

Colloque international
**« Les enjeux de la Culture et du Tourisme à l'ère du numérique :
Illustration de l'intelligence culturelle ».**
- USTO – 14 – 15 Mai 2023

PRESIDENTS D'HONNEUR DU COLLOQUE

Pr. Hammou Amine Bouziane, Recteur de l'USTO-MB.

Pr. Riad Hammadouche, Recteur de l'Université de Constantine3.

Pr. Nedjar Djamel (Doyen, Faculté d'Architecture et de Génie-Civil, USTO – MB).

PRESIDENTE DU COLLOQUE

SENHADJI Dalila (Faculté d'Architecture et de Génie-Civil, USTO – MB).

Argumentaire

Les mutations qui particularisent le contexte mondial actuel résultent du phénomène de globalisation. La transformation des règles des échanges internationaux (baisse des tarifs douaniers, émergence de normes, développement des IDE à l'étranger) a conduit à la reconfiguration des espaces géopolitique et économique (émergence de selon la région et d'intérêts stratégiques, zones de libre-échange, BRICS, ...).

Les contours de la nouvelle économie tirent leurs sources de la **révolution informationnelle, celle-ci** à recours aux technologies de l'information et de la communication comme levier de production, de traitement et de partage de l'information.

L'ère du numérique a aboli les frontières physiques dans le quotidien de l'Homme aussi bien au plan économique que social, donnant naissance à des changements structurels du comportement humain. Les spécificités de la nouvelle économie et les transformations qu'elle engendre sont : (a) la transition d'une logique de marchés classiques circonscrits matériellement à une logique de réseau dématérialisé (virtuel) ; (b) le changement de la logique de la propriété, où l'important est la maîtrise d'un patrimoine matériel, à celle de l'accès, où l'essentiel est l'usage ponctuel de l'utilisation d'une information ou d'une expérience de vie ; (c) la marchandisation croissante de la culture JEREMY RIFKIN.

L'articulation de ces trois éléments donne lieu à la création d'un monde nouveau où la **transaction marchande** par excellence est la **consommation payante** d'expérience vécue.

Dans ce contexte de mondialisation où la culture constitue un élément clef des enjeux qui se dessinent et du nouvel ordre mondial ; le concept de **d'intelligence culturelle** émerge est prend tout son sens. *« La notion d'intelligence culturelle acquiert toute sa pertinence dans le contexte de la mondialisation telle qu'elle s'installe après la crise financière de 2008, caractérisée par la redistribution de la puissance à l'échelle globale, par l'avènement d'une multipolarité plus compétitive que coopérative et par la fluidité et l'imprévisibilité des événements. Dans un tel contexte, les ressources de la culture, cessant d'être au service d'idéologies antagonistes (comme*

au temps de la Guerre froide) ou d'une ambition hégémonique (l'américanisation du monde), devraient s'orienter, au plan général, vers la recherche d'une mondialisation mieux régulée et plus solidaire », il précise «A cet égard, le concept d'intelligence culturelle répond à une double aspiration, largement ressentie par nos contemporains qu'ils soient décideurs politiques, opérateurs économiques ou hommes de culture : mieux décrypter les ressorts d'un monde complexe et volatil et rénover les leviers de l'action pour maîtriser les mutations en cours. Un désir de comprendre et un besoin d'agir » JEAN MUSITELLI .

En s'inscrivant dans la seconde approche, il s'agit de lancer une réflexion autour des possibilités d'appropriation du concept d'intelligence culturelle au service des territoires et leur revivification via la valorisation des biens culturels dont ils disposent.

Aujourd'hui, les technologies numériques peuplent de plus en plus les foyers et le quotidien de chacun, de ce fait l'économie de la connaissance est face à un défi de taille. La révolution du numérique renvoie à la révision du mode de gouvernance du territoire, ainsi que les actions initiées au plan culturel et touristique qui se doivent sous-tendre un développement économique durable.

Comme tous les services l'offre des produits culturels sur le marché est touchée par ce phénomène ; de fait, l'approche traditionnelle et classique des pratiques culturelles et des sites patrimoniaux se voit profondément bouleversée par de nouvelles conceptions plus interactives et immersives que jamais. Un contexte de plus en plus concurrentiel qui nécessite plus de créativité et d'innovation des produits fournis par les structures touristiques jusqu'à la refonte de leurs stratégies commerciales.

Les concepts Intelligence Économique, Intelligence Territoriale, Intelligence Culturelle constituent des approches à même de répondre aux problématiques du territoire et de son développement selon les nouveaux objectifs (développement durable, diversité culturelle, bien-être social), qu'au développement de l'entreprise. Chacun de ces concepts à son champ d'intervention et tout en étant complémentaires et interdépendants.

En focalisant sur le développement du territoire et sa valorisation, les biens et produits culturels constituent un atout et le secteur du tourisme devient le levier idoine pour mettre en place cette stratégie.

« Si les notions d'intelligence, d'intelligence économique, d'intelligence stratégique, business intelligence et culture, tourisme, existent séparément, leur rapprochement permet de rassembler des méthodologies et des savoirs différents, ou plus précisément encore de transposer dans les enjeux du développement artistique, culturel et touristique, les savoir-faire et toute l'expertise de d'intelligence économique » Jean-Philippe MOUSNIER .

- ✓ Le patrimoine regorge de richesses culturelles, historiques, architecturales... Mais comment les appréhender ?
- ✓ Comment intégrer les technologies de l'information et de la communication au service du tourisme patrimonial et culturel ?
- ✓ Comment le numérique articule et amplifie la transversalité culture, patrimoine et Tourisme ?

- ✓ La convergence entre e-Tourisme et e-Culture, la valorisation des bases de connaissances patrimoniales via des applications numériques constitue un enjeu important.

Le tourisme culturel bénéficie des produits issus de l'évolution des technologies de l'information et de la communication à savoir : les outils et concepts favorisant de nouveaux usages et services qui s'adressent aujourd'hui auprès de 3 milliards de personnes connectées dans le monde.

Les applications numériques au service de la culture et du tourisme ont ouvert des possibilités nouvelles concernant la demande, facilitation de préparer, d'organiser et de réserver ses voyages et séjours via Internet (identification de la destination, achat des titres de transport, élaboration d'un itinéraire, réservation d'un hébergement, échange d'informations avec les autres internautes...). En matière d'offre, ces outils ont permis une communication renforcée sur les atouts des territoires et le développement d'initiatives de valorisation des sites touristiques à fort potentiel patrimonial et culturel . La dématérialisation des offres par l'utilisation de nouveaux outils de médiation (3D, réalité augmentée, surface tactile) et l'interaction avec les utilisateurs visent d'immerger celui-ci dans l'histoire du monument et de son contexte politique et social.

Qui n'a pas rêvé d'accéder en un seul clic à l'ensemble des documents hétérogènes relatifs à un monument tout au long de son histoire et ce, quel que soit son support ou son aspect. La maturité des technologies actuelles nous permet de répondre à ce défi en proposant des solutions permettant d'acquérir toute information ou document relatif à une œuvre, de la consolider et de l'enrichir en permanence.

Tel qu'énoncé précédemment, la réalité virtuelle et la réalité augmentée deviennent un marché de services pour ces produits qui sont de nouvelles façons de valoriser un territoire et de mieux en appréhender l'évolution historique de son patrimoine. En pratique, grâce à ces nouveaux outils de médiation, l'usager devient le principal acteur de sa visite en découvrant par lui-même la mise en scène des données documentaires rassemblées pour construire un univers historique fidèlement restitué. Ces contenus autour de la dimension « Tourisme et patrimoine » permettent de mieux valoriser les richesses d'une région et de faire en sorte que les citoyens s'approprient les biens cultures et attirent les touristes pour des séjours culturels.

Au cours des soixante dernières années, le Tourisme a connu une phase d'expansion et de diversification continue pour devenir l'un des secteurs économiques les plus importants et les plus dynamiques au monde. Le Tourisme est leader au sein des activités de services au plan international.

Au-delà de ces grandes tendances mondiales de développement du tandem Culture et Tourisme liées notamment aux évolutions des usages numériques, le colloque « Les enjeux de la Culture et du Tourisme à l'ère du numérique » a pour objectif de montrer toutes les facettes de la culture et tourisme, par les acteurs concernés (chercheurs et professionnels), les usages et les compétences dans ce domaine et les grands défis à atteindre par l'Algérie pour la valorisation de son patrimoine culturel et touristique.

Le contexte actuel se caractérise par un fort enjeu de politique d'influence et la culture en constitue un vecteur approprié pour contribuer à reconfigurer les relations au sein de notre

société et avec les autres nations au moyen de la valorisation la diversité culturelle de ce pays continent. L'Algérie recèle un patrimoine riche et diversifié, matériel et immatériel qui constitue un atout notamment pour le tourisme culturel, secteur à fort valeur ajoutée.

Au vu des échanges culturels devenus l'enjeu crucial des relations notamment internationales, l'Algérie doit redéfinir des concepts opératoires nouveaux face au défi de la cohésion sociale et de la globalisation engendrée par les mutations qui caractérisent l'ordre mondial.

A cet effet, ce colloque permettra de lancer une réflexion sur la stratégie qui mobilisera les différents acteurs de notre pays : institutions publiques, société civile et opérateurs économiques où chacun use des prérogatives qui lui sont conférées en une symbiose pour le rayonnement et la promotion des valeurs culturelles et patrimoniales de l'Algérie.

Fort de atouts originaux, l'Algérie par sa position géostratégique, par son histoire millénaire et ses ambitions économiques est à même de relever un tel défi en fédérant les efforts de toutes les parties prenantes et en particulier le vivier des startups qu'elle recèle.

Le soutien aux investissements économiques s'accroît et les coopérations sont encouragées par les pouvoirs publics en Algérie, à ce titre une attention particulière doit être accordée aux industries culturelles et créatives ainsi que la promotion de la destination Algérie.

Le colloque « Les enjeux de la Culture et du Tourisme à l'ère du numérique » se veut être en mesure de mobiliser les experts nationaux et internationaux pour partager les expériences et déceler les voies pour des réalisations innovantes dans ce domaine. Ce colloque propose les axes suivants :

I. L'INTELLIGENCE CULTURELLE

Le champ de la culture s'apparente à un enjeu économique pour les années à venir. Intégrant le monde des affaires, il recourt aux instruments propres à cette sphère et devient champ d'application de l'intelligence économique :

- Le tourisme culturel est un extraordinaire levier pour le développement économique de toute une région, une ville, un pays.
- Le Musée impose l'image du pays qui le porte et fait économiser des années de marketing à des dizaines d'entreprises nationales qui veulent s'implanter et conquérir des marchés majeurs.
- Le dialogue interculturel, en particulier africain et méditerranéen aidera à régler des questions de société majeures. Le renforcement de ce dialogue interculturel est un facteur de longévité pour les pays engagés.

II. L'E-TOURISME, UNE REVOLUTION EN MARCHÉ

Le développement tant des technologies que des pratiques et usages du numérique a, depuis près de deux décennies, entraîné une véritable révolution dans certains secteurs d'activités. Le Tourisme est probablement l'un de ceux qui en a le plus bénéficié à ce jour. Pour les experts qui se sont penchés sur le sujet, cette révolution s'est en fait déroulée en trois actes.

- L'émergence d'Internet a constitué le premier âge de ce que l'on dénomma, l'e-Tourisme ou « Tourisme électronique », terme regroupant l'ensemble des activités du Tourisme aux moyens des technologies et aux usages d'Internet principalement.
- L'évolution des technologies du Web et ses nouveaux usages dans sa déclinaison « 2.0 », dimension plus d'interactivité, des fonctionnalités élargies et, surtout, le développement des réseaux sociaux dont bénéficie le secteur du tourisme. Ce changement des comportements constituera l'acte II du Tourisme Numérique.
- L'essor des usages et des applications mobiles dans ce secteur regroupées sous le vocable du m-Tourisme. Le développement des applications sur smartphones se déploie et se renouvelle aujourd'hui de manière exponentielle.

III. DATA CULTURE

L'exploitation des TIC par les établissements et sites culturels connaît actuellement un fort essor. La production des contenus numériques suscite une attention soutenue. L'information en la matière est importante et dense et son organisation pour la production de la connaissance et son exploitation à finalité touristique est un défi majeur.

- La collecte et la mise à disposition de données (datas) qualifiées, vérifiées et certifiées sont essentielles pour alimenter les contenus des différentes interfaces et applications numériques ayant pour objectif de valoriser efficacement les sites et monuments historiques.
- Le numérique doit être un moyen de développer une lecture complémentaire du patrimoine et de la culture. Outil de médiation, il permet l'interactivité et il rend possible une approche personnalisée de la visite. Le visiteur devient en quelque sorte acteur de son parcours de découverte.

IV. LA VALORISATION CULTURE ET TOURISME PAR LA RECHERCHE ET LA FORMATION

Le rapprochement de la culture et du Tourisme ne dévalorise pas l'approche scientifique et historique bien au contraire. La numérisation du patrimoine engagée est en effet un moyen de partage et d'accès privilégié à la culture pour le grand nombre de personnes. Elle démultiplie l'accès au patrimoine dans une dynamique de démocratisation culturelle et de transmission des savoirs.

Cette numérisation de documents, d'objets, de bâtiments, sites archéologiques reconstitués en 3D permet d'accéder en ligne à un patrimoine distant mais peut aussi susciter certaines personnes à envisager un séjour ou, une fois sur place, à le prolonger... Les initiatives autour de

la réalité augmentée et visites virtuelles qui se multiplient, contribuent à ces nouveaux comportements des citoyens et des touristes.

Avec la « digitalisation » du patrimoine, il existe un réel enjeu de conservation et de mémoire. Le numérique représente ainsi un nouveau moyen à la fois d'interprétation et d'appropriation du patrimoine d'un territoire.

Dans ce monde où le numérique a investi tous les secteurs d'activité, c'est un moyen (et non une fin) de développer des outils et des méthodes au service de l'industrie culturelle et touristique. La convergence de l'offre technologique à la portée de l'Algérie et les besoins exprimés par les acteurs institutionnels et professionnels doivent être la clé de voute d'une stratégie porteuse pour l'avenir de ce secteur.

En marge du colloque, des espaces de démonstration seront organisés pour présenter les innovations au service du tandem Culture et Tourisme.

Des institutions, organismes, entreprises spécialisés et startups sont conviés à cette rencontre internationale afin d'exposer les besoins et les solutions innovantes dans ce domaine dans un esprit de partage et de mutualisation des ressources humaines et matérielles.

Comité scientifique :

- Dr. Senhadji Dalila, Maitre de conférences A, département d'architecture, faculté d'architecture et de génie –civil, Université des Sciences et de la Technologie, USTO- MB (**Présidente**).
- Dr. Zine-Eddine Seffadj, Maitre de conférences A, chargé des technologies de l'information et de la communication à l'université de la formation continue, Fondateur de l'agence multimédia e2id en Algérie et le Centre de ressources et d'expertises interculturelles (CREI.corp) en Espagne
- Pr. Kacemi Malika, Professeure, Département d'architecture, faculté d'architecture et de génie –civil, Université des Sciences et de la Technologie, USTO- MB.
- Pr Belabed-Saharoui Badia, Faculté d'architecture et d'urbanisme, Université Constantine 3.
- Dr. Hendel Malek, Maitre de conférences A, département d'architecture, faculté d'architecture et de génie –civil, Université des Sciences et de la Technologie, USTO- MB.
- Dr. Benammar Abdelkrim, Maitre de conférences B, département d'architecture, faculté d'architecture et de génie –civil, Université des Sciences et de la Technologie, USTO- MB.

- Vicent GARCÉS, Professeur associé au Département des sciences économiques et sociales. Président de la Fondation Assemblée des Citoyens de la Méditerranée (FACM), Valencia / Espagne.

- SPAHIC, Ibrahim (Bosnie-Herzégovine). Écrivain, Directeur et fondateur du Festival international d'hiver de Sarajevo et Président du Centre international de la paix ByH.

- PIZZORNI FLORENCE (France). Conservateur du Patrimoine au Ministère de la culture (France) et du musée MUCEM. Responsable associative sur des questions de préservation du patrimoine, de protection de l'environnement et de dialogue interculturel.

- POUTSIAKAS, Nikolaos (Grèce). Sociologue et ethnologue. Cadre à la région de Thessalie (affaires sociales), conseiller régional.

- VUKELIC, Marija (Croatie) . prof., founder & CEO at ZLATNE RIJEČI / Education, Festival Heritage HVAR

- Pr Benyoucef Brahim, Président de l'Observatoire Espace et Société / Laval, Québec, Canada

- Dr. Houda AIMEUR / Conservatoire des arts et métiers (Paris) / business coach certifiée par Focalpoint Coaching en Aout 2019.

- Pr Francis Moaty. Expert en intelligence économique, Université Marne La Vallée (Paris)

- Dr. Hamid Bakli, Docteur en droit international de l'université Paris, Coordinateur national du réseau RALIAI, et co-fondateur de l'incubateur privé de startups Capcowork, France.

- Dr. Aissa Mahimoud Maitre de conférences A, faculté d'architecture et d'urbanisme, Constantine 3.

- Dr. Bendjaballah- Boudemagh Ouassila, Maitre de conférences A, faculté d'architecture et d'urbanisme, Constantine 3.

- Dr. Karima Boufenara, Maitre de conférences B, faculté d'architecture et d'urbanisme, Constantine 3.

- Dr. Imene BENDJEMILA, Maitre de conférences B, faculté d'architecture et d'urbanisme, Constantine 3.

Comité d'organisation :

- Benammar Abdelkrim (MCB – USTO), **Président**
- Rabia Mouloud (chef de département, USTO)
- Chenine Abderrahim (chef de département –adjoint, USTO)
- Mr Kraba Amine (MA A – USTO)
- Saharoui Tewfik (MA A – USTO)
- Cheroudouane Dalila (MA A – USTO)
- Kara Mostefa Loubna (MCB – USTO)
- Bermaki Nadia (architecte–assistante, USTO)
- Zater Khadidja (aide – ingénieur, -USTO)
- Rouissat Wafaa (doctorante)
- Khoukhi Imadeddine (doctorant).
- Behilil Amine (doctorant).

Partenaires :

- Université USTO Oran.

- Université de Constantine 3
- Institut français d'Algérie (Oran et Tlemcen)
- Fondation assemblée citoyennes et citoyens de la méditerranée FACM (Espagne)
- CREI.corp (Centre de ressources et d'expertises interculturelles) Espagne

PROGRAMME ET ORGANISATION DU COLLOQUE :

- **Première journée 14 mai :**

8h 30-9h00 : accueil des participants et enregistrement

9h00-9h30 : Conférence inaugurale

Dalila Senhadji, Présidente du colloque international, Présentation de l'Argumentaire :
« Les enjeux de la Culture et du Tourisme à l'ère du numérique : Illustration de l'intelligence culturelle ».

Allocution de M. Hammou Amine Bouziane, Recteur de l'USTO-MB, Président d'Honneur du colloque international

Pause-café : 9h30-10h00

10h15-12h15 : Premier panel présidé par Dr. Dalila Senhadji / Rapporteurs : Sahraoui Tewfik – Cheroudouane Dalila

1. **Dr. Nadir Benmatti**, Docteur en économie, Président de l'association MEDITERRAIPAIX à Nice, France.
 Intitulé de la communication : **Impacts géopolitiques sur les échanges culturels et le tourisme : Plaidoyer pour un "Smart Tourisme"**.
2. **Pascal Junghans** ; chercheur au Centre de recherche en gestion (EA CNRS), Président, Cereinec entreprise de veille et de prospective. France
 Intitulé de la communication : **« Les enjeux de la Culture et du Tourisme à l'ère du numérique / comment l'intelligence économique sous son volet influence peut contribuer au développement du tourisme en Algérie ».**
3. **Rahal Farid**, Maitre de conférences A, Département d'architecture, Faculté d'architecture et de Genie-Civil, USTO- MB.
 Intitulé de la communication : **« Le tourisme culturel à l'ère de l'intelligence artificielle».**
4. **Pr Julio Navarro Palazón**, Chercheur principal du CSIC à l'École d'études arabes (Grenade), du Laboratoire d'archéologie et d'architecture de la ville (LAAC).
 Intitulé de la communication : **Al-Bustan: Valoriser de la recherche archéologique au service du tourisme patrimonial.**

5. **Saharoui Badia**, architecte, Professeur, Doyenne de la Faculté d'architecture et d'urbanisme, Université de Constantine 3.
Intitulé de la communication : **La recherche en patrimoine à l'ère du numérique à la faculté d'architecture et d'urbanisme de Constantine.**

Débat : 12h00-12h45

Pause-déjeuner : 13h00-14h00

14h00-16h00 : Deuxième panel présidé par Dr. Zine-Eddine Seffadj / Rapporteurs Sahraoui Tewfik – Cheroudouane Dalila

6. MARIA DONZELLI/Professeur en histoire de la Philosophie de l'université de Naples et Présidente de l'association "Peripli », **Italie**
Intitulé de la communication : ***Le pouvoir de la technologie médiatique et ses effets. Comment les gouverner en faveur de l'homme et de ses droits?*** / En visioconférence.
7. Pr. Dominique Bendo-Soupou, prof. de géopolitique à l'Université de Salerne (Faculté des Sciences Politiques, Juridiques et Économiques), ancien enseignant à l'Institut pour le développement économique (ISVE) du ministère des Affaires étrangères basé à Naples, Italie.
Intitulé de la communication : ***L'Intelligence culturelle et la culture intelligente dans les rapports des forces Nord-Sud - de l'ère du numérique*** / En visioconférence.
8. **Brahim Benyoucef**, Professeur urbaniste, Président de l'Observatoire Espace et Société / Laval, Québec, Canada. En visioconférence
Intitulé de la communication : ***Culture/Tourisme, levier de développement durable.***
9. **Alain Château**, Ingénieur, Expert/ Villes intelligentes, **établissement de rattachement**, Nice, France.
Intitulé de la communication : ***Slow-tourisme et stratégie numérique : quand l'innovation technologique est au service du développement durable.***

Débat : 16h00-16h45

Deuxième journée 15 mai

9h00-13h30 : Troisième panel présidé par Pr Badia Sahraoui, rapporteurs Pr. Kacemi Malika, Dr. Mouaziz Najet

1. **Fouad Ghomari**, Ingénieur, Professeur, Université de Tlemcen

Intitulé de la communication : ***Restitution numérique du minaret en demi-ruine de la mosquée de Mansourah à Tlemcen.***

2. **Allocution de Vicent Garcès**, Président de la FACM, sur la problématique du colloque international "Les enjeux de la culture et du tourisme à l'ère du numérique".
Esma Kucukalic, Docteur en droit de l'Université Valencienne, Espagne. / Directrice de la fondation « Assemblée citoyenne et citoyen de la Méditerranée » (FACM),
Intitulé de la communication : *Un diálogo sobre el patrimonio destruido y recuperado en el Mediterraneo. El caso de Bosnia y Herzegovina* . En visioconférence

3. Dalila Djahdou, **Experte indépendante** en Intelligence culturelle, ancienne secrétaire générale du ministère de la culture, Alger.
Intitulé de la communication : ***Patrimoine culturel et influence en Algérie.***

4. **Jean-Philippe MOUSNIER**, Sociologue Président de AEQUOLAB, Vice-Pdt CCI FRANCE BELGIQUE Wallonie / Expert en Intelligence économique et stratégie. Belgique.
Intitulé de la communication : « ***L'usager-consommateur-partenaire en plein tourisme numérique*** ». En visioconférence à 11h00
Débat : 10h30-11h15

11h30-12h15 : Quatrième panel présidé par Pr. Madani Mohamed, rapporteur Dr. Hendel Malek,

5. **Cherdouane Dalila**, Maitre-assistante A, Département d'architecture, Faculté d'architecture et de Genie-Civil, USTO- MB.
Intitulé de la communication : ***Le tourisme culturel à Oran, au temps des jeux méditerranéens 2022.***

6. **Sahraoui Tewfik**, Maitre-assistant A, Département d'architecture, Faculté d'architecture et de Genie-Civil, USTO- MB.
Intitulé de la communication : ***processus HBIM pour une documentation digitale du Style Néo-mauresque, cas de la Gare d'Oran***

7. **Zine Eddine Seffadj**, Maitre de conférences A, Université de la Formation Continue (UFC), Alger.
Intitulé de la communication : ***L'Intelligence numérique, un défi de développement de la culture et du tourisme en Algérie.***

Débat : 12h30-13h15

Pause-déjeuner : 13h30-14h30

Clôture et Recommandations

15h :00 /Lecture des recommandations et clôture du colloque.