectueuses de l'environnement, de valoriser le patrimoine naturel et culturel de la région, et d'encourager la participation de la communauté locale dans les initiatives de tourisme durable. La communication touristique efficace peut ainsi contribuer à la préservation des ressources naturelles, à la promotion de l'économie locale et à l'amélioration de la qualité de vie des habitants de la wilaya de Bejaïa.

En effet, en se basant sur notre étude scientifique, et après avoir examiné attentivement les réponses de nos enquêtés nous sommes arrivés à une conclusion que la communication touristique est un pilier fondamental qui joue un rôle crucial dans la promotion du développement durable dans la région de Bejaïa. Elle contribue aussi à sensibiliser les acteurs du secteur touristique et les visiteurs sur l'importance de préserver l'environnement, de soutenir les communautés locales et de favoriser une croissance économique équilibrée. Cette conclusion souligne l'impact positif que la communication touristique peut avoir sur la durabilité et la prospérité à long terme ainsi que de renforcer l'économie locale de la région.

Pour conclure, nous dirons que la direction du tourisme et de l'artisanat est un établissement qui s'investit pleinement dans la promotion du tourisme durable et la satisfaction des visiteurs, en mettant l'accent sur la préservation de l'environnement et la qualité des services touristiques à Bejaïa. En revanche, il est nécessaire que la DTA de Bejaïa de fournir plus d'importance à la communication dans avec les acteurs locaux pour une collaboration plus étroite.

Dans ce contexte, on distingue une thématique de recherche qui mérite d'être étudiée en profondeur, notamment l'impact de la communication touristique sur la sensibilisation à la durabilité et la promotion du tourisme responsable à Bejaïa.

Dans les perspectives de recherche, on peut proposer aux futurs étudiants un sujet de recherche qui mérite d'être exploré en profondeur qui est l'usage de la communication touristique virtuelle dans la promotion d'un site touristique de la région de Bejaia.

Liste bibliographique

Ouvrages :

1. ANGERS, M Initiation Pratique a La Méthodologie Des Sciences Humaines, Editions Université Casbah, Alger 1997, P336
2. ANGERS, M. Initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines, 6eme édition, 2014, p. 167.
3. AQUILINA, M, MAHEO, C, PUNGNIERE-SAAVEDRA, F, La communication touristique vers de nouvelles interfaces, Presses de l'Université Laval, coll. « Géographie », Québec, 2018, P130.
4. BERTHIER.N. les techniques d'enquête en sciences sociales, 3^{ème} édition, Paris, 2006, P78.
5. COMELIAU, CH, développement durable et responsabilité citoyenne, éditions Privat, P30
6. EPENDA. A, pièges et étapes du processus de recherche de la théorie à la présentation des résultats, édition L'Harmattan, Paris, 2018, P129.
7. FERONE, G, DEBAS, D, GENIN, A-S, ce que le développement durable veut dire, éditions d'organisation, Paris, 2004, P48
8. Gordon MACE et François PETR. Guide d'élaboration d'un projet de recherche en sciences sociales, 3e édition de Boeck, Laval, 2000. P41.
9. GUILLAUME.D, méthodes de recherche en relations internationales, presses de sciences po, 2016, P 159.
10. JOSE MANGALU.MA. Guide d'analyse des données en sciences sociales et humaines de la conception de l'étude à la préparation des analyses, édition l'Harmattan, Paris, 2020. P48.
11. SOBCZAK, A. MINVEILLE, N. responsabilité globale manager le développement durable et la responsabilité sociale des entreprises, 2011, P 17.

Ouvrage en ligne : Pin, C. L'entretien semi-directif, 3mai 2023. Consulté le 18 avril à 20h10.
<https://sciencespo.hal.science/hal-04087897/>

Thèses et mémoires :

1. AKASBI H, EL BAH, ALIOUA, H, EL HADY, FZ, EL AIDI, B, EL OUADGHIRI, N EL ASRI, T, EL-HASSOUNI, S BORKI, H, ELAMRI, R, ELYOUSFI ALAOU, M, FAHIM, FZ, KERRAZ N, La Communication touristique version finale, Mémoire, P17, consulté le 15 avril à 21h10. ([La Communication Touristique Version Finale | PDF \(scribd.com\)](#))
2. BIBALSIO BROCHARD, L. Le développement durable : enjeux et mesurabilité (Mémoire présenté comme exigence partielle), (université du Québec à Montréal), Canada, 2011. <https://archipel.uqam.ca/4046/1/M12097.pdf>
3. BRUGUE, A. La communication touristique : stratégies d'image & d'identité (Mémoire de recherche master 1- AGEST, université bordeaux Montaigne, IATU), France, 2015 <https://fr.slideshare.net/BAanis/memoire-la-communication-touristique>
4. ESSABRI.N. Représentations, agir et justifications du développement durable chez les dirigeants de PME : « Le cas des dirigeants de riads maisons d'hôtes à Marrakech », Discipline : Sciences de gestion Spécialité : Prospective, innovation, stratégie, organisation, 2017, P24. (<https://theses.hal.science/tel-01815121/document>)
5. HADRI, KH, le tourisme durable vers un tourisme balnéaire durable à Annaba, mémoire de master en architecture écologique, univ 08 Mai 1945 de Guelma, juin 2017, P37-39, consulté le 05 avril à 13h30. (<https://dspace.univ-guelma.dz/jspui/bitstream/123456789/2477/1/m%C3%A9moire%20kh.pdf>)
6. HAL open science, MAKIAN S, l'effet de la communication touristique en ligne sur l'image de la destination : étude de cas l'Iran, Mémoire de Master 2 « tourisme, innovation, transition », Univ Grenoble Alpes France, 2018, consulté le 20 février à 14h06. (<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas>)
7. MEBARKI, H, ARHAB, B, développement durable et tourisme : quels enjeux, cas de Bejaia, Mémoire de fin de cycle en sciences économique, univ de Bejaia, 2012-2013, P36-38
8. MEBARKI, H, ARHAB, B, développement durable et tourisme : quels enjeux, cas de Bejaia, Mémoire de fin de cycle en sciences économique, univ de Bejaia, 2012-2013, P36-38
9. N'AGRI ADAM, O. Mémoire online, Analyse Sociologique des attitudes et des comportements des parents face à la vaccination des enfants contre la poliomyélite dans le district sanitaire II de Niamey, sociologie 2007.

(www.memoireonline.com/07/09/2290/m_Analyse-Sociologique-des-attitudes-et-des-comportements-des-parents-face--la-vaccination-des-enfan10.html)

10. RUKUNDO, JC, évaluation des résultats de l'insémination artificielle bovine dans le département de Mbour au Sénégal : cas du projet GOANA, thèse pour obtenir le grade de docteur en médecine vétérinaire, publiée en 2009,
(<https://beep.ird.fr/collect/eismv/index/assoc/TD09-23.dir/TD09-23.pdf>)
11. YAKOUBI, TH, ZEKRINI, Y, la communication touristique et ma mise en tourisme des patrimoines dans la ville de Bejaia, Mémoire de fin de cycle, Univ de Bejaia, 2018-2019, P34-35

Articles scientifiques :

1. BENHASI, M, Tourisme durable : fondements, indicateurs et apport au développement des pays du Sud, Reserchegate, janvier 2008, P12, consulté le 15 avril à 18h15. (https://www.researchgate.net/publication/216226647_Tourisme_durable_fondements_indicateurs_et_apport_au_developpement_des_pays_du_Sud)
2. BENSELMANE, A, SEMAOUNE, KH, le tourisme durable en Algérie enjeux et perspectives, publié dans la Revue Al Bashaer Economic Journal, vol (6), N (2), Univ Mhamed ben Ahmed Oran 2 Algerie, 2020, P06, consulté le 10 avril à 17h00.
(<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/196/6/2/133540>)
3. BOUTARCHA, F, pour un tourisme durable : la stratégie de développement touristique dans les littéraux Algériens, Univ Bejaia, publié dans la revue Recherches et études en développement, vol (10) / N (1), 2023, P606, consulté le 10 avril à 19h35
(<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/224606>)
4. EL BOUDRIBILI, Y, Mise en œuvre du management environnemental pour le développement touristique durable du territoire de la région Souss-Massa-Draa (Maroc), univ Ibn Zohr, Agadir, Researchgate, 8 décembre 2014, consulté le 13 avril à 18h56. (https://www.researchgate.net/figure/Representation-de-la-mise-en-reseau-des-acteurs-du-tourisme-durable-EL-BOUDRIBILI-2014_fig3_283657718)
5. HAMITI.D, BOUZADI-DAOUD.S, Etude du concept du développement durable Study of the concept of sustainable development, Ibn khaldun journal of Innovation and Developpement, Vol. (3) No. (2) (0202), publié le 15/10/2021, P136, consulté le 03 avril à 00h45. (<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/1656495>)

6. MESBAHI, FZ, défis et enjeux du développement durable en Algérie, univ Abou-bekr BELKAID Algérie, publié dans la revue Revue des Economies Financières Bancaires & de Management Vol :10 / N : 01(2021), p 243-261, 2021, P351, Consulté le 05 avril à 11h10. (<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/150716>)
7. Philippe Viallon, La communication touristique, une triple invention, publié dans la revue Mondes du tourisme, open edition journals, septembre 2015, P6, consulté le 15 avril à 23h00. (<https://journals.openedition.org/tourisme/171>)
8. SATOURI, DJ, développement durable en Algérie : actualité et défis, univ Mohamed Bachir el Ibrahimi, publié dans la revue EL Bahit, vol (16), N (16), P299-311, 2016, P300-301, Consulté le 05 avril à 10h40. ترجمة بتصرف
(<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/138948>)
9. SOMON, A, tourisme fondamentaux et techniques, Dunod, 2019, P07, consulté le 25 février à 19h00.
(<https://www.dunod.com/sites/default/files/atoms/files/9782100790272/Feuilletage.pdf>)

Webographie :

1. Organisation internationale de la francophonie, Comprendre et analyser les enjeux et les actions du développement durable, session 2020 : 3 février au 29 mars, Paris.
<https://www.francophonie.org>
2. DEUBEL, PH. Institut de l'entreprise Melchior, 2020.
(<https://www.melchior.fr/synthese/la-responsabilite-sociale-de-l-entreprise>)
3. Mon entreprise bougie EMPLITUDE pour l'emploi, confiance par l'union européenne, historique de la responsabilité sociale depuis ses origines. (<https://www.label-emplitude.fr/>)
4. GERAD, N, LOIC, A. Guide de la consommation, communication responsable des entreprises : pour une relation de confiance avec les consommateurs, union des annonceurs, juillet 2011, P6

<https://www.fhf.fr/sites/default/files/documents/Guide%20de%20la%20communication%20responsable.pdf>)

5. Tchréalisation, tourisme : quels supports de communication ? 2021, consulté le 18 avril à 15h50. (<https://tchrealisation.com/tourisme-supports-communication-print/>)
6. O-communication, la communication RSE et ses enjeux, 2021. (<https://www.o-communication.com/communication/communication-rse/>)
7. Pour l'ECO l'éclairage économique pour comprendre l'actualité, développement durable, 2020. Consulté le 08 mars à 18h00. (<https://www.pourleco.com/le-dico-de-l-eco/developpement-durable>)
8. Open édition journals, M Tsayem Demaze. Paradoxes conceptuels du développement durable et nouvelles initiatives de coopération Nord-Sud : le Mécanisme pour un Développement Propre (MDP), 2009, Consulté le 12 mars à 16h30. (<https://journals.openedition.org/cybergeogeo/22065>)
9. Organisation, Label tourisme équitable, le portail du tourisme équitable et solidaire, le slow tourisme, consulté le 15 avril à 18h00. (<https://www.tourisme-equitable.org/le-slow-tourisme/>)
10. Organisation des nations unies TOURISME, Code mondial d'éthique du tourisme, consulté le 12 avril à 23h45. (<https://www.unwto.org/fr/contexte-du-code-mondial-d-ethique-du-tourisme>)
11. BOUFENA, F. cours Master développement durable du module tourisme et développement durable, univ frères Mentouri –Constantine 1
(https://fac.umc.edu.dz/fst/fichiers/master%20tourisme/S2/Mme%20Boufenra_MODULE%20TOURISME%20DURABLE.pdf)
12. Démarches territoriales du développement durable, définitions de l'Agenda 21^{ème} siècle local, 2015. Consulté le 20 mars à 22h00 (
<https://demarchesterritorialesdedeveloppementdurable.org/definitions/>)

13. Vie publique au cœur du débat public, Qu'est-ce que l'Agenda 21 ? publié le 26 juin 2020.
Consulté le 20 mars à 22h10 (<https://www.vie-publique.fr/fiches/274842-quest-ce-que-lagenda-21>)
14. La mode c'est vous, QU'EST-CE QUE L'AGENDA 21 : RÉSUMÉ ET OBJECTIFS ?
publié le 11 novembre 2018, consulté le 20 mars à 22h30.
(<https://lamodecestvous.com/qu-l-agenda-21-resume-objectifs/>)
15. La grenelle de l'environnement, l'historique du développement durable, Aout 2012,
consulté le 05 avril à 00h10. (https://www.seine-et-marne.gouv.fr/contenu/telechargement/4979/35469/file/FIC_20120800_Histo_DD.pdf)
16. 40 ans de développement durable : les dates marquantes, 2012, consulté le 05 avril à 23h30.
(https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/40ans_developpement_durable_cle0fa8f5.pdf)
17. Organisation, Nations unies, Conférence des Nations Unies sur le développement durable, du 20 au 22 juin 2012, Rio de Janeiro, consulté le 05 avril à 00h30.
(<https://www.un.org/fr/conferences/environnement/rio2012>)
18. Klorane Botanical Foundation, les trois piliers du développement durable, France, consulté le 02 avril à 20h00.
(<https://www.kloranebotanical.foundation/comprendre-et-preserver-labiodiversite/developpement-durable/les-trois-piliers-du-developpement-durable>)
19. Organisation, programme des nations unies pour le développement, qu'est-ce que les objectifs du développement durable, 2017, consulté le 02 avril à 16h10.
(<https://www.undp.org/fr/sustainable-development-goals>)
20. Portail de transition écologique, Save 4 planète, PLANETE- développement durable : définition, enjeux et objectifs, consulté le 03 avril à 14h30.

<https://www.save4planet.com/ecologie/69/developpement-durable-definition-enjeux#title-3>)

21. My UNICEF, 15 minutes pour comprendre les objectifs du développement durable (OOD), France. Consulté le 03 avril à 13h00.
(https://www.unicef.fr/sites/default/files/fiche_thematique_odd.pdf)

22. Organisation, Unicef pour chaque enfant, L'UNICEF et les objectifs de développement durable 17 objectifs. 7 années restantes, consulté le 03 avril à 15h00.
(<https://www.unicef.org/fr/objectifs-de-developpement-durable>)

23. Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique, Conférence régionale des universités de centre, les enjeux liés au développement durable, le développement durable en Algérie, 2020. Consulté le 08 avril à 19h00
(https://services.mesrs.dz/EthiqueDeontologie/LivrablesCRUC/EnjeuxDD_Fr/web/6Developpement-Durable-en-Algerie.html)

24. REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE, RAPPORT NATIONAL DE L'ALGERIE, 19ème session de la Commission du Développement Durable des Nations Unies (CDD-19), 2011.
(https://www.un.org/esa/dsd/dsd_aofw_ni/ni_pdfs/NationalReports/algeria/full_report.pdf)
)

25. Rapport National Volontaire 2019 Progression de la mise en œuvre des ODD, responsabilité, culture de paix, mixité et pluralité au service de l'Agenda 2030, consulté le 09 avril à 15h15.([CNESE | Rapport National Volontaire 2019 Progression de la mise en œuvre des ODD | Conseil National Economique, Social et Environnemental \(CNESE\)](#))

26. Organisation des nations unies TOURISME, Tourisme de développement durable, consulté le 12 avril à 23h00. (<https://www.unwto.org/fr/tourisme-developpement-durable>)

Table des matières

Remerciements	
Dédicace	
Liste des abréviations	
Liste des tableaux	
Liste des figures	
Introduction générale.....	1

Cadre méthodologique

Chapitre I : L'analyse conceptuelle

1. La problématique :	4
2. Les hypothèses :	5
3. Les études antérieures :	6
4. Définitions des concepts :	7
4.1. La communication touristique :	8
4.2. Le développement durable :	8
4.3. Le tourisme :	9
4.4. Sensibilisation :	9
5. Les raisons du choix de thème :	9
6. Les objectifs de la recherche :	10

Chapitre II : Démarche méthodologique

1. L'approche théorique :	11
1.1. La responsabilité sociale des entreprises :	11
1.2. L'émergence de la notion de responsabilité sociale :	12
1.3. Les théories de la RSE :	14
1.4. La communication responsable :	15
2. Méthode et technique de recherche :	16
2.1. La méthode de recherche :	16
2.2. La technique de recherche :	17
3. La population mère de l'étude :	18
3.1. L'échantillon d'étude :	18
3.2. L'échantillonnage :	18
3.3. Type d'échantillonnage :	19

4. La pré-enquête et le déroulement de l'enquête	19
4.1. Pré-enquête :.....	19
4.2. Déroulement de l'enquête :	20
5. Les difficultés rencontrées :	21

Cadre théorique

Chapitre I : Développement durable et tourisme durable

Section 01 : généralités sur le développement durable	22
1.1. Définition du développement durable :.....	22
1.2. Contexte historique du concept développement durable :	23
1.3. Naissance et conceptualisation du développement durable :	24
1.4. Les piliers/ dimensions du développement durable :	29
1.4.1. Le pilier environnemental :	29
1.4.2. Le pilier économique :.....	29
1.4.3. Le pilier social :.....	30
1.5. Les objectifs du développement durable :.....	31
1.5.1. Les 17 ODD :	31
1.6. Les caractéristiques du développement durable :.....	35
1.7. Les enjeux de développement durable :	36
1.8. Les principes fondamentaux du développement durable :.....	37
1.8.1. La responsabilité :	37
1.8.2. La participation :	37
1.8.3. La précaution :.....	38
1.8.4. La solidarité :.....	38
1.8.5. La gouvernance :.....	38
1.9. Le développement durable en Algérie :	38
1.9.1. Le cadre juridique de développement durable en Algérie :	40
Section 02 : le tourisme durable.....	41
2.1. Définition du tourisme durable :	41
2.1.1. Le tourisme durable :.....	42
2.2. Dates clés de l'émergence du tourisme durable :.....	44
2.3. Les acteurs du tourisme durable :.....	45
2.3.1. Les entreprises du tourisme :.....	46
2.3.2. Les communautés locales :.....	46

2.3.3. Les défenseurs de l'environnement :	46
2.3.4. Les élus et personnalité politiques :	46
2.3.5. Les touristes :	47
2.3.6. Le mouvement associatif :	47
2.4. Les formes du tourisme durable :	47
2.4.1. Ecotourisme :	47
2.4.2. Tourisme responsable :	47
2.4.3. Tourisme équitable :	47
2.4.4. Slow tourisme :	48
2.4.5. Tourisme solidaire :	48
2.5. La relation entre le développement durable et le tourisme :	48

Chapitre II : La communication touristique

1. Définition de la communication touristique :	50
2. Revue historique :	50
3. La communication touristique comme approche alternative :	51
4. Les objectifs de la communication touristique :	52
5. Notion d'attractivité touristique :	53
6. Les outils de la communication touristique :	53
6.1. Le dépliant et la brochure :	53
6.2. L'affiche :	54
6.3. sites internet :	54
6.4. réseaux sociaux :	54
6.5. Catalogue et magazine de destination :	54
6.6. Les newsletters :	54
6.7. Les outils hors média :	54
6.8. L'évènementiel :	55
6.9. Le parrainage :	55
6.10. Les salons professionnels :	55
6.11. Les relations publiques :	55

Cadre pratique

Chapitre I : Analyse et interprétation des données

Section 01 : Le cadre spatio-temporel de l'étude.....	58
1.1. Présentation de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia :	58
1.1.2. L'historique de la DTA :	58
1.1.3. Ses missions :	59
1.2 présentation de la période :	61
Section 02 : analyse et interprétation des données	61

Chapitre II : Discussions des résultats

Conclusion générale	81
Liste bibliographique	
Annexes	
Résumé	

Annexes

Annexe N°1 : Guide d'entretien

Université Abderrahmane mira Bejaia

Faculté des sciences humaines et sociales

Département des sciences de l'information et de la communication

Nom :

- MAAMER Kenza
- IMLOUL Amel

Thème :

L'apport de la communication touristique en Algérie dans le développement durable

Guide d'entretien au près du service du tourisme de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia. Dans le cadre de la réalisation de notre master en communication et relations publiques. Ce guide a été destiné au fonctionnaires de la direction dans le but de nous permettre de recueillir les données nécessaires afin de répondre à notre problématique qui consiste à comprendre comment la communication touristique contribue à la promotion du tourisme durable dans la région.

Axe 01 : données socio-professionnelles :

• **Genre :**

➤ **Masculin**

➤ **Féminin**

• **Age :**

• **Poste occupé :**

• **Ancienneté :**

• **Expériences professionnelles :**

Axe 02 : Les activités de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia a contribué à la sensibilisation des touristes pour adapter des comportements responsables envers l'environnement.

1- Que signifie pour le tourisme pour vous ?

.....
.....

2- Comment la direction perçoit-elle le tourisme dans la région de Bejaïa ? Quelle est sa vision et ses objectifs en termes de développement touristique ?

.....
.....

3- Que pensez-vous du comportement des touristes vis-à-vis l'environnement et la société ?

.....
.....

4- Quelles sont les mesures prises par votre direction pour préserver les ressources naturelles de la wilaya de Bejaïa ?

.....
.....

5- Comment vous réalisez des campagnes de sensibilisation ? Quels types de supports utilisez-vous, tels que des modèles de papiers ? Pouvez-vous me donner un aperçu des différentes thématiques abordées dans ces campagnes ? Au profit de qui ?

.....
.....

6- Quelles types d'information que vous diffusez auprès des touristes ? Et quels sont les modes de transmission de ces infos ?

.....
.....

Axe 03 : La direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia emploie de divers moyens tels que le portail électronique du service en ligne, Site web et la page Facebook, pour promouvoir le tourisme durable à la wilaya.

1- Combien de touristes viennent visiter Bejaïa chaque année ? Quelle catégorie de touristes ? Est-ce principalement des touristes étrangers ou des touristes nationaux ?

.....
.....

2- Quels sont les facteurs qui attirent les touristes vers cette destination ? Est-ce que la direction du tourisme fait de la publicité ou met en place des initiatives pour attirer les touristes ?

.....
.....

3- Est-ce qu'il y a un suivi des actions de tourisme mises en place par la direction du tourisme à Bejaïa ? Et Comment le suivi ce fait ?

.....
.....

4- Est- ce qu'il y'a une vérification et études pour examiner les résultats de ses actions ? Et Est-ce qu'il y a du feedback ?

.....
.....

5- Comment la direction du tourisme participe à la promotion du patrimoine de la wilaya de Bejaïa ?

.....
.....

6- Quelles sont les activités touristiques proposées par votre direction pour les visiteurs à Bejaïa ? Pourriez-vous me donner des détails sur les infrastructures telles que les hôtels, les services d'accueil au niveau des sites touristiques, les documents guides touristiques et les centres d'accueil ?

.....
.....

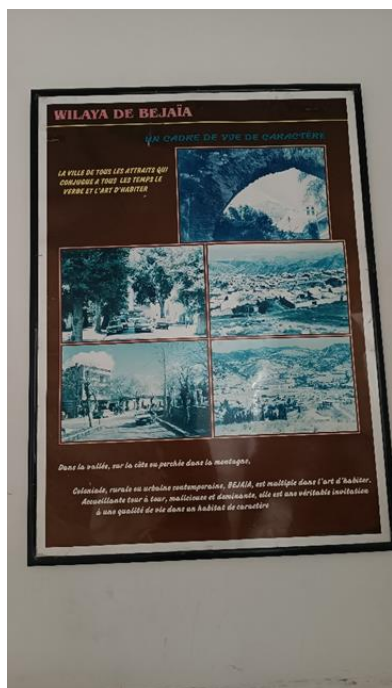
7- Que fait votre direction pour planifier sa communication pour promouvoir le tourisme durable ? Pourriez-vous me parler du plan et des programmes mis en place pour encourager le tourisme responsable et durable dans la région de Bejaïa ?

.....
.....

8- Comment pensez-vous que la population perçoit votre direction ? Comment vous l'avez su ?

.....
.....

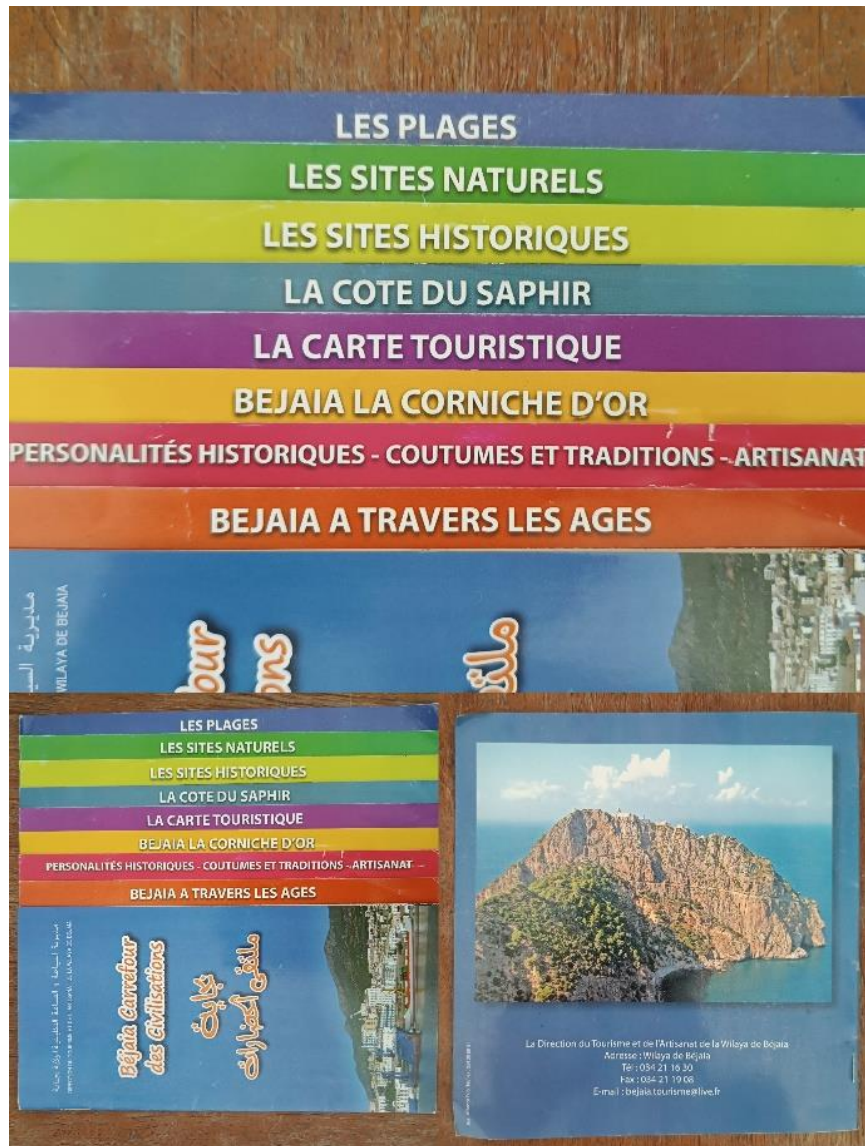
Annexe 2 : Affiches exposé au niveau de la réception



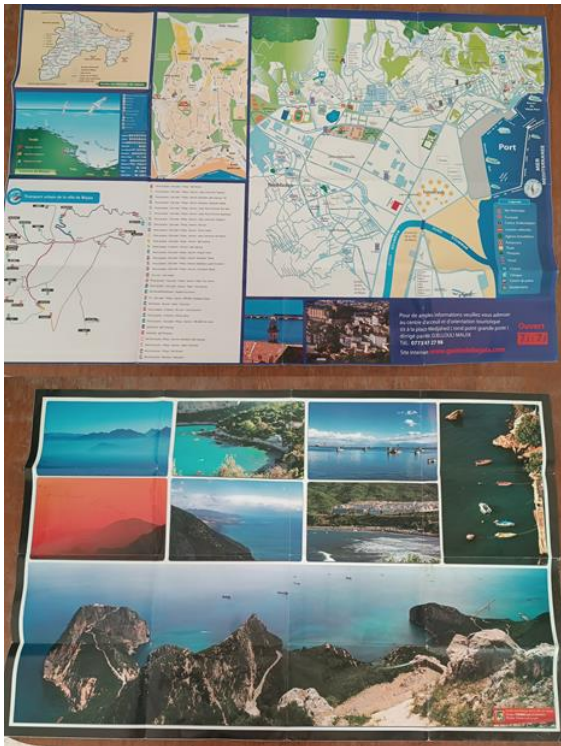
Annexe 3 : Livre réalisé par la DTA



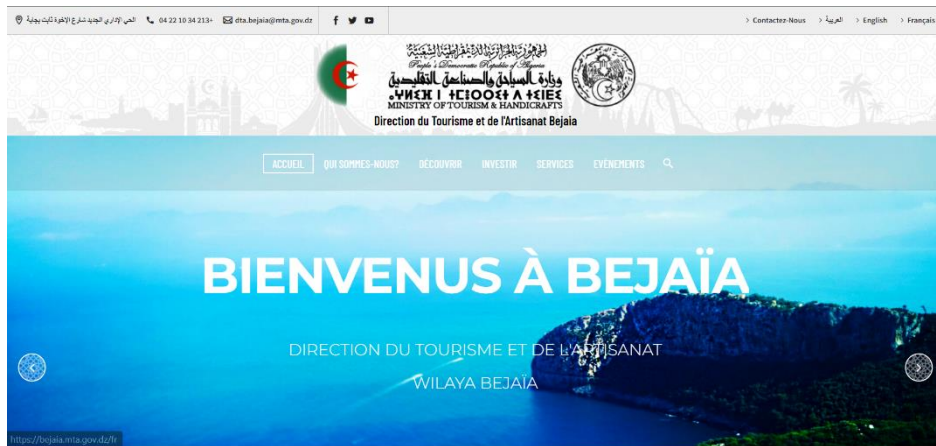
Annexe 3 : dépliant réalisé par la DTA



Annexe 4 : deux brochures réalisés par la DTA

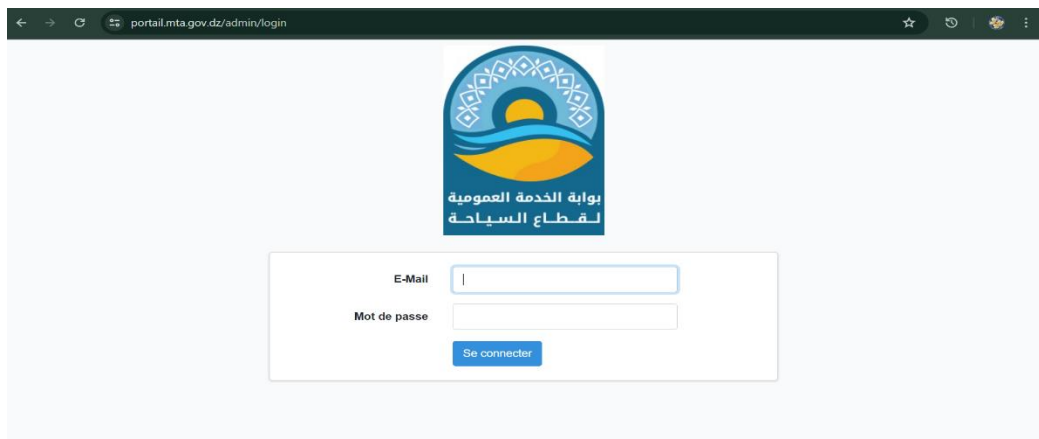


Annexe 5 : Site officiel de la DTA



Source : <https://bejaia.mta.gov.dz/fr/>

Annexe 6 : Portail du service public du secteur du tourisme



Source : <https://portail.mta.gov.dz/admin/login>

Résumé

Le tourisme est un sujet qui est intéressant, cela nous a amené à avoir la volonté de le traiter du point de vue communicationnel dans la région de Bejaia.

L'objectif de cette recherche est de comprendre l'apport de la communication touristique en Algérie dans le développement durable et de répondre à la problématique suivante : « comment la communication touristique de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia contribue à la promotion du tourisme durable dans la région durant la période 2023 » dont le cas pratique est effectué au sein de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia.

Nous synthétisant que la communication touristique, notamment dans la région de Bejaia, est un facteur essentiel pour la promotion des destinations et la sensibilisation des touristes ; par conséquent, le tourisme durable vise à minimiser l'impact environnemental. La direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia, quant à elle, est chargée de promouvoir le tourisme dans la région en mettant en place des stratégies pour un tourisme durable et bénéfique pour tous.

Mots clés : la région de Bejaia, la communication touristique, tourisme durable, développement durable.

Abstract

Tourism is an interesting subject, which led us to examine it from in Bejaia in the communication side.

The aim of this research is to understand the contribution of tourism communication in Algeria to sustainable development, and to answer the following question: "How does tourism communication at the Directorate of Tourism and Handicrafts of Bejaia district contribute to the promotion of sustainable tourism in the region during the period 2023?" The case study is carried out within the Directorate of Tourism and Handicrafts of the wilaya of Bejaia.

We deduce that tourism communication, particularly in the Bejaia region, is an essential factor in promoting destinations and raising tourist awareness; consequently, sustainable tourism aim to minimize environmental impact. For its part, in Bejaia departement of tourism and crafts department is responsible for promoting tourism in the region by implementing strategies for sustainable, win-win tourism.

Keywords: Bejaia region, tourism communication, sustainable tourism, sustainable development.

ملخص

ان السياحة موضوع مهم، وهذا دفعنا ذلك إلى الى دراسته من المنظور الاتصالي في منطقة بجاية . الهدف من هذا البحث هو فهم مساهمة الاتصال السياحي في الجزائر في التنمية المستدامة والإجابة على السؤال التالي: "كيف يساهم الاتصال السياحي من قبل مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية بجاية في ترقية السياحة المستدامة في المنطقة خلال الفترة 2023؟" "خلصنا الى أن الاتصال السياحي، لا سيما في منطقة بجاية، عامل أساسي في الترويج للوجهات السياحية وتوعية السياح، وبالتالي فإن السياحة المستدامة تهدف إلى تقليل التأثير البيئي. ومن جهتها، تتولى مديرية السياحة والصناعات التقليدية بولاية بجاية مسؤولية الترويج للسياحة في المنطقة من خلال وضع استراتيجيات للسياحة المستدامة التي تعود بالنفع على الجميع.

الكلمات المفتاحية: منطقة بجاية، التواصل السياحي، السياحة المستدامة، التنمية المستدامة.