



Université ABDERRAHMANE MIRA de Bejaia

Faculté des sciences humaines et sociales

Département des sciences de l'information et de la communication

Thème :

**Communication des parcs naturels de la sensibilisation à la
mise en tourisme**

Cas pratique : Parc National du Gouraya

Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de master en sciences de
l'information et de la communication

Option : communication et relations publiques

Réalisé par :

HAMAMOUCHE Melissa

HAFIANE Radia

Encadré par :

MERAH Aïssa

Année universitaire

2021-2022



Université ABDERRAHMANE MIRA de Bejaia

Faculté des sciences humaines et sociales

Département des sciences de l'information et de la communication

Thème :

**Communication des parcs naturels de la sensibilisation à la
mise en tourisme**

Cas pratique : Parc National du Gouraya

Mémoire de fin de cycle en vue de l'obtention du diplôme de master en sciences de
l'information et de la communication

Option : communication et relations publiques

Réalisé par :

HAMAMOUCHE Melissa

HAFIANE Radia

Encadré par :

MERAH Aïssa

Année universitaire

2021-2022

Remerciements

Au terme de notre travail, nous tenons 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 le Pr. MERAH Aïssa pour avoir accepté de nous encadrer, et pour ses conseils ses recommandations qui ont été vraiment précieuses qu'il nous a données au long de la réalisation de notre projet de recherche.

M^r 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.

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

À tous les enseignants de la faculté des sciences

Humaines et sociales.

Dédicaces

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

Mes chers parents qui m'ont toujours soutenue et encouragée tout au long de mes études, et sans eux je ne serai pas devenue ce que je suis aujourd'hui.

À mes très chers frères Yakhlef et Mohand.

À mon binôme : Radia.

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.

HAMAMOUCHE Melissa

Dédicaces

Je dédie ce Mémoire

A ma tendre mère, qui m'encourageait toujours à aller plus loin dans mes études, quelle retrouve ici le témoignage de ma profonde reconnaissance. A mon cher père, pour ses encouragements et son affection et la confiance qu'il m'a accordée.

A mes chères sœurs Salima, Fayrouz, Dahia et à Amira qui m'avez toujours soutenu et encouragée durant toutes ces années d'études.

A mon adorable neveu Enzo.

A mon Binôme Mélissa.

A la Mémoire de ma chère grand-mère Djamila.

Et je n'oublierais pas ma grande mère Fatiha.

Enfin, j'exprime ma gratitude à toutes les personnes qui ont participées de près ou de loin, à la réalisation de ce mémoire.

HAFIANE Radia

Liste des abréviations

C.E.S.P		MAB	
Centre d'éducation et sensibilisation du public	13	Programme sur l'Homme et la biosphère.....	38
CEMOTEV		OMT	
Centre d'Etudes sur la Mondialisation, les Conflits, les		Organisation mondiale du tourisme	2
Territoires et les Vulnérabilités	8	ONG	
COGITO		- Organisations non gouvernementales	33
Conforter la gestion intégrée et durable des		PNG	
territoires.....	13	Parc National du Gouraya	11
D.S.V		PNUE	
Département de la sensibilisation et de la		Programme des Nations Unies pour l'environnement	
vulgarisation	13	26
E.N.O.F		S.N.T.P	
Entreprise nationale des produits miniers non ferreux		Société nationale de travaux publics.....	46
et des substances utiles.....	46	TIES	
E.T.R		Société Internationale de l'Écotourisme	26
Entreprise des Travaux Routiers	46	UICN	
IECA		L'Union internationale pour la conservation de la	
Les inhibiteurs de l'enzyme de conversion de		nature.....	58
l'angiotensine.....	5	UNESCO	
ITEF		Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la	
Ingénieurs Techniciens D'études et De Fabrications	50	science et la culture.....	62

Liste des tableaux

Tableau 1 : Indicateurs de la communication de sensibilisation et écotourisme.	7
Tableau 2 : Enjeux positifs et négatifs de l'écotourisme	33
Tableau 3 : Présentation de notre échantillon de l'étude.....	49
Tableau 4 : Répartition de l'échantillon selon l'âge	51
Tableau 5 : Répartition de l'échantillon selon la formation	52
Tableau 6 : Répartition de l'échantillon selon le grade.....	53
Tableau 7 : répartition de l'échantillon selon la fonction.....	54
Tableau 8 : répartition de l'échantillon selon l'ancienneté	55

Liste des figures

Figure 1 : randonnée verte réaliser par le PNG et l'association Assirem Gouraya.....	29
Figure 2 : Le sentier sous-marin à la plage des Aiguades	30
Figure 3 : le pécotourisme au port de Bejaia.....	31
Figure 4 : Carte de situation du Parc National du Gouraya.....	39
Figure 5 : Muraille hammadite	43
Figure 6 : Fort Lemerchie	43
Figure 7 : Fort de Gouraya	43
Figure 8 : Tour Doriac	44
Figure 9: Cap carbon.....	44
Figure 10 : Cap Bouak	44
Figure 11 : Pic des singes.....	45
Figure 12 : La baie des Aiguades	45
Figure 13 : La corniche du cap carbon.....	45

Liste des schémas

Schéma 1 : La Biodiversité du Parc National de Gouraya	42
--	----

Sommaire

Liste des abréviations

Liste des tableaux

Liste des figures

Sommaire

Introduction	1
Cadre méthodologique	1
Chapitre 01 : Analyse conceptuelle	1
1. Problématique	1
2. Objectifs de l'étude	3
3. Définition des concepts	5
4. Indicateurs du phénomène de l'étude	7
5. Etudes antérieures	8
Chapitre 02 : Démarche méthodologique.....	11
6. Approche théorique et méthodologique	11
7. Outils de l'étude.....	12
8. Echantillon de l'étude.....	13
9. Etapes de réalisation de l'enquête	13
Cadre théorique	15
Chapitre 03 : La communication de sensibilisation	16
Préambule.....	16
La section 01 : Éléments de la communication de sensibilisation.....	17
1. Communication de sensibilisation	17
2. Objectifs de la communication de sensibilisation	17
3. Support de la communication de sensibilisation	18
La section 02 : la communication de sensibilisation et la réalisation d'une campagne	19
1. Le rôle de la communication de sensibilisation dans les Parcs Naturels Nationaux	19
2. Préparer la démarche (campagne de sensibilisation).....	19
3. Les facteurs de réussite d'une campagne de communication de sensibilisation.....	22
Chapitre 04 : L'écotourisme	25
Préambule.....	25
La section 01 : éléments de l'écotourisme	26
1. Définition et évolution de l'écotourisme	26

2. Termes proches et acteurs de l'écotourisme	27
3. Principes de l'écotourisme	28
La section 02 : planification de la gestion de l'écotourisme.....	29
1. L'écotourisme à Bejaia	29
2. Planification de la gestion de l'écotourisme	32
3. Enjeux de l'écotourisme	33
Conclusion.....	36
Cadre pratique	37
Chapitre05 : Présentation des données.....	38
1. Présentation du lieu de la recherche.....	38
2. Présentation des données de la recherche.....	48
Chapitre 06 : Présentation des résultats	51
3. Analyse et interprétation des données	51
4. Discussion des résultats.....	62
Conclusion.....	63
Liste bibliographique	65
Annexes.....	68
Résumé	

Introduction

Introduction

Depuis son existence l'Homme a toujours eu besoin de communiquer avec autrui, un besoin qui il a poussé à développer différents langages et moyens à travers le temps. Il lui permet d'exprimer ses besoins, d'échanger des idées et de transmettre des valeurs.

Aussi, elle est un moyen par lequel se nouent des liens et des relations entre les personnes et les différents organismes, ce qui lui permet de contribuer, et sensiblement, au développement et au progrès de la société.

De nos jours, la communication dans une organisation est un secteur stratégique, tente à travers les différentes activités de mettre en avant ses objectifs auprès de ses différents publics, cela via les différentes formes de communication existantes, nous pouvons citer la communication de sensibilisation. L'exercice de cette dernière est dans le but de changer et de modifier un comportement de manière durable à l'aide de différent moyen de communication.

En effet, de cette manière les parcs nationaux mis en œuvre les actions de sensibilisation pour favoriser la protection des richesses naturelles et culturelles et valoriser les potentialités patrimoniales de l'écosystème naturel.

L'Algérie est dotée de 12 parcs nationaux qui sont représentatifs des différents écosystèmes du pays qui constituent une composante majeure des produits touristiques basés sur la nature. La prise de conscience des limites du tourisme traditionnel surtout balnéaire a conduit les pouvoirs publics chercher à diversifier les types de tourisme et les destinations touristiques. Cela a permis l'émergence de plusieurs initiatives responsable, pour réussir la découverte du patrimoine matériel et immatériel du pays et de réduire l'impact écologique négatif, C'est de cela que nous parlons d'écotourisme.

Ce dernier a connu un grand développement, sa particularité réside dans le fait qu'il oriente le public vers la vision à part entière qu'il donne à l'environnement, et les pousse par conséquent, à explorer le tourisme d'une manière différente afin de préserver le patrimoine.

Le parc National du Gouraya a été créé pour sa végétation endémique diversifiée et ses milieux marins et continentaux ainsi qu'à son histoire régionale. Il est situé dans la Willaya de Bejaia. Il bénéficie d'une richesse variée : une zone marine, une lacustre, site historique et pittoresque et faune et flores. Son intérêt est la sensibilisation et la vulgarisation à l'environnement surtout de parvenir à un développement durable, avec la coopération des

Introduction

parties prenantes car leur responsabilisation est un des gages de réussite de maintien dans le temps et dans une perspective d'amélioration continue. Cela nous a encouragées à orienter notre étude vers ce parc National.

Nous avons donc opté pour traiter du thème intitulé « la communication des parcs naturels de la sensibilisation à la mise en tourisme »

Et notre objectif de recherche est de comprendre comment la communication du PNG prend en charge l'écotourisme en valorisant les fonctions du Parc naturel et son authenticité de réserve naturelle abritant un patrimoine vivant et culturel bâti dans la Willaya de Bejaia.

Notre mémoire de recherche se compose de trois cadres principaux :

Au premier lieu, le cadre méthodologique est subdivisé en deux chapitres :

Le premier est consacré à l'analyse conceptuelle : il englobe une problématique, les objectifs de notre recherche, définition des concepts lié à l'étude, les indicateurs du phénomène de l'étude, ainsi les études antérieures.

Le deuxième chapitre, est consacré à la démarche méthodologique : il regroupe l'approche théorique et méthodologique (la méthode de l'étude et l'approche théorique), les outils de l'étude, l'échantillon de l'étude puis les étapes de réalisation de l'enquête.

Au deuxième lieu, le cadre théorique se constitue de deux chapitres :

Le troisième est intitulé, la communication de sensibilisation, il se compose de deux sections, section première est nommé éléments de la communication de sensibilisation, elle s'agit de présenter cette dernière. La deuxième est nommée la communication de sensibilisation et la réalisation d'une campagne, montre les étapes à suivre pour réaliser une campagne de sensibilisation.

Le quatrième chapitre est intitulé, l'écotourisme, porte de section aussi, section une, élément de la notion de l'écotourisme. Section deux, planification de la gestion de l'écotourisme.

Au troisième lieu, le cadre pratique présente deux chapitres :

Le cinquième chapitre présentation des données : il est pour la présentation du lieu autrement dit l'organisme d'accueil le PNG et la présentation des données de la recherche.

Introduction

Quant au dernier, qui est le sixième chapitre présentation des résultats : il est pour l'analyse et interprétation des données collectées dans notre enquête de recherche sur la pratique de la communication de sensibilisation dans le développement des activités de l'écotourisme et la discussion de ces résultats.

En dernier lieu, une conclusion vient conclure ou finir le mémoire de recherche, une synthèse des résultats obtenus.

Cadre méthodologique

Cadre méthodologique

Chapitre 01 : Analyse conceptuelle

1. Problématique

La communication est une pratique qui donne forme à l'organisation à partir de processus de communication organisationnelle. Elle regroupe toutes les activités appliquées dans une organisation : les relations publiques, la communication interne/ externe, en effet, toutes les actions tournées vers le public, elle lui permet la transmission des informations, faire connaître ou rendre public ces services et de faire participer l'autre à des travaux pour établir des liens de confiance. Ainsi, le processus de communication dispose de moyen et de technique permettant de véhiculer les informations, mais est un effort planifié autour d'un objectif visé à long terme : instaurer une bonne image, créer des relations, sensibiliser et changer un comportement.

La communication est essentielle pour que la relation se constitue, se développe et évolue. C'est pour cela dans toute initiative organisée par l'institution à travers des campagnes qui emmènent les individus à se sensibiliser.

De ce fait, la communication de sensibilisation est toute initiative tournée vers le public pour informer, motiver, résoudre des problèmes, dans le but de promouvoir et de soutenir le changement de comportement. Il faut faire qu'un maximum de personnes s'implique dans cette sensibilisation, à fin d'attendre les objectifs déployée par l'organisation.

Aujourd'hui, être un acteur d'un territoire signifie prendre une part active au développement du territoire. C'est pour cela le Parc National du Gouraya représente un atout majeur qui donne à la willaya de Bejaia une vocation touristique importante au niveau national. Le PNG est une aire protégée créé en 1984, situé au cœur de la ville de Bejaia, qui est diverses en végétation endémique, le contraste des milieux marin-continentale à l'histoire régionale. Il est considéré comme un acteur important dans les évolutions environnementales et touristiques. Le PNG est pour fonction d'assurer la protection du patrimoine naturel et culturel, à fin de garantir la préservation d'écosystème naturel sans autant négliger leur vocation touristique, mais dans le respect des inhérents au développement et à l'écologie.

Par ailleurs, il offre aussi des opportunités de recherche et d'expérimentation en matière de sensibilisation des citoyens à la protection de l'environnement par leurs outils de communications, ce qui conduira à un changement dans leurs habitudes vis-à-vis de l'environnement, et qu'ils deviennent à leur tour des leaders actifs, ils vont avoir un effet sur d'autres publics pour les convaincre et de garantir cette action de sensibilisation. Afin d'assurer les conditions d'un tourisme durable dans ces espaces naturels il est indispensable d'amener les visiteurs à s'engager dans les conduits responsables en matière de préservation de l'environnement. Le tourisme selon L'OMT « le tourisme est basé sur la nature est une forme de tourisme pour laquelle la découverte et l'observation de la nature sont la motivation de l'activité principale des clients ».

La valorisation du patrimoine répond donc à des enjeux de nature environnementale, architecturale et culturelle, et économique. Cette dernière nécessite un encadrement pour la mise en place d'un système de protection, et selon le cas des structures d'accueil, d'animation dans le souci de guider et renseigner les touristes.

À l'aide de la communication touristique le patrimoine est alors un objet qui se communique qui se montre, qui se visite dans un but touristique, de loisir et mais aussi de lien identitaire culturelle. Le tourisme dans les parcs nationaux englobe plus au moins le tourisme vert devrait inclure en plus de l'observation de la nature. La visite des parcs constitue une composante importante de l'offre en permettant au touriste une insertion dans le milieu naturel du parc visité. Ainsi que, dans les mesures du possible, à la participation à l'activité éducative et scientifique qu'a pour objectif la conservation du parc.

La direction du PNG a assuré de multiples projets de coopération relatifs à des travaux techniques et des expériences sur le terrain dans le domaine de la vulgarisation et de la sensibilisation à l'intégration des populations locales dans la conservation de la nature, et tout en visant la stabilisation des populations vivant à proximité des écosystèmes. Elle veille sur la préservation des quatre musées à Bejaia, le musée de la PNG, le musée de géologie, le musée des zones humides au Lac de Mezaia, le musée de savoir-faire local et réussir leur vocation touristique, le Parc ont fait le choix de l'écotourisme, selon (Marie, 2011) « L'écotourisme est une forme de tourisme qui s'inspire principalement de l'histoire naturelle d'une région, incluant ses cultures indigènes » dans lequel le développement est conjugué à la préservation et à la découverte de la nature.

Pour illustrer les propos que nous développerons dans ce mémoire, nous étudierons le cas du PNG. Nous nous intéresserons aux activités qui peuvent jouer un rôle pour valoriser le milieu naturel, tout en sensibilisant les publics et les mobiliser au tourisme. Pour mieux mener notre étude, nous avons choisi des entretiens avec les acteurs du PNG, dans le but de découvrir et comprendre la communication de sensibilisation exercée développe les activités de l'écotourisme dans le Parc National du Gouraya.

Notre étude au PNG va porter sur :

- Comment la communication de sensibilisation du parc national du Gouraya a-t-elle favorisé l'émergence de l'écotourisme ?

C'est à partir de tout ce qui a été dit et les recherches consulter servi notre étude que les différentes questions se sont posées :

A partir de la communication de sensibilisation, comment sont présentés les comportements écotouristiques à façonner chez les publics?

- Comment est expliqué l'importance des pratiques et des équipements écotouristiques d'accompagnement des publics?
- Comment la communication de sensibilisation est-telle présentée dans une visite écotouristique ?

2. Objectifs de l'étude

Toute recherche scientifique repose essentiellement sur des buts et des objectifs à réaliser ou bien à atteindre. Cette recherche, est dans le but de comprendre comment la communication de sensibilisation du parc national du Gouraya a-t-elle favorisé l'émergence de l'écotourisme, ce qui nous a incités à mener à bien ce travail est l'apport de plusieurs raisons que nous pouvons être comme suit:

-Éclairer la relation entre les activités de la communication de sensibilisation et développement de l'écotourisme.

-comprendre comment la communication du PNG prend en charge l'écotourisme en valorisant les fonctions du Parc naturel et son authenticité de réserve naturelle abritant un patrimoine vivant et culturel bâti.

-Découvrir l'impact de la communication de sensibilisation auprès de la cible visée afin de modifier leur comportement de visiteur écotouristique.

3. Définition des concepts

La communication environnementale

(Catellani Andrea, 2019) Le domaine de la communication environnementale inclut, selon le site de l'IECA, « toutes les formes de communication interpersonnelle, de groupe, publique, organisationnelle et médiatisée qui constituent le débat social sur les problèmes et enjeux environnementaux et notre relation avec le reste de la nature »

Pour notre cas, la communication environnementale correspond aux pratiques de communication réalisées par le PNG sur la scène publique, portant sur le thème de l'environnement. Ce thème est dans le but de sensibilisation et la responsabilisation des visiteurs de la nécessité de protéger l'écosystème au sein du PNG (la protection de la faune et la flore), afin de réussir le développement durable, écocitoyenneté.

Communication persuasive

Philippe Breton, dans son ouvrage *L'argumentation dans la communication*, paru aux éditions La Découverte en octobre 1996, D'après lui, « c'est le fait de la promotion de l'argumentation en tant que communication persuasive morale de cet acte de communication qui vise à faire partager par autrui une opinion par la mise en œuvre d'un raisonnement, appartient au domaine de l'éthique ». (Denis Benoit, 1998)

Pour notre cas, la communication persuasive est un type particulier de communication qui consiste à formuler un message de façon à influencer les attitudes, les opinions et le comportement des visiteurs afin de conserver la faune et la flore au sein du parc national du Gouraya, pour un voyage responsable dans l'environnement naturel, et un développement durable.

Communication de sensibilisation

D'apprêt cette brochure (*La sensibilisation du personnel à l'environnement*, 2018) la communication de sensibilisation est « Sensibiliser va donc au-delà de la simple action d'informer et doit amener à un changement de comportement. En effet, même si l'information peut susciter une prise de conscience, elle ne suggère pas de solution pour transformer la situation. Adopter un autre comportement implique un processus d'apprentissage : perdre une vieille habitude pour en acquérir une nouvelle. Dès lors, la sensibilisation va permettre, non seulement, de susciter la réflexion et favoriser une prise de conscience, mais aussi de passer à

l'action, de promouvoir des solutions alternatives ou des idées nouvelles afin de transformer une situation ou de répondre à un besoin »

Pour notre cas, la communication de sensibilisation rassemble l'ensemble d'action pratiquée au sein de l'organisation du PNG qui vise à sensibiliser, éduquer et de vulgariser des publics conscients, responsables et respectueux de leur environnement. La sensibilisation et la protection sont une priorité du parc pour assurer la préservation du patrimoine naturel et culturel de la ville de Bejaia et de garantir leur développement durable pour les générations futures.

Communication écotouristique

Parmi les termes proches de la communication écotouristique on trouve la communication du tourisme durable, selon (Marcotte Pascale, 2014) «la volonté de développer de façon durable les sites inscrits, ainsi que de communiquer et de sensibiliser le public à l'exceptionnalité de ces lieux. L'industrie touristique, de par son rôle dans le développement des lieux et dans la communication auprès des publics»

Pour notre cas, le PNG cherche à diffuser des bonnes pratiques et des comportements responsables à l'environnement. La communication écotouristique et la communication du tourisme durable, visent à préserver et valoriser les richesses écotouristique exceptionnel du parc, la préservation et le suivi de la faune et la flore des sites naturels d'une part, et d'autre part, la mise en valeur des sites historiques pour assurer leur développement durable.

Acte préparatoire ou pied dans la porte

Selon (Girandola Fabien, 2012), l'acte préparatoire est « augmente la probabilité d'obtenir le comportement souhaité parce que l'individu a établi une relation entre ce qu'il a fait (acte préparatoire) et ce qu'il est. Il va donc agir par la suite dans le sens de ce qu'il est, et réaliser le comportement attendu »

Pour notre cas, l'acte préparatoire est une étape dans le plan de communication du PNG. Elle est réalisée comme un petit pas dans la bonne direction pour modifier les attitudes du public pour qu'il adopte un comportement qui respecte l'écosystème.

4. Indicateurs du phénomène de l'étude

Changement d'acte, comportement, attitude, sensibilisé.

Tableau 1 : Indicateurs de la communication de sensibilisation et écotourisme.

variables	Dimensions	Indicateurs
Communication de sensibilisation	Communication sur le développement de la sensibilité des publics sur l'écotourisme	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sujets prioritaires sur lesquels sensibiliser (PNG) 2. Formulation/démarche stratégique 3. Prise en considération des niveaux de maturité des publics
	Contenus de sensibilisation diffusés	<ol style="list-style-type: none"> 1. Types de connaissances diffusées 2. Connaissances vulgarisées 3. Implication/engagement
	Communication sur les risques à prendre en considération chez les publics	<ol style="list-style-type: none"> 1. Types de risques sur la nature 2. Niveaux de risques sur la nature 3. Sources de risques et facteurs aggravants
Ecotourisme	Communication sur les comportements écotouristique à façonner chez les publics	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comportements à prescrire 2. Comportements à changer 3. Comportements à renforcer
	Communication sur les pratiques et les équipements accompagnement des publics	<ol style="list-style-type: none"> 1. -Des aménagements pratiques : 2. -Taux de fréquentation 3. -fréquences/périodicité
	Communication sur la visite écotouristique	<ol style="list-style-type: none"> 1. Les éléments de base (sujets, définitions, 2. Pédagogie environnementale (biodiversité) 3. Tourisme naturel et durabilité (

Source : notre enquête

5. Etudes antérieures

Etude 01 : les aires protégées du Sahara algérien, entre traditions et enjeux contemporains : perspectives d'écodéveloppement au cœur des parcs culturels du Tassili-Ahaggar (Algérie) (Abrika, 2019)

Cette étude réalisée par Abrika Bélaid, Chercheur associé au CEMOTEV, Université de Versailles, Paris (France), « Maghreb - Machrek », intitulé les aires protégées du Sahara algérien, entre traditions et enjeux contemporains : perspectives d'écodéveloppement au cœur des parcs culturels du Tassili-Ahaggar (Algérie), éditer en 2019.

L'objectif de cet article est de présenter l'effort en matière de promotion du tourisme comme outil de redynamisation des activités traditionnelles et artisanales, en mettant en valeur les divers savoirs faire issu du patrimoine ancestral, facteur en faveur de la lutte contre la pauvreté ; de montrer l'implication des communautés locales dans le développement touristique de leurs régions. Ce sont des initiatives lancées par des associations mixtes installées au niveau local et à l'étranger du village de Djoua.

Les résultats de ses activités réalisées montre l'intérêt de l'implication des communautés locales concernées pour la mise en tourisme de leur territoire, qui s'épanouisse en assurant une ouverture vers l'extérieur ce sont avant tout en complémentarité avec les modèles de tourisme à grande échelle initiés par les pouvoirs publics, qui visant à protéger et à promouvoir le patrimoine culturel et le système productif artisanal.

Etude 02 : Développement touristique et conservation de la nature, le cas du parc national d'El Kala, wilaya d'El Tarf, Algérie. (Pech Pierre, 2022)

Cette étude réalisée par Pech Pierre et Diaf Imène, est une revue en ligne, elle montre que le parc national d'El Kala, situé au nord-est de l'Algérie, est révélateur du maintien d'une approche duale, entre projets touristiques et protection stricte de ses milieux naturels.

La question principale elle s'agit d'interpréter les choix des politiques publiques en matière de développement touristique et de conservation de la nature concernant ce secteur du parc avec son littoral touristique, pour savoir si elles convergent, si leurs dynamiques respectives s'inscrivent dans les tendances observées par ailleurs.

Afin de répondre à cette question, ils ont fait le choix d'une approche critique concerne la conservation de la nature et le tourisme en se focalisant sur un territoire qui combine

ce double enjeu. Elle consiste à analyser un projet d'aménagement touristique dans un territoire qui est labellisé en tant que parc national avec même une labellisation internationale, celle de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture.

Ils ont utilisés la méthode qualitative par la présentation des structures effectives de la conservation et de l'équipement touristique à l'aide des données issues de la littérature scientifique, ainsi que celles disponibles auprès du ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme, les données décrivant les caractères du contexte naturel du territoire étudié et ses enjeux de conservation de la nature à partir des publications recensées dans la littérature scientifique à ce sujet et présentons les données concernant l'état des lieux des activités touristiques.

Pour obtenir un tableau synthétique des termes utilisés pour décrire dans les politiques publiques algériennes les principes et les objectifs en matière de conservation de la nature et d'aménagement touristique.

Les résultats de cette étude, le parc hôtelier est insuffisant pour satisfaire la demande qui semble croissante, ce qui laisse donc un littoral encore largement naturel. La particularité du parc national d'El Kala est d'avoir un secteur littoral fréquenté par des touristes prioritairement attirés par le tourisme balnéaire et un arrière-pays qui concentre des enjeux importants de conservation de la nature.

Etude 03: Le tourisme dans les parcs nationaux en Tunisie (Potentialités et contraintes) (Mohamed, 2008)

Cette étude en tourisme réalisé par Souissi Mohand, est enseignant chercheur au Département de géographie à la Faculté des lettres et des sciences humaines de Sousse, Tunisie. La revue mit l'accent sur tourisme vert dans les parcs nationaux lorsque les randonnées et les visites dans les parcs constituent une composante importante de l'offre, en permettant au touriste une insertion dans le milieu naturel du parc visité ainsi que, dans la mesure du possible, une participation aux activités éducatives et scientifiques qui ont pour objectif la conservation du parc.

L'objectif est voir comment on peut intégrer les parcs nationaux tunisiens dans le système touristique, tout en assurant leur fonction première qui est de protéger la Nature.

Pour répondre cette revue a permis de montrer les potentialités, la réalité, les contraintes et les perspectives du développement du tourisme dans les parcs nationaux tunisiens, constituant l'essentiel de ce qu'on appelle généralement le tourisme vert.

Les résultats obtenus montrent l'intérêt de la valorisation des richesses naturelles, mais aussi patrimoniales, historiques et socioculturelles, et même le chercheur a fait une proposition pour l'avenir, le tourisme dans les parcs nationaux pourrait jouer le même rôle que le tourisme saharien qui a apporté une dimension complémentaire au tourisme balnéaire, notamment par le biais de randonnées de découverte des parcs dans leurs milieux naturels.

L'avantage cette étude bibliographique, est d'acquérir le plus de renseignements et d'idées sur notre thème de recherche, de décider de la méthodologie appropriée. Ainsi de connaître l'importance de la communication de sensibilisation qui visant à protéger l'environnement et à promouvoir le patrimoine naturel et culturel, grâce aux efforts des parcs nationaux, comme le Parc National du Gouraya qui est destination touristique essentiel pour les visiteurs dans la willaya de Bejaia.

Nous a permis aussi de mieux comprendre l'importance de la communication de sensibilisation du Parc National du Gouraya qui contribue à l'intégration de l'écotourisme comme un tourisme respectueux de l'environnement et des communautés locales de la willaya de Bejaia.

Chapitre 02 : Démarche méthodologique

6. Approche théorique et méthodologique

- Méthode de l'étude

Pour mener une recherche scientifique, les chercheurs doivent suivre une démarche méthodologique, afin de recueillir des données et des informations précises et bien définies, en parfaite adéquation avec le sujet traité et le problème soulevé.

La méthode utilisée dans notre recherche est déterminé par la nature du thème et les objectifs de la recherche, elle est par la définition un moyen de parvenir à un aspect de la réalité que nous voulons étudier, elle englobe l'ensemble des règles et procédures que nous devons suivre pour mener la recherche et pour cela nous avons utilisés une méthode qualitative.

La méthode qualitative est la plus adéquate à notre terrain d'investigation, cela pour objectif d'avoir plus informations sur notre thème de recherche, elle sert à comprendre la communication de sensibilisation et sa contribution au développement de l'écotourisme au sien de la PNG.

- Approche

Pour traiter notre problème de recherche nous avons opté là théorique de la communication engageante, cette théorie nous a aidé à comprendre notre phénomène d'étude en utilisant un raisonnement ou une vérification pratique.

Selon (Mbungu Khonde, 2020) : « La communication engageante est une articulation entre la persuasion et l'engagement (Joule, Girandola et Bernard, 2007), elle consiste à faire précéder un message persuasif d'un acte préparatoire engageant auprès d'un participant afin d'obtenir de lui un comportement souhaité à l'égard d'un objet, sujet donné »

Selon (Fointiat Valérie, 2019) : « La communication engageante consiste à faire précéder un message persuasif par la réalisation d'un acte dit préparatoire »

A partir de cette approche nous allons appliquer ces concepts pour l'introduction de notre problématique qui est la pratique de la communication de sensibilisation et son apport dans le développement des activités de l'écotourisme et durable dans la gestion du PNG.

L'adoption de l'approche de la communication engageante dans notre étude, nous semble le choix le plus approprié pour la suite de nos investigations. Comme son nom l'indique la communication engageante est présentée comme un pont entre la persuasion et l'engagement, dans le sens où elle vise à obtenir la réalisation d'un acte préparatoire par un individu pour lui présenter ensuite un message persuasif.

Cependant, notre travail s'inscrit dans le champ de la théorie de communication engageante car cette approche est la mieux indiquée pour la direction du PNG afin d'optimiser les actions de communication de sensibilisation, dans le domaine de l'écotourisme, et mettre en avant l'engagement des visiteurs afin de changer leurs comportements en le façonnant selon les caractéristiques écotouristiques, aussi atteindre l'objectif de la valorisation le parc Nationale du Gouraya et ces différents sites.

De ce fait, nous avons opté pour ce modèle, vu que le PNG entreprend la communication engageante basée sur la sensibilisation à fin d'informer et de sensibiliser leurs publics par les différents moyens tels que les campagnes de sensibilisation, les journées portes ouvertes, les visites dans les musées, les sorties pédagogiques afin d'atteindre ses objectifs visés.

7. Outils de l'étude

Dans notre recherche nous avons employé la technique d'entretien semi directif, « une technique direct visant à interroger quelques individus, de façon semi-directive, pour faire un prélèvement qualitatif » (Angers Maurice, 2014). Il permet de recueillir en face à face les informations qui apportent le développement de connaissances et des explications par apport à notre travail de recherche.

Pour cela nous avons réalisé un guide d'entretien qui portant sur les activités communicationnelles et les productions documentaires des cadres du PNG sur l'écotourisme. Il comprend un ensemble de question répartir en trois axes :

Axe 1 : Information personnelles.

Axe 2 : Pratique de la communication de sensibilisation.

Axe 3 : la communication de sensibilisation du parc national du Gouraya développe les activités de l'écotourisme.

8. Echantillon de l'étude

Dans le cadre de notre enquête la population mère concernée est l'ensemble des cadres du Parc National du Gouraya, qui exercent de différentes fonctions, et pour cela nous avons choisie l'échantillonnage non probabiliste typique, il nous a permis de choisir un nombre raisonné et limité.

Nous avons choisi nous enquêtées selon certaines caractéristiques, comme leur fonction professionnelle et qu'ils sont les mieux placés pour servir notre étude.

Nous avons mené 11 entretiens semi-directifs auprès de notre échantillon, acteurs du PNG, qui sont :

- Chef de département de la sensibilisation et de la vulgarisation (D.S.V)
- Directeur du PNG.
- Chargé de l'écomusée central.
- Responsable du centre d'éducation et sensibilisation du public (C.E.S.P)
- Chargé de sensibilisation et chef de projet COGITO.
- Adjoint de chef du secteur.
- Chef de secteur oriental.
- Chargé du dossier contentieux.
- Chargé de la recherche scientifique.
- Chargé de la section III BF.
- Chef de département de protection.

9. Etapes de réalisation de l'enquête

- Pré-enquête

Pour élaborer un mémoire de recherche, il faut établir une enquête. Elle est composée d'une pré-enquête et une 'enquête finale. C'est notre cas, nous avons suivies cette démarche scientifique, car elles sont deux étapes cruciales.

Dans notre étude, elle est dans le but de valider notre question de départ et afin d'aboutir à une question de recherche et fixer la taille de notre échantillon. Notre lieu de recherche était le PNG de la willaya de Bejaia au niveau du département de communication de sensibilisation et de vulgarisation. Nous avons réalisé notre pré-enquête en explorant le terrain de l'étude. Nous avons donc pu interroger deux fonctionnaires de l'organisation, le chef

de département de la sensibilisation et de la vulgarisation et le charger de l'écomusée central et aussi nous avons assisté à une visite guidée du musée.

Cette pré-enquête nous a permis de se familiariser avec notre sujet de recherche qui est la communication de sensibilisation exercée par PNG face à son public ou les moyens utilisés pour sensibiliser à la protection de l'écosystème lors d'une visite dans la nature.

Nous avons constaté que cette organisation est au centre du milieu urbain de la Wilaya de Bejaia, elle assure la protection de son patrimoine naturel et culturel avec l'aide de ses acteurs (association, fournisseurs...), par ailleurs, elle traite de différentes spécialités d'étude en faisant appel un éventail de compétences très diversifiées (naturalistes, historiens...)

Leur objectif est de préserver l'environnement par l'ensemble des activités réalisées puisqu'elle est une destination qui est fréquentée par ces citoyens locaux, citoyens hors Wilaya et même les étrangers. Pour cela, elle réalise des campagnes de sensibilisation périodique et occasionnelle, dans des différents canaux, la radio, la télévision, réseaux sociaux...des affiches, des panneaux...pour mieux transmettre l'information et changer leur comportement.

- **Période de L'enquête**

Notre enquête finale était au mois de mai et juin 2022 au sein du PNG.

Nous avons opté à la réalisation des entretiens avec les personnels du PNG, nous avons effectué 11 entretiens semi-directifs auprès de notre échantillon sélectionné, dans le but de collecter des informations et les données liées à notre problème de recherche qui est la pratique de la communication de sensibilisation exercée par PNG pour qu'elle favorise de l'écotourisme.

Cadre théorique

Cadre théorique

Chapitre 03 : La communication de sensibilisation

Préambule

La communication de sensibilisation est un concept indispensable dans les différentes activités de sensibilisation, pour induire les changements fixés.

La communication de sensibilisation est un concept très large qui touche une variété de sujets et de secteurs. C'est ainsi qu'une action ou une technique mise en place pour pallier un problème ou des problèmes contraignant le développement de quelque chose. La sensibilisation ne se limite pas à faire passer des messages, il s'agit surtout de faire en sorte que les personnes adoptent de nouveaux comportements.

Ainsi, nous avons partagé le chapitre en deux sections :

La première section est consacrée pour l'explication les éléments de communication de sensibilisation ; définition, démontré est objective et les supports utilisés afin de sensibiliser.

Dans la deuxième section, elle, prend une teinte plutôt pratique, car elle aborde l'aspect opérationnel de la communication de sensibilisation dans les parcs Naturels nationaux et son rôle, puis sur la démarche à suivre pour réaliser une campagne de communication de sensibilisation et les facteurs de sa réussite.

La section 01 : Éléments de la communication de sensibilisation

1. Communication de sensibilisation

Communiquer et sensibiliser sont complémentaires et se poursuivent. L'objectif visé étant d'influencer pour un changement qui se situe sur le plan individuel ou collectif.

Communiquer « consiste à établir une relation avec quelqu'un et ainsi s'assurer que le message est bien passé, a bien été compris, a bien été assimilé » (Cellule environnement de l'Union Wallonne des Entreprises, 2018) Pour sensibiliser, « il faut comprendre l'autre, ce qu'il est, comment il pense et quelles sont ses connaissances afin d'adapter le message de manière à ce qu'il soit accepté » (Cellule environnement de l'Union Wallonne des Entreprises, 2018)

Pour sensibilisation il faut prendre des mesures de communicationnel afin d'évoluer les mentalités est sans doute le moyen le plus sûr d'induire à long terme un changement des comportements.

Les activités de sensibilisation sont menées en parallèle et en même temps que la communication.

2. Objectifs de la communication de sensibilisation

Chaque pratique de communication de sensibilisation est réalisée est dans un objectif précis, en effet fixé un objectif permet de mieux planifier mon action de sensibilisation, donc il y a trois objectifs principaux : (La Cellule Environnement de l'Union Wallonne des Entreprises, 2018)

Informé, c'est « faire savoir quelque chose à quelqu'un, le porter à sa connaissance, le lui apprendre », c'est de diffusé une information mais il ne soucie pas de créer une relation avec le récepteur.

Former, « inculquer des connaissances, des principes, des habitudes afin de développer des aptitudes spécifiques », en effet, c'est de transmettre un savoir-faire.

Sensibiliser, c'est « rendre quelqu'un ou un groupe, sensible, réceptif à quelque chose pour lequel il ne manifestait pas d'intérêt ». Sensibiliser va donc au-delà de la simple action d'informer et doit amener à un changement de comportement.

Mobiliser est un des objectifs d'une démarche de sensibilisation, et cela doit s'inscrire dans la durée car il ne suffit pas de susciter la mobilisation, il faut maintenir l'intérêt et la participation des collaborateurs tout au long de la démarche.

3. Support de la communication de sensibilisation

Pour qu'une campagne de sensibilisation soit réellement efficace, il convient de diffuser les messages par un vecteur approprié, à des endroits stratégiques et à des moments opportuns. Voici quelques supports :

Télévision : Est l'un des médias prestigieux qui permettent de valoriser l'image d'une organisation. Exemple par la présentation d'actualités et les émissions...

Presse/Radio : c'est d'utilisé : les communiqués de presse, les programmes radiophoniques, les articles de fond....

Publications : Ils permettent de Donner des informations concernant les produits et les services ainsi que des informations sur l'utilisation et les différents points de vente comme les publications sur : les brochures, les affiches, les anneaux d'affichage, les lettres, les dépliants/prospectus, les rapports techniques et les sites internet.

Relations publiques elle vise à établir de bonne relations avec la clientèle cible d'une organisation. Exemple : salons de la biodiversité, de la science et de l'agriculture, t-shirts, sacs, autocollants, appels téléphoniques, événements annexes, conférences et réseautage.

La section 02 : la communication de sensibilisation et la réalisation d'une campagne

1. Le rôle de la communication de sensibilisation dans les Parcs Naturels Nationaux

La mission du parc n'est pas seulement la protection d'un espace. D'une part il a un rôle économique et identitaire en participant à l'image d'un territoire, d'autre part il est aussi un objet pédagogique à travers les activités de communication de sensibilisation : il permet de vulgariser la connaissance et le respect de la nature en promouvant l'écotourisme par l'organisation de manifestations touristiques. Les parcs s'engagent alors, dans une dynamique que l'on pourrait qualifier de développement durable, Ils font ainsi partie intégrante d'un patrimoine national voire mondial et par leur légitimité politique ils apparaissent comme un rempart protecteur dans un contexte de changements globaux. A l'aide de cette communication de sensibilisation les parcs naturels nationaux favorisent : (Riadh, 2020)

- Protéger le patrimoine, notamment par une gestion adaptée des milieux naturels et des paysages.
- Contribuer à l'aménagement du territoire.
- Favoriser le développement durable économique, social, culturel et la qualité de vie.
- Assurer l'accueil, l'éducation et la formation du public.
- Réaliser des actions expérimentales ou exemplaires, et contribuer à des programmes de recherche.

2. Préparer la démarche (campagne de sensibilisation)

Une campagne de sensibilisation ne s'improvise pas, il faut se donner toutes les chances de réussir en préparant et structurant au mieux la démarche. Une réflexion préalable et une planification méticuleuse augmenteront les chances d'atteindre efficacement le public visé.

Voici les étapes de réalisation d'une campagne de sensibilisation : (Cellule Environnement de l'Union Wallonne des Entreprises, 2018)

L'état des lieux

Avant toute chose, il est nécessaire de réaliser un état des lieux de la situation actuelle afin d'identifier la stratégie et les moyens de communication existants au sein de l'entreprise ainsi que les facteurs de succès et d'échec d'éventuelles expériences passées.

De manière générale, il est utile de vérifier si la communication à mettre en œuvre peut s'intégrer à celle déjà existante et être simplement adaptée. Mais ce n'est pas tout, cet état des lieux doit également servir à connaître les comportements des utilisateurs qu'ils soient bons ou mauvais.

A ce stade déjà, des indicateurs doivent être mis en place. Ils permettront, par la suite, d'évaluer les effets de la campagne de sensibilisation. Dans un premier temps, ils pourront déjà être utilisés pour informer le personnel. Rappelons que l'implication du personnel commence dès cette étape.

L'élaboration du projet

Quel que soit son but, une campagne de sensibilisation se doit d'être claire et structurée.

C'est pourquoi il convient d'établir un plan de communication afin de bien définir les actions à entreprendre pour provoquer les changements. Pour ce faire il doit répondre aux 5 questions suivantes : Pourquoi ? Qui ? Quoi ? Quand ? Comment ? Cette méthode du questionnement, lorsqu'elle est bien employée, assure de ne rien oublier d'essentiel lors du démarrage du projet.

Un plan de communication permet de bien comprendre une situation afin de choisir les meilleures stratégies à mettre en place pour toucher un public cible. Voici donc, en quelques étapes concrètes, comment préparer un plan de communication réussi :

Pourquoi ? Les objectifs du projet

La première étape, nécessaire pour convaincre et motiver, consiste à définir et indiquer clairement les raisons du projet et le but poursuivi. Ces objectifs peuvent être définis à l'échelle de l'organisation ou par département et vont permettre de déterminer les résultats attendus. Ils sont donc indispensables pour le pilotage de l'action et pour l'implication du personnel.

Les objectifs doivent être définis de manière réfléchie. Certains d'entre eux doivent permettre des résultats concrets à court terme et d'autres doivent viser le plus long terme afin d'inscrire le projet dans la durée. C'est aussi en fonction de cela que se déclinera le mode de communication : le public, les moyens et canaux les plus appropriés ainsi que la nature du message.

Qui ? Les acteurs de la communication : émetteur et public-cible

L'étape suivante consiste à déterminer l'émetteur et le public-cible du message, c'est-à-dire « qui communique à qui ? ». C'est important car les supports de communication et le message dépendent du public visé.

Quoi ? La nature du message et son contenu

À ce stade, les actions concrètes à mener sont bien définies et les objectifs chiffrés à atteindre sont fixés. Il faut désormais définir l'idée principale qui se déclinera dans tous les messages en fonction des différentes cibles. Plus ces messages sont adaptés aux cibles, plus la communication est efficace.

Quand ? L'échéancier et le calendrier

Il y a une suite logique à respecter dans une campagne de sensibilisation, les différentes actions doivent être planifiées dans le temps. La campagne ne doit pas aller plus vite que les changements qui sont en cours. Il faut par exemple, éviter d'annoncer une décision qui n'a pas encore été officiellement actée.

Comment ? Les moyens et les modalités pratiques

La dernière étape consiste à déterminer les moyens et les modalités pratiques utilisés : supports (réunions, affiches, concours...), budget, partenaires, mesure des résultats, incitants... Une évaluation des besoins en ressources humaines, financières et matérielles pour chacun des moyens de communication doit aussi être effectuée.

3. Les facteurs de réussite d'une campagne de communication de sensibilisation

La réussite d'une campagne de sensibilisation ne s'évalue pas au nombre ou à la qualité des messages diffusés mais bien aux résultats finaux, et certains éléments sont essentiels pour la réussite d'une telle campagne. (La Cellule Environnement de l'Union Wallonne des Entreprises, 2018)

Le soutien du management

Que l'organisation s'engage dans une action ponctuelle ou une démarche plus globale d'amélioration en matière d'environnement, cela doit être un projet de toute l'organisation, reconnu et impliquant toute la hiérarchie. L'implication et le soutien de la direction est un principe stratégique, une condition impérative à sa réussite. La crédibilité du projet et la mobilisation du personnel découleront aussi du soutien affiché et constant de la direction, d'autant plus que c'est elle qui dégagera les budgets et le temps nécessaires à sa mise en place.

L'implication de tous les acteurs

Est important que tous les acteurs (collaborateurs, fournisseurs, clients...) soient impliqués dès le début de la démarche afin de susciter l'adhésion.

L'écoute et le dialogue

En restant à l'écoute aussi bien des partisans que des détracteurs du changement, il est possible de recueillir des informations très intéressantes pour améliorer la stratégie de communication. Il est souvent utile de créer des occasions pour que les gens s'expriment, et il faut pouvoir entendre les contre arguments, les râleriez, les plaintes... car parmi ceux-ci, il y a souvent des éléments à prendre en compte pour permettre au projet d'avancer.

Ce dialogue doit aussi permettre de s'assurer que les changements sont réalisables techniquement ou qu'ils n'interfèrent pas avec d'autres procédures déjà mises en place par l'entreprise. Dans le cas contraire, cela pourrait nuire à la crédibilité du projet.

Des messages efficaces

La communication doit donc être claire et structurée. Les messages doivent être courts, simples et efficaces.

En pratique, il est toujours préférable d'employer un message positif plutôt qu'un discours moralisateur ou culpabilisant. Montrer des exemples de changements réussis et faire témoigner certains membres du personnel peut aussi s'avérer pertinent.

La répétition de l'information

Développer une campagne de sensibilisation est un processus de longue haleine qui nécessite un travail continu afin de modifier durablement les comportements et d'améliorer continuellement les résultats. Afin que l'action ne s'essouffle pas, les messages et canaux de communication doivent être renouvelés régulièrement. La répétition est un facteur déterminant pour maintenir la mobilisation car les anciennes habitudes sont tenaces et reprennent vite le dessus.

Conclusion

Dans le troisième chapitre, nous avons traité la communication de sensibilisation comme une action qui vise à informer, sensibiliser et mobiliser auprès d'une cible.

Pour cela, les Parcs Naturels Nationaux adoptent la communication de sensibilisation. D'une part elle a un rôle économique et identitaire en participant à l'image d'un territoire, d'autre part elle permet de vulgariser la connaissance et le respect de la nature en promouvant de l'écotourisme.

Les campagnes de sensibilisation sont une activité la plus utilisée pour atteindre les objectifs d'un plan de communication fixés par une organisation, afin de mieux cibler son public.

La première section est consacrée pour l'explication les éléments de communication de sensibilisation ; définition, démontré sont objectifs et les supports utilisé afin de sensibilisé.

Dans la deuxième section, nous avons mis l'accent sur le rôle de la communication de sensibilisation dans les Parcs Naturels Nationaux, puis sur la démarche à suivre pour réaliser une campagne de communication de sensibilisation et les facteurs de réussite.

Chapitre 04 : L'écotourisme

Préambule

Le tourisme est devenu l'une des activités économiques les plus importantes au monde, mais il ne continue pas à avoir un impact négatif sur l'environnement en particulier. L'écotourisme une des formes du tourisme durable, pourrait constituer la solution recherchée. Dans ce chapitre qui s'intitule l'écotourisme « l'écotourisme », nous allons traiter les éléments importants de l'écotourisme et sa place dans la ville de Bejaia.

L'écotourisme est un nouveau type du tourisme qui se pratique dans les montagnes et en pleine nature, il est le meilleur moyen pour exploiter les sites naturels, la préservation des écosystèmes et le plus important dans la sensibilisation des gens sur l'importance de la nature.

Pour mieux comprendre le concept d'écotourisme, nous avons divisé notre chapitre en sections suivantes :

Dans la première section, nous traiterons le concept de l'écotourisme, définition, évolution, principes, les acteurs et les termes proches à l'écotourisme.

Dans la deuxième section, nous parlerons de l'écotourisme à Bejaia, le plan de gestion et. Et nous allons terminer notre chapitre par une conclusion.

La section 01 : éléments de l'écotourisme

1. Définition et évolution de l'écotourisme

L'écotourisme, bien qu'une sous-branche du tourisme durable, s'est développé avant celui-ci, qui en est pour ainsi dire la racine. En effet, les activités « écotouristiques » se sont développées dans la foulée du mouvement environnemental du début des années 1970. Le terme « écotourisme » lui-même, serait apparu pour la première fois en juillet 1983 en langue espagnole quand l'écologiste mexicain Hector Ceballos-Lascurain a utilisé le mot « ecoturismo » pour décrire les tours écologiques qui participent à la sauvegarde et à la protection des flamants dans l'État du Yucatan. (Azzeddin, 2019)

L'écotourisme est considéré comme un tourisme favorable à l'environnement et la nature ils comporte une parts d'éducation et d'interprétation, Ainsi la définition qu'en donne la TIES (Société Internationale de l'Écotourisme) date de 1991:« L'écotourisme est un voyage responsable dans des environnements naturels où les ressources et le bien-être des populations sont préservés » (Tardif Jonathan, 2003)

Et selon, Organisation mondiale du tourisme (OMT) et Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE), 2002), « l'écotourisme contribue activement à la protection du patrimoine naturel et culturel, il inclut les communautés locales et indigènes dans sa planification, son développement et son exploitation et contribue à leur bien-être »

Le concept d'écotourisme est apparu en plusieurs étapes, les dates les plus importantes de l'apparition de concept de l'écotourisme sont: (Tardif Jonathan, 2003)

1965: utiliser le terme «écotourisme dans un article de HERTZER pour expliquer la relation entre le touriste, l'environnement et la culture.

1973: Service National des Forêts du Canada faisait la promotion d'écotourisme.

1976: BUDOWSKI a utilisé le concept d'écotourisme.

1985: utilisation de ce terme en anglaise dans un article de ROMERIL.

1992: définition de l'écotourisme dans la conférence internationale de Rio de Janeiro.

2. Termes proches et acteurs de l'écotourisme

Des différents termes parents sont fréquemment associés avec l'écotourisme, par exemple les suivants : (Andy Drumm, 2003)

Le tourisme de la nature

Se réfère tout simplement au tourisme basé sur la visite des ressources naturelles. Il entretient des liens étroits avec l'écotourisme mais n'implique pas forcément protection ou durabilité. Il s'applique au genre de tourisme pratiqué actuellement dans un grand nombre de aires naturelles, sans pour autant qu'un plan préalable soit établi ni des mesures de protection promues.

Le tourisme de la nature durable

Est très proche de l'écotourisme mais ne recouvre pas tous les critères du véritable écotourisme. La ligne qui sépare le tourisme de la nature durable et l'écotourisme est subtile mais très importante. Un projet doit satisfaire tous les critères nécessaires énumérés dans la liste antérieure s'il veut correspondre avec exactitude à la définition de l'écotourisme.

Le tourisme scientifique ou de recherche

Se réfère au tourisme ayant des objectifs spécifiques de recherche. Ces types de projet sont courants dans les aires naturelles et contribuent souvent à les protéger.

Le tourisme culturel, ethnographique ou du patrimoine culturel

Concentre son intérêt principal sur les traditions locales et les habitants. Ce genre de tourisme peut être divisé en deux catégories:

Dans le premier cas dans le premier cas et plus conventionnel, les touristes y revivent la culture grâce aux musées et présentations formalisées de musique et de danse dans les théâtres, hôtels et, à l'occasion, dans les communautés elles-mêmes, Souvent, ceci conduit à la transformation de la culture en marchandise dans la mesure où l'adaptation au goût des touristes s'est traduit par la dégradation des traditions culturelles des pays hôtes.

Dans le deuxième cas, le tourisme est plus anthropologique et le visiteur, au lieu de simplement vouloir assister à des manifestations culturelles isolées, y montre une forte motivation à apprendre la culture autochtone. Ce type de tourisme s'apparente, ou forme un élément de l'écotourisme.

Le tourisme vert/durable

Se réfère aux opérations de voyage qui recourent prudemment aux ressources naturelles. Le tourisme vert ou durable peut être considéré comme la partie de l'industrie du tourisme qui

« tourne au vert ». Il est peut-être plus facile de considérer l'écotourisme (qui travaille dans le but de protéger des aires naturelles en recourant au tourisme) et le tourisme durable (qui travaille à rendre toute l'industrie du tourisme plus favorable à l'environnement) comme deux missions cruciales mais distinctes.

3. Principes de l'écotourisme

Blamey (2001), Drumm et Moore (2002), Epler Wood (2002) et Tardif (2003) ont établi les principes essentiels pour mener à bien un projet écotouristique : (Denais Laurent, 2007)

- Engendrer des activités touristiques de faible impact sur les ressources et les aires naturelles protégées ou non ;
- Intégrer les différents acteurs (les particuliers, les communautés, les écotouristes, les opérateurs touristiques et les institutions gouvernementales) lors des phases de planification, de développement, de mise en œuvre et de suivi ;
- Respecter les cultures et traditions locales ;
- Générer des revenus durables et équitables pour les communautés locales et pour le plus d'acteurs impliqués, y compris les opérateurs touristiques privés ;
- Produire des revenus qui seront destinés à la préservation des aires protégées ;
- Éduquer tous les acteurs engagés quant à leur rôle au niveau de la préservation et de la gestion du parcours, afin de maximiser les chances de continuation du projet sur le long terme.

La section 02 : planification de la gestion de l'écotourisme

1. L'écotourisme à Bejaia

La Willaya de Bejaia est connue parmi les villes littorales Algériennes les plus attractives. Elle est dotée d'une arrière-pensée riche et diversifiée en potentialités naturelles et culturelles qui présente un atout pour son développement, pour cela le PNG était créé, elle est une vaste aire naturelle et culturelle, mises en réserve pour protéger des processus écologiques à grande échelle, ainsi que les espèces (Faune et Flore) et les caractéristiques des écosystèmes de la région.

Bejaia est une destination très sollicitée par les visiteurs plus de 8 000 visiteurs sont enregistrés quotidiennement durant la saison estivale, de ce fait, le parc s'engage alors, dans une dynamique que l'on pourrait qualifier de développement durable par l'écotourisme. Un ensemble d'activités mises en place pour atteindre les besoins de leurs visiteurs mais sans compromettre le bien-être de la génération future, voici quelque activité réalisée par le PNG :

Les randonnées pédestres comme la randonnée verte

Est à destination de ceux qui marchent à la fois pour l'effort physique et la découverte de la nature et équiper de matériels et d'équipements nécessaires. Une randonnée de ce type comprend des passages au plus près de la nature et répond aux critères de l'écotourisme. Cela nécessite la présence d'un guide ou une spécificité des lieux. Ainsi, pour livrer des informations sur la nature et mémé culturelle.



Figure 1 : Randonnée verte réalisée par le PNG et l'association Assirem Gouraya.

Les randonnées palmées (subaquatiques) le sentier sous-marin

Installé au départ de la plage des Aiguades et de Boulimat au sein de Bejaia, le sentier sous-marin se visite en nageant en surface muni d'un masque, d'un tuba et de palmes. Le long d'un parcours balisé, et dans quelques mètres d'eau, vous explorez ainsi les petits fonds rocheux pour découvrir la beauté de la vie sous-marine. Elle a été conçue non seulement pour répondre à la motivation des visiteurs. Le parcours peut rester une balade récréative et originale mais il a aussi pour vocation d'être un espace pédagogique dédié à tous les passionnés de la mer.



Figure 2 : Le sentier sous-marin à la plage des Aiguades.

Le pescatourisme

Est une activité qui offre la possibilité aux pêcheurs professionnels d'accueillir à bord de leur embarcation, le temps d'une journée, un certain nombre de personnes différentes de l'équipage, pour une découverte du monde de la pêche professionnelle. Le PNG a un rôle essentiel à jouer en matière de développement local maritime durable et particulièrement dans la préservation de la pêche artisanale de la Willaya de Bejaia.



Figure 3 : le pescatourisme au port de Bejaia.

2. Planification de la gestion de l'écotourisme

Gestion de l'écotourisme et des aires protégées

Lorsqu'on pense à la gestion des aires protégées, la plupart d'entre nous pensent aux plans de gestion en vue d'un parc national particulier ou de tout autre sorte d'aire protégée. Il est toutefois important de comprendre que la planification des aires protégées particulières doit se placer à l'intérieur d'un cadre de planification plus global comportant différents niveaux et composantes. Chaque niveau influe sur les autres en raison du rôle que jouent les aires protégées dans l'accomplissement des objectifs de développement fixés à échelon national et local, lesquels devraient tous se fonder sur le concept de développement durable. (Andy Drumm, 2003)

Les Plans de gestion généraux

Sont généralement élaborés pour chaque aire protégée particulière. Ces plans reprennent les buts et objectifs fixés dans le système pour aires protégées et les appliquent aux circonstances naturelles et culturelles. Ce plan est un ensemble des stratégies, des programmes et des activités ayant pour but d'atteindre ces objectifs. Le plan de gestion est conçu de manière à fournir aux gestionnaires d'aire protégée les lignes directrices que devront orienter sa gestion sur une période de cinq ans ou plus. Des plans plus détaillés pourront alors être dérivés du plan de gestion.

Les Plans de conservation du site

Peuvent être élaborés en complément aux plans de gestion généraux dans le but d'en concentrer l'optique sur des points particuliers ou bien, dans certains cas, en tant qu'alternative. Il peut identifier l'écotourisme soit comme une stratégie en vue de réduire les menaces portant sur un site soit comme une source de financement qui sera destinée à la conservation. Dans les deux cas, un plan de gestion de l'écotourisme est requis.

La meilleure façon de les développer un plans de gestion, les leçons majeures qui peuvent en être tirées sont les suivantes :

- Les aires protégées doivent être planifiées en tant que partie intégrante du développement de la région et du pays dans lequel elles sont situées.
- Les objectifs de gestion devraient orienter la planification à tous les niveaux.
- La meilleure planification se réalise grâce à une équipe de personnes rassemblant des représentants de disciplines, institutions et points de vue différents. Les organisations

des communautés locales, les opérateurs touristiques et les gouvernements devraient faire partie de cette équipe de planification.

- Une bonne planification dépend de la participation effective de tous les acteurs importants. Concernant un plan de gestion de l'écotourisme, ces acteurs se recrutent parmi toutes les personnes et institutions impliquées dans la mise en œuvre du programme d'écotourisme à l'intérieur de l'aire protégée ou toute autre aire naturelle.

Les participants au processus de planification

- Personnel de l'aire protégée,
- Les spécialistes/scientifiques,
- Organisations non gouvernementales (ONG),
- Personnes issues de la communauté,
- Les opérateurs touristiques,
- Agences gouvernementales.

3. Enjeux de l'écotourisme

L'importance du concept de l'écotourisme qui est de plus en plus remarquée dans le monde, nous amène à s'intéresser aux enjeux l'écotourisme positif et négatif, qui se centrent sur les trois piliers comme suit: (Tardif Jonathan, 2003)

Tableau 2 : Enjeux positifs et négatifs de l'écotourisme

	Economiques	Socioculturels	Environnementaux
Les enjeux positifs	<ul style="list-style-type: none"> -Génération de revenus directs grâce aux écotouristes. -Initiation de projet de développement et financement de micro projet de développement. -Création d'emplois (guide, transport, réception) 	<ul style="list-style-type: none"> -Sensibilisation des écotouristes et des populations locales à l'environnement. -Expériences éthiques et spirituelles. -Ouverture d'esprit. -Accessibilité des expériences a un large éventail de la population. 	<ul style="list-style-type: none"> -stimule la protection de l'environnement. -Encourage la restauration et la conservation des habitats modifie. -Permet la participation active des écotouristes à la mise en valeur de l'habitat.

Les enjeux négatifs	-Coût de démarrage et coût du maintien des sites a l'état. -Incertitude des revenus (réduction des touristes par exemple). -Coûts dus aux importations de produits étrangers pour satisfaire les écotouristes.	-Facteur de destruction social, commercialisation des rites culturels et observation de cérémonies religieuses. -Domination des élites étrangère et non appropriation des projets écotouristiques par la population locale. -Opposition de cultures.	-Danger que la capacité de charge de l'environnement dû à une croissance rapide de nombre de touristes. -Perturbation de la faune et de la flore.
----------------------------	--	--	--

Source : Revue «Écotourisme et développement durable » (Tardif Jonathan, 2003)

Réussir une sortie découverte par un Parc Naturel

Pour réussir une sortie découverte du Parc choisi, nous pourrons suivre ses conseils suivants :

- Préférer les groupes ne dépassant pas les 20 personnes par sortie. Il est préférable que le groupe soit composé de personnes issues de la même génération (âge proche).

- Contacter bien avance la direction du parc national choisi (au moins une semaine) pour que les conditions d'accueils et de prises en charges soient optimales. Le contact doit se faire par demande officielle de l'organisme d'affiliation

- La sortie pouvant durer plusieurs heures, il est préférable de démarrer tôt le matin, pour arriver entre 8h30 et 9h du matin au siège du parc (présence effective des cadres du parc national). On pourrait vous proposer sur place une visite du musée de la nature appartenant à l'aire protégée, mais aussi vous donner une conférence de présentation du parc dans une salle de conférence dédié à cet aspect (salle dont la capacité ne dépasse pas les 30 individus en gé-

nérale), donc prévoir tout cela dans votre planning de la journée. Ce dernier peut être réalisé en étroite collaboration avec la direction du parc national

- Après le musée et la conférence, on vous proposera une randonnée pédestre de découverte du patrimoine du parc, prévoir donc que chaque personne appartenant au groupe puisse ramener des chaussures de terrain, de l'eau et un casse-croûte léger, car la marche peut durer assez longtemps.

- Bien suivre les recommandations des agents du parc et suivre les recommandations. Essayer de maintenir le plus possible la discipline du groupe surtout pour les plus jeunes (vous pouvez leur donner un quart d'heure libre sans trop s'éloigner du groupe, au moment du repas). N'hésitez pas à poser des questions aux cadres du parc, autant que nécessaire.

- Il serait souhaitable de prendre avec soi, un appareil photographique et un carnet de notes, mais pourquoi pas en plus un dictaphone, disponible dans la plupart des Smartphones, pour enregistrer les explications des agents du parc et des encadreurs.

- Au retour demander à vos apprenants de préparer une synthèse sous forme d'exposé photographique sous format papier et sous format numérique. Cette synthèse pourra aussi être affichée sous forme de poster ou diffusée dans le site de la structure ou sur les réseaux sociaux.

Conclusion

Dans le quatrième chapitre nous avons analysé le concept de l'écotourisme, considéré comme une nouvelle forme de tourisme qui s'oriente vers la nature.

La première section est consacrée pour l'explication de la notion de l'écotourisme par une brève définition, son évolution et les termes proches à l'écotourisme, enfin, nous avons montré quelques principes essentiels de l'écotourisme.

Dans la deuxième section, nous avons démontré la place de l'écotourisme dans la Wilaya de Bejaia, ensuite nous avons présente quelques concepts de planification fondamentaux indispensables à l'élaboration des plans de gestion de l'écotourisme. Enfin nous avons mis l'accent sur l'ensemble de ses enjeux, les étapes pour réussir une sortie découverte du Parc Naturel.

Cadre pratique

Cadre pratique

Chapitre05 : Présentation des données

1. Présentation du lieu de la recherche

Cette partie, est consacrée à une présentation de l'organisme d'accueil, qui porte sur l'histoire de sa création, ses activités et ses potentialités.

Il s'agit donc, de se présenter le terrain le quel nous avons effectué notre recherche au PNG.

Création du PNG

Il a été créé par le décret n° 84/327 du 03 novembre 1984 et régit par un statut fixé par le décret 83/458 du 23 juillet modifié et complété par le décret n° 98/216 du 24 juillet 1998 fixant le statut type des parcs nationaux.

En 2013, un nouveau décret fixant le statut type des parcs nationaux vient d'être promulgué, conformément à la loi n° 11-02 du 17/01/ 2011 relative aux aires protégées, il s'agit du décret n°13-374 du 9/11/2013.

En 2004, le parc a été classé Réserve de biosphère par le conseil international de coordination du programme l'homme et la biosphère (MAB) de l'UNESCO à Paris. Il à laquelle s'ajoute une zone marine de 11,5 Km de côte et une zone lacustre de 2,5 ha. Le parc occupe une superficie de 2080 ha et il est situé entièrement dans la commune de Bejaia. La création du parc est justifiée par les richesses naturelles exceptionnelles de beaux paysages et multiples espèces végétales et animales dont la préservation s'impose.

Un centre d'éducation environnemental a été construit au niveau du lac Mézaia et inauguré le 02 février 2005. En 2013, ce centre a été réaménagé en un centre d'Education et de Sensibilisation du Public (CESP) pour demeurer en contact permanent avec les établissements scolaires et leur permettre de découvrir notre patrimoine. Il est doté d'un musée de l'histoire, d'un musée des microsystèmes et du cycle de l'eau, d'un mini laboratoire et d'une salle informatique.

Le centre d'éducation et de sensibilisation du public à un double objectif:

- Gestion de la zone humide (Lac Mézaia)
- Exécution du programme d'éducation environnementale.

Situation et limites géographiques

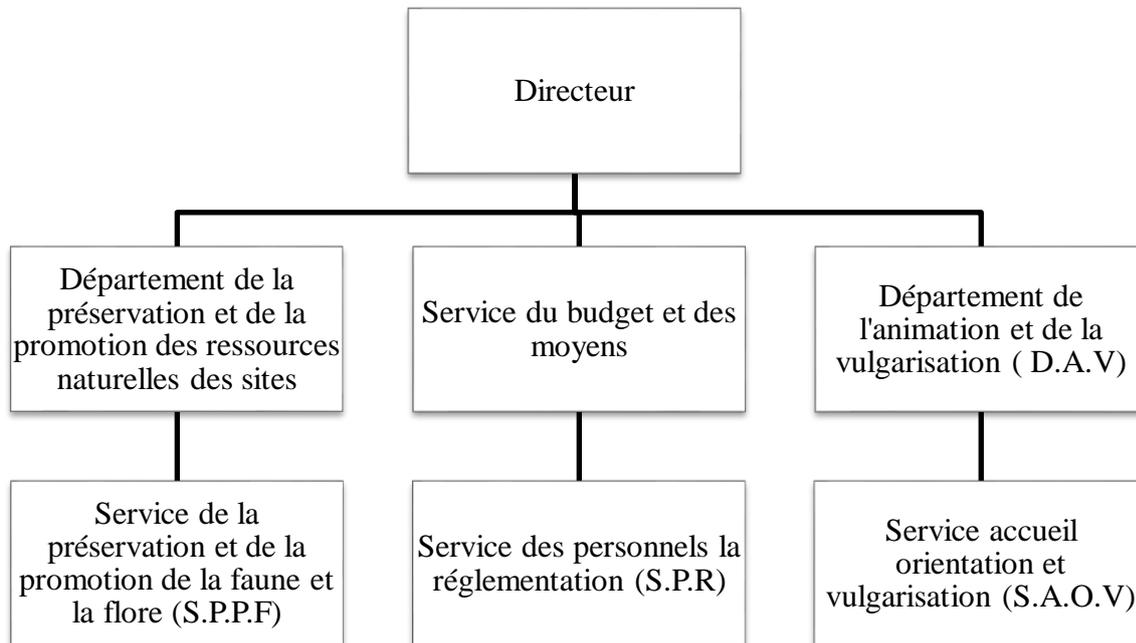
Le Parc National du Gouraya (PNG) est situé sur la côte est algérienne et fait partie de la chaîne côtière de l'Algérie du Nord. Il s'ouvre sur la Mer Méditerranée sur une longueur de 11,5 km. Ses coordonnées géographiques sont de 36° 46' latitude Nord et 05° 06' longitude Est. Il est situé entièrement dans la commune de Bejaia à 127 km à l'Est de Tizi Ouzou, 110km au nord-est de Sétif, 96 km à l'ouest de Jijel et 239 km au sud-est de Constantine.

Le Gouraya est un parc national côtier, situé à la limite immédiate de la ville de Béjaia. Il occupe le massif montagneux qui surplombe cette ville.



Figure 4 : Carte de situation du Parc National du Gouraya

Organigramme du PNG



Source : PNG

Les objectifs assignés au PNG

Le Parc National du Gouraya est une aire protégée qui renferme des ressources naturelles importantes qu'il faut préserver contre toute forme de dégradation. Sa mission est de promouvoir et de mettre en œuvre des actions diversifiées de protection des ressources naturelles, de sensibilisation et d'éducation à l'environnement.

Les activités du PNG

Les activités du PNG reposent sur 03 grands axes :

Activités de protection

- Contentieux: Suivi de tous les délits et les infractions commises à l'intérieur du Parc.
- Protection des sites et monuments historiques.
- Protection de la faune, de la flore et de l'avifaune particulièrement les espèces en voie de disparition.
- Protection et amélioration du couvert végétal en reboisant les terrains nus.
- Protection de la forêt contre toute dégradation (incendies, coupes d'arbres ... etc.)

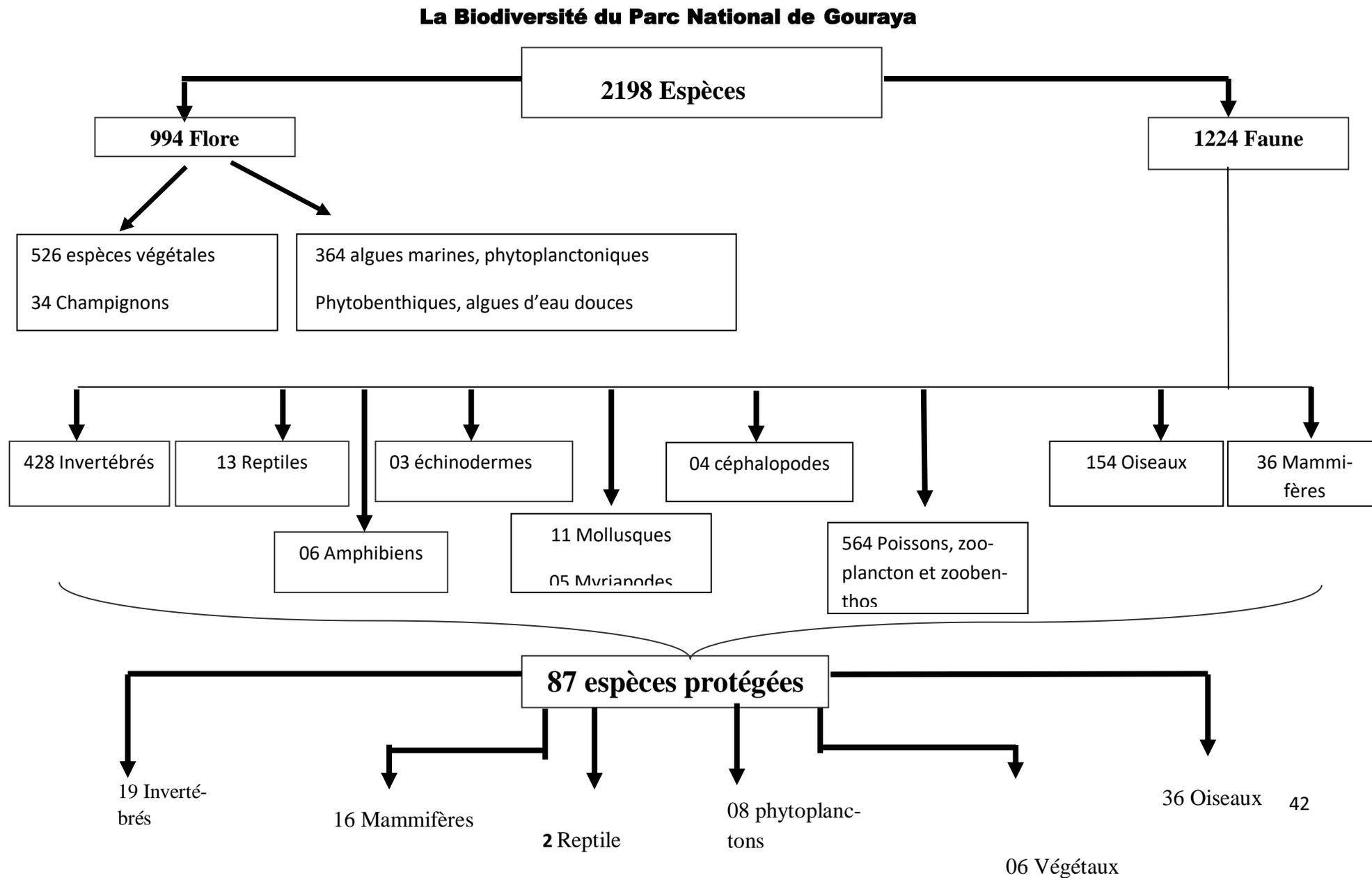
Activités de sensibilisation

- Education environnementale (Sensibilisation du public sur la protection de l'environnement avec l'organisation d'expositions, de conférences dans les lycées et les écoles et de sorties pédagogiques)
- Intégration des populations riveraines (plantation d'arbres, distribution de ruches, ouverture de pistes, aménagement des points d'eaux...etc.)
- Communication et information (Confection et distribution de documents de sensibilisation au public)
- Accueil et orientation (Aménagement des écomusées, aires de jeux, aires de repos, installation d'une signalétique)

Activités de recherche

- La biodiversité, le développement durable et la surveillance écologique du territoire.

Schéma 1 : La Biodiversité du Parc National de Gouraya



Il y a 87 espèces protégées au niveau international et qui nécessite une protection particulière ont été recensées dans le PNG.

Patrimoine culturel

Sites historiques

Il y a 15 sites historiques sont situés à l'intérieur du territoire du PNG, parmi ces derniers nous citerons:



Figure 5 : Muraille hammadite



Figure 6 : Fort Lemerchie



Figure 7 : Fort de Gouraya .



Figure 8 : Tour Doriac

Sites touristiques et pittoresques

Il y a 09 sites touristiques ont été recensés au Parc National dont les plus importants sont :



Figure 9: Cap carbon



Figure 10 : Cap Bouak



Figure 11 : Pic des singes



Figure 12 : La baie des Aiguades



Figure 13 : La corniche du cap carbon

Les infrastructures d'accueil

Le parc a mis à la disposition des touristes plusieurs infrastructures d'accueil et d'orientation afin de découvrir la beauté exceptionnelle du parc en toute quiétude :

- Un écomusée au niveau de la maison du parc « Ecomusée des microsystemes Biologique de synthèse »
- Un musée de géologie et un centre de documentation spécialisé au niveau du Bois sacré.
- Un Centre d'Education et de Sensibilisation du grand Public au centre-ville de Bejaia (lac Mézaïa) spécialisé dans la faune et la flore marine et d'eau douce.
- Un musée spécialisé dans le savoir-faire local au niveau des 13 martyrs sur les hauteurs de sidi Ahmed.
- Un centre de réhabilitation du savoir-faire local au niveau du plateau des ruines.
- Des sentiers pédestres pour les randonnées.
- Des aires de détente et de loisirs.
- Des parkings pour le stationnement des véhicules.

Les contraintes majeures du PNG

Parmi les contraintes majeures ayant une influence directe sur la gestion de l'espace protégée :

- Trois (03) carrières d'agrégats : carrière E.N.O.F, carrière E.T.R et carrière S.N.T.P
- Une Station d'enrobés
- Une décharge sauvage de la commune de Bejaia.
- Les incendies répétés
- Pollution des sites (déchets solides)
- L'urbanisation anarchique
- La sur fréquentation
- Les défrichements
- Le piégeage
- Capture du Chardonneret

Les objectifs à court termes du PNG

- Intégration de la partie marine dans le parc et son classement en une aire marine protégée.
- Classement de la zone humide du lac Mézaia en site Ramsar.

Ce que les visiteurs doivent savoir

- Nourrir les singes perturbe leur comportement naturel, nuit à leur santé et les rend dépendant.
- Ne pas chasser les animaux du parc.
- Le chardonneret est plus beau dans la nature, ne l'enfermer pas dans une cage.
- Les incendies de forêts contribuent à l'extinction des espèces, alors évitez d'allumer des feux en forêt surtout en été.
- Les bruits assourdissant dans le parc, dérangent les oiseaux et les animaux.
- Les déchets défigurent le paysage et détruisent les écosystèmes, alors gardez la nature propre et mettez les déchets dans des poubelles.
- Les animaux consomment l'eau des sources dans la nature, il ne faut pas les souiller avec les détergents.
- Les zones humides sont des sources de vie pour de nombreux êtres vivants (oiseaux, plantes, poissons, invertébrées ...Ets) alors préservez les.
- On capturant les espèces d'oiseaux et on détruisant leurs nids vous contribuez à la disparition de ces espèces.
- Ne mutilez pas les arbres, ne cueillez pas les plantes et les fleurs, photographiez les plutôt pour que les générations futures puissent en profiter elles aussi.
- Ne pas allumer les feux dans le Parc surtout en été, celui-ci peut provoquer un incendie.
- Respecter les panneaux de signalisations.

2. Présentation des données de la recherche

Dans notre mémoire de recherche nous avons réalisé une enquête autour d'un échantillon qui regroupe 11 cadres du PNG. À cet égard, nous avons choisi l'échantillonnage non probabiliste, typique, il nous a permis de choisir un nombre raisonné et limité d'enquêtés.

Nous avons sélectionné nous enquêtés selon certaines caractéristiques, comme leur fonction professionnelle et qu'ils sont les mieux placés pour servir notre étude qui est la pratique de la communication de sensibilisation auprès des visiteurs pour renforcer les activités de l'écotourisme.

Notre enquête finale était au mois de mai et juin 2022. Nous avons réalisé un guide d'entretien comprend un ensemble de question répartir en trois axes :

Axe 1 : Information personnelles.

Axe 2 : Pratique de la communication de sensibilisation.

Axe 3 : la communication de sensibilisation du parc national du Gouraya développe les activités de l'écotourisme.

Nous avons mené 11 entretiens semi-directifs auprès de notre échantillon de recherche au PNG, qui sont :

- Chef de département de la sensibilisation et de la vulgarisation (D.S.V)
- Directeur du PNG.
- Chargé de l'écomusée central.
- Responsable du centre d'éducation et sensibilisation du public (C.E.S.P)
- Chargé de sensibilisation et chef de projet COGITO.
- Adjoint de chef du secteur.
- Chef de secteur oriental.
- Chargé du dossier contentieux.
- Chargé de la recherche scientifique.
- Chargé de la section III BF.
- Chef de département de protection.

Tableau 3 : Présentation de notre échantillon de l'étude

Variable d'identification	Age	Formation	Grade	Fonction	Ancienneté	La date
Enquête N°1	52 ans	Ecologie environnemental : pathologie d'écosystème	Conservateur divisionnaire des fores	Chargé de sensibilisation et chef de projet COGITTO.	23 ans	Le 28/05/2022
Enquête N°2	44 ans	Ingénieur	Officier supérieur conservateur principale	Directeur	17 ans	Le 28/05/2022
Enquête N°3	52 ans	Technicien paysagiste	Inspecteur principal des forêts	Charger de l'écomusée central du PNG	27 ans	Le 28/05/2022
Enquête N°4	42 ans	Ingénieur en agronomie spécialité forestier	Conservateur divisionnaire des forêts	Responsable du centre d'éducation et de sensibilisation	12 ans	Le 29/05/2022
Enquête N°5	57 ans	Ingénieur d'état en agronomie	Ingénieur principal en agronomie	Chef département de sensibilisation et de vulgarisation	27 ans	Le 29/05/2022
Enquête N°6	56 ans	Ecologie et environnement	Conservateur divisionnaire des forêts	Chef de secteur oriental	20 ans	Le 30/05/2022
Enquête N°7	54 ans	Brigadier	Brigadier	Adjoint de chef du secteur	25 ans	Le 30/05/2022

Enquête N°8	49 ans	Ingénieur d'état en écologie et environnement	Conservateur principal des forêts	Chef département de protection	24 ans	Le 30/05/2022
Enquête N°9	59 ans	Ingénieur forestier	Conservateur principal	Chargé de la section III BF	29 ans	Le 31/05/2022
Enquête N°10	50 ans	Ecologie et environnement	Conservateur divisionnaire	Chargé de la recherche scientifique	22 ans	Le 31/05/2022
Enquête N°11	45 ans	Technicien des forêts (ITEF de Batna)	Inspecteur principal des forêts	Chargé du dossier contentieux	13 ans	Le 31/05/2022
Cadre spatiotemporel	Nos entretiens sont effectués au niveau de la direction générale du parc dont chaque entretien a duré presque une heure et demi.					

Source : Notre enquête.

Ce tableau ci-dessus représente les enquêtes de notre étude et leurs informations personnelles.

Chapitre 06 : Présentation des résultats

3. Analyse et interprétation des données

Dans le présent chapitre nous allons procéder à l'analyse des informations recueillies sur le terrain afin de répondre à notre problématique de recherche, en vue d'interpréter les résultats de l'enquête et de connaître comment la communication sensibilisation du Parc National du Gouraya a-t-elle favorisé l'émergence de l'écotourisme.

Pour cela ce chapitre est subdivisé en trois (03) axes principaux, le premier axe porte sur les informations personnelles des enquêtés, le seconde axe porte sur l'analyse des données relative à la pratique de la communication de sensibilisation et le troisième axe relative à la communication sensibilisation du Parc National du Gouraya développe les activités de l'écotourisme.

Axe N°1 : les caractéristiques des personnes interrogées

(Les chiffres sont utilisés à titre indiqués au typique et réduit)

Tableau 4 : Répartition de l'échantillon selon l'âge

L'âge	Effectif	Pourcentage%
[40-49[4	36,36
[50-59[7	63,63
Total	11	100

Le tableau ci-dessus nous montrent les différents tranches d'âge de nos enquêtés, et la tranche la plus dominante est celle de [50-59 [ans avec 63,63% puis la tranche [40-49 [ans qui représente 36,36%. Nous constatons que la catégorie la plus dominante du PNG est une catégorie potentiellement expérimentée dans la pratique de la communication de sensibilisation.

Tableau 5 : Répartition de l'échantillon selon la formation

Formation	Effectif	Pourcentage%
Ingénieur en agronomie spécialité foresterie	1	9,09
Ingénieur	1	9,09
Paysagiste des forets	1	9,09
Ingénieur en écologie et environnement/pathologie des écosystèmes	1	9,09
Ingénieur d'état en agronomie	1	9,09
Brigadier	1	9,09
Ecologie et environnement	2	18,18
Ingénieur forestier	1	9,09
Ingénieur d'état en écologie et environnement	1	9,09
Technicien des forets (ITEF de Batna)	1	9,09
Total	11	100

Le tableau ci-dessus nous indique que les profils de formation de notre échantillon sont différents en fonction, par rapport au besoin du PNG, ces profils de formations de notre échantillon montrent leurs spécificités dans chaque domaine, et la formation qui revient est celle « d'Ecologie et environnement », ce qui explique l'essentiel de l'activité de cette organisation à la protection des espèces endémiques.

Tableau 6 : Répartition de l'échantillon selon le grade

Grade	Effectif	Pourcentage%
Conservateur divisionnaire des forêts	4	36,36
Officier supérieure observateur principal	1	9,09
Inspecteur principal des forets	2	18,18
Ingénieur principal en agromonie	1	9,09
Brigadier	1	9,09
Conservateur principal des forets	2	18,18
Total	11	100

Ce tableau ci-dessus nous indique que la majorité de nos enquêtés, ont pour objectif de créer a personnel de profil de grade conservateur divisionnaire des forets, qui est la fonction principale du PNG à savoir la protection et la préservation de la faune et la flore.

Tableau 7 : répartition de l'échantillon selon la fonction

Fonction	Effectif	Pourcentage%
Chef de département de la sensibilisation et de la vulgarisation (D.S.V)	1	9,09
Directeur du PNG	1	9,09
Charger de l'écomusée central	1	9,09
Responsable du centre d'éducation et sensibilisation du public (C.E.S.P)	1	9,09
Chargé de sensibilisation et chef de projet COGITO	1	9,09
Adjoint de chef du secteur	1	9,09
Chef de secteur oriental	1	9,09
Chargé du dossier contentieux	1	9,09
Chargé de la recherche scientifique	1	9,09
Chargé de la section III BF	1	9,09
Chef de département de protection	1	9,09
Total	11	100

Ce tableau ci-dessus nous indique les différents postes de travail occupé par notre échantillon dans l'organisme du PNG, nous avons constaté que la structure de travail est gérée d'une façon optimale pour atteindre leurs objectifs de sensibilisation et de vulgarisation.

Tableau 8 : répartition de l'échantillon selon l'ancienneté

Ancienneté	Effectif	Pourcentage%
[12-19[3	27,27
[20-27[7	63,63
[28-35[1	9.09
Total	11	100

Sur le tableau ci-dessus sont indiquées les fonctions du personnel par apport à l'ancienneté, ce qui nous amène à constater que 63,63% de l'effectif total étaient concernés par la catégorie de [20-27[ans d'ancienneté, ensuite la catégorie [12-19[représente 27,27%. Cette statistique explique la capacité et la stabilité du personnel à améliorer diverses activités du PNG.

Axe N°2 : la pratique de la communication de sensibilisation

Dans ce deuxième axe, nous focaliserons sur les activités aménagées par le PNG qui est liées à la sensibilisation des publics dans le cadre de la communication.

- Communication de sensibilisation sur le développement de la sensibilité des publics sur l'écotourisme.

Après la réalisation de notre enquête de recherche sur le terrain, nous avons interviewé l'ensemble de notre échantillon du PNG aux sujets prioritaires insiste plus pour développer la sensibilité des publics à l'écotourisme.

Nous constatons que nos enquêtés qui en plus d'expérience et d'ancienneté il considère que les risques premiers en rapport avec l'écotourisme sont : les incendies de forêts provoqué par les feux de camps, nourrissage du singe « Magot »

D'après leurs réponses, la communication de sensibilisation est réalisée selon le système de priorité. A chaque période estival ils insistent le plus sur la sur fréquentation de ces sites à cause du tourisme de masse et sur les incendies car elles sont provoquées par les riverains. Ils luttent contre le nourrissage du singe et la pollution puisque le parc est brisé par l'urbanisation anarchique.

L'interviewé N°1 : le chargé de sensibilisation et chef de projet COGITO a lancé que : «... l'ensemble des activités faite par le PNG est une la lutte pour sensibiliser le public, et au même temps, pour les inciter à l'écotourisme...»

Le chargé de la recherche scientifique à rajouter que « sensibiliser et mobiliser les visiteurs d'une manier professionnelle, donc nous contribuons au développent du tourisme écologique dans la willaya de Bejaia »

Cette communication est pour développer la sensibilité de la population riveraine et les usagers du parc à l'écotourisme.

Comme nous l'avons abordé dans la deuxième étude antérieure, qui est réalisée par Abrika Bélaïd, montrer l'intérêt de l'implication des communautés locales dans le développement touristique de leurs régions et de réussir la conservation de la nature.

➤ Contenus de sensibilisation diffusés.

Après l'analyse des dires recueillis auprès de notre échantillon, nous n'avons constaté que les messages de sensibilisation véhiculée par le PNG visent de différents niveaux qui sont liée à la cible, nous citons : les enfants, les étudiants, les professeurs, les scientifiques, les riverains, les associations et les partenaires dans le but de conservation de la nature comme un capital vital à préserver.

D'apprêt l'approche théorique adoptée, la communication engageante repose sur les arguments de sensibilisation et de persuasion partagée pour avoir un impact au niveau des attitudes et au niveau du comportement.

Leur communication dépend de l'objectif et de connaissance partagée : faire connaître le parc au public, informer que le parc est une aire protégée, éduquer à l'environnement, orienter vers le comportement écotouristique, sensibiliser et vulgariser à la préservation des richesses du parc à la protection faune et la flore.

Ce qui est des moyens utilisés par la direction du PNG pour la diffusion de ces messages et du contenu de la communication de sensibilisation sont divers ; des journées d'information (visite pédagogique/ universitaire), des expositions thématiques dans les musées, les expositions sur le terrain (les panneaux d'information/signalisation, les affiches), les campagnes de sensibilisation et les réseaux sociaux.

Le chef de département de la sensibilisation et de la vulgarisation a souligné que : « la cible prioritaire dans le parc est la jeune génération »

Le PNG coordonne ses programmes de communication de sensibilisation de plus avec les établissements scolaires (primaires, moyens et lycées....) de la wilaya de Bejaia, car ils sont très jeune et très attentif au message diffusé, pour garantir la durabilité du patrimoine naturel et culturel du parc dans l'avenir, et sa disparition risque d'entraîner un déséquilibre qui conduira naturellement à faire disparaître la source de vie dans la région.

- Communication sur les risques à prendre en considération chez les publics.

D'après les données récoltées, nous avons pris connaissance que le PNG prend en considération les niveaux de compréhension des publics dans les messages et les contenus fournis et formulés sur les risques de l'écotourisme.

Les messages sont formulés en fonction des risques : le tourisme de masse qui peut être un élément destructeur du parc, le nourrissage du singe qui est un animal signalé dans la liste rouge des animaux menacés UICN, l'urbanisation anarchique qui menace l'abri des singes, la réalisation des campagnes de sensibilisation en fonction de la cible visée, les expositions et les ateliers pour atteindre leur objectif principal qui est de modifier leur mentalité et instaurer les règles de bonne conduite à la préservation des sites naturels et culturels de la willaya.

Comme le témoigne notre enquête N°5 : « avant d'établir un message de sensibilisation, les spécialistes du domaine essaient de connaître les critères de la cible pour fixer nos objectifs »

Aussi le témoin N°4 a dit que : « ...autant que la stratégie principale du parc est la stratégie pédagogique dans la sensibilisation à la biodiversité, donc notre cible est déjà connue à travers notre expérience.. »

L'expérience des personnels joue un rôle important dans le travail de communication de sensibilisation à l'écotourisme au sein du PNG.

Axe N°3 : la communication de sensibilisation du parc national du Gouraya développe les activités de l'écotourisme

Dans ce troisième axe, nous traiterons la pratique et les activités de la communication de sensibilisation du PNG dans elle favorise et elle développe l'écotourisme.

- Communication sur les comportements écotouristique à façonner chez les publics.

D'après la réponse de nos enquêté sur la question suivante : Dans votre communication de sensibilisation, comment présentez-vous les comportements écotouristiques à façonner chez les publics ?

Il a annoncé l'enquêté N° 8 que : « l'écotourisme doit être thématique, orienté, guidé et accompagné dans ce sens nous sommes en train de sauvegarder et de préserver le parc par l'instauration des habitudes et des comportements responsable »

Les comportements écotouristique indiqué et valorisé par le PNG afin d'informer l'ensembles des visiteurs aux de bonnes pratiques et attitudes responsables à l'environnement, on cite le respect des règles de bonnes conduites lors d'une randonnée , respecter les sentiers pédestres et botaniques , admirer les espèces animales de loin et s'abstenir de les nourrir .

A propos des comportements non écotouristiques qui constituent des risques sur le PNG sont : la pollution sonore qui peut être un élément perturbateur pour les différents espèces animales (le bruit des voitures, la musique), la pollution des sols et des terres (déchets plastiques) provoquée par les citoyens locaux, le nourrissent du singe, qui ce dernier peut causer l'extinction de cette espèce, car le singe Magot se nourrit de ce qu'il trouve dans son habitat naturel (glands, champignons, insectes, fruits...) .sans négliger la sur fréquentation du parc par le tourisme de masse qui ce dernier contribue à la dégradation de ce patrimoine.

Le chef de secteur oriental a dit que : « nous ne pouvons pas assurer la protection son passé par la sensibilisation, il faut bien communiquer les comportements écotouristiques et bien sensibiliser par rapport aux comportements non écotouristiques pour espérer atteindre nos objectifs»

La communication vise à préserver et valoriser les richesses écotouristiques exceptionnelles du parc, la préservation et le sauf garde de la faune et la flore des sites naturels d'une part, et d'autre part, la mise en valeur des sites historiques pour assurer leur développement durable.

➤ Communication sur les pratiques et les équipements accompagnement des publics.

La communication de sensibilisation est un levier dans la promotion et le développement de l'écotourisme, elle permet une meilleure mise en valeur des potentialités des sites touristique par la réalisation des équipements et des aménagements pour l'accompagnement du public, pour cela le PNG veille afin de réussir à mettre un ensemble de dispositions comme :

- l'instruction des 5 musées ; de biologie, de géologie, de bio marin, du savoir-faire et de bois sacré.
- L'organisation des randonnées vertes pour admirer la nature.
- Des sentiers sous-marins lancés le 13 juin 2022 à la plage de Boulimat et les aigüades, pour répondre à la motivation des visiteurs et les passionnés de la mer.
- Le pescatourisme (la pêche touristique) est une activité pour embarquer des visiteurs à bord de bateaux et vivre une journée d'un pêcheur.
- Le parc encourage le sport des montagnes en collaboration avec des associations.
- Aussi, l'aménagement des espaces 5 à 6 aires de jeu et de détente (tables / bons), conteneurs à déchets, des panneaux d'information de signalisation, des parkings, des documents spécialisés, des brochures, des dépliants, des posters et des affichages.
- La construction de forêts récréatives pour mettre en évidence le tourisme écologique (comme la ferme pédagogique)

Le chargé de la section III à déclarer que : « le PNG est considéré comme le parc mieux équipé pour le mieux la pratique de l'écotourisme. Son écomusée dispose d'une exposition permanente de documentation scientifique permettant aux visiteurs de comprendre la richesse du parc et les enjeux de protection de l'environnement »

Comme nous l'avons abordé dans l'approche théorique, le principe de la communication engageante consiste à faire précéder la diffusion d'un message persuasif de la réalisation d'un acte préparatoire consistant avec le message de développement de l'écotourisme pour promouvoir de nouveaux comportements.

Dans ce sens nous avons constaté que ces aménagement d'accompagnement c'est des éléments fondamentaux qui favorisent la fonction écotouristique qu'elle est une solution durable pour la préservation de la biodiversité.

➤ Communication sur la visite écotouristique.

À la lumière des constats dressés par les spécialistes de différentes fonctions sur l'importance de la visite écotouristique au PNG et la communication joue un rôle prépondérant dans sa réussite.

D'apprêt le chargé de l'écomusée central : « Avec notre communication de sensibilisation du PNG nous avons reçu des visiteurs venus du sud de l'Algérie pour pouvoir découvrir les sites exceptionnels du parc ».

Notre analyse nous amène à présenter ses conseils pour une visite bien guidée :

- Avant toute visite guidée, il est préférable de se renseigner auprès de la direction du PNG.
- Il est préférable que les groupes ne dépassant pas les 20 personnes par sortie, issues de la même génération (enfants, étudiants, professeurs...) pour faciliter la communication et la transmission des informations voulues.
- Ce présenté au siège du PNG le matin, accueillez par les cadres du parc.
- Une visite proposée sur place auprès de l'écomusée qui dispose une exposition permanente de documentation scientifique (dépliants, autocollants..) permettant aux visiteurs de comprendre la richesse du parc et les enjeux de protection de l'environnement, assister à une conférence de présentation du parc comme une richesse patrimoniale historique et pittoresque (quantité /qualité de ces ressources)
- Par la suite, selon le thème de la visite ils vous invitent à une randonnée pédestre, à une randonnée palmée...
- A la fin, une synthèse pourra être affichée sous forme de poster diffuser sur les réseaux sociaux.

Nous pouvons dire que la communication de sensibilisation du PNG est un facteur essentiel dans une visite écotouristique qui consiste à bien informer et sensibiliser l'ensemble des visiteurs afin qu'il adopté le comportement de la préservation de la faune et de la flore.

4. Discussion des résultats

Nous allons exposer nos résultats de l'enquête effectuée au sein du PNG, communication des parcs naturels : de la sensibilisation à la mise en tourisme, et d'essayer d'apporter une réponse à notre question de recherche.

À travers les différents entretiens menés auprès de nos enquêtés pendant l'enquête sur le terrain, nous avons pu collecter un ensemble de données qui nous a aidées à éclairer la relation entre les activités de la communication de sensibilisation et développement de l'écotourisme.

Tous nos enquêtés reconnaissent l'importance de la communication de sensibilisation dans leurs organisme, car elle occupe une place fondamentale au sein du PNG, dans la réalisation de ses objectifs de sensibilisation et vulgarisation du patrimoine naturel et culturel de la ville de Bejaia.

Le premier objectif du PNG est de sensibiliser pour protéger, ce qui a valorisé l'activité écotouristique au sein de cette dernière, à travers l'intégration des parties prenantes (APC, APW, les forces de l'ordre...)

La communication de sensibilisation du PNG prend en charge l'écotourisme en valorisant ses fonctions et son authenticité de réserve naturelle abritant un patrimoine vivant et culturel bâti. Il a été reconnu comme réserve de biosphère par l'UNESCO, ce qui l'a fait de lui une destination privilégiée par les visiteurs de la willaya de Bejaia et même de d'autre willaya de l'Algérie.

Conclusion

Conclusion

Tout au long de ce mémoire de recherche effectuée au niveau de la direction du PNG de Bejaia, ayant pour le thème : « la communication des parcs naturels : de la sensibilisation à la mise en tourisme », nous avons essayé de comprendre la contribution de la communication de sensibilisation comme pratique dans le processus de développement de l'écotourisme.

D'une part, la lecture des résultats obtenus lors de notre enquête et après les avoir traités et analysés nous avons pu constater que la bonne stratégie de communication de sensibilisation est une factrice indéniable pour renforcer les perspectives de la protection, la préservation et la valorisation des sites pittoresques et historiques, aussi, elle est une stratégie planifiée dépend dû la cible et l'objectifs déterminer pour adopter un comportement ou un engagement respectueux envers la nature.

D'autre part, l'analyse des entretiens effectués avec les différents acteurs de l'organisation nous a permis de démontrer que la communication de sensibilisation est le pilier pour le bon fonctionnement de toute activité, elle occupe une place primordiale dans la mise en écotourisme du patrimoine naturel et culturel de la ville de Bejaia et de réussir sa durabilité comme une destination pour la génération future.

Pour finir, nous pouvons dire que nous n'avons pas atteint ce troisième objectif dans notre travail de recherche qui est de découvrir l'impact de la communication de sensibilisation auprès de la cible visée afin de modifier leur comportement de visiteur écotouristique, il pourra être dégagé comme une piste de recherche.

Liste bibliographique

Liste Bibliographiques

- Abrika, B. (2019). Les potentialités touristiques, atout stratégique de la redynamisation de l'économie locale en Algérie. *Maghreb - Machrek*, 141-152. (ESKA, Éd.)
- Andy Drumm, A. M. (2003). *Développement de l'Ecotourisme*. (T. N. Conservancy, Éd.) Worls Parks Congress.
- Angers Maurice. (2014). *initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines* (éd. 6e). Québec: CEC.
- Azzeddin, A. (2019, Juin). L'écotourisme. 9. Paris 3, France: ESTI.
- Catellani Andrea, P. E. (2019, 07 15). Communication. *Les recherches en communication environnementale*, 36/2.
- Cellule environnement de l'Union Wallonne des Entreprises. (2018, D'écembre). La sensibilisation du personnel à l'environnement. 8. Cellule environnement de l'Union Wallonne des Entreprises.
- Cellule Environnement de l'Union Wallonne des Entreprises. (2018, Décembre). La sensibilisation du personnel à l'environnement. 19-20. Administrateur délégué de l'UWE.
- Cherifa, B. (2019). LES AIRES PROTÉGÉES DU SAHARA ALGÉRIEN, ENTRE TRADITIONS ETENJEUX CONTEMPORAINS : PERSPECTIVES D'ÉCODÉVELOPPEMENT AU COEUR DES PARCS CULTURELS DU TASSILI-AHAGGAR (ALGÉRIE). 128.
- Denais Laurent. (2007, juin). écotourisme, un outil de gestion des écosystèmes. 26. Québec, Canada: faculté des sciences université de sherbrooke.
- Denis Benoit. (1998). Communication et organisation. *La « manipulation » dans la communication*, 1. Presses universitaires de Bordeaux.
- Fointiat Valérie. (2019). Consulté le 05 2022, 1901, sur CAIRN.INFO:
<https://www.cairn.info/psychologie-du-travail-et-des-organisations--9782100801411-page-109.htm>
- Girandola Fabien, J. R.-V. (2012). L'année psychologique. *La communication engageante : aspects théoriques, résultats et perspectives*, 115-143. NecPlus.
- La Cellule Environnement de l'Union Wallonne des Entreprises. (2018, Décembre). la sensibilisation du personnel à l'environnement. 9-10. (L. C. Entreprises, Éd.)
- La Cellule Environnement de l'Union Wallonne des Entreprises. (2018, Décembre). La sensibilisation du personnel à l'environnement . 11-18. Administrateur délégué de l'UWE.
- Marcotte Pascale, B. L. (2014). Revue internationale des sciences commerciales. *Communication Management Recherche- Prtative*, 11, 57-74. (ESKA, Éd.)

Liste Bibliographiques

Marie, L. (2011). *Ecotourisme et gouvernance participative*. Québec: Presse de l'Université du Québec.

Mbungu Khonde, M. (2020). *Digital Master theses*. Consulté le 05 28, 2022, sur Dial.mem: <https://dial.uclouvain.be/memoire/ucl/object/thesis:25615>

Mohamed, S. (2008). Le tourisme dans les parcs nationaux en Tunisie. *Le tourisme dans les parcs nationaux en Tunisie: Potentialités et contraintes*, 79-84. Montréal.

Nation Unies. (s.d.). Consulté le 06 03, 2022, sur unric.org: [https://unric.org/fr/ressources/ionu-en-bref/le-developpement-durable/#:~:text=%C2%AB%20Le%20d%C3%A9veloppement%20durable%2C%20c',%C2%BB%20\(Brundtland%2C%201987\)](https://unric.org/fr/ressources/ionu-en-bref/le-developpement-durable/#:~:text=%C2%AB%20Le%20d%C3%A9veloppement%20durable%2C%20c',%C2%BB%20(Brundtland%2C%201987)).

Pech Pierre, D. I. (2022, may 04). *Développement touristique et conservation de la natureLe cas du parc national d'El Kala, wilaya d'El Tarf, Algérie*. Consulté le 05 04, 2022, sur <http://journals.openedition.org/teoros/10884>

Riadh, M. (2020). Rôle des Parcs nationaux dans la sensibilisation environnementale en Algérie. 132-133. Bejaia: Université de Béjaia.

Tardif Jonathan. (2003, mai). Consulté le 05 21, 2022, sur open Edition Journals: <https://journals.openedition.org/vertigo/4575>

Villerontoux Stéphane, C. D. (2015-2016). *L'écotourisme en Cévennes*. Consulté le 06 03, 2022, sur Cévennes écotourisme : <https://www.cevennes-ecotourisme.com/L-accueil-ecotouristique>

Annexes

Annexe N°1 : Le guide d'entretien de la recherche.

Guide d'entretien

Dans le cadre de présentation de mémoire de fin de cycle en science de l'information et de la communication, Option communication et relations publiques.

Ce guide d'entretien est destiné aux différents personnels du Parc National du Gouraya (PNG). Celle-ci nous permettra de rassembler les informations nécessaires pour répondre à notre problème de recherche, qui consiste à connaître comment la communication de sensibilisation du parc national du Gouraya a-t-elle favorisé l'émergence de l'écotourisme.

Axe N° 1: Information personnelles

Age :.....

Formation :.....

Grade :

Fonction:

Ancienneté :.....

Axe N° 2: pratique de la communication de sensibilisation

1. Dans votre communication de sensibilisation, quels sont les sujets prioritaires sur lesquels vous insistez plus pour développer la sensibilité des publics à l'écotourisme ? Pourquoi?
2. Dans vos messages sur la sensibilisation à l'écotourisme, comment prenez-vous en considération les niveaux de sensibilité des publics ?
3. Dans votre communication, comment traitez-vous des risques sur l'écotourisme ?

Axe N° 3: la communication de sensibilisation du parc national du Gouraya développe les activités de l'écotourisme

1. Dans votre communication de sensibilisation, comment présentez-vous les comportements écotouristiques à façonner chez les publics ?
2. Dans votre communication de sensibilisation, comment expliquez-vous l'importance des pratiques et des équipements écotouristiques d'accompagnement des publics ?
3. Dans votre communication de sensibilisation, comment présentez-vous la visite écotouristique ?

Annexes N° 02 : Présentation de notre échantillon de l'étude

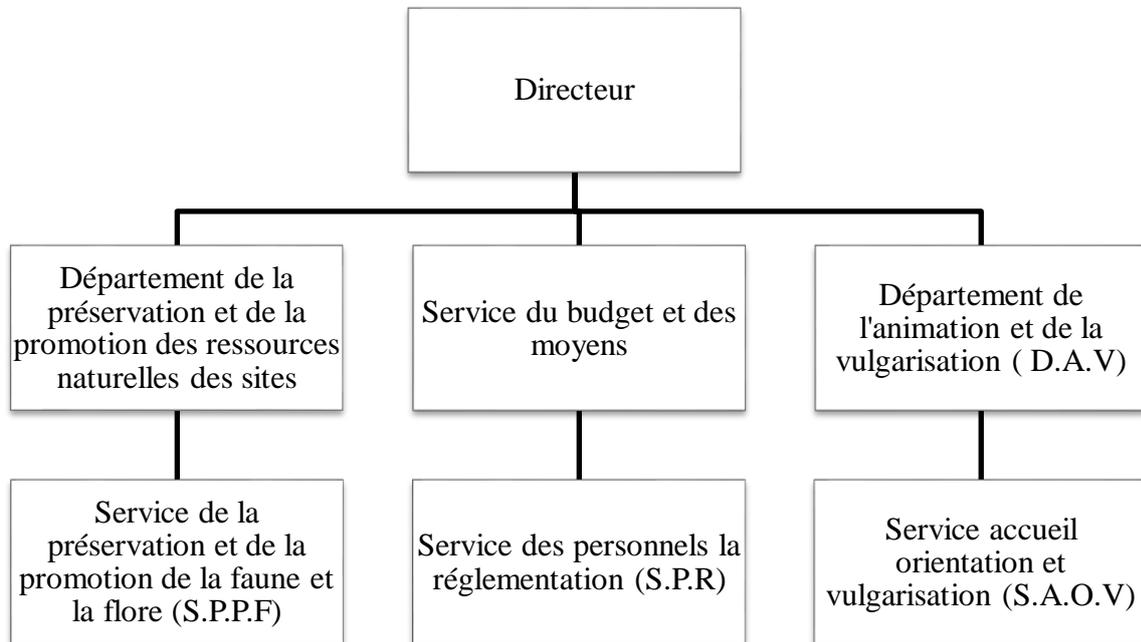
Variable d'identification	Age	Formation	Grade	Fonction	Ancienneté	La date
Enquête N°1	52 ans	Ecologie environnemental : pathologie d'écosystème	Conservateur divisionnaire des fores	Chargé de sensibilisation et chef de projet COGITTO.	23 ans	Le 28/05/2022
Enquête N°2	44 ans	Ingénieur	Officier supérieur conservateur principale	Directeur	17 ans	Le 28/05/2022
Enquête N°3	52 ans	Technicien paysagiste	Inspecteur principal des forêts	Charger de l'écomusée central du PNG	27 ans	Le 28/05/2022
Enquête N°4	42 ans	Ingénieur en agronomie spécialité forestier	Conservateur divisionnaire des forêts	Responsable du centre d'éducation et de sensibilisation	12 ans	Le 29/05/2022
Enquête N°5	57 ans	Ingénieur d'état en agronomie	Ingénieur principal en agronomie	Chef département de sensibilisation et de vulgarisation	27 ans	Le 29/05/2022
Enquête N°6	56 ans	Ecologie et environnement	Conservateur divisionnaire des forêts	Chef de secteur oriental	20 ans	Le 30/05/2022
Enquête N°7	54 ans	Brigadier	Brigadier	Adjoint de chef du secteur	25 ans	Le 30/05/2022

Annexes

Enquête N°8	49 ans	Ingénieur d'état en écologie et environnement	Conservateur principal des forêts	Chef département de protection	24 ans	Le 30/05/2022
Enquête N°9	59 ans	Ingénieur forestier	Conservateur principal	Chargé de la section III BF	29 ans	Le 31/05/2022
Enquête N°10	50 ans	Ecologie et environnement	Conservateur divisionnaire	Chargé de la recherche scientifique	22 ans	Le 31/05/2022
Enquête N°11	45 ans	Technicien des forêts (ITEF de Batna)	Inspecteur principal des forêts	Chargé du dossier contentieux	13 ans	Le 31/05/2022
Cadre spatiotemporel	Nos entretiens sont effectués au niveau de la direction générale du parc dont chaque entretien a duré presque une heure et demi.					

Source : Notre enquête.

Annexes N° 03 : L'organigramme du PNG.



Source : PNG

Annexes N° 04 :



Annexes N° 05 :



Annexes N° 06 :



Annexes N° 07 :



Annexes N° 08 :



Annexes N° 09 :



Annexes N° 10 :



Annexes

Annexes N° 11 :



Annexes N° 12 :



Annexes N° 13 :



Annexes N° 14 :



Annexes

Annexes N° 14 :



Annexes N° 15 :



Résumé

La communication de sensibilisation représente le secteur avec lequel l'organisation met en œuvre ses actions de sensibilisation à l'écotourisme. L'objectif de cette étude est de comprendre comment la communication du parc National du Gouraya prend en charge l'écotourisme en valorisant les fonctions du Parc naturel et son authenticité de réserve naturelle abritant un patrimoine vivant et culturel bâti.

Par apport à notre enquête, la population mère concernée est l'ensemble des cadres du Parc National du Gouraya, et l'échantillon d'étude est constitué de 11 acteurs, nous avons choisi l'échantillonnage non probabiliste typique pour les sélectionnés. L'entretien semi-directif est l'outil utilisé pour la collecte des données et les analysés avec la méthode qualitative.

Les résultats de recherches obtenues durant cette étude permettent de montrer que la communication de sensibilisation occupe une place fondamentale au sein du PNG, dans la réalisation de ses objectifs de sensibilisation et vulgarisation du patrimoine naturel et culturel.

La communication de sensibilisation est une stratégie efficace dans la mise en écotourisme du patrimoine naturel et culturel de la ville de Bejaia et de réussir sa durabilité comme une destination pour la génération future.

Mots clé : Parc National, Communication, Sensibilisation, Bejaia.

Abstract

Abstract

Awareness communication represents the sector with which the organisation implemented its actions to raise awareness of ecotourism. The objective of this study is to understand how the communication of the Gouraya National Park supports ecotourism by enhancing the functions of the Natural Park and its authenticity as a nature reserve housing a living and built cultural heritage.

In addition to our survey, the mother population concerned is all executives of the Gouraya National Park, and the study sample consists of 11 actors, we chose the typical non-probabilistic sampling for those selected. Semi-directive interviewing is the tool used for data collection and analysis using the qualitative method.

The research results obtained during this study show that awareness-raising communication plays a fundamental role within the PNG in achieving its objectives of raising awareness and popularizing the natural and cultural heritage.

Awareness communication is an effective strategy in the eco-tourism of the natural and cultural heritage of the city of Bejaia and to succeed in its sustainability as a destination for the future generation.

Keywords: National Park, Communication, Awareness, Bejaia

ملخص

يمثل التواصل التوعوي القطاع الذي تنفذ به المنظمة إجراءات التوعية بالسياحة البيئية. الهدف من هذه الدراسة هو فهم كيفية دعم اتصال الحاضرة الوطنية لقوراية للسياحة البيئية من خلال تعزيز وظائف المنتزه الطبيعي وأصالته كمحمية طبيعية تحمي تراثًا ثقافيًا حيًا ومينيًا.

من خلال المساهمة في استطلاعنا ، فإن السكان الأصليين المعنيين هم جميع المديرين التنفيذيين الحاضرة الوطنية لقوراية ، وتتكون عينة الدراسة من 11 جهة فاعلة ، اخترنا العينات النموذجية غير الاحتمالية للمختارين. المقابلة شبه التوجيهية هي الأداة المستخدمة لجمع البيانات وتحليلها بالطريقة النوعية.

تبين نتائج البحوث التي تم الحصول عليها خلال هذه الدراسة أن التواصل التوعوي يحتل مكانة أساسية داخل الحاضرة الوطنية لقوراية ، في تحقيق أهدافه المتمثلة في زيادة الوعي وتعميم التراث الطبيعي والثقافي.

التواصل التوعوي هو استراتيجية فعالة في السياحة البيئية للتراث الطبيعي والثقافي لمدينة بجاية والنجاح في استدامتها كوجهة لجيل المستقبل

الكلمات المفتاحية: الحديقة الوطنية، التواصل، التوعية، بجاية