
L'impact du coronavirus sur le tourisme international

The impact of the coronavirus on international tourism

Abdelmadjid RAMDANE*

Université KasdiMerbah – Ouargla (Algérie)

ramdane.abdelmadjid@univ-ouargla.dz

Received: 26/05/2020

Accepted: 11/06/2020

Published: 30/06/2020

Résumé:

L'objectif de cette recherche est d'étudier l'impact de la pandémie du coronavirus sur l'activité touristique dans différentes régions du monde, depuis son éclatement en Chine le mois de décembre 2019, en mettant en lumière la situation des autres secteurs reliés au tourisme. Il en ressort qu'une grande crise est enregistrée dans le secteur du tourisme qui touche sévèrement aussi toute la chaîne de valeur du secteur comme l'hébergement, restauration, location de voitures, agences de voyages, transport aérien et terrestre et maritime, tous les métiers connexes, et des dizaines de millions d'emplois se trouvent de surcroît menacés. Devant une telle situation préoccupante, l'organisation mondiale du tourisme et les professionnels du secteur préconisent des mesures urgentes pour préparer le redressement, afin que le tourisme mondial puisse émerger de cette crise.

Mots clés: impact, coronavirus, tourisme, international.

Jel Classification Codes: E24, I18, Z32, Z38.

Abstract:

The objective of this research is to study the impact of the corona virus pandemic on tourist activity in different regions of the world, since its outbreak in China in December 2019, by highlighting the situation in other sectors related to tourism. It turns out that a major crisis is registered in the tourism sector which also severely affects the entire value chain of the sector such as accommodation, catering, car rental, travel agencies, air and land and sea transport, all related professions, and tens of millions of jobs are also threatened. Faced with such a dire situation, the world tourism organization and industry professionals are advocating urgent measures to prepare for the recovery, so that world tourism can emerge from this crisis.

Keywords: impact, coronavirus, tourism, international.

Jel Classification Codes: E24, I18, Z32, Z38.

* Auteur correspondant: Abdelmadjid RAMDANE, Email: ramdane.abdelmadjid@univ-ouargla.dz

1. Introduction:

En décembre 2019, un virus inconnu de la famille des coronavirus, appelé Covid-19, est apparu dans la ville de Wuhan en Chine qui a pris rapidement des mesures drastiques de confinement et de désinfection.

Le 30 janvier 2020, l'organisation mondiale de santé (OMS) déclare l'épidémie de nouveau coronavirus comme étant "une urgence de santé publique de portée internationale". Le 11 mars, l'OMS déclare la pandémie, alors que le virus, se répand partout dans le monde paralysant des pays entiers, suscitant la psychose et plongeant le monde dans une crise inédite depuis la seconde guerre mondiale.

Face à l'épidémie de Covid-19, la plupart des pays ont pris des mesures de restriction des déplacements et de contrôle aux frontières. Toutes les activités sont impactées par ces décisions, et en particulier celles qui travaillent dans le champ du transport, commerce, et de l'attractivité (culture, événementiel, sport, tourisme, etc.)

La flambée mondiale de Covid-19 a provoqué une paralysie à l'échelle planétaire de tous les principaux secteurs de l'économie, et c'est le tourisme qui est le plus durement touché.

Le présent article propose d'exposer l'impact de la pandémie et les mesures de confinement sur l'activité du tourisme au niveau mondial, et cherche à apporter des éléments de réponse à la problématique suivante : **Quels sont les effets et l'ampleur des dommages économiques causés par la pandémie du virus Corona sur le secteur du tourisme dans le monde ?.**

Les éléments de réponse à cette problématique seront véhiculés par le biais d'un plan de travail réparti en deux thèmes principaux. On présente, dans un premier temps, le cadre général du sujet et les effets économiques de la pandémie par régions du monde, avec chiffres et statistiques en support. Ensuite, on examine les dommages économiques dans quelques composantes du secteur du tourisme, en exposant certaines solutions disponibles, proposées par l'Organisation Mondiale du Tourisme des Nations Unies (OMT), dans le but de relancer cette activité à l'échelle mondiale.

2. Le tourisme mondial face au défi de la pandémie :

Le tourisme est, le plus souvent, associé à un moment de récréation festif et reposant. Donc, l'associer au terme de crise, comme cette pandémie de Covid-19 qui ravage le monde, peut sembler chose illogique. Et dans les annales de l'histoire récente, le tourisme a été confronté à de nombreuses crises de sources diverses (économiques, politiques, naturelles et sanitaires) qui ont un impact direct sur l'activité du tourisme.

2.1. Qu'est que le tourisme :

Le tourisme est défini, selon la commission des statistiques des Nations unies, en 1993, comme étant un ensemble « d'activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires ou pour d'autres motifs ». (LAURENT, 2003, p.8)

Le tourisme est la forme privilégiée du loisir, issu du développement technique des dernières décennies, est devenu la première activité économique dans le monde et l'une des formes les plus planétaires de l'échange. De plus, le tourisme échange une marchandise très spéciale : ce sont les personnes elles-mêmes qui sont envoyés dans les circuits, et des personnes prêts à dépenser, des personnes en état de loisir (ABEL, 1988, pp.3-6).

On distingue deux types de tourisme:

- le **tourisme intérieur** appelé aussi tourisme national ou local ou domestique: résidents visitant leurs pays.
- et le **tourisme international ou mondial**: résidents visitant un autre pays que le leur.

2.2. Tourisme premier secteur touché:

S'agissant du tourisme international, la flambée de pandémie de Covid-19, a plongé le monde au premier semestre de l'année 2020, dans la paralysie, produisant un impact jamais vu et d'une ampleur inégalée sur nos vies, nos économies, nos sociétés et nos moyens d'existence. Il existe un risque de plus en plus grand de récession mondiale et de pertes massives d'emplois.

La crise du coronavirus touche de nombreuses entreprises commerciales qui ont dû brutalement cesser leurs activités. Il n'y a guère de secteur qui ne soit pas touché par cette crise. En effet, plusieurs secteurs ont vu leur activité s'arrêter du jour au lendemain à cause du virus fantôme, notamment celui du tourisme.

En effet, la pandémie et les mesures mises en place pour contenir sa diffusion pèsent lourdement sur le secteur du tourisme. Selon l'Organisation mondiale du tourisme, la pandémie de Covid-19 entrainera une contraction du secteur du tourisme de 20% à 30% en 2020. Cette estimation devrait être prudente pour les pays comptant sur des touristes étrangers, car les données récentes sur le trafic aérien quotidien indiquent une baisse de près de 80% depuis janvier 2020.

Alors que de nombreux secteurs économiques devraient se redresser une fois que les mesures restrictives seront levées, la pandémie aura probablement un effet plus durable sur le tourisme international. Cela est dû en grande partie à la baisse de confiance des consommateurs et à la probabilité de restrictions plus longues à la circulation internationale des personnes. (Tendance hôtellerie, 2020)

D'après les faits les plus récents (mesures de quarantaine, interdictions de voyage et fermeture des frontières dans la majeure partie de l'Europe, laquelle représente 50 % du tourisme international, et dans de nombreux pays des Amériques, d'Afrique et du Moyen-Orient, les tendances en Asie et dans le Pacifique et les modèles des crises précédentes SRAS de 2003 et crise économique mondiale de 2009), l'OMT estime que la pandémie Covid-19 a provoqué une chute de 22 % des arrivées de touristes internationaux au cours du premier trimestre 2020.

Selon cette institution spécialisée des Nations Unies, la crise pourrait entraîner sur l'année 2020 une régression comprise entre 60 et 80 % par rapport aux chiffres de 2019. Cela met en danger des millions de foyers dont les moyens de subsistance dépendent du tourisme et menace de réduire à néant les progrès réalisés dans la poursuite des objectifs de développement durable. Il en résulte une diminution de 67 millions d'arrivées internationales et d'environ 80 milliards de dollars de recettes (OMT, 2020).

2.3. Un marché touristique en décroissance :

Cette chute vertigineuse dans le secteur du tourisme est dû, aussi au confinement instauré en Chine. Avec 1,3 milliard d'habitants, la Chine continentale est le pays fournissant le plus de de touristes au monde : 150 millions de voyages à l'étranger en 2018.

Face à l'épidémie de coronavirus, le gouvernement chinois a suspendu les voyages organisés et déconseillé à ses ressortissants de partir à l'étranger. Une situation qui risque d'avoir un lourd impact économique comparé aux précédentes épidémies de Sras en 2002-2003 et de grippe A (H1N1) de 2009, car le poids des Chinois dans les flux touristiques a triplé en dix ans.

Un total de 149,7 millions de voyages à l'étranger de Chinois ont été enregistrés en 2018 selon les dernières données de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), soit un bond de 15% en un an. Sur dix ans, ces départs pour des séjours touristiques en-dehors de la Chine ont plus que triplé. Au classement mondial, en volume, les touristes chinois devancent les Allemands (108,5 millions de départs en 2018) et les Américains (92,6 millions)(AFP, 2020).

La situation dont il est actuellement le tourisme, n'a pas laissé les agences de voyages et les compagnies aériennes indifférentes.

En effet, les agences de voyages tirent la sonnette d'alarme en raison de la hausse des annulations des réservations par leurs clients, suite à la psychose suscitée par l'apparition du Coronavirus. Les agences de voyages sont à l'arrêt ; mais probablement encore plus que tout autre secteur, leur activité est terriblement impactée par cette crise et risque de l'être encore pendant de longs mois.

À cet égard, ces agences révèlent que la situation est loin d'être rassurante, des pertes financières énormes affectent les agences de tourisme, car ces derniers sont dans l'obligation de restituer l'argent des clients, ainsi que de rembourser les billets annulés par les compagnies aériennes (SCHAHRATED, 2020).

Un autre facteur primordial qui a compliqué la situation du tourisme mondial en ces moments, il s'agit bien de de l'annulation des quasi-totalité des vols. Il est certain qu'une fermeture durable des aéroports serait catastrophique pour bon nombre de compagnies aériennes, pour la reprise d'activité des entreprises, services publics, et pour l'activité touristique d'une façon générale.

Sans nul doute que la fermeture temporaire des frontières nationales de bon nombre de pays du globe afin de freiner la pandémie du Covid-19, a provoqué un séisme dans le secteur du tourisme et notamment aérien.

2.4. Transport aérien en déclin :

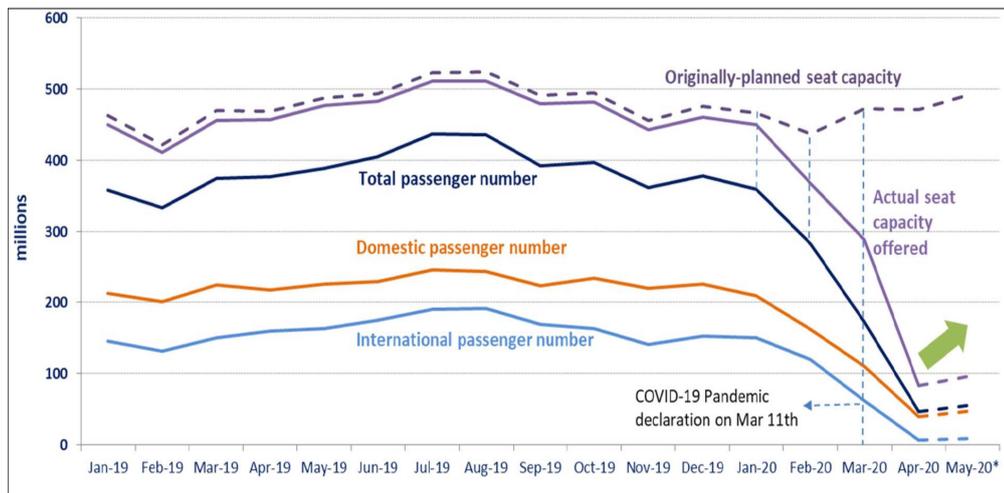
La pandémie de coronavirus pourrait réduire de plus de 1 à 3 milliard le nombre de passagers dans le ciel d'ici septembre 2020, comparé à une année traditionnelle, selon les estimations de l'Organisation de l'aviation civile internationale (ICAO) ; la réduction la plus importante du nombre de passagers devrait se situer en Europe, surtout pendant la saison haute en été, suivie par l'Asie-Pacifique.

La capacité des compagnies aériennes pourrait également être fortement réduite, ce qui entraînerait une baisse des revenus de ces compagnies dépassant les 200 milliards de dollars au cours des neuf premiers mois de l'année.

Les dernières estimations indiquent aussi que l'impact possible du Covid-19 sur le trafic mondial de passagers réguliers pour l'année 2020, par rapport à Baseline serait comme suit (ICAO, 2020):

- Réduction globale allant de 32% à 59% des sièges proposés par les compagnies aériennes.
- Réduction globale de 1 825 à 3 208 millions de passagers.
- Environ 238 à 418 milliards USD de perte potentielle d'exploitation brute concernant les revenus des compagnies aériennes.

Figure N° 1: Comparaison du nombre de passagers (19 janv – 20 mai 2020)



Source : ICAO (2020), Effects of Novel Coronavirus (COVID-19) on Civil Aviation, Montréal – Canada, p.7.

Ces impacts, selon l'organisation de l'aviation civile internationale (ICAO) dépendent de la durée et de l'ampleur de l'épidémie et mesures de confinement, degré de confiance des consommateurs pour les voyages en avion, et les conditions économiques, etc.

2.5. Un manque à gagner colossal pour les établissements hôtelières :

Le crise sanitaire qui s'est rapidement transformée en crise économique, a un grand impact négatif aussi sur l'hôtellerie. D'après un sondage établi en France, 30% des établissements hôtelières, cafés, restaurants risquent de faire faillite et de ne pas rouvrir. En deux mois de temps, le virus, et les mesures de confinement qu'il a entraînées, pourraient être fatal à de nombreux professionnels du secteur (VIGNON, 2020).

Un grand nombre d'hôtels sont quasiment fermés au monde. Dans certains pays, quelques hôtels ont été utiles pour la mise en quarantaine des personnes venus de l'étranger, le cas de l'Algérie le confirme.

Le groupe Hôtellerie, Tourisme et Thermalisme (HTT) composé de 23 hôtels, a accueilli plus 5000 ressortissants algériens rapatriés de Turquie, Emirats arabes unis (EAU), France, Tunisie et du Maroc, ont été placés en confinement. Un nombre de 6888 personnes autres ont subi aussi au confinement sanitaire, au niveau de 60 hôtels et Complexes hôteliers relevant des secteurs public et privé, répartis sur 18 wilayas du pays.

En Egypte où le secteur touristique représente 12 à 15% du PIB, les autorités ont décidé de rouvrir les hôtels qui doivent fonctionner à 25 % de leur capacité jusqu'à la fin du mois de mai. La mesure est destinée à sauver l'économie du pays et le tourisme qui perd 1 milliard de dollars par mois à cause du confinement. Pour limiter la vitesse de propagation du virus, la réouverture des hôtels en Egypte s'accompagnera d'une série de mesures sanitaires.

2.6. Situation alarmante pour les agences de tourisme et de voyages :

Une agence de voyages, par définition, est une entreprise commerciale qui compose et vend des offres de voyages à ses clients. Elle joue le rôle d'intermédiaire de services entre les clients et les différents prestataires sur le marché du tourisme : compagnies aériennes, hôteliers, loueurs de voiture, compagnies d'assurances, etc. (ADDOU, 2014, p.4).

Suite à la propagation du coronavirus, et la fermeture de nombreux pays de leurs frontières. En conséquence, la plupart des voyages sont annulés, ce qui met notamment en très grande difficulté les agences de voyages dans différents pays du monde.

En Algérie, à titre d'exemple, les agences de voyage ont été frappées de plein fouet par la pandémie du virus Corona. Ceci est arrivé au moment où elles préparaient les packages pour les vacances au Sud du pays et à l'étranger ou pour des voyages de Omra durant le Ramadhan.

Toutes les agences de voyage du pays sont restées fermées tant que les avions sont cloués au sol. Cette situation revient très cher, car elles ont des charges à honorer et un personnel à payer, en sachant que 10.000 travailleurs du secteur sont actuellement à l'arrêt forcé (APS, 2020).

Certains gouvernements ont pris des démarches pour aider ces agences à surmonter au mieux la crise économique actuelle. Pour remédier à cette situation, des démarches ont été faites pour l'annulation pure et simple des paiements versés aux caisses d'assurance sociale et non pas leur report, ainsi que l'annulation des charges fiscales et parafiscales dans certains pays.

Les agences peuvent proposer à leurs clients un remboursement sous la forme d'une proposition de prestation identique ou équivalente, ou un avoir, selon la règle « à situation exceptionnelle, mesure exceptionnelle ».

3. Discussion et perspectives :

Les crises peuvent servir de révélateur de nouvelles pratiques, dont les acteurs en difficulté prennent conscience. Elles constituent un révélateur des mutations, dans un système touristique qui privilégie la permanence, avec des évolutions mesurées, sans brutale rupture (VINCENT, 2010, pp.49-58).

Dans ce sens, cette crise provoquée par la pandémie de Covid-19, peut donc avoir des effets favorables sur le tourisme en permettant aux pays de reconsidérer et revoir leur politique touristique et leur politique de marketing.

3.1. Les recommandations de l'Organisation mondiale du tourisme :

L'Organisation mondiale du tourisme a publié un ensemble de recommandations préconisant d'apporter un appui urgent et vigoureux au secteur du tourisme mondial face au défi sans précédent de la Covid-19, pour aider le secteur à se relever mais aussi à croître mieux.

Ces recommandations sont la première contribution émanant du comité de crise pour le tourisme mondial établi par l'OMT, qui comprend des représentants de haut niveau de l'ensemble des acteurs du tourisme et du système des Nations Unies.

En tout, ce nouveau guide offre 23 recommandations pratiques, rangées dans trois grandes catégories (UNWTO, 2020) :

- **Gérer la crise et en atténuer l'impact** : Les recommandations principales consistent à maintenir les emplois, soutenir les travailleurs indépendants, assurer des liquidités, promouvoir l'acquisition de compétences, et revoir les taxes et redevances et la réglementation des voyages et du tourisme.

Ces recommandations sont formulées alors que se profile une probable récession économique mondiale. Étant un secteur à forte intensité de main-d'œuvre, le tourisme sera durement frappé et des millions d'emplois sont menacés, surtout ceux des femmes, des jeunes et des groupes marginalisés.

- **Mesures de relance et accélération du redressement** : L'ensemble de recommandations proposées souligne l'importance de fournir des incitations financières, y compris de prévoir des politiques fiscales favorables, de lever les restrictions sur les voyages dès que la situation sanitaire le permettra, de promouvoir la facilitation des visas, et d'intensifier le marketing et d'accroître la confiance des consommateurs, dans le but d'accélérer le redressement.

On y préconise également de faire une place centrale au tourisme dans les politiques et les plans d'action nationaux de redressement.

- **Préparer demain** : Eu égard à la capacité exceptionnelle que possède le tourisme de tirer la croissance locale et nationale, les recommandations appellent à mettre davantage l'accent sur la contribution du secteur au programme de développement durable et à renforcer la résilience en tirant les enseignements de la crise actuelle.

Les pouvoirs publics et les acteurs privés sont invités à mettre au point des plans de préparation et à mettre à profit cette occasion de s'engager dans une transition vers l'économie circulaire.

3.2. Les nouvelles technologies pour redresser la situation :

En concordance avec cet appel, il n'est donc pas trop tôt pour commencer à penser à l'après pandémie: les agences de tourisme et voyages, hôtels et tous les partenaires clés vont avoir besoin de trouver de nouvelles techniques pour limiter leurs pertes une fois la crise passée, et rattraper les bénéfices manqués.

Si certains voyages déjà réservés pourront être reportés sur une période de 18 mois, il va être difficile de générer autant de réservations pour les vacances d'été qu'en temps normal. Ce qui est sûr, c'est que les hôteliers vont devoir faire preuve de créativité, d'innovation et redoubler d'efforts pour s'en sortir.

C'est donc le moment de miser sur la relation client afin d'améliorer la perspective d'expérience touristique et proposer des offres et services adaptés aux voyageurs, en misant sur la technologie afin de maintenir la relation client et convertir les visiteurs (Le media du tourisme digital, 2020):

- **Être présent sur les réseaux sociaux** : Être présent sur au moins un réseau social est essentiel dans une stratégie de communication. Ce sont des plateformes qui permettent la création d'un lien fort entre les voyageurs et l'hôtel. Mais elles sont aussi d'excellentes vitrines. Un compte Instagram permet entre autres de différencier son offre et de diffuser des promotions exclusives aux visiteurs les plus attachés à la marque. Pendant cette période de crise, les réseaux sociaux sont utiles pour montrer que les équipes de l'hôtel sont prêtes pour la reprise de l'activité en montrant par exemple les « backstages ». Il pourrait également être judicieux de montrer que la vie reprend post-confinement, en présentant un mini-guide local mettant en avant les activités aux alentours.

- **Proposer plusieurs moyens de paiement** : L'amélioration de l'expérience de paiement est un enjeu majeur pour éviter l'abandon de panier et convertir les voyageurs hésitants. Proposer des moyens de paiements flexibles permet une optimisation de tout le processus d'achat : combiner deux moyens de paiement (carte cadeau et carte bancaire), empreinte digital, PayPal... Plus ils seront nombreux et flexibles, moins les visiteurs auront de chance d'abandonner leur panier.

3.3. Des mesures urgentes des Etats pour sauver les emplois:

La situation que connaît le secteur du tourisme a révélé de nombreuses lacunes que les institutions gouvernementales doivent corriger, et des mesures efficaces à long terme sont nécessaires, afin d'atténuer les conséquences, de renforcer la résilience (résistance aux crises) de la société et de l'économie, et de préserver les emplois.

L'une des premières priorités, recourir au tourisme domestique (ou intérieur ou national) qui implique des résidents d'un pays voyageant uniquement dans ce pays. Historiquement, le tourisme intérieur est apparu avant

le tourisme international, formant aujourd'hui une grande partie de l'industrie touristique. Selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), en 2008, 83% (4 milliards) des touristes représentaient les touristes nationaux.

Comparé au tourisme international, le tourisme intérieur n'est pas sensible aux crises mondiales, qu'elles soient économiques, naturelles, politiques ou épidémiques. Par conséquent, le tourisme intérieur est un excellent outil pour atténuer les situations de crise, en particulier en période de crise économique (SACAREAU, 2012, pp.255-267).

Étant donné que la monnaie nationale circule de manière égale sur toute la destination, le tourisme intérieur contribue au développement de régions moins développées. Dans le monde, grâce au développement du tourisme interne, des régions telles que les villages de montagne des Alpes, tels que le sud de la Pologne, le nord de la Chine, l'Allemagne de l'Est, le Pays de Galles et la France, ont été construites (hisour.com.fr).

En Algérie, comme beaucoup d'autres pays émergents, il est temps de créer un véritable tourisme interne pour relancer le secteur. Effectivement, le pays ne manque pas des professionnels du métier qui connaissent bien les secrets de la réussite ce domaine, et sont en mesure de les appliquer pour développer le tourisme domestique propre au pays. Mais, tout reste à faire, et tous les partis concernés doivent coordonner les efforts pour réussir ce challenge.

4. Conclusion :

En l'absence de vaccin ou de protocole efficace pour lutter contre cette maladie causée par ce virus qui connaît une grande vitesse de propagation, les gouvernements ont en grande majorité opté pour le confinement de la population. Mais, malgré toutes ces précautions, le Covid-19 continue de faire des victimes au-delà du secteur de la santé, en impactant dorénavant un secteur clé de l'économie, à savoir le tourisme.

En effet, la plus grande majorité des compagnie aérienne au monde, ont suspendu leurs vols internationaux, et de nombreuses agences de tourisme et de voyage ont vu leurs programmes touristiques annulés. Par conséquent, les hôtels, les installations de loisirs, les musées et les restaurants ont fermé leurs portes, suite à ce confinement générale imposé, et en l'absence totale de touristes.

Cette pandémie est venu briser tous les efforts consentis pour développer ce secteur ces dernières années, étant donnée qu'en 2018, d'après les estimations de l'OMT, le nombre de voyageurs internationaux est plus de deux fois supérieur à celui enregistré en 2000, 18 ans plus tôt. Les projections pour les années futures étaient installées dans une routine de progression de 3 % à 5 % par an, et les arrivées de touristes internationaux ont augmenté de 6 % à l'échelle mondiale pour se situer à 1,4 milliard. C'est nettement plus que le taux de croissance de l'économie mondiale la même année. Ceci confirme que le secteur du tourisme est, l'un des moteurs les plus puissants de la croissance économique mondial.

Pour préserver cet essor, il est du devoir des organismes gouvernementaux et toutes les parties concernées de veiller à relancer l'activité du tourisme, en concentrant les efforts sur le tourisme domestique, car c'est un stimulant du développement régional ainsi que de nombreuses communautés locales, et soutient fortement de nombreux types d'emplois et d'entreprises. Ce genre de tourisme constitue aussi, un poids considérable dans un tissu social où l'activité touristique remplit aussi fortement une fonction de lien social et d'apport de revenus indispensables, d'intégrateur sur le marché du travail.

Donc, le tourisme de l'après-pandémie sera d'abord un tourisme domestique, et il se devra de convaincre par la rigueur de ses normes d'hygiène. En effet, les acteurs concernés se doivent de réfléchir dès maintenant à une offre de labélisation claire et à instaurer des processus sanitaires rassurants.

5. Liste des références:

- **Livres et ouvrages:**

1. Alain LAURENT (2003), *Caractériser le tourisme responsable : facteur de développement*, Ministère des affaires étrangères, France.
2. ICAO, *Effects of Novel Coronavirus (COVID-19) on Civil Aviation: Economic Impact Analysis, Executive Summary: Economic Impact in Brief*, Air Transport Bureau, Montréal – Canada, pp.1-116.

- **Article du Journal :**

3. Johan VINCENT, « Comment les crises économiques modifient-elles le tourisme ? », *Mondes du Tourisme*, N°1, 2010, pp. 49-58.
4. Olivier ABEL, *Le tourisme*, Autre Temps, N°18, 1988, pp.3-6.

- **Article de séminaire et thèses :**

5. Isabelle SACAREAU (2012), *La contribution de l'Inde à la 3e révolution touristique*, Papier présenté au colloque international : La 3ème Révolution touristique, Ningbo (Chine), 15- 16 juin 2011, publié en 2012 in : LI R. et SU Y.(coord), *La troisième révolution touristique*, Actes du 1er Colloque Sino-européen du tourisme, Presse Océan, Beijing, 2012, pp.255-267.
6. Narimane ADDOU (2014), *Réalisation d'un site Web pour agence touristique*, Université Abou BekrBelkaid, Tlemcen, p.4.

- **Sites web :**

7. Agence Presse d'Algérie (APS), *Agences de voyage face au Covid-19: "un véritable séisme" pour le secteur*, publié le 13 mai 2020, <http://www.aps.dz/economie/105021> (consulté le 24 mai 2020).
8. Agence France Presse (AFP), *Coronavirus : quel impact sur le tourisme mondial ?*, publié le 03 mars 2020, <https://information.tv5monde.com/info/coronavirus-quel-impact-sur-le-tourisme-mondial-344859> (consulté le 15 mai 2020).
9. *Le media du tourisme digital*, *En quoi le Covid-19 va forcer les hôtels à s'équiper en technologie et à investir en relation client ?*, publié le 21 avril 2020, <https://www.tom.travel/2020/04/21/en-quoi-covid-19-va-forcer-hotels-equiper-technologie-investir-relation-client/> (consulté le 26 mai 2020).
10. OMT, *communiqué de presse : le nombre de touristes internationaux pourrait chuter de 60 à 80% en 2020*, publié le 07 mai 2020, <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/200507%20-%20Barometer%20FR.pdf> (consulté le 20 mai 2020).
11. SCHAHRAZED I., *Coronavirus en Algérie : Les agences de tourisme « au bord de la crise »*, publié le 6 mars 2020, <https://www.dzairdaily.com/coronavirus-algerie-agences-voyage-tourisme-crise> (consulté le 21 mai 2020).
12. *Tendance hôtellerie* (2020), *Impact de COVID-19 sur le tourisme dans les petits États insulaires en développement*, publié le 27 avril 2020, <https://www.tendancehotellerie.fr/articles-breves/communiquede-presse/13338-article/impact-de-covid-19-sur-le-tourisme-dans-les-petits-etats-insulaires-en-developpement> (consulté le 20 mai 2020).
13. UNWTO, *L'OMT lance un appel*, <https://www.unwto.org/fr/news/unwto-launches-a-call-for-action-for-tourisms-covid-19-mitigation-and-recovery> publié le 01 avril 2020, (consulté le 25 mai 2020).