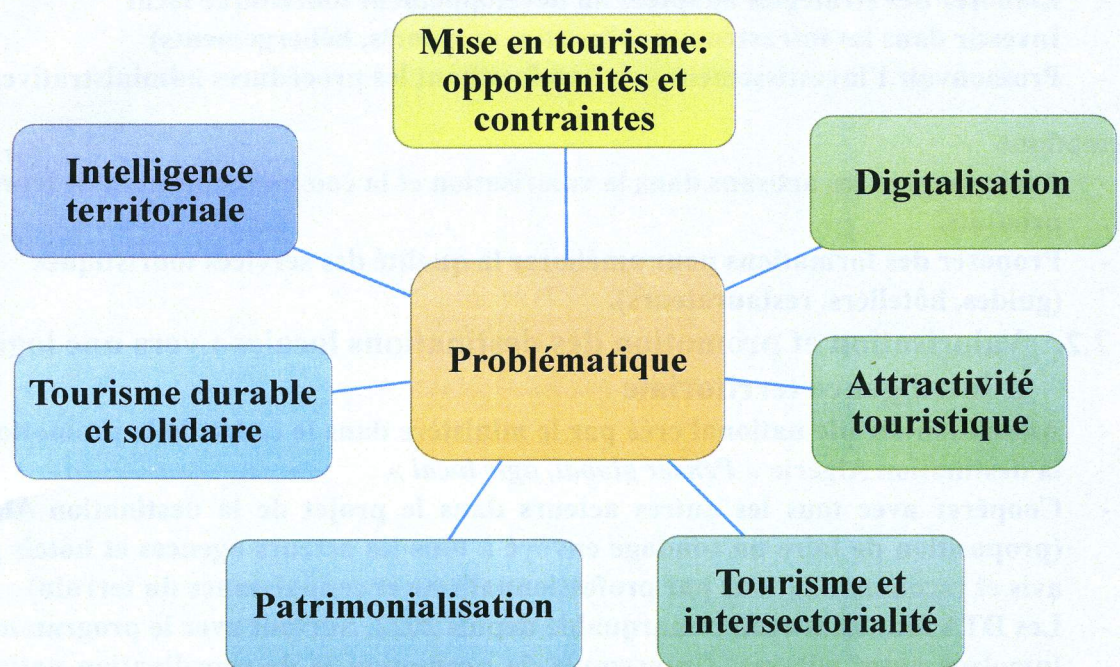




Rapport de synthèse

Dr SMADI Amina,
présidente du comité
scientifique

1. Les thématiques abordées



2. Les recommandations

Les recommandations portent sur plusieurs axes débattus lors de ces journées :

2.1. Mise en tourisme : opportunités et contraintes

Inculquer la culture du tourisme et du touriste

- Organiser des campagnes de **sensibilisation** au niveau national avant le début de chaque saison estivale afin d'assurer le maintien des **conditions d'accueil** de la part de la population (pour les touristes) et de la destination elle-même
- Organiser au profit des populations locales des journées d'information et de sensibilisation sur la valeur du **patrimoine local** afin de participer à son classement et à sa préservation
- Développer le tourisme culturel et culinaire
- Des études préalables des destinations ciblées sont nécessaires avant la prise de décision de sa « mise en tourisme »

Prioriser et accompagner le secteur par des financements

- Élaborer des stratégies adaptées au développement touristique local
- Investir dans les **infrastructures** (routes, aéroports, hébergements)
- Promouvoir l'investissement **privé** en facilitant les procédures administratives

Formations

- Accompagner les artisans dans la valorisation et la commercialisation de leurs produits.
- Proposer des formations pour améliorer la qualité des services touristiques (guides, hôteliers, restaurateurs).

2.2. Valorisation et promotion des destinations locales : vers une logique d'intelligence territoriale

- Animation du site national créé par le ministère dans le cadre de la promotion de la destination Algérie « *Penser global, agir local* »
- Coopérer avec tous les autres acteurs dans le projet de la destination Algérie (proposition de faire un sondage envoyé à tous les acteurs agences et hôtels pour avis et recommandations par professionnalisme et connaissance du terrain)
- Les DTA font un travail remarquable depuis 2022. Surtout avec le programme de jumelage entre wilayas. Un exemple de promotion et de coordination nationale entre les acteurs institutionnels et artisans.
- Les agences et les hôtels expriment un fort besoin d'être impliqués avec les collectivités locales, la Direction du Tourisme, et le secteur privé.
- Responsabilité collective : Influenceurs et professionnels doivent collaborer pour garantir un tourisme respectueux et bénéfique à long terme.

2.3. Vision intersectorielle : accompagner les acteurs dans le processus de numérisation et de transaction vers la digitalisation de leurs activités

Nécessité d'une gouvernance partagée pour un développement équilibré:

- Signer des conventions entre le ministère du tourisme et celui des **Télécommunication** pour mettre à la disposition des agences une connexion à haut débit
- Elargir le réseau Fibre optique au niveau national « Développement et généralisation»
- Signer des conventions avec les opérateurs privés pour faire des offres spécialisées pour les agences
- Fournir un mode de **paiement bancaire** électronique sécurisé
- Combiner entre la méthode classique de promotion (impression de Dépliants, d'affiches, site personnel, etc.) avec le marketing digital en faisant appel aux formes de promotion 3D (Création des vidéos, Création d'une plateforme des sites de la wilaya, etc.) afin d'assurer la phase de transition
- Coordination avec le ministère des **startups** pour accompagner et encourager l'entrepreneuriat innovant dans le secteur afin d'accentuer la promotion d'une destination touristique avec la naissance des startups touristiques
- **Formation** de personnel qualifié dans le secteur (la wilaya de Tizi-Ouzou a été citée à plusieurs reprises pour la qualité du personnel formé mais dans le digital)
- Organiser régulièrement des journées de sensibilisation pour le nettoyage (**environnement**) et l'aménagement des sites et lieux touristiques et de loisir tout au long de l'année (saison estivale).

2.4. Patrimonialisation

- Garantir la qualité, la sécurité et la préservation du patrimoine
- Contribuer à la préservation des sites tout en développant un tourisme durable.
- **Stratégie de niche** : Allier technologies globales et savoir-faire locaux et du patrimoine authentique
- **Changement de vision** sur la ressource patrimoniale (**dimension économique du patrimoine** non juste transmissible)
- Identification et caractérisation des savoir-faire, acteurs et problématiques de valorisation : **Inventaire-diagnostic**
- Accompagnement pour la préservation des sites classés (durabilité)
- Implication des parties prenantes dans la prise de décision et des projets

2.5. Viser la durabilité des destinations : vers un tourisme responsable et solidaire

- Mettre l'accent sur la **dimension éthique et humaine du tourisme**, contre les logiques purement économiques
- Introduire la dimension du développement durable et celle de la préservation du patrimoine comme **priorités nationales** afin de relancer le tourisme
- Sensibiliser pour assurer le développement durable du tourisme local par la promotion de **l'écotourisme**, **agritourisme** et tourisme équitable.



- Travailler sur la valorisation des capacités locales/assurez le besoin de citoyen touristique en fonction des capacités pour préserver les destinations locales
- L'implication de la communauté locale permet de préserver l'authenticité des territoires afin de protéger les traditions et la culture locale (assurer un équilibre entre ouverture touristique et préservation des identités).
- Résilience socio-culturelle face à l'optimisation financière : partage des bénéfices

2.6. Attractivité touristique : vers une politique ciblée / spécificité territoriale dans la promotion

- Développer une attractivité différenciée sur des valeurs patrimoniales, naturelles, immatérielles.
- Le rôle de la labellisation et de la patrimonialisation en se basant sur l'artisanat traditionnel et d'art
- Les produits de terroir, potentiel rural et agricole pour un agritourisme
- Mise en valeur des ressources locales spécifiques à chaque wilaya dans les politiques promotionnelles afin d'assurer une attractivité touristique de chaque territoire et faire face à la concurrence : rapport qualité/prix
- Renforcer le nombre de salons au niveau local, national et international, seul moyen d'augmenter la visibilité du patrimoine et des spécificités territoriale
- Coopérer avec la direction de la culture et des arts (société civile) pour la préservation du patrimoine local et aller vers sa patrimonialisation
- Projets pilotes par type de tourisme : Mise en place d'expériences de valorisation croisant territoires et savoir-faire

2.7. Promotion par la Digitalisation

- Mettre en avant les atouts historiques, naturels et culturels de chaque wilaya
- Elargir la politique nationale de numérisation de tous les secteurs et ce en commençant par revoir certains mécanismes de gestion touristique avec des reformes plus adéquates et proportionnelles aux normes contemporaines
- Les campagnes de marketing numérique, telles que le référencement (SEO) et la publicité sur les réseaux sociaux, permettent aux destinations de cibler des segments spécifiques de voyageurs, augmentant ainsi leur visibilité et leur attractivité (campagne sur Instagram). Chat Bot, visite virtuelle, TV You Tube, visite immersive, vision 3D, etc,
- La Réalité Augmentée (RA), Réalité Virtuelle (RV), L'IA Générative, Les Chatbots & Assistants Vocaux ont pour objectif la personnalisation améliore l'expérience globale du voyageur, rendant chaque visite unique et adaptée à ses besoins

