

## **Défis de la mondialisation : Le rôle de l'information et de la communication dans le développement du tourisme saharien**

**Cherifi Dalila**

**Maitre de conférence A , Université d'Alger 3 ,**

**cherifi\_dalila@outlook.fr**

Received: 10/01/2022

Accepted: 13/01/2022

Published: 23/01/2022

### **Résumé de l'article :**

Le tourisme en général, et le tourisme saharien en particulier, jouent un rôle majeur dans l'avancée du développement en Algérie comme les pays du monde entier .

C'est pourquoi notre papier de recherche est venu mettre en évidence les caractéristiques de ce type de tourisme et les mécanismes de réalisation du développement économique, social et culturel à travers cet important activité touristique à travers une étude descriptive.

**Mots-clés :** Le tourisme, , le tourisme saharien, développement, l'Algérie , mondialisation

### **Abstract:**

Tourism in general, and Saharan tourism in particular, play a major role in advancing development in Algeria like countries around the world.

This is why our research paper has come to highlight the characteristics of this type of tourism and the mechanisms for achieving economic, social and cultural development through this important tourist activity through a descriptive study.

**Keywords:** tourism ; Saharan tourism ; development , Algeria , globalization .

### **1. Introduction:**

« Le désert en tant que tel est très émouvant .On ne peut rester insensible à la beauté du désert. Le désert est beau parce qu'il est propre et ne ment pas. Sa netteté est extraordinaire »(Théodore Monod, Déserts, AGEF, 1988, p.307)

## **Cherifi Dalila**

Actuellement, pour les nationaux comme pour les étrangers l'attractivité du Sahara devient une destination touristique idéale et privilégiée grâce à la spécificité, à la qualité et à la diversité du paysage et des habitants. Cette région quelque peu méconnue s'est ouverte progressivement au marché touristique national et international. Le tourisme culturel hivernal du Sahara en particulier est très important mais celui-ci peut durer pendant toute l'année. Les séjours organisés à Timimoune , à Ghardaïa ,à Tamanrasset et à Djanet en particulier, régions à fort potentiel de développement touristique peuvent devenir dans un proche avenir des produits touristiques à haute valeur ajoutée aussi bien sur le plan commercial que celui de la création d'emplois. Dans ces lieux privilégiés les touristes découvrent un mode de vie et des traditions sociales et culturelles d'une communauté ayant réussi à maîtriser la vie au désert et ses immenses difficultés.

Le Sahara dispose de ressources naturelles importantes telles que le pétrole , le gaz naturel, les minerais de toutes natures et d'immenses nappes albiennes ainsi que de nombreuses oasis à fort potentiel agricole et de millions d'hectares de terres agricoles à mettre en valeur. Le tourisme qui n'a pas figuré dans les priorités économiques des stratégies et plans de développement des gouvernants de l'Algérie indépendante ,devrait prendre la place qui lui revient et en particulier le tourisme saharien qui dispose de ses propres spécificités et de peu de concurrence internationale car le Sahara algérien est le plus vaste désert au monde et le plus diversifié en termes de paysages ,de flores et de traditions socioculturelles.

Face aux défis de la mondialisation ,le progrès économique et social de l'Algérie entraîne de nouveaux besoins ainsi que de nombreux demandeurs d'emplois. C'est pourquoi le tourisme et en particulier dans les régions du Sud du pays, doit constituer l'une des meilleures réponses à ces nouvelles préoccupations. D'où les nouvelles ambitions du gouvernement algérien. Comme

**Défis de la mondialisation : Le rôle de l'information et de la communication dans le développement du tourisme saharien**

l'indique Jean-Marie Breton dans son ouvrage 10, « les pouvoirs publics prennent conscience que la fréquentation touristique liée à l'attrait du patrimoine culturel constitue une manne financière conséquente à la fois pour les collectivités publiques, mais aussi en termes d'emplois induits ou de développement économique local » (Breton, 2009, p. 25)

Dans notre champ de recherche, nous aborderons le thème du Sahara en tant que terrain d'élection du tourisme désertique et nous verrons comment les questions de l'information et de la communication sont au cœur du problème pour transformer cette industrie touristique grâce notamment à l'utilisation des TIC. Elles incluront une logique de développement et serviront à préciser et à permettre de comprendre comment à travers ce désert, «le secteur du tourisme est d'une importance capitale pour le développement économique et social de l'Algérie qui projette de devenir un pôle touristique par excellence dans les 10 prochaines années»,(ancien Ministre du Tourisme algérien Hacène Marmouri). « Un rêve encore lointain » vu les problèmes actuels du tourisme en Algérie qui empêchent la satisfaction des attentes et des besoins du touriste.

Ensuite nous parlerons du rôle des TIC au service du marketing et de l'expérience touristique, grand défi que l'Algérie doit relever afin d'améliorer les conditions d'accueil et d'infrastructures dans une option de développement économique. Il s'agira ainsi d'aider le gouvernement à mettre en œuvre différentes stratégies dans sa vision globale en préconisant un changement d'approche dans ce secteur. Nous nous focaliserons donc sur l'économie touristique dans ces zones désertiques. Facteur de développement économique, le tourisme en Algérie ne représenterait que 1,4% du PIB algérien (produit intérieur brut), un chiffre négligeable mais d'après le Ministère du tourisme, le nombre de touristes étrangers dans

## **Cherifi Dalila**

l'immensité du désert algérien a augmenté et a atteint le chiffre de 10.000 à la fin Septembre 2017 en comparaison à l'année 2016 (7500). D'après Nawal Imès (Le Soir d'Algérie), la destination Algérie a attiré un peu plus de 2 millions de touristes en 2018. Les Tunisiens viennent en tête avec plus d'un million de visiteurs (1 261 411), suivis par les Français avec 221 707 puis par les Marocains dont le nombre était de 80 317. L'évolution par rapport à l'année précédente est de l'ordre de 18,17% , ce qui montre une croissance de la fréquentation touristique malgré les difficultés et les problèmes majeurs (dont la question sécuritaire diffusée par les média internationaux) qui entravent le développement du tourisme, le manque d'évolution des services des transports, des hôtels et autres infrastructures et surtout le manque de stratégies efficaces de communication, de marketing et de publicité.

Dans cette optique, les décideurs institutionnels doivent améliorer les conditions de la politique touristique nationale qui gère l'industrie de tourisme en intégrant les nouvelles technologies de l'information et de la communication (TIC) afin d'améliorer la qualité de l'information transmise et stimuler le développement du secteur touristique , encourager et mettre en valeur le patrimoine culturel, facteur de financements et de richesses.

### **2. Le Sahara :Un terrain d'élection du tourisme désertique.**

« Le désert n'est pas là où l'on croit. Le Sahara est plus vivant qu'une capitale et la ville la plus grouillante se vide si les pôles essentiels de la vie sont désaimantés ».Lettre à un otage (1942), Antoine de Saint-Exupéry

Au lendemain de l'indépendance, l'Algérie vivait une situation socio-économique critique. Pour cela, il fallait mettre en œuvre une politique nationale de développement et fixer plusieurs objectifs prioritaires. Le premier objectif a été l'adoption d'une industrialisation de transformation entre autres

**Défis de la mondialisation : Le rôle de l'information et de la communication dans le développement du tourisme saharien**

secteurs prioritaires, relayant le secteur du tourisme en dernière position. Dans son discours en 1970 le défunt président Houari Boumediene a déclaré : « le tourisme est une priorité en Algérie mais c'est notre dernière priorité... », alors que celui-ci représente une source importante d'investissements et d'emplois. Ensuite, la tragique décennie noire des années 90 a tué le tourisme et a terni l'image de l'Algérie. Enfin, avec la chute des recettes d'hydrocarbures, le Gouvernement a affiché une réelle volonté pour la mise en place d'une économie diversifiée. Dans cette optique, la politique nationale du tourisme intégrée avec la politique nationale d'aménagement du territoire (Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT 2030), s'inscrit dès lors dans le cadre des nouvelles orientations stratégiques du pays. Avec le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique (SDAT), l'Algérie tente de relancer ce domaine. Malgré une volonté affichée, ce schéma pour sa mise en œuvre, rencontre beaucoup de scepticisme et reste une utopie pour certains même si le programme a consacré pour le tourisme la poursuite de la dynamique visant la réalisation d'une véritable industrie touristique . ( POLITIQUE GOUVERNEMENTALE DANS LE DOMAINE DE L'AMENAGEMENT DU TERRITOIRE, DU TOURISME ET DE L'ARTISANAT Septembre 2015 . PRIORITES DU PROGRAMME DE L'ACTIVITE DU MINISTERE DE L'AMENAGEMENT DU TERRITOIRE, DU TOURISME ET DE L'ARTISANAT. II - VOLET TOURISME).

G. Cazes (1989, P7) considère que « Le tourisme est un phénomène nouveau qui n'a vraiment émergé dans la réalité quotidienne que depuis moins d'un demi-siècle. Mais il a connu une expansion et une généralisation si rapide dans la société comme un élément banal et naturellement constitutif de cette vie quotidienne ».

## **Cherifi Dalila**

Chez nous ,le tourisme saharien est effectivement un phénomène récent .Il concerne en particulier les Wilayas des Oasis et de la Saoura dont les deux oasis les plus proches d'Alger, fameuses pour leurs palmeraies: Biskra et Bou-Saada. Les régions du Mزاب, El Oued, El Goléa, Ghardaia, Touggourt ,de l'Ahaggar , du Tassili,de Laghouat, ainsi que le mystérieux Hoggar avec Djanet,Tamanrasset et Timinoune , riches et célèbres grâce à leur patrimoine architectural et à leur culture locale.Tous ces lieux sont des produits exotiques pour ceux qui sont à la recherche d'expériences, qui aiment l'aventure et la découverte de nouvelles contrées.Cependant, ils ne connaissent pas encore un élan de développement touristique important et cela,malgré tous les efforts pour relancer l'industrie touristique en Algérie .Le Sahara, espace mythique, n'est pas encore valorisé bien qu'il représente une étape privilégiée du tourisme désertique.

Le tourisme international facteur de développement économique, est devenu l'un des secteurs économiques à plus forte croissance dans le monde avec l'apparition de nombreuses nouvelles destinations grâce à l'utilisation des TIC dans leur gestion, ce qui a permis d'augmenter l'information produit et le flux touristique international. En dépit des richesses géographiques et culturelles que les pays du tiers monde possèdent et en particulier l'Algérie ,le développement du tourisme dans ces contrées reste désastreux principalement en raison du manque d'infrastructures. Pour promouvoir la destination Algérie et satisfaire les amoureux des grands espaces désertiques ,il faut améliorer les services concernant entre autres le transport, l'hébergement, la restauration et l'animation en utilisant les nouvelles technologies de l'information et de la communication afin de transformer cette industrie du tourisme pour que les touristes puissent trouver ce qu'ils recherchent rapidement et partir à la découverte des paysages fabuleux , aller

**Défis de la mondialisation : Le rôle de l'information et de la communication dans le développement du tourisme saharien**

à la rencontre de la population, connaître son histoire, son mode de vie, etc....

Ces quelques considérations montrent que le tourisme au Sahara pose des questions de recherches sur le rôle de l'information et de la communication dans le développement et la transformation du tourisme désertique dans ces régions concernées. C'est devenu aujourd'hui un des enjeux majeurs de toutes politiques et initiatives dans le secteur du tourisme international et national. C'est dans cette perspective que le nouveau Ministre du Tourisme et de l'Artisanat Abdelkader Benmessaoud a annoncé le 19 Avril 2018 le lancement d'un portail électronique **du tourisme ,une initiative permettant la « promotion de l'investissement touristique » en Algérie. Il a insisté aussi sur le principe de la « modernisation » du secteur du tourisme basée sur l'utilisation plus large des nouvelles technologies** en introduisant, les réseaux sociaux, mais aussi sur la « généralisation » de la « numérisation », notamment dans l'information et la communication, en particulier dans les services et le marketing.

Ces procédures de travail reposent sur l'encouragement des investissements et des partenariats entre les secteurs public et privé.

Ainsi toute nouvelle approche pour relancer l'industrie touristique algérienne présuppose une renaissance avec les infrastructures et avec l'importance de l'expérience dans le marketing des produits et des services proposée aux touristes par les opérateurs à leurs clients, de partir en voyage organisé en revendiquant l'aventure. Cette relance repose essentiellement sur la formation ainsi que sur le développement des technologies de l'information et de la communication, afin d'offrir des prestations de qualité et favoriser la destination Algérie.

### **3. Les TIC au service du marketing et de l'expérience touristique: grand défi du tourisme désertique algérien**

« Le marketing est l'ensemble des techniques et études d'applications qui ont pour but de prévoir, constater, susciter, renouveler ou stimuler les besoins des consommateurs et adapter de manière continue l'appareil productif et commercial aux besoins ainsi déterminés ». Kotler et Dubois (2003).

L'Algérie a longtemps compté sur ses ressources en hydrocarbures comme principales sources de revenus délaissant tous les autres secteurs et en particulier celui du tourisme, première industrie du monde. Dans le contexte de crise que traverse l'économie algérienne actuellement, une véritable relance du tourisme en Algérie tente de réhabiliter ce secteur pour le développement économique du pays et l'opportunité de faire de cette activité touristique une source importante de rentrées de devises pour l'Algérie.

Comme nous l'avons précisé dans notre introduction, le tourisme en Algérie ne représenterait que 1,4% du PIB algérien (produit intérieur brut), un chiffre négligeable mais aujourd'hui, en vue de revaloriser la destination Algérie, les stratégies de développement touristique de l'Algérie qui s'inscrivent dans la dynamique du Schéma Directeur de l'Aménagement Touristique (SDAT 2030) reposent sur « cinq (05) dynamiques essentielles, bases de la nouvelle stratégie d'aménagement touristique à l'horizon 2030, à savoir :

- « 1. La valorisation de la destination Algérie pour accroître l'attractivité et la compétitivité de l'Algérie ;
2. Le développement des pôles et villages touristiques d'excellence par la rationalisation de l'investissement et le développement ;
3. Le déploiement d'un plan qualité tourisme(PQT) pour le développement de l'excellence de l'offre touristique nationale intégrant la formation par l'élévation professionnelle,



**Défis de la mondialisation : Le rôle de l'information et de la communication dans le développement du tourisme saharien**

l'éducation, l'ouverture aux Technologies de l'Information et de la Communication(TIC) et le positionnement sur de nouvelles niches touristiques conformes aux nouvelles tendances mondiales ;

4. La promotion de la transversalité et de la cohérence dans l'action par l'articulation de la chaîne touristique et la mise en place d'un partenariat public – privé ;

5. La définition et la mise en œuvre d'un plan de financement opérationnel pour soutenir les activités touristiques et les promoteurs – développeurs et attirer les investisseurs nationaux et internationaux. »

**POLITIQUE GOUVERNEMENTALE  
DANS LE DOMAINE DE L'AMENAGEMENT DU  
TERRITOIRE, DU TOURISME ET DE L'ARTISANAT II -  
VOLET TOURISME**

Pour attirer le monde vers notre pays et passer de l'ancien tourisme au nouveau tourisme, il faut donc définir une stratégie de marketing touristique algérienne face à une concurrence accrue de nos voisins marocains et tunisiens. Pour réussir, il faut renforcer la promotion du territoire et favoriser l'émergence de nouveaux média, profiter pleinement des formidables opportunités qu'offre internet en matière de valorisation touristique et mettre en œuvre une stratégie digitale à l'image de celle des grandes entreprises. Concernant la modernisation de l'administration pour faciliter les investissements, M. Marmouri a mis en avant l'importance "d'introduire la numérisation et de soutenir l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication, à travers la mise en place d'un réseau de communication intégré au niveau de tous les hôtels publics et privés", insistant sur "l'importance de la promotion pour attirer les touristes tant nationaux qu'étrangers, eu égard de la situation sécuritaire stable de l'Algérie". HuffPost Algérie avec APS.

## **Cherifi Dalila**

En quoi les sciences de l'information et de la communication et les TIC peuvent-ils enrichir la problématique du tourisme? De nombreuses recherches sur le tourisme ont été menées en ce sens par les chercheurs afin d'améliorer les conditions d'accueil et d'infrastructures dans une option de développement économique et d'aider le gouvernement à mettre en œuvre différentes stratégies dans sa vision globale préconisant un changement d'approche dans ce secteur. Le constat qui a été fait est que la circulation de l'information se trouve au cœur du secteur touristique mais c'est en fait, la technologie, qui est devenue le principal vecteur de la communication et qui a modifié les pratiques de développement. Les Tic ont bouleversé le domaine du tourisme. Aux vues des expériences du développement économique des pays industrialisés nous avons constaté que le tourisme a connu de profondes transformations dû en partie, au développement de nouveaux systèmes de diffusion de l'information et aux nouvelles approches du tourisme dans le monde qui utilisaient des méthodes particulières où la communication était toujours présente. Des chercheurs comme Bernard et Joule (2005) ont développé des concepts comme la "communication engageante" qui pourrait aussi intéresser le tourisme .L'activité touristique mondiale, florissante s'est enrichie grâce au flot d'informations diffusé sur les réseaux de communication virtuels comme internet, Facebook, Myspace, Twitter, etc... Le support numérique a modifié la donne et a remplacé le support papier tels que l'affiche, le catalogue, le prospectus etc... « Le touriste potentiel n'est plus dépendant de la seule information officielle des professionnels de la branche ou des guides touristiques .Les études (Viallon et Serrano, 2013 ; Viallon et Henneke-Lange, 2013) montrent que la crédibilité accordée aux autres internautes est souvent supérieure à celle des sites officiels. » Ces communications via Internet sont vitales pour l'économie

**Défis de la mondialisation : Le rôle de l'information et de la communication dans le développement du tourisme saharien**

touristique. Les stratégies de développement touristique de l'Algérie ont dès lors pour objectif d'étudier le tourisme comme forme de communication, un des aspects du marketing ,et doivent dépendre en grande partie du discours publicitaire de conviction,“ discours qui fait de la communication une valeur centrale, à laquelle il est nécessaire de recourir systématiquement pour résoudre toutes sortes de problèmes sociaux et économiques... » Breton et Proulx (1993). La communication touristique évolue avec la technologie. En ce sens, Mattelart a donc raison de parler d'une "invention de la communication" (1994)

**4. Les programmes alternatifs, le tourisme local ,les limites théoriques des technologies et les recommandations**

« Les sciences de l'information et de la communication (Sic) ont pour objet de comprendre non pas 'les' outils de communication, mais 'la' communication. Il s'agit donc, pour les Sic, de restituer toutes les dimensions (symboliques, politiques, économiques » Dacheux ,E (2009)

Les usages de l'information, des modes de communication, des technologies, de l'internet et des réseaux, instruments essentiels de compétitivité sont devenus un enjeu stratégique vital dans l'industrie du tourisme car ils permettent d'aider efficacement et de mettre en contact les différents services dans leurs gestions. Ils représentent un potentiel pour le progrès économique du pays et une opportunité de faire du tourisme une source importante de devises et de création d'emplois pour l'Algérie.

Comment repenser alors et améliorer les programmes alternatifs et la réorganisation des services existants dans le cadre d'une évolution du développement du tourisme grâce aux apports de la technologie afin de faciliter la communication et

## **Cherifi Dalila**

faire circuler l'information sous sa forme numérique entre les différents acteurs ?

La stratégie à suivre est qu'il y ait en premier lieu une information continue à tous les niveaux, afin que les programmes puissent ouvrir des voies alternatives aux pratiques touristiques. Le tourisme comme forme de communication doit s'appuyer sur la mobilisation et le partenariat des populations et des communautés locales qui sont dotées d'un riche patrimoine, se rapprocher des Ministère des Finances, Ministère de l'intérieur et des collectivités locales, Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche Scientifique et avoir une collaboration solide avec le secteur privé afin de mettre en valeur les atouts naturels et culturels exceptionnels du Sahara. Dans son discours au Parlement le 7 Mai 2018, l'ex- Ministre de la Communication, Djamel Kaouane a **plaidé pour une collaboration entre communication et tourisme .Il a souligné que** «Notre pays, grâce à son potentiel géographique, historique, civilisationnel et humain, peut constituer un pôle touristique exceptionnel, et sans précédent. La complémentarité entre le tourisme et la communication doit aboutir à une stratégie active, sur la base des technologiques de l'information et de la communication et les ressources humaines. Et ce, en vue de les exploiter dans la conception de programmes et de contenus à travers les réseaux de communication et de l'information classiques et numériques». ( Sud Horizons **Journal électronique** .Journée sur le tourisme à l'APN : le saharien, un atout majeur Publication : 7 mai 2018)

La communication touristique évolue donc avec la technologie. Internet surtout est devenu le lien entre tous les secteurs et favorise le développement du tourisme, mais face à l'impact des TIC,l'Algérie a du mal à évoluer. La place de la technique dans la relation humaine, le support numérique qui

**Défis de la mondialisation : Le rôle de l'information et de la communication dans le développement du tourisme saharien**

remplace le support papier, les Tripadvisor en remplacement des guides papier etc... ont bouleversé les habitudes.

Malgré « la nette progression des arrivées internationales des touristes passant de près de 1,8 millions en 2008 à 2,7 en 2014 ; l'agrément par le ministère depuis 2008, de 990 projets d'une capacité de 123 484 lits ; le lancement en réalisation de 450 projets d'une capacité de 61 980 nouveaux lits générant la création de plus de 27.000 emplois etc, les limites des technologies n'ont pas pu consolider le développement touristique du pays pour appliquer le projet du programme de développement sectoriel 2015-2019, qui s'inscrit dans la dynamique du Schéma Directeur de l'Aménagement Touristique (SDAT 2030) dont « le plan d'action stipule la conduite de mesures et d'actions visant au renforcement de la capacité d'accueil à l'aménagement touristique pour l'amélioration de l'offre foncière à la promotion de la destination Algérie. » Les TIC qui permettent de traiter et stocker d'énormes volumes d'informations ne sont pas toujours bien exploités à cause des failles de certains systèmes électroniques d'où le manque de communication, le manque d'organisation et le manque d'implication et de collaboration entre les acteurs ce qui oblige les touristes à multiplier les recherches pour accéder à l'information désirée. Ces critiques sont récurrentes ainsi que celles concernant les aménagements et les infrastructures nécessaires à l'édification d'un tourisme attractif, les restrictions sur les visas et la dévaluation du dinar.

Quelles recommandations alors devons-nous formuler pour favoriser l'implantation d'un tourisme saharien et offrir des services de qualité ? Nous pouvons en relever quelques-unes et en particulier :

- accorder au tourisme une place privilégiée en tant que moyen de développement économique de l'Algérie car celle-ci

## **Cherifi Dalila**

possède un potentiel touristique énorme malgré les obstacles qui se dressent devant elle face aux modes de communication spécifiques qui jouent un rôle central dans la réalisation de ses objectifs.

- prendre connaissance des activités touristiques grâce à une action concertée des secteurs publics et privés et à une collaboration entre les agences de voyage, guides, hôteliers, restaurateurs et autres acteurs par une information mise en ligne sur un site internet.
- Investir dans l'amélioration des infrastructures pour accueillir et héberger correctement les visiteurs
- créer de l'emploi et intensifier la formation des employés dans l'utilisation des TIC, ce qui favoriserait l'exploitation du potentiel touristique.
- encourager le tourisme local alternatif en aidant financièrement et techniquement les investisseurs et contribuer ainsi à la réduction de la pauvreté et à l'amélioration des conditions de vie des populations ce qui contribuerait à la réduction de la pauvreté et à l'amélioration des conditions de vie des populations
- développer l'offre des agences de voyage locales et étrangères en vue d'intéresser et ramener vers le tourisme saharien les clientèles internes et externes ; là aussi l'usage des nouvelles techniques de l'information doivent prévaloir pour toucher en temps réel et de façon permanente le maximum de touristes potentiels.
- accorder un soutien particulier au tourisme saharien, actualiser, exploiter et numériser la liste des sites touristiques et culturels, activer le conseil national du tourisme et actualiser la loi relative au tourisme et à l'artisanat.

### **5. Conclusion:**

### Défis de la mondialisation : Le rôle de l'information et de la communication dans le développement du tourisme saharien

Dans le contexte de la mondialisation, le tourisme, défini comme étant la somme de nombreuses activités sensibles est une industrie d'avenir pour de nombreux pays et en particulier pour l'Algérie. Source d'approvisionnement en devises, ce secteur doit se reprendre en main, s'innover et revoir sa stratégie pour relancer son économie en définissant des axes de travail, ouvrir des voies alternatives aux pratiques touristiques en revalorisant sa culture locale, se rapprocher vers les différents ministères et les acteurs privés cités plus haut en mettant en relief la contribution du rôle des sciences de l'information et de la communication et l'usage des nouvelles technologies dans le développement du tourisme. Facteur de développement d'emplois notamment dont l'hôtellerie, la restauration, les transports, dans le commerce, l'agriculture, l'artisanat etc.... l'activité touristique liée à la dépendance locale est aussi un excellent moyen de résorption du chômage et accroît ainsi l'économie du pays.

L'état s'étant désengagé du secteur dès les premières années de l'indépendance et durant les années 90, il doit maintenant investir dans ses infrastructures en les modernisant, former ses ressources et renforcer sa qualité de service et d'accueil, faciliter et simplifier l'obtention des visas pour pouvoir se développer et se doter d'une image de marque afin de défendre sa culture et rivaliser avec les pays voisins. Grâce à la variété de ses paysages, la richesse de son patrimoine, l'attrait de son art de vivre l'Algérie bénéficiera forcément de la majorité des flux touristiques malgré les limites théoriques principales liées au domaine de l'usage des Technologies et les lourdeurs administratives de la bureaucratie entre autres **qui « bloquent souvent les projets d'investissement en matière de tourisme, et font même fuir les investisseurs».**

**6. Les références:**

Abassi, B. (2009). Le rôle du marketing dans le développement de la qualité des services hôteliers (mémoire de magistère non publié). Ourgla : Université Kasdi Merbah.

Alkma, D et Sebti, M. (2012). Le tourisme saharien à travers la valorisation du patrimoine ksourien Réalité et alternatives pour un développement durable.

Blin L, L'Algérie du Sahara au Sahel, Paris, le Harmattan, Coll., "Histoires et perspectives méditerranéennes - 1990.

Bourgeot A, Sahara : espace géostratégique et enjeux politiques (Niger)/Chargé de recherche CNRS, laboratoire d'anthropologie sociale/Ed, Autrepart (16), 2000.

Boyer M, Histoire du tourisme de masse, Puf, 1999.

Boyer M et Viallon P, La Communication touristique, coll. "Que sais-je ?", Puf, 1994.

Breton P et PROULX S, L'Explosion de la communication à l'aube du XXI<sup>e</sup> siècle, La Découverte, 1993.

Callon M., 1996, Impact sur la société, aspects éthiques, table ronde, Session 3 Multimédia et réseaux, Actes du Symposium International III Europe – Etats-Unis « Vers un nouvel ordre technologique pour une société globale », Sophia-Antipolis, France, 27-30 mai, p. 109.

Mattelart A, L'invention de la communication, Paris : La Découverte.1994, 36 p.

Minvielle J P : Tourisme saharien et développement durable : enjeux et approches comparatives/Economiste, UMR 063 C3ED de l'IRD/Université de Versailles Saint-Quentin en Yvelines.

Richards G et Munsters W, Cultural Tourism Research Methods, Cabi, 2010.

Tissot L, "Le tourisme : de l'utopie réalisée au cauchemar généralisé ?", Entreprises et histoire, vol. 2, n° 47, 2007.

Articles



**Défis de la mondialisation : Le rôle de l'information et de la communication dans le développement du tourisme saharien**

Bertrand N., Micheels Ch., 1994, « Nouvelles technologies de communication : effet de mode ou outil de développement rural ? », L'Acteur Rural, n° 5, Février-Mars, p. 30.

Dupuy G., 1991, « Nouvelles technologies, nouveaux territoires ? pour conclure », in Entreprises et territoires en réseaux, direction F. ROWE et P. VELTZ, Presse de l'Ecole Nationale des Ponts et Chaussées, pp. 291-30

Musso P., 1995, « Les autoroutes de l'information, mythes et réalités », in Stratégies de communication et territoires, Le harmattan Collection Villes et Entreprises, chapitre 11, pp. 193-210.

Rallet A., 1993, « Les télécommunications : un facteur clé du développement régional ? », Revue d'Economie Régionale et Urbaine, n° 1, pp. 97-120.

Journaux

( Sud Horizons **Journal électronique** .Journée sur le tourisme à l'APN : le saharien, un atout majeur Publication : 7 mai 2018