



Université Abderrahmane MIRA – Béjaïa
Faculté des Sciences Humaines et Sociales
Département des Sciences Humaines

Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention du diplôme Master en
Sciences de L'information et de la Communication
Option : Communication et Relations Publiques

Thème

La communication patrimoniale au service du développement attractif de la ville de Béjaïa.

Cas pratique : Parc National de Gouraya

Réalisé par

Mlle BERKANE Lyticia

Mlle BOUHIRED Lydia

Encadré par

Pr-MAKHLOUFLA

Année universitaire 2020/2021

Remerciements

Au terme de notre travail, on tient à exprimer nos remerciements les plus sincères et les plus profonds, tout d'abord au bon dieu le tout-puissant.

Nous tenons à présenter nos sincères remerciements à notre promoteur **Pr Makhloufi** pour avoir accepté de nous encadrer, et pour ses conseils ses recommandations qui ont été vraiment précieuses qu'il nous a donné au long de la réalisation de notre projet de recherche.

Nous remercions également tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce projet, en particulier.

Monsieur Farid ACHOUR chef de département sensibilisation pour sa collaboration et son aide.

À tout le personnel de l'organisation PNG pour leur confiance et collaboration.

À tous les enseignants de la faculté des sciences Humaines et sociales.

Dédicaces

Avec toute mon affection, je dédie ce travail à :

Mes Chers Parents qui m'ont toujours soutenu et encouragé tout au long de mes études, et sans qui je ne serais pas devenu ce que je suis aujourd'hui.

À mes chères sœurs Yasmina et Aya

À mes chères copines Lydia et Siheme

À mon binôme : Lyticia

À toutes les personnes qui ont pu m'apporter l'aide pour que je puisse réaliser ce travail de recherche de près ou de loin.

Lydia

Dédicaces

Avant-propos,

Je tiens à remercier Dieu, qui illumine ma route à chaque lever, qui a fait de moi ce que je suis.

C'est avec une grande fierté que je dédie ce modeste travail à :

A mes très chers parents, ainsi ma grande mère, qui m'a aidé avec leurs soutiens et conseils tout au long de mon parcours

À mes très chères sœurs ma jumelle Amel, Dehia et Tinhinane.

À mes chers oncles en particulier mon oncle Adem qui m'a soutenu tout au long de mon parcours.

À mes copines Lydia Sihame et imene.

À mon Binôme : Lydia.

Et à toutes les personnes qui ont pu m'apporter aide pour que je puisse réaliser ce travail de recherche de près ou de loin.

Lyticia

Liste des abréviations

Abréviaton	Sens
N°	Numéro
NTIC	Nouvelles Technologies de L'information et de la Communication
PNG	Parc National du Gouraya

Sommaire

Résumés

Remerciements

Dédicaces

Dédicaces

Liste des figures

Liste des tableaux

Introduction ----- 01

Chapitre 01 : Analyse conceptuelle

La problématique ----- 06

1. Les hypothèses ----- 08

2. L'objectif de l'étude ----- 09

3. Les concepts de l'étude ----- 09

4. Les études antérieures ----- 11

Chapitre 2 : Cadre méthodologique

1. Approche théorique d'étude ----- 17

2. La méthode de l'étude ----- 19

3. Outils de l'étude ----- 20

4. Echantillon de l'étude ----- 21

Partie théorique

Chapitre 01 : la communication patrimoniale

Section 1 : le patrimoine culturel matériel (les monuments historiques) ----- 25

1. Qu'est-ce que le patrimoine ----- 25

2. La Présentation des monuments historiques ----- 25

3. Les composants du patrimoine matériel ----- 26

4. Les valeurs des monuments historiques ----- 28

Section 2 : La patrimonialisation et la valorisation du patrimoine

1. Qu'est-ce que la patrimonialisation -----	30
2. Les étapes de la patrimonialisation -----	31
3. Le rôle de la communication dans la valorisation du patrimoine culturel -----	32
4. La fragilité du patrimoine matériel -----	33
5. Les différentes menaces sur le patrimoine -----	34

Chapitre 02 : la protection et la valorisation du patrimoine

Section 1 : le patrimoine et le développement locale

1. La place du patrimoine culturel dans le développement local -----	36
2. La mise en valeur du patrimoine -----	37
3. Le patrimoine culturel comme facteurs de développement touristique -----	38
4. Le tourisme comme facteurs de mise en valeur du patrimoine -----	39

Section 2 : les Tic comme facteur de développement du patrimoine. -----

1. La numérisation et le développement du patrimoine -----	40
2. L'apport des TIC dans la valorisation du patrimoine -----	41
3. Articuler les TIC et le patrimoine -----	43

Partie pratique

Chapitre 01 : Présentation du cadre spatio-temporel

Section 01 : Présentation de l'organisme d'accueil du PNG -----	46
---	----

Section 2 : présentation des sites historique -----	55
---	----

Chapitre 02 : présentation du terrain d'étude ----- 59

Chapitre 03 : Interprétation des résultats -----

Section 01 : analyse et interprétation des données -----	63
--	----

Section 02 : L'analyse de différents supports de communication diffusée par les acteurs institutionnels et associatifs du patrimoine culturel -----	69
---	----

Chapitre 04 : discussion des résultats et vérification des hypothèses

4.1. Discussion des résultats -----	73
-------------------------------------	----

4.2. Vérification des hypothèses-----74

4.3. Les difficultés rencontrées -----75

Conclusion -----77

Liste bibliographique

Annexes

Liste des Figures

Numéro	Titre des figures	Page
01	Les Aiguades, Bejaïa	26
02	Cap Carbon, Bejaia	27
03	Place Gueydon	28
04	Les étapes de la patrimonialisation	32
05	Carte de situation du Parc National de Gouraya	47
06	Organisme du Parc Nationalde Gouraya	48
07	Pic des singes	88
08	Fort de Gouraya	56
09	Le cap Bouak	51
10	Pointe des salines	51
11	La biodiversité du Parc National de Gouraya	52

Résumé

À travers nos réflexions dans cet humble travail, nous essayons de contribuer à proposer une vision du concept de patrimoine culturel. La méthode que nous avons suivie nous a permis dans un premier temps de découvrir la problématique générale du patrimoine culturel de la ville de Bejaïa, y compris le renforcement de ce dernier pour qu'il puisse continuer à jouer son véritable rôle de protecteur de l'identité, en plus d'être moteur du développement local à présent et au futur.

Ce qui nous a menés par la suite de se focaliser sur deux hypothèses la première est le rôle et la valeur de la stratégie de communication au sein du parc national de Gouraya pour le développement du patrimoine culturel de ce dernier, la seconde hypothèse est basée sur l'utilisation des technologies de l'information et de la communication pour mettre en valeur le patrimoine culturel et favoriser l'attractivité de la ville.

Nos deux hypothèses ont été confirmées et cela, selon l'analyse que nous avons abordé, l'analyse qualitative et la technique de recherche « l'entretien semi-directif » comme outil de collectes des données nécessaire, ainsi que l'approche de Jean Davallon que nous jugeons primordial pour la poursuite de cette étude.

Au terme de ce travail, nous sommes parvenus aux résultats selon lesquels la contribution des technologies de l'information et de la communication dans la transmission et la valorisation du patrimoine matériel occupe une place primordiale. De plus, elles permettent l'efficacité et le bon fonctionnement de toute activité au sein des différents organismes dont le but est de préserver, restaurer, les biens culturels matériels et les faire découvrir aux différents publics.

Au moment où, la stratégie de communication est primordiale dans la progression, l'évolution des activités et des actions pour la préservation et la protection des sites historiques du parc national de Gouraya.

Abstract

Through our reflections in this humble work, we try to contribute to proposing a vision of the concept of cultural heritage. The method we followed allowed us initially to discover the general problem of the cultural heritage of the city of Bejaia, including the strengthening of the latter so that it can continue to play its true role of protector of identity, in addition to driving local development now and in the future.

This led us subsequently to focus on two hypotheses, the first of which calls into question the communication strategy within the Gouraya National Park for the development of the latter's cultural heritage, the second hypothesis is based on the use of information and communication technologies to enhance the cultural heritage and promote the attractiveness of the city.

Our two hypotheses have been confirmed, and this, according to the analysis we have discussed, the qualitative analysis and the research technique "semi-directive maintenance" as a necessary data collection tool, and the approach of John Davallon, which we believe is critical to the continuation of this study.

At the end of this work, we have reached the results according to which the communication strategy is paramount in the progress of activities and actions for the preservation and protection of the historic sites of the Gouraya National Park.

The contribution of ICT in the valorisation and transmission of material heritage occupies a primary place, it is the pillar of the efficiency and smooth functioning of any activity within the PNG with the aim of preserving, restore material cultural property and make it known to the different audiences.

ملخص

من خلال تأملاتنا في هذا العمل المتواضع، نحاول المساهمة في اقتراح رؤية لمفهوم التراث الثقافي. سمحت لنا الطريقة التي اتبعناها في البداية باكتشاف المشكلة العامة للتراث الثقافي لمدينة بجاية ، بما في ذلك تعزيز هذه الأخيرة حتى تتمكن من الاستمرار في لعب دورها الحقيقي كحامية للهوية ، بالإضافة إلى دفع عجلة التنمية المحلية الآن. وفي المستقبل.

قادنا ذلك لاحقًا إلى التركيز على فرضيتين ، أولهما يدعو إلى التساؤل عن إستراتيجية الاتصال داخل محمية الجوراية الوطنية لتطوير التراث الثقافي للأخيرة ، والفرضية الثانية تقوم على استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات لتعزيز التراث الثقافي وتعزيز جاذبية المدينة.

تم تأكيد فرضيتنا ، وهذا وفقًا للتحليل الذي ناقشناه ، التحليل النوعي وتقنية البحث "الصيانة شبه الموجهة" كأداة ضرورية لجمع البيانات ، ونهيج جون دافالون ، الذي نعتقد أنه حاسم لاستكمال هذه الدراسة.

في نهاية هذا العمل ، توصلنا إلى النتائج التي بموجبها تعتبر إستراتيجية الاتصال ذات أهمية قصوى في تقديم الأنشطة والإجراءات للحفاظ على المواقع التاريخية في حديقة غوراية الوطنية وحمايتها.

تحتل مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في ترميم التراث المادي ونقله مكانًا أساسيًا ، فهي ركيزة الكفاءة والسلاسة في أداء أي نشاط داخل حديقة غوراية الوطنية بهدف الحفاظ على الممتلكات الثقافية المادية واستعادتها وإعلامها بها. جماهير مختلفة.

Introduction générale

Aujourd'hui, la communication est omniprésente dans tous les secteurs d'activités et les secteurs du patrimoine. Cette dernière tente à travers les différentes actions de sensibiliser, protéger et valoriser les sites historiques et les potentialités touristiques. Aussi, est considérée comme un ensemble d'actions ou d'activités consistant à transmettre des messages via les médias et les nouvelles technologies de l'information et de la communication qui offre des possibilités de promouvoir l'image des sites historiques à un large public.

Elle est devenue, de ce fait un facteur capital qui peut favoriser le développement d'un patrimoine culturel. Et qui permet de valoriser les offres touristiques et de promouvoir les potentialités patrimoniales pour un développement attractif.

En effet, l'Algérie compte onze parcs nationaux qui ont été créés dès 1972, disséminés d'un bout à l'autre de son territoire¹, ces espaces naturels regorgent à la fois des richesses naturelles et culturelles exceptionnelles et de structure paysagère particulière. Ce sont donc des destinations touristiques qui nécessitent un travail de promotion. Bejaïa est donc l'une des villes citées trois fois millénaire au cœur de l'espace méditerranéen. C'est une ville historique qui regorge des monuments et sites touristiques naturels. Plusieurs sites et vestiges historiques qui témoignent encore aujourd'hui des fastes de sa longue histoire.²

Depuis l'antiquité, la ville de Bejaïa a conféré un patrimoine matériel et immatériel très diversifié. De nos jours, le patrimoine est appelé à jouer un rôle primordial comme le levier de développement local et régional, intégrer donc une stratégie globale du territoire et de mobilisation de divers acteurs du patrimoine peut jouéprobablement à la valorisation et à la protection via un processus de patrimonialisation.

Cette dernière se présente comme un moyen de transmission, de partage et une stratégie de mise en valeur et de mise en relation entre un public et un site historique, et cela, via les différentes formes de communication existantes. Et là, on peut citer la communication de sensibilisation, laquelle permet de faire prendre connaissance de différents sujets. C'est d'ailleurs ce qui fait que des organisations de toute nature y ont de plus en plus recours. Nous avons choisi de conduire notre projet de recherche vers la communication territoriale à

¹ « Direction du Parc National de Gouraya ».

travers les moyens de communication que ce soit traditionnels et nouveaux vu la place cruciale qu'elle occupe de plus en plus importante.

C'est dans cette optique que la communication nécessite certainement une réflexion approfondie toute en introduisant des objectifs à long terme qui s'inscrivent dans la sauvegarde de patrimoine délaissé, transformés à un site touristique privilégié et demandé. Vu l'importance vitale du parc national de Gouraya qui se situe en amont de la ville de Béjaïa, qui possède d'une part une richesse naturelle, culturelle et une structure paysagère assez particulière, et d'autre part, des infrastructures touristiques et récréatives intéressantes notamment en sites historiques ; le Pic des singes, le fort de Gouraya, le Cap Carbon, et la faune et de la flore. Ce qui nous encourageait à orienter notre recherche vers une des zones touristiques phare de la ville.

Nous avons donc opté à traiter le thème intitulé « la communication sur le patrimoine culturel au service du développement attractif de la ville ».

Pour ce faire, notre étude se voit structurée en trois parties, réparties chacune en chapitre comme suite :

Pour la première partie qui est la démarche méthodologique suivante :

Notre plant du cadre méthodologique se constitue au premier lieu de deux chapitres le premier concerne l'analyse conceptuelle, qui englobe une problématique poursuivie de deux hypothèses, puis on a déterminé notre objectif pour cette étude, par la suite on a opté a définir l'ensemble des concepts clé de notre thème d'étude que nous jugeons primordiale.

Le deuxième chapitre concerne la démarche méthodologique qui se compose :

L'approche théorique de l'étude, la méthode, l'outil de l'étude et l'échantillon. En deuxième lieu une partie consacrée à la partie théorique :

Pour le cadre théorique nous avons abordé deux chapitres le premier est intitulé la communication patrimoniale ; il s'agit d'une présentation de la notion du patrimoine les composantes et les valeurs des monuments historiques, quant au deuxième chapitre nommé : la protection et la valorisation du patrimoine qui porte sur deux sections la première parlent sur le patrimoine et le développement local ainsi que la deuxième section parle sur les

technologies de l'information et de la communication comme facteur de développement du patrimoine.

Concernant la dernière partie consacrée la partie pratique de notre étude, elle se représente en deux chapitres :

Le premier chapitre porte sur la présentation du cadre spatio-temporel qui se compose de trois sections : la présentation de l'organisme d'accueil du PNG, la présentation des sites historique et la présentation de terrain d'étude.

Quant au deuxième chapitre qui est la présentation des données de l'étude. Le troisième chapitre traite l'analyse et l'interprétation des résultats comprennent deux sections, la première porte sur l'analyse et l'interprétation des données et la deuxième porte sur l'analyse de différents supports de communication diffusée par les acteurs institutionnel et associatif du patrimoine culturel.

Le dernier chapitre s'agit de discussion des résultats et vérification des hypothèses et une conclusion générale dans laquelle nous avons rappelé de l'importance des technologies de l'information et de la communication ainsi que la valeur de la stratégie de communication dans le développement attractif de la ville de Bejaia.

Partie méthodologique

Chapitre01 : analyse conceptuelle

1 La problématique

La communication s'avère comme un moyen qui peut contribuer au développement du patrimoine culturel, car elle participe à faire connaître, préserver et valoriser ce dernier par des actions de communication et de différentes activités menées par des acteurs locaux.

La diffusion du patrimoine comprend toutes les actions et méthodes qui établissent contact entre les objets du patrimoine et le public à travers la médiatisation. Cette dernière constitue des dispositifs techniques pour assurer une bonne relation entre le patrimoine et le public.³

Le patrimoine est un héritage culturel partagé qui garantit les identités locales qui forment un trésor du passé et une richesse historique qui fait partie de notre mémoire et celle de chaque individu qui cherche après à découvrir et à connaître les traces de son passé ; d'où il vient pour enfin confirmer son identité. Il peut s'avérer un créateur de richesses et une source importante de valorisation touristique des territoires.

Au sens plus large, le patrimoine est une richesse qu'il est possible de valoriser pour renforcer l'attrait touristique d'une région : il rend le territoire plus attractif et il peut même être le support d'activité économique.⁴

En d'autres termes, le patrimoine est considéré comme un bien non-renouvelable, il s'agit de le sauvegarder, protéger et de le valoriser.

La mise en valeur du patrimoine repose notamment sur l'accueil, l'encadrement et l'animation réalisés par les divers agents du secteur. Cette valorisation se traduit également par l'organisation d'évènements en lien avec le patrimoine, mais aussi par le développement de l'éducation artistique et culturelle. C'est pourquoi tout projet de valorisation signifie et vise une exploitation et une rentabilisation rationnelles de ses ressources matérielles et symboliques⁵.

³ IESA arts et culture, Qu'est-ce que la communication culturelle ?consulté le 11mars 2021 <https://Www.iesa.fr>

⁴Moussadak H., (2015). Préserver du patrimoine et responsabilité sociale de l'entreprise touristique, P 298-312.

⁵Merah, A., Bendebili, I, Communiquer sur l'authenticité d'un patrimoine architectural : le cas du grand ksar de Temacine dans le Sud-est algérien, 2016, P.9-23.consulté le 20 mars2021 <https://doi.org/10.4000/communiquer>.

La valorisation du patrimoine culturel et sa préservation, sa protection, sa sauvegarde est à la fois l'une des propositions de l'évolution de la ville et la manière de le promouvoir permet de le rendre fréquenté et visité par un grand et large public ce qui est un plus énorme pour le développement attractif de la ville.

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication deviennent indissociables de la lutte pour la valorisation et la sauvegarde du patrimoine culturel, c'est pour cela la nécessité de faire recourir à la numérisation du patrimoine constitue un élément majeur de sa conservation à long terme pour les générations futures, de faire connaître l'héritage à une grande partie de la population et découvrir sa richesse et d'attirer ultérieurement des nouveaux visiteurs.

« La numérisation permet d'envisager des perspectives nouvelles de préservation, mais aussi d'étude et de mise à disposition des patrimoines afin de favoriser leur appropriation et leur partage. La numérisation peut être à la fois un outil d'aide à la sauvegarde, mais aussi un outil essentiel de diffusion, d'accès médiatisé, de partage, et d'enrichissement dans leur valorisation. »⁶

En nous inspirant de l'approche communicationnelle de la patrimonialisation de Jean Davallon, qui accorde une place majeure à la communication patrimoniale en trois opérations complémentaires explicitant la manière efficace de communiquer le patrimoine « sa mise en communication, sa mise en exposition et sa mise en exploitation ». Cette vision de valoriser un patrimoine insiste sur la nécessité de préserver, ou plutôt de médiatiser, son aspect symbolique et spécifique qui constitue sa valeur et son atout pour une potentielle mise en tourisme⁷.

La ville de Bejaïa est marquée par une diversité patrimoniale harmonieuse et précieuse, cette dernière regorge de sites naturels, mais aussi de sites culturels, une ville touristique que beaucoup ignore son existence antique qui représente le noyau de l'histoire de la ville de Bejaïa.

⁶Daim-Allah.W. Hammoud L, Usage des TIC pour la promotion du patrimoine local par le mouvement associatif : le cas des associations du patrimoine de Bejaïa, 2015, p 105.

⁷Davallon. Le don du patrimoine : Une approche communicationnelle de la patrimonialisation, Lavoisier Edition. 2006. P33.

Le parc national de Gouraya est l'une des institutions qui prend en charge la sauvegarde et la promotion et la mise en valeur des sites historique extraordinaire dans la ville de Bejaïa, ce dernier regorge de nombreux sites naturels et vestiges historiques qui font de lui un parc à tendance éco touristique.

Il possède d'une part une richesse naturelle et culturelle exceptionnelle, et d'autre part, des infrastructures touristiques importantes.

Le PNG est-en sous contrôle de l'état et dont les limites fixées au préalable par son étude peuvent être changées. Le parc national de Gouraya est une aire protégée d'un grand attrait naturel institué dans un double but de protection de la nature et de l'éducation du public.

Pour cela, nous avons opté à choisir pour notre recherche deux sites historique et pittoresque connus dans la ville de Bejaïa qui sont donc **le fortde Gourayaet le Pic des singes**.

À partir des données précédentes, nous considérons qu'il est nécessaire de nous interroger sur la question suivante :

Dans quelle mesure la communication contribue-t-elle à la sensibilisation et à la promotion du patrimoine culturel matériel ?

Dans l'objectif de mieux comprendre notre sujet de recherche et pour répondre à notre question centrale, nous posons les questions secondaires suivantes :

1- Comment les TIC permet-elles une valorisation du patrimoine culturel matériel de la ville de Bejaïa et permet également de développer l'attractivité de la ville en question ?

2 -Comment le patrimoine culturel matériel contribue-t-il au développement local de la ville de Bejaïa ?

2- Les hypothèses :

1 - l'usage des TIC contribue à la valorisation et la transmission du patrimoine culturel et permet le développement de l'attractivité de la ville.

2 - le développement du patrimoine culturel du parc national de Gouraya dépend d'une bonne stratégie de communication.

3 - L'objectif de l'étude

Nous avons choisi ce thème pour bien présenter notre étude sur « **la communication patrimoniale au service du développement attractif de la ville de Bejaïa** » dans le but de :

- Explorer et analyser le rôle de la communication sur la progression et la valorisation du patrimoine matériel et d'évaluer son efficacité.
- Connaître l'apport des associations dans la promotion et la sauvegarde des sites patrimoniaux de la ville de Bejaïa.
- Démontrer la contribution des technologies de l'information et de la communication dans la préservation et la sauvegarde des sites patrimoniaux afin de rendre un territoire attractif.
- Améliorer et enrichir nos connaissances dans le domaine de la communication patrimoniale dans le développement et la sauvegarde de patrimoine culturel de la ville de Béjaïa.

4 - Les concepts de l'étude

Selon Maurice ANGERS « l'analyse conceptuelle est un processus de concrétisation des observations à faire dans la réalité. Il faut d'abord faire ressortir les concepts de l'hypothèse ou de l'objectif recherché. Il faut ensuite décomposer chaque concept pour en dégager les dimensions à considérer .puis chaque dimension doit être décortiquée pour être traduit en indicateur ou en variable, notamment avec la méthode expérimentale »⁸

4-2 Le patrimoine

En matière de définition du patrimoine, l'idée la plus communément admise est que ce dernier assure une continuité entre ceux qui l'ont produit – ou qui en ont été les possesseurs – et nous, qui en sommes les héritiers puisqu'ils nous l'ont transmis. De là naîtrait la charge de le conserver, de le préserver, de le sauvegarder pour le transmettre à notre tour.⁹

⁸ Maurice Anger « initiation pratique à la méthodologie des sciences humaine », 6^e édition, Québec, 2014, page 28.

⁹Ibid., P93.

La définition opérationnelle

Le patrimoine est l'héritage commun d'un groupe ou d'une collectivité qui est transmis aux générations suivantes. Il peut être de nature très diverse : culture, histoire, langue, système de valeurs, monuments, œuvres artistiques, savoir-faire, ... etc.

4-3 La communication patrimoniale

Selon Jean Davallon : « la communication patrimoniale couvre toute forme d'action en visant à mettre en relation le patrimoine et le public, et que toutes ces actions pouvaient être classées en trois types d'opérations, des opérations de mise en communication, des opérations de mise en exposition et des opérations de mise en exploitation ». ¹⁰

La définition opérationnelle

La communication patrimoniale comprend toutes les actions de communication qui vise à mettre en relation le patrimoine et le public par le biais de la médiatisation afin de promouvoir l'image des patrimoines de la ville de Béjaïa à un public plus large.

4-4 La patrimonialisation

La patrimonialisation est un processus symbolique qui, par le biais de la science, change le statut de l'objet pour l'instituer comme médiateur entre nous et les gens du passé, entre nous et les générations à venir, une manière d'établir une continuité dans le temps, de sensibiliser les fondements de nos sociétés. interprété dans la logique du don. Le patrimoine apparaît comme un « processus symbolique de première grandeur à l'intérieur de notre société » ce qui contribue à « élargir la place qui revient à l'économie du don dans une société que l'on a peut-être un peu vite appréhendée comme entièrement soumise à la logique de l'échange » ¹¹

La définition opérationnelle

Patrimonialisation est un mode d'intervention qui a pour but d'assurer la création, la préservation et la diffusion du patrimoine.

¹⁰ Jean Davallon, « le don du patrimoine : une approche communicationnelle de patrimonialisation ». Édition paris 1992 pages 36.

¹¹ Ibid., P 180.

Il s'agit d'un processus qui évolue et est, en quelque sorte, déterminé par les interventions antérieures qu'elles soient locales, nationales ou internationales.

Ces interventions produisent des externalités qui influencent le développement économique.

1 Les études antérieures :

Notre thématique de recherche porte sur : « la communication patrimoniale au service de développement attractif de la ville de Bejaïa ».

Pour cela, nous avons sélectionné les travaux qui ont été menés sur notre problématique et les points communs liés à notre thème de recherche pour mieux préciser le rôle et l'efficacité de la communication dans la protection et la valorisation du patrimoine.

La première étude :

« Valoriser le patrimoine architectural : communiquer sur l'authenticité des lieux : cas du grand ksar de Témacine dans le sud-est algérien. Menée par Aissa Merah et Ismail Bendebili de l'université Alger 3 en 2016 ».

Cette étude porte sur la valorisation du patrimoine architectural par la communication territoriale en tant que produit touristique des Ksour dans le sud-est algérien tout en préservant son authenticité.

Les résultats de la communication sur le patrimoine du ksar de Témacine ont démontré que les actions de communication visent la préservation et la promotion d'un site patrimonial.

Le mouvement de patrimonialisation est relié à celui de la mise en tourisme en analysant comment s'opère cette conciliation négociée les actions de communication de proximité avec la population et leurs acteurs qui visent l'amélioration du rapport avec le patrimoine.

La démarche suivie par les acteurs est limitée seulement aux actions de limitation des espaces protégés et de clôture.

Selon les architectures du patrimoine énumérait plusieurs facteurs de dégradation des sites : les facteurs techniques, naturels, humains et politiques.

Selon les constats de visu, plusieurs indicateurs de renseignent sur la perte d'un site patrimoniale : absence de fréquentation touristique local et étrangère, disparation des activités artisanales et l'absence de savoir-faire local.

Par ailleurs, les lieux communautaires et les composantes des ksour perdent leur fonction et leur vocation.

Selon cette étude, on constate que les la promotion et le marketing du patrimoine est devenue obligatoire et nécessaire pour soutenir le développement économique et touristique.

De plus, le patrimoine du Ksour souffert de plusieurs lacunes et que le processus de la patrimonialisation éprouve à travers ces trois opérations souffre de plusieurs difficultés liées a la valorisation.

Le ksar de Temacine nécessite une mobilisation et un processus de communicationa fin de le transmettre en un produit ou bien une destination touristique.

Cette étude nous a permis de nous familiariser avec notre phénomène de l'étude et surtout dans le choix de notre approche communicationnelle de la patrimonialisation de jean Davallon.

Ce qui a été utile pour nous dans cette étude, c'est l'apport de la communication publique et territoriale dans le processus de la valorisation de patrimoine culturel, mais aussi l'apport de la communication dans la démarche de la patrimonialisation qui nécessite la préservation et la médiation du patrimoine.

La deuxième étude

« La valorisation des monuments historiques en Algérie, cas du palais de l'agha Aferjioua, menée par Benedikt-souki-Habiba », pour l'obtention du diplôme de magister en 2012.

Dans cette étude, il est envisagé à connaître pourquoi le monument n'a pas bénéficié d'aucunes prises en charge effective, mais aussi la cause de délaissement de ce dernier

D'après leur étude les résultats ont été portés sur la détermination des défaillances de la stratégie adoptée par les autorités, afin de proposer une (ré)valorisation du palais à travers une

nouvelle vision stratégique, de plus le moteur de la patrimonialisation est bien souvent, la transformation du bien patrimonial en ressource économique et social en associant l'utilisateur à la valeur d'usage la plus adéquate.

D'après la stratégie adoptée par les autorités comporte une défaillance quant à l'exécution des opérations menées en faveur du patrimoine, donc proposer une nouvelle vision stratégique qui se présente comme le moteur de la patrimonialisation est l'objectif visé.

La relation donc entre notre travail et ce travail est bien la mise en valeur du patrimoine ou/et monument historique, le processus de la patrimonialisation et la protection et diffusion de ces sites historiques

Cette étude, nous a permis de déterminer la valeur importante de la bonne stratégie et la gestion du patrimoine qui conduit à la valorisation de ce dernier.

La troisième étude

« Usage des TIC pour la promotion du patrimoine local par le mouvement associatif » : le cas des associations du patrimoine de Bejaïa ; mené par « Warda Daim-Allah.W et Leila Hammoud », en 2015.

Cette étude porte sur l'usage des technologies de l'information et de la communication mise en place par les associations de la ville de Bejaïa pour faire connaître le patrimoine de la ville et le promouvoir à un large public.

Ce qui nous a été utile pour nous dans cette étude, ce sont leurs résultats obtenus qui démontrent à partir de leur analyse sur l'utilisation des TIC pour mener à bien les actions auprès des jeunes dans le but de faire la promotion du patrimoine local qui passe par des objectifs de visibilité, de prise de conscience, de sensibilisation et sur tout de pouvoir agir avec la population, les acteurs institutionnels et les opérateurs touristiques.

Les trois associations dont : l'association pour la sauvegarde et la promotion du patrimoine culturel de la ville de Bejaïa, l'association BEGA et l'association GEHIMAB (groupe d'études sur l'histoire des mathématiques à Bougie médiévale). Multiplie leurs actions de vulgarisation et de valorisation du patrimoine à travers des événements culturels, des conférences, des séminaires, des actions de promotion et des concerts, elles utilisent donc

souvent des moyens de communication tels que (médias écrits, radio locale Soummam et TV algérienne).

Le développement territorial est considéré comme un vecteur et le levier du développement territorial qui se concentre principalement sur la protection et la valorisation du patrimoine.

Le lien avec notre recherche, c'est donc le rôle des acteurs associatifs dans la sauvegarde et la promotion du patrimoine, mais aussi l'importance accordée au TIC pour communiquer le patrimoine et de garantir la visibilité de ce dernier que l'espace réel ne permet pas.

Cette étude nous a permis de comprendre l'implication des TIC et les associations dans le cadre de la valorisation et de la protection du patrimoine de la ville de Bejaïa et dans le développement territorial de cette dernière.

Enfin ces études, nous a facilité la compréhension du rôle de la communication patrimoniale et son intérêt dans la préservation et la valorisation des destinations touristiques dans les parcs nationaux algériens, particulièrement dans le parc national de Gouraya, qui est considéré comme la destination la plus visitée dans la wilaya de Bejaïa.

Chapitre 02 : La démarche méthodologique

I - Approche théorique d'étude

Dans notre recherche, nous avons opté pour l'approche de Jean Davallon : le don du patrimoine ; une approche communicationnelle de patrimonialisation à émergé grâce aux travaux de Jean Davallon et Christian Carrier qui sont les pionniers à s'intéresser dès la fin des années 1980 à la communication patrimoniale.

En 1987, le ministère de la Culture et de la Communication lançait le « Plan patrimoine de mise en valeur des grands sites archéologiques » portant sur quatorze « grands » sites archéologiques considérés comme trop longtemps délaissés. Ce plan est encore aujourd'hui une des plus belles illustrations des modifications intervenues, au cours des années quatre-vingt, dans la façon de penser le patrimoine : ne proposait-il pas en effet d'adjoindre à toute restauration de sites ou de monuments une mise en communication à destination du public ?¹²

L'expression « communiquer le patrimoine », c'est d'abord une nouvelle orientation pour l'étude patrimoniale qui consiste à prendre en considération le public qui prenait une place à côté de la dimension scientifique ou de la valeur esthétique du patrimoine qui consiste à traiter les objets patrimoniaux reconnus et tout fait traditionnel selon une mise en valeur culturelle et une valorisation touristique afin de les rendre plus présents aux visiteurs par le biais de mise en scène¹³.

Le but que vise cette approche, est de mettre en valeur, sauvegarder, communiquer vulgariser le patrimoine culturel. Ce dernier couvre toute forme d'action en visant à mettre en relation le patrimoine et le public, suivant le processus de cette approche, qui est répartie en trois types d'opérations suivantes :

1. La mise en communication : (selon toujours le même auteur)

Est le niveau le plus élémentaire de la gestion de la relation entre le public et l'objet : elle recouvre l'ensemble des actions qui ambitionne d'installer cette relation. Elle indique ainsi tout ce qui doit permettre au visiteur d'aller vers l'objet et d'entrer en relation avec lui.

Etablir une stratégie de mise en communication, c'est donc envisager la mise en valeur sous la forme d'un service offert au visiteur. La présentation du site ou du monument ne cherche

¹²Davallon, Le don du patrimoine : Une approche communicationnelle de la patrimonialisation, Lavoisier Edition.2006.P35.

¹³Ibid. P36.

plus seulement à instaurer une simple rencontre du visiteur avec l'objet, mais s'inscrit dans la logique d'une gestion de l'accès à celui-ci.

La mise en communication commence donc avec cette instance tierce qui se donne la fonction d'établir un lien entre l'objet et le public potentiel, puis qui va accompagner le visiteur Jusqu'à cet objet en se servant des outils de communication telle que « les dépliants, les annonces, les fiches signalétiques, affichage, les pancartes... » Dans le but de faciliter et de rendre possible l'accès à l'objet patrimonial. ¹⁴

2-La mise en exposition

C'est une opération qui nécessite une intervention sur l'objet dans le but de le rendre accessible et appropriable par le visiteur, propose ainsi au visiteur un dispositif de présentation prédestiné à régler sa relation à l'objet, à régler la visite.

La stratégie communicationnelle vise à optimiser la présentation de l'objet : le site ou le monument devient un lieu « aménagé pour le visiteur », un espace pensé, traité et construit en vue d'une pratique de visite et non plus un lieu visitable « naturellement ».

3- La mise en exploitation

La mise en exploitation cible l'aspect économique. Le patrimoine, en tant qu'un objet exploitable à des fins touristique, présente des caractéristiques distinctives. C'est à travers sa valeur symbolique que le produit patrimonial se différencie des autres produits commerciaux. Un bien culturel ne peut être consommé isolément ; il est nécessaire de l'associer à d'autres prestations touristiques usuelles telles que l'hébergement, les activités d'achat et le patrimoine culinaire.

L'approche de Davallon est pertinente pour expliquer la manière efficace de communiquer le patrimoine dont les principaux objectifs est de mettre en relation le patrimoine et le public par les actions de communication qui pouvaient être classées en trois types d'opérations complémentaires : des opérations de mise en communication, des opérations de mise en exposition et des opérations de mise en exploitation.

On résume ; la mise en exploitation était, à l'évidence, de nature économique (ou au moins commerciale) en ce qu'elle visait à transformer l'objet patrimonial en un produit. De plus, les deux premières ont été regroupées sous la notion générique de médiatisation, car elles visent à produire les dispositifs techniques qui assurent la relation entre le patrimoine et le public.

¹⁴ Ibid., P37.

5 - la méthode de l'étude

Selon **GRATWITZ** la méthode est « l'ensemble des opérations intellectuelles par lesquelles une discipline cherche à atteindre les vérités qu'elle poursuit, les démontre, les vérifie. Elle peut être considérée comme sa réalité envisagée»¹⁵

Selon **Amyotte** : la méthode scientifique est « l'ensemble d'opération par lesquelles on cherche à obtenir des résultats valides et reproductibles. C'est la démarche logique d'une science, c'est-à-dire l'ensemble des moyens mis en œuvre afin de répondre à une question. Il s'agit d'un procédé explicite et reproductible d'une série de règle à observer lorsqu'on étudie un problème précis. L'utilisation d'une méthode est donc essentielle à la crédibilité des conclusions d'une recherche scientifique. »¹⁶

Pour notre cas, nous avons opté pour la méthode qualitative, car c'est la plus adéquate dans le but de collecter les données et les informations de qualité, pour notre thème de recherche.

Cette méthode nous permet d'approfondir beaucoup plus sur le terrain et d'analyser notre phénomène d'étude. De plus notre objectif premier est d'expliquer, mesurer notre thème de recherche sur le terrain et interpréter les résultats des différents acteurs.

Selon **Maurice Angers la méthode qualitative** « vise d'abord à comprendre le phénomène à l'étude. Il s'agit d'établir le sens de propos recueillis ou de comportements observés. On se base davantage sur l'étude de cas ou de petits nombres d'individus. »¹⁷

6 - Outils et technique de l'étude

Dans notre cas de recherche, nous avons opté pour la technique de l'observation, la pré – enquête et l'entretien semi-directif.

¹⁵ GRATWITZ M, « méthode des sciences sociale », paris, 8ème édition, DALLOZ, 1986, P443.

¹⁶ Luc Bonneville, Sylvie Grosjean, et Martine Lagacé, « Introduction aux méthodes de recherche en communication », Montréal, Gaétan Morin, 2007, P50.

¹⁷ Maurice Angers, « Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaine », 6^e édition, Québec, 2014, P60.

3 – 1 : l'observation

L'observations se définit comme une « technique de collecte de données au cours de laquelle le chercheur observe lui –même des processus ou des comportements qui se déroulent dans une situation précise pendant une période de temps limité »¹⁸

Dans cette étude, nous avons opté pour la technique d'observation participante, afin de s'inscrire dans une observation sur place dont nous étions présentes sur le terrain au sein du parc national de Gouraya sur la mise en communication avec les villageois et les visiteurs. Les portes ouvertes qu'organise le PNG pour accueillir les différents visiteurs et touristes et répondre aux différentes questions posées.

3-2 : l'entretien

Afin de recueillir des informations sur la population de l'étude, nous avons réalisé un guide d'entretien, selon Freyssinet-Dominjon « c'est un dispositif de face à face ou un enquêteur a pour objectif de favoriser chez un enquêté la production d'un discours sur un thème défini dans un cadre d'une recherche. »¹⁹

Nous sommes en mesure de parler aux personnes interrogées lors d'entretiens semi-directifs, de nous concentrer de manière appropriée sur le discours de la personne interrogée et de poser de nouvelles questions lorsque la personne interrogée dit quelque chose d'intéressant, ce qui nous donne la possibilité d'obtenir des informations plus détaillées sur nos sujets de recherche.

Les questions de notre entretien étaient réparties dans trois axes :

- Le premier axe était réservé pour les données personnelles de nos enquêtés.
- Le deuxième axe s'articule autour de la question de la stratégie de communication efficace pour le développement de l'attractivité du patrimoine plus précisément sur le rôle de la communication patrimoniale dans la promotion et la valorisation des monuments historiques de la ville de Bejaïa .
- Le troisième est consacré à la contribution des TIC dans la valorisation et la transmission du patrimoine.

¹⁸ Ibid., P197.

¹⁹ Ibidem

La technique de l'étude

1- la pré-enquête

Notre recherche de terrain a débuté par une phase de pré-enquête qui date 30 mars 2021 au 31 avril 2021 au niveau de la direction du Parc National de Gouraya.

- Notre première prise de contact au PNG nous a permis de faire une première collecte de données sur les divers supports de communication diffusés par le parc (brochure de présentation, guide touristique, carte postale...) ensuite, nous avons effectué un diagnostic sur le rôle de la communication patrimonial pour faire connaître le patrimoine et voir comment posséder à sa préservation.
- Puis nous avons fait une observation participante pour le monument et le site qu'on veut étudier « le fort deGouraya et le pic des singes » pour découvrir quelles sont les différentes actions que la direction utilise afin de protéger et de valoriser les sites patrimoniaux, comme nous avons observé que la direction du parc national de Gouraya participe au développement durable de la région.

7 - Echantillon de l'étude

Définition de l'échantillon selon Maurice Angers : «C'est une partie de la population auprès de laquelle les informations seront recueillies »²⁰

À partir de notre recherche sur notre thème « la communication sur le patrimoine culturel au service de développement attractif de la ville ».

Notre population d'étude concerne l'ensemble des acteurs institutionnels et associatifs de la wilaya de Bejaïa.

Dans notre cas nous avons opté pour l'échantillonnage non-probabiliste

Selon **Maurice Angers :** « consiste en un ensemble d'opérations qui permettent de constituer un échantillon représentatif de la population à l'étude ». ²¹

²⁰ Maurice Angers, « Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaine », 6^e édition, Québec, 2014, P99.

²¹ Ibid., P100.

Dans notre cas, nous avons opté pour l'échantillonnage non-probabiliste typique « par choix raisonné » qui se définit « comme un type d'échantillonnage qui est fréquemment utilisé dans les recherche qualitative.

Le postulat fondamental sur lequel repose l'échantillonnage par choix raisonné est que le chercheur peut faire le tri des cas à inclure dans l'échantillon et ainsi composer un échantillon qui réponde de façon satisfaisante aux besoins de sa recherche. »²²

Notre recherche vise à prendre en considération essentiellement le rôle que peut jouer la communication dans le processus de la valorisation, la sauvegarde et la promotion des sites historiques de la direction du parc national de Gouraya,

Ainsi que les pratiques communicationnelles des acteurs associatifs et institutionnelles qui visent la préservation et la mise en valeur des sites patrimoniaux.

Notre échantillon comprend **08** acteurs sélectionnés de manière typique, ce qui nous permet de sélectionner un nombre raisonnable et limité d'interviewés, parmi lesquels nous sélectionnons des interviewés en fonction de certains critères que nous avons établis pour le choix des acteurs institutionnels et associatifs ;

1. L'intérêt total pour les questions sur la sauvegarde, préservation et valorisation du patrimoine culturel de la ville de Bejaïa.
2. Leurs fonctions socioprofessionnelles.
3. Leurs qualifications et leur sujet de recherche.
4. Les unités de notre échantillon représentent l'ensemble des acteurs institutionnels et associatifs les plus actifs de la wilaya de Bejaïa telles que :
 - ✓ Le parc national de Gouraya 'les responsables de divers organismes liés à la gestion du patrimoine de la direction du PNG'.
 - ✓ La direction de la culture et des arts de la wilaya de Bejaïa.
 - ✓ L'association pour la sauvegarde de patrimoine culturel de la ville de Bejaïa.
 - ✓ L'association culturelle et éco-touristique « les Aiguades ».

²²Luc Bonneville, Sylvie Grosjean, et Martine Lagacé, « Introduction aux méthodes de recherche en communication », Montréal, Gaétan Morin, 2007, P95.

La partie théorique

Chapitre 01 :

La communication patrimoniale

Le patrimoine culturel revêt une importance capitale dans tous les pays, car il représente leur culture et leur civilisation, participe aussi à relier la population aux autres populations et en leur créant un sentiment d'appartenance qui nécessite d'être protégés et préservés pour le transmettre aux futures générations.

Section 1 : Le patrimoine culturel : composants et valeurs

Dans cette section, nous avons abordé les définitions du patrimoine culturel et les monuments historiques puis les valeurs et les composants du patrimoine matériel d'une manière générale.

1-qu'est ce que le patrimoine

Le patrimoine est défini comme « les pratiques, représentations, expressions, connaissances et savoir-faire – ainsi que les instruments, objets, artefacts et espaces culturels qui leur sont associés – que les communautés, les groupes et, le cas échéant, les individus reconnaissent comme faisant partie de leur patrimoine culturel ». (La convention de l'UNESCO, 2003, article 2).²³

Selon Cousin : « Le patrimoine désigne également les traces de l'histoire contemporaine. De manière transversale, dans le temps et dans l'espace, le passage de la notion de monument à la notion de patrimoine est aussi une reconnaissance du caractère élargi du patrimoine, qui ne vient plus seulement désigner des lieux de pouvoirs, mais cherche, aussi, à intégrer la «culture populaire », le patrimoine « naturel », « immatériel », «vivant», « ethnologique » ou «ethnique».²⁴

Alors, nous pouvons dire que le patrimoine est un héritage commun d'un groupe ou d'une collectivité qui est transmis aux générations suivantes. Il peut être de nature très diverse : culture, histoire, langue, système de valeurs, monuments, œuvres artistiques, savoir-faire, ... etc.

2- la présentation des monuments historiques :

Les monuments historiques sont d'une grande valeur pour ses caractéristiques propres et aussi pour ce qu'il évoque et représente. Il a toujours besoin d'être protégé et sauvegarder des menaces de disparation par exemple, pour différentes raisons : son âge, les phénomènes de mode, le mauvais état des structures des bâtiments, le nombre élevé de touristes qui visitent un site, etc. Pour cela, la perte d'un monument est la perte d'une part de notre identité.

²³ Salma Trabelsi, Développement local et valorisation du patrimoine culturel fragile : le rôle médiateur des ONG : cas du Sud-tunisien, édition université côte d'Azur, Français, 2016, P18

²⁴ Ibid., p. 19.

3-les composantes du patrimoine matériel

Le patrimoine englobe plusieurs composantes dont

3-1 le patrimoine naturel :(le paysage naturel, la faune et la flore)

Le patrimoine naturel désigne les spécificités naturelles, les formations géologiques ou de géographie physique et les zones définies qui constituent l’habitat d’espèces animales et végétales menacées, ainsi que les sites naturels qui présentent un intérêt sur le plan scientifique, dans le cadre de la conservation ou en termes de beauté naturelle.

Il comprend les aires naturelles protégées privées et publiques, les zoos, les aquariums et les jardins botaniques, les habitats naturels, les écosystèmes marins, les sanctuaires, les réserves, etc.²⁵

Ces espaces ont été sélectionnés pour leurs caractéristiques exceptionnelles, et ne sont que peu spectaculaires, il a un grand intérêt. En effet, ces milieux sont vivants, en constante évolution et fragiles, ils doivent donc être gérés et protégés. Ils peuvent non seulement éviter les dégradations ou perturbations naturelles, mais aussi éviter les modes d'occupation des sols et les activités qui peuvent les endommager.



Figure 01 : les Aiguades, Bejaïa. Source : cairne.info.com.

3-2 Les paysages :

Le paysage est par définition, " une portion du territoire offrant des perspectives plus ou moins importantes avec une identité bien marquée".

²⁵Convention concernant la protection du patrimoine mondial culturel et naturel, 1972. Consulté le 17 mai 2021. <http://whc.unesco.org/fr/conventiontexte/>.

Le paysage, urbain ou naturel, représente un atout majeur pour un territoire : C'est un élément essentiel pour la qualité du cadre de vie. Il peut par ailleurs être facteur de développement économique, grâce notamment au tourisme. C'est pourquoi, il est nécessaire d'en assurer une bonne gestion pour le mettre en valeur.²⁶



Figure 02 : Cap Carbon, Bejaïa **Source** : twitter.com

3-3Le patrimoine archéologique

Le patrimoine archéologique est défini comme étant « la partie de notre patrimoine matériel pour laquelle les méthodes de l'archéologie fournissent les connaissances de base. Il englobe toutes les traces de l'existence humaine et concerne les lieux où se sont exercées les activités humaines qu'elles soient ; les structures et les vestiges abandonnés de toutes sortes, en surface, en sous-sol ou sous les eaux, ainsi que le matériel qui leur est associé ».²⁷

Le patrimoine architectural est l'héritage culturel que le passé nous a transmis une valeur importante transcrite de la manière la plus expressive l'histoire de la civilisation humaine.

Ce patrimoine constitue une partie capitale de la mémoire des hommes d'aujourd'hui, decela, la préservation des objets archéologiques est le fondement de toute mise en valeur, qui nécessite la prise en charge de tous les vestiges, monuments historiques architecturaux, sites naturels, qui représentent le cœur de l'histoire.

²⁶ Donnadiou P. & Périgord M., Clés pour le paysage, Ophrys, 2005, p. 31

²⁷ Article 1 de Charte internationale pour la gestion du patrimoine archéologique (1990).



Figure03 : Place Gueydon

Source : Bejaia.skyrock.com

4-Les valeurs d'un monument historique

Les monuments historique représente plusieurs valeur dont :

4-1 la valeur historique

C'est une connaissance pesée de l'intérêt des monuments historiques expressifs de l'activité humaine ou une phase historique lorsqu'il interprète une véritable image du passé.

De plus, le respect des apports progressifs du temps, nous mène par la suite à conserver les marques de la diversité historique en tant que témoignages de la vie du monument ou d'un site qu'il convient de préserver.

4-2 la valeur esthétique

La valeur esthétique est considérée comme l'une des plus importantes caractéristiques du monument historique, une question de goût et une impression ou une inspiration fondée sur un large contexte culturel.

4-3 la valeur culturelle et artistique

C'est le support de grands faits historiques, l'intérêt du public se manifeste en fait envers les grands édifices de renommée internationale, symbole d'une culture ou d'une civilisation. Par contre, il existe bien d'autres monuments plus simples mais moins spectaculaires et peu connus bien qu'ils portent des valeurs culturelles et historiques, il y a un désintérêt et une méconnaissance totale a leur égard. Ce détachement revient en premier lieu au manque de

médiatisation et surtout a l'absence de culture et de sensibilisation du public a qui on n'a pas appris a regarder, ni a reconnaitre la valeur artistique et culturelle du patrimoine.²⁸

4-4 la valeur économique

Le patrimoine peut exercer des effets de levier sur le développement économique à quatre niveaux :²⁹

1. Il stimule la créativité des entreprises, produit des compétences au bénéfice de tous les secteurs de l'économie, contribue à la gestion des ressources humaines au sein des entreprises et anime les lieux de consommation.
2. Le développement des activités artistiques au profit de la création, conduit à réorganiser les institutions culturelles Patrimoine et économie classiques, des musées se mobilisent et considèrent que la conservation des produits et des modèles est essentielle et explorent ainsi leur patrimoine. X.Greffé cite plusieurs exemples de musées qui sont transformés en pôles d'économie du patrimoine en associant des entreprises de porcelaine et des magasins de vente de produits d'artisanat.
3. A ce versant économique s'ajoute un versant social, les activités patrimoniales sont considérées comme moyen de renforcer l'identité culturelle et peuvent créer des liens sociaux et améliorer le cadre de vie.
4. Le développement des activités culturelles permet aux communautés de s'intégrer aux cultures variées.

Ce qui permet de développer de nouveaux projets, inscrire ainsi les communes dans une économie globale et d'organiser sur ces territoires de meilleures qualités de vie.

De même, le patrimoine est appelé à jouer un rôle important en tant que levier de développement régional. Ainsi, les acteurs sociaux et économiques s'intéressent afin de valoriser à travers le processus de médiatisation.

²⁸De l'opportunité de la révélation du patrimoine artistique, La Gazette Drouot, 2016, Consulté le 2 mai 2021 à 10h. <https://www.gazette-drouot.com> .

²⁹Greffé Xavier, la valeur économique du patrimoine, Ed. economica, 1990, P53. Consulté le 20 mai 2021 à 21h. <https://gallica.bnf.fr>.

Section 2 : La patrimonialisation et la valorisation du patrimoine

La patrimonialisation est une intervention qui vise la création, la préservation et la valorisation du patrimoine, mais aussi consiste à transformer le site pour le rendre accessible et attractif au public.

1- qu'est-ce que la patrimonialisation

La patrimonialisation est un processus de transmission et d'interprétation mis en œuvre par un ensemble d'acteurs via des objets et des pratiques traditionnels. Ce processus traduit un changement quant à l'appréciation du patrimoine. Le recensement, l'observation permettent de mieux appréhender l'appropriation patrimoniale par les sociétés concernées. Cela suppose que la population locale conserve des produits du terroir, un mode de vie rural, des traditions culturelles, et un usage des œuvres patrimoniales. Par conséquent, le patrimoine culturel est mis en valeur, protégé et transmis aux générations suivantes grâce à l'engagement volontaire de la population locale.³⁰

Pour Lalla Bahija Techa : « avant de devenir patrimoine, l'objet doit passer par un processus de patrimonialisation qui le dote de son prestige ». Ce dernier est défini selon James Clifford comme « le processus par lequel des éléments de la culture ou de la nature deviennent à un moment donné de l'histoire des sociétés, investis de la qualité du bien patrimonial digne d'être sauvegardé, mis en valeur au profit des générations futures ». ³¹(Cité par skounti, 2010:19)

Ainsi, elle définit la patrimonialisation comme une démarche de mise en valeur et de protection des biens qui se traduit par une armada d'action institutionnelles et normatives allant de la prise de conscience à la valorisation en passant par la sélection, la justification, la conservation et l'exposition. ³²

Par cette vision, le patrimoine passe par la prise de conscience des autorités afin de le reconnaître et de le préserver, mais surtout par la protection naturelle liée à la coutume, à l'attachement, à la conscience patrimoniale en ne négligeant pas la prise en compte du contexte du monument.

³⁰Salma Trabelsi, Développement local et valorisation du patrimoine culturel fragile : le rôle médiateur des ONG : cas du Sud-tunisien. Sciences de l'information et de la communication. Université Côte d'Azur, 2016. P 16. <https://tel.archives-ouvertes.fr>

³¹LallaBahjiaTecha, processus de patrimonialisation entre initiative des acteurs et dynamique de développement local. Cas des associations Anergui et Elkhorbat, P 180. In AIT HEDDA Abdellatif et MEYER Vincent Actes du colloque international, « La valorisation des patrimoines : authenticité et communication », Taroudannt 2015, publication de l'université Ibn Zoher 2016.

³² Ibid., P180.

2- Les étapes de la patrimonialisation

Les sites ou monuments possédant une valeur culturelle ou naturelle, d'intérêt local ou national, sont répertoriés, évalués et ensuite classés.

On appelle ce processus la patrimonialisation.

Étape 1 : la sélection

La sélection des éléments patrimoniaux dépend étroitement de divers acteurs pour sélectionner les objets, des bâtiments, des lieux, des faits ou des événements qui forment l'héritage.

Étape 2 : la justification (changement de statut)

C'est un mode de discours sur les raisons principales du choix de telle ou telle objet patrimonial qui correspond le mieux à son type (naturel, historique ou bâti).

Il s'agit non seulement de repérer et d'identifier le bien, mais surtout de pouvoir produire un discours sur lequel justifier son choix.

Étape 3 : la conservation (changement d'état)

La conservation est le fondement de toute action patrimoniale. C'est l'action de conserver un patrimoine matériels et immatériel qui se représente comme une richesse historique a fin de le déclaré à la future génération.

Également, est un enjeu mémoriel et identitaire nécessaire pour le transmettre et diffuser le sens et la valeur de ce bien.

L'obstacle de l'étape de la conservation est lié au concept de l'évolution de ce patrimoine.

Étape 4 : l'exposition (changement d'usage)

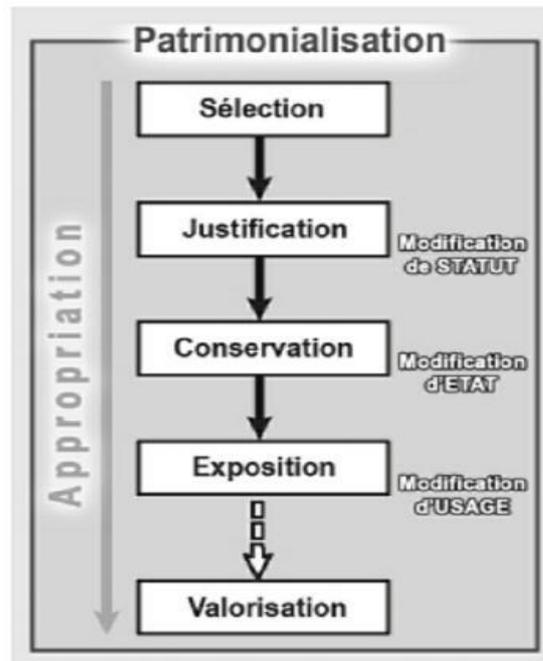
La mise en exposition, c'est l'action de transmission de l'héritage au plus large public possible par l'organisation de l'accès des collectifs à l'objet patrimonial.

Cette étape est essentielle pour la valorisation et sous-entend l'exploitation économique du bien notamment dans le domaine du tourisme.

Étape 5 : valorisation

La valorisation dans le processus de la patrimonialisation doit être accompagnée d'une sensibilisation qui implique la population dans la conservation et préservation du patrimoine.

Figure 03 : les étapes de la patrimonialisation



Source : cairn.info

3- Le rôle de la communication dans la valorisation du patrimoine culturel

La communication occupe une place prépondérante dans la valorisation des monuments historiques, elle prend en considération l'importance des patrimoines et des traces culturelles dans la représentation des territoires. Elle pourrait ainsi optimiser le processus de patrimonialisation et l'adopter aux attentes de la société.

De cela, la communication sert à sensibiliser le plus grand nombre d'acteurs pour les impliquer dans la promotion, la protection et la sauvegarde des sites patrimoniaux, elle occupe une place prépondérante aussi dans la valorisation des monuments historiques.

La communication permet de créer une image touristique du territoire en informant sur ses potentialités. Elle permet également d'augmenter l'attractivité de la collectivité locale, ce qui impactera positivement le taux de fréquentation des touristes nationaux et étrangers.

La communication est également un échange d'informations quotidien entre les publics du tourisme (touristes, voyageurs, visiteurs) et les acteurs du secteur touristique qui jouent un

rôle d'information sur le territoire (tour-opérateurs, agences de voyage, offices du tourisme, guides, population locale, etc.). Après avoir mis en exergue le rôle que joue la communication dans le développement touristique des territoires³³

Selon Sguenfel, la valorisation du patrimoine commencé'abord par un travail d'investigation de ce patrimoine dans toutes ces facettes : naturel et culturel, matériel et immatériel. En suite, l'encourager les initiatives culturelles locales, développer les liens entre les politiques culturelles de l'Etat et celles des collectivités territoriales. La connaissance du produit à communiquer ou sur lequel port la communication doit être maîtrisée. De plus, la prise en compte du public « consommateur » du produit doit aussi prendre sa place dans ce processus communicationnelle.³⁴

4- La fragilité du patrimoine matériel

Le patrimoine matériel est largement présent dans plusieurs domaines culturels. On peut dire qu'il désigne les traces physiques d'éléments historiques ayant rapport avec l'identité de chaque région et les cultures populaires. Il s'agit bien des éléments architecturaux monumentaux (palais, châteaux, fortifications, lieux de culte,...).

Les produits du terroir et les articles d'artisanat, des œuvres d'art et d'histoire, etc. Ce type de patrimoine culturel a une forte relation avec les lieux, parce qu'il garde les styles d'architecture des bâtiments et des édifices spécifiques à chaque région. C'est un élément de distinction des identités originales des territoires. En ce sens, la protection de ce patrimoine matériel révèle plusieurs défis qui reposent sur la lutte contre la marginalisation de ses caractéristiques culturelles authentiques.³⁵

Le patrimoine se transforme pour devenir le bien de toute la population. L'idée est que cette liberté acquise est devenue une source de fragilité du patrimoine culturel dans la mesure où elle est mal appréhendée par la population qui prend le relais pour suivre le processus de patrimonialisation. Le goût populaire moderne est influencé par des tendances culturelles actuelles qui donnent suite à l'euphémisme du mode traditionnel dans leur choix et aspirations culturelles.

³³Oufara Fatima Zahra, Ait Hamza Mohamed, La communication touristique sur la province de Taroudant :suivez les guides, in MEYER Vincent et SMATI Nozha Revue scientifique semestrielle « Revue Tunisienne de communication, Magreb et territoires en communication », Tunis, Juin 2014, P134.

³⁴Mohamed Sguenfle, « le patrimoine amazigh entre souci de valorisation et déficit communicationnel », université ibn zohr Agadir, in MEYER Vincent et SMATI Nozha Revue scientifique semestrielle « Revue Tunisienne de communication, Magreb et territoires en communication », Tunis, Juin 2014, P105.

³⁵ Salma Trabelsi., op.cit., P 40.

En fait, la culture populaire produit ce qui est nécessaire à la population et à leurs besoins. Le patrimoine est né collectif, donc il doit intéresser la communauté. Par effet, sa fragilisation ou sa protection va dépendre de la population locale et sa volonté à développer ses liens avec ses origines et identités.

5- Les différentes menaces sur le patrimoine

Parmi les dangers et les menaces qui pèsent sur le patrimoine et qui peuvent contribuer à sa disparition certains sont le fait de la nature, d'autres sont le fait de l'homme.

- La dégradation naturelle ou le changement climatique
- Le pillage
- Le piétinement et la sur fréquentation
- L'urbanisation
- Le dépaysement
- La faible sensibilité aux valeurs patrimoniales
- l'absence des principes et norme de conservation.

Chapitre 02 : la protection et la valorisation du patrimoine

Le patrimoine est considéré comme un vecteur de développement pour un territoire sur les différents plans : économique et social qu'environnemental. Cette mesure devient une alternative de développement.

Section 1 : le patrimoine et le développement local

Dans cette section nous avons abordé les éléments suivants : La place du patrimoine culturel dans le développement local, puis la mise en valeur du patrimoine, le patrimoine culturel comme facteur de développement touristique et le tourisme comme facteur de mise en valeur du patrimoine.

1- la place du patrimoine culturel dans le développement local

Le patrimoine est lié au développement local et durable d'une région. Il est même considéré comme un vecteur, une ressource pour le développement du territoire et de l'Homme. Il est devenu une nouvelle ressource pour le développement (Landel, Sénil, 2009, 2016).Ce patrimoine nécessite d'être identifié, valorisé et protégé.

La valorisation englobe l'ensemble des opérations visant à tirer profit d'une ressource patrimoniale, soit par l'optimisation de son utilisation, soit par la production d'une ressource pécuniaire (Charrol, 2018).³⁶

Les principes de base du développement local sont en grande partie liés à la contribution de la communauté locale dans la réalisation de processus du développement. La réussite d'un modèle de développement dépend donc de la disponibilité et de la nature des ressources locales y compris des ressources humaines. C'est le type de développement qui convoque une valorisation culturelle et humaine de toutes les ressources patrimoniales et identitaires locales (Chriki, 1996).³⁷

Il est à noter que la création patrimoniale se distingue d'une région à une autre, cela signifie que la population locale adopte sa production patrimoniale à un certain art de vivre.

³⁶BarradiH et BendahanM, Communication de patrimonialisation pour le marketing territorial : cas des patrimoines naturel et culturel de la région de Taza, 2021, P 10, Consulté le 18/05/2021.

³⁷ Op cit. P 21.

Son usage est spécifique par rapport à un contexte et à une identité locale. Cette filiation influence la manière de gérer et de protéger le patrimoine culturel. Dans cette perspective, le patrimoine culturel sera affirmé en tant que richesse locale d'une population donnée.

De ce fait, le patrimoine culturel constitue un levier potentiel de développement et une source de création de richesse locale et aussi est reconnu comme une source possible pour le développement local. Le patrimoine ainsi mis en valeur joue un rôle essentiel dans le développement de la ville en redynamisant l'activité économique et en garantissant à ses habitants une réponse aux évolutions économiques et sociétales.

2- la mise en valeur du patrimoine :

La valorisation du patrimoine consiste à faire connaître et à mettre un patrimoine local (architectural, artistique, naturel...) en valeur afin de favoriser l'attractivité du territoire.

Il s'agit donc d'augmenter le flux touristique et de jouer le rôle de levier de développement. L'enjeu social et culturel ainsi que la protection et la gestion du patrimoine sont également des atouts importants d'identité et de cohésion et d'équilibre économique à travers les différentes actions de diffusion et de promotion.³⁸

Cette valorisation permet par la suite de rendre accessibles les richesses de patrimoine culturel à un large public.

De ce sens, la mise en valeur du patrimoine contribue au développement de l'attractivité touristique d'une communauté, ce qui va lui permettre de faire valoir son identité et son authenticité, en améliorant la qualité de vie des citoyens et en renforçant leur sentiment d'appartenance.

La valorisation des sites patrimoniaux permet également au grand public d'avoir accès à un riche patrimoine culturel ou artistique. Ce développement repose notamment sur l'accueil, l'encadrement et l'animation assurée par les acteurs locaux. Cette valorisation se reflète également dans l'organisation d'activités et actions liées au patrimoine, ainsi que dans le développement des stratégies de communication centré sur l'exposition et l'animation des deux sites patrimoniaux. Dans la valorisation du patrimoine, l'objectif est à la fois, la sauvegarde et la rentabilité immédiate. En général, la mise en valeur du patrimoine se compose de :³⁹

³⁸Art et culture, en quoi consiste la valorisation du patrimoine ? Paris, 2021. Consulté le 15 mai 2021 à 11h, <https://www.iesa.fr>.

³⁹Moussadak. H, préservation du patrimoine et responsabilité sociale de l'entreprise touristique, P 307.

- **Conservation du patrimoine** : consiste à identifier, à protéger et à faire connaître les aspects importants de notre culture et de notre histoire vise aussi à prolonger la vie du patrimoine culturel tout en renforçant la transmission de ses messages et de ses valeurs propres. S'agissant des biens culturels.

L'objectif de la conservation est de sauvegarder les propriétés physiques et culturelles des objets qui sont considérés comme des biens culturels dans le but d'éviter qu'ils perdent de leur valeur, et pour faire en sorte qu'ils subsistent au-delà de la durée limitée d'une vie humaine.

- **Animation du patrimoine** : L'animateur du patrimoine met en valeur les aspects culturels, architecturaux et naturels d'une ville ou d'une région. Expositions, colloques, visites guidées, classes patrimoines...etc., sont ses outils pour sensibiliser les habitants comme les touristes.

- **La mise en scène** : en utilisant l'éclairage, le son, la lumière, pour attirer les touristes.

- **La promotion du patrimoine** : qui se fait par la construction de réseaux du patrimoine ; les itinéraires et les circuits thématiques.

Françoise CHOAY dans son ouvrage "l'Allégorie du patrimoine", a donné les procédés de mise en valeur en mentionnant que " Parmi les multiples opérations destinées à mettre le monument historique en valeur et à le transformer éventuellement en produit économique, j'évoquerai, simples jalons concrets de mon propos, quelques unes de celles qui ont l'incidence la plus directe sur les édifices et sur leur approche par le public. De la restauration à la réutilisation, en passant par la mise en scène et l'animation. La mise en valeur du patrimoine historique présente des formes multiples, aux contours imprécis, qui souvent se confondent ou s'associent."⁴⁰

Donc, la restauration, la réutilisation, la mise en scène et l'animation peuvent être des opérations qui permettent la mise en valeur du monument historique.

3- Le patrimoine culturel comme facteur de développement touristique

Jean-Marie dans son ouvrage intitulé "Patrimoine culturel et tourisme alternatif", a expliqué l'intérêt que peut représenter le tourisme culturel pour le développement économique et l'emploi local en estimant que "les pouvoirs publics prennent conscience que la fréquentation touristique liée à l'attrait du patrimoine culturel constitue une manne financière conséquente à

⁴⁰Choay .François, **l'allégorie du patrimoine**, éd Seuil, 2007, P 85.

la fois pour les collectivités publiques, mais aussi en terme d'emplois induits ou de développement économique local." ⁴¹

Dans la même mesure, Françoise CHOAY va dans le même sens dans son ouvrage "l'Allégorie du patrimoine" en généralisant l'intérêt à toute la nation en affirmant que "l'industrie patrimoniale représente aujourd'hui, directement ou non, une part croissante du budget et du revenu des nations. Pour nombre d'états, de régions, de municipalités, elle signifie la survie et l'avenir économique, et c'est bien pourquoi la mise en valeur du patrimoine historique est une entreprise considérable."⁴²

Ces points de vue ce résumant en stipulant que "pour la mise en tourisme culturel la valorisation patrimoniale constitue un volet stratégique essentiel.

4- Le tourisme comme facteur de mise en valeur du patrimoine :

La Charte Internationale du Tourisme Culturel explique que "le tourisme a été et demeure un des principaux véhicules d'échanges culturels, Il est de plus en plus largement reconnu comme une force positive qui favorise la conservation du patrimoine.

Le tourisme peut saisir les caractéristiques économiques du patrimoine et les utiliser pour sa conservation en créant des ressources, en développant l'éducation et en infléchissant la politique.

" Elle rajoute plus loin que "le tourisme, sous certaines conditions, est un atout pour la conservation du patrimoine à travers la fonction économique qu'il peut lui offrir. Les flux financiers dégagés grâce aux visites et aux achats de touristes permettent l'entretien et le maintien en état de ce patrimoine."

Ajoutant aussi que "l'intégration des politiques culturelles fondées sur la valorisation du patrimoine...Est opérée, en grande partie par le tourisme culturel. ... Car il permet la prise en conscience de la diversité culturelle ainsi que l'expérience de l'intégration culturelle par les touristes. Cela se passe, d'une part, grâce aux relations qui se nouent entre les visiteurs et les hôtes, et d'autre part, par l'intégration entre les visiteurs et le patrimoine culturel visité (musée, sites et villes historiques, etc.)". ⁴³

⁴¹ Jean-Marie BRETON ; Patrimoine culturel et tourisme alternatif (Europe, Afrique, Caraïbe, Amérique) ; éditions KARTHALA ; 2009 ; p25.

⁴²Ibid., P 196.

⁴³ Charte Internationale sur la conservation et la restauration des monuments et des sites ; IIe Congrès international des architectes et des techniciens des monuments historiques ; adoptée par ICOMOS Venise ; 1964.

L'article 4 du code mondial d'éthique du tourisme, intitulé « Le tourisme, utilisateur du patrimoine culturel de l'humanité et contribuant à son enrichissement » se résume dans les points suivants :

1. Les ressources touristiques appartiennent au patrimoine commun de l'humanité ; les communautés... Ont vis-à-vis d'elles des droits et des obligations particuliers.
2. Les politiques et activités touristiques sont menées dans le respect du patrimoine artistique, archéologique et culturel, qu'elles doivent protéger et transmettre aux générations futures.
3. Les ressources tirées de la fréquentation des sites et monuments culturels ont vocation, au moins partiellement, à être utilisées pour l'entretien, la sauvegarde, la valorisation et l'enrichissement de ce patrimoine.
4. L'activité touristique doit être conçue de manière à permettre la survie et l'épanouissement des productions culturelles et artisanales traditionnelles ainsi que du folklore, et non à provoquer leur standardisation et leur appauvrissement.⁴⁴

Section 2 : les Tic comme facteur de développement du patrimoine.

Les technologies de l'information et de la communication (TIC) deviennent au centre de la préservation et de la promotion du patrimoine, en tant que support technique et ludique d'information.

1- La numérisation et le développement du patrimoine

La numérisation permet d'envisager des perspectives nouvelles de préservation, mais aussi d'étude et de mise à disposition des patrimoines afin de favoriser leur appropriation et leur partage.

De plus, la numérisation peut être à la fois un outil d'aide à la sauvegarde, mais aussi un outil essentiel de diffusion, d'accès médiatisé, de partage et d'enrichissement dans leur valorisation.

Selon Venturini, la numérisation s'agit d'archives sans cesse mises à jour et renouvelées. Mais au-delà de la diffusion, il convient de souligner l'importance des questions d'appropriation, de mise en débat autour de la question du patrimoine.⁴⁵ Notamment, la mise en valeur du patrimoine révèle les trésors du passé, les nouvelles

⁴⁴ Charte Internationale du Tourisme Culturel. Op cit.

⁴⁵ Daim-Allah.W. Hammoud L, Usage des TIC pour la promotion du patrimoine local par le mouvement associatif : le cas des associations du patrimoine de Bejaïa, 2015, p 105.

technologies s'invitent de plus en plus dans la médiatisation du patrimoine. L'apparition du numérique repousse non seulement les frontières de la diffusion des œuvres, mais elle permet également d'en faciliter l'accès et la démocratisation et d'engendrer de nouvelles façons de consommer la culture.

En effet, le numérique permet d'imaginer de nouveaux modes d'accès à la culture et à la connaissance, en zone rurale et urbaine, indépendamment de la géographie. Il permet de créer, seul ou en réseau, et de favoriser une création pluridisciplinaire qui entretient des liens forts avec les entreprises culturelles comme par exemple le design, le multimédia, l'audiovisuel sur l'Internet... Ces industries culturelles numériques sont créatrices d'emplois et semblent attirer les jeunes générations au vu du développement des filières d'enseignement s'y rapportant.⁴⁶

De même, la numérisation ouvre de plus en plus l'accès au patrimoine culturel puisque certaines bibliothèques numériques consultables via l'Internet permettant ainsi la possibilité de visiter virtuellement des expositions. Cela permet de percevoir tout l'intérêt que peut représenter la numérisation du patrimoine culturel pour les institutions et par la même pour le territoire qui les accueille.

2- L'apport des Tic dans la valorisation du patrimoine

Les TIC peuvent relever des défis mondiaux essentiels à travers des exercices de la liberté d'expression et de la promotion de la diversité culturelle, dans la mesure où elles ont un impact direct sur la création, la production et la diffusion des expressions culturelles.

Ainsi que sur la façon dont on y accède, et où elles jouent un rôle de plus en plus pertinent dans la préservation et la transmission du patrimoine culturel notamment pour une documentation plus efficace, pour la protection, la transmission et l'accessibilité de ce dernier

De plus, les TIC favorisent un accès plus vaste aux biens culturels et aux services, mais au-delà de l'accès et de la distribution, elles permettent aux créateurs de dialoguer avec le public, de créer en commun et d'entrer en contact avec la diaspora. » A déclaré Silja Fischer.⁴⁷

En d'autres termes les TIC proposent des nouvelles performances pour accéder à des sites virtuels et à des nouveaux modes d'exploitation. On peut citer cet apport en trois points suivant :

⁴⁶ Ibid., p22.

⁴⁷<http://www.unesco.org> « la culture et les TIC, moteurs du développement durable », 2015.

2.1 Faciliter l'accès au patrimoine

Le mot « accessible » mérite qu'on s'y arrête en raison de son triple sens. Il recouvre en premier lieu la possibilité effective d'atteindre, de regarder ou d'écouter l'œuvre, et en deuxième lieu la gratuité ou des tarifs qui ne créent un obstacle à personne. Mais en troisième lieu, accessible signifie aussi lisible, aisé à comprendre par tous. Le faible coût et la facilité d'usage des réseaux et des appareils de lecture permettent d'atteindre les deux premiers objectifs. Le troisième, on n'insistera jamais assez là dessus, est néanmoins la condition pour que le « au plus grand nombre » devienne réalité.⁴⁸

Cette facilité permet de rendre le patrimoine accessible par la plus vaste audience et de partager des connaissances en permettant à l'utilisateur l'expérience la plus complète et la plus innovante du patrimoine numérisé.

De plus, le ministère de la culture et de la communication français considère que : « La numérisation et l'accessibilité en ligne des contenus culturels sont essentielles à la valorisation du patrimoine, au dynamisme de la création de contenus et à l'émergence de nouveaux services en ligne. Elles contribuent à la démocratisation de l'accès à la culture, au développement de la société de l'information et de l'économie de la connaissance ». ⁴⁹

- **Permettre l'accès à des illustrations sur son téléphone**

Les utilisateurs de téléphone mobile peuvent recevoir une illustration multimédia du site patrimonial visité. Il peut s'agir de commentaire sonore ou, si le téléphone le permet, d'une animation vidéo.

- **Préparer, prolonger et mémoriser la visite**

Les contenus numériques ont un rôle à jouer, ils permettent aux visiteurs de préparer, prolonger et mémoriser leur visite, en permettant à ceux qui veulent visiter l'œuvre réelle de se faire une idée, en sélectionnant les œuvres qu'ils iront voir, les horaires... Ils offrent aussi une possibilité de revenir après la visite sur le site internet pour revoir les œuvres qu'ils ont vues pendant la visite réelle, ou celles qu'ils n'ont pas eu la possibilité de les voir, en offrant enfin à un large public la possibilité d'acquérir des connaissances nouvelles. Dans ce

⁴⁸ ORY-LAVOLLEE Bruno. « La diffusion numérique du patrimoine, dimension de la politique culturelle. Rapport à Mme la Ministre de la Culture et de la Communication », France, 2002, p28.

⁴⁹BOURGEAUX, Laure. « Musées et bibliothèques sur Internet : le patrimoine au défi du numérique ». Histoire et politique des musées et du patrimoine. Paris : Université Panthéon Sorbonne, 2009, p162.

contexte, des grandes institutions telles que le Louvre ou le Château de Versailles ont obtenu un grand succès auprès du public, donc l'ère de la numérisation offre sans doute des perspectives nouvelles pour se comporter avec le patrimoine.⁵⁰

3- Articuler les TIC et le patrimoine

Il s'agira de mettre en place des dispositifs en ligne tels que ponçasses, visites virtuelles, sites documentaires, cédéroms, jeux en ligne, sites de préparation ou de suivi de visites ou bien de dispositifs in situ tels que les guides multimédias, les espaces immersifs ou les interfaces numériques. Quelle que soit la solution envisagée, elle doit s'intégrer dans une réflexion globale sur l'évolution du site patrimonial concerné.

L'utilisation des technologies de l'information et de la communication ne pouvant être engagée sans leur inscription dans une opération d'aménagement et d'animation du lieu : volonté d'améliorer l'accueil ou de réorganiser les modalités de visite, meilleure diffusion de l'information, recherche de nouveaux publics, développement de la mise en scène du patrimoine, etc.

La réussite d'un projet multimédia est souvent liée à la capacité à inscrire les technologies innovantes dans l'offre culturelle ou touristique existante. La mise en place de tels dispositifs ne saurait pas être une fin en soi : elle doit s'inscrire dans la stratégie de développement du site patrimonial dont la vocation est d'accroître, d'élargir, de fidéliser ses publics comme de transmettre son projet culturel.⁵¹

La médiatisation est donc utilisée pour accompagner et appuyer une démarche territoriale de mise en valeur du patrimoine pour améliorer la visibilité d'un site patrimonial.

⁵⁰ IN SLIDESHARE, « La diffusion numérique du patrimoine », [En ligne] : <https://www.slideshare.net/ArchiGuelma/la-diffusion-numrique-du-patrimoine>

⁵¹ Benoît D, (2007), valoriser le patrimoine culturel l'apport du numérique, P23.

Partie pratique

Chapitre 01 : présentation des données

Section 01 : Présentation du lieu de la recherche.

Au cours de cette section, nous présenterons d'une manière générale le Parc National de Gouraya, dont nous allons aborder son historique, sa situation géographique, ses différentes potentialités, ainsi que les objectifs assignés au parc.

1. Histoire et création

Durant la période coloniale, le parc national du *djebel-Gouraya* été constitué par arrêté gouvernemental du 07 août 1924. Il était confiné dans le domaine nord-ouest de la ville balnéaire de bougie. Il était défini à partir du bord même de la mer et intègre tout l'escarpement rocheux du monticule de Gouraya.

Il s'étendait sur une superficie totale de 530 hectares après l'indépendance il a fallu attendre jusqu'à 1984 pour voir un regain d'intérêt au véritable poumon de la ville portuaire .

Le parc national de Gouraya et une air protégé créé par décret numéro 84-323 du 3 novembre 1984 régi par un statut défini par le décret numéro 83-458 du 23 juillet 1983 fixant le statut type des parcs nationaux modifié et complété par le décret exécutif numéro 98-216 du 24 juin 1998 le Gouraya s'étend sur une superficie de 2080 hectares à partir de l'an 2001 elle a été intégrée au parc par arrêt numéro 407-2001 du wali de Bejaïa

Un écosystème lacustre Le *Lac Mézaia* qui s'étend sur une superficie de 2,5 hectares en 2004 le parc national de Gouraya a été classé comme réserve de biosphère par le conseil international de coordination du programme « *l'homme et la biosphère* » de l'*UNESCO* à Paris⁵²

La classification de Gouraya comme parc national est justifiée :

- La richesse spécifique naturelle qu'elle inclut ;
- La diversité biologique des espèces animales et végétales ;
- La présence des espèces endémiques ;
- Sites naturels et historiques.

⁵²« Direction des forêts »

2- Situation et limites géographiques

Le parc national de Gouraya est situé sur la côte Est de l'Algérie et fait partie de la chaîne côtière de l'Algérie du Nord il s'ouvre sur la mer Méditerranée sur une longueur de 11,5 km ses coordonnées géographiques 36° 46' Nord et 05° 06' Est.

Il est situé entièrement dans la wilaya et la commune de Bejaïa 127 km à l'est de Tizi-Ouzou 110 km au nord-est de Sétif 96 km à l'ouest de Jijel 239 km au sud-est de Constantine sa superficie est de 2080 ha l'altitude varie de 0 bord de mer jusqu'à 672 m Fort Gouraya Le Gouraya est un parc national côtier il est situé à la limite immédiate de la ville de Bejaïa il occupe le massif montagne qui surplombe la ville c'est un parc national suburbain et renfermant un plan d'eau d'une superficie de 2,5 hectares situé au centre-ville⁵³

Figure 05 : Carte de situation du parc national de Gouraya



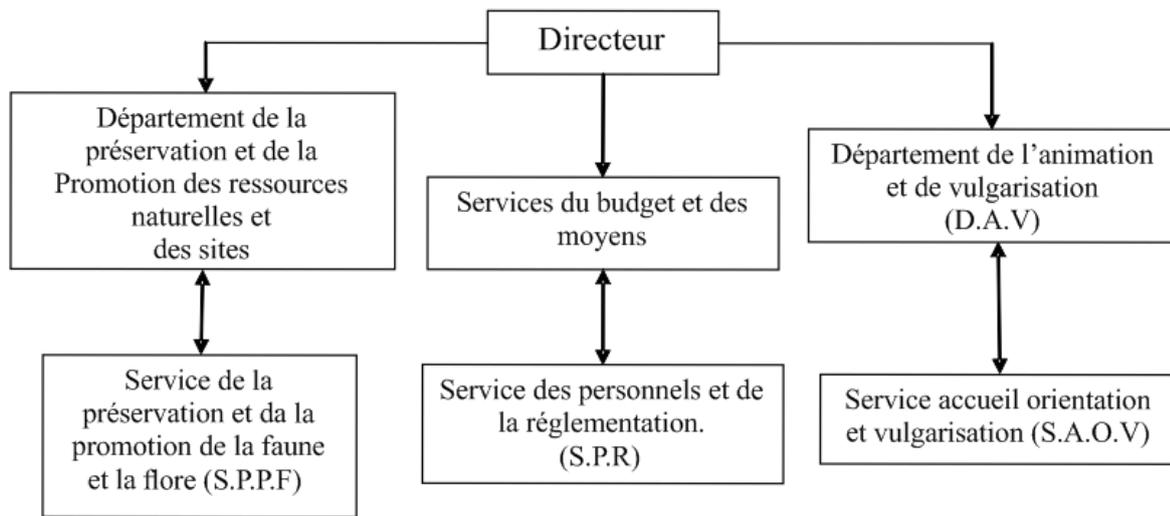
Source : PNG Bejaïa

3. Statut

Le Parc National du Gouraya est un établissement public à caractère administratif, sous la tutelle du ministère de l'agriculture et du développement rural.

⁵³Aouba SALHI, Yasmina MESSAOUDENNE. « Inventaire des potentialités économiques des aires protégées de la Kabylie », mémoire fin des études, ingénieur d'état, 2009, p25.

4. Organigramme du Parc⁵⁴



Source : PNG Bejaia

5. Les potentialités culturelles et touristiques

5.1. Le patrimoine culturel

Aux espaces naturels du parc national de « Gouraya », se superpose un patrimoine culturel riche et diversifié. Cette richesse culturelle et archéologique témoigne de l'importance de la ville de Bejaia et de la richesse de son histoire qui s'est construit à travers la succession des civilisations et puissances coloniale qui se sont installées dans la ville.

Cet héritage historique de la ville se sacralise par les innombrables sites archéologiques qu'on retrouve dans l'ancienne capitale des « Beni Hammad » qui ont marqué le passage des anciennes civilisations Romaines ; phénicienne ; grecque et byzantine à travers des ruines, et des vestiges historiques à savoir⁵⁵.

5.2. Les sites pittoresques

La région de Gouraya renferme des qualités esthétiques exceptionnelles, ce qui lui vaut sa vocation touristique par excellence. On dénombre, pas moins de neuf sites pittoresques, incontournables lors de la visite du parc, à savoir :

⁵⁴« Direction du Parc National de Gouraya ».

⁵⁵«Plan de gestion parc national de Gouraya », P.92, 94

- **La crête Djebel Gouraya**

On parvient au sommet du Gouraya à 672 m d'altitude par un chemin pédestre en lacets, de pente douce, entre les dalles et sur le flanc taillé duquel brillent des fragments de quartz du fort du Gouraya, on peut emprunter le sentier des crêtes qui mène jusqu'à YemmaGouraya et le pic de la dent.

- **Le pic des singes**

Il se trouve à une altitude de 430 m, de la plate-forme, on peut apprécier un panorama unique sur le cap Carbon au nord, le golf de Bejaia à l'Est ainsi que la chaîne montagneuse des Babors et la ville de Bejaia. Par beau temps, sur le pic des singes, la côte est visible jusqu'au cap Bougaroun, ou on y trouve la table d'orientation en céramique construite à l'époque française indiquant la géographie de la région sur un rayon de 100m.

- **Le Cap Carbon**

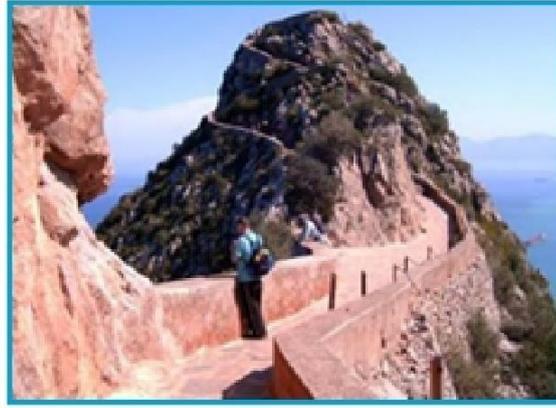
Ce site débute par un petit tunnel, au débouché duquel, la vue est saisissante sur le phare naturel (l'un des plus hauts au monde 220m). La base est percée de part en part d'une arche où pénètre la mer, le sommet du cap est couronné d'un sémaphore (37miles). Du haut de la terrasse de ce fameux phare, la vue est de toute beauté tant sur le golf que sur la côte Ouest.

- **La Baie des Aiguades**

Les aiguades signifient le lieu d'approvisionnement en eau douce des navires. Il existe en effet une source d'eau douce en ces lieux où les différents navigateurs depuis l'Antiquité faisant escale pour ravitailler en eau douce. On peut atteindre les aiguades à partir du pic des singes en empruntant un sentier qui traverse la vallée des singes, ou encore en empruntant la corniche du grand phare, cette plage rocheuse offre aux visiteurs la sensation d'un air authentiquement parfumé et frais, la fraîcheur de la source d'eau permanente permet au touriste de se désaltérer au cours de sa promenade à la beauté sauvage.



Source: PNG Bejaia



Source: PNG Bejaia

- **La corniche du grand phare**

Il s'agit de cette belle corniche qui relie le *cap carbon* à la baie des Aiguades avec un prolongement qui amenait jusqu'à la limite du port pétrolier. Par cette corniche, le visiteur peut faire une agréable promenade pédestre tout en admirant une multitude de petites grottes aux diverses formes le long du sentier et en même temps savourer l'air frais ainsi que la beauté inégalable de la grande bleue.

- **Le Cap Bouak**

Appelé aussi autrefois le petit phare, il tire son nom de son affection ancienne. Un garde, qui y résidait en permanence, était chargé de signaler les navires qui paraissaient à l'horizon ; dès qu'une voile était aperçue, il sonnait d'un instrument appelé Bouk, prévenant ainsi la ville de ce qui se passait au large. L'avancée du cap bouak était couronnée par un petit phare, construit par les Français, la tour elle-même faisant 4m de haut.

- **La pointe des salines (Tamelaht)**

Une jolie promenade en barque jusqu'au-delà du *cap carbon*, dont on travers la belle arche marine au bas des falaises de l'anse Tamelahtoù se creusent à l'ouest du Cap, des grottes accessibles par la mer.

- **La cote ouest**

En rentrant à Bejaia par la route dite des crêtes (R.N.24), cette dernière offre de beaux points de vue sur la mer, les villages du parc, le golf de Bejaia, ainsi que la chaîne *des Babors*.

Figure 05 : Le Cap Bouak **figure06** : Pointe des salines

Source: PNG Bejaia



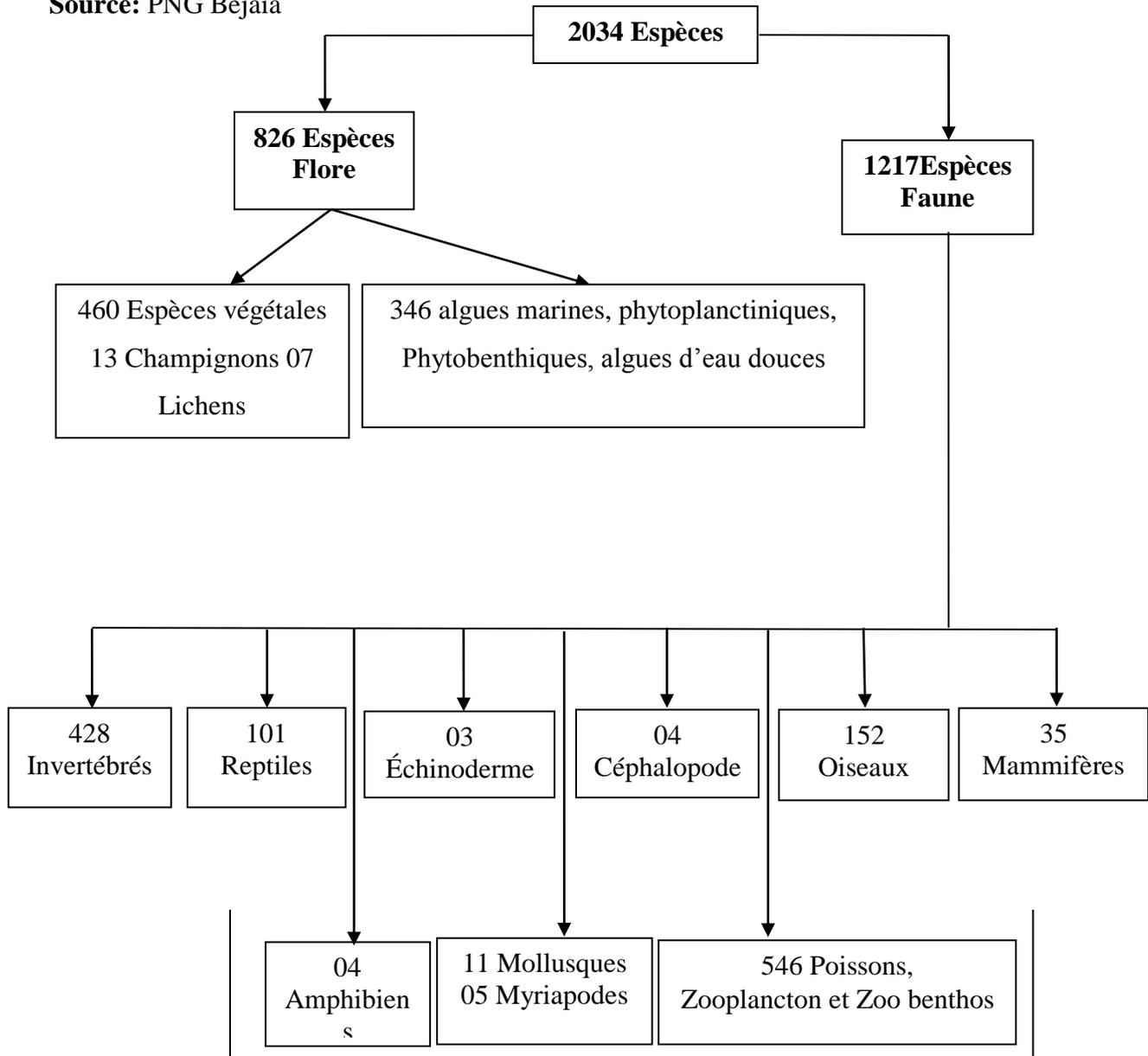
Source: PNG Bejaia

- **L'île des pisans**

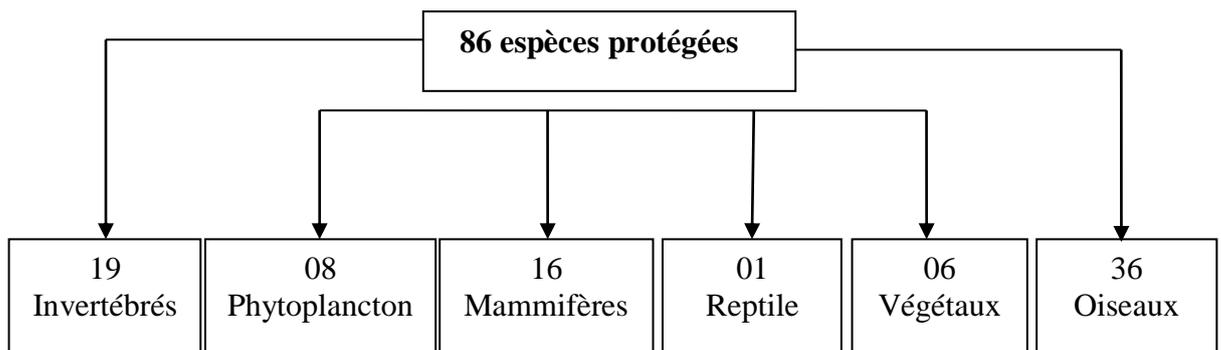
Situé sur la côte ouest, cet îlot fait face à un vieux port punique et à la belle plage de Boulimat. C'est de là que l'on peut admirer une vue unique sur la beauté silencieuse de la zone sauvage. Cette île qui revêt aussi un cachet historique, car elle fut selon la légende de lieu d'ermitage d'un sultan Hammadite. Elle abrite actuellement une colonie impressionnante de goélands et de martines ainsi qu'une multitude d'espèces végétales.

5.3. La biodiversité du Parc National de Gouraya

Source: PNG Bejaia



Source: PNG Bejaia



1.6. Ecotourisme au sein du parc

Le Parc est l'un des sites les plus propices au développement de l'écotourisme, tant par sa situation géographique, ces aspects naturels, ces falaises que par les sites historiques et archéologiques pittoresques. Le Parc est une destination très sollicitée par les visiteurs de la ville de Bejaia, et ce, depuis de longues années. Les flux touristiques y sont à leur apogée dans la période estivale essentiellement du mois de mars au mois d'août.

1.7. L'affluence touristique

Le Parc National de Gouraya est une réserve naturelle d'une grande valeur patrimoniale et naturelle. Il est situé en amont de la ville de Bejaia est considéré comme un haut lieu de villégiature pour les Bougiotes. L'activité touristique dans le Parc National de Gouraya est en pleine progression depuis sa création et ce en vue de sa position géographique et aussi la richesse et la diversité des espaces qu'il refferme sans occulter la dimension historique de ces sites archéologiques.

Pour faciliter l'accueil et la gestion du flux de visiteurs, des parcours et des allés ont été aménagés le long du parc et des sentiers qui relie les sites entre eux. En plus de ces aménagements la direction du parc a construit des musées avec des vacations distinctes pour chacun de ces établissements, ces musées sont les premiers outils de promotion des potentialités et richesses touristiques du PNG.

- ❖ Musée des microsystèmes biologiques de synthèse du parc situé au siège de la direction ;
- ❖ Musée de géologie ;
- ❖ Musée du savoir-faire local ;
- ❖ Musée du lac de mézaia.

1.8. Les objectifs assignés au Parc

Les activités du parc sont multiples et diverses à l'image de la diversité naturelle et historique des sites du PNG, pour une optimisation de ces énormes potentialités touristiques du PNG, le personnel et la direction doit répondre à un certain nombre d'obligations qui leur est incombées à savoir :

1.8.1. Protection des sites

- Contentieux qui suit tous les délits et les infractions commises à l'intérieur du parc ;
- Protection des sites historiques et pittoresques ;
- Protection de la faune et de la flore ;
- Suivi des travaux de mise en valeur de l'aire protégée ;

1.8.2. Sensibilisation et Vulgarisation

Parmi les missions du PNG, on trouve :

1.8.2.1.Éducation environnementale

Elle est une sorte, une activité que le PNG organise dans le but de diffuser une culture, et faire passer des messages de protection et de respect du patrimoine. Dans cette optique le parc faisant des sorties pédagogiques, des Promotions des espaces verts au niveau des établissements scolaires et publics, aussi l'Aménagement d'aires de repos et de jeux. Comme ça il y aura un lien entre les hommes et leurs environnements naturel, social et culturel.

1.8.2.2.Accueil et orientation des visiteurs

Les deux sièges de secteurs (orientaux et occidentaux) reçoivent des touristes dans la période estivale pour visiter leurs écomusées. Aussi que l'organisation des journées portes ouvertes et les journées commémoratives pour être en contact avec le public. Il faisant des Stages de courte durée sur la protection de la nature, pour former une génération qui respect la nature et veille sur sa valorisation.

1.8.2.3. Communication et information

Le PNG est toujours en contact avec son public à travers des différentes formes de communication et d'information telle que la Réalisation de dépliants, autocollants, brochures et divers documents de sensibilisation en version papier, aussi la réalisation des supports audiovisuels de vulgarisation sur VHS et sur CD-ROM, et il Pose de panneaux de signalisation à travers tout le territoire de l'aire protégée.

1.8.2.4.Intégration des populations

Le PNG utilise la technique d'Intégration de la population riveraine dans le but de gagner leur confiance, à fin d'intégrer de leur côté à la protection et à la sauvegarde de patrimoine, de

ce fait le PNG à distribuer de 500 unités de ruches, aussi les Plantations fruitières rustiques, et d'autre activité pour qu'il soit en contact avec eux ; à fin qu'ils deviennent en échange des acteurs pour la préservation des richesses historiques et pittoresque.

1.8.2.5. Les activités du parc

- ❖ Le PNG travail sur l'aménagement de 16,81 Km de sentier pédestre ;
- ❖ Aménagement de trois points d'eau ;
- ❖ Assainissement forestier sur 120 Ha.

1.8.3. Recherche

La recherche au sein du Parc comprend trois volets :

- ❖ la biodiversité ;
- ❖ le développement durable ;
- ❖ le suivi écologique du territoire.

Section 2 : présentation des sites historique

1- Historique de fort de YemmaGouraya

Situé au sommet du djebel Gouraya à 672 m d'altitude. Le fort est le symbole de toute l'histoire de la région de Bejaia. En effet, le site constitua à travers les âges un point de vigie par excellence, et cela depuis l'antiquité. Chaque année des milliers de visiteurs s'y rendent pour se recueillir sur la tombe de YemmaGouraya et profiter de ses merveilleux paysages.⁵⁶

Le site du mont de YemmaGouraya domine également le parc national de Gouraya, classé réserve de biosphère par l'UNESCO en 2004 du fait de la richesse de son milieu marin et terrestre, mais aussi grâce à ses monuments archéologiques. Il accueille chaque année plus d'un million de visiteurs, dont de nombreux pèlerins rendant visite à celle considérée comme étant la centième (et seule femme) figure sainte de la région.

Gouraya signifierait la « protectrice de la montagne ». Au sommet du mont, se trouve un fort édifié sur les ruines d'un mausolée servant à l'époque d'observatoire militaire datant de la présence espagnole au XVIe siècle et réaménagé par l'armée française au XIXe siècle.

YemmaGouraya serait une savantede la tradition soufie ayant partagé son savoir dans la région (d'aucuns soutiennent que son nom dérive de Yemme El-Koraïa, c'est-à-dire la mère

⁵⁶ Dépliant, Association culturelle et éco touristique, « les aiguades ».

enseignante) et qui se serait retirée vers la montagne afin de méditer, gagnant le respect des habitants de Bejaïa. Suite à sa mort, sa demeure serait devenue un lieu de recueil religieux et un mausolée.

De nombreux Béjaouis entament le pèlerinage au cœur du mont de YemmaGouraya dans le but de s'attirer la bénédiction divine et la protection dont la sainte patronne ferait jouir la ville. Il ne s'agit pas d'un phénomène inédit puisque Béjaïa est aussi connue sous son surnom de « petite Mecque » selon Ibn Arabi, en référence au grand nombre de saints soufis que la ville compte et des considérables pèlerinages qu'accueille la capitale des Hammadides.

Divers plats à base de couscous et des sucreries sont offerts aux pèlerins qui viennent dans le but de prier ou remercier le ciel sous les chants religieux, tandis que les sommes offertes en offrande sont réutilisées dans le but de préserver et d'aménager les lieux. La beauté du mont de YemmaGouraya, la richesse et la diversité de sa biosphère ainsi son importance spirituelle en fait l'un des sites à visiter en Algérie.⁵⁷

Figure 01 : Le fort de YemmaGouraya Bejaia



source :
page de PNG

⁵⁷www.thecasbahpost.com/yemma-gouraya-de-bejaia.consulté le 16/06/2021, à 11h: 45 min Bejaïa.

2- **Historique de pic de singe** : il est situé dans le parc de Gouraya à 430 m d'altitude du côté est du djebel Gouraya, le pic des singes constitue la plus grande pointe des sept montagnes (sebaadjebia-late). On y accède par un sentier pédestre à partir du plateau des ruines ou bien encore, pour les amateurs des randonnées pédestres, à partir du sentier du plateau du chardonneret (Cap Carbon).⁵⁸

Le pic des singes ou (tumulus) existe depuis la période protohistorique, ce dernier a été découvert et fouillé par A. Debruge en 1904, il a livré des matériaux de broyage, de poterie et des traces de cuivre et de fer.⁵⁹

Figure 02 : Le pic des singes Bejaïa



source : page PNG

⁵⁸ Dépliant, Association culturelle et éco touristique « les aiguades ».

⁵⁹ Répertoire partiel des biens culturels immobiliers de la wilaya de Bejaia, Edité par la direction de la culture de la wilaya de Bejaïa dans le cadre du « mois du patrimoine 2015 ».

Section 02 : Présentation des données de la recherche.

Notre terrain d'étude représente l'ensemble des acteurs institutionnels et associatifs qui ont une relation inter reliée avec le patrimoine par les différentes actions et activités à fin de Sauvegarder, valoriser et promouvoir le patrimoine.

- **Les acteurs institutionnels** : cette catégorie de représentants des institutions publiques locales dont la direction du parc national de Gouraya chargées de la Protection et valorisation du patrimoine rural matériel et immatériel, la direction de la culture qui a pour but la préservation des sites et des monuments historiques de la ville de Bejaïa.

-**Les acteurs associatifs** : cette catégorie d'acteur vise la protection et la promotion de la richesse culturelle de la ville de Bejaïa englobant le patrimoine matériel et immatériel. Dont l'association pour « la sauvegarde et la promotion du patrimoine culturel de la ville de Bejaia », qui a pour objectif la protection et la promotion de la richesse culturelle de la ville de Bejaia englobant le patrimoine matériel et immatériel. L'association « culturelle et éco-touristique les Aiguades », qui a pour but la sensibilisation à l'importance du patrimoine.

Le choix de ces acteurs est opéré en fonction de leur inscription dans la vole patrimoniale, selon leurs actions menées sur le terrain de la ville de Béjaïa, et plus précisément leurs intérêts qu'ils portent sur notre sujet de recherche.

1 : Présentation des données :

Pour notre étude nous avons déterminé des questions qui nous permettrons d'avoir des données sur notre sujet de recherche. Nous avons posé une série de questions qui sont réparti en trois axes .Le premier porte sur les informations socioprofessionnelles de nos enquêtés pour connaître leur sens a la communication patrimoniale. Quant au deuxième axe s'intéresse à la contribution des TIC dans la valorisation du patrimoine matériel.Le troisième et dernier axe portera sur la stratégie de communication efficace pour le développement de l'attractivité du patrimoine pour savoir comment une communication efficace peut favoriser l'attractivité de la ville.

A- le temps de l'étude : le temps de notre enquête sur le terrain était fixé de 26 avril au 30 mai de l'année 2021, au niveau du Parc national de Gouraya, qui a pour objectif de protéger et préserver les sites historiques de la wilaya de Béjaïa.

Tableau(01) : présentation de notre échantillon de l'étude

Source : notre enquête.

	Niveau d'instruction	Poste occupé(e)	L'ancienneté	Durée	Date d'entrevue
Enquêté 01	Universitaire	Chef de département sensibilisation au PNG	27ans	1h	09/04/2021
Enquêté 02	Universitaire	Président de l'association pour la promotion et la sauvegarde du patrimoine culturel de la ville de Bejaïa	6 ans	45mn	12/04/2021
Enquêté 03	Universitaire	Directeur du PNG	16ans	35mn	23/04/2021
Enquêtée 04	Universitaire	Chef de service le patrimoine culturel de la direction de la culture et des arts de la wilaya de Bejaïa	20 ans	1h	13/05/2021
Enquêté 05	Universitaire	Président de l'association culturelle et éco-touristique dans la wilaya de Bejaïa (les aiguades)	8ans	1 h : 15min	18/05/2021
Enquêté 06	universitaire	Inspecteur principal PNG et chargé du musée central	27 ans	30mn	30/05/2021
Enquêtée 07	Universitaire	Conservateur divisionnaire des forets	23 ans	25mn	01/06/2021
Enquêtée 08	Universitaire	Chargé de service patrimoine	15 ans	45mn	08/06/2021

La raison pour laquelle nous avons opté à choisir 08 membres d'enquêtés, en premier lieu ça revient à l'indisponibilité de certains enquêtés sur notre terrain de recherche ; en deuxième lieu c'est les réponses identiques des enquêtés, ce qui prouve qu'il y est une même méthode de travail au sein de chacune des directions lié au PNG.

- **Caractéristiques des répondants**

Quant à la durée des interviews, la durée maximum est une heure, la durée minimum est 25 minutes. Ce qui nous a permis d'examiner l'intérêt de la communication dans leur stratégie de communication pour valoriser le patrimoine.

Tous nos enquêtés ont un niveau d'études universitaires et ils sont issus de différentes formations axées sur le patrimoine. Ce niveau de formation se traduit par la bonne conduite des tâches à savoir, la préservation et la protection des richesses et des ressources naturelles et architecturales.

Comme nous avons constaté que l'ancienneté de nos enquêtés est variée entre 10 ans et 30 ans ce qui montre que cette dernière joue un rôle important dans le processus de mise valeur du patrimoine. Par la suite la mise en avant de nouveau plan de politique de la gestion des différentes stratégies de sensibilisation et de préservation du patrimoine.

Chapitre 02 : présentation des résultats

Section 01 : analyse et interprétation des données**Axe 01 : les technologies de l'information et de la communication (TIC) dans la valorisation et la transmission du patrimoine matériel**

D'après la réponse de notre enquêté N° 02 sur la question suivante : quels types de technologies utilisez-vous dans votre stratégie de valorisation du patrimoine ?

«.. Ajoutant à ça notre page fac book qui est atteint de 7 000 abonnés durant une année. Aujourd'hui, la communication numérique nous offre largement des fonctionnalités inestimables pour communiquer sur le patrimoine via Internet en général et les RSN en particulier, et rendre nos sites historiques classés sur l'échelle nationale et pourquoi pas international... » (enquête N°02).

Egalement comme nous l'avons abordé dans le deuxième chapitre que les TIC peuvent souligner des défis mondiaux essentiels au travers de l'exercice de la liberté d'expression et de la promotion de la diversité culturelle, dans la mesure où elles ont un impact direct sur la création, la production et la diffusion des expressions culturelles, ainsi que sur la façon dont on y accède, et où elles jouent un rôle de plus en plus pertinent dans la préservation et la transmission du patrimoine culturel notamment pour une documentation plus efficace, pour la protection, la transmission et l'accessibilité de ce dernier.⁶⁰

L'enquêté N° 03 ajoute que *«... Il vient par la suite la médiatisation du patrimoine, le travail peut se faire par les médias locaux, mais les autres acteurs doivent s'appuyer sur l'événementiel, la création d'occasions pour la mise en exposition du patrimoine et afin d'attirer les médias ».*

La réponse de notre enquêtée N°04 qui est la chef de service du patrimoine culturel de la direction de la culture et des arts de la wilaya de Bejaïa sur la question suivante ;

Comment intégrez-vous les TIC dans le développement du patrimoine ? Pour quels objectifs ? Était comme suite ; *« Si on doit intégrer les TIC au sein de notre structure, il y a lieu de créer*

⁶⁰La culture et les TIC, moteurs du développement durable, 2015.Consulté le 5 mai 2021 à 21h.

<http://www.unesco.org/new/fr>.

*une cellule de communication dotée d'outils informatiques performants et d'un personnel qualifié. Ce qui sera chargé de toute activité communicationnelle. Les objectifs seront la création d'un site Web de la direction en plus de la page face book qui existe et peut être aussi des diffusions sur YOU TUBE, TIK TOK et autre ».*⁶¹

Cette dernière ajoute aussi que le rôle de la communication dans la valorisation touristique et économique du patrimoine matériel ; « *Le rôle le plus important est de toucher au maximum un large public à travers tout le territoire national, et même au-delà des frontières. En suite communiquer l'information réelle en un temps très court, et même contribuer à la promotion du patrimoine matériel (monuments historiques, sites Archéologique, Musées)*» (enquête N°04).

Comme nous l'avons cité dans la partie théorique que les TIC favorisent un accès plus vaste aux biens culturels et aux services, mais au-delà de l'accès et de la distribution, elles permettent aux créateurs de dialoguer avec le public, de créer en commun et d'entrer en contact avec la diaspora, A déclaré Silja Fischer.⁶²

On s'est renseigné également sur l'ensemble des activités communicationnelles faites pour la préservation du patrimoine, la réponse du chef service était comme suite : « *La célébration du mois du patrimoine du 18 avril au 18 mai, la participation à des émissions de radio ou télévisées* ».

Selon l'enquête N° 05 : « *... Il y a un apport technologique ce qui est l'informatique, les médias, la communication twitter, viber, whatsapp, tout ça peut booster en quel que sorte au développement de ce secteur*».

Pour l'intégration des TIC et son apport dans la stratégie de valorisation, on a posé la question y a-t-il un apport ou des apports ? Si oui, pourriez-vous nous en dire plus ?

Nous avons constaté que la direction de la culture et des arts de la wilaya de Bejaïa se limite seulement à l'utilisation de face book d'après les dires de l'enquête N°04 ; « *pour l'instant, nous ne sommes pas encore dotés de ces technologies mis à part une page face-book qui diffuse à l'occasion les activités de la direction* » (enquête N°04).

⁶²« La culture et les TIC, moteurs du développement durable », 2015.consulté le 4 mai 2021 à 9h.<http://www.unesco.org>.

Axe 02 : la stratégie de communication efficace pour le développement de l'attractivité d'un patrimoine

Pour faire découvrir au visiteur la richesse de son patrimoine culturel et architectural, et à fin de renforcer cette valorisation du patrimoine, et aller au-delà des monuments historiques, il est primordial de présenter l'origine de ce dernier et surtout de démontrer son identité pour arriver enfin à la sensibilisation des citoyens par rapport à son importance.

Comme le justifient nos enquêtés (N°01, N°04) dans leur dire que le patrimoine représente tout ce que nous ont légué nos ancêtres à travers le temps, il se présente sous forme matériel (monuments, sites, objets) et immatériels (chants traditionnels, danses, savoir-faire, sites) tout ces aspects font l'identité d'un peuple.

Si ce n'est pas préservé, il risque de disparaître à jamais d'où l'importance de l'inventaire et de la recherche archéologique.

Dans ce deuxième axe de ce travail, nous sommes focalisés sur cette analyse qui nous a permis de constater, qu'il y a une volonté et un intérêt portés sur le patrimoine de la ville de Bejaia comme agent de développement de l'attractivité de territoire.

Comme nous l'avons bien constaté dans les dires de l'enquêté N° 01 le chef de la sensibilisation de la direction du PNG, «... *faire un inventaire de tous les sites présente un cachet patrimonial ; d'après lui, c'est faire connaître ce qui est dans le parc comme sites historiques au grand public et invité des acteurs tels que (les universitaires, associations, visiteurs, touristes) dans le but de les inciter à venir découvrir et visiter ce patrimoine est une démarche déjà importante...* » (enquête n°01).

Comme nous l'avons abordé dans le chapitre deux (02) de la partie théorique sur la protection et la valorisation du patrimoine culturel, en disant que la valorisation du patrimoine consiste à faire connaître et mettre en valeur un patrimoine local (architectural, artistique, naturel) afin de favoriser l'attractivité du territoire, ce qui rend par conséquent le patrimoine culturel accessible au large public.

Dans ce sens, nous avons constaté par les réponses de nos interviewés qu'ils y ont aussi une volonté qui porte sur la mise en valeur et sauvegarde de ces sites historiques afin de les sauvegarder et hériter aux générations futures, tout en appliquant une politique de gestion

de ces sites patrimoniaux (restaurations, réhabilitations des monuments historique) qui ressort du ministère de la culture et qui vas y prendre en charge.

D'après la réponse du même enquêté sur la question suivante : quelles sont les différentes actions menées par le PNG pour garantir la préservation et la sauvegarde des biens culturels de la ville de Bejaïa ?

Il a annoncé que *« le fort de Gouraya est en état de ruine et de destruction, il est menacé de disparition suite au manque de la mise en charge de protection et de réhabilitation de la part du ministère de la culture et cela revient a la cause de l'absence des moyens humaines financiers et matériels »* (enquête N°01).

Il ajoute que *« dans le moment présent qu'une politique de gestion des monuments historiques. numéro cinq (5) ; est inscrit dans le plan de travail a venir , pour faire des études pour pouvoir procéder a la restauration de ce patrimoine , et cela en collaboration avec la ministère de la culturel »*(enquête N°01).

Les actions qu'effectue le PNG et leurs partenaires sont donc plusieurs , et cela, on l'a constaté d'après les dires selon le même enquêté : *« ...Autant que ce sont des sites situés dans les endroits touristiques ouverts et accessibles, nous avons réalisés donc des chemins pédestre pour permettre aux gens d'y accéder facilement, les faire connaître, les présentés inciter les gens à venir visiter c'est tout un travail qui se fait avec les associations ou partenaires qui sont une société civile très bien impliquer sur ce qui concerne la protection du patrimoine à Bejaïa »* (enquête N°01°).

Comme nous avons constaté aussi que les acteurs locaux du patrimoine interviennent sur ce dernier, car ils se mobilisent progressivement à la restauration des sites historiques de la ville de Bejaïa.

Comme le témoigne le directeur de l'association de la sauvegarde et de la promotion du patrimoine culturel après avoir lui poser la question suivante : comment procédez-vous pour valoriser votre patrimoine ?

L'interviewé **N° 03** : le directeur de l'association pour la sauvegarde et la promotion du patrimoine culturel de la ville Bejaïa a lancé que *«...pour donner une certaines valeurs au monument il faut avant tout le restaurer, car nos sites historiques souffrent d'une dégradation accrue et avancé, qui risque même par fois de faire disparaître carrément un site comme par*

*exemple le site historique de porte sarrasine porte **fouquet** le fort de **Gouraya** qui ne sont pas à présenter, et ça reste à restauré et a protégé , ce qui est comme une première étape , puis il vient l'autre étape qui est la valorisation dont ne nous avons pas encore arrivé car nous en tant que association on revendique seulement on ne peut pas agir selon la lois sur le patrimoine 9804 la lois qui régit le patrimoine en Algérie , elle interdit au associations au groupes de citoyens de s'ingérer dans la gestion d'un patrimoine et c'est à l'état de le faire dont la direction de la culture mène en collaboration avec l'OGBC' l'office de gestion des biens culturels , nous avons seulement un rôle préventive, rôle d'alerte et de signalisation en cas d'un danger qui menace le bien historique » (enquête N°03).*

Dans le chapitre deux 02 de la partie théorique, nous avons évoqué que la mise en valeur du patrimoine constitue un élément important pour l'attractivité du territoire, à travers des actions de diffusion et de promotion, elle permet de rendre accessibles les richesses du patrimoine à un large public. Donc l'objectif est à la fois, la sauvegarde à court terme et la rentabilité immédiate à long terme. ⁶³

La vision d'un patrimoine rentable a été mise en avant dans tous les entretiens réalisés auprès des dires de nos enquêtés, rénovation des lieux, la restauration et la rentabilisation des monuments, affectation et transformation des édifices, promotion. Mais à côté de cette volonté de la rentabilisation du patrimoine, il n'y a toujours pas une stratégie qui concrétise cette dernière et qui assurera la médiatisation et la valorisation de ces sites historiques.

En effet, la démarche de la valorisation du patrimoine commence par une connaissance profonde de la valeur de ce patrimoine en le sauvegardant sous sa nature authentique, et c'est le rôle des experts de restauration.

Un de nos enquêtés N° 02 le directeur du PNG a répondu à la question posée suivante ; quels outils ou moyens utilisez vous dans la communication d'un patrimoine ?

Ce dernier,«... *Il faut notamment profiter de tous les moyens de la communication disponibles. Le travail de la valorisation doit s'appuyer sur une convenance de sensibilisation auprès des citoyens sur la valeur du patrimoine pour le sauvegarder* ».

⁶³ Art et culture, en quoi consiste la valorisation du patrimoine ? Paris, 2021.Consulté le 15 mai 2021 à 11h,<https://www.iesaf.fr>.

Les acteurs associatifs tentent donc d'assurer une stratégie de promotion de l'histoire de la ville de Bejaïa et de la préservation du patrimoine (le fort de yemmaGouraya, pic des singes) qui représente la richesse de cette dernière.

L'organisation des visites guidées pour faire connaître l'histoire de cette ville et accompagner les visiteurs, faire des sorties d'études (pour les étudiants), comme nous l'avons constaté également dans les dires de l'enquête N°02 :

« En tant qu'une association revendicative en parallèle, nous sommes censés d'élaborer un travail de promotion : réaliser des calendriers annuels et des petits revues, des prospectus qui parle sur l'histoire des sites historiques de la ville de Béjaïa pour le mettre en valeur, on organise également des conférences qui sont un truc de valorisation de ce patrimoine, mais aussi quelques choses propres a l'association ». (enquête N°02).

Quant aux acteurs institutionnels, ils se limitent seulement dans le lancement des opérations de rénovation, restauration et de la célébration du mois du patrimoine. Les élues quant à eux essayent d'élaborer une stratégie en organisant des réunions en impliquant les différentes parties prenantes de la communication et patrimoniale afin de promouvoir l'attractivité du territoire. Pendant que les acteurs scientifiques spécialistes dans le patrimoine réalisent des études souvent sur le territoire, mais ils ne reçoivent pas un soutien de la part des décideurs pour les intégrer dans l'élaboration des stratégies de développement territorial de la ville de Bejaïa.

D'après les données précédentes, il en résulte, les acteurs institutionnels se limitent seulement sur le lancement des opérations de rénovation et de restauration et la célébration du mois du patrimoine. Les élues quant à eux essayent d'élaborer une stratégie en organisant des réunions en impliquant les différentes parties prenantes de la communication et patrimoniale afin de promouvoir l'attractivité du territoire.

Section 02 : L'analyse de différents supports de communication diffusée par les acteurs institutionnels et associatifs du patrimoine culturel

Pour communiquer et valoriser les deux sites patrimoniaux (pic des signes, le fort de Gouraya), s'inscrit dans la logique de l'approche communicationnelle de la patrimonialisation proposé par Jean Davallon qui englobe les trois opérations suivantes : la mise en communication, la mise en exposition, la mise exploitation.

1- la mise en communication des deux sites patrimoniaux choisis Le Fort de yemmaGouraya et le pic des singes :

Selon ce passage de Davallon, cette démarche est primordiale et obligatoire pour la médiatisation et la création d'un lien entre le public et le patrimoine. « *La mise en communication est le niveau le plus élémentaire de la gestion de la relation entre le public et l'objet : elle recouvre l'ensemble des procédures qui prétendent installer cette relation. Elle désigne ainsi tout ce qui doit permettre au visiteur d'aller vers l'objet et d'entrer en rapport avec lui.* ». ⁶⁴

D'après Davallon, cette opération est primordiale et obligatoire pour la médiatisation et la création d'un lien entre le public et le patrimoine.

En fonction des entretiens que nous avons effectués, nous avons pu constater que les objectifs des différents supports d'information sur les sites patrimoniaux sont :

la sensibilisation en vue de la sauvegarde et de la réhabilitation, et ceci par les différents moyens d'informations et de la communication utilisées par les acteurs administratifs ainsi que les acteurs associatifs de sauvegarde du patrimoine culturel ont été atteint :(dépliants, guides , fiches signalétiques, prospectus , posters, affiches) qui contiennent des photos authentiques des sites de la ville de Bejaïa avec un petit aperçu historique de chaque photo (calendriers, portes ouvertes, événementiel, conférences vidéo...) .

L'expérience de préservation du patrimoine est due à la profonde connaissance de l'histoire de la ville de Béjaïa, question d'établir une relation entre le patrimoine et la population locale en premier lieu, en deuxième lieu finir par l'exploitation de ces monuments historiques dans le but de les rendre rentable.

Dans ce sens, pour Davallon, pour introduire une stratégie de mise en communication et crée un contact : « *La mise en communication commence donc avec cette instance tierce qui se*

⁶⁴Davallon, Le don du patrimoine : Une approche communicationnelle de la patrimonialisation, Lavoisier Edition, 2006, P37.

donne la fonction d'établir un lien entre l'objet et le public potentiel, puis qui va accompagner le visiteur jusqu'à cet objet. »⁶⁵

2- la mise en exposition des deux sites patrimoniaux choisis Le Fort de yemmaGouraya et le pic des singes :

De même dans cette seconde opération, l'approche du processus communicationnelle de la patrimonialisation, qui comprend la mise en exposition comme Davallon l'a défini « *une intervention sur l'objet ou le monument dans l'objectif d'en rendre le sens plus facilement saisissable et appropriable pour le visiteur* ». ⁶⁶

L'ensemble des actions sont donc pivotées sur l'exposition et de l'intervention sur les deux sites patrimoniaux **le Fort de yemmaGouraya et le pic des singes** question de rendre le site historique fréquent, saisissable et accessible pour les visiteurs et surtout dans le but de le médiatiser et de mettre en valeur la relation entre le public et le patrimoine.

Cette démarche est vérifiée par des actions réalisées par les acteurs associatifs, *l'association de la sauvegarde et la promotion du patrimoine culturelle de la ville de Bejaïa*, afin de vulgariser et de valoriser le patrimoine cette association organise des sorties sur sites, des concours au niveau des écoles sur le patrimoine, journées portes ouvertes, des circuits, des visites guidés et des rencontres culturelles.

La deuxième action consiste d'après le président *de l'association culturelle et éco touristique des aiguades*, **l'enquête N°04** « *...au début c'était par voie d'affichage, réseaux sociaux, et une dizaine de conférences débat en présence du public, par la suite on a opté a une autre stratégie d'établir des panneaux publicitaire accroché dans des endroits très fréquenté par la population dans le but de le rendre connu et accessible pour les visiteurs* ». La mise en exposition selon Davallon est « Un principe organisateur, une idée, va plus ou moins consciemment, orienter la manière dont le visiteur entre en rapport avec l'objet » (enquête N°04)

Il rajoute que : « C'est grâce aux réseaux sociaux que nous avons touchés plusieurs personnes dans le domaine ».

Par les initiatives que les associations organisent, on rempli la mission de l'étape de la mise en exposition. Mais ça reste toujours limité et restreint.

⁶⁵ Ibid. P38.

⁶⁶ Ibidem.

3- la mise en exploitation des deux sites patrimoniaux choisis Le Fort de yemmaGouraya et le pic des singes :

Quant à cette dernière opération de mise en exposition qui est une étape complémentaire aux deux premières opérations, qui est selon Davallon « Mettre en exploitation un monument ou un site, c'est franchir une nouvelle étape. Le service rendu au visiteur, qui caractérise la mise en communication, peut aisément fournir la matière d'une activité commerciale : la vente du droit d'accès au site ou au monument en est la forme la plus courante et la plus évidente ».⁶⁷

Les deux premières démarches de mise en communication et de mise en exposition ont été vérifiées, quant à la troisième étape elle est quasi inexistante. Par conséquent l'analyse de nos données nous permet de constater au final l'absence totale de cette étape, d'exploitation et l'absence d'une stratégie de transformation de ses deux sites patrimoniaux en destination touristique à fin de les rentabiliser, ce qui revient à l'inexistence des moyens humains, matériels et financiers.

⁶⁷Ibid. P43.

Chapitre 04 : discussion des résultats et vérification des hypothèses

Chapitre 04 : discussion des résultats et vérification des hypothèses

Section 01 : discussion des résultats et vérification des hypothèses

Dans cette section, nous allons exposer nos résultats de l'enquête effectuée au sein du PNG, la direction de la culture, l'association pour la sauvegarde et la promotion du patrimoine de la ville de Bejaïa et l'association Culturel et Eco touristique les Aiguades, puis nous essayons de discuter ces derniers afin d'essayer d'apporter une réponse à notre question, problématique et également vérifier nos hypothèses de départ.

Afin de confirmer ou d'infirmer nos hypothèses proposées au début de notre recherche.

3.1. Discussion des résultats

Le travail d'enquête effectué sur le terrain, à travers les différents entretiens menés auprès des enquêtés nous a permis de recueillir un ensemble de données et qui nous a aidé aussi à mieux appréhender le rôle de la communication dans le processus de valorisation du patrimoine matériel et comment ce dernier contribue au développement local de la ville de Bejaïa.

Les résultats obtenus ont démontré que la communication occupe une place primordiale, elle est le pilier pour le bon fonctionnement de toute activité.

Tous nos enquêtés reconnaissent son efficacité dans la mise en scène de leur objectif. La communication dans le parc était une factrice indispensable qui permet la sensibilisation et la préservation des sites historiques ainsi que les richesses naturelles et culturelles qu'elle possède davantage.

Nous avons constaté que malgré sa petite superficie, il est connu au niveau mondial et classé zone importante, ce qui permet de recevoir des visiteurs et d'accroître à la mise en tourisme de la ville.

3.2. Vérification des hypothèses

D'après la recherche que nous avons effectuée au sein du parc national de Gouraya, la direction de la culture, l'association pour la sauvegarde et la promotion du patrimoine de la ville de Bejaïa et l'association des Aiguades sur la thématique de « la communication sur le patrimoine culturel au service de développement attractif de la ville », ce qui nous a permis de recueillir des informations pertinentes auprès de nous enquêtés considérés comme indispensables pour nous aider à vérifier nos hypothèses émises au début de notre étude dans le but de confirmer ou d'infirmer celle-ci.

Chapitre 04 : discussion des résultats et vérification des hypothèses

- **La première hypothèse :**

A propos de la deuxième hypothèse, « **la contribution des technologies de l'information et de la communication dans la valorisation et la transmission du patrimoine culturel** ».

Cette hypothèse a été confirmée à travers les réponses des enquêtés, suivantes (N°01, N°02, N°03, N°04, N°05), d'après leurs réponses le PNG ; les technologies de l'information et de la communication contribuent efficacement à toucher le grand public ou la cible visée (maisons de jeunes, écoles, universités, visiteurs, chercheurs scientifiques) et à faire connaître la richesse patrimoniale au sein de ce dernier.

En effet selon eux, les réseaux sociaux permettent à l'organisation d'une manière rapide et pratique la diffusion, la transmission du patrimoine culturel, c'est pour cela les réponses de nos enquêtés s'articule généralement sur l'utilisation beaucoup plus de face book, mais aussi emails, instagram et le skype dans les administrations et dans tous les volets. Selon les plans à venir viser à réaliser seront la création des contenus vidéo sur youtube, TIK TOK et autres.

D'après les dires de nos enquêtés nous venons donc de confirmer notre deuxième hypothèse d'après notre analyse fait sur l'ensemble des propos recueillie par les interviewés nous constatons que :

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication devient de plus en plus important pour toucher un large public et joue un rôle de plus en plus pertinent dans la préservation et la transmission du patrimoine culturel.

- **La deuxième hypothèse :**

En premier lieu, concernant la première hypothèse portant sur « **la stratégie de communication efficace pour le développement de l'attractivité d'un patrimoine matériel** ».

Cette hypothèse a été confirmée à travers les réponses des enquêtés suivants : (N°01,02, 03,04) du premier axe. D'après leurs réponses le PNG accueille un ensemble d'acteurs telle que (les universitaires, associations, touristes) dans le but de faire connaître et découvrir les différents sites historiques du parc au grand public ce qui se présente comme une démarche importante et efficace pour le développement de l'attractivité des patrimoines matériel de la ville de Bejaïa.

Chapitre 04 : discussion des résultats et vérification des hypothèses

De même, les moyens de communication sont le pilier de la mise en avant, de la sensibilisation des citoyens sur la valeur du patrimoine et pour le sauvegarder aux générations futures telle que l'organisation des événements, des conférences.

En effet, pour établir une bonne stratégie de communication selon certains enquêtés, il est nécessaire d'établir l'inventaire du patrimoine matériel qui se fait à travers l'identification des sites historique ainsi que la documentation écrite et numérique, pour les préserver, les restaurer, puis les faire découvrir aux différents publics.

D'après les données collectées et les analyses des entretiens, nous pouvons dire que notre première hypothèse est confirmée. Selon aussi notre analyse sur la stratégie de communication nous avons constatés que nos enquêtés considère cette dernière comme un pilier et l'élément primordiale dans la protection et la préservation des sites historiques, d'où la majorité des enquêtés ont déclaré que cette dernière est efficace dans toute leur démarche de valorisation et sensibilisation.

3.3 Les difficultés rencontrées

Durant la réalisation de notre étude nous nous sommes confrontés à quelque difficulté à savoir :

- Le manque d'information chez certains enquêtés ce qui nous a causé des difficultés à diriger certaines questions ;
- Les réponses identiques de certaines enquêtés ;
- Difficultés de trouver un temps qui convient à certains de nos enquêtés a cause de leurs préoccupations professionnelles, leurs déplacements.

Conclusion générale

Tout au long de la réalisation de ce travail, nous avons essayé de comprendre la contribution de la communication dans le processus de valorisation du patrimoine culturel matériel, ainsi que l'importance des technologies de l'information et de la communication dans la valorisation et la transmission de ce dernier.

La lecture des résultats obtenus nous a permis de démontrer que la bonne stratégie de communication est une factrice indéniable pour renforcer les perspectives de la protection, la préservation et la valorisation des sites pittoresques et historiques.

La richesse patrimoniale de la ville de Bejaïa peut apporter une contribution vitale au développement de l'attractivité de la ville si les acteurs institutionnels et associatifs interviennent simultanément dans la transformation des sites archéologiques et historiques en produit et service touristique.

L'analyse des entretiens effectués avec les différents acteurs institutionnels et associatifs nous a permis de démontrer que les nouvelles technologies de l'information et de la communication sont très sollicitées dans leurs actions de communication en vue de sauvegarder et de promouvoir le patrimoine.

Nous avons pu constater que le processus de patrimonialisation des deux sites historiques «Yemma Gouraya et le pic des singes » indique à travers les trois opérations de mise en communication, de mise en exposition et de mise en exploitation souffre de plusieurs lacunes révélant l'absence d'une stratégie coordonnée de mise en tourisme du patrimoine par les différents acteurs de ce dernier.

Comme nous avons également démontré que la valorisation des sites pittoresques et historiques est devenue un impératif économique à l'heure où l'Algérie cherche à se dégager de l'emprise pétrolière.

Pour finir, nous pouvons dire que le marketing territorial est l'une des variables que nous n'avons pas abordées, car ce dernier peut contribuer grâce à son effort à valoriser et rendre un territoire attractif, puis adapté ce dernier à des marchés concurrentiels pour influencer, en leur faveur, le comportement des publics visés, par une offre différente et variée.

D'autres pistes de recherches pourraient être dégagées de cette thématique pour offrir une vision plus globale de la communication patrimoniale via les RSN et les associations pour une

mise en tourisme des sites pittoresques et historiques peuvent assurer un développement local efficace.

Liste bibliographique

1-Ouvrages

- 1 Angers Maurice, « initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines » Edition casbah, Alger, 1997
- 2 Angers Maurice, « initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines », 6^{ème} édition.CEC, Québec, 2014.
- 3 CHOAY François, l'allégorie du patrimoine, éd Seuil, 2007.
- 4 DAIM –ALLAH Warda et HAMMOUD Leila, usage des TIC pour la promotion du patrimoine local par le mouvement associatif : le cas des associations du patrimoine de Bejaia, in MERAH Aissa et MEYER Vincent « communication publique et territoriale au Maghreb », L'Harmattan 2015.
- 5 Davallon Jean, « le don du patrimoine », une approche communicationnelle de patrimonialisation, éd. paris, 1992.
- 6 Hugues François, HIRCZAK Maud et SENIL Nicolas : Patrimoine et territoire : la co-construction d'une dynamique et de ses ressources, dans la revue d'économie régionale et urbaine Territoire et patrimoine : la Co-construction d'une dynamique et de ses ressources, Revue d'Économie Régionale & Urbaine, 2006.
- 7 IDIR Mohamed, La valorisation du patrimoine, tourisme et développement territorial en Algérie : cas des régions de Bejaia en Kabylie et Djanet dans le tassili n'Ajjer, THESE Pour obtenir le grade de docteur de l'université de Grenoble, spécialité : sciences économiques, 2013.
- 8 MERAH Aissa, BENDEBILI Ismail, valoriser le patrimoine architectural : communiquer sur l'authenticité des lieux : cas du ksar de Témacine dans le sud-est Algérien, in AIT HEDDA Abdellatif et MEYER Vincent Actes du colloque international, « La valorisation des patrimoines : authenticité et communication », Taroudannt 2015, publication de l'université Ibn Zoher 2016.
- 9 Luc Bonneville, Sylvie Grosjean, et Martine L agacé, « Introduction aux méthodes de recherche en communication », Montréal, Gaétan Morin, 2007, P95.
- 10 Meyer Vincent et Smati Nozha, « Maghreb et territoires en communication » éd. Tunis, juin 2014.
- 11 ORY LAVOLLEE Bruno, «La diffusion numérique du patrimoine, dimension de la politique culturelle. Rapport à Mme la Ministre de la Culture et de la Communication », France, 2002.
- 12 ZEROUALI Hayat, Patrimonialiser l'héritage culturel local : quel dispositif de qualification ? le cas de la province de Nador, in MEYER Vincent et SMATINozha Revue scientifique semestrielle « Revue Tunisienne de communication, Magreb et territoires en communication », Tunis, Juin2014.

2- Dictionnaire

1. Dictionnaire de français, Larousse, éd spécial Algérie, 1997.
2. MESURE Sylvie et SAVIDAN Patrick, Dictionnaire Des Sciences Humaines, 1er Edition Quadrige, Paris, 2006.

3- Colloques et articles

- 1- Aboussi Laila, « **stratégie de communication : richesses territoriales au plateau central d'Oulmes quelle stratégie communicationnelle pour la valorisation du patrimoine ?** », in Abdellatif Ait Hedda et Vincent Meyer Actes du colloque international, « **la valorisation des patrimoines : authenticité et communication** » Taroudant 2015 université Ibn zohr. Agadir ,2016.
- 2- Ait Heda Abdellatif et Meyer Vincent, « **la valorisation des patrimoines authenticité decommunication** », Taroudant 2015, université Ibn zohr ,2015.
- 3- Benamara Khalid et Youssoufi Khadija, « **quel rôle pour les technologies del'information et de la communication dans le développement du patrimoine architectural régional, cas du village communautaire de ait ben Haddou** », in Abdellatif Ait Hedda et Vincent Meyer, actes colloque international, « **la valorisation des patrimoines : authenticité et communication** », Taroudant 2015, publications de l'université Ibn Zohr, 2016.
- 4- Benoît Dumolin, « **valoriser le patrimoine culturel l'apport du numérique** », 2007, <https://fr.slideshare.com>, site consulté le 1 juillet à 10h.
- 5- Bourgeaux Laure, « **Musées et bibliothèques sur Internet : le patrimoine au défi du numérique** », Histoire et politique des musées et du patrimoine. Paris : Université Panthéon Sorbonne, 2009.
- 6- Jean-Marie Breton, **Patrimoine culturel et tourisme alternatif (Europe, Afrique, Caraïbe, Amérique)**, éditions KARTHALA ; 2009
- 7- ICOMOS, **charte internationale du tourisme culturel, la gestion du tourisme aux sites de patrimoine significatif**, adoptée par ICOMOS à la 2ème assemblée générale au Mexique, octobre 1999.
- 8- Hanane Barradi et Mohamed Bendahan, **Communication de patrimonialisation pour le marketing territorial : cas des patrimoines naturel et culturel de la région de Taza, 2021.**
- 9- La convention de l'UNESCO, article 2, 2003. <https://ich.unesco.org/fr/convention> site consulté le 13 juin 2021 à 17h.
- 10- « **la culture et les TIC, moteurs du développement durable** », 2015, <http://www.unesco.org> site consulté le 19 juin à 15h.

- 11- <http://www.unesco.org>« **la culture et les TIC, moteurs du développement durable** », 2015, consulté le 20 juin à 14h.
- 12- Lalla BahjiaTecha, **processus de patrimonialisation entre initiative des acteurs et dynamique de développement local**. Cas des associations Anergui et Elkhorbat . In AIT HEDDA Abdellatif et MEYER Vincent Actes du colloque international, « **La valorisation des patrimoines : authenticité et communication** », Taroudannt 2015, publication de l'université Ibn Zoher 2016.
- 13- Salma Trabelsi, **Développement local et valorisation du patrimoine culturel fragile : le rôle médiateur des ONG** : cas du Sud-tunisien, édition université côte d'Azur, Français, 2016.
- 14- SguenfelMohamed, « **le patrimoine amazigh, entre souci de valorisation et déficit communicationnel** », in Abdellatif Ait Hedda et Vincent Meyer, actes du colloque international, « **la valorisation des patrimoines : authenticité et communication** », Taroudant 2015, publications de Université Ibn Zohr, 2016.

Annexes

Annexe n°1 : Guide d'entretien

Axe 1 : les caractéristique générales

Niveau d'instruction :....

Fonction:

Ancienneté :.....

Axe 02 : la contribution des TIC dans la valorisation et la transmission du patrimoine matériel.

1. Quel est le rôle de la communication dans la valorisation touristique et économique du patrimoine matériel ?
2. D'après vous comment intégrez-vous les TIC dans le développent du patrimoine ? pour quels objectifs ?
3. Quelles activités communicationnelles faites-vous pour la préservation du patrimoine?
4. L'intégration des TIC dans votre stratégie de valorisation a-t-elle un apport ou des apports ? si oui, pourriez-vous nous en dire plus ?
5. Selon vous, quels types de technologies utilisez-vous dans votre stratégie de valorisation du patrimoine ?
6. L'introduction de ces technologies dans la stratégie de valorisation a-t-elle un impact sur l'attractivité du territoire ? si oui, comment ?
7. Pensez-vous que les TIC peuvent apporter une valeur ajoutée pour l'attractivité du territoire ? si oui, comment ?

Axe 03 : Stratégie de communication efficace pour le développement de l'attractivité du patrimoine matériel.

1. comment procédez-vous pour valoriser votre patrimoine ?
2. existe-t-il une stratégie adoptée dans ce sens ? Si oui, la quelle ? Pourriez-vous nous la décrire brièvement ?
3. comment procédez-vous pour valoriser votre patrimoine ?
4. existe-t-il une stratégie adoptée dans ce sens ? Si oui, la quelle ? Pourriez-vous nous la décrire brièvement ?
5. quels sont selon vous les moyens mis en œuvre pour l'élaboration de cette stratégie ?
6. quels seront selon les objectifs de cette stratégie ?
7. Pour une attractivité d'un territoire, quels sont selon vous les moyens utilisés ?
8. Comment le patrimoine peut-il prendre un territoire attractif ?
9. La communication est-elle un facteur essentiel pour développer l'attractivité d'un site patrimonial ?
10. Quels sont les différentes actions menées par les associations pour garantir la préservation et la sauvegarde des biens culturels de la ville de Bejaia ?
11. En quoi le patrimoine est-il porteur d'identité ? Et Quels sont les dangers qui le menacent ?
12. Quel est la stratégie de communication adoptée par le PNG pour le développement local de la ville de Bejaia ?

Annexe n°02 : fiche descriptive du parc national du Gouraya

1-Décret de création : n 327/84 du 3 novembre 1984.

2-Statut juridique : établissement public à caractère administratif (EPA)

3-Superficie : 2080 monts Gouraya et 2,5 ha du lac Mezaia

4-Point culminant : 672m (Fort GOURAYA)

5-Etage bioclimatique : Humide a hiver doux

6-Flore : 460 espèces dont certaines rares spécifique a la région et d'intérêt national 35 espèces lacustres

7-Faune : 13 espèces de mammifères à statut national, riche avifaune statut national 420

Espèces d'insectes 05 espèces de mammifères marins ,211 espèces de poissons, 173 zoo-planctonique et 164 zoo-benthique

8-Nom des wilayas couvertes : Bejaia

9-Type de classement nationale : parc national

10-Type de classement interrelation : réserve de Biosphère

11-Particularités :

4 sites et paysages naturels caractéristique

4 monuments historiques et archéologiques importants

4 partie marine s'allongement sur environ 11,5 Km de cote

4 milieux lacustres s'étendant sur 2,5 ha

12-Contact : parc national de GOURAYA sidi Touati, route de GOURAYA, Bejaia

13-E-mail : pngouraya@wissal.dz

Source : Direction du Parc National de Gouraya.

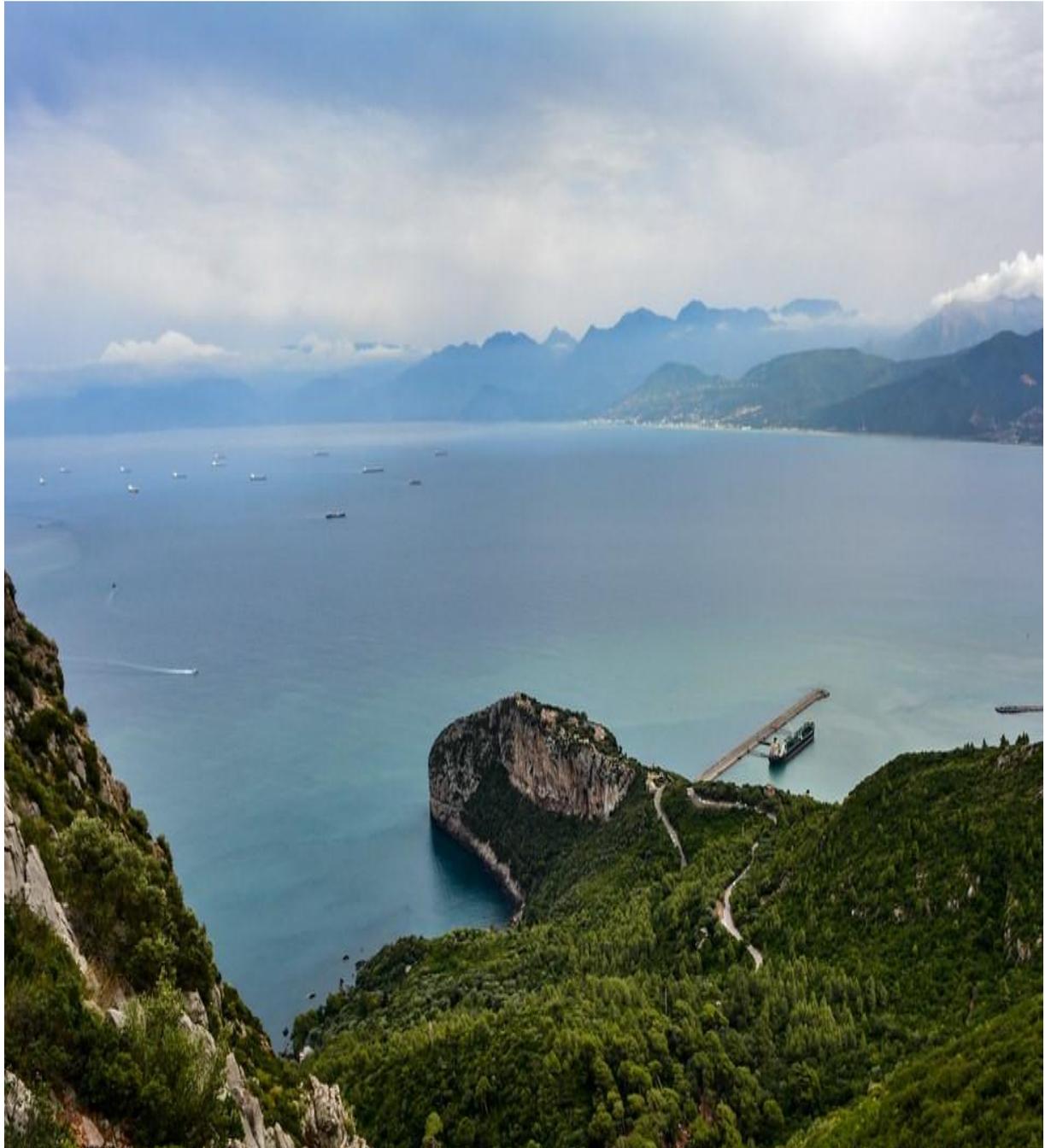
Annexe n° 03 : le fort de yemma Gouraya



Annexe n°04 : le pic des singes



Annexe n°5: cap carbon



Annexe n°6 : cap bouak



Annexe n°7 : La contribution à la préservation des sites et de la biodiversité du PNG.



La communication patrimoniale au service du développement attractif de la ville de Bejaïa.

Cas pratique : Parc National de Gouraya

Résumé

À travers nos réflexions dans cet humble travail, nous essayons de contribuer à proposer une vision du concept de patrimoine culturel. La méthode que nous avons suivie nous a permis dans un premier temps de découvrir la problématique générale du patrimoine culturel de la ville de Bejaïa, y compris le renforcement de ce dernier pour qu'il puisse continuer à jouer son véritable rôle de protecteur de l'identité, en plus d'être moteur du développement local à présent et au futur.

Ce qui nous a mené par la suite de se focaliser sur deux hypothèses la première est le rôle et la valeur de la stratégie de communication au sein du parc national de Gouraya pour le développement du patrimoine culturel de ce dernier, la seconde hypothèse est basée sur l'utilisation des technologies de l'information et de la communication pour mettre en valeur le patrimoine culturel et favoriser l'attractivité de la ville.

Nos deux hypothèses ont été confirmées et cela, selon l'analyse que nous avons abordé, l'analyse qualitative et la technique de recherche « l'entretien semi-directif » comme outil de collectes des données nécessaire, ainsi que l'approche de Jean Davallon que nous jugeons primordial pour la poursuite de cette étude.

Au terme de ce travail, nous sommes parvenus aux résultats selon lesquels la contribution des technologies de l'information et de la communication dans la transmission et la valorisation du patrimoine matériel occupe une place primordiale. De plus, elles permettent l'efficacité et le bon fonctionnement de toute activité au sein des différents organismes dont le but est de préserver, restaurer, les biens culturels matériels et les faire découvrir aux différents publics.

Au moment où, la stratégie de communication est primordiale dans la progression, l'évolution des activités et des actions pour la préservation et la protection des sites historiques du parc national de Gouraya.

Abstract

Through our reflections in this humble work, we try to contribute to proposing a vision of the concept of cultural heritage. The method we followed allowed us initially to discover the general problem of the cultural heritage of the city of Bejaia, including the strengthening of the latter so that it can continue to play its true role of protector of identity, in addition to driving local development now and in the future.

This led us subsequently to focus on two hypotheses, the first of which calls into question the communication strategy within the Gouraya National Park for the development of the latter's cultural heritage, the second hypothesis is based on the use of information and communication technologies to enhance the cultural heritage and promote the attractiveness of the city.

Our two hypotheses have been confirmed, and this, according to the analysis we have discussed, the qualitative analysis and the research technique "semi-directive maintenance" as a necessary data collection tool, and the approach of John Davallon, which we believe is critical to the continuation of this study.

At the end of this work, we have reached the results according to which the communication strategy is paramount in the progress of activities and actions for the preservation and protection of the historic sites of the Gouraya National Park.

The contribution of ICT in the valorisation and transmission of material heritage occupies a primary place, it is the pillar of the efficiency and smooth functioning of any activity within the PNG with the aim of preserving, restore material cultural property and make it known to the different audiences.