

نحو تدعيم سياحة افتراضية ورقمية في عالم ما بعد كورونا
(تجديد لمنظومة القانون الدولي للسياحة)

Towards supporting virtual and digital tourism in the post-Corona world
(Renewal of the international tourism law system)

د. ساسي نجاه*

كلية الحقوق ، جامعة الجزائر 1

najet0083@yahoo.fr

تاريخ الارسال 2021/04/21 : تاريخ القبول: 2021/05/27 . تاريخ النشر:

المخلص:

إن التحديات التي تواجه رقمنة السياحة مرتبطة أساسا بإرساء اجراءات مرافقة لفئة العمال وموظفي السياحة من اجل تحسين الكفاءة إلى جانب المستخدمين ، وتوعوهم على العمل بالبيانات الضخمة في المجال السياحي بما يضمن احترام الحريات الفردية و تحقيق الثقة لدى الغير، إذ يتعين من الدراسة البحثية الحالية تحديث الإطار والفاعلين ، وكذا البيئة التي تندرج فيها ديناميكية السياحة الرقمية والافتراضية والاشكالات الناتجة بمناسبة آثار جائحة كورونا، من حيث أنفرضت على العالم مستوى صارما من الانعزال وتوقفا تاما للنشاطات السياحية ، لاسيما وأنها تمثل أهم القطاعات الحيوية اقتصاديا واجتماعيا و ذات أبعاد دولية مهمة منبثقة عن اهداف التنمية المستدامة التي يتجدد بها القانون الدولي للسياحة على ، والأمر لم يعد يتعلق بمجرد تسهيل حجوزات أو مخططات سياحية بقدر ما فرض التحول الرقمي آفاقا هامة للسفر عبر العالم الافتراضي تجمع بين المتعة، الرفاه واكتشاف ثقافات أخرى في بيئة جديدة قوامها الذكاء الانساني تنتظر من الدول (نامية أو متقدمة) توسيعها وتعزيزها.

الكلمات المفتاحية: السياحة الرقمية- السياحة الافتراضية- السياحة الذكية- سياحة 4.0 - السياحة المستدامة

Abstract :

The challenges facing the digitalization of tourism are mainly related to the establishment of procedures accompanying the category of workers and tourism employees in order to improve efficiency as well as the users, and to accustom them to work with big data and all tourism statistics, in order to ensure respect for individual freedoms and achieve confidence in others, as the current research study must renew The framework and challenges, as well as the environment in which the dynamics of digital tourism fall into and the problems presented on the occasion of the effects of the Corona pandemic and imposed on the world a strict level of isolation (due to the closure of borders) and a complete cessation of tourism activities, especially as they represent the most important economic, social and important sectors with important international dimensions, no As long as covered by the sustainable development goals.

Keywords:

المقدمة

يقوم الابتكار والانفتاح على المبادرات النافعة على تشجيع خلق مسارات يتخيلها ويضعها السكان المحليون ، فضلا عن تقديم عروض مجمعة بين مختلف المواقع والأنشطة القريبة أو ذات التجانس الموضوعاتي على مستوى المجتمعات المحلية ، والسماح بخلق بطاقات مرور سياحية (Pass touristique) لصالح السياح من اجل ديناميكية النشاطات ذات الصلة شريطة ضمان تغطية رقمية عالية الاستقطاب في المناطق البعيدة.

إن التحديات التي تواجه رقمنة السياحة مرتبطة أساسا بإرساء اجراءات مرافقة لفئة العمال وموظفي السياحة من اجل تحسين الكفاءة إلى جانب المستخدمين ، وتعيدهم على العمل بالبيانات الضخمة وكافة الاحصائيات السياحية ، بما يضمن احترام الحريات الفردية ، تحقيق الثقة لدى الغير ، اعلام السياح حول حالات التعسف في استعمال معطياتهم وتطوير التطبيقات الآمنة ، السهر على مراقبة صحة الآراء الواردة عبر الخط لضمان وصول أكبر قدر من المعلومات الصحيحة للمستهلكين السياح، كما أن ضمان توازن بين المؤسسات السياحية والسلطات يحقق المرونة وعدم الضغط في تنفيذ المشاريع السياحية ، وأخيرا تشجيع ارساء مؤسسات ناشئة للسياحة الرقمية أو الافتراضية (numérique /virtuelle) ومعها مبادرات حاضرات سياحة من شأنه تحرير هذا النوع من النشاطات لعجلة التنمية الاقتصادية ، فكيف جسدهت التحديات التي صاحبها انعكاسات جائحة كوفيد - 19 وفرضت على العالم مستوى صارما من الانعزال (بسبب غلق الحدود) وتوقف تام للنشاطات السياحية ؟ لاسيما وأنها تمثل أهم القطاعات الحيوية اقتصاديا ، اجتماعيا و ذات أبعاد دولية مهمة ، لا طالما شملتها اهداف التنمية المستدامة. إذ يتعين من الدراسة البحثية الحالية تجديد الإطار والتحديات ، وكذا البيئة التي تتدرج فيها ديناميكية السياحة الرقمية والاشكالات المطروحة بمناسبة آثار جائحة كورونا ، والبدائية تكون من تغير مفهوم السائح مقارنة عما كانت سائدا سابقا، حيث تعرف المنظمة العالمية للسياحة الشخص السائح على انه " كل شخص قضى ليلة واحدا خارج مسكنه بمناسبة السفر ، وإلا عُدَّ مجرد زائر أو قائما برحلة ، إلا إن السياق يختلف في الوقت الحالي ، لأن السكان المحليين في طلب متزايد وبحث متواصل عن سبل جديدة ومتنوعة عن الترفيه، وبعض المناطق ترى في السياح السابقين الذين استقروا فيها قد تحولوا إلى مقيمين جدد، الأمر الذي ادخل الكثير من النسبية على الحدود الفاصلة بين السياحة والترفيه، بين الحياة اليومية وأوقات الراحة والاستجمام.

المبحث الأول: مستلزمات التحول الرقمي للنشاطات السياحية تحت تأثير انعكاسات جائحة كوفيد -19

بالنظر للعلاقة الوطيدة بين السياحة وقطاع الخدمات والأموال، فإن الأزمة الصحية لكوفيد-19 أوقعت ولازالت توقع الدول المتقدمة والنامية في مشاكل اقتصادية، اجتماعية وإيكولوجية معتبرة إلى درجة التأزم، وحول قطاع السياحة ككل إلى مشكلة شاملة (أولا)، الأمر الذي أحيا معه فكرة التحول الرقمي في هذا المجال، بعد أن كانت مجرد آفاق غير معلومة الزمن أصبحت مفهوما طموحا يُنتظر منه الكثير كي يُجسد كبديل عملي للسياحة الكلاسيكية في الوقت الذي تجهل فيه كل جهة فاعلة متى وكيف تُستعاد نشاطاته إلى مسارها الطبيعي وتعويض ما فات (ثانيا).

أولا: أزمة السياحة أثناء وبعد جائحة كوفيد-19

قدّر برنامج الأمم المتحدة الإنمائي بأن الناتج المحلي الإجمالي العالمي (PIB) قد انخفض إلى 1170 مليار دولار نتيجة الصدمة التي تحملها قطاع السياحة (أي بنسبة 1.5%) مقابل انقطاع لمدة 04 أشهر منذ بداية الجائحة، ووصل إلى 2220 مليار دولار (أي بنسبة 2.8%) في غضون 08 أشهر، كما أن حجم الخسائر في الاقتصاد وصل إلى ثلاثة أضعاف ما تكبدته الإيرادات السياحية، أخذت البطالة لوحدها حصة الأسد مقارنة مع المشاكل الأخرى⁽¹⁾. وإذا علمنا أن الكثير من الدول تعول عادة على نمو السياحة، فذلك لكونها محركا هاما للاستثمارات الأجنبية وأداة للانتفاع على تجارة السلع والخدمات، وهي الأكثر ارتباطا بالتسويق في إطار الاقتصاد المصغرة⁽²⁾. لقد أدت أزمة كوفيد-19 إلى انهيار فادح في الاستثمارات الأجنبية المباشرة بين عام 2020⁽³⁾ والسادسي الأول من العام الجاري⁽⁴⁾ بسبب غلق الدول لحدودها وما تبعه من إجراءات الحجر والتباعد الاجتماعي⁽⁵⁾، حيث لجأت إلى الانعزال عن بعضها البعض، واحدة تلو الأخرى ثم تعززت بناء على إعلان "الطوارئ الدولية العمومية" من قبل منظمة الصحة العالمية⁽⁶⁾، ومن ثم تأثرت حركة النقل الدولي البري، البحري والجوي بشكل امتدت أضراره إلى قلب السياحة المعتمدة عليها أساسا⁽⁷⁾ سواء بقيود كلية أو جزئية إزاء تنقل الأشخاص والسلع، لاسيما وأن

¹ -See CNUCED. « Covid-19 and tourism : Assessing the economic conséquences, 2020 ».

- حتى أنها قدرت خسارة الصادرات بـ 320 مليار دولار مقارنة مع خسائر الأزمة الاقتصادية لعام 2009.
- See WTO. « World Tourism Barometer », vol 18, n° 3, june, 2020, Madrid, available on (<http://doi.org/10.16111/wtobarometereng>)

² - لاسيما وأن كلا من السفر والفندق والإطعام تمثل مؤخرا أكثر من 50% من حجم الاستثمارات.
- See CNUCED. « World Investment Report », 2020, pp 6-8 and 82, available on (<http://publicationWebflyer.aspx?publication=276>)

³ - أي بنسبة 40%.

⁴ - يتراوح بين 5 و 10%.

⁵ -See CNUCED. "Word Investment Report", Ibid.

⁶ -Pour plus d'informations voir sur le site de l'OMS ,(<https://www.who.int/fr/news/item/27-04-2020-who-timeline---covid-19>).

⁷ - حيث أنها أصلا تغطي 58% بالنسبة للطيران المستغل من السياح مقابل 39% مخصصة للنقل البحري.

مجال التشغيل الذي يعد الطيران لوحده مسؤولا عن تغطية حوالي 37 مليون منصب ذي صلة بالسياحة ، وبمساهمة مقدرة بـ 897 مليار دولار سنويا من الناتج المحلي الإجمالي العالمي (1)، مما أحال قطاع الطيران لوحده لأزمة من أكبر الأزمات الاقتصادية (2) خاصة وأن الأضرار ممتدة طالما النطاق الزمني لجائحة كوفيد-19 لازال مفتوحا والتدابير المتخذة في حالة استمرار بحجم كاف للتأثير على ثقة المستهلكين السياح وكذا الشروط الاقتصادية التي تسعى الدول جاهدة للإلمام بها في ظل غياب توقعات مستقبلية حول ما يمكن أن تكون عليه الأمور على المدى البعيد.

في سياق آخر، تأثر النقل البحري بشكل غير مسبوق من آثار الجائحة ولا يزال يعاني من أزمة شاملة، حيث من المستساغ التفكير بأن السفر بصيغة الرحلات البحرية (Croisières) يُشكل أهم الوسائل في مجال الصناعة السياحية، لاسيما بالنسبة للدول الجزيرية أو الأرخيلية النامية، بل هو ما دفع خلال عقد من الزمن هذا القطاع ليكون من أدوات العولمة الحديثة (3)، وبسبب الوضع الحالي تحوّلت السفن السياحية العملاقة إلى حاضنات فيروسية وقنابل عائمة متخلفة عبر البحار زمنيا، تقضي أسابيع في التسول عبر الموانئ للسماح لها بالرسو فيها مع عودة السياح وطاقهما إلى بلدانهم (4)، إضافة إلى وقف حركة السفر مشمولة إياها مثلها مثل الطائرات والقطارات (5)، وبالتالي أصبحت القوارب والبواخر

- See Tourism Data Dashboard, OMT. « global and regional tourism performance », available on (<http://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>)

¹ -See Aviation Benefits Report, 2019, available on (<http://www.icao.int//sustainability/documents/AVIATION-BENEFITS-2019-web.pdf>)

² - عرفت شركات الطيران عام 2020 خسارة تتراوح بين 38 و 87 مليار دولار إيرادات إجمالية ونسبة 90 % من التوقف الجوي لا تقارن مع وضعية وباء السارس لعام 2003 أو أحداث الحادي عشر سبتمبر 2001.

³ - تتولى هذه السياحة تغطية سفر ما يقارب 30 مليون من السياح عبر العالم منذ عام 2019، أي ثلاثة أضعاف سنوات 2003، 2004 و 2005، تمثلها شركات عملاقة، أهمها: (Carnival Corporation) بـ 100 باخرة و (Royal Caribbean Internationall) بـ 26 باخرة و (Norwegian Cruise Line) بـ 17 باخرة، و تمس 82% من السوق العالمية مكونة جزرا عائمة للرفاه والترفيه.

- See Najafipour (Amir Abbas), Vahid (Marzi) et Mohammad. H (Foroozanfer). « The futur of cruise ship, Tourism Industry : The challenges of Cruising Market and operations Managment », Journal of social Issues and Humanities, vol.2, n° 7, 2014, pp. 213-244 ; Panko, Thomas (R), and Hentorne (Tony L.), « Crimes at sea », A review of crime on board Cruise Ships, International Journal of Safety and Security in Tourism and Hospitality, vol 20, 2019, pp. 1-23.

⁴ -Voir Fournier (Carine), « Tourisme de croisières et le covid-19 : Coup d'arrêt et adaptation d'un secteur dynamique », in Résultat d'étude , 24 juin 2020, disponible sur

() ; Comp Hancock (Alice), , « Corona virus, It this the end of the line for cruise ship ? », Financial Times, june, 7th, 2020, available on (<http://www.ft.com/content/7a4a0d2b-52b3-4a6d-a9ca-629fc093ce82#comments-anchor>)

⁵ -See Hancock (Alice), Ibid..

-وقد قدرت الرابطة الدولية لخطوط الرحلات البحرية (CLIA) بان قيمة 150 مليار دولار المعول عليها في نشاطات كهذه وسعة 1 مليار و 17مليون عامل تؤثر فعلا في الاقتصاد العالمي.

-Disponible sur (<http://www.owising.org>)

السياحية غير مقبولة للدخول إلى الدول للتداعيات الممكنة إفرانها في حالة استمرار أنشطتها، مثلما كان الوضع مع مقاطعتي فلوريدا وميامي المشهورتين في صناعة السياحة البحرية، واللذان واجهتا أصعب أزمة بسبب قرار مراكز مراقبة الأمراض والوقاية منها (CDC) بتجميد أي نشاط على الموانئ الأمريكية لأسباب صحية مدة 100 يوم¹، مما انجر عنه معاملة بالمثل من المنطقة الآسيوية والمتوسطية التي أوقفت نشاطاتها في الولايات المتحدة الأمريكية، مع العلم أنه إلى غاية 13 مارس 2020 كان ما يقارب 40 باخرة و 90.000 مسافر لازالوا عالقين في عرض البحر ينتظرون الاجلاء المستعجل، ليمتد عدد الموانئ التي حظرت دخول البواخر السياحية إلى مختلف مناطق العالم (كالتيشي، البيرو، بلاد الغال الجنوبية، بناما، ألاسكا...)، وسيكون من المتصور حجم الخسارة التي تتكبدها جراء الأزمة الصحية لكوفيد-19، وبالفعل لقد وقع عمالها وطاقمها ضحية الحصار بين وقف العمل ومأزق عدم الإجراء أو التأخر فيه مثلما شهدته بعض الموانئ⁽²⁾، إضافة إلى غياب التنسيق أو التعاون في هذا المجال في مختلف البقع الجغرافية وصلت إلى درجة توقف فيه ما يقارب 49 شركة سياحة عن النشاط لعدة شهور⁽³⁾.

و من الأهمية بمكان الإشارة إلى تلك الآثار المنجرة عن الأزمة الصحية ونسبهم في تراجع النشاط السياحي حالياً، مما انعكست به على مستوى أداء الدول النامية التي تعتمد اقتصادياتها على هذا القطاع لاسيما ما تعلق بالمناطق الجزيرية الأقل تقدماً⁽⁴⁾، والتي تضررت كثيراً بسبب غياب التأهب للوضع وتوقف حركة الصادرات التي تشكل مصدراً لدخلها⁽⁵⁾، إضافة إلى تبعية التشغيل له، ومن ثم تحولت إلى دول هشة في مواجهة صدمة عالمية كهذه⁽⁶⁾، أمثال جزر المالديف، السيشل، غرينادا، تونس

¹- تجدر الإشارة إلى أن الولايات المتحدة الأمريكية تعتبر العملاق الأول في هذا النوع من السياحة، حيث شركة Carnival عصب الاقتصاد العالمي السياحي بما يغطي 92.000 عامل في 104 باخرة، برقم أعمال جد نشيط (وصل فقط في عام 2019 إلى 20.8 مليار دولار، ونقل لـ 11.5 مليون مسافر، متركزة خاصة في منطقة الكاريب (14% تخص منطقة المتوسط⁽¹⁾أوروبا (13%) أستراليا وزيلندا الجديدة (18%)، والصين (5%) في باقي دول العالم متوزعة (23%).

²- بالنظر لكون هذ البواخر تحوي على بنايات ومرافق ضخمة مثلها مثل البر كقاعات السينما، مسابح، مصاعد...إلخ، فإنها تعتبر أماكن للتجمعات وانتشار الفيروس بشكل معتبر، الأمر الذي دفع السلطات الرسمية لدولة علم السفن تتبع الوضع بواسطة البروتوكولات الصحية للأزمة، لكن دون أن تستتبعها بتكثيف التنسيق لإجلاء الأشخاص المتواجدين عليها لاعتبارات طارئة وأولها انعزال دول العالم بغلق الحدود والتشديد في التعامل مع المسافرين، على اعتبار أن منظمة الصحة العالمية قدرت أسباب سرعة تفشي الفيروس منذ بدايته في الصين مرتبطة بحركة السفر عبر العالم.

³- حيث توقفت الموانئ عن استقبال البواخر السياحية (الإنزال أو الركوب أو العبور بزيارات لدول الميناء أو الجولات).

⁴- مقارنة مع الدول المتقدمة فالسياحة تغطي 30% من ناتج الدخل المحلي العالمي (وتتراوح بين 30% و 80% من لصالح الصادرات).

⁵- يمثل 7% منها، و 10% للسلع والخدمات بالنسبة للدول غير البترولية.

- See WTO. « World Tourism Barometer », vol 18, n° 3, june, 2020, Madrid, available on (<http://doi.org/10.16111/wtobarometereng>)

⁶ -See WTO Briefing Note. « Tousseim and Covid-19 : Tourism is Sids the challenge of sustaining livelihoods in times of Convid-19 », June 2020, available on (<http://doi.org/10.18111/9789284421916>).

تونس وغيرها، وقد انخفضت إيراداتها من السياحة بـ 25% (أي 7.4 مليار دولار من الناتج المحلي العالمي).

وقد أعربت الأمم المتحدة عن قلقها بشأنها قدرة الدول الصغيرة الجزيرية النامية (PEID) على تجاوز هذه الأزمة، كونها تتكبد عناء مواجهة تحديات التغيرات المناخية⁽¹⁾ لتضاف إليه تبعات الوباء الحالي، وقد اعتبرت مديرة قسم التجارة الدولية والسلع الأولية بمناسبة مؤتمر الأمم المتحدة حول التجارة والتنمية (CNUCED) بأن الدول الصغرى الجزيرية النامية أكثر هشاشة بسبب تبعيتها المباشرة للسياحة، ومن فرط الصدمة التي تلقتها من الوباء تجد صعوبة في تسيير وضعية اقتصاديات صغيرة بحجم اقتصادياتها⁽²⁾، والوضع الذي نتج يكمن في خسائر في إيداعات بما فيها العملة الصعبة التي كانت تغطي الديون الخارجية مقابل ارتفاع المدفوعات، وهي تنتظر من الجهات أو الهيئات المانحة أن تُفيدها ببرامج توقيف أو تخفيف للديون بقدر المستطاع، وهو ما يادر به أولاً بأول منذ بداية الجائحة صندوق النقد الدولي عندما خفف من ديون 25 دولة في حالة صعبة وبأجل فوري، من بينها خمس (5) دول من الجزر النامية الصغيرة (القمر، ساوتومي وبرانسيمي، غينيا بيساو، هايتي، وجزير سليمان) وذلك بمعية الصندوق المالي للإعانة والإجابة على الكوارث (ARC) بهدف منح تلك الدول فرصة لتوجيه مواردها المالية القليلة للعلاج الطبي والإغاثة وكذلك الإسعاف، وقد كان ذلك تحت توصية أممية في مذكرة توجيهية اقترحت فيها التضامن من أجل التخفيف من الديون الخارجية للدول الضعيفة وخاصة الهشة بسبب فقدان أسواقها أو غلقها ذات الصلة بتوقف السياحة في هذه الظروف⁽³⁾.

أكد البنك العالمي بعد مرور ما يقارب ثمانية (8) أشهر من الجائحة⁽⁴⁾ بأن تداعيات الأزمة الصحية لكوفيد-19 تعلن ناقوس الخطر بشأن الاقتصاد العالمي، حيث أن أضرارها انتقلت إلى قنوات عديدة وأولها التجارة التي تعطلت سلاسل القيمة العالمية فيها بسبب توقف المصانع وتأخر استئناف التشغيل، كما أنه يشهد تعثر تدفق رؤوس الأموال الأجنبية في الدول المتضررة مقابل عدم استغلال الرأسمال المحلي - البشري أو المالي بسبب غلق كل المصانع وتوقف العمال نتيجة الحجر، لتبقى مسألة النقل والسياحة من الروافد الرئيسية للإيرادات التي تعتمد عليها الدول النامية وتشهد انكماشاً وتراجعا في الطلب مع زيادة القيود على السفر، وذلك في كل ظل ظروف الانهيار الفادح لأسعار السلع الأولية في

¹ - لاسيما ما تعلق بارتفاع مستوى البحر وملوحة الأراضي وتعاقب الحوادث المناخية... إلخ.

² - Voir Coke-Hamilton (Pemela), cité par le département de la communication globale, disponible sur (<http://www.un.org>)

- وقد اقترحت تمويل تلك الدول بنسب صفرية مع ضمان توقيف دفع الديون إلى غاية تهيئتها لذلك مستقبلا، ذلك لأهمية التخفيف من الآثار الخارجية للجائحة ومنح فرصة لتلك الدول من أجل استعادة مواردهم المالية الضرورية من أجل التخطيط لمراحل اللاحقة للتنمية الاقتصادية

³ - See UN policy brief on « Debt and Covid-19 : A global response, in solidarity », April, 17 th, 2020, available on (http://www.un.org/sites/un2.un.org/files/un_policy_brief_on_debt_and_covid_april_2020.pdf).

⁴ - Disponible sur (<http://blogs.worldbank.org/fr/voices/agir-unit-pour-limiter-le-prejudice-economique-du-coronavirus-dans-les-pays-en-developpement>)

تلك الدول، وعدم وجود يقين حول الأثر الاقتصادي الكامل أو مدى استمرار الأزمة الصحية وأمدته وتظافر السياسات الحكومية أو فعاليتها وسرعتها، كل ذلك تتطلب حركة تعاونية لمكافحة هذه الآثار.

وفي نفس السياق إذا كانت التنمية الاقتصادية تعرف تراجعاً بسبب الجائحة فإن أول متضرر منها في توقف حركتها هي الطبقة العاملة ماسة بذلك وضعها الاجتماعي والاقتصادي معا إلى درجة تشكيلها خطراً على وسائل العيش ورفاه الكثيرين من الأشخاص بسبب تفشي الوباء، وضبط القيود على النقل وفرض الحجر، وعدم أو صعوبة أداء العمل بشكل عادي⁽¹⁾، ولعل ما يهتما في هذا الإطار كيف أثرت الجائحة على مناصب العمل ذات الصلة بقطاع السياحة سواء المباشرة أو غير المباشرة، المؤقتة أو الدائمة في مجال الإيواء والفندقة، أو الإطعام أو الترفيه، حيث عدت منظمة العمل الدولية 33 مليون وظيفة في العالم و 144 مليون شخص عبر العالم، منهم 44 مليون يعملون لحسابهم الخاص، ومن بينها 7 ملايين مستخدماً وعاملاً⁽²⁾، والتي تتمركز خصيصاً في دول نامية أو في طريق النمو أين يستند على مساعدات مالية وتدابير حماية اجتماعية غير كافية من السلطات العمومية لدولهم، كما أن البيئة التجارية التي يشتغل فيها أصحاب الخدمات الفندقية أو الإطعام تعتبر جد صعبة، لتضاف إلى ذلك صعوبة آثار الجائحة التي تُضر بموارد العيش اليومية لعمال ومستخدمي السياحة اليومية، إذ بين فقدان مناصب العمل، وإغلاق الوكالات والمطاعم والفنادق باعتبارها نشاطات غير أساسية، وعلى اعتبار أنها ذات طبيعة غير موسمية تنتقص إلى كثير من التأطير والتنظيم أصبح الوضع الاجتماعي أكثر تعقيداً⁽³⁾، لدرجة أن منظمة العمل الدولية (OIT) أكدت على استبعاد عودة القطاع لوضعه الطبيعي في الوقت القريب، لأن انكماش الاقتصاد السياحي الدولي في تراجع بين 45% إلى 70%.

إن الظروف العامة للعمالة السياحية جد خاصة في الأحوال العادية، حيث تعرف مواطن من النقص بسبب طبيعة المناصب وساعات العمل الطويلة وتدني الأجور ونقص الحماية الاجتماعية والتسيير من حيث الجنس أو تفاوت العملة الوطنية والأجنبية في مختلف فئاتها وكلها تواجه تحديات الجائحة على نحو عمق المشاكل الاجتماعية والاقتصادية في هذا المجال⁽⁴⁾، وظلت الدول عن طريق سلطاتها العمومية تساهم رغم ذلك بدعم المنشآت وصون الوظائف والمداخيل، وخاصة باللجوء إلى التخفيف من الرسوم، وإنشاء صناديق الضمان للمسافرين والمنح وبرامج التمويل المشترك للأعباء وتسيير تلك المنشآت نتيجة إلغاء الحجوزات والحرص على الحفاظ على المناصب بقدر الإمكان عن طريق

¹ - Voir le rapport de l'OIT, Sommet mondial sur « Le Covid-19 et le monde du travail », 1^{er} - 2 et 7-9 juillet 2020, Réunion virtuelle, disponible sur (<http://global-summit.ilo.org/fr/event/constituent-day>)

² - Voir. OIT, Note sectorielle « l'impact de la Covid-19 sur le secteur du tourisme », mai 2020.

³ - صرح المدير العام لمكتب العمل الدولي بمناسبة الاجتماع الاستثنائي لوزراء السياحة في مجموعة العشرين (G20): "تمثل الضرورة الملحة في ضمان بقاء المنشآت السياحية من خلال الدعم العام واسع النطاق، الذي لولاه ستختفي هذه المنشآت قبل أن يختفي الفيروس، ويجب أن يمتد نطاق هذا الدعم ليشمل العمال المعنويين الذين لن يكون لديهم لولا ذلك أي حماية اجتماعية"، إجتماع 24 فريل 2020.

⁴ - See OECD, « Tackling. Coronavirus :Tourism policy responses updated », 15 th april 2020.

التسهيلات والإقراض متكيف الشروط والإجراءات بما يُحفّز عمل المؤسسات المتوسطة والصغيرة لصالح عمالة تخدم السياحة المحلية⁽¹⁾، إضافة إلى حماية عمال القطاع السياحي في مكان العمل وتحمل تكاليف البروتوكولات الصحية التي لازالت تحتاج إلى الحوار الاجتماعي لإيجاد الحلول.

ويتعمق أكثر فإن القطاع السياحي تغطيه النساء من فئات اليد العاملة بحوالي نسبة 54% ، إلى جانب الشباب والمهاجرين⁽²⁾، مما يجعلهم الأقل مورداً وادخاراً وأكثر عرضة لمخاطر العمل غير النظامي ونقص الحماية، والتي فتحت الأزمة الصحية تحديات جديدة أمامهم تراوحت بين استغلالهم أو غياب ضمانات لرعايتهم. ولأن هذه الفئات معروفة بالصناعة المحلية وذات دور مركزي في السوق الثقافي والمحافظة على التراث التقليدي، فإنها تعتبر من أوائل المتضررين من الغلق والحجر وتوقف التظاهرات وتجميد المواسم السياحية بسبب الجائحة، الأمر الذي انعكس على مداخيلهم بصفتهم عمالاً أو حرفيين يعملون لحسابهم الخاص، وفي تصريح لممثل مكتب اليونيسيف بالمحيط الهادي اعتبر بأنه من الصعب تصور الوضعية الصعبة التي تعيشها المنطقة، وذلك بسبب اجتماع كارثتين معاً: كوفيد-19 وإعصار من الفئة الخامسة ، والتي تتطلب ترتيب حاجات السكان المتضررة من الطارئ، بدءاً بالأطفال⁽³⁾ باعتبارهم الأكثر ضعفاً ، مما اضطر هيئات مثل اليونيسيف، برنامج الأمم المتحدة للتنمية (PNUD) واللجنة الأوروبية، إضافة إلى الحكومة الأسترالية لتقديم دعمها وإعانتها لإنقاذ الضحايا بدون مأوى وتولت منظمة الصحة العالمية (OMS) متابعة وضع انتشار الوباء في المنطقة على نحو مكثف⁽⁴⁾.

ويفيدنا أيضاً أن نشير إلى أهمية الدور الذي تلعبه السياحة في مجال المحافظة على البيئة والتنوع البيولوجي، الأمر الذي عرقلته آثار الجائحة على نحو لم يعد من الممكن القيام بنشاطات لتسويق الاقتصاد الأخضر⁽⁵⁾ ، والتي كان من المعول عليها للنهوض بأهداف اتفاق باريس في ترشيد استهلاك الطاقة وتشجيع أساليب السياحة ومراقبة الأنواع الحيوانية والنباتية مصدر الإيرادات المالية لكثير من الدول، كما أن غلق الحدود والمناطق الطبيعية من جهة كان له الأثر المباشر على تدهور النظام البيئي بسبب نقص العمالة والسياح وغلق المؤسسات المحلية المكلفة بتسيير المحميات، وقد ربطت المؤسسة الدولية للحفاظ على الطبيعة الأزمة الصحية بحجم ارتفاع الاستهلاك غير العادي للموارد وتعرية

¹ - لاسيما الإكوادور، السيشل، إفريقيا الجنوبية، الصين، ليتوانيا، كينيا، البرتغال، بولونيا، وألبانيا....إلخ.

- Voir OIT, Observatoire de l'OIT . « la Covid-19 et le monde du travail », 5^{ème} éd. 30/06/2020, disponible sur (<http://www.ilo.org/wcnsp5/groups/public/...dateparts/...documents/briefingnote/wcms749442.pdf>)

² - يمثل الشباب 77% (أي 328 مليون) من مجال العمل غير النظامي وهم من سن يتراوح بين 25 فما أكثر، و (15-24 سنة) بنسبة 21% في العمل النظامي.

³ - Voir. Sheledon (Yett), cité par le département de la communication globale, disponible sur (<http://www.un.org>)

⁴ - عُدت في بداية الوباء المصابين في كل من كوبا ب (1467)، تريندادا وتوباغو ب(116)، جزر البهاماس وبربادوس ب (80)، جزر المالديف: 256، ساوتومي وبرانسبيي والسيشل ب(11)ن فيجي (18).

⁵ - Voir le Programme de l'ONU pour l'environnement : Vers une économie verte : pour un développement durable et une éradication de la pauvreté », 2011, disponible sur (<http://archive.ipu.org/splz-fr/rpt-unep.pdf>)

نحو تدعيم سياحة افتراضية ورقمية في عالم ما بعد كورونا (تجديد لمنظومة القانون الدولي للسياحة)

الغابات⁽¹⁾ ، مع العلم أن انخفاض المداخل الناتجة عن السياحة الطبيعية كان هو الآخر مساهما في إعادة بعث التدهور في الكثير من المناطق النادرة والجزرية التي تعتمد عليها بشكل أساسي. إن آثار كهذه هي التي حوّلت السياحة إلى مستوى الخطر، بالرغم من محاولات الهيئات الدولية والدول التوجيه أو الدعم أو الإعانة وحتى الإغاثة، لكنها باتت تُلج باستخدام وسائل جديدة لمحاولة إنعاش قطاع يساهم في الاقتصاد العالمي بشكل مهم.

ثانيا: السياحة الرقمية مفهوم جد طموح: الرقمنة والسياحة هل من توافق ؟

لقد تطرقنا سابقا إلى مجموع العوامل التي أثّرت على قطاع السياحة من جراء ظرف الجائحة وانعكاساتها على نحو أكد لدينا القناعة بأن وراء كل طارئ ضرورة للتغيير، ووراء الأضرار جهود للنهوض بالأوضاع، والسياحة هي الأخرى مجال يحتاج إلى التحول، هل هذا مرتبط بالقدرات أم الإرادة أم مسألة قبول عام به ؟ وهذا ما تواجهه السياحة الرقمية أو الافتراضية من تحديات لمرحلة ما بعد كوفيد -19 بداية في مجال الرقمنة يتعين التمييز بين وab 2.0 (Web 2.0) و وab 4.0 (Web 4.0)⁽²⁾ ، حيث سيكون لهما انعكاس مباشر في تحديد علاقة السياحة بها والصورة المنبثقة عنه باعتبارها تكيف وتلاءمت معهما. أما "وab 2.0" فينصرف إلى مجموع التطبيقات الشبكية ذات الصيغة الاجتماعية تعتمد على مجتمع المستخدمين (Users / Utilisateurs) لشبكة الواب في الكثير من المهام⁽³⁾ تحقق لها مستوى أكبر من مجرد شبكة ديناميكية⁽⁴⁾. ومن تطبيقاتها: شبكات التواصل

¹ -See Conservation International fondation .« Impact of Coronavirus on nature » available on (<http://www.conservations.org./stories/impact-of-covid-19-on-nature>), and UICN « Conserving Nature in a time of crisis », mai, 25th, 2020.

² - كلاهما يمثلان جزء من الشبكة العالمية المعروفة بالانترنت ، ويُفضل عدم الخلط بينها وبين الثورة الثانية والرابعة، لأن الثانية تعرف بالثورة التكنولوجية، تتميز بتركيز التقنيات الجديدة (الكهرباء، محركات الاحتراق وتقنيات الاتصالات) ، وتوافقت مع النصف الثاني من القرن (19)، أما الصناعة الرابعة، فتعني المستوى المتطور الذي وصلته شركة الإنترنت وطاقته المعالجة والقدرة على تخزين المعلومات والإمكانات غير المحدودة للوصول إلى: المعرفة، الخدمة أو السلعة مع احتمال اختراقها بواسطة الذكاء الاصطناعي والروبوتات والحوسبة وسلسلة الكتل ، وذلك في تجاوز للصناعة الثالثة التي عرفت مجرد ثورة رقمية في مجال الإنترنت والبرمجة.

- For more informations see Getting (Brian), « Basic definitions : Web1.0, Web 2.0, Web 3.0, practical E-commerce », available on (<http://www.practicalecommerce.com/Basic-Definition-Web-1-0-web-2-0-Web-3-0>), et JDN. « Qu'est ce que le web 3.0 ? », disponible sur (<http://www.journaldunet.fr>)

³ - من أهمها: استخدام برامج تعتمد على المتصفح (امتلاك قاعدة بيانات والتحكم فيها)، إضافة قيم لتلك البرامج، التعبير عن أنفسهم ورغباتهم، تزويدهم ببيئة افتراضية شبيهة ببيئة الحواسيب الشخصية، تزويدهم بأنظمة تشاركية للتفاعل اجتماعيا، السماح بتعديل البيانات وتصنيف أو فرز المحتويات ، ونحن نعلمنا عدم ذكر "وab 1.0" أو "وab 3.0" بالنظر لكون الأول طفرة نوعية أولى عرفها الواب، أما الثاني فهو تطور جديد لوab 2.0 وثورة حديثة انتقلت به إلى المستوى التفسيري وحركه الصحافيون باستعمال محدود من خبراء يدافعون عن مستعمل "وab 2.0" في ضوء إنترنت الأشياء وتخزين البيانات.

⁴ - لأن وab 1.0 (Web 1.0) مرادفة للغة ترميز النص الفائق (HTML) المستعملة في إنشاء وتصميم صفحات ومواقع الواب، باعتبارها أقدم اللغات ذات الفحوى الوصفي للمضمون وتتم بمساعدة تقنيات أوراق الأنماط المتتالية (CSS) ولغات البرمجة النصية (Java Script) ... ليلحقه وab 1.5 (Web 1.5) المتطور بصيغته الديناميكية الذي تنشأ به صفحات شبكة الإنترنت من خلال مضمون قواعد بيانات " نظام إدارة المحتويات".

الاجتماعية ، مثل Instagram ، Facebook ، Whatsapp... الخ أو ويكي Wiki (المخصصة للتعاون من أجل إضافة أو حذف محتوى مفتوح للجميع)، أو التدوينات (Blogs)، أو التدوين السريع (Micro Blogging) مثل التويتر Twitter ، وبشكل عام يتميز هذا النوع من الواب بمركزية البيانات محل الخدمة للاستفادة التامة والمفتوحة. كما أنه يتحرك بتفاعل جماعة المستخدمين في ثقة ومشاركة مع الزائرين وفق تقنيات ذكية، وأيضا يتم تقديم تطبيقات الموقع كخدمة متاحة للجميع يوميا تحت طائلة التطوير، الصيانة والتحليل والتصميم المستمر ، بالإضافة إلى أن الاستخدام المتواصل للمواقع هو أسلوب لتطويرها إلى درجة أنها تمنح للمستخدم مكنة الوصول إلى نشر الخدمة خارج نطاق الموقع، وهو ما يجعله أكثر سهولة ومرونة وإنسانية ويسمح بوفرة الرصيد المعرفي بأقل تكلفة⁽¹⁾. في حين أن "واب 4.0" (Web 4.0)⁽²⁾ المسمى ذلك بـ " المصنع الذكي " فيعتمد على أنظمة الكترونية للأتمتة (Automatisme) وتبادل البيانات لمراقبة تقنيات وعمليات التصنيع، وكذلك إرساء نسخ افتراضية من العالم الملموس وذلك من خلال خدمات داخلية ومتبادلة بين الفاعلين ويؤثرون في بعضهم البعض سواء آلات أو منتجات وغيرها، وهي ما حُوّلت في أنظمة الإنتاج عن طريق الحوسبة (Computing) أو التصنيع الذكي، مدعما عموما بتقنية الذكاء الاصطناعي (برامج أو روبوتات تحل محل الإنسان في التفكير)، أو تصنيع اللواقع المعزز الذي يخلق بواسطة البيانات صورا مرئية في بيئتنا الحقيقية أو تصنيعا مكملا يُجسد السرعة والفعالية في تحقيق نماذج من التصنيع⁽³⁾.

إن التحول من السياحة الإلكترونية إلى السياحة الرقمية يُعتبر تحديا في مجال الممارسات والعادات الرقمية لأنه جعلها (أي السياحة) مبروطة (Connected) أساسا بالتطبيقات المتطورة التفاعلية للإنترنت، وقلبا من مجرد علاقات تبادلية عبر الواب إلى مكونات جديدة يكون في مركزها "الزائر / السائح" باعتباره الفاعل الرئيسي في التسويق السياحي (Tourism Marketing) إلى درجة أنها باتت تشكل ثورة وتطورا في آن واحد مسّت بحقيقة النشاطات الإنسانية و غيرت في دورة حياة السائح في المراحل الأساسية المعروفة والتي تتمثل عادة في: مرحلة الإعلام، تهيئة وتخطيط إقامة أو زيارة، والبحث عن المعلومة عبر الإنترنت، الحجز والشراء عبر الخط بواسطة حاسوب أو هاتف، تعقبها مرحلة ثانية تُجمع فيه كافة الاستخدامات والخدمات الرقمية المقترحة على السائح خلال إقامته أين يُفضل الكثيرون

- Voir Poelhuber (Bruno), « Du Web 1.0 au Web 2.0 : Evolution, caractéristique et pédagogie », Cours Edulib, faculté des sciences de l'éducation. Université de Montréal, disponible sur

(http://cours.edulib.org/c4x/UMontreal/PP6015/asset/ITES1_Web1Web2_partie1.pdf)

¹ -See Murugesan (San), « Understanding Web 2.0 : second generation web technologies », IT pro, 9(4), July/ August 2007, pp 34-41, available on (Doi : 10.1109/MITP.2007, 78)

² - مقارنة بالصناعة أو الثورة الصناعية الرابعة فهذه الأخيرة هي تحول شامل في مجال الاقتصاد والتصنيع.

³ -See Schwab (Klaus). «The fourth Industrial revolution: what it means, How to respond ? » , Foreign Affairs, available on (<http://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond>)

تطبيقات الهواتف النقالة، وثالثا مرحلة الممارسات والمبادرات اللاحقة على الإقامة (الصور المعروضة، تكاليف الوفاء أو الآراء...)، في حين أن الرقمنة تخطت الحدود الفاصلة بين هذه المراحل على نحو إما مزج بينها (1)، أو أقصى بعضها (2) أو سرّع فيها (3)، ومن ثم أصبح من العادي استعمال مصطلحات تتعلق بالاستقبال الرقمي (Accueil Numérique) أو منظمات تسيير الوجهات (OGD) (4) كأدوات للتنمية الإقليمية للسياحة، ولعل استفسارنا التالي: هل ومتى يصح القول بفكرتي "سياحة 2.0" و"سياحة 4.0"؟ هو ما يدفعنا إلى البحث في تعدد الأوصاف: سياحة إلكترونية، سياحة الوب أو عبر الخط، سياحة رقمية أو سياحة افتراضية؟

يتوجب علينا اتخاذ العبارات حسب السياق المنطوية عليه، إذ يتم استخدام سياحة عبر الخط (Tourisme en Ligne) أو سياحة إلكترونية (Cyber tourisme/ Tourisme électronique/) (e- tourisme) للدلالة على مختلف النشاطات السياحية المتوفرة عبر الانترنت، حيث تقوم مجموع المواقع بعرض وسائل التحضير، التنظيم وحجز الأسفار بواسطة الانترنت لاسيما ما تعلق بتحديد الوجهة السياحية، واقتناء وسائل النقل، تنظيم سبل الوصول، حجز أماكن الإيواء وتبادل المعلومات مع مستخدمين من العملاء أمثالهم أو فاعلين آخرين (مرشدين سياحيين، خبراء، سكان محليين... الخ) (5).

لقد أشار فابريس داريو (Fabrice Dariot) - المؤسس الشريك للوكالة المتخصصة في بيع تذاكر الطائرات عبر الخط - بمناسبة المؤتمر الرابع عشر 'Raffour Interactif' المنعقد في 06 جويلية 2016 بأن السياحة الإلكترونية ثورة قديمة ظهرت منذ 20 سنة، وعادت بمناسبة التطورات التي شهدتها الإنترنت والتكنولوجيات الجديدة التي غيرت كثيرا في المنتجات السياحية (6)، وميزتها الأساسية تعدد في الفاعلين الرقميين (Acteurs digitaux)، ويتعلق الأمر ب: وكالات السفر عبر الخط، مقدمو الخدمات الفندقية، الشركات الجوية والقطارات والملاحة البحرية باعتبارها مؤسسات سياحية، أو مؤسسات النشر المنتجة لدليل السفر و المحلات الخاصة و مدونات السفر، أو مواقع السفر المتخصصة أو مواقع

¹- فقد يعتمد السياح فقط على مواقع الآراء منذ بداية مخططاتهم للسفر.

²- بالنسبة لمن يفضل الحجز عبر الوب مباشرة.

³- الكثير من السياح يعتمد على ما يُوثق من معلومات عبر الوب لتحديد مكان وكيفية الإقامة .

⁴ - Organisations de gestion de Destination.

⁵- ظهور لأول مرة عام 198 وتطور كأسلوب لترقية قطاع السياحة والأسفار وتحسين الحجوزات، ويظهر انترنت النقل أصبح يُستعمل دون وسيط مع الفاعلين (لا وجود لواسطة بين الزبون وشركات الخدمات السياحية).

-Voir à titre d'exemple une présentation concrète élaborée par Chouinard (Jean-Sebastien), intitulée : « 5 étapes du comportement d'un voyageur en ligne », publié le 05/04/2009, Stratégie d'affaires, disponibles sur (<http://www.adviso.ca/blog/conseils/5-etapes-du-comportement-du-voyageur-en-ligne>), et Rago (Mathilde). « Comment le web a-t-il bouleversé la distribution des produits touristiques ? » disponible sur (<http://www.tom.travel/2017/07/13/Web-a-t-bouleverse-distribution-produits-touristiques/>)

⁶ - Cité : Par Ragot (Mathilde), Ibid.

- نشير إلى أن وكالة Fabrice Dariot تمثل مؤسسة ناشئة (Startup) من الجيل الأول واكبت ظهور مفهوم السياحة الإلكترونية.

الرأي العام للمسافرين⁽¹⁾ ومواقع التواصل الاجتماعي، الفاعلون الحكوميون وغير الحكوميين (دواوين السفر الوطنية، وزارات السياحة، المحافظات، جمعيات ترقية السياحة...) وكذلك وسائل التخطيط، التنقل وبرامج تسيير السفر والرحلات، وعلى العموم سمح "واب 2.0" للسياحة بخلق بيئة تفاعلية وتشاركية بوظائف واسعة، وهي مرحلة الجيل الثاني لمشروع السياحة الرقمية عقبه الجيل الثالث المصاحب للهواتف الذكية⁽²⁾، وأنداك كانت تعتمد على المركزية، أي أسلوب المقارنة في الأسعار وانطلاقا من المهنيين أصحاب شركات الطيران (أي بواسطة) وهي تمثل بتقنية (Minitel) ثم تحولت إلى تقنية "Wap"⁽³⁾ التي تسمح بالولوج إلى الإنترنت عن طريق أجهزة نقل غير موصولة (sans fil)، لحقها تقنية تحديد عناوين الربط (Geolocalisation des adresses IP) لملاءمة موقع الإنترنت بالمكان المتواجد فيه الزبون، وكل ذلك وصل بالسياحة إلى بيئة جديدة تتطوي على تحول تكنولوجي مرادف للمتغيرات التي طالت فاعلي السياحة إما باختفاء عمالقة شركات جوية وطنية أو اندماج بعضها في خدمات شاملة (بما فيها الإيواء والإطعام...) أو خلق فاعلين جدد أكثر تكيفا والتكنولوجيات الجديدة (مثل الشركات الجوية ذات الأسعار المنخفضة) و كل ذلك يتم بدون واسطة، لأن المسافرين أو السياح عموما أصبحوا فاعلين رئيسيين في هذه البيئة الجديدة⁽⁴⁾ تطور معه اقتصاد لامركزي بأثر جد إيجابي يُسيّر بالهواتف الذكية فقط⁽⁵⁾ حاجزه الوحيد التنظيم والأمن القانوني، يُضاف إليها ظهور فاعلين صغار يتولون تطوير وضعية وضعية تلك الخدمات⁽⁶⁾.

ولعل بعض مواقع "الواب 2.0" (Web 2.0)⁽⁷⁾ أصبحت تلعب دورا محوريا في جمع أكبر قدر من المسافرين، لاسيما عن طريق منتديات وبطاقات السفر، أو المدونات التي تسمح بتبادل النصائح والآراء قد تصل عادة إلى 88%، لاسيما وأن المستخدمين السياح يسعون إلى التقرب أكثر من السكان المحليين دون المرور على الفاعلين التقليديين، لتصبح العلاقة مبنية على العروض الممنوحة من الواب

¹ - comme Routard – Trivago - Tripadvisor ...etc

² - وأفرزت لنا ما يسمى ب (m-tourisme) المرادفة لكل استعمال للتكنولوجيا النقالة (شبكات النقل للجيل الجديد) في المجال السياحي، إضافة إلى السياحة الاجتماعية التي تتم بواسطة مواقع التواصل الاجتماعي والسياحة الإلكترونية بربط السياحة بالواب.

-For More informations See Beça (Pedro) and Raposa (Rui). "M- tourism 2.0: A concept where mobile tourism meets participatory culture", e-Review of tourism research, January 2011, n.p.

³ - Wireless Application protocol .

⁴ - ويسمون " Touristonautes " أو " Cyber touristes "

⁵ - والمسماة Smartphone، حيث تمثل هواتف نقالة تملك سلسلة من الوظائف الذكية المتقدمة تشبه في خصائصها حاسوب ولكنها بشكل مصغر.

⁶ - Voir Ragot (Mathilde) Ibid. Et aussi JDN. « Compagnies low -cost : Plongée au cœur de leur business model », Enquête, disponible sur (<http://www.journaldunet.com/0604/060418-enquetelowcost-shtml>)

⁷ - Pour plus de détails Voir , Morand (Jean Claude) . « Tourisme 2.0 », M 21 éd, 2008

(مثل موقع Voyage Forum، Uniterre، إلخ) الأمر الذي يفسره تزايد حجم محركات البحث المتخصصة بشكل مذهل والتي تحوي على الكثير من المعلومات والعروض والآراء.

وما يمكن قوله أن استخدام فكرة "سياحة 2.0" (Tourisme 2.0) يندرج ضمن مجال الأجيال الجديدة للتسويق المتطورة في عصر الانترنت⁽¹⁾، والتي تعني عرض التنظيم واستهلاك المنتجات السياحية في إطار عملية مستمرة ومتعددة الاتجاهات بينت مقدمي الخدمات والعملاء والمنظمات السياحية المؤسسية مستندة على تكنولوجيا "واب 2.0"⁽²⁾.

يمكن الإشارة كذلك إلى الدور الذي لعبته عملية ديمقراطية الإنترنت³ في تعديل العلاقات الاقتصادية والاجتماعية الناشئة في مجال السياحة سواء بالنسبة لعلاقة المواقع التجارية بجماعة المستهلكين (مثل Booking، Expedia) أو الوكالات ومواقع الحجوزات (مثل Ibiria, Lufthansa) والمهنيين الحقيقيين أو الافتراضيين، أو كذلك بالنسبة لتوفير العروض من الخواص إلى الخواص على أساس الثقة والمشاركة (مثل شركة Airbnb، TrocMaison)، والأهم من ذلك تسمح الرقمنة بهذه الصور من تنمية أو إنشاء تسويق سياحي شخصي (فردية) "Personnalis  "، أو مدقق، أو حسب الهوية، أو جماعي، أو تنسيقي أو حتى تجريبي، إلى درجة أن البعض وصف الصيغة الجديدة كالتالي: "يعد الزبون مالكا شريكا في التسويق السياحي مادامت الرقمنة هي ما تمنحه سلطة محددة، وبالأمس كانت تُنفذ لأهداف تجارية منه وإليه، أما اليوم فحولته إلى مصدر للإبداع، ومطورا للتجربة، معلقا، رقيقا، سفيرا، ناشرا، بائعا ومستغلا لعلامة أو سلعة"⁽⁴⁾.

ولعل ما حققته التكنولوجيا في هذه المرحلة تجسيد مستوى ممي   من المرئية (Visibilit  ) لخلق قيمة مضافة وتفاعل ملموس في هذا المجال ولاسيما ما تعلق بـسياحة تكنولوجية أو ثقافية أو تقاربية. وفي سياق آخر تبرز "سياحة 4.0" في أعلى مستوى وصلت إليه علاقة السياحة بالتكنولوجيا وسط مستلزمات التنمية والابتكار في مختلف المراحل التي يستغرقها مسار المسافر و/أو السائح. وفي تأكيد من المدير التنفيذي للمنتدى الاقتصادي العالمي شواب كلوس (Schwab Klaus)⁽⁵⁾ تُعد الثورة الرابعة ذات انعكاس مباشر على العرض والطلب، بالنظر لاستجابة التكنولوجيا لحاجات مختلفة وهي ذات أثر معتبر على الصناعة ذاتها، في حين أنه بالنسبة للطلب، وجدت

¹ - انتشر استعمالها في فرنسا ابتداء من عام 2008.

² -Ibid.

³ وسيلة قنوفي، "جدلية القانون و التكنولوجيا..... بين التكامل و التحايل"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، مجلد 57، عدد 5، 2020، ص ص 90 و 91.

⁴ - Voir Gayet (Joel). « Tourisme numérique et nouveaux marketing territorial », Forum du Tourisme Numérique, 14/03/2014, Deauville.

⁵ - S.A. « Réseau de veille en tourisme, chaire de tourisme transat, l'industrie 4.0 : les enjeux du monde numérique », in Techno, Tourisme express : L'actualité de l'industrie touristique, 6/03/2019, disponible sur (www.tourismeexpress.com)

المؤسسات نفسها في حتمية لتكييف مناهجها في تصميم تسويق أو تقديم خدمات بما يتماشى ورغبات المستهلكين، وذلك في إطار شرطي " الشفافية " و " الشخصية " (1).

إن " السياحة الذكية " (Smart Tourisme) ² ابتكرت منذ أن أصبحت السياحة ذاتها أحد المكونات الرئيسية للنمو الاقتصادي للمجموعات البشرية في العالم، وبالأخص عندما ارتبطت بالمدن الذكية، على اعتبار أنها أحد مشتملاتها، وهي تركز على تكنولوجيات الإعلام والاتصال (ITC)، اتصالات النقل، الحوسبة السحابية للذكاء الاصطناعي والحقيقة الافتراضية (3) ، حيث تقوم عادة على إدماج وسائل مبتكرة لتجميع واستعمال بيانات ومعطيات مشتقة من بُنى مادية ملموسة، من ترابط اجتماعي ومصادر مؤسسية (حكومية كانت أم لا) وكذلك ربط المستخدمين بتكنولوجيات ترفع فعالية واستدامة السياحة والتجارب المتولدة عنها (4) ، ومن أجل ذلك فهي تعتمد على تحقيق تسيير الموارد وزيادة التنافسية على الوجهات السياحية (الايكولوجية والمستدامة خاصة) (5)، وبذلك فهي تتخذ أدوات ذكية لتحقيق هذه الأهداف، حيث يتطلب الأمر الجمع بين مادية الهاتف النقل، البرمجيات وشبكة الإنترنت من أجل التفاعل بين جماعة السياح لإتاحة معلومات في الوقت الحقيقي أو تقديم خدمات مشخصة ومفصلة ، وبهذا المعنى فإن هذه السياحة تنشأ في بيئة تكنولوجية عالية، ومنصات ذكية مفتوحة وآمنة على نحو يُمكن من تصور معلومات موجودة مسبقا تسمح للسياح بتحديد خيارات واضحة (مثلا حول الحجوزات، وخدمات الترجمة أو نصائح توجيهية، كما تضمن توادلا في وقت حقيقي بين الأطراف المختلفة (العملاء والمهنيين...الخ) وهو ما يعرف بتغطية التطبيقات (Application)، ولنأخذ مثلا على ذلك في حالة استعمال منصة السفر "Viattero"، يمكن للزبون دفع مبلغ 30 دولارا يوميا مقابل تولي مستقبل (hote) محلي يسمى البطل (Hero) برسم مسار شخصي لرحلته (وفق رغبات الزبون وما يفضله من أماكن، زيارات أو طعام...الخ) فيكون دليلا سياحيا كاملا يمكن أن يلججه انطلاقا من التطبيق سواء كان عبر الخط أو بدونه، وبشبه وجود صديق محلي يقوم بكل ما كان الزبون يستغرقه

¹ - Voir s.a. « Tourism 4-0 : présentation », disponible sur (ww.tourism4-0.org), see Tripathy (A.K). Tripathy (N.K Ray) and, Mohamty (CS-P). « i-Tour : The futur of smart tourism », IEEE Cosumer Electronics magazine, vol 7, n° 3, mai 2018, pp. 32-37.

² انظر محمد الأمين بودخيل د. مبارك بن زاير د. مصطفى بن شالط، " الوجهات الذكية واعتماد التكنولوجيا في الصناعة السياحية تجارب عربية ناجحة"، متوفر على الرابط :

(http://dspace.zu.edu.ly)

³ -Ibid. cf -Bouzaida, Nadia Mansour and Mohamed El Amine Abdelli. "Leadership and Innovation on Business Tourism: Implication of Employees." *Industrial and Managerial Solutions for Tourism Enterprises*, edited by Atilla Akbaba and Volkan Altıntaş, IGI Global, 2020, pp. 19-23. http://doi:10.4018/978-1-7998-3030-6.ch002

⁴ -See Gretzel (Ulrike), Zhong (Lina) and Koo (Chulmo). « Application of smart tourism to cities », *International journal of Tourism cities*, vol 2 (2), 2016, available on (http://doi.org/10.1108/IJTC-04-2016-007).

⁵ -Comp. UNWTO . « Global report on city tourism », UNWTO, Madrid, 2012, available on (http://affiliatemembers.unwto.org/publication/global-report-city-tourism)

للتخطيط ويمنحه تجارب ذكية وخاصة، وقد انتشرت هذه الخدمة حاليا في كل من كوبا، اليابان، كولومبيا، زيلندا ودول أخرى⁽¹⁾. وهناك التطبيق الفرنسي (KaviAR gate) المطلق على الهواتف الذكية⁽²⁾، الذي يُمكن كل شخص ما اختيار الوجهة التي يريد، وعن طريق مركز الكاميرا مباشرة في اتجاه الأرضية ليتم مسح (Scanner) البيئة التي تحيط به فتتسأ بوابة افتراضية في أي مكان من البيت للتمتع بمناظر على شكل صورة بمقاس 360⁰ أو فيديو، لولا أنها تبقى محدودة الطموح مقارنة مع مثيلاتها. إلى جانب ذلك نجد تقنية الواقع المعزز (Augmented Reality) التي تعتمد على تكنولوجيا إسقاط الأجسام الافتراضية والمعلومات في بيئة المستخدم الحقيقية لتوفير معلومات إضافية أو توجيهية⁽³⁾ عن طريق الهواتف الذكية أو نظارات ذكية أو عدسات لاصقة تحتوي على نظام تتبع⁽⁴⁾، والتي كانت في البداية تتعلق بتكنولوجيا البوصلة ومحددات المواقع العالمية (GPS) والهزازات (Vibrating motors)، والكاميرا، ثم بعدها مست العرض الافتراضي الشبكي، والعدسات اللاصقة⁽⁵⁾ وردود الفعل اللمسية (Haptic) التي تتم بواسطة أجهزة الاهتزاز أو تتطلب درجة عالية من التفاعل من طرف المستخدم، مثل تطبيق غرفة تبديل الملابس الافتراضية الذي يُمكن المستخدم من ارتداء ملابس دون الحاجة للقيام بذلك فعلا مثلما توفره من خدمة الشركة الناشئة (Zugera)⁽⁶⁾ أو (Sizers)⁽⁷⁾ أو (Ring Sizer)⁽⁸⁾ بالنسبة للمجوهرات و أيضا (Try Lives)⁽⁹⁾ من أجل النظارات، وهي الآن مع الظروف التي خلفها انتشار فيروس كوفيد-19- أكثر الحاحا بفتح المجال لسوق جد متطور مثلما توضحه مختلف مواقعها في صفحاتها الاشهارية وشعاراتها التجارية الجديدة التي تحاول استقطاب السياح الافتراضيين حاليا، حيث

¹ - For More Informations visit on (<http://www.viahero.com>) and Avakian (Talia). « This App will hire a loal to plan your entire trip – for only 30\$ a day », April, 5 th, 2018 available on (<http://www.travelandleisure.com/travel-news-vialero-local-plan-trip>)

² - طوره المؤسسة الناشئة Startup المسماة (Kaviar Tech) بفرنسا على موقع الواب (Kaviar App) موجة فقط لزيارات سياحية افتراضية التي تلمح أن يستفيد منها المهنيون لترقية تسويق منتوجاتهم، كما لو أنه يُخيل زيارة عالم ديزني لاند Disney Land أو اكتشاف آخر صيحات الموضة انطلاقا من البث لتشجيع أصحابها على تحسين التسويق ومناقشة شركات الإعلانات الموجودة .

- Pour plus de détails voir sur (<http://www.realite-virtuelle.com/kaviar-gate-appl-ar-visite-virtuelle/>)

³ - مقارنة بالواقع الافتراضي ففي هذا الأخير يتم إسقاط الأجسام الحقيقية في بيئة افتراضية.

- See Antley (Jeremy). « Textual dualism and augmented reality », The russian empire Future internet, vol 4/4, dec 2012, pp. 1037-1048.

⁴ - ظهرت منذ عام 1966 بمناسبة اختراع النظارات ثلاثية الأبعاد وتطورت مع الأجهزة الذكية (هواتف- حواسيب) وتم بإسقاط مواقع أو أحرف أو أجسام أخرى في داخل مباني أو تضاريس طبيعية بواسطة منهجية (معايرة الكاميرا Calibration de Camera)

⁵ - Ibid .

⁶ - هي شركة أمريكية، مقرها في لوس أنجلوس وكاليفورنيا تطور و تمنح ترخيصات لبرمجيات الواقع المعزز، كما تخلق تجارب فريدة لمختلف الواجهات الطبيعية لفائدة علامات معروفة، لمزيد من التفصيل قم بزيارة موقعها على الرابط التالي: (<http://zugara.com>)

⁷ تطبيق يوفر أهم خدمة في مجال قياس الملابس دون لمسها جسديا بتقنية جد رقيقة (4.0)، وذلك عن طريق استخدام كاميرا من أي هاتف نقال تتولى تحديد المقاسات بكل دقة وبواسطة لغة ريمية دقيقة لتوجيه الزبون لأحسن الخيارات في المقاس المرغوب به، حيث عرفت نجاحا باهرا في الظروف الحالية لجائحة كوفيد-19، لمزيد من التفصيل قم بزيارة موقعها على الرابط: (<http://sizer.me>)

⁸ تطبيق يوفره Google Play و تستخدمه كبريات شركات صنع المجوهرات في العالم، مثل: Jason Withers, Cartier, Safira, Kay ..

⁹ والذي تطور في عدة مواقع على شاكلة ما تقدمه شركات "Easylunettes, Try-on, Le petit lunetier".... الخ

تعتبر بديلا مهما فُدرت صناعته إلى غاية عام 2027 بـ 10 مليار دولار، والذي تتنافس عليه كبريات شركات الملابس والأزياء مثل (Adidas و Marcy's) وذلك في ظل تطوير إستراتيجيات الالتزام أمام الزبائن وإدماج الأمن الصحي مع ضمان استمرار الخدمة⁽¹⁾، والتي تعتبر في نظرنا من بين العوامل التي تحدد وجهات السياح حاليا ، حيث تحتاج السياحة إلى طاقة تسويقية خاصة لذلك، أو ما يُستعمل في تطبيق (Reveal) لتسجيل كل ما هو مطبوع في الحاسوب أو الكتابة في الحاسوب عن طريق السمع بواسطة تقنيات الصوت ثلاثي الأبعاد أو الصوت المكاني، أما أحدثها فهي التي تتم عن طريق حاسة الذوق والشم المدمجتين بمضخات باعثة للروائح والمستعملة للتحكم في ذوق المستخدم التي تُستعمل لتحسين الذوق لدى كبار السن وتُعمل عليها مراكز الأبحاث لبعض الجامعات (اليابان و سنغافورة مثلا) في المجال الطبي وإحدى أساليب ترقية التسويق التجاري في الوضع الحالي⁽²⁾. ومن الأهمية بمكان الإشارة إلى أن "سياحة 4.0" باعتبارها مبادرة عالمية لتغيير التفكير في المجال السياحي، ويتم ذلك بمركزة السكان المحليين في قلب النظام الإيكولوجي السياحي مكونا من مجتمع متعدد الأهداف والمهام : السياح في المرتبة الأولى ويليه مقدمو الخدمات السياحية والسلطات العمومية للدول، ويستهدف الانفتاح على الابتكار في كل ما يشمل هذا القطاع مع خلق تجارب ثرية بمساعدة التكنولوجيات الجديدة، إذ نذكر بأنه تم إطلاق خمسة(05) مشاريع عالمية ذات آفاق نوعية ومهمة حاليا وهي:

- مشروع سياحة 4.0 مستوى (TRL 3-6)⁽³⁾: وهو أكبر مشروع بحث وتنمية ممول من طرف الدول ويتمحور حول السياحة في سلوفينيا، ويستهدف خلق نموذج يشجع التنسيق بين جميع فاعلي النظام الإيكولوجي السياحي والذي يسمح ببناء منصة " T 4.0 " لترقية وتحسين السياحة المستدامة وتطوير الحلول الخلاقة والمبتكرة التي تستجيب للحاجيات الحقيقية للسوق.

- مشروع (Demo Pilot TRL 7-9)⁽⁴⁾: الذي يستهدف تطوير بيئة تجارية كاملة ومبتكرة تساعد اقتصاديات المؤسسات على تحسين درجة التفاعل بين الزبائن و الخدمات، وهي بيئة تسمح بخلق منتجات رقمية جديدة حسب رغبات الزبائن، أي أنها حل نوعي في مجال سياحة المستدامة تدعمها تكنولوجيات متلائمة والصناعة الرابعة (4.0).

- مشروع "سياحة 4.0 للبحر الأسود": وهو يقوم على إبراز أهمية وآفاق تحليل البيانات الضخمة (Big Data) في مجال التنمية السياحية في منطقة البحر الأسود، وهو محل تجريب وحوار بين الأطراف الإقليمية المانحة المستعدة لذلك، الأمر الذي يفتح المجال لتحفيز التعاون القطاعي والاستعمال المكثف لتكنولوجيات الثورة الرابعة.

¹ - For More informations see Maksymenko (Serhü).”Virtual Dressing Room to increase sales during Covid-19”, Readwrite, November, 24th 2020, Available on (<http://readwrite.com/2020/11/24/virtual-dressing-room-to-increase-sales-during-covid-19>)

² - مثلما توفره شركات Feelreal و Nimesha Ranasinghe

³ - Projet Tourisme 4.0 TRL 3-6

⁴ - Pilote de démonstration de Tourisme 4.0 (TRL 7-9)

نحو تدعيم سياحة افتراضية ورقمية في عالم ما بعد كورونا (تجديد لمنظومة القانون الدولي للسياحة)

- مشروع "التراث في عمل" (1): ويتكفل بتطوير الأساليب الجديدة والفعالية، إضافة إلى أدوات تكنولوجيا الإعلام والاتصال المقيدة لفئة الشباب في مجال الممارسات التراثية، ويستهدف أساسا البحث في تنمية نموذج نوعي وفحص نماذج من مصادر التدريب الرقمي المتعلق بالتراث الثقافي لتلاميذ المدارس الأساسية والثانوية، مع التركيز بشكل خاص على اشراكهم في النشاطات المطورة لمحتويات ومصادر التعليم، حيث يشكل قفزة حديثة في مجال السياحة المدرسية كثيرة الاغراء.

- مشروع AOE المذهلة (2) والمنبثق عن مبادرة " Interreg " التي تتعلق بدعم وتعزيز النمو الاقتصادي المستدام وتنمية السياحة المؤسسة على التراث الطبيعي والثقافي المتميز بواسطة مختلف وسائل التنمية المستدامة المستعملة لتسيير التنوع البيولوجي والمحميات الطبيعية العابر للحدود لليونسكو، و التي تجمع خمسة (05) دول من منطقة (Mura Drava Danube) مشمولة لـ 12 وسط محمي، يُعد الأول من نوعه عالميا والمعروف باسم " أمازون أوروبا " AOE "، حيث يُعتبر موارد محلية ذات قيمة دولية تسمح للزائرين بالعيش في تجارب فريدة من نوعها، والسياحة الرقمية هي مناطها المناسب.

ثالثا: الترحال الرقمي " Nomadisme numérique " حقيقة أم خيال؟ ، نشاط سياحي أم عمل سياحي بالتبعية؟

أو ما يُسمى بـ' التحرك المتصل والمرتبط '، الذي يستعمله مستخدمو التكنولوجيا الالكترونية والمعلوماتية دون خط، حيث تسمح لهم بالولوج إلى وسائل الاتصال الرقمية والمعلومات الرقمية ، تعديلها والاتصال بواسطة الهواتف النقالة أو بواسطة الانترنت وكذلك العمل عبر الخط أو دون خط في أي مكان وُجدوا فيه.

صحيح أن مناط البيئة الطبيعية للرحالة الرقميين هو المقاولاتية والمؤسسات ذي الصلة أكثر بعصرنة التشغيل والعمل عن بعد (Télé travail)، إلا أنه ينبثق عن روح انسانية تواقفة للمغامرات السياحية، والهدف هنا هو إتاحة الفرصة للأشخاص بتوسيع آفاقهم عن طريق الحفاظ على مصدر أرزاقهم مقابل ضمان استمرارية العمل في أي مكان أو رقعة في العالم ، ولهذا فهو ليس بعمل حقيق ، بقدر ما هو نموذج عصري للسفر وأسلوب الحياة الحديثة، الأمر الذي يجعلنا نربطه بالنشاط السياحي باعتباره هدفاً أو موضوعاً له، وهو حديث نسبياً ، يعود إلى عام 2015.

تظهر صيغته في سفر الرحالة الرقميين وهم محافظون على مصدر مداخيلهم عن طريق العمل عن بعد، أي بمعنى أنه ليس شرطاً أن يسافر الرحالة الرقميون فعلاً، وفي نفس الوقت ليس محتّم عليهم البقاء في مكان واحد ، إلا أنه عملياً يُفضل هؤلاء اختيار الترحال لعدة أشهر ، أو سنوات لملء حياتهم كاملة ، وبذلك هم يعملون على أجهزة حاسوب ويحافظون على علاقاتهم المهنية في المؤسسات

¹ - Projet Patrimoine en action.

² - « Amazing AOE / Projet AOE incroyable » qui signifie : l'incroyable Amazon d'Europe .

التي وُظفوا فيها¹ إلى درجة أنه أنشأ بيئة جديدة لسياحة الأعمال *Tourisme d'affaire* تتراوح بين أماكن مغلقة (غرفة فندق)، أماكن عمل مشترك، أو مناطق زراعية، أو في غالب الأحيان تستقطب سياحا ومسافرين يفضلون عيش تجارب قليلة التكلفة²، وتُسمى عادة "جنة القراصنة Hcker paradise"، "البيت الأزرق The Blue House"، "مهرب المشروع Project Getaway"، أو "مكتب التصفح Surf office" وكلها نماذج عن عطلة العمل المشترك³، ومن أهم فوائدها خلق مناخ للابداع والعمل في رفاهية بعيدا عن الضغوط المعتادة، وكذلك تطوير القدرات، ومن أجل هذا لجأت بعض الدول في ظل جائحة كوفيد-19 إلى اقتراح فيزا للقيام بعمل عن بعد، انطلاقا من اقليمها لمدة قد تصل إلى سنة تشجيعا للاقتصاد المحلي الذي أصبح يعاني من غياب السياح، مثلما هو الشأن بالنسبة لـ 'بربادوس' التي تدعو أي شخص بواسطة فيزا مسماة "ختم ترحيب باربادوس Barbados Welcome Stamp"⁴، وكذلك استونيا التي عرضت "فيزا الترحال الرقمي Digital Nomad Visa" للعمل في تنقل وبنفس الخصائص والمزايا⁵. ولاية كيبك Québec هي الأخرى أطلقت تخفيضات جزافية بواسطة شركات الطيران Sunwing في الجنوب ابتداء من شهر نوفمبر 2020 تحت شعار "رقي مكتبك Surclasser votre bureau"، ويتضمن برنامج إقامات تتراوح بين 14، 21 و 28 ليلة بمعية شركاء في جمايكا، المكسيك، وجمهورية الدومينيكان، أو خيار الإقامة في أفخم الفنادق والمشاركة في نشاطات الاستجمام والتعارف الشبكي يستفيد فيها الرحالة الرقميون من خدمة الانترنت في جميع الأماكن المتواجدين فيها، وكل ذلك في إطار تشجيع الانتاجية. في حين أن وكالات سياحية عرضت تخفيضات مغرية من أجل العمل عن بعد، على شاكلة ما وفرته شركة "أحسن الأسفار Best of Tours" في تنفيذ لفكرة السفر الحقيقي، حيث يُمنح العمال فرصة التنقل بكل أمان في إقامات تختارها الوكالة من أجل استدامة العمل ومعه اكتشاف بلد الوجهة وثقافته. وعليه لاحظنا أن "الترحال

¹- فهم مغتربون مكنتهم الظروف بواسطة فيزا سياحية وعلاقة تبعية مستمرة لمؤسساتهم التي تفضل وتشجع العمل عن بعد، كما أنهم يمكن أن يكونوا عمالا مستقلين أو بصفة مقاولي الواب، ويتم تنفيذ نشاطاتهم انطلاقا من مقاهي أو أماكن عمل مشتركة أو غرف فندق.

-See Borios (Anais). « Télétravail à l'étranger : Best of Tours investit dans le télétravel », *Tourmag*, 22/07/2020.

² - وهو ما نجده في تايلندا، أندونيسيا والفيتنام، وحديثا انتشرت في أوربا والو، م أ .

- See Mhn(Tanya). « Co-working on vacation :A desk inparadise », 19/01/2015 ,available on (<http://nytimes.com>).

³ - Coworkation/ co-working holiday,see Razavi (Lauren), « We're all going on a co-working holiday'sworkaholics welcom », 28/01/2015 , available on (<http://www.theguardian.com>)

⁴ - Voir L'Union . « La Barbade offre aux étrangers un visa d'un an pour travailler ». *L'Union*, 9/07/2020.

⁵ -See Evans (Joe). « Esonia Launches 'Digital Nomad Vias' scheme to attract remote workers ». *The Week*, 15/07/2020.

الرقمي " لم يعد نطاقا محصورا بالعمل فقط في الوقت الحالي، وإنما أصبح يرتبط بتطور السفر ذاته الذي يُفضل الحاقه بالعمل عن بعد، وهو ما يدعو إلى التساؤل : ما هو مركزه في مواجهة أزمة كوفيد-19؟ أثبتت الاحصائيات بين مستطلع عن الرأي العام وفحص وضعية سوق العمل عن بعد، أنه منذ ماي 2020 أصبح الأشخاص يفضلون هذا النهج الحديث نسبيا لأسباب تتعلق بالحرص على السلامة الصحية أو نتيجة قسرية اجراءات الحجر المنزلي¹ ، ولأن غلق الحدود أثر سلبا في أسفار الأعمال Tourisme d'affaires ومداخيلها ، لهذا اغتمت العديد من الدول فرصة الفتح المؤقت لاحقا للموجة الأولى من الجائحة (خاصة بسبب العطلة الصيفية) لتكثف عروضها المغرية أمام الرحالة الرقميين، لولا أنه مع دخول العالم في مفاجآت الموجة الثانية والثالثة (ابتداء من خريف 2020 و ربيع مارس 2021) والعودة إلى الانعزال وغلق الحدود أو التشديد في الرقابة عليها ، فضلت بعض الدول تشجيع توجيه سياحة "الترحال الرقمي" نحو الداخل خدمة للاقتصاد المحلي، مثلما حاولت التلاؤم معه شركة Pierre & Vacances في فرنسا من خلال اطلاق مشروع -هو قيد التجربة حاليا- مع مؤسسات تطبق منهج العمل عن بعد مع عمالها الذين يستفيدون من الإقامة في مناطق مهمة تستدعي الاكتشاف، وكذلك المجموعة الامريكية لفنادق Jay Peak التي تكيفت و الظرف الحالي مع حملتها المسماة " إجازة الانتقال Relocation Vacation " لاقتراح إقامات ممتدة (أدناها شهر) ويستفيد زوارها من نمط حياة خاص بمنطقة Vermont بالموازاة مع العديد من النشاطات العائلية² .

ثم إن بعض المناطق الفرنسية "Les Pyrénées Catalane" التي عانت صعوبات اقتصادية في الأحوال العادية ، جاءت الجائحة لتعمق تحدياتها أكثر فأكثر، الأمر الذي ووجه بمبادرة خاصة لإعادة تنظيم مشاريعها التنموية وتحرير سكانها من الانعزال عن طريق استقبال زوار جدد بمناسبة العمل عن بعد. كما أن مجموعة Le Massif de Charlevoix اقترحت ابتداء من ديسمبر 2020 تخفيضات لزيادة الانتاجية بمناسبة النشاطات المفتوحة لعدة أيام أو أشهر أو لسنة كاملة بالموازاة مع استقرار الزوار واستجمامهم مع/ دون عائلاتهم في مكاتب جماعية أو قاعات مفتوحة على الطبيعة وتخصيص نشاطات للأطفال ، أي بمعنى يستفيد المرتحل الرقمي من انترنت عالية التدفق، ومعها نشاطات ملحقه³ ، ونماذج كهذه تجعلنا نتأكد بأن مسألة الصناعة السياحية أمام حتمية عملية للملاءمة

¹ -في دراسة كندية أبرزت وجود نسبة 38,5 % ممثلة بـ 4 عمال من 10 ، ووصلت النسبة إلى 50 %، ثم 79 % مع الموجة الثانية من الجائحة.

- See Ledson (Alex). »Digital Nomads are new travel winners,as entire countries open doors to work,tourism « ,Fobes,18/07/2020.

² أي بمعنى زيارة المنطقة من طرف عمال أو مهنيين أحرار للقيام بأعمالهم ومعهم عائلاتهم التي تستفيد من مزايا تلك الإقامة .

³ - SeeLedsomn(Alex).Ibid ; and Pellerin (Hugo). « Pierre Land Vacances déploie une offre de séjours pour travailler « ,T.O.M,10/07/2020.

والتحولات القسرية في مجال الممارسات المهنية وأسلوب الحياة والسفر والسياحة في آن واحد ، وهنا سيكون علينا الاستفسار عما إذا كان من الممكن أن يكون العمل عن بعد (Télé travail) قادرا على الصمود كوسيلة مهنية على المدى الطويل ؟ ، كما أنه من جهة أخرى نظن كذلك أن الدول النامية التي عادة ما تستند على دعامة السياحة يمكن أن تستفيد في ظل تفهقر الظروف الداخلية من هذا الأسلوب ، لاسيما وأنه حاليا هناك الكثير من المنصات والمواقع ما تضع دليل (Guide) و ارشادات توجيهية توضح كيفية التحول إلى رحالة رقميين ،والمراحل التي يستغرقها تحقيق ذلك مع نصائح عملية ، إضافة إلى لجوء بعض الهيئات الحكومية لوضع توصيات وتقارير بشأن هذا الاسلوب الجديد.

المبحث الثاني: نحو تكريس أسس " السياحة الرقمية " وفق المنظومة الحديثة للقانون الدولي للسياحة
في الوقت الذي استرجعت بعض مناطق العالم وتيرة أسفارها بشكل عادي بحلول صائفة 2020 إلى نوفمبر 2020 وبين جانفي 2021 إلى مارس 2021 على أمل اجتياز أهم مرحلة صعبة من جائحة كوفيد 19، برزت إلى الواجهة في مرحلة لاحقة مشاكل تتعلق بالتواصل والربط بين الأشخاص، وكذلك غياب الثقة لدى جماعة المستهلكين والكثير من الجهل بتطورات الجائحة التي تتهاقت على دول العالم بشكل ملفت للنظر: فمنها ما يعرف الموجة الثانية، وأخرى تواجه موجة ثالثة، وواكبها ظهور السلالة الجديدة المتحورة من الفيروس ومعها فيروسات إقليمية جديدة (الإفريقية والهندية) ، وكل ذلك خلط الحسابات على السياسات الداخلية وانعكس سلبا على الوضع الاقتصادي لغالبية الدول ، حتى المتقدمة، وامتد أثره إلى قطاع السياحة، مما أصبح يُحتمّ تسريع عجلة النهوض به أو تعزيز المساعدة للملايين من الأشخاص المتضررة من جراء التوقف عن العمل، ومعها الدخول في تجارب جديدة من السفر المستدام والمسؤول ،الآمن من أجل كل من السكان المستقبلين، والعمال وكذلك المسافرين و/ أو السياح (ثانيا)، وكما جاء في تقرير المنظمة العالمية للسياحة ⁽¹⁾ "إن أزمة كوفيد تُعد مرحلة مصيرية للموامة وأهداف التنمية المستدامة عن طريق جهود متوافق عليها بهدف الحفاظ على وسائل العيش المنبثقة عن السياحة خاصة وجعل العالم حاليا حيزا أكثر مرونة ،شمولية وحيادية عن مشاكل الكربون وأحسن فعالية من حيث الموارد ، الأمر الذي يمنح فرصا جديدة في ظل الرقمنة السياحية (أولا).

أولا: فرص التحول الرقمي للسياحة لتحقيق أهداف التنمية المستدامة

لقد شكّلت الأزمة الصحية لكوفيد -19- فرصة غير مسبوقة للتغيير في خصائص وطبيعة العلاقات الناشئة بين السياحة والطبيعة، بين المناخ والاقتصاد إلى درجة أن الوقت الحالي أحيا التفكير لدى الخاص والعام بإعادة تحليل أدوار السياحة إزاء النظام الإيكولوجي والموارد الطبيعية، وكيف أنه أصبح من السهل القبول بـ" سياحة مستدامة " في ظل ظرف رفع الحدود بين ما هو سياحة ومجتمعات أو سياحة ومشاريع اقتصادية وتنموية إلى مستوى أعلى منفتح نحو اقتصاد سياحي حيادي

¹ -See WTO Report . « Covid-19 Tourism. Recovery : Technical assistance, Recovery package' , may, 20th, 2020. Available on (<http://webunwto.s3.eu-west-L-amaznews.com/s3-public/2020-05/covid-19-Tourism-recovery-TA-package-8%20may-2020-pdf>)

يعترف بتقاسم المنافع⁽¹⁾، وهو الأمر الذي وصفته المنظمة العالمية للسياحة بالقفزة النوعية متعددة الأطر، حيث أمكن تسهيل وتسريع عجلتها بقيادة استجابة متعددة الأطراف وجماعية، منسقة وتعاونية بين مختلف الأطراف المانحة، وأيضا تشجيع مخططات الإنعاش الاقتصادي والاستثمارات المتصلة بالاقتصاد الأخضر، وحتى البنفسجي. لذلك فإن جهود مواجهة الآثار الاقتصادية الاجتماعية لجائحة كورونا في هذا المجال تتطلب القبول بتحول نوعي أكثر من كمي: أسلوبا - أهدافا وأدوات، تحت شعار "3 أ". ويرى البعض أنه لا يوجد مجال أكثر استيعابا للأزمات، قدرة على التكيف والابتكار وكذلك تجاوز أسوأ التجارب مثلما هو متوفر مع قطاع السياحة⁽²⁾. وهو ما يفرض تبني مقاربات جديدة وإحياء ما كان قديما ومفيدا للرد، وذلك وفق شراكة قوية ومتعددة المستويات⁽³⁾، لاسيما وأن العولمة تساعد على ذلك⁽⁴⁾، وما يؤكد جدية ووضوح هذا الوضع لجوء الكثير من الدول مع حلول شهر جوان 2020 لإعادة فتح حدودها ونشاطاتها السياحية مع العلم بخطورة ذلك على السكان المستقبليين للوفود الكثيرة من السياح بعد حجر طويل الأمد منذ بداية الجائحة، ما اضطرها إلى فرض قيود جديدة، تتراوح بين الحجر على القادمين من دول أخرى لمدة معينة أو تشديد إجراءات الدخول (مثل الرخص المقدمة من المطارات من كلتا الجهتين: دول الإصدار والدول المستقبلية⁽⁵⁾)، أي بمعنى أن الإجراءات تخف أو تشدد بشكل مرن حسب تطور أو تراجع الأزمة، ويُفسر التفاوت في السياسات الداخلية وكذلك والتخطيط لأنظمة حسب المقاس (de Mesure).

وباعتبار المنظمة العالمية للسياحة الهيئة العالمية المختصة بتسيير شؤون السياحة في مجال الحكومة العالمية وضبط منظمة القانون الدولي للسياحة، فقد تكفلت بصياغة مخطط عمل (plan

¹ -See WTO Report , Ibid.

² - Voir le Rapport de L'OMT. « Le redemarrage du tourisme », disponible sur (<http://www.unwto.org/fr/redemarrage-du-tourisme>)

³ -See WTO Report. Ibid.

⁴ انظر ناصر مراد، 'تشخيص العولمة'، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، مجلد 45، عدد 4، 2008، ص ص 162 وما يليها .

⁵ - ففتح الحدود بين إسبانيا، ألمانيا، فرنسا، النرويج وغيرها في محاولة لإنعاش السياحة لم يثمر كثيرا، فبريطانيا، ألمانيا والدنمارك لجأت إلى الحجر على القادمين من إسبانيا مدة 14 يوما، وكذلك النرويج التي شددت في دخول الزوار من فرنسا وإقليم كتالونيا، النمسا من جهة حددت توقيت فتح المراكز البحرية السياحية على إثر ثبوت 53 حالة مؤكدة من الموبوتيين من بينهم العمال، ألمانيا هي الأخرى لجأت إلى توفير مراكز الكشف والتحليل المجانية لدى المطارات لتشجيع الأشخاص الوافدين من بلدان ذات خطر عالي من الوباء (...). من إجراءاتها، ويذكر أن الحكومة الإسبانية حاولت إقناع بريطانيا بعدم إخضاع الجزر ضعيفة الانتشار من الفيروس، وبالمقابل نجد أن دولا من شمال إفريقيا كتونس، المغرب والجزائر رفضت ولأزلت إلى يومنا هذا فتح الحدود لأغراض سياحية أمام السياح الأجانب.

- See Moulson (Geir) and Kurtenbach (Elaine). « European Tourism faces turbulence only weeks after restart », Ap news, july, 27th 2020, available on (<http://apnews.com/e6509475a558831774f.3697faf7396bc>)

(d'action) من أجل سياحة أكثر استدامة وشمولية مست (05) خمس مستويات هامة لإدارة سياحة ما بعد كورونا، وهي:

1- تسيير الأزمة والتخفيف من الآثار الاقتصادية والاجتماعية على وسائل وموارد العيش لاسيما بالنسبة لعمالة النساء وأمنها الاقتصادي

حيث يتطلب الرد الفوري على تعاون الحكومات و/ مع دعم شركات التنمية للمساهمة بالنهوض بالسياحة حسب ما يحقق الأفضل لفئات اجتماعية تعتبر في الأحوال العادية هشة وضعيفة. وترى المنظمة أن هناك ثلاث مستويات يتعين الإجابة عليها بشكل تدرجي ومنسق، ويتعلق بالأمر ب: (أ) حماية مناصب العمل والإيرادات وكذلك المداخل والمؤسسات ، لأن اتساع نطاق الأضرار التي رتبها جائحة كورونا على السياحة يستدعي اتخاذ تدابير لضمان بقاء المؤسسات صامدة والحفاظ على العمل بقدر الامكان، الأمر الذي يمكن تجسيده بواسطة الترخيصات المؤقتة لديمومة النشاط مع إعادة ترتيب الضرائب وتقسيم دفعها أو تأجيلها أو برامج خاصة للمساعدة على التشغيل وملاءمة شروط القروض في هذا المجال لاسيما على المدى المتوسط من أجل حفظ وسائل العيش للأشخاص التي تسترق من موارد السياحة وتفادي الإفلاس، أما الفئات الهشة فتحتاج إلى مساعدات مالية قصيرة المدى⁽¹⁾ مثلما تنطوي عليه برامج " العمل من أجل الطبيعة " أو منح إضافية أو ترقية المقاولات والمؤسسات العائلية، تسهيل التشغيل للنساء في أنشطة سياحية يتقونها⁽²⁾.

ولعل منظمة العمل الدولية تشجع من جهتها الحوار الاجتماعي للمساهمة بحلول مبتكرة⁽³⁾ بما يحقق ديمومة التشغيل، الرفاه وصحة العمال في مجال النقل الجوي والبحري من خلال احترام شروط العمل وإجلاء عائلاتهم. فعلى سبيل المثال لجأت كل من الكويت، منغوليا، هنغاريا والأرجنتين إلى أسلوب المرونة مع مساهمات الضمان الاجتماعي المطبقة على مستخدمي المؤسسات إلى درجة إلغاء بعضها أو تغطية الدولة بنسبة 70% منها، في الغالب يتم تعويض العمال المسرحين تسريحا تقنيا بنسبة تتراوح بين 50% إلى 70% من الراتب الحقيقي، كمبوديا لجأت إلى تأهيل العمال المسرحين مقابل دفع 20% من الراتب الأدنى في مختلف الفنادق أو منازل الإيواء ، المطاعم ووكالات السفر، ناميبيا انتهجت أسلوب تقديم المنح الاجتماعية لمساعدة المؤسسات على الحفاظ على مناصب العمل في كل من المجال

¹ - ونقصد بها العمال غير النظاميين، النساء وعاملي السياحة الإيكولوجية .

² - Voir L'IOT : « Reprendre le travail en toute sécurité : Guide su la prévention du Covid-19 à l'intention employers », du 07/05/2020. Et OIT. « Principales disposition des normes internationales du travail à prendre en compte dans le contexte évolutif de l'épidémie du Covid-19 » , 29/05/2020.Comp Bouzaida, Nadia Mansour and Mohamed El Amine Abdelli. "Leadership and Innovation on Business Tourism: Implication of Employees." *Industrial and Managerial Solutions for Tourism Enterprises*, edited by Atilla Akbaba and Volkan Altıntaş, IGI Global, 2020, pp. 15-20. <http://doi:10.4018/978-1-7998-3030-6.ch002>

³ - Ibid.

الفندقي، النشاطات السياحية، الطيران، النقل البحري والعمران، ومن جهتها مصر رخصت بتأخير دفع مستحقات الشركات والمؤسسات المتواجدة في المواقع الأثرية والتاريخية إلى غاية استرجاع السياحة لقدراتها، مع تقديم قروض في هذا المجال لمدة سنتين من الاستحقاق، وبنفس الأسلوب كل من بلغاريا، إيطاليا وجزر موريس تولت مساعدة التجار وتغطية تأمينات العمال، توقيف المطالبة بالضرائب وديون الضمان الاجتماعي ذات الصلة بالنشاط السياحي، وفي لبنان سمحت المؤسسات الاقتصادية بمنح قروض دون فائدة لمدة 5 سنوات من أجل تمكين المستخدمين من دفع رواتب العمال، بيد أن اليونان سهلت حصول العمال المؤقتين لتعويضات مع تكفل الدولة بتغطية تأمينهم الاجتماعي والصحي، وأخيرا تولت كل من صربيا وجمايكا تقديم مساعدات مباشرة للمؤسسات الآيلة للغلق بسبب الجائحة، لاسيما ذات المشاريع الصغرى والمتوسطة، (ب) تعزيز الثقة بواسطة البروتوكولات الصحية وأمن النشاطات السياحية بما يتلاءم طبيعة المنطقة المتضررة من الجائحة وشريطة أن تمتد في مختلف مراحل السفر وكافة الفاعلين والأطراف (مسافرين، عمال، سكان محليين)، مع ضرورة توخي أسلوب التنسيق والتعاون بين الدول، إذ يُشار في هذا السياق أن ألبانيا مثلا شهدت تعاونا بين وزارتي الصحة والحماية الاجتماعية وكذلك السياحة والبيئة أفرز عنه وضع بروتوكول الإجراءات لمكافحة كوفيد-19- خلال الموسم السياحي لعام 2020، باعتباره شرطا لإعادة فتح المؤسسات السياحية واستئناف أنشطتها، وبلغاريا أيضا تبنت توجيهات رسمية واجبة النفاذ في أماكن الإيواء تحت طائلة التوقيع على تعهد مسبق، رواندا هي الأخرى أعادت ابتداء من جوان 2020 استئناف النشاط السياحي بما فيها الطيران التجاري بإتباع سلسلة من التوجيهات العامة، وعموما يشكل قرار استعادة السياحة لوتيرتها الطبيعية تدريجيا مرتبطا بالسياسات الجديدة للعمل، وهو الأمر الذي شددت عليه منظمة العمل الدولية في دليلها الخاص حول استئناف العمل بكل أمن⁽¹⁾. كما أن الرقمنة والحلول المبتكرة تمنح فرصة فريدة نوعية لتوسيع الإجراءات العملية التي تجعل من السفر أو النشاطات السياحية أكثر مرونة وأقل إسرافا، وأخيرا تدعيم التنسيق والشراكة وكذلك التضامن بغاية النهوض اجتماعيا واقتصاديا، والتي تعتبر مقاربة أساسية لمواجهة انعكاسات جائحة كورونا على المستوى الداخلي أو الدولي مع السلطات الصحية أو المستهلكين، ويتولاها عادة لجان متخصصة لتتبع الوضع⁽²⁾، ونشير في هذا الشأن إلى أنه تم إنشاء لجنة الأزمة العالمية للسياحة تحت

¹ - Voir: L'IOT. « Reprendre le travail en toute sécurité » Ibid.

² - في الجزائر تم إنشاء خلية متابعة خاصة بالسياحة برئاسة المدير العام للسياحة مكلف بالمتابعة باستشارة كل المتعاملين ومهنيي السياحة وفيدراليات أرباب العمل، أما ماليزيا فأنشأت مجلسا للعمل على إعادة بعث السياحة، في حين أن بنغلاديش شكلت لجنة لتسيير الأزمة في مجال الصناعة السياحية، وتولت الإكوادور التنويع في اللجان المختصة بإعادة تنشيط السياحة وعددها 5.

لواء المنظمة العالمية للسياحة⁽¹⁾ تتولى تجميع فاعلي القطاع لصياغة رد شامل على مختلف التحديات المطروحة نتيجة الجائحة⁽²⁾ وأول إجاباتها تبني وثيقة " التوجيهات العالمية لإعادة بعث السياحة " ⁽³⁾.

2- تعزيز التنافسية ودعم القدرة على الصمود: حيث أن أزمة كوفيد -19- أظهرت ضرورة إعادة التفكير في اقتصاديات السياحة من أجل تحسين التنافس، ومن أجل ذلك دعت المنظمة العالمية للسياحة إلى تبني أطر سياسية جديدة أكثر ملاءمة والبيئة الاقتصادية المعاصرة ذات الطبيعة المستدامة، وأهمية تنمية نوعية الاستثمارات المحلية المرتبطة بالتكنولوجيا، والمساعدة على تأهيل اليد العاملة في هذا المجال، كما أنه يُتصور أن يُساهم التعليم وتنمية القدرات لصالح النساء بخلق فرص أحسن وذات قيمة مضافة في الأنشطة السياحية، ثم إن استحداث نماذج خدمتية ومنتجات تجمع بين الهدف الاقتصادي والسياحي في شكل حديث يُعد فرضية مهمة لتنويع المنتجات وحسن تسيير المواسم السياحية على اعتبار أنها تلغي الحدود مع الزمن وتحولها أنشطة سنوية ذات إيرادات معتبرة، كما تُشجع المنظمة كذلك على تحسين تجارب الزوار، خاصة ما تعلق منها بالسياحة الثقافية الطبيعية والبيئية بما يضمن طابعها المستدام وهو ما يحققه مزج القطاع الذكي بالنشاط الاقتصادي، مع ضرورة خلق أنظمة إنذار مبكر للتأهب للمخاطر التي تمس السياحة ويساعد في ذلك مجموع برامج الدعم للاستفادة من التحليلات الإحصائية والمقارنات العلمية والتقييم، وهو ما توفره تكنولوجيا البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي، مما ينتج عنه تحقيق الأبعاد الثلاثة: استدامة السياحة، اقتصاديتها، ثقافتها واجتماعيتها وبيئتها، وأخيرا فعالية شبكة الحماية لمراقبة السياحة المستدامة⁽⁴⁾.

3- تشجيع الابتكار ورقمنة النظام الإيكولوجي للسياحة: والذي يتجسد تحت تأثير مستلزمات تواجهها المؤسسات السياحية منذ محاولة استئناف نشاطها على إثر جهود بعض الدول لإعادة فتح مختلف الجهات، حيث ظهرت الحاجة إلى امتلاك القدرة على التحكم في التكنولوجيا لفهم حاجات المسافرين، خلق وتسويق تجارب خلّاقة لاستعمال منصات رقمية تضاعف التنافسية وتحقق الكثير من المرونة لاستقطاب العملاء⁽⁵⁾، وكذلك تعد المناصب النوعية في مجال السياحة الرقمية محل تجاذب من المؤسسات لتحسين نشاطها، لاسيما أنها مؤهلة للتحكم في الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة الضرورية لحماية السكان ومواردهم. وقد أكدت منظمة السياحة العالمية (OMT) على تبني مخططات

¹ -Voir Rapport de L'OMT. « Le Redémarrage de tourisme ». Ibid.

² - منذ مارس 2020، وهي تتألف من ممثلي الدول، ومنظمة الصحة العالمية، منظمة الطيران المدني، منظمة العمل، البنك العالمي، منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، والمنظمة الدولية البحرية وفاعلي القطاع الخاص.

³ -Voir : Rapport de L'OMT. « Directives pour relancer le tourisme », Mai 2020, disponible sur (<http://webunwto/03-en-west-i-amazonews.com/s3fs-public/2020-06/200606-UNWTO-global-guidelines-to-restart-tourism.FR.pdf>)

⁴ - Consulter sur (<http://www.resto.unwto.org>)

⁵ -Pour plus d'informations voir CCI , « Plan d'action : soutenir les petites entreprise pendant et après la crise de la Covid-19 », disponible sur (<http://intracen.org/nouvelles/action-plan-supporting-small-business-through-the-covid-19-crisis-and-towards-thfutur/>)

إنعاش للسياحة مبنية على التكنولوجيا وتطوير رقمنة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وأيضا تحسين مسار الشبكة المتكفلة بتقديم حلول مبتكرة في مجال الاستثمار السياحي¹.

و نذكر في هذا الشأن أن البرتغال تعد من الدول التي تبنت صناديق خاصة لدعم المؤسسات الناشئة (Startup) تحت تسمية (Mezzanine) ومساعدتها في استئناف عملها خلال الجائحة وتطويرها لاحقا من أجل سياحة افتراضية وذات غايات إيكولوجية، والتي من شأنها بهذا الشكل أن تساهم في انجاح التحول الرقمي، خلق مناصب عمل جديدة و تنويع منتوجات جديدة، هولندا هي الأخرى وضعت برنامج يسمى (Corona- Overbruggingsleimigg) لتقديم مساعدة للمؤسسات لإعادة استعادة نشاطها في شكل قروض تصل قيمتها إلى مبلغ اثنين مليون أورو في مرحلة أولى ولحققتها مساهمات بقيمة 150 مليون يورو لصالح المؤسسات الناشئة والتكنولوجية مع انتشار اتجاه معتبر لممارسة السياحة بواسطة التكنولوجيا ، وهي في نفس الوقت ذات فحوى إيكولوجي حمائي مثلما رأينا مختلف أشكالها سابقا.

وهنا أمكننا التأكيد مرة أخرى أن آثار الجائحة المضرة جاءت لتسرّع وتيرة الرقمنة إلى درجة خلق " تصدعا رقميا واضحا في المجتمع الواحد " (2) من جهة وبين الدول من جهة أخرى .

4- فرصة ترقية الاستدامة ونمو الاقتصاد الأخضر لتسير التحول نحو قطاع سياحي مرن وتنافسي وفعال في استخدام الموارد وخالي من الكربون: إذ أن هذه الأزمة الصحية شكّلت فرصة للتغيير والتحويل في علاقة السياحة بالطبيعة وتوجيهها بشكل واضح نحو المساهمة في تحقيق أهداف التنمية المستدامة (ODD)⁽³⁾ وهي ذات صلة مباشرة حاليا بتحديات التغيرات المناخية، التوازن الإيكولوجي وسلامة الموارد الطبيعية، والمحافظة على التراث الثقافي والعادات وتقاليد الشعوب، ولهذا نجد المنظمة العالمية للسياحة توصي بتشجيع السياحة الإقليمية أو القطرية لأنها تتطوي على فرص هامة لتجسيد التعاون والتنسيق و المصلحة المشتركة، حيث من شأنها التقليل من الأضرار البيئية وتحسّن من صورة الأقاليم الهشة والجزيرية التي تعتمد على السياحة لضمان استمرارها، لاسيما إذا اندمجت مع أسلوب تسخير التكنولوجيا للقيام بتجارب نوعية ، والتي تشكّل فرصة لتحسين الربط بين الأشخاص واستمرار الحصول على خدمات ذات قيمة مضافة، وقد بدأت تظهر هذه المحاولة قبل الجائحة عن طريق " برنامج السياحة المستدامة " الذي تبنته "شبكة One Planet كون واحد"⁽⁴⁾، ويُعول عليه تجسيد مشاريع لتطوير القطاع السياحي الأخضر والمُشجّع للطاقات المتجددة ، المقلل و/ أو المحايد من الكربون، وطبعاً يُمثّل تحولا يتلاءم ورغبات جماعة المستهلكين مثلما توضحه تجارب السياحة الجبلية، التراث، الطبيعة، الثقافة والمغامرة، وسنجد من خلال النماذج اللاحق توضيحها مكانا مهما لترشيد

¹ --Bouzaida, Nadia Mansour and Mohamed El Amine Abdelli. ibid.

² - لا تستعمل فيها التكنولوجيا على نحو متساوي.

³ - Pour Plus de détails Voir sur : [http:// www.tourism4sdays.org](http://www.tourism4sdays.org)

⁴ - Voir sur ([http:// www.oneplanet.network.org](http://www.oneplanet.network.org))

السياحة الرقمية نحو منافع أكثر، كما أن المساعدات المالية المترتبة بمناسبة الجائحة يمكنها أن تُشكل إحدى الوسائل المهمة لتجسيد استثمار سياحي لفائدة الاقتصاد الأخضر ومعه التشجيع لخلق مناصب عمل تقنية مؤهلة و/ أو بالمقابل فتح المجال لتشغيل محلي، وبعبارة أخرى يمكن أن يكون " الشرط الأخضر " أداءً للإعانة المالية لإنعاش سياحة تعرف ركودًا شاملاً منذ بداية الجائحة.

5- التنسيق والشراكات لإعادة تشغيل عجلة السياحة وتحويلها نحو أهداف التنمية المستدامة:

حيث يتم ضمان إنعاش سياحي يضع الزبائن في مركز النشاطات ذات الصلة، والعمل على رفع أو تقييد القيود المفروضة على السفر بصفة مسؤولة ومنسقة، وبالرجوع إلى دليل (Guide) المنظمة العالمية للسياحة وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي (PNUD) لعام 2017 تأكدت فكرة احتلال السياحة لمركز هام ضمن المجالات ذات العلاقة بمهام الهيئتين، على اعتبار أنها قطاع يندرج ضمن كل هدف من الأهداف السبعة عشر (17) للتنمية المستدامة، بدليل أننا أصبحنا نتكلم عن " سياحة مستدامة "، وأصبحت المؤسسات السياحية تُقرّ بأن ملاءمة الأهداف التجارية وأهداف التنمية المستدامة يُعزّز التنافسية بالمساهمة في استدامة المشروعية الاجتماعية لنشاطاتهم وتحسينها⁽¹⁾، ومن أجل تحقيق هذه الأهداف ترى المنظمة العالمية للصحة أن مستقبل السياحة يتوقف على إرساء شراكات متعددة المستويات: إدارية، تنسيق متجانس بين السلطات العمومية والمحلية، تنسيق أكثر ترشيدا بين السياحة ومختلف القطاعات الأخرى (النقل بكافة أشكاله، التجارة، البيئة، التشغيل والثقافة)، التنسيق بين القطاع العام والخاص وأخيرا فرض مكانة خاصة للمجتمعات المحلية وسط اعتبارات لسياسة تسيير السياحة.

ومن الجدير بالإشارة إلى أن الدول الإفريقية المنضمة للمنظمة العالمية للسياحة نوّهت إلى حاجتها في الرد بفعالية على تجهيز القطاع السياحي والنتائج عن جائحة كورونا، إلا أن الهيئة فضّلت التركيز على أولويات تنفيذ برنامج العمل من أجل السياحة والنمو الشامل عام 2030⁽²⁾ قابلة للتطبيق في الأشهر الحالية والمستقبلية، حيث حدّتها كالتالي: تحرير النمو لتشجيع الاستثمار القائم على الشراكة العمومية/ الخاصة، ترقية تطوير الابتكار والتكنولوجيا، تسهيل الأسفار، وتشجيع الرؤية الشمولية للحلول وتنميين صورة إفريقيا في هذا المجال.

¹ -See WTO and UNDP Report .”Tourism and the sustainable development Goal Journey to 2030”, available on (<http://www.e-unwto.org/dir/book/10.18111/9789284419401>); -Bouzaida, Nadia Mansour and Mohamed El Amine Abdelli. Ibid.

- يستهدف الدليل مساعدة الحكومات، صناع القرار والمؤسسات السياحية على إدماج أهداف التنمية المستدامة في إطار السياسات وبرنامج التمويل وعمليات الاستثمار التجاري، وقد اعتمد توصيات مؤسسة على تحليل وفحص تقييمات وطنية مستمدة من (64) دولة و (08) وثائق بخرائط طريق وطنية لـ (60) مؤسسة سياحية، وقد طُرحت بمناسبة المنتدى عالي المستوى للأمم المتحدة من أجل التنمية المستدامة بين عامي 2016 و 2017.

² - Voir AG de L’OMT . « L’exécution du programme général de Travail », 2019, disponible sur (<http://unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtogad.2019.3.g51w645001604506>)

ثانيا: نماذج نوعية لتطوير آفاق السياحة الرقمية لمرحلة ما بعد أزمة كوفيد-19

أثرت جائحة كوفيد-19 على الصناعة السياحية بشكل دفع الدول إلى إيجاد بدائل لتنشيط سياحتها ، ويسبب العودة التدريجية والحذرة في فتح الحدود وبتزكية من المنظمة العالمية للسياحة من اجل إعادة بعث هذا القطاع الذي يتطلب في الوقت الحالي تسريعا في الوتيرة لتدارك ما ضاع أو ما تكبدته من أضرار معتبرة بادرت العديد من الكيانات الخاصة والعمومية لرقمنة السياحة وخلق بيئة أكثر انفتاحا ، جاءت الوضعية الحالية للجائحة في ظل دخولها مرحلة الموجة الثالثة لتؤكد ضرورة التمسك بها كخيار قابل للتعميم في أي وقت متى تبنت الدول ومختلف الفاعلين إرادة لتكريسها على شاكلة ما شهدته قطاعات أخرى كالتعليم عن بعد، الصحة عن بعد، العدالة عن بعد... وغيرها ، ونذكر منها:

1- التجربة الدانماركية و 'السياحة عن بعد Remot tourism' : طوّرت 'جزر الفارو' Les iles «
¹ « Féroé التي تتميز منذ سنوات بالمحافظة على مواردها الطبيعية ومناظرها الجذابة وفي أوج مراحل انتشار فيروس كورونا والحجر الصحي تجربة سفر فريدة من نوعها ، و ذلك من خلال تطوير فكرة 'السفر عن بعد' في سابقة خاصة، حيث لاحقا لقرار الحكومية الدانماركية غلق الحدود ومنع السياح من دخول الأرخيبيل واضطرار هؤلاء إلى الغاء جميع رحلاتهم ومخططاتهم الاكتشافية التي كانت تلوح بدخول ضعف عدد سكان المنطقة خلال عام 2020 و ثلاثة أضعافها خلال عام 2021، تم الخروج بفكرة مفادها السماح للأشخاص في أي مكان في العالم باستكشاف الجزر كسياح افتراضيين من خلال السكان المحليين أي بمعنى تمكين كل سائح افتراضي من التحكم في تحركات السكان المحليين في وقت فعلي، ويتم ذلك عبر الهاتف المحمول أو الكمبيوتر اللوحي أو الكمبيوتر الشخصي²، ويتحدد عدد الجولات بمرة أو مرتين يوميا خلال مدة ساعة من الزمن³ ، مع العلم أنها ليست بديلا نهائيا للسياحة الفعلية.

¹ منطقة ارخبيلية تتكون من 18 جزيرة في المحيط الأطلسي الشمالي تغطي مساحتها حوالي 1400 كلم في منتصف المسافة بين النرويج وإزيلندا ، ويبلغ عدد سكانها حوالي 50.000 ، ويتمتع اقليمها بالحكم الذاتي ضمن مملكة الدانمارك =منذ عام 1948 ، حيث تمثل أحسن المناطق الطبيعية من حيث نظافتها ووعورتها وتنوعها الايكولوجي المتوازن وغير المستغل بيد الانسان .

² وتُمكن حتى من استكشاف الجبال الوعرة في جزرها، ورؤية الشلالات المتدفقة عن قرب وتحديد المنازل التقليدية ذات الأسقف العشبية من خلال التفاعل مع السكان المحليين في مكان معين وكيفية استكشافهم باستخدام لوحة التحكم للدوران أو المشي أو الجري أو السباحة وهم بمثابة العين والجسد في جولة استكشافية افتراضية بتجهيزهم بكاميرا فيديو حية، ويتم استكشاف المواقع سيرًا على الأقدام وبواسطة طائرة الهليكوبتر أو قوارب مائية (براء، بحرا أو جوا).

³ For more informations see Mooty . « Remote Tourism in the Faroe Islands – Travel with a Local in Real Time »,Tourisme on The edge ,May ,7th ,2020 ,available on (<https://www.tourisontheedge.com/hidden-places/europe/remote-tourism-in-the-faroe-islands>)

2- 'هلسنكي الافتراضية': ساهمت هيئة "ترقية مدينة 'هلسنكي' الفنلندية بابتكار تقنية 'السائح الالكتروني E-touriste' الذي يُتاح له زيارة المدينة دون المجئ لها عن طريق نمذجة ثلاثية الأبعاد (3D) باستعمال الفيديو أو خوذة الحقيقة الافتراضية.

3- تجارب فرنسية محدودة ومتنوعة: يفيدنا في البداية إبراز المقاربة التي تبنتها فرنسا لتحسين السياحة الرقمية قبل الجائحة والتي شكلت أرضية مهمة للمرحلة الحالية ، ولاسيما منذ إصدار المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي رأيا (Avis) حول " السياحة والرقمنة " عام 2017 متبوعا بتقرير قسم التهيئة المستدامة للأقاليم (1) ، حيث يتم الاعتماد على منظومة التربية والتعليم في مجال التراث الثقافي ،التاريخي والطبيعي، مع تحسيس السكان المحليين بأهميته في وقت مبكر، وذلك يشجع الأجيال اللاحقة من الحفاظ ،الحماية ونشر الثقافات بواسطة مقاربة "سياحة الذاكرة " التي تتلاءم كثيرا مع الأدوات الرقمية، ويسمح بميلاد فكرة " الشخص المستقبل على الواب" (2) مهما كان سنه ،حيث يتولى نشر المعلومات واستقطاب السياح أو ممارسة نشاط ما انطلاقا من الواب ويدعمه إتقان اللغات وجمالية الأسلوب والواجهة الافتراضية، أي بمعنى احترام ما يسمى بـ"سياحة الاستقبال " (Tourisme D'accueil) شريطة توفير النوعية وتحسين المعلومات ، ثم إن هذه التطورات السابقة هي التي ساهمت في تعزيز المنهج الفرنسي في تنظيم سياسة سياحة خاصة، وذلك عن طريق تعزيز ترقيتها ووضع مخطط وطني من أجل العطل، بدايتها كانت بإرساء مركز الشباك الوحيد للسياحة مرتبط بالوزارة الأولى منذ عام 2019 ، أين عقدت الجلسات الوطنية للسياحة لملاءمة وتكملة التدابير المتخذة منذ الجلسات المنعقدة في عام 2014 من أجل التهيؤ للتظاهرات التي ستجرى في البلاد مع ما يسمح لأصحاب المداخل المتوسطة والضعيفة الاستفادة منها، كما تستهدف هذه المبادرة توسيع نطاق ترقية السياحة من وإلى الدولي و الداخلي بالتنسيق مع الجهود الدولية التي تتولاها الجماعات الإقليمية ومختلف المؤسسات في إطار الإستراتيجية الوطنية المتعلقة بالوجهات والعقود السياحية (3) ودعم مرئية (Visibilité) الوجهات البحرية المميزة، والأهم من ذلك الاستفادة من التكنولوجيا الرقمية لتحسين علاقة النوعية بالسعر السياحي في الدولة لفائدة سياحة الأعمال دوليا وداخليا وسياحة الفئات المعوزة في إطار أهداف مستدامة، وفي هذا السياق نجد من التجارب التي أظهرت قابلية للالتحاق مع التحولات الحديثة للقطاع، أنه تم اعتماد تكنولوجيا الواقع المعزز من طرف ديوان السياحة بمدينة بوردو (Bordeaux) عن طريق تأجير آلة

¹ - Avis du CESE Sur le Rapport présenté par M.M. Jean Luis Cabrespines et Régis Vargnier, Rapporteurs au nom de la section de l'aménagement durable des terroires , document 2017-26 du 22/12/2017, NOR : CESL1100026X, disponible sur (www.lecese.fr)

² - « Accueilleur/euse » ou « Greeter »

³ - لاسيما ما يُعرف بعقود (SPOT) : أي عقود هيكلية الأقطاب السياحية الإقليمية.

للزوار لتجسيد تجربة (Imayena Bourdeaux XVIII 2 em) واكتشاف المنطقة على قرابة 1.5 كلم لمدة ساعتين ونصف، ومنحهم فرصة العيش في البيئة السائدة في ذلك الوقت (1).

كذلك عرفت السياحة الذكية استقطاب الشركاء الثنائية مثلما كان الأمر بالنسبة لتمويل مشروع من برنامج التعاون العابر للحدود المسمى (Interreg Marittimo) إيطاليا وفرنسا البحرية، حيث ينصب على تقديم خدمات للمؤسسات السياحية المتمركزة في كل من Ligurie ، إقليم توسكان (Toscan) ، LeVar ، وجبال الألب البحرية (Les Alpes Maritimes) من خلال دعم الابتكار والتنافسية في هذا المجال ، ويتم اختيارها بواسطة رأي خاص من اللجنة المعنية على نحو متساوي في كل منطقة، على أن يتولى تجسيد إستراتيجية وتنظيم تلك المؤسسات ومركزتها في السوق عن طريق المرافقة الرقمية، جمع البيانات، تصميم الحملات في هذه العملية الترويجية ودعم المنافسة دولياً، كما نشير في هذا السياق إلى أن فتح باب الترشيحات من المؤسسات أمام أحد الشركاء في البرنامج (2) حُدد بتاريخ 31 ماي 2021، ليتم فرزها لأول فترة خلال 30 يوم، وبمجرد القبول تتولى (أي المؤسسات) مهمة إدماج معطياتها لضمان التسيير المنتظم لنشاطاتها، وما يهمنا تحديد الأرضية التي انبنت عليها الدعوة لهذا المشروع متمثلة في محاولة إرساء فهرس (Catalogue) للموردين المؤهلين عبر الحدود في مجالات اختصاصات وخدمات محددة في المشروع طبقاً لاعتبارات تتعلق بآثار جائحة كوفيد-19- على المؤسسات ذات الصلة(3).

يُضاف إليها النموذج المسمى الساحل الفرنسي 'Cote d'Azur' الذي جاء يستهدف امتصاص الطلب السياحي المحلي عن طريق لجوء العديد من الشركات الخاصة المحلية إلى اطلاق منصات خاصة للحجز ، باعتبارها أسلوباً آخر لتسهيل استهلاك السياح أثناء عطلهم ، وذلك في شكل عروض للترفيه الخاصة بمنطقة الساحل الفرنسي Cote d'Azur ، وبنقرة واحدة يمكن للسائح حجز مختلف النشاطات المقترحة فيها ، وأضيف إليه خدمة أخرى تتمثل في مرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحولهم الرقمي عن طريق تطوير أنظمة الحجوزات المتبادلة والمرتبطة بمواقع الانترنت الخاصة بكل مقدم خدمة، وكذلك يقترح ورشات للمرافقة بتحسين الميراثية الرقمية لكل مؤسسة وضمان أتمتة بعض الأنظمة الداخلية التي تعتمد عليها تلك المؤسسات .

4- تجارب لتسويق النشاطات المحلية بأسعار منخفضة: وهي النماذج التي لجأت إليها مؤسسة Le Petit Routard ' دليل الرحالة ' (GDR) ⁴ لرقمنة السياحة المحلية مع كافة النشاطات ذات الصلة

¹ -Voir : Clouet (Philippe). « Imayana Bordeaux :découverte en réalité augmentée – Imayaena Bordeau. XVIII ème, 14 octobre 2012, disponible sur (www.aquitaineonline.com)

² - Sont 'Global Management Services (SRL) et Agence spéciale Rivière de Ligurie .

³ -Voir l'article 2 du document 'Appel a référencement des fournisseurs pour le projet « Smart Tourism »', disponible sur (www.var.cci.fr)

⁴ يمثل مجموعة فرنسية للإرشاد السياحي نشأت منذ 1973 من طرف Michel Duval و Philippe Gloaguen مستعارة من النموذج الأمريكي 'Back packers' .

-Voir « La face cachée du Routard », disponible sur (https://www.lexpress.fr/culture/livre/la-face-cachee-du-routard_809733.html).

انطلاقاً من المنصة الخاصة بها . ولعل السبب في ذلك يرجع إلى الفجوة الظاهرة التي باتت تميز الأقاليم الفرنسية ومنحت هذه الشركة الخاصة فكرة مرافقة المؤسسات الصغيرة لرقمنة عروضها وتعزيز مرئيتها أكثر عبر الانترنت ونشر المعلومات التسويقية الرقمية الوطنية مجاناً مقابل اغراء العملاء بتخفيضات سياحية . ونفس الأمر بالنسبة لطرح بعض المنصات بطاقات مرور رقمية ' Digital Pass ' التي تسمح للسائح بالاستفادة من التخفيضات في خدمات ومنتجات محلية، وهي تخفيضات لا تتم إلا بواسطة الأنترنت وتُشكل اقتصاديات مفتاحية لمقدمي الخدمات، ثم إنه الأسلوب الذي تفضله بعض الدول العربية التي لا تعتبر تقنية السياحة الافتراضية ' من أساسيات قطاع السياحة بعد أو تتباطأ في تعميم القبول بها، مثلما هو الشأن بالنسبة للمملكة السعودية التي تعتمد كأداة لترويج السياحة من خلال عقد اتفاقيات مع منصات ومواقع تدعمها في استغلال تقنية الواقع الافتراضي في الرحلات التاريخية الإسلامية بالمملكة ، المتاحف الأثرية وعروض المهرجانات الدولية والتخفيضات في مجال تسويق الرحلات والمنتجات الوطنية، وتبعثها مصر في نفس الاتجاه بواسطة شركات متخصصة في التسويق والتحول الرقمي لقطاع السياحة توفر خبرات وخدمات تقنية ذات الصلة¹

5- الأداة الإقليمية لتسويق سياحة والونيا² (ORC) : حيث جاءت بواسطة المساعدة التقنية لمنصة Elloha المختصة في البيوع عن طريق الانترنت بألية لتسويق السياحة المحلية للإقليم البلجيكي المسمى 'الونيا' وذلك بهدف الحصول على أقصى عدد من الحجوزات المباشرة، رفع قيمة الفوائد ، وتطوير شبكة البيوع بواسطة العروض الموجودة على المواقع السياحية الإقليمية (تنظيمات سياحية، جمعيات مهنية وشركاء محليين آخرين) ، المساهمة في حملات الترويجية على شبكة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي لتنمية السوق الإقليمية مع الخارج ، وأخيراً استفاد المنخرطون في المنصة من أسعار خاصة وتحفيزية وكذلك تقديم خدمات مرافقة شخصية. على اعتبار أن النشاطات السياحية هي بوابة التفاعل مع مختلف الكيانات المساهمة في هذا المجال (من ايواء وفندقية، نقل، ومطاعم...) كانت هذه الأداة أسلوباً لعصرنة العرض المحلي وبمساعدة منصات وسيطة ، وفي الوقت الذي يفضل فيه مثلاً المستهلكون الحجز مباشرة على مواقع الانترنت الخاصة بالمتعاملين وكذلك اجراءات الحجز الذي اتخذتها الدولة في مواجهة الأشخاص فلم يكن لهذه الأداة إلا تسهيل الحجوزات المسبقة لدى الكيانات

¹- وهذا تحت الدفع القوي الذي رتبته التوصيات التي خرج بها المنتدى الاقتصادي العالمي الذي توقع بان التحول الرقمي سيصل بحلول (2019-2025) ونقل ما لا يقل عن 100 مليار دولار إلى المنافسين الجدد وتحقيق فوائد غير مباشرة تزيد عن 700 مليار دولار نتيجة كل استعمال عصري ورقمي ، تنبأت له المنظمة العالمية للسياحة بأنه سيكون هدفاً مستداماً بحلول عام 2026 ، لاسيما وأن الأجيال المستقبلية ما تتولى قيادة التغيير في السياحة، أبسطها تبدأ =بملاءمة تقنيات البحث والحجوزات والرقمنة وانتهاء إلى تحديث أساليب السفر والقيام بالنشاطات السياحية الافتراضية و عن بعد.

² (Outil régional de commercialisation de Wallonie), pour plus de détails consulter le site (<http://orc.walloniebelgiquetourisme.be/>)

نحو تدعيم سياحة افتراضية ورقمية في عالم ما بعد كورونا (تجديد لمنظومة القانون الدولي للسياحة)

المحلية لمنطقة 'والونيا' عوض اللجوء إلى مواقع الحجوزات المعروفة ، وهذه محاولة لتسريع وتيرة رقمنة الصناعة السياحية المحلية لمواجهة الظرف القسري الاستثنائي.

6- نماذج من سياحة 'الترحال الرقمي' : وجدنا العديد من الشركات التي بدأت تتكيف والظروف الحالية للجائحة وتتحضر لمرحلة ستعرف الكثير من التنافس من أجل انقاذ الاقتصاد السياحي ، مثل مؤسسة "Link Coworking" التي توفر ناديا خاصا لأماكن العمل في كل من الو، م ، أ التي كانت السبابة لذلك ولحقتها فرنسا، كذلك نجد المؤسسة الناشئة " Startup Basecamps " المستقرة في سان فرانسيسكو وتوفر غرف ايواء مشتركة بإيجارات معقولة جدا تسمح بالعمل عن بعد دونما تكاليف عيش ضخمة ، بحيث تشكل سياحة مفتوحة على عدة ولايات امريكية توسعت إلى كندا (مونتريال) ، وبمعية شركات أخرى (The Embassy Network- Pure House- و Krash). وهناك مؤسسة "Zoku" التي فتحت أبوابها في امستردام لتطوير مفهوم الفندقية باستقبال زوار لدى عائلات أو قرية معينة¹ ، وكذلك شركة "Tribwanted" التي تمنح إقامة ببالي وسط سكان قرية Hubud مقابل خيار الرحالة الرقمي في المشاركة في مشاريع بيئية في مزارع ايكولوجية تأويهم أو القيام بنشاطات معينة² .

وبالمقارنة ، سنجد أن أوروبا قد طوّرت المغامرة الرقمية أكثر فأكثر، حيث نشير إلى المبادرة الحديثة لشركة "Kamtoor Karavaan" بهولندا التي تؤجر منازل متنقلة أو يخت أو أراضي للتخييم من اجل استقبال مجموعات العمل ، وفي فرنسا تم تجسيد فكرة "قرية التمرد Mutinerie Village" عن طريق استقبال الرحالة الرقميين في منزل داخل مزرعة خارج مدينة باريس يتم فيه دفع مبلغ 40 يورو مقابل إقامة كاملة ومشاركة في صيانة ونظافة المنزل والنشاطات المتعلقة بالمزرعة، وهو ما طبقته ولاية كيبيك Québec بهدف توسيع التعارف بين المواطنين ، وذهبت أبعد من ذلك حينما أصبحت قترح سلسلة من الأسفار الصيفية تُسمى "جولة المقاولين" ويستفيد فيها سياح المقاولانية من محاضرات أو شبكة أعمال ولقاءات وسياحة ثرية كوسيلة للتحفيز على العمل والترفيه في آن واحد، مع العلم أن الحكومة الكندية تشجع منذ عدة أشهر تمسك الفاعلين المحليين في السياحة بهذا التحول الرقمي³ .

الخاتمة :

¹ - pour plus de détails consulter son site (www.zokuhome.com)

² - يصل مبلغها إلى 350 دولار أسبوعيا أو 550 دولار بالنسبة للشهر الأول دون إيواء لتُخفّض إلى 350 شهريا ابتداء من الإقامة لاحقا.

³ - فحسب احصائيات قام بها كل من كرسي السياحة والترفيه ووزارة السياحة الكندية وجمعية تحالف الصناعة السياحية برزت الجهود المسجلة في مجال مرئية الهيئات عبر الواب تمثل نسبة 34 % التي استغلّت ظروف الجائحة لخلق أو عصرنة مواقعهم من اجل عروض أكثر وضوحا عبر الخط وتخفيض تبعيتهم لكبريات منصات الحجوزات، وبالمقابل 33 % تمثل نسبة التحول الرقمي المنفذ فعلا من أجل ارساء تكنولوجيا تسهل أكثر التواعد الاجتماعي وتُكسب محبي السفر مزايا أحسن في ظل استمرار الجائحة وعدم العلم بزمن انتهائها.

مما يفيدنا قوله بأن السياحة الافتراضية أو الذكية والرقمية باتت من المستلزمات الجديدة التي فرضت ظروف ما بعد الوباء التسريع في وتيرتها مقارنة مع الفترة السابقة، مع العلم أن المنهج الذي اعتمده الدول ، قطاعا عاما أو خاصا مختلف كما ونوعا وأسلوبا، أظهرت مفاضلة في القدرة الذاتية لمناطق معينة على المستوى الوطني وأخرى تتوجه إلى الدعم والقيادة لمشاريع محددة أو مجرد تطوير للمناهج والأدوات، وكلها استخدمتها شركات تكنولوجية تقوم بتسويق خدماتها لتحسين الحياة اليومية والرفاه لجماعة المستهلكين السياح ، أمثال: Google، Apple و Microsoft ، وواقع هذا التحول الرقمي أصبحت تعبر عن نقلة نوعية وعصرنة لقطاع مهم سيكون لها مستقبل زاهر بالنسبة لتطوير أدوات السياحة وطبيعة مناصب العمل ذات الصلة ، بدأت بوادره تظهر لاحقا لمرحلة جائحة كوفيد -19- لاسيما ما تعلق بتجارب يرتادها السياح عادة لاكتشاف الآثار والمواقع الطبيعية أو الثقافية وتوفرها بشكل استثنائي ونوعي تطبيقات خاصة بدأ باستعمالها حتى قبل الوباء⁽¹⁾، وكأنها كانت تنتظر الأوضاع الحرجة ، مجهولة الأمد ومتسعة النطاق بين انغلاق الحدود وتوقف الأنشطة السياحية ، والتي تعول عليها العديد من الدول في مشاريعها التنموية² ، وإذا أرادت هذه الأخيرة فعلا النهوض ببدايل في هذا المجال ما عليها إلا أن تفتح على الأهداف المستدامة كي تهيب الأراضية لسياحة مستدامة ويتعين عليها القبول بها في محاولة لانقاذ شعوب تسترزق من ورائها أو شعوب أخرى تحرك استهلاك السلع والخدمات الضرورية لاقتصاديات سياحية ، ونحن نرى في البيئة الافتراضية الجديدة حتمية في جميع المجالات ، والسياحة إحدى مواضيعها تحتاج للتحرك لمستقبل أكثر تكيفا مع التطورات والتحولات الجديدة، والمنظمة العالمية للسياحة أهم فواعل منظومة القانون الدولي للسياحة يتعين عليها المبادرة بدعم استراتيجيات وطنية للدول التي تحتاج إلى الدفع قدما للالتحاق بركب الرقمنة والذكاء الاصطناعي الذي يجتاح السياحة بشكل متسارع ، خاصة وأن مواجهة أزمة كوفيد-19 لا يترك خيارا للمؤسسات التكنولوجية إلا ضرورة الابتكار والابداع سواء بصفتها مرافقة لفاعلي السياحة أو التنوع في المنتج السياحي أو الحلول محل الوسائل و الكيفيات الكلاسيكية للنشاطات السياحية بمساعدة ورشات التكوين في هذا المجال ، أو دعم التسويق الرقمي وتقييمه وتقاسم التجارب الناجحة، كل ذلك لأن 'سفر الغد' هو 'سفر بدون اتصال، سفر عن بعد' في انتظار ما إذا كان فعلا سيحتفظ هذا السفر بغايته وأهدافه !

قائمة المراجع :

1- ناصر مراد، تشخيص العولمة، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، مجلد 45، عدد 4، 2008 .

¹ -See Bruno (Fabio); Barbieri (Loris), Mangeruga (Mario); Cozza. (Marco), Lagudi (Antonio); Cejika (Jan); Liarokapis (Fotis) and Skarlatos (Dimitrios). "Under water augmented reality for improving the diving experience in submerged archaeological sites", Ocean engineering, vol 190, 2019, pp. 101-108, available on (<http://doi.org/10.1016/j.oceaneng.2019.106487>) consulted, 20/03/2021

² -See Abdelli, Mohammed El Amine, et al. op.cit. pp. 125-112.

- 2- محمد الأمين بودخيل د. مبارك بن زاير د. مصطفى بن شالط، "الوجهات الذكية واعتماد التكنولوجيا في الصناعة السياحية تجارب عربية ناجحة"، متوفر على الرابط : (<http://dspace.zu.edu.ly>)
- 3- وسيلة قنوفي ، "جدلية القانون و التكنولوجيا..... بين التكامل و التحايل"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية،مجلد 57،عدد 5، 2020، ص ص 90 و 91.

Ouvrages

Articles :

- 1- Clouet (Philippe). « Imayana Bordeaux :Découverte en réalité augmentée – Imayaena Bordeaux. XVIII ème, 14 octobre 2012, disponible sur (www.aquitaineonline.com)
 - 2- Chouinard (Jean-Sebastien). « 5 étapes du comportement d'un voyageur en ligne », publié le 05/04/2009, Stratégie d'affaires, disponibles sur (<http://www.adviso.ca/blog/conseils/5-etapes-du-comportement-du-voyageur-en-ligne>)
 - 3-Fournier (Carine), « Tourisme de croisières et le covid-19 : Coup d'arrêt et adaptation d'un secteur dynamique », in Résultat d'étude , 24 juin 2020, disponible sur <http://www.cpu.fr/actualité/resultat-detude-tourisme-de-croisieres-et-covid-19-coup-darret-et-adaptation-dun-seteur-dynamique/>)
 - 4- Gayet (Joel). « Tourisme numérique et nouveaux marketing territorial », Forum du Tourisme Numérique, 14/03/2014, Deauville . Morand (Jean Claude) . « Tourisme 2.0 », M 21 éd, 2008
 - 5- Pellerin (Hugo). « Pierre Land Vacances déploie une offre de séjours pour travailler »,T.O.M,10/07/2020.
 - 6- Poelhuber (Bruno), « Du Web 1.0 au Web 2.0 : Evolution, caractéristique et pédagogie », Cours Edulib, faculté des sciences de l'éducation. Université de Montréal, disponible sur (http://cours.edulib.org/c4x/UMontreal/PP6015/asset/ITES1_Web1Web2_partie1.pdf)
 - 7- Rago (Mathilde). « Comment le web a-t-il bouleversé la distribution des produits touristiques ? » disponible sur (<http://www.tom.travel/2017/07/13/Web-a-t-bouleverse-distribution-produits-touristiques/>)
 - 8- S.A. « Réseau de veille en tourisme, chaire de tourisme transat, l'industrie 4.0 : les enjeux du monde numérique », in Techno, Tourisme express : L'actualité de l'industrie touristique, 6/03/2019, disponible sur (www.tourismeexpress.com)
 - 9- S.A. « La face cachée du Routard », disponible sur (https://www.lexpress.fr/culture/livre/la-face-cachee-du-routard_809733.html)
 - 10- S.A. « Tourism 4-0 : présentation », disponible sur (www.tourism4-0.org)
- document 'Appel a référencement des fournisseurs pour le projet « Smart Tourism »', disponible sur (www.var.cci.fr)

Documents :

- 1- AG de L'OMT . « L'exécution du programme général de Travail », 2019, disponible sur (<http://unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtogad.2019.3.g51w645001604506>)
- 2- Avis du CESE Sur le Rapport présenté par M.M. Jean Luis Cabrespines et Régis Vargnier, Rapporteurs au nom de la section de l'aménagement durable des terroires , document 2017-26 du 22/12/2017, NOR : CESL1100026X, disponible sur (www.lecese.fr)
- 3- CCI , « Plan d'action : soutenir les petites entreprise pendant et après la crise de la Covid-19 », disponible sur (<http://intracen.org/nouvelles/action-plan-supporting-small-business-through-the-covid-19-crisis-and-towards-thfutur/>)
- 4- JDN. « Compagnies low -cost : Plongée au cœur de leur business model », Enquête, disponible sur (<http://www.journaldunet.com/0604/060418-enquetelowcost-shtml>)
- 5- JDN. « Qu'est ce que le web 3.0 ? », disponible sur (<http://www.journaldunet.fr>)

- 6-^{Le} Programme de l'ONU pour l'environnement : Vers une économie verte : pour un développement durable et une éradication de la pauvreté », 2011, disponible sur (<http://archive.ipu.org/splz-fr/rpt-unesco.pdf>)
- 7-OECD, « Tackling. Coronavirus :Tourism policy responses updated », 15 th april 2020.
- 7-OIT : « Reprendre le travaille en toute sécurité : Guide su la prévention du Covid-19 à l'intention employers », du 07/05/2020.
- 8-OIT, Note sectorielle « l'impact de la Covid-19 sur le secteur du tourisme », mai 2020.
- 9- OIT. « Principales disposition des normes internationales du travail à prendre en compte dans le contexte évolutif de l'épidémie du Covid-19 », 29/05/2020.
- 10- Le rapport de l'OIT, Sommet mondial sur « Le Covid-19 et le monde du travail », 1^{er} – 2 et 7-9 juillet 2020, Réunion virtuelle, disponible sur (<http://global-summit.ilo.org/fr/event/constituent-dav>)
- 11-Le Rapport de L'OMT. « Le redemarrage du tourism », disponible sur (<http://www.unwto.org/fr/redemarrage-du-tourisme>)
- 12 -Rapport de L'OMT. « Directives pour relancer le tourisme » ,Mai 2020, disponible sur (<http://webunwto/03-en-west-i-amazonews.com/s3fs-public/2020-06/200606-UNWTO-global-guidelines-to-restart-tourism.FR.pdf>)
- 13- L'Union . »La Barbade` Pellerin (Hugo). « Pierre Land Vacances déploie une offre de séjours pour travailler »,T.O.M,10/07/2020.
offre aux étrangers un visa d'un an pour travailler ».L'Union,9/07/2020.
- 14- OIT, Observatoire de l'OIT . « la Covid-19 et le monde du travail », 5^{ème} éd. 30/06/2020, disponible sur (<http://www.ilo.org/wcnsp5/groups/public/...dateparts/...documents/briefingnote/wcms749442.pdf>)

English books and journals :

- 1- Abdelli, Mohammed El Amine ,et al. "The Engineering of Territorial Tourism Study Case of Algeria." *Strategies for Promoting Sustainable Hospitality and Tourism Services*, edited by Maximiliano Emanuel Korstanje, et al., IGI Global, 2020, pp. 122-139. <http://doi:10.4018/978-1-7998-4330-6.ch008>
- 2- Antley (Jeremy). « Textual dualism and augmented reality » ,The russian empire Future internet, vol 4/4, dec 2012, pp. 1037-1048.
- 3- Avakian (Talia). « This App will hire a loal to plan your entire trip – for only 30\$ a day », April, 5 th, 2018 available on (<http://www.travelandleisure.com/travel-news-vialero-local-plan-trip>)
- 4- Beça (Pedro) and Raposa (Rui). “M- tourism 2.0: A concept where mobile tourism meests participatory culture”, e-Review of tourism research, January 2011.
- 5-Borios (Anaiis). « Télétravail à l'étranger : Best of Tours investit dans le télé travel »,Tourmag,22/07/2020.
- 6-Bouzaida, Nadia Mansour and Mohamed El Amine Abdelli. "Leadership and Innovation on Business Tourism: Implication of Employees." *Industrial and Managerial Solutions for Tourism Enterprises*, edited by Atilla Akbaba and Volkan Altıntaş, IGI Global, 2020, pp. 10-27. <http://doi:10.4018/978-1-7998-3030-6.ch002>
- 7-Bruno (Fabio); Barbieri (Loris), Mangeruga (Mario); Cozza. (Marco), Lagudi (Antonio); Cejika (Jan);Liarokapis (Fotis) and Skarlatos (Dimitrios). “Under water augmented reality for improving the diving experience in submerged archaeological sites”, Ocean engineering, vol 190, 2019, pp. 101-108, available on (<http://doi.org/10.1016/j.oceaneng.2019.106487>)consulted, 20/03/2021 .
- 8- Evans (Joe). « Esonia Launches ‘Digital Nomad Vias’ scheme to attract remote workers ».The Week,15/07/2020.

- 9- Getting (Brian), « Basic definitions : Web1.0, Web 2.0, Web 3.0, practical E-commerce », available on (<http://www.practicalecommerce.com/Basic-Definition-Web-1-0-web-2-0-Web-3-0>)
- 10- Gretzel (Ulrike), Zhong (Lina) and Koo (Chulmo). « Application of smart tourism to cities », International journal of Tourism cities, vol 2 (2), 2016, available on (<http://doi.org/10.1108/IJTC-04-2016-007>).
- 11- Hancock (Alice), « Corona virus, Is this the end of the line for cruise ship ? », Financial Times, June, 7th, 2020, available on (<http://www.ft.com/content/7a4a0d2b-52b3-4a6d-a9ca-629fc093ce82#comments-anchor>) consulté le 15/03/2021.
- 12- Ledson (Alex). « Digital Nomads are new travel winners, as entire countries open doors to work, tourism », Forbes, 18/07/2020.
- 13- Maksymenko (Serhü). « Virtual Dressing Room to increase sales during Covid-19 », Readwrite, November, 24th 2020, Available on (<http://readwrite.com/2020/11/24/virtual-dressing-room-to-increase-sales-during-covid-19>)
- 14- Mhn(Tanya). « Co-working on vacation : A desk in paradise », 19/01/2015 ,available on (<http://nytimes.com>).
- 15- Mooty . « Remote Tourism in the Faroe Islands – Travel with a Local in Real Time », Tourism on The edge , May , 7th , 2020 ,available on (<https://www.tourisontheedge.com/hidden-places/europe/remote-tourism-in-the-faroe-islands>)
- 16- Moulson (Geir) and Kurtenbach (Elaine). « European Tourism faces turbulence only weeks after restart », AP news, July, 27th 2020, available on (<http://apnews.com/e6509475a558831774f3697faf7396bc>)
- 17- Murugesan (San), « Understanding Web 2.0 : second generation web technologies », IT pro, 9(4), July/ August 2007, pp 34-41, available on (Doi : 10.1109/MITP.2007, 78)
- 18- Najafipour (Amir Abbas), Vahid (Marzi) et Mohammad. H (Foroozanfer). « The futur of cruise ship, Tourism Industry: The challenges of Cruising Market and operations Management », Journal of social Issues and Humanities, vol.2, n° 7, 2014, pp. 213-244
- 19- Panko, Thomas (R), and Hentorne (Tony L.), « Crimes at sea », A review of crime on board Cruise Ships, International Journal of Safety and Security in Tourism and Hospitality, vol 20, 2019, pp. 1-23.
- 20- Razavi (Lauren), « We're all going on a co-working holiday's workaholics welcome », 28/01/2015 , available on (<http://www.theguardian.com>)
- 21- Schwab (Klaus). « The fourth Industrial revolution : what it means, How to respond ? », Foreign Affairs, available on (<http://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-fourth-industrial-revolution-what-it-means-and-how-to-respond>)
- 22- Tripathy (A.K). Tripathy (N.K Ray) and, Mohamty (CS-P). « i-Tour : The futur of smart tourism », IEEE Consumer Electronics magazine, vol 7, n° 3, mai 2018, pp. 32-37.

Documents

- 1- Aviation Benefits Report, 2019, available on (<http://www.icao.int//sustainability/documents/AVIATION-BENEFITS-2019-web.pdf>)
- 2- CNUCED. « World Investment Report », 2020, pp 6-8 and 82, available on (<http://unctad.org/en/pages/publicationWebflyer.aspx?publication=2769>).
- 3- CNUCED. « Covid-19 and tourism : Assessing the economic consequences, 2020 ».
- 3- Conservation International foundation .« Impact of Coronavirus on nature » available on (<http://www.conservations.org./stories/impact-of-covid-19-on-nature>), and UICN « Conserving Nature in a time of crisis », mai, 25th, 2020.
- 4- UN policy brief on « Debt and Covid-19 : A global response, in solidarity », April, 17 th, 2020, available on

(http://www.un.org/sites/un2.un.org/files/un_policy_brief_on_debt_and_covid_april_2020.pdf
)

5-WTO . « Global report on city tourism », UNWTO, Madrid, 2012, available on (<http://affiliatemembers.unwto.org/publication/global-report-city-tourism>)

6- WTO. « World Tourism Barometer », vol 18, n° 3, june, 2020, Madrid, available on (<http://doi.org/10.16111/wtobarometereng>)

7- Tourism Data Dashboard, OMT. « global and regional tourism performance », available on (<http://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance>)

8-WTO and UNDP Report .”Tourism and the sustainable development Goal Journey to 2030”, available on (<http://www.e-unwto.org/dir/book/10.18111/9789284419401>)

⁰⁹⁻ WTO Report . « Covid-19 Tourism. Recovery : Technical assistance, Recovery package’, may, 20th, 2020. Available on (<http://webunwto.s3.eu-west-L-amaznews.com/s3/s-public/2020-05/covid-19-Tourism-recovery-TA-package-8%20may-2020-pdf>)

10- WTO. « World Tourism Barometer », vol 18, n° 3, june, 2020, Madrid, available on (<http://doi.org/10.16111/wtobarometereng>)