

الجمهورية الجزائرية الشعبية الديمقراطية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المدرسة العليا للتجارة

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية و المالية
تخصص تسويق

الموضوع:

التظاهرات الثقافية و دورها في تطوير القطاع السياحي
الجزائري

(حالة : تظاهرة تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية 2011)

تحت إشراف الأستاذة:
الدكتورة شيباني أمينة

من إعداد الطالبة :
قرارية فتيحة

دفعة: 2012/2011

الفهرس العام

الصفحة	محتويات الفهرس
	كلمة شكر
	إهداء
I	الفهرس و قائمة الجداول و الأشكال
أ	المقدمة العامة
الفصل الأول : التسويق السياحي و السياحة الثقافية	
03	المبحث الأول : السياحة و أبعادها
03	المطلب الأول : تاريخ السياحة
04	المطلب الثاني : تعاريف حول السياحة و السائح
09	المطلب الثالث : أهمية السياحة
11	المبحث الثاني : التسويق السياحي
11	المطلب الأول : مفهوم التسويق السياحي
14	المطلب الثاني : الأسواق السياحية
16	المطلب الثالث : المزيج التسويقي السياحي
19	المبحث الثالث : السياحة الثقافية و التسويق السياحي
19	المطلب الأول : السياحة الثقافية
24	المطلب الثاني : الفعاليات الثقافية
28	المطلب الثالث : التسويق السياحي و السياحة الثقافية
الفصل الثاني : مكانة السياحة الثقافية ضمن المقصد السياحي الجزائري	
34	المبحث الأول : واقع السياحة في الجزائر
34	المطلب الأول : تاريخها , مقوماتها و أنواعها
37	المطلب الثاني : مؤشرات السياحة الجزائرية
40	المطلب الثالث : آفاق الإستراتيجية الحالية للسياحة الجزائرية (SDAT 2025)
45	المبحث الثاني : السياحة الثقافية في الجزائر
45	المطلب الأول : العرض السياحي الثقافي في الجزائر
47	المطلب الثاني : السياحة الثقافية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية
50	المطلب الثالث : تطوير السياحة الثقافية في الجزائر
55	المبحث الثالث : التظاهرات الثقافية كوسيلة للنهوض بالصناعة السياحية في الجزائر
55	المطلب الأول : الأعياد المحلية و التظاهرات الثقافية كترات غير مادي
59	المطلب الثاني : صورة الجزائر في ظل التظاهرات الثقافية
62	المطلب الثالث : تسويق الفعاليات الثقافية
الفصل الثالث : دراسة ميدانية لتظاهرة " تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية 2011 "	
68	المبحث الأول : الإمكانيات و المقاصد السياحية لمدينة تلمسان
68	المطلب الأول : تلمسان : حضارة ، أصالة و سياحة
71	المطلب الثاني : الموارد السياحية و الهياكل القاعدية بالولاية
80	المطلب الثالث : الإمكانيات الحضارية و الثقافية
87	المبحث الثاني : عرض مفصل لتظاهرة " تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية 2011 "
87	المطلب الأول : الإطار التنظيمي للتظاهرة.
90	المطلب الثاني : برنامج التظاهرة

95	المطلب الثالث : السياحة الثقافية في ظل التظاهرة
98	المبحث الثالث : الدراسة الميدانية
98	المطلب الأول : طريقة البحث الميداني
101	المطلب الثاني : نتائج الدراسة النوعية
103	المطلب الثالث : تحليل نتائج الاستبيان
117	المطلب الرابع : تحليل نتائج الدراسة الميدانية
121	الخاتمة العامة
126	قائمة المراجع
	الملاحق
	الملخص العام

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
(1-1)	تطور الإيرادات السياحية العالمية في الفترة 1980-2009	9
(2-1)	نقاط التقارب بين السياحة و الثقافة	21
(1-2)	تطور عدد السياح في الجزائر خلال الفترة (2005-2011)	38
(2-2)	تطور عدد السياح حسب بلدهم الأصلي في الفترة 2005-2009	38
(3-2)	توزيع السياح الأجانب حسب الدافع في الفترة 2005-2010	39
(4-2)	تطور عمال القطاع السياحي في الفترة 2005-2011	39
(5-2)	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الخام الفترة 2005-2011	40
(6-2)	الأقطاب السياحية ذات الامتياز	46
(7-2)	أعياد محلية و تقليدية	57
(8-2)	التظاهرات السياحية الدولية لعام 2012	63
(1-3)	لمحة عامة عن الحظيرة الوطنية بتلمسان	72
(2-3)	منتجات المياه المعدنية المستغلة بتلمسان	72
(3-3)	الينابيع غير المستغلة	73
(4-3)	تطور التدفق السياحي بتلمسان في الفترة 2005- 2011	74
(5-3)	الفنادق المصنفة بتلمسان	75
(6-3)	المطاعم المصنفة بتلمسان	76
(7-3)	وكالات السياحة و الأسفار بتلمسان لسنة 2012	77
(8-3)	الوكالات السياحية الجديدة	78
(9-3)	شبكة الطرق الوطنية بتلمسان	78
(10-3)	خصائص السكة الهوائية لتلمسان	79
(11-3)	مناطق التوسع السياحي بتلمسان	80
(12-3)	الأثار و المواقع التاريخية بولاية تلمسان	81
(13-3)	الوحدات الشعبية و الأعياد المحلية بتلمسان	82
(14-3)	نشاطات الصناعة التقليدية الفنية عبر دوائر تلمسان	85
(15-3)	مشاريع البرنامج التنموي للصناعة التقليدية بولاية تلمسان	86
(16-3)	المبالغ المخصصة للمشاريع	91
(17-3)	جدول الملتقيات المنظمة في إطار التظاهرة	92
(18-3)	برنامج المهرجانات الوطنية و الدولية	93
(19-3)	المعارض المنظمة طيلة التظاهرة	94
(20-3)	برنامج التراث الثقافي غير المادي و الكورغرافيا	94
(21-3)	توزيع الاستبيانات على الفنادق	100
(22-3)	الفنادق المنجزة في إطار التظاهرة	102

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
6	الفرق بين السائح و المتنزه	(1-1)
8	تصنيفات السياحة	(2-1)
14	أعداد السياح على مستوى العالم من 1995-2010	(3-1)
26	الأثر الاقتصادي للتظاهرات الثقافية	(4-1)
27	المشاركون في التظاهرات الثقافية	(5-1)
30	تحضير نموذج تسويقي لمنتج ثقافي	(6-1)
41	شروط التطوير السياحي في الجزائر	(1-2)
43	رهانات بعث السياحة الجزائرية	(2-2)
59	التظاهرات الثقافية في الجزائر	(3-2)
74	تطور التدفق السياحي بولاية تلمسان 2005-2011	(1-3)
89	منظومة تحضير التظاهرة	(2-3)
95	المسار الرئيسي للسياحة الثقافية بتلمسان	(3-3)
96	المسارات الثانوية للسياحة الثقافية بتلمسان	(4-3)

المقدمة العامة

أصبح النمو الكبير الذي يشهده القطاع السياحي الدولي أحد أبرز الظواهر الاقتصادية و الاجتماعية الجديرة بالاهتمام و الملاحظة في القرن الماضي و بداية الألفية الثالثة، حيث ارتفع عدد السياح في العالم و معدل نمو العائدات السياحية حتى فاق معدل النمو في مكونات الاقتصاد العالمي مما جعل السياحة الدولية واحدة من أكبر مجالات التجارة الدولية .

وترجع الأهمية المتزايدة للسياحة لما يمكن أن تساهم به هذه الصناعة سواء على المستوى الاقتصادي كونها مصدرا هاما للعملة الصعبة و مالدلك من أثر ايجابي على ميزان المدفوعات و كذا تشغيل الأيدي العاملة و ارتباطها العضوي بالأنشطة الاقتصادية الأخرى كالصناعة و التجارة و الخدمات، أو على المستوى الاجتماعي كون السياحة تعكس صورة التطور الحضاري لشعوب العالم بما تضمنه من نشاط إنساني له أبعاده الاجتماعية و الثقافية.

إذ تدرج السياحة كصناعة مركبة تجمع بين الظواهر الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية في آن واحد و تتطلب تعاون جميع القطاعات بشكل متكامل بحثا عن توفير عرض سياحي ذو جودة يساهم في جلب الطلب السياحي الذي بدوره يعمل على زيادة الإيرادات ، وقد كانت النتائج الإيجابية لهذا القطاع حسب تقرير المنظمة العالمية للسياحة لسنة 2010 واضحة سواء لدول عربية كمصر، تونس و المغرب و كذلك لدول أجنبية كالصين التي استطاعت أن تحتل المكانة الثالثة عالميا سنة 2010 بعدما لم يكن لها وجود على خارطة الدول السياحية العالمية على غرار فرنسا التي تعتبر الوجهة السياحية الأولى في العالم منذ أكثر من عشرين سنة و التي استقبلت سنة 2010 ما يقدر بحوالي 76.8 مليون سائح أجنبي و إيرادات تقدر ب 49.4 مليار دولار و يرجع ذلك لتنوعها الثقافي و ثراء مواردها الطبيعية و جودة منشآتها السياحية، في حين تكتفي الجزائر بلد الغنى الثقافي و التنوع التاريخي و الحضاري و الطبيعي و الحيوي ب 1.9 مليون سائح تقابلها إيرادات ب 330 مليون دولار لنفس السنة و رغم المجهودات المبذولة من طرف القائمين على القطاع السياحي الجزائري إلا أنها لازالت تصنف ضمن الدول الأقل جدبا للسياح الأجانب .

لذلك كان لا بد للجزائر أن تعيد النظر في السياسات الموجهة لهذا القطاع كونها تعتمد في صادراتها بالدرجة الأولى على قطاع المحروقات مما يشكل خطرا على إيراداتها علما أن الدراسات التنبؤية بينت أن مورد البترول مورد زائل ، فكان المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي شرعت وزارة السياحة في تطبيقه سنة -2008- و الذي أعاد بناء أساسيات قطاع السياحة من خلال تحالف جميع القطاعات تبعا لخطة استراتيجية تركز على ترقية عدة أقطاب سياحية خاصة أن القطاع السياحي الجزائري يشكل أحد القطاعات الحيوية التي من الممكن أن تصبح المورد البديل لتنمية الاقتصاد الجزائري في ظل مقومات و عوامل جذب سياحية كبيرة، و حضارة ضاربة التقدم تشهد آثارها المنتشرة في كافة أرجاء البلاد على أهميتها و درجة إسهامها في الموروث الثقافي العالمي .

إذ لا يخفى على الجميع أن الجزائر تمتلك ثروة و مخزون سياحي متنوع، يجعلها قبلة سواء للباحثين عن جمال الشواطئ أو روعة الرمال أو سياحة الحمامات على غرار السياحة الثقافية التي تعتبر أول منجم لخلق الثروات و التي تمثل 40 % من السياحة العالمية حسب تقرير لجنة السياحة "أثر الثقافة على السياحة " لمنظمة التعاون و التنمية الاقتصادية OCDE لسنة 2009، و تعتبر المهرجانات و الفعاليات

الثقافية من أهم منتجات السياحة الثقافية التي تعمل على جذب السياح سواء المحليين أو الأجانب من خلال طابعها الموسمي المتكرر الذي يعمل على تعزيز جاذبية الوجهة السياحية باعتبار أنها تقدم عرض سياحي متميز و تشكل ميزة تنافسية بالنسبة للبلد المضيف.

وكون قطاع السياحة أصبح من الرهانات الأساسية للجزائر الراغبة في إفتكاح حصتها من السوق المتوسطة التي تستقطب 34 % من حركة و تنقلات السياح في العالم و التي تعتبر أهم وجهة سياحية في العالم بأكثر من 306 مليون سائح لسنة 2011 حسب تقرير المنظمة العالمية للسياحة لنفس السنة ، كان لا بد من البحث عن منتجات أخرى تمنح الوجهة الجزائرية ميزتها التنافسية و تقلل من ارتباط السياحة بالساحل التي لا تمنحها ميزة عن معظم الدول السياحية الأخرى، لذلك تظهر الثقافة كأحد العناصر الترويجية للسياحة خاصة من خلال التظاهرات الثقافية التي تعمل على تعزيز جاذبية الوجهات السياحية و ترقية الفكر السياحي، و علما أن الجزائر كانت مسرحا لتظاهرات ثقافية عديدة في السنوات الأخيرة أهمها – عاصمة الثقافة العربية 2006 ، المهرجان الإفريقي الثاني 2009 ، تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية 2011.....و على غرار مهرجانات جميلة و تيمقاد و المهرجانات الصحراوية، تبلورت إشكالية بحثنا فيما يلي :

"ما مدى مساهمة التظاهرات الثقافية في تطوير القطاع السياحي الجزائري؟"

و تندرج ضمن الإشكالية الرئيسية جملة من الأسئلة الفرعية :

- ✓ ماذا نعني بالسياحة و السياحة الثقافية ؟
- ✓ ما هو دور التظاهرات الثقافية في ترقية الوجهات السياحية ؟
- ✓ ما هو واقع السياحة الثقافية في الجزائر ؟
- ✓ هل ساهمت تظاهرة تلمسان كعاصمة للثقافة الإسلامية في تعزيز جاذبية الوجهة السياحية للمدينة ؟

و بهدف الإجابة على الإشكالية الرئيسية و كذا الأسئلة الفرعية قمنا بإدراج ثلاث فصول نحاول من خلالها إثبات أو نفي صحة الفرضيات التالية :

- ✓ الفعاليات الثقافية من أهم عوامل ثراء الوجهة السياحية ؛
- ✓ تسمح التظاهرات الثقافية بتعزيز جاذبية الوجهات السياحية ؛
- ✓ تمتلك الجزائر موروث ثقافي عريق يسمح لها بتقديم عرض سياحي متميز ؛
- ✓ ساهمت تظاهرة تلمسان كعاصمة للثقافة الإسلامية بترقية الوجهة السياحية للولاية – خاصة بدراسة الحالة - .

حيث تتمحور أهداف البحث فيما يلي :

- ✓ إبراز المكانة الاقتصادية لقطاع السياحة و الدور الممكن أن تلعبه في عملية التنمية ؛
- ✓ إبراز الجانب الثقافي للسياحة كسبيل للنهوض بالقطاع ؛
- ✓ إلقاء الضوء على منتجات السياحة الثقافية بتراتها المادي و غير المادي لتحسيس السلطات المعنية بأهميتها و دورها في تعزيز جاذبية الوجهات السياحية ؛
- ✓ محاولة تنمية المجتمع المحلي و إشراكه في منافع السياحة ؛

- ✓ الاستغلال الأمثل للموارد و الأصول السياحية الحضارية التاريخية و الموروث الثقافي و الحفاظ على جاذبيتها و استدامتها ؛
- ✓ وضع بعض الاقتراحات و التوصيات التي من الممكن أن تساهم في ترقية و تطوير الصناعة السياحية في الجزائر.

تتبع أهمية هذا البحث من أهمية النشاط السياحي و الدور الذي يلعبه في مختلف اقتصاديات العالم حيث نجح في إصلاح اقتصاديات العديد من الدول كاسبانيا و الصين، كونه يمثل قطاع اقتصادي يعمل على ضخ العملات الصعبة و جذب الاستثمارات الأجنبية و يوفر أعداد لا يستهان بها من فرص العمل بشكل مباشر أو غير مباشر و يتطلب تعاون جميع القطاعات بدءا من السلطات العليا وصولا للمواطن البسيط و استغلال جميع الفرص المتاحة، و قد يفتح المجال على المستوى الوطني أمام منتجات السياحة الثقافية بتراتها المادي و غير المادي كسبيل لتنمية و تطوير القطاع السياحي الجزائري .

و كتكملة لموضوع البحث على مستوى اليسانس " الاستثمار الأجنبي في قطاع السياحة الجزائري " و الذي تم التطرق فيه للقرى السياحية و التركيز على جانب الاستثمار السياحي، تمثلت أسباب اختيار الموضوع الحالي في التركيز على جانب آخر في هذا القطاع كون النشاط السياحي في الجزائر لم يحقق الأهداف اللازمة، بالإضافة إلى :

- كون القطاع السياحي يعد من بين القطاعات التي تدرج ضمن الإستراتيجية التنموية و الترقية للاقتصاد الجزائري و كذا من بين القطاعات التي يجب إعادة النظر فيها بعد قطاع المحروقات ؛
- كون السياحة الثقافية بصفة عامة و الفعاليات الثقافية بصفة خاصة لم تحض باهتمام بالغ في مختلف الأبحاث الأكاديمية؛
- ملاحظة النمو و التطور الذي شهدته الدول المجاورة في مجال السياحة ؛
- ندرة الدراسات السابقة أو بالأحرى انعدام البحوث التي تطرقت لموضوع السياحة الثقافية في الجزائر و هذا ما عزز إرادتنا لانجاز هذا العمل.

استمدت دراستنا أفكارها الأساسية من عدة دراسات سابقة أجريت في مجال السياحة الثقافية كلها متعلقة بدول أوروبية أو عربية و الجدير بالذكر ندرة الدراسات و قلة البحوث التي تطرقت لموضوع السياحة الثقافية في الجزائر خاصة فيما يتعلق بالتراث غير المادي (التظاهرات الثقافية). و من بين الدراسات الموجودة نذكر :

- الدراسة التي قامت بها اللجنة الأوروبية للسفر The European Travel Comission بالتعاون مع المنظمة العالمية للسياحة (OMT) سنة 2005 تحت عنوان :

" CITY TOURISM AND CULTURE "

و التي قامت بتحليل التجربة الأوروبية للسياحة الثقافية من خلال تحليل المعطيات الإحصائية المتاحة في المدن السياحية الثقافية و التعريف بالإرث الثقافي للدول الأعضاء في اللجنة الأوروبية للسفر (ETC).

- الدراسة التي قام بها Gail Dexter Lord (Wisconsin 1999) تحت عنوان :

"THE POWER OF CULTURAL TOURISM "

حيث أظهر مدير مؤسسة " LORD Cultural Ressources Planning and Management " أهمية السياحة الثقافية من خلال استعراض تجارب ناجحة في هذا المجال لبعض الدول.

- البحث الميداني لوزارة السياحة الأردنية و الممول من طرف الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية سنة (2009):

" PUBLIC AWARENESS AND ATTITUDINAL RESEARCH OF TOURISM IN JORDAN "

والذي يتضمن تقييم الفرص الاقتصادية السياحية من خلال إشراك المجتمع المحلي و ضرورة الحفاظ على الإرث الثقافي للقرى الأردنية من خلال توعية سكان تلك المناطق و محاولة غرس ثقافة سياحية .

- مذكرة الدكتوراه للأستاذة Saksia Cousin سنة 2003 بمدرسة الدراسات العليا للعلوم الاجتماعية بفرنسا (LAIOS):

"L'identité au miroir du tourisme : Usages et enjeux des politiques du tourisme culturel"

حاولت من خلالها الإجابة على إشكالية معنى السياحة الثقافية و استعرضت مختلف التعاريف الخاصة بالسياحة الثقافية منذ سنة 1954، و حاولت إيضاح العلاقات المتشابكة بين السياحة و الثقافة من وجهة نظر سياسية، اجتماعية و اقتصادية وأشارت إلى صعوبة قياس الأثر الاقتصادي لمنتجات السياحة الثقافية .

- مذكرة الدكتوراه للأستاذة Emmanuel Nathalie سنة 2011 بمدرسة الدكتوراه ل Grenoble تخصص Droit privée:

"Le festival et le droit "

حاولت من خلالها البحث عن تعريف قانوني لمفهوم المهرجان كما تطرقت لأصل الكلمة و أول ظهور لها حيث ظهر النشاط المهرجاني في العصور القديمة عند اليونانيين عند احتفالهم بألهة الخمر "les dionistes" كما تم أول استعمال للمصطلح في الحفلات الموسيقية، أما حالياً فتلثي المهرجانات خاصة بالموسيقى في حين يشمل الثلث الآخر كل أنواع الفنون من تظاهرات ثقافية و فعاليات مسرحية و معارض خاصة بالكتاب....كما استخلصت في الأخير أن المهرجان عبارة عن إرادة فنية و سياسية، يجمع المكان بالزمان و الجمهور و هو ذو منفعتين : منفعة أصلية متعلقة بمهمة التنشيط الفني و قيمة مضافة متعلقة بالتنمية الاقتصادية .

إن المنهج المتبع في عرض و تحليل المعلومات الخاصة بدراستنا هو المنهج الوصفي التحليلي و الإستنتاجي ، مع الاستعانة بأدوات جمع البيانات المتمثلة في الدراسة الميدانية من خلال:

- الوثائق و التقارير الرسمية ؛
- مقابلات نصف موجهة مع أعوان القطاع السياحي و كذا الثقافي عموميين أو خواص ؛
- استبيان موجه لسياح مدينة تلمسان لتأكيد النتائج المتوصل إليها .

و يجدر بالإشارة أن الدراسة النظرية استمرت طيلة فترة البحث و ساهمت في إثراء الدراسة التطبيقية و توجيهها نحو المسار الذي يسمح بتحقيق النتائج حسب الأهداف المحددة.

و نظرا لضيق الوقت و صعوبة الحصول على المعلومات و ندرتها خاصة فيما يتعلق بالإحصائيات الخاصة بالأثر الاقتصادي للتظاهرات الثقافية في الجزائر قمنا بتحليل دور هذه التظاهرات على ضوء المعلومات المستمدة من خلال المقابلات نصف الموجهة مع أعوان القطاع السياحي و كذا الثقافي و كذلك من خلال الاستبيان الموجه للسياح إلا أننا لم نوجه استبيان لأحد أطراف المعادلة السياحية و نقصد بذلك السكان المحليين .

لدراسة هذا الموضوع قمنا بتقسيم خطة البحث إلى ثلاثة فصول حيث :

✓ تناولنا من خلال الفصل الأول "التسويق السياحي و السياحة الثقافية" حيث تطرقنا في المبحث الأول للسياحة و أبعادها، أما المبحث الثاني خصصناه للتسويق السياحي، والمبحث الأخير للتفاعلات بين التسويق السياحي و السياحة الثقافية ؛

✓ في حين تناول الفصل الثاني "مكانة السياحة الثقافية ضمن المقصد السياحي الجزائري" مع إشارة إلى أهم الفعاليات الثقافية بالجزائر حيث تضمن المبحث الأول واقع السياحة في الجزائر ، المبحث الثاني خصصناه للسياحة الثقافية بالجزائر أما المبحث الثالث فحاولنا التركيز من خلاله على التظاهرات الثقافية و دورها في تطوير الصناعة السياحية بالجزائر؛

✓ أما الفصل الثالث و الأخير حاولنا من خلاله قياس "مدى مساهمة الفعاليات الثقافية في ترقية وتعزيز الوجهة السياحية لولاية تلمسان" من خلال دراسات ميدانية للطلب و العرض السياحي بالمنطقة بعد التطرق لعرض مفصل عن المنطقة كوجهة سياحية.

الفصل الأول : التسويق السياحي و السياحة الثقافية

المقدمة العامة

أصبح النمو الكبير الذي يشهده القطاع السياحي الدولي أحد أبرز الظواهر الاقتصادية و الاجتماعية الجديرة بالاهتمام و الملاحظة في القرن الماضي و بداية الألفية الثالثة، حيث ارتفع عدد السياح في العالم و معدل نمو العائدات السياحية حتى فاق معدل النمو في مكونات الاقتصاد العالمي مما جعل السياحة الدولية واحدة من أكبر مجالات التجارة الدولية .

وترجع الأهمية المتزايدة للسياحة لما يمكن أن تساهم به هذه الصناعة سواء على المستوى الاقتصادي كونها مصدرا هاما للعملة الصعبة و مالدلك من أثر ايجابي على ميزان المدفوعات و كذا تشغيل الأيدي العاملة و ارتباطها العضوي بالأنشطة الاقتصادية الأخرى كالصناعة و التجارة والخدمات، أو على المستوى الاجتماعي كون السياحة تعكس صورة التطور الحضاري لشعوب العالم بما تضمنه من نشاط إنساني له أبعاده الاجتماعية و الثقافية.

إذ تندرج السياحة كصناعة مركبة تجمع بين الظواهر الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية في آن واحد و تتطلب تعاون جميع القطاعات بشكل متكامل بحثا عن توفير عرض سياحي ذو جودة يساهم في جلب الطلب السياحي الذي بدوره يعمل على زيادة الإيرادات ، وقد كانت النتائج الإيجابية لهذا القطاع حسب تقرير المنظمة العالمية للسياحة لسنة 2010 واضحة سواء لدول عربية كمصر، تونس و المغرب و كذلك لدول أجنبية كالصين التي استطاعت أن تحتل المكانة الثالثة عالميا سنة 2010 بعدما لم يكن لها وجود على خارطة الدول السياحية العالمية على غرار فرنسا التي تعتبر الوجهة السياحية الأولى في العالم منذ أكثر من عشرين سنة و التي استقبلت سنة 2010 ما يقدر بحوالي 76.8 مليون سائح أجنبي و إيرادات تقدر ب 49.4 مليار دولار ويرجع ذلك لتنوعها الثقافي و ثراء مواردها الطبيعية و جودة منشآتها السياحية، في حين تكتفي الجزائر بلد الغنى الثقافي و التنوع التاريخي و الحضاري و الطبيعي و الحيوي ب 1.9 مليون سائح تقابلها إيرادات ب 330 مليون دولار لنفس السنة و رغم المجهودات المبذولة من طرف القائمين على القطاع السياحي الجزائري إلا أنها لازالت تصنف ضمن الدول الأقل جدبا للسياح الأجانب .

لذلك كان لا بد للجزائر أن تعيد النظر في السياسات الموجهة لهذا القطاع كونها تعتمد في صادراتها بالدرجة الأولى على قطاع المحروقات مما يشكل خطرا على إيراداتها علما أن الدراسات التنبؤية بينت أن مورد البترول مورد زائل ، فكان المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي شرعت وزارة السياحة في تطبيقه سنة -2008- و الذي أعاد بناء أساسيات قطاع السياحة من خلال تحالف جميع القطاعات تبعا لخطة استراتيجية تركز على ترقية عدة أقطاب سياحية خاصة أن القطاع السياحي الجزائري يشكل أحد القطاعات الحيوية التي من الممكن أن تصبح المورد البديل لتنمية الاقتصاد الجزائري في ظل مقومات و عوامل جذب سياحية كبيرة، و حضارة ضاربة التقدم تشهد آثارها المنتشرة في كافة أرجاء البلاد على أهميتها و درجة إسهامها في الموروث الثقافي العالمي .

إذ لا يخفى على الجميع أن الجزائر تمتلك ثروة و مخزون سياحي متنوع، يجعلها قبلة سواء للباحثين عن جمال الشواطئ أو روعة الرمال أو سياحة الحمامات على غرار السياحة الثقافية التي تعتبر أول منجم لخلق الثروات و التي تمثل 40 % من السياحة العالمية حسب تقرير لجنة السياحة "أثر الثقافة على السياحة " لمنظمة التعاون و التنمية الاقتصادية OCDE لسنة 2009، و تعتبر المهرجانات و الفعاليات

الثقافية من أهم منتجات السياحة الثقافية التي تعمل على جذب السياح سواء المحليين أو الأجانب من خلال طابعها الموسمي المتكرر الذي يعمل على تعزيز جاذبية الوجهة السياحية باعتبار أنها تقدم عرض سياحي متميز و تشكل ميزة تنافسية بالنسبة للبلد المضيف.

وكون قطاع السياحة أصبح من الرهانات الأساسية للجزائر الراغبة في إفتكاح حصتها من السوق المتوسطة التي تستقطب 34 % من حركة و تنقلات السياح في العالم و التي تعتبر أهم وجهة سياحية في العالم بأكثر من 306 مليون سائح لسنة 2011 حسب تقرير المنظمة العالمية للسياحة لنفس السنة ، كان لا بد من البحث عن منتجات أخرى تمنح الوجهة الجزائرية ميزتها التنافسية و تقلل من ارتباط السياحة بالساحل التي لا تمنحها ميزة عن معظم الدول السياحية الأخرى، لذلك تظهر الثقافة كأحد العناصر الترويجية للسياحة خاصة من خلال التظاهرات الثقافية التي تعمل على تعزيز جاذبية الوجهات السياحية و ترقية الفكر السياحي، و علما أن الجزائر كانت مسرحا لتظاهرات ثقافية عديدة في السنوات الأخيرة أهمها – عاصمة الثقافة العربية 2006 ، المهرجان الإفريقي الثاني 2009 ، تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية 2011.....و على غرار مهرجانات جميلة و تيمقاد و المهرجانات الصحراوية، تبلورت إشكالية بحثنا فيما يلي :

"ما مدى مساهمة التظاهرات الثقافية في تطوير القطاع السياحي الجزائري؟"

و تندرج ضمن الإشكالية الرئيسية جملة من الأسئلة الفرعية :

- ✓ ماذا نعني بالسياحة و السياحة الثقافية ؟
- ✓ ما هو دور التظاهرات الثقافية في ترقية الوجهات السياحية ؟
- ✓ ما هو واقع السياحة الثقافية في الجزائر ؟
- ✓ هل ساهمت تظاهرة تلمسان كعاصمة للثقافة الإسلامية في تعزيز جاذبية الوجهة السياحية للمدينة ؟

و بهدف الإجابة على الإشكالية الرئيسية و كذا الأسئلة الفرعية قمنا بإدراج ثلاث فصول نحاول من خلالها إثبات أو نفي صحة الفرضيات التالية :

- ✓ الفعاليات الثقافية من أهم عوامل ثراء الوجهة السياحية ؛
- ✓ تسمح التظاهرات الثقافية بتعزيز جاذبية الوجهات السياحية ؛
- ✓ تمتلك الجزائر موروث ثقافي عريق يسمح لها بتقديم عرض سياحي متميز ؛
- ✓ ساهمت تظاهرة تلمسان كعاصمة للثقافة الإسلامية بترقية الوجهة السياحية للولاية – خاصة بدراسة الحالة - .

حيث تتمحور أهداف البحث فيما يلي :

- ✓ إبراز المكانة الاقتصادية لقطاع السياحة و الدور الممكن أن تلعبه في عملية التنمية ؛
- ✓ إبراز الجانب الثقافي للسياحة كسبيل للنهوض بالقطاع ؛
- ✓ إلقاء الضوء على منتجات السياحة الثقافية بتراتها المادي و غير المادي لتحسيس السلطات المعنية بأهميتها و دورها في تعزيز جاذبية الوجهات السياحية ؛
- ✓ محاولة تنمية المجتمع المحلي و إشراكه في منافع السياحة ؛

- ✓ الاستغلال الأمثل للموارد و الأصول السياحية الحضارية التاريخية و الموروث الثقافي و الحفاظ على جاذبيتها و استدامتها ؛
- ✓ وضع بعض الاقتراحات و التوصيات التي من الممكن أن تساهم في ترقية و تطوير الصناعة السياحية في الجزائر.

تتبع أهمية هذا البحث من أهمية النشاط السياحي و الدور الذي يلعبه في مختلف اقتصاديات العالم حيث نجح في إصلاح اقتصاديات العديد من الدول كاسبانيا و الصين، كونه يمثل قطاع اقتصادي يعمل على ضخ العملات الصعبة و جذب الاستثمارات الأجنبية و يوفر أعداد لا يستهان بها من فرص العمل بشكل مباشر أو غير مباشر و يتطلب تعاون جميع القطاعات بدءا من السلطات العليا وصولا للمواطن البسيط و استغلال جميع الفرص المتاحة، و قد يفتح المجال على المستوى الوطني أمام منتجات السياحة الثقافية بتراتها المادي و غير المادي كسبيل لتنمية و تطوير القطاع السياحي الجزائري .

و كتكملة لموضوع البحث على مستوى اليسانس " الاستثمار الأجنبي في قطاع السياحة الجزائري " و الذي تم التطرق فيه للقرى السياحية و التركيز على جانب الاستثمار السياحي، تمثلت أسباب اختيار الموضوع الحالي في التركيز على جانب آخر في هذا القطاع كون النشاط السياحي في الجزائر لم يحقق الأهداف اللازمة، بالإضافة إلى :

- كون القطاع السياحي يعد من بين القطاعات التي تدرج ضمن الإستراتيجية التنموية و الترقية للاقتصاد الجزائري و كذا من بين القطاعات التي يجب إعادة النظر فيها بعد قطاع المحروقات ؛
- كون السياحة الثقافية بصفة عامة و الفعاليات الثقافية بصفة خاصة لم تحض باهتمام بالغ في مختلف الأبحاث الأكاديمية؛
- ملاحظة النمو و التطور الذي شهدته الدول المجاورة في مجال السياحة ؛
- ندرة الدراسات السابقة أو بالأحرى انعدام البحوث التي تطرقت لموضوع السياحة الثقافية في الجزائر و هذا ما عزز إرادتنا لانجاز هذا العمل.

استمدت دراستنا أفكارها الأساسية من عدة دراسات سابقة أجريت في مجال السياحة الثقافية كلها متعلقة بدول أوروبية أو عربية و الجدير بالذكر ندرة الدراسات و قلة البحوث التي تطرقت لموضوع السياحة الثقافية في الجزائر خاصة فيما يتعلق بالتراث غير المادي (التظاهرات الثقافية). و من بين الدراسات الموجودة نذكر :

- الدراسة التي قامت بها اللجنة الأوروبية للسفر The European Travel Comission بالتعاون مع المنظمة العالمية للسياحة (OMT) سنة 2005 تحت عنوان :

" CITY TOURISM AND CULTURE "

و التي قامت بتحليل التجربة الأوروبية للسياحة الثقافية من خلال تحليل المعطيات الإحصائية المتاحة في المدن السياحية الثقافية و التعريف بالإرث الثقافي للدول الأعضاء في اللجنة الأوروبية للسفر (ETC).

- الدراسة التي قام بها Gail Dexter Lord (Wisconsin 1999) تحت عنوان :

"THE POWER OF CULTURAL TOURISM "

حيث أظهر مدير مؤسسة " LORD Cultural Ressources Planning and Management " أهمية السياحة الثقافية من خلال استعراض تجارب ناجحة في هذا المجال لبعض الدول.

- البحث الميداني لوزارة السياحة الأردنية و الممول من طرف الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية سنة (2009):

" PUBLIC AWARENESS AND ATTITUDINAL RESEARCH OF TOURISM IN JORDAN "

والذي يتضمن تقييم الفرص الاقتصادية السياحية من خلال إشراك المجتمع المحلي و ضرورة الحفاظ على الإرث الثقافي للقرى الأردنية من خلال توعية سكان تلك المناطق و محاولة غرس ثقافة سياحية .

- مذكرة الدكتوراه للأستاذة Saksia Cousin سنة 2003 بمدرسة الدراسات العليا للعلوم الاجتماعية بفرنسا (LAIOS):

"L'identité au miroir du tourisme : Usages et enjeux des politiques du tourisme culturel"

حاولت من خلالها الإجابة على إشكالية معنى السياحة الثقافية و استعرضت مختلف التعاريف الخاصة بالسياحة الثقافية منذ سنة 1954، و حاولت إيضاح العلاقات المتشابهة بين السياحة و الثقافة من وجهة نظر سياسية، اجتماعية و اقتصادية وأشارت إلى صعوبة قياس الأثر الاقتصادي لمنتجات السياحة الثقافية .

- مذكرة الدكتوراه للأستاذة Emmanuel Nathalie سنة 2011 بمدرسة الدكتوراه ل Grenoble تخصص Droit privée:

"Le festival et le droit "

حاولت من خلالها البحث عن تعريف قانوني لمفهوم المهرجان كما تطرقت لأصل الكلمة و أول ظهور لها حيث ظهر النشاط المهرجاني في العصور القديمة عند اليونانيين عند احتفالهم بألهة الخمر "les dionistes" كما تم أول استعمال للمصطلح في الحفلات الموسيقية، أما حالياً فنلثي المهرجانات خاصة بالموسيقى في حين يشمل الثلث الآخر كل أنواع الفنون من تظاهرات ثقافية و فعاليات مسرحية و معارض خاصة بالكتاب....كما استخلصت في الأخير أن المهرجان عبارة عن إرادة فنية و سياسية، يجمع المكان بالزمان و الجمهور و هو ذو منفعتين : منفعة أصلية متعلقة بمهمة التنشيط الفني و قيمة مضافة متعلقة بالتنمية الاقتصادية .

إن المنهج المتبع في عرض و تحليل المعلومات الخاصة بدراستنا هو المنهج الوصفي التحليلي و الإستنتاجي ، مع الاستعانة بأدوات جمع البيانات المتمثلة في الدراسة الميدانية من خلال:

- الوثائق و التقارير الرسمية ؛
- مقابلات نصف موجهة مع أعوان القطاع السياحي و كذا الثقافي عموميين أو خواص ؛
- استبيان موجه لسياح مدينة تلمسان لتأكيد النتائج المتوصل إليها .

و يجدر بالإشارة أن الدراسة النظرية استمرت طيلة فترة البحث و ساهمت في إثراء الدراسة التطبيقية و توجيهها نحو المسار الذي يسمح بتحقيق النتائج حسب الأهداف المحددة.

و نظرا لضيق الوقت و صعوبة الحصول على المعلومات و ندرتها خاصة فيما يتعلق بالإحصائيات الخاصة بالأثر الاقتصادي للتظاهرات الثقافية في الجزائر قمنا بتحليل دور هذه التظاهرات على ضوء المعلومات المستمدة من خلال المقابلات نصف الموجهة مع أعوان القطاع السياحي و كذا الثقافي و كذلك من خلال الاستبيان الموجه للسياح إلا أننا لم نوجه استبيان لأحد أطراف المعادلة السياحية و نقصد بذلك السكان المحليين .

لدراسة هذا الموضوع قمنا بتقسيم خطة البحث إلى ثلاثة فصول حيث :

✓ تناولنا من خلال الفصل الأول "التسويق السياحي و السياحة الثقافية" حيث تطرقنا في المبحث الأول للسياحة و أبعادها، أما المبحث الثاني خصصناه للتسويق السياحي، والمبحث الأخير للتفاعلات بين التسويق السياحي و السياحة الثقافية ؛

✓ في حين تناول الفصل الثاني "مكانة السياحة الثقافية ضمن المقصد السياحي الجزائري" مع إشارة إلى أهم الفعاليات الثقافية بالجزائر حيث تضمن المبحث الأول واقع السياحة في الجزائر ، المبحث الثاني خصصناه للسياحة الثقافية بالجزائر أما المبحث الثالث فحاولنا التركيز من خلاله على التظاهرات الثقافية و دورها في تطوير الصناعة السياحية بالجزائر؛

✓ أما الفصل الثالث و الأخير حاولنا من خلاله قياس "مدى مساهمة الفعاليات الثقافية في ترقية وتعزيز الوجهة السياحية لولاية تلمسان" من خلال دراسات ميدانية للطلب و العرض السياحي بالمنطقة بعد التطرق لعرض مفصل عن المنطقة كوجهة سياحية.

تمهيد :

تعتبر السياحة عملاق القرن الواحد و العشرين، فقد احتلت مكانا متميزا بالنسبة لمعظم دول العالم سواء كانت دول صناعية كبرى أو دول نامية و ذلك للأهمية الاقتصادية التي تحققها لهذه الدول من خلال دورها المهم في زيادة الدخل القومي و تحسين ميزان المدفوعات و مصدرا للعملة الصعبة و فرصة لتشغيل الأيدي العاملة و هدفا لتحقيق برامج التنمية و كذا لأهميتها الاجتماعية و الحضارية كونها ترتبط بالجوانب الثقافية للإنسان.

و تشهد هذه الصناعة منافسة قوية نظرا لأهميتها و ارتباطها بالنشاطات الاقتصادية الأخرى، لذلك يتطلب الأمر الإبداع و الابتكار و تحديد استراتيجيات تسويقية و كذا الشراكة مع قطاعات أخرى كالقطاع الثقافي لتعزيز جاذبية الوجهة السياحية كون السياحة الثقافية عبارة عن إستراتيجية مكملة للصناعة السياحية.

لذلك سنتطرق في هذا الفصل للسياحة و الثقافة من خلال المباحث التالية :

المبحث الأول : السياحة و أبعادها ؛

المبحث الثاني : التسويق السياحي ؛

المبحث الثالث : السياحة الثقافية و التسويق السياحي .

المبحث الأول : السياحة و أبعادها

نشأت ظاهرة السفر منذ القدم بوصفها ظاهرة طبيعية تحتم على الإنسان الانتقال من مكان لآخر لأسباب متعددة، بداية من البحث عن الأكل والشرب وصولاً للتنقل بحثاً عن المتعة والراحة والترفيه بالإضافة للفضول والرغبة في اكتشاف عادات وتقاليد وحضارات الشعوب.

من خلال هذا المبحث سنحاول التطرق لتاريخ السياحة وكذلك لمفاهيم تتعلق بالسياحة التي احتلت مكانة كبرى في اقتصاديات الدول وأصبحت صناعة تنافس الصناعات الكلاسيكية و كذا مفاهيم خاصة بالسائح باعتباره الركيزة الأساسية لها و استخلاص أهميتها الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و حتى السياسية.

المطلب الأول : تاريخ السياحة

لقد تطور مفهوم السياحة مع تطور المجتمعات، أهم مراحل ذلك التطور عبر التاريخ تلخص فيما يلي: (1)

أولاً : السياحة في العصور القديمة

بدأت مع نشأة حضارة بلاد الرافدين و الفراعنة و تنتهي بسقوط الدولة الرومانية ومن خصائصها ظهور الحكومات و الدول، ظهور الجيوش التي وفرت الأمن، ظهور الأنظمة و القوانين و العلوم، ظهور النقود و المعاملات و التبادل التجاري، ظهور الأديان و المعتقدات . ومن دوافع السفر خلال هذه المرحلة :

- الدافع التجاري : ارتبطت تطورات حركة السفر نتيجة ظهور التخصص في العمل و ظهور عمليات التبادل التجاري ؛
- الدافع الديني : ظهور الأديان والأنبياء أدى إلى بناء المعابد و العتبات المقدسة، الأمر الذي ساهم في تطور حركة السفر من خلال رحلات أداء الطقوس و الشعائر الدينية ؛
- دافع حب الاستطلاع : بدافع التعرف على العادات و التقاليد والاستكشاف لكن نسبة السفر كانت ضئيلة لأن الظروف في الغالب لم تكن ملائمة ؛
- دافع العلاج : عرف الرومانيون المزايا العلاجية لبعض العيون المعدنية، مما دفعهم للقيام برحلات من أجل الاستشفاء أي ما يعرف اليوم بالسياحة العلاجية ؛
- الدوافع الرياضية : اليونانيون أول من سافروا للمشاركة في الألعاب الأولمبية.

ثانياً : السياحة في العصور الوسطى

بدأت بسقوط الدولة الرومانية التي كانت تعد مركز الإشعاع الفكري والحضاري و التجاري، و كان اتجاه السفر في تلك العصور للتجارة بالإضافة للرحلات الطويلة التي قام بها بعض الرحالة (رحلة Marko Polo لاكتشاف الطريق بين أوروبا و آسيا) و الرحلات الخاصة بنشر المسيحية.

ثالثاً : السياحة في عصر النهضة

بدأت هذه المرحلة مع نشأة الرأسمالية التجارية وحتى قيام الثورة الصناعية ومن مميزات الاستكشافات الجغرافية، حب المغامرة، التنافس بين البلدان للحصول على ثروات العالم الجديد، ظهور أعمال فنية ومعمارية خطفت أنظار الناس، كما تميزت بعودة ظهور الدول و الحكومات، كما كان توسيع الأفق العلمية و الثقافية من أهم دوافع السفر لهذه المرحلة (في بريطانيا أقرت إليزابيث الأولى شكل السفر بعربات الخيل للسياسيين و طلاب الجامعات).

(1) -الظاهر، ن، سراب، إ، "مبادئ السياحة"، دار المسيرة، الطبعة الأولى، 2001، ص15.

رابعاً :عصر سياحة ما بعد الثورة الصناعية

بدأ مع قيام الثورة الصناعية و استمر حتى نهاية الحرب العالمية الثانية، و عرفت هذه المرحلة زيادة انتقال البشر من مكان لآخر، بسبب الاختراعات و التطورات التكنولوجية الحاصلة في هذه الفترة، باختراع القطار و السفن المريحة و السريعة في نفس الوقت، كل هذا جعل الإنسان يهتم فعلاً بالسياحة و التنقل، و عموماً تعد هذه المرحلة هي البداية الفعلية للنشاط السياحي عبر العالم.⁽¹⁾

خامساً : السياحة في العصر الحديث

بدأت بنهاية الحرب العالمية الثانية، حيث دخلت التكنولوجيا في مجال النقل و مجال الإيواء ووسائل النقل البري و البحري ووسائل الاتصالات السريعة و تغيرت حياة الإنسان ما دفع به إلى الاستمتاع بالسياحة و السفر.⁽²⁾

المطلب الثاني : تعاريف حول السياحة و السائح.

لا تنحصر السياحة في مفهوم واحد، بل تتعدد مفاهيمها كونها ترتبط بعدة ظواهر أخرى، من خلال هذا المطلب سنحاول إلقاء الضوء على بعض التعاريف الخاصة بالسياحة و كذا السائح.

أولاً : تعاريف السياحة

على اعتبار أن السياحة مجموعة من النشاطات ذات أوجه متعددة، تختلف تعاريفها باختلاف نظرة الباحثين و الدارسين لها، فمنهم من حاول تعريفها انطلاقاً من كونها ظاهرة اجتماعية، و البعض الآخر اعتبرها ظاهرة اقتصادية في حين اعتبرها البعض الآخر عامل لبعث العلاقات الإنسانية . و من ضمن التعاريف الموجودة نذكر:

-تعريف "جويبير فرويلر" سنة 1905: "السياحة ظاهرة من ظواهر العصر، تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة و تغيير المكان، و إلى التمتع بجمال الطبيعة و الإحساس بها و كذا الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، و أيضاً تطور الاتصالات بين الشعوب و الأفراد و أوساط مختلفة من الجماعات الإنسانية، هذه الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة و الصناعة و تقدم وسائل النقل".⁽³⁾ و الملاحظ من خلال تعريف الباحث الألماني، أنه ركز على الجانب الاجتماعي و النفسي و العلاقات بين الشعوب و الأفراد و أهمل الجانب الاقتصادي .

-تعريف "هيرمان (Van Schullard)" سنة 1910: "السياحة هي المصطلح الذي يطلق على أي عمليات خصوصاً الاقتصادية التي تتعلق بوفود وانتشار وإقامة الأجانب داخل و خارج منطقة معينة أو أي بلد يرتبط بهم ارتباطاً مباشراً".⁽⁴⁾ حيث يشير العالم النمساوي من خلال هذا التعريف إلى السياحة الداخلية و الخارجية و إلى ما يعرف حالياً بـسياحة الأعمال.

- تعريف " كراف (Kraft) و هونزيكر (Hunziker)" سنة 1943: "السياحة هي المجموع الكلي للعلاقات و الظواهر الطبيعية التي تنتج من إقامة السائحين و أن هذه الإقامة لا تؤدي إلى إقامة دائمة و ممارسة أي نوع من العمل سواء كان عملاً دائماً أو مؤقتاً".⁽⁵⁾

(1)-كافي.م ، "صناعة السياحة و الأمن السياحي" ، دار رسلان ، 2009 ، ص29.

(2)- خربوطلي.ص ، "السياحة صناعة العصر" ، دار حازم ، 2002 ، ص20.

(3)- ماهر.ع.ت، "صناعة السياحة" ، دار زهران للنشر و التوزيع، 1997، ص22.

(4)- Tissa.A , "Economie touristique et aménagement du territoire" . OPU, 1994 , P.21.

(5)- الحوري.ط ، الدباغ . إ ، "مبادئ السفر و السياحة"، مؤسسة النشر و التوزيع، الطبعة الأولى ، 2001 ، ص41.

- من خلال تعريف العالم السويسري " رئيس الجمعية الدولية لخبراء السياحة العالميين "هونزبكر و زميله يمكن استخلاص أن السياحة تركز على: التنقل، الإقامة غير الدائمة، عدم تحقيق الربح.

- تعريف المنظمة العالمية للسياحة (OMT):

"السياحة تشمل أنشطة الأشخاص الذين يسافرون إلى أماكن تقع خارج بيئتهم المعتادة، ويقومون فيها لمدة لا تزيد عن سنة بغير انقطاع للراحة أو لأغراض أخرى، وتتألف البيئة المعتادة للشخص من منطقة محددة قريبة من مكان إقامته مضافا إليه كافة الأماكن التي يزورها بصورة مستمرة و متكررة". (1)

يجدر الإشارة أنه يوجد عدة تعاريف للسياحة بقدر ما يوجد باحثين في هذا المجال، ومن خلال التعاريف السابقة نستخلص أن السياحة:

- نشاط يتولد من حركة تنقل الأفراد إلى مناطق غير موطن إقامتهم الدائمة؛

- إقامة وقتية حدها الأدنى 24 ساعة و الأعلى سنة؛

- نشاط مرتبط بوقت الفراغ؛

- مزيج مركب من عدة ظواهر وعلاقات اقتصادية واجتماعية وثقافية و حضارية وإعلامية.

ثانيا: تعاريف السائح

يعتبرا لسائح الركيزة الأساسية للنشاط السياحي و النواة المركزية لأي إستراتيجية تسويقية في الميدان السياحي .

سنة 1954، نظمت منظمة الأمم المتحدة اجتماع بنويويورك لتحديد الإجراءات الجمركية الخاصة بالسياحة و بالاستيراد المؤقت للسيارات السياحية بحضور ممثلين عن 47 دولة وملاحظين من 8 دول أخرى، و نتج عن هذا الاجتماع اتفاقية حول التسهيلات الجمركية المتعلقة بالسياحة و حدد من خلال المادة الأولى تعريف السائح:

" كل شخص، بدون تمييز للأصل أو للجنس أو للغة أو للدين، ينتقل لمحيط دولة متعاقدة أخرى غير مكان إقامته الاعتيادي و يمضي 24 ساعة على الأقل و 6 أشهر على الأكثر خلال نفس السنة، حيث أن سبب سفره شرعي و لايتعلق بالهجرة ويدخل ضمن: سياحة، متعة، رياضة، صحة، زيارة الأهل، دراسة، دين، أعمال" (2)

أما سنة 1963، فتميزت باجتماع آخر لمنظمة الأمم المتحدة تحت شعار "السياحة و الرحلات الدولية" بروما، وحضره ممثلين عن 87 دولة و 12 عن منظمة دولية و 14 عن منظمة غير حكومية، حيث اعتبروا أن السياحة عنصر جديد وأساسي للتبادلات الدولية وأن الزائر:

" أي شخص يزور دولة أخرى غير الدولة التي اعتاد الإقامة فيها، لأي سبب غير السعي وراء عمل يجزى منه في الدولة التي يزورها" (3) و يشمل:

- السائح: الزائر المؤقت الذي يقيم على الأقل لمدة 24 ساعة في الدولة التي يزورها حيث يكون سبب السفر: "ترفيه، متعة، صحة، دراسة، دين، رياضة" أو "أعمال، عائلة، مهمة، اجتماع".

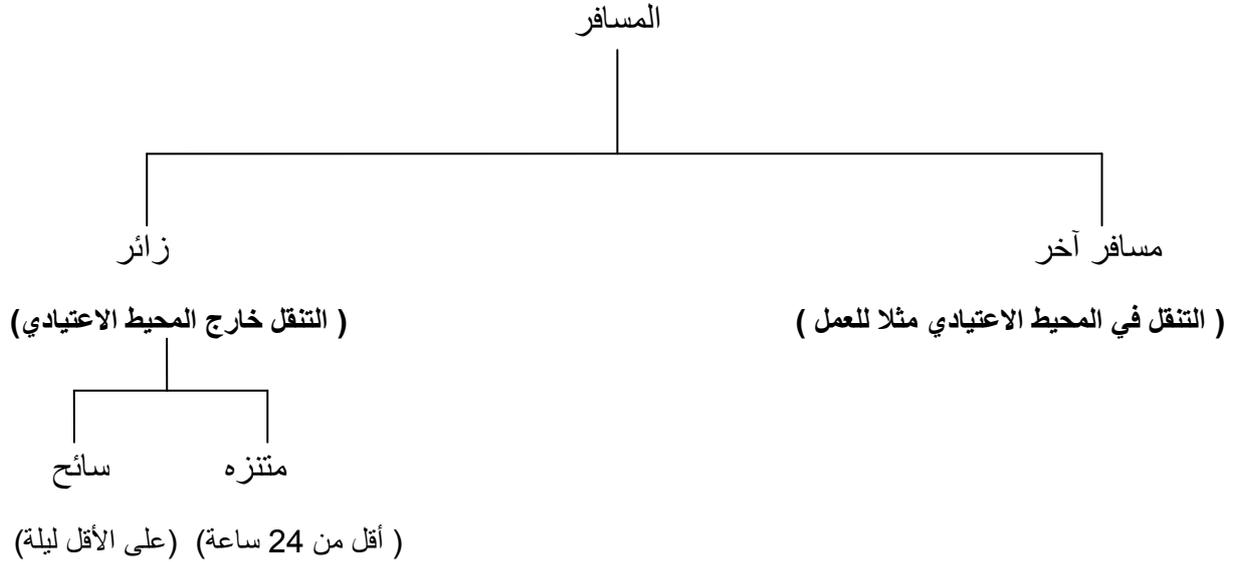
(1)- المنظمة العالمية للسياحة (OMT)، "مفاهيم و تعاريف"، 1995، ص10.

(2) - Michaud .J.L , "Tourisme : Chance pour P'économie risque pour les sociétés ?" , presses universitaires , 1992 , PP.215-217.

(3)-الحسن.ح ، " السياحة صناعة و علاقات عامة "، الدار اللبنانية للنشر و العلاقات العامة، الطبعة الأولى ، 1978 ، ص20.

- المتنزه (الرحلة السريعة): الزائر المؤقت لمدة تقل عن 24 ساعة في الدولة التي يزورها .
و يتضح مفهوم السائح من خلال الشكل الموالي :

الشكل رقم (1-1): الفرق بين السائح و المتنزه



Source :Rousseau.I , "Mémento du tourisme 2010" , édition Gilles Pannetier , 2011, P.17.

و أغلب أعضاء الأمم المتحدة وافقت على أن السائح كل شخص يقيم بعيد عن مقر إقامته المعتادة، فمثلا ألمانيا تعتبر الفرد سائحا إذا بقي 4 أيام خارج مقر إقامته المعتادة، النمسا تعتبر السائح كل من يبقى ثلاث ليالي فأكثر خارج مقر إقامته، بريطانيا، بلجيكا، هولندا، سويسرا، هذه الدول تعتبر السائح كل شخص يبقى أربعة ليالي خارج مقر إقامته المعتادة، إيطاليا أربعة أيام فأكثر، السويد خمسة أيام فأكثر⁽¹⁾.

في حين أضافت الجزائر باعتبارها عضو في تلك المنظمة بعض التعاريف زيادة على التعاريف السابقة الخاصة بالزائر و السائح و المتنزه حيث اعتبرت **الدخول** كل مسافر عبر الحدود و دخل إقليم و تراب دولة معينة، و أطلقت اسم **المقيم** على المسافر غير المتنزه و العابر بالجزائر باستثناء المتنزه في الرحلة البحرية، و اعتمدت اسم **غير المقيم** لكل زائر مؤقت تمنح له في الحدود تأشيرة عبور مدتها خمسة أيام للعابرين جوا، وكذلك اعتبرت **المتنزه عبر الجولة البحرية** الزائر الذي يستعمل الباخرة نفسها ذهابا و إيابا و يقطن بها طول مدة الرحلة بحيث لا يعتبر مقيم⁽²⁾.

⁽¹⁾ - Christine.R , " Le tourisme" , Publication universitaires européennes , 1985,P.191

⁽²⁾ - وثائق متوفرة بمكتبة وزارة السياحة و الصناعة التقليدية الجزائرية .

ثالثا : أنواع السياحة

تتبع أنواع السياحة من الدوافع المؤدية للقيام بها، و يصعب في الواقع تحديدها بسبب تعدد و تنوع هذه الدوافع، لكن وفقا لمعيار الغرض من السياحة يمكن تقسيمها إلى :

- **السياحة الترفيهية** : يقصد بها " ذهاب السائح إلى أماكن ومناطق تتوفر فيها مقومات الترويح عن نفس الإنسان و تجديد نشاطه و حيويته و أن يتمكن من قضاء وقت فراغه أو عطلته بطريقة مفيدة ومريحة ".⁽¹⁾ يرتبط هذا النوع من السياحة بأوقات الإجازات و العطل المدفوعة الأجر، و يمارسه عدد كبير من المواطنين ؛

- **السياحة الثقافية** : يعمل هذا النوع على زيادة معلومات السائح و إشباع حاجاته من الناحية الثقافية⁽²⁾ عبر إقامة الندوات و الدورات الثقافية و المعارض الخاصة و الفعاليات الثقافية مثلا : مهرجان وهران للفيلم العربي، فعاليات تظاهرة تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية، فعاليات صيف دبي ، مهرجان أبو ظبي السينمائي ؛

- **السياحة العلاجية** : يقوم المرضى بالسفر إلى أماكن معينة توفر لهم العلاج من الأمراض التي يعانون منها⁽³⁾ مثلا : الحمامات المعدنية ؛

- **السياحة الرياضية** : يشمل هذا النوع سياحة رياضية إيجابية من خلال السفر و الإقامة للمشاركة في المباريات و الألعاب الرياضية، و سياحة رياضية سلبية من خلال السفر و الإقامة من أجل مشاهدة المباريات و الاحتفالات الرياضية.⁽⁴⁾

وتتنافس معظم الدول من أجل استضافة الألعاب الرياضية نظرا للمكاسب التي تحققها و كذلك عدد السياح المشاركين و الدعاية التي تحصل عليها الدول ؛

- **السياحة الدينية** :بناء على معتقدات و اتجاهات دينية، يقوم السائح بزيارة أماكن مقدسة خلال فترات محددة من السنة لممارسة بعض الشعائر أو التعاليم الدينية ؛

- **سياحة الأعمال** : يضم هذا النوع انتقال السائح إلى مكان آخر أو دولة أخرى بغرض العمل المؤقت و لفترة محددة، و يكون العمل محدودا أو موارده محدودة أيضا.⁽⁵⁾ و يعود السبب في ازدهار هذه السياحة إلى التقدم التقني و التكنولوجي كما يعود إلى ظروف الركود و الكساد الذي يصيب بعض الدول و ازدهار بعض الأعمال في دول أخرى ؛

- **سياحة المؤتمرات** : تحدث بسبب اللقاءات التي تعقد لبحث قضية معينة أو مشكلة محددة، وقد يكون الغرض منها رسم إستراتيجية مستقبلية لمنظمة تضم أكثر من دولة، و قد تم الاهتمام بظاهرة المؤتمرات و الاجتماعات من خلال توفير خدمات سياحية متطورة ووسائل اتصالات حديثة جدا ووسائل نقل متطورة كون المؤتمرات تنظم على مستويات متباينة تتراوح بين القومية و الإقليمية و الدولية . و يحقق هذا النوع مكاسب سياسية و اقتصادية وإعلامية هامة مما جعل الدول المختلفة تتسابق لاستضافة المؤتمرات.⁽⁶⁾

- الجدير بالذكر أنه يوجد عدة تصنيفات للسياحة، يمكن تلخيصها من خلال الشكل الموالي :

(1)- العنتيل .ع ، "فن تسويق السياحة" ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1980 ، ص10.

(2)- المرجع نفسه ، ص10.

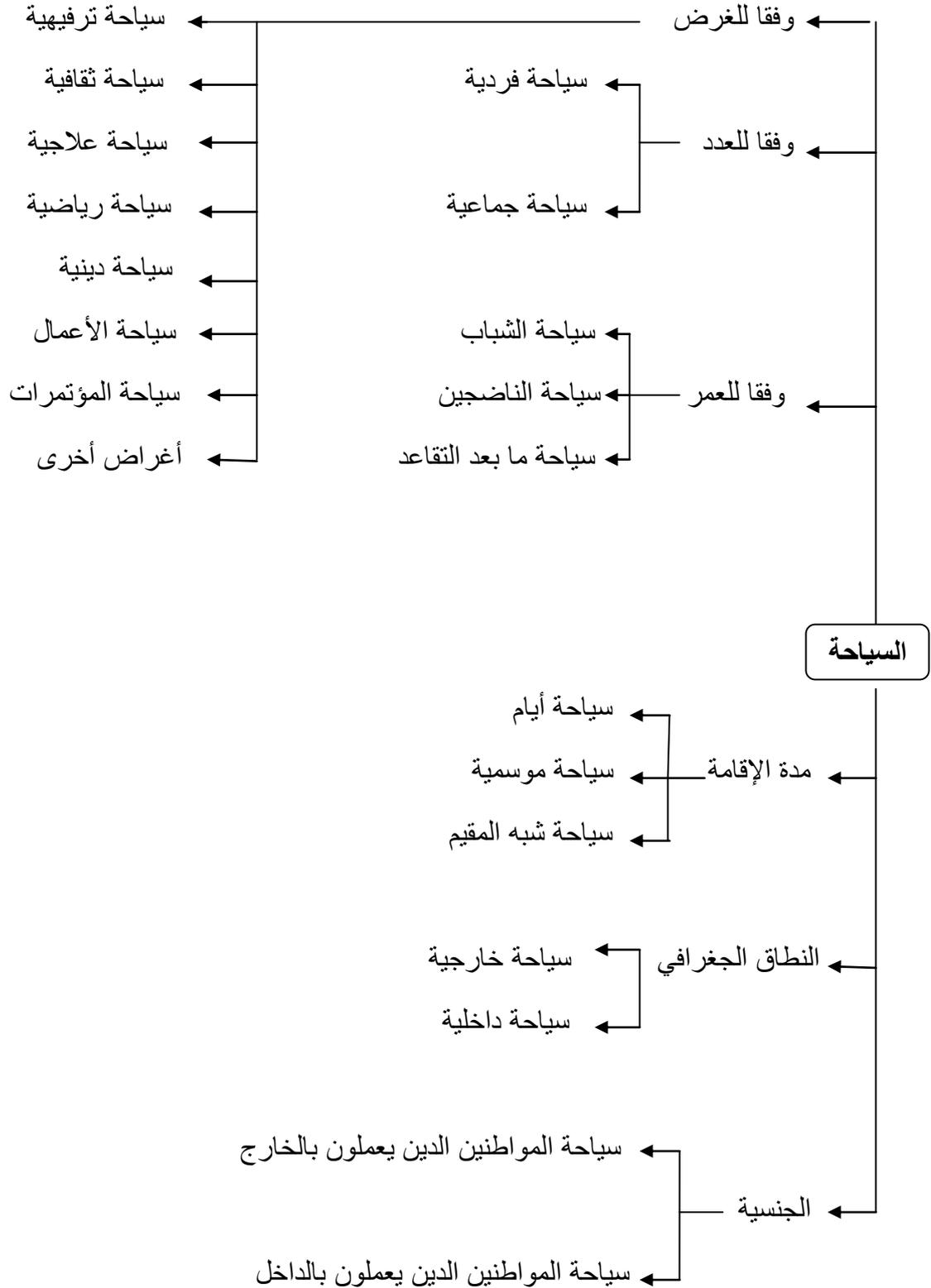
(3)- الجلال .ا ، "البيئة المصرية و قضايا التنمية" ، عالم الكتب ، الطبعة الأولى ، 1998 ، ص167.

(4)- السكرم ، "السياحة مضمونها و أهدافها" ، دار مجدلاوي ، 1994 ، ص12.

(5)- ماهر .ع.ت ، مرجع سبق ذكره، ص55

(6)- الزوكة ، خميس.م ، "صناعة السياحة" ، دار المعرفة الجامعية ، الطبعة الثانية ، 1998 ، ص118.

الشكل رقم (1-2): تصنيفات السياحة



المصدر: الخضيرى.أ ، "التسويق السياحي"، مكتبة مدبولي ، 1989، ص55.

المطلب الثالث : أهمية السياحة

احتلت السياحة مكانة هامة في السياسة التنموية للدول المتقدمة و النامية على حد سواء، نظرا لأهميتها الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و حتى السياسية .

أولا : الأهمية الاقتصادية:

يمكن إبرازها من خلال :

- القدرة على توليد مناصب الشغل: إن القطاع السياحي كثيف التشابك ويرتبط مع العديد من القطاعات الأخرى، وهذا يعني إمكانية توليد فرص عمل تفوق حدود قطاعه، و تمتد لتصل حدود القطاعات الأخرى (مثلا : الصناعات التقليدية)، فالسياحة لها القدرة على توليد مناصب عمل أكثر من أغلب الأنشطة الصناعية الكلاسيكية⁽¹⁾، حيث وفرت السياحة 260 مليون منصب شغل عبر العالم سنة 2011⁽²⁾.

- تدفق رؤوس الأموال الأجنبية: تعتبر السياحة كمصدر من مصادر العملة الصعبة، و يمكن الإشارة إلى بعض أنواع تدفقات النقد الأجنبي الناتج عن السياحة:⁽³⁾

- مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة ؛
- فروق تحويل العملة ؛

- الإنفاق اليومي للسائح مقابل الخدمات السياحية بالإضافة للإنفاق على الطلب على السلع الإنتاجية و الخدمات لقطاعات اقتصادية أخرى .

والجدول الموالي يعطي لنا فكرة حول تطور الإيرادات المحققة في قطاع السياحة في عدد من الدول من 1980 إلى 2009:

الجدول رقم (1-1): تطور الإيرادات السياحية العالمية في الفترة 1980-2009 العملة : مليار دولار

2009	2008	2007	2006	2005	2000	1990	1980	
413.3	473.7	435.1	376.9	348.8	231.3	142.9	61.7	أوروبا
28.7	30.0	29.0	24.6	21.7	10.4	6.4	2.7	أفريقيا
203.2	208.9	187.0	156.5	134.5	85.3	46.5	9.0	آسيا
165.2	187.6	171.3	154.1	145.2	130.8	69.3	25.5	أمريكا
41.8	41.5	34.7	29.9	26.3	17.5	5.1	3.5	الشرق الأوسط
852.2	941.6	857.1	742.1	676.5	475.3	270.2	102.4	المجموع

Source :Rousseau.I , "Mémento du tourisme 2010" , édition Gilles Pannetier , 2011,P.24.

(1)- اليازيدو، " السياحة بالجزائر :إمكانيات ضخمة و موقفات عديدة "، مداخلة في الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و التنمية المستدامة ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2010.

(2) -Report of World Travel and Tourism Council (WTTC), "Travel and Tourism" , World Travel and Tourism Council , 2011, P.1.

(3)-ماهر .أ، أبو قحف .ع ، "تنظيم وإدارة المنشآت السياحية و الفندقية" ، المكتب العربي الحديث ، الطبعة الثانية ، 1999 ، ص17.

- أثر السياحة على ميزان المدفوعات: من المعلوم أن أهمية أي قطاع في الاقتصاد الوطني تتحدد بمدى قدرة هذا القطاع على جلب موارد النقد الأجنبي التي من شأنها أن تحدث فوائض في ميزان المدفوعات (1)، ومن ثم العمل على تدعيم قدرة الاقتصاد الوطني على مجابهة الأزمات، ويتحدد الحساب الخارجي للسياحة من خلال الفرق بين الإيرادات و النفقات السياحية، و على أية حال فقدم الزوار الأجانب يساهم في تنشيط ميزان المدفوعات في البلدان التي تستضيفهم بما أنهم يدخلون على هذه البلدان عملات أجنبية، كما أن تنقل المواطنين المقيمين إلى الخارج في إطار السياحة يؤدي إلى خروج العملات، مما يعني الأثر السلبي على ميزان المدفوعات.

ثانيا : الأهمية الاجتماعية و الثقافية

لا يختلف اثنان في أن التطور الاقتصادي في أي بلد يؤدي إلى إحداث تطور مماثل في الجانب الاجتماعي، بمعنى أن العلاقة بين القطاعين طردية.

و يفترض أن يساهم القطاع السياحي في توفير النقد الأجنبي لخزينة البلد و يساهم في نفس الوقت في تخفيف حدة البطالة و تحسين المستوى المعيشي للمواطنين و ينبثق ذلك كون السياحة تعتمد على الاستعمال المكثف لليد العاملة في مختلف الخدمات المتعلقة بالسياحة كالنقل و الإسكان و الإطعام و الاتصال و البيع و نحوها.

أما على المستوى الثقافي، تعد السياحة أداة للاتصال الفكري و تبادل العادات و التقاليد بين الشعوب و غرس روح التفاهم و التسامح، كما تعتبر أداة للتبادل المعرفي و نقل العلوم و التكنولوجيا . (2) و على غرار الآثار الاجتماعية و الثقافية الإيجابية، يمكن في بعض الحالات أن تنشأ عن السياحة آثار سلبية منها: (3)

- حدوث تغيرات جذرية في المجتمعات من خلال تبني عادات تختلف عن موروثهم الحضاري و الديني ؛

- انتشار الفساد و التدهور الاجتماعي و الأخلاقي ؛

- التصادم الثقافي من خلال التعارض و الاختلاف بين الأفكار و الأساليب الغالبة في المجتمع و تلك القادمة من الخارج.

ثالثا : الأهمية السياسية

تعمل السياحة على تحسين العلاقات بين الدول، كما أن نتائجها الإيجابية على المستوى الاقتصادي و الاجتماعي تساهم في حل الكثير من المشكلات السياسية(4)، فهي تعزز الأمن و السلم و الأمن الحدودي بين الدول السياحية من خلال نشر مبادئ السلام العالمي (5) ، مما يحسن المشهد السياسي للبلد المعني و يجعله مستقرا.

(1) - أحمد قايد بن ، " الأهمية و الأثر الاقتصادي لتنمية قطاع السياحة "، مداخلة في الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و التنمية المستدامة ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2010.

(2) - الوادي م. و الزعبي.ع، "دور التخطيط السياحي في إقامة صناعة سياحية متطورة"، مداخلة في الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و التنمية المستدامة ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2010.

(3) - كواش بخ ، "أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر" ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، 2003-2004 ، ص83.

(4) - سعداوي.م و بوجطوح ، "أهمية مقومات السياحة الجزائرية في التنمية الاقتصادية للدولة" ، مداخلة في الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و التنمية المستدامة ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2010.

(5) - سلمان عبوي.ز ، "السياحة في الوطن العربي : دراسة لأهم المواقع السياحية العربية" ، دار الراية للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى ، 2008 ، ص48.

المبحث الثاني : التسويق السياحي

تعتبر صناعة السياحة من الصناعات الرائدة التي كانت سباقة إلى انتهاج و اعتناق المفهوم التسويقي ، حيث يعتبر التسويق السياحي عاملا أساسيا لتحقيق التنمية السياحية نظرا لما يقوم به من دور هام في الترويج السياحي و الخدمات السياحية بصفة عامة و جذب أكبر عدد ممكن من طالبي هذه الخدمات و تنشيط الحركة السياحية. و عليه سنحاول التطرق من خلال هذا المبحث إلى مفهوم التسويق السياحي و أهدافه بالإضافة إلى المزيج التسويقي السياحي .

المطلب الأول : مفهوم التسويق السياحي

تختلف وجهات النظر حول مفهوم التسويق و علاقته بالسياحة ، من خلال هذا المطلب سنحاول التطرق لأهم التعاريف الخاصة بالتسويق السياحي و تحديد أهم أهدافه و كذلك إبراز أهميته .

أولا : تعريف التسويق السياحي

يعرف التسويق بصفة عامة بأنه الاهتمام السائد لإرضاء الطلب و تحقيق ربح أعظم و مستمر⁽¹⁾. و من أكثر التعاريف قبولا بين رجال التسويق، تعريف **فيليب كوتلر** رائد المدرسة الحديثة في التسويق، حيث عرف التسويق بأنه: " الجهود التي يبذلها الأفراد و الجماعات في إطار إداري و اجتماعي معين للحصول على حاجاتهم و رغباتهم من خلال إيجاد و تبادل المنتجات و القيم من الآخرين "⁽²⁾. و حسب الجمعية الأمريكية للتسويق فقد أشار أول تعريف لها أن التسويق عبارة عن: "جميع أنشطة الأعمال التي توجه تدفق السلع و الخدمات من المنتج إلى المستهلك النهائي أو المستعمل الصناعي"، إلا أن هذا التعريف قد تعرض لانتقاد كبير بسبب حصره لمفهوم التسويق على أنه وظيفة تبدأ بعد أن يتم الانتهاء من إنتاج السلعة و تنتهي مهامه بمجرد بيعها للمستهلكين، مما أدى إلى إجراء دراسات أخرى فكان تعريف سنة (1985) و الذي أشار إلى أن النشاط التسويقي هو: "النشاط الخاص بتسعير و ترويج و توزيع السلع و الخدمات و الأفكار التي تسعى إلى إشباع رغبات الأفراد و المنشآت "⁽³⁾. من خلال التعاريف السابقة نستخلص أن التسويق عبارة عن مجموعة من الجهود و الأنشطة تعمل على إيجاد توافق بين ما ينتجه المنتج و ما يطلبه المستهلك.

أما بالنسبة للتسويق السياحي :

فقد عرفه **krippendorf Jost**(1971) على أنه: " التنفيذ العملي و المنسق لسياسة الأعمال من قبل المشاريع السياحية سواء كانت خاصة أم عامة على مستوى محلي، إقليمي، وطني، أو عالمي، بغرض تحقيق الإشباع لمجموعات المستهلكين المحددين و مما يحقق عائدا ملائما "⁽⁴⁾.

كما عرفه كل من **Robert Lanquar** و **Robert Hollier** بأنه: "إجراء إداري يسمح للمؤسسات و المنظمات السياحية بتحديد زبائنهم الحاليين و المحتملين و التواصل معهم لتحديد احتياجاتهم و التأثير

(1)- Vander Cammen.M : **Marketing** , édition de boeck , 2002 , P. 23.

(2)- أمين أبو علفة .ع ، "التسويق" ، مؤسسة حورس الدولية، جزء أول، 2003 ، ص29.

(3) - المرجع نفسه ، ص28.

(4)-Lanquar.R et Hollier.R , " **Le marketing touristique**", Presses Universitaires de France , 2002 ,P.13.

على رغباتهم و حوافزهم على المستوى المحلي، الجهوي، الوطني و الدولي للوصول إلى تشكيل منتجات تتوافق معهم و بالتالي تعظيم كل من رضا الزبائن السياحيين و أهداف المؤسسات".⁽¹⁾

و عرفه الدكتور محمد عبيدات بأنه: " كافة الجهود و الأنشطة المنظمة و التي يتم تأديتها بتناغم مدروس من قبل كافة مقدمي الخدمة السياحية بعناصرها أو أجزائها المختلفة و التي تهدف إلى إشباع أذواق المتلقين أو الراغبين في السياحة بشتى صورها".⁽²⁾

من خلال التعاريف السابقة ، يمكن استنتاج أن التسويق السياحي هو :

- التركيز على المفهوم التسويقي من خلال تلبية رغبات و حاجات المستهلكين .
- إيجاد توازن بين الطلب السياحي و أهداف المؤسسة .
- فهم السائح، فهم التخطيط، و مراقبة العلاقة داخل الصناعة و السياحة من أجل ملائمة المنتج أو الخدمة مباشرة للرغبات.

إذن يمكن القول أن النشاط التسويقي في مختلف المجالات و الأنشطة نشاط واحد من حيث الهدف و المضمون و لكنه مختلف من حيث الأسلوب و المنهج التسويقي المتبع.

ثانيا : أهداف التسويق السياحي

عموما، يتمثل الهدف النهائي للتسويق في تلبية حاجات المستهلكين، وبالتالي يتضح أن الهدف الأساسي للتسويق السياحي هو إرضاء السياح، ويمكن حصر أهداف التسويق السياحي في النقاط التالية:⁽³⁾

1. إرضاء السياح : إننا نعتبر التسويق هو عملية إرضاء المستهلك، وتطبيق مبادئ التسويق في تقديم الخدمات السياحية هدفه إرضاء السياح، و مؤخرا لا نجد مؤسسات سياحية يمكن أن تفكر في حماية وجودها دون إرضاء العملاء، ومن خلال عملية التسويق المنظم فإن السياح يحصلون على الخدمات المناسبة بأسعار منافسة في أوقات مناسبة وبطريقة مرضية ومتوافقة مع توقعات و أذواق السياح.
2. جعل الاقتصاد التشغيلي ممكنا : وهذا يستلزم الاستغلال الأمثل للموارد، إن تقدير توقعات المستهلكين يجعل المؤسسة قادرة على إدارة الموارد و العرض السياحي بما يتناسب مع الطلب، لذا فإن التسويق المبني على أساس التقدير السليم لحاجات و توقعات السياح، يجعل من السهل تنظيم أعمال و نشاطات المؤسسات السياحية بما يتناسب مع ذلك.
3. تحقيق الأرباح : إن من أهداف التسويق السياحي، مساعدة المؤسسة في تحقيق الأرباح، وبدون شك فإن هذا هدف طويل الأمد، في حين يعتبر الاقتصاد في التشغيل و التوسع في حجم السوق و إعطاء صورة جيدة عن المؤسسة السياحية كلها أمور ضرورية لتحقيق الأرباح ومن هنا فإن المؤسسات السياحية يجب أن تعمل وفق طريقة مخططة ومنظمة حتى يستمر السياح في استخدام خدماتها من غير انقطاع، وهذا الاستمرار بلا شك يساعد في تحقيق الأرباح.
4. إبراز صورة واضحة : إن هدف التسويق السياحي هو مساعدة المؤسسة في إبراز صورة واضحة عن المنطقة السياحية، وإن مبادئ التسويق السياحي الحقيقي تعتبر مؤثرة في خلق الانطباعات لدى

(1) - Idem , P.14.

(2) - عبيدات ج. ، "التسويق السياحي : مدخل سلوكي" ، دار وائل للنشر، الطبعة الثالثة ، 2008 ، ص16.

(3) - مقابلة.خ، السرابي.ع ، "التسويق السياحي الحديث" ، دار وائل للطباعة والنشر، الطبعة الأولى ، 2001، ص13.

السياح في الأسواق المستهدفة، من خلال وسائل الاتصال الفعالة التي تسمح بتبسيط عملية تعزيز الجوانب الإيجابية والتخلص من حدة الجوانب السلبية حول المنطقة السياحية.

5. **التفوق على المنافسة :** من خلال إتباع الإستراتيجية المناسبة وبمساعدة القرارات التسويقية تنجح المؤسسة السياحية في اكتساب ميزة تنافسية تجعل منتجاتها في المركز الرائد مما يجعل من الصعب على المنافسين دخول الأسواق السياحية أو منافستها.

ثالثا : أهمية التسويق السياحي

تعمل النشاطات التسويقية على فهم سلوك المستهلكين و تحديد حاجات العملاء المحتملين و تحويل المستهلك المستهدف إلى مستهلك فعلي، لذا فإن تبني الإستراتيجيات التسويقية من طرف المؤسسات السياحية يجعلها في وضع جيد لتقديم الخدمات المناسبة ويزيد من فرص التأثير على السياح و يفتح الطريق للوصول إلى القيادة و التميز في السوق. و تظهر أهمية تبني المفهوم التسويقي في المؤسسات السياحية من خلال: (1)

- المساعدة في دراسة سلوك السائح و بالتالي الوصول إلى توقعات بشأن حاجاتهم و رغباتهم و العمل على تلبيتها ؛
- المساهمة في زيادة الفعالية التنظيمية حيث يعمل التسويق الاجتماعي الحديث إلى إيجاد التوازن بين التوجهات الاجتماعية و التغييرات البيئية المحيطة ؛
- المساعدة على إدارة المعلومات من خلال تعزيز البحوث التسويقية لتكون الخدمات المقدمة تطابق الخدمات التي يتوقعها السائح ؛
- تسهيل إمكانية تطوير الخدمات المقدمة للسياح ؛
- تسهيل عملية تحديد الأسعار بالنظر إلى كون عملية تحديد الأسعار عملية معقدة و تحتاج إلى دراسة مسبقة ؛
- تطوير عمليات الترويج حيث تلعب الإستراتيجيات التسويقية دورا هاما في التأثير على المستهلك من خلال الإبداع و الابتكار في القرارات الترويجية .

المطلب الثاني : الأسواق السياحية

السوق هو ذلك المكان الذي يلتقي فيه العرض بالطلب، وبالتالي فالسوق السياحي هو الذي يلتقي فيه الطلب السياحي (السائحين) بالعرض السياحي ، و عليه هناك جانبين مرتبطين بالأسواق السياحية :

أولا : الطلب على الخدمات السياحية

الطلب من وجهة نظر اقتصادية يعني " رغبة المستهلك باقتناء السلع و الخدمات و دفع الثمن عنها في وقت و مكان معينين " (2) أما الطلب السياحي فيعرف بأنه : " العدد الإجمالي للزائرين في منطقة معينة، وفي مدة محددة " (3) حيث يكمن الفرق بينهما في كون الطلب ينصب بشكل عام على جميع السلع و الخدمات المعروضة للبيع في الأسواق في حين يختص الطلب السياحي بالخدمات السياحية .

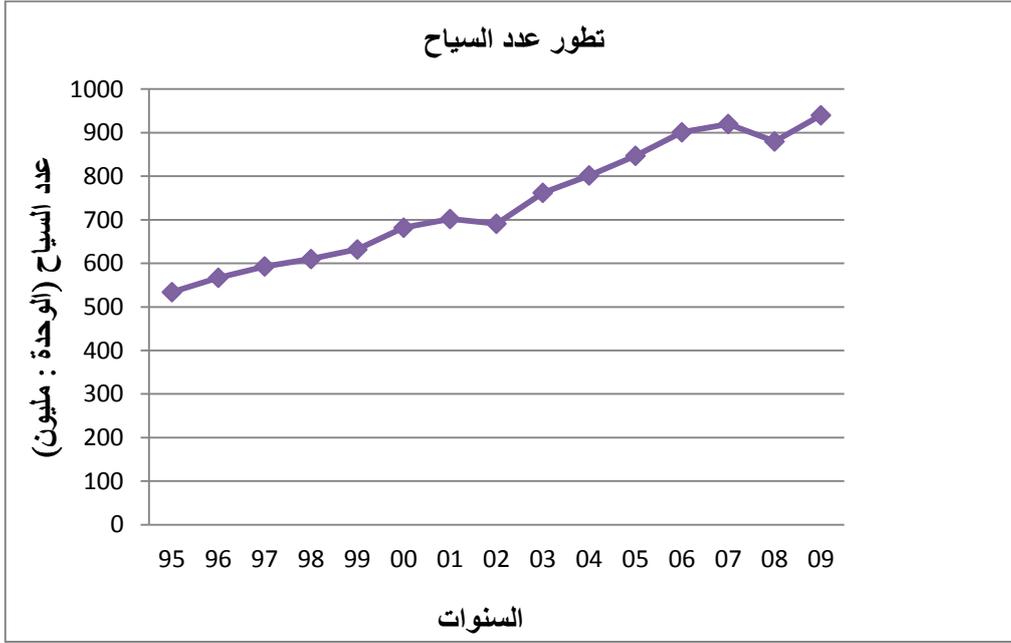
(1) -مقابلة .خ ، السرايبي .ع ، مرجع سبق ذكره ، ص18-19.

(2) - الحوري. طه و آخرون ، " اقتصاديات السفر و السياحة " ، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، 2000 ، ص21.

(3) - Tocquer.G , Zins.M : "Marketing du tourisme" , Gaetanmorin éditeur , 2éme édition , 1999 , P.24.

و الملاحظ للإحصائيات الدولية للسياحة، يجدها في تزايد مستمر، فنظرة عامة لحركة السياحة العالمية تظهر لنا جليا حجم المعاملات السياحية دوليا، حيث انتقل عدد السياح من 25 مليون سائح دولي سنة 1950 إلى 980 مليون سائح سنة 2011 و من المتوقع حسب تقرير المنظمة العالمية للسياحة أن يصل عدد السياح المليار سائح سنة 2012، و بالمقابل فاق معدل الإيرادات السياحية 900 بليون دولار أمريكي سنة 2010⁽¹⁾.

الشكل (3-1): أعداد السياح على مستوى العالم من 1995-2010



Source :World Tourism Organization (UNWTO) , "Prospects for 2010" , World Tourism Barometer , V.8 , January 2010 , P.7.

وحسب تقرير نفس المنظمة، يرجع زيادة الطلب على الخدمات السياحية إلى مجموعة من العوامل :

- التزايد العالمي المستمر لعدد السكان، والذي يخلق أجيال جديدة ذات رغبات سياحية مختلفة ؛
- زيادة الدخل مما شجع الاستفادة من الخدمات السياحية ؛
- التحسن المستمر في مستوى المعيشة وزيادة أوقات الفراغ لدى العاملين ؛
- التطور المستمر في وسائل الاتصال والمواصلات، مما سهل عملية التنقل و التواصل بين الشعوب ؛
- العولمة الاقتصادية والشمولية التي أدت إلى إلغاء الحدود بين بلدان العالم و إلغاء الإجراءات الخاصة بالتنقل .

كما أن هناك ثلاث أنواع من الطلب على الخدمات السياحية وهي :⁽²⁾

(1) -Rapport annuel de l'OMT(Organisation mondial du tourisme) , "World TourismBarometer" , Vol.(9) , April 2011, P.1.

(2)- الخضيرى.م، "التسويق السياحي"، مكتبة مدبولي ، 1989، ص50-51.

1 - طلب سياحي عام : يقصد به الطلب العام على إجمالي الخدمات السياحية بشكل عام بصرف النظر عن الوقت والنوع والمدة ، ومن هنا يرتبط الطلب العام بالعملية السياحية ككل وليس بنوع محدد منها أو برنامج خاص من برامجها .

2 - طلب سياحي خاص : يرتبط ببرنامج سياحي معين يجده السائح لإشباع رغباته وحاجاته، ويختص هذا البرنامج بإشباع تلك الرغبات ومن هنا فإن هذا الطلب على برنامج معين يعتبر طلبا خاصا.

3 - طلب سياحي مشتق : يرتبط بالخدمات السياحية المكملة كالطلب على الفنادق، الطلب على شركات الطيران و النقل السياحي.

وتسعى أغلب الدول لتحويل الطلب المشتق إلى طلب خاص ثم طلب عام عن طريق توفير برامج سياحية متنوعة ومختلفة وبأسعار متنوعة كذلك ومن خلال تبني استراتيجيات تسويقية إبداعية لتحديد التوقعات المرتبطة بحاجات و رغبات السياح.(1)

ثانيا : عرض الخدمات السياحية

يعرف العرض السياحي بأنه " عبارة عن ما تقدمه المنطقة السياحية وما تحتويه من مقومات سياحية سواء كانت عوامل جذب طبيعية أو تاريخية أو صناعية إضافة إلى الخدمات والسلع التي تؤثر على الأفراد لزيارة بلد معين وتفضيله عن بلد آخر "(2)، فهو يشمل كل ما يمكن عرضه من وسائل جذب للسياح . ومن أهم مكونات العرض السياحي نجد : (3)

- المكونات الطبيعية و تشمل المناخ، هيئة الأرض و المناظر الطبيعية، الغابات الطبيعية، الحيوانات و النباتات البرية، المياه الكبريتية ؛

- مكونات صنعها الإنسان و تشمل العناصر التاريخية و الثقافية و الدينية من آثار و أماكن ثقافية و أحداث تقليدية، عناصر التقدم العلمي و التكنولوجي، البنية التحتية الفوقية، ووسائل المواصلات. كما تختلف كمية العرض السياحي ونوعيته من بلد لآخر باختلاف العامل الطبيعي، أسعار السلع و الخدمات السياحية، أثمان تكاليف عوامل الإنتاج، استخدام الفنون الإنتاجية.(4)

- يعمل الإقليم الذي تكثر فيه المناظر الطبيعية و عوامل الجذب السياحي على تشجيع استثمار رؤوس الأموال و إقامة العديد من المشاريع السياحية ؛

- كلما كان استعداد السياح لدفع أسعار أعلى مقابل الخدمات السياحية كلما زادت رغبة المنتجين السياحيين لزيادة الكميات المعروضة ؛

- تكاليف عوامل الإنتاج المناسبة للسياح تشجع المستثمرين للدخول في صناعة السياحة ؛

- دخول التكنولوجيا في العرض السياحي يولد فرصا كبيرة من حيث الجودة في الخدمة و كذلك الاقتصاد في الوقت و تقليل الجهد .

(1)- الظاهر ن , سراب.إ. ، "مبادئ السياحة" ، دار المسيرة ،الطبعة الأولى ، 2001 ، ص276.

(2)- الرفاعي .ح و آخرون ، "تسويق الخدمات السياحية" ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، 2002، ص11

(3)- المرجع نفسه ، ص12.

(4)- الظاهر ن ، سراب.إ.، مرجع سبق ذكره ، ص279.

المطلب الثالث : المزيج التسويقي السياحي

يعد المزيج التسويقي واحدا من أبرز العناصر التي تؤلف أي إستراتيجية تسويقية، استنادا لفيليب كوتلر الذي يرى أن " المزيج التسويقي هو التسويق نفسه، أو بشكل أدق، فإن المزيج التسويقي يمثل على أرض الواقع الإستراتيجية التسويقية الشاملة التي ترسمها الإدارة العليا للمشروع".⁽¹⁾

وقد جاء الباحث Borden لأول مرة بفكرة المزيج التسويقي في الستينات موجها خصيصا للقطاع الصناعي ويتألف من أربعة عناصر (المنتج، السعر، التوزيع، الترويج) حيث أطلق عليها اسم(4P's) في حين قام الباحث (M.C.carthy) بتطوير النموذج التقليدي، وأقر بصلاحيته في بعض جوانب قطاع الخدمات، مع الإبقاء على عناصره الأربعة دون زيادة⁽²⁾، إلا أن المزيج التسويقي التقليدي قد تعرض لعدة انتقادات شديدة و قد تم اقتراح نموذج معدل يتلاءم مع تسويق الخدمات وذلك بإضافة ثلاث عناصر جديدة : الناس (people)، الإجراءات (process)، البيئة المادية (physical environment)، و بهذا يصبح المزيج التسويقي السياحي يتألف من 7 عناصر 7P's.⁽³⁾

أولا : المزيج التسويقي السياحي التقليدي

باعتبار أن التسويق السياحي يتبع مبادئ التسويق نفسها، فإن المزيج التسويقي السياحي يتألف أولا من عناصر المزيج التسويقي أي المنتج، السعر، التوزيع و الترويج.

1. سياسة المنتج السياحي: يعتبر المنتج السياحي العنصر الأول و الأهم بالنسبة لعناصر المزيج التسويقي السياحي، فهو المبرر لوجود المؤسسة بذاتها، ونجاحه يعني بقاء المؤسسة واستمرارها، يتكون من شق مادي أي السلع التي يستهلكها السائح في الأماكن السياحية و شق آخر غير ملموس يتمثل في الخدمات المساعدة مثلا (النقل، الفندق، التسلية) و الخدمات الأساسية مثلا (العلاج، النزهة، الرياضة).⁽⁴⁾
2. سياسة السعر السياحي : يعتبر التسعير أحد العناصر الأكثر فعالية في المزيج التسويقي، باعتباره المتغير الوحيد المحقق للإيراد أما باقي العناصر الأخرى يترتب عليها النفقات. فالعمليل يقوم باستخدام القوة النقدية المتوفرة لديه مقابل الاستفادة من المنافع والمزايا التي تتضمنها السلعة أو الخدمة ، والتي تحقق له إشباع حاجة أو رغبة لديه وذلك من خلال الانتفاع بالمنتج أو امتلاكه بصفة نهائية أو استعماله لوقت محدد (الخدمة لا تمتلك بل تستهلك أثناء إنتاجها مثلا: خدمة النقل).⁽⁵⁾ ولاتخاذ قرار السعر النهائي من قبل المؤسسة السياحية يتوجب عليها الأخذ بعين الاعتبار المفاوضات ، ظروف ونوعية العملاء ، بالإضافة لاستراتيجيات ضبط السعر.⁽⁶⁾
3. سياسة توزيع المنتج السياحي: يساهم التوزيع في إيصال السلعة إلى المنتج النهائي أو المستهلك⁽⁷⁾ غير أن التوزيع في السلع المادية أسهل من استخدامه في الخدمات وبالأخص في حالة المنتج السياحي لأنه غير ملموس وغير قابل للتخزين.

(1) - عبيدأ ، "مشكلات التسويق السياحي : دراسة ميدانية"، المكتب الجامعي الحديث ، 2010 ، ص61.

(2) - العلاق و آخرون ، "تسويق الخدمات مدخل استراتيجي وظيفي تطبيقي"، دار زهران للنشر ، 1999 ، ص90.

(3) - Booms.B.H et Bitner .M.J," Marketing Strategies and Organisation Structure for services firms" , AMA, 1981, PP.69-75.

(4) - عبيدات .م ، مرجع سبق ذكره ، ص 69-70.

(5) - بكرى.ث.ي ، " تسويق أسس و مفاهيم معاصرة"، دار اليازوري للنشر ، 2006 ، ص170

(6) - أبو نيرة .ع، "دراسات متخصصة في تسويق الخدمات"، مؤسسة الوراق للنشر ، 2005 ، ص189.

(7) - الرفاعي .ح و آخرون ، مرجع سبق ذكره ، ص50.

هناك قناتين لتوزيع المنتج السياحي هما: (1)

- التوزيع المباشر : حيث تقوم المؤسسة السياحية بالاتصال المباشر بالسياح ومحاولة إقناعهم بشراء برامجها السياحية ؛

- التوزيع غير المباشر: يقصد به استعانة المؤسسة السياحية بالوسطاء لتوزيع منتجاتها السياحية ولها أشكال عدة منها: المتعاملين السياحيين، وكالات السياحة والسفر، الدواوين السياحية، أنظمة الحجز العالمية .

4. سياسة الترويج السياحي : الترويج يعتبر من الوسائل الهامة لتحقيق الاتصال بالبيئة، باستخدام مختلف عناصر المزيج الترويجي المعتمدة من قبل المؤسسة من أجل تزويد العميل بالمعلومات، لتعريفه بخصائص ومنافع المنتج السياحي وحثه على إشباع حاجاته من هذا المنتج، وإقناعه لاتخاذ قرار الشراء، فالترويج وسيلة تسعى من خلالها المؤسسة لإقناع العملاء بمنتجاتها في أسواقها المستهدفة(2) من خلال مجموعة من أدوات الاتصال التي تتفاعل وتتكامل معا لتحقيق الأهداف الترويجية للمؤسسة و هي الإعلان، البيع الشخصي، العلاقات العامة، الدعاية، النشر، ترويج المبيعات .

ثانيا : العناصر الإضافية للمزيج التسويقي السياحي

بالإضافة للعناصر التقليدية الأساسية (المنتج، التسعير، التوزيع، الترويج)، هناك ثلاث عناصر إضافية خاصة بقطاع الخدمات (الناس، البيئة المادية، عملية تقديم الخدمة): (3)

1 -الناس (المشاركون في الخدمة): يقصد بهم جميع الموارد البشرية للمؤسسة السياحية وكذا عملائها (السياح)، أي طرفي تقديم الخدمة (مقدم الخدمة و المستفيد منها).

2 للبيئة المادية : يساهم الجانب المادي في إيجاد البيئة الملائمة و الجو النفسي لكل من مقدم الخدمة و المستفيد منها (العميل) فالبيئة المادية لها تأثير واضح على إدراك العميل لتجربته مع الخدمة وتضفي نوع من الملموسية على الخدمات التي هي في الأصل غير ملموسة، مما يعزز إدراك العميل وقدرته على تقييم الخدمة و تشكيل انطباعاته على المؤسسة ككل . وتتكون البيئة المادية من الأبعاد المادية المتطورة و المتمثلة في المظهر الخارجي للمؤسسة و التصميم الداخلي، و نظافة منافذ الخدمة و القاعات و مظهر العاملين وكذا الظروف المحيطة (درجة الحرارة، الضوضاء، الموسيقى) و الوسائل المادية (الأجهزة و المعدات، التأتيت، الديكور)السلع الدائمة لتقديم الخدمة وأشياء ملموسة أخرى (تذاكر السفر، مناطق وقوف سيارات العملاء) وكافة التسهيلات المادية الأخرى (التلفاز، الثلاجة، وسائل النقل الداخلية ،...).

3 -عملية تقديم الخدمة (الإجراءات): وتعني الأساليب والإجراءات و الاستراتيجيات المسطرة من قبل المؤسسة لإنجاز الخدمة من قبل مقدمي الخدمات.

(1)- عبيدأ ، مرجع سبق ذكره ، ص61.

(2)- البكري ب.ث و آخرون، مرجع سبق ذكره ، ص241.

(3)- العلق و آخرون ، مرجع سبق ذكره، ص240.

- ومن ضمن إستراتيجيات تقديم الخدمة السياحية نجد: (1)
- إدارة فترة انتظار العميل : على المؤسسة تقليل الآثار السلبية للانتظار وذلك بتبرير فترة الانتظار (كوضع التلفاز، الجرائد عند الاستقبال ..) وكلما أتحت المعلومات بشكل سريع كلما بدا وقت الانتظار قصير؛
 - إدارة مشاركة العملاء : أي مساهمة العميل في عملية تقديم الخدمة سعيا لتعزيز ثقة العميل بالمؤسسة , و كسب ولائه ؛
 - إدارة العملاء غير المتعاونين : وذلك عن طريق تدريب العاملين على تقديم الخدمة و التعامل مع مختلف أصناف العملاء وعلى كيفية الحفاظ بضبط الأعصاب لما يفقدون من حولهم وبالأخص في الحالات التالية (العميل المغرور ، العميل الهستيرى ، العميل ذو الطبع الخشن) ؛
 - إدارة توقعات العملاء : تعتبر توقعات العملاء معيار أساسي لقياس جودة الخدمة.

(1) - الضمور.ه ، " تسويق الخدمات "، دار وائل للنشر ، الطبعة الأولى ، 2002، ص294.

المبحث الثالث : السياحة الثقافية و التسويق السياحي

تجتمع السياحة بالثقافة لتعمل على تعزيز جاذبية وتقوية تنافسية الدول السياحية، حيث تعتبر الثقافة أحد عناصر المنتج السياحي التي تمنحه ميزة تنافسية في السوق العالمي، فالسياحة ومن خلال الثقافة تلعب دور هام في الحوار بين الحضارات و تقارب الشعوب مع بعضها البعض، كما أن تقوية الروابط بين السياحة و الثقافة يشارك في جاذبية الوجهات السياحية كمكان للإقامة، للزيارة، للعمل أو للاستثمار...و الجدير بالذكر أن 65% من سياح الوجهة السياحية الأولى في العالم فرنسا- دافعهم هو الثقافة⁽¹⁾، كما أن متاحف أستراليا و مؤسساتها الفنية تجذب حوالي 16.5 مليون زائر سنويا، أما متاحف الولايات المتحدة الأمريكية فتجذب حوالي 500 مليون زائر سنويا.⁽²⁾

من خلال هذا المبحث سنحاول التطرق إلى كل من السياحة الثقافية و الثقافة السياحية و التركيز على الفعاليات الثقافية باعتبارها أحد المنتجات الأساسية للسياحة الثقافية و التعرض لتسويق السياحة الثقافية.

المطلب الأول : السياحة الثقافية

في نهاية القرن العشرين، تم اعتبار الثقافة كأحد عناصر الجذب السياحي و التمييز بين الوجهات⁽³⁾، كما أن رغبة السياح في التعلم و الاكتشاف و عيش تجارب جديدة أدى إلى ظهور السياحة الثقافية و التي احتلت ثلثي إجمالي النشاط السياحي في العالم⁽⁴⁾.

أولا : تعاريف السياحة الثقافية و مبادئها

يمثل التراث الأدبي و الاجتماعي و الموسيقى مادة ثقافية حية و معبرة خاصة إذا استغلت في الأماكن التاريخية ، حيث تظل السياحة الثقافية هي المقوم السياحي غير المتكرر أو المتشابه أو القابل للمنافسة. و يجدر الإشارة إلى أنه يصعب تحديد تعريف موحد للسياحة الثقافية و هذا راجع للتعقيدات الخاصة بمفهوم الثقافة حيث يختلف تعريفها من باحث لآخر و لها مفاهيم بقدر عدد الباحثين في هذا المجال، و قد أشارت دراسة أسترالية إلى أن الثقافة يمكن أن تشمل : التاريخ و الآثار، فن الأكل و المنتجات الزراعية ، الفلاحة و النبيذ – مع الأخذ بعين الاعتبار الخصوصيات الثقافية - ، التظاهرات الثقافية، القطاعات الإبداعية، الهندسة.⁽⁵⁾

أما أهم التعاريف الخاصة بالسياحة الثقافية فنحاول ذكرها كما يلي :

- قدمت المنظمة العالمية للسياحة (OMT) سنة 1985 تعريفا للسياحة الثقافية⁽⁶⁾ :
 "كل تنقلات الأشخاص لإرضاء حاجاتهم البشرية الخاصة بالتنوع ، زيادة المستوى الثقافي للفرد من خلال معارف جديدة ، تجارب جديدة و لقاءات جديدة "

(1) –Maison de la France : Enquête d'IPSOS , " Analyse d'impact de tourisme français à l'étranger " , 2007.

(2) – Idem.

(3) – Ibid.

(4) -World Tourism Organization (UNWTO) , " Prospects for 2010 " , World Tourism Barometer , Vol.(8) , No.(1) , 2010 .

(5) – Robinson.M et Pickard.D , " Tourisme – Culture – Développement durable " , UNESCO, 2006, P.23.

(6) – Report of the research group of the European travel commission (ETC) and the World tourism organization (WTO) , " City Tourism and Culture" ,N°1, 2005, P.123.

" تنقلات الأشخاص لحوافز ثقافية : زيارة الآثار و النصب التذكارية ، التظاهرات الثقافية ، الرحلات الدراسية ، دراسة الفولكلور الشعبي و الفن ، اكتشاف الطبيعة و الإنجازات الفنية و السفر لحضور المهرجانات و الفعاليات الثقافية الأخرى ."

- تعريف البرنامج الأوروبي (Programme Européen) للسياحة الثقافية : (1)

" السياحة الثقافية هي نوع من أنواع السياحة التي تركز على الثقافة ، المحيط الثقافي ، القيم و نمط الحياة ، التراث المحلي ، الفنون التشكيلية ، العروض ، الصناعات ، العادات ، عناصر الترفيه للبلد المستقبل. كما يمكن أن يضم المشاركة في أحداث ثقافية ، زيارة المتاحف ، الآثار و الالتقاء مع المواطنين المحليين . لا يمكن اعتباره مجرد نشاط اقتصادي و لكن يعبر عن كل التجارب المعاشة من طرف السائح لوجهة تختلف عن محيطه الاعتيادي . هذه الزيارة تدوم على الأقل ليلة واحدة و أقل من عام و تمضى في إقامة خاصة أو تجارية ."

-تعريف Wisconsin Heritage Tourism Program للسياحة الثقافية : (2)

" السفر لتجربة تاريخية و جاذبية ثقافية للتعلم عن الآثار و التراث الشعبي بطريقة تربوية ممتعة ."

-تعريف Lord Cultural Ressources : (3)

" زيارات الأشخاص الأجانب بسبب العروض التاريخية، الفنية، العلمية، أو أسلوب الحياة، و الآثار المقدمة من طرف تجمع، إقليم، مجموعة أو مؤسسة "

-تعريف الكاتبة Claude Origet Du Cluzeau للسياحة الثقافية : (4)

"السياحة الثقافية عبارة عن تنقل لمدة ليلة على الأقل يكون الحافز فيها توسيع الآفاق، البحث عن معارف و تأثيرات جديدة من خلال اكتشاف التراث و محيطه ."

و من خلال التعاريف السابقة يمكن استخلاص أن السياحة الثقافية تجمع بين السياحة والثقافة في آن واحد، فالثقافة تعمل على زيادة تألق الوجهة و السياحة تعمل على زيادة المنشآت و الفعاليات و بالتالي يمكن القول أن استغلال التراث و الثقافة كعوامل جذب سياحي يمكن أن ينتج عنه زيادة الفوائد الاقتصادية للسياحة، و من خلال الجدول التالي سنحاول ذكر نقاط التقارب بين السياحة و الثقافة.

(1)-Idem, P.124.

(2) - Dexter Lord.G," The power of cultural tourism" , Wisconsin Heritage Tourism Program , 1999 , P.3.

(3) - Idem, P.3.

(4) - Origet du Cluzeau .C ," Le tourisme culturel" , Que sais je ? , PUF , 2005, P.7.

الجدول رقم (2-1): نقاط التقارب بين السياحة و الثقافة

ما تمنحه الثقافة للسياحة	ما تمنحه السياحة للثقافة
- زيادة العملاء ؛ - إطلاق اهتمام جديد ؛ - تكوين جاذبية وجهة ؛ - إثراء العرض السياحي ؛ - جلب موارد دخل إضافية؛ - منح حلول جديدة لمشكلة الموسمية.	- تنويع و زيادة العملاء؛ - تمديد فترة تقديم المنتج؛ - جذب عملاء جدد ؛ - تعميم الثقافة ؛ - خلق موارد دخل إضافية ؛ - زيادة مناصب شغل.

Source : Lutz. J, " cultural tourism : Trends and Prospect" , Universty of Birmingham , 2005.

من خلال الجدول يتضح لنا نقاط التبادل بين الثقافة و السياحة والتي ساهمت في ظهور السياحة الثقافية، حيث أن هذا النوع من السياحة يستند على خمس مبادئ أساسية يمكن من خلالها تحقيق الاستفادة القصوى من فرص السياحة الثقافية :

- التعاون : نجاح برامج السياحة الثقافية يكمن في الشراكة بين مؤسسات لم تكن تتعاون مع بعضها من قبل ؛
- التوازن : تحقيق التوازن بين احتياجات السكان و الزوار، مهم لضمان استفادة الجميع من التراث الثقافي و السياحة ، فمن المهم فهم نوع و كمية السياحة التي يمكن أن يتقبلها و يتعامل معها المجتمع المحلي ؛
- تحقيق المواقع و البرامج : المنافسة صعبة لجذب الزوار، يجب أن يكون هناك يقين من أن الهدف يستحق المسار؛
- التركيز على الجودة و الأصالة : الجودة هي عنصر أساسي لجميع أنواع السياحة الثقافية، و الأصالة هي أمر في بالغ الأهمية في كل ما يتعلق بالتاريخ أو التراث ؛
- المحافظة و الحماية : الثقافة و التاريخ، و الموارد الطبيعية لهم قيمة عالية لذا يجب حمايتهم و المحافظة عليهم لدوام الاستمرارية .

ثانيا : السائح الثقافي

- تقليديا، السائح الثقافي هو كل سائح يمارس نشاط ثقافي أو يزور وجهة ثقافية .
كما أن من أهم مميزات السياح الثقافيين البحث عن إشباع الاحتياجات الثقافية من خلال :⁽¹⁾
- الاهتمام بالثقافات الأجنبية ؛
 - البحوث التاريخية ؛
 - حضور عروض مسرحية، مهرجانات أو معارض ؛
 - زيارة مواقع تاريخية ؛
 - زيارة المتاحف و أروقة الفن .

⁽¹⁾-Laure Juanchich , " Culture Tourisme et Territoire : les apports du tourisme culturel au développement local" , Master SECI , Institut d'études politiques de Lyon , 2007,P.15.

و قد قدمت الكاتبة Claude Origet du Cluzeau نموذج للطلب السياحي يتكون من 3 جوانب :⁽¹⁾

- المهوسين (Monomaniaques) : عدد قليل من الأشخاص المختصين في موضوع ثقافي محدد ، حيث أن هدفهم الوحيد من السفر هو الثقافة ؛
- الشرهين (Boulimiques) : لا يهتمون بموضوع واحد ، و إنما بكل المواضيع الثقافية ، لهم نشاطات ثقافية و السفر يمنحهم الفرصة لتعميق هذه النشاطات ؛
- الاختياريين (éclectiques) : هدفهم الأول ليس الثقافة، لكن يجربون ذلك بالصدفة ، دافعهم هو الفضول أكثر من المعرفة.

في حين قدم McKercher et Ducros دراسة نموذجية للسياح الثقافيين حيث اقترحا التصنيف التالي :⁽²⁾

- السائح الثقافي الشغوف (Purposeful) : هدفه الأول في زيارة الوجهة هو السياحة الثقافية وله تجربة ثقافية عميقة ؛
- السائح الثقافي الغريزي (Serendipitous) : لم يكن هدفه الثقافة لكن بعد التجربة أصبحت له تجربة سياحية ثقافية عميقة ؛
- السائح الثقافي الدقيق (Sightseeing) : الثقافة تعتبر الهدف الأول في تحديد الوجهة السياحية لكن التجربة المعاشة غير عميقة ؛
- سائح ثقافي عرضي (Casual) : السياحة الثقافية ما هي إلا دافع ضعيف للسفر و التجربة المعاشة سطحية ؛
- سائح ثقافي بالصدفة (Incidental) : هدفه ليس الثقافة و المشاركة في النشاطات تمنحه تجربة سطحية.

ثالثا : الثقافة السياحية

يثير الجانب الثقافي للنشاط السياحي اهتماما متزايدا لما له من تأثير على السكان المحليين المستقبليين للسياح، حيث ترى المنظمة العالمية للسياحة أن التنقف السياحي له جوانب ايجابية فهو يحد من الجهوية الضيقة و يكسر المحافظة الإقليمية و يشجع على تدويل اللغات و يساهم في تنظيم التظاهرات الفولكلورية و الحفاظ على بعض المعالم التاريخية.

كما أن نشر الثقافة السياحية في المجتمع المضيف ركيزة أساسية لا يمكن إغفالها عند التخطيط للنهوض بالمجتمع المحلي المستضيف للسياحة⁽³⁾، حيث لها دور كبير في تبادل و انتقال ثقافات الشعوب، فتنقل السائح عبر الدول، يكسبه ثقافات جديدة، كما يمكنه أيضا من نشر ثقافة بلده لدى أوساط المجتمعات المستقبلية له.

1- تعريف الثقافة السياحية :

لا يوجد تعريف موحد و شامل للثقافة السياحية ، إذ نجد عدة تعريفات منها : " الثقافة السياحية هي امتلاك الفرد لقدر من المعارف و المفاهيم و المهارات و الاتجاهات و القيم، التي تشكل في مجملها خلفية

⁽¹⁾ --Origet du cluzeau.C ,op-cit , P.15.

⁽²⁾ - Report of the research group of the European travel commission (ETC) and the World tourism organization (WTO) ,op-cit , P.4.

⁽³⁾ – Report : Ministry of Tourism , "Yemen Tourism Promotion Board" , 2011 , P.19.

مناسبة لكي يسلك سلوكا سياحيا رشيدا نحو كل المظاهر السياحية ، و كذلك العمليات اللازمة للتخطيط و التنظيم و التعامل مع المؤسسات و الأماكن السياحية و السياح " .⁽¹⁾ وعرفها آخرون على أنها عملية اكتساب الفرد لمعلومات سياحية عن البيئة التي يعيش فيها، و بالتالي مساعدته على توظيف هذه المعلومات و الاستفادة منها بما يؤدي إلى النهوض بالسياحة.

2 - أهمية الثقافة السياحية : تظهر أهمية الثقافة السياحية من خلال :⁽²⁾

- فهم وتنمية التراث : إن الذاكرة التاريخية لأي دولة هي تراثها الحضاري، والتي تعمل الثقافة السياحية على تنميته و المحافظة عليه، من خلال تعريف المجتمع به، و كيفية المحافظة عليه واستغلاله بطريقة أمثل، و زيادة الوعي لدى المجتمع بأهميته.

- عالمية الثقافة السياحية : صارت الثقافة السياحية تقدم المعلومات و المهارات والاتجاهات لجميع أفراد المجتمع ، محليا و دوليا ، وذلك من خلال ما أصبح اليوم بظاهرة العولمة، و زوال الحدود السياسية للدول .

- احتياج المجتمع للتغيير : إن المجتمع في حاجة إلى ضرورة التغيير في أنماط العلاقات الاجتماعية، والتي لا يمكن أن تحدث إلا من خلال التغيير الاجتماعي، الثقافي و الاقتصادي .

- ضرورة الثقافة السياحية للتنمية : تعمل على إحلال قيم و تقاليد جديدة، تتماشى مع البيئة المحيطة بالفرد، و التي هدفها التغيير و رفع مستوى المعيشة.

- الثقافة السياحية نشاط اجتماعي : الثقافة السياحية ضرورية لإعداد و تنفيذ خطط التنمية السياحية، و مشاركة الجماهير في إعداد برامج لتنمية الثقافة السياحية يعتبر جد مهم.

3 -أنواع الوعي السياحي :تنتشر الثقافة السياحية بتوفر الوعي السياحي لدى كل من المجتمع المضيف ، الفئة العاملة بالمجال السياحي، و السياح .

- الوعي السياحي لدى السكان المحليين : لا يمكن لقطاع السياحة من تحقيق الرفد الاقتصادي للدخل القومي ودخل الفرد على المستوى المطلوب، إذا أهمل المخططون لهذا القطاع إدماج المجتمع المحلي في التنمية السياحية ولذلك يجب أن يدرك السكان المحليون أهمية القطاع السياحي كخطوة أولى في سبيل انخراطه بهذه العملية . ويمكن إدماج أبناء المجتمع المحلي في العملية السياحية من خلال وظائف الإرشاد و الدلالة ، الصناعات التقليدية ، الفولكلور الشعبي ، تشكيل فعاليات شعبية مختلفة ، كما يتم تثقيف مواطني البلد عن طريق الدورات و الدراسات التي تبين للمواطنين أهمية السياحة و السياح و دور السياحة في تطوير الدولة.⁽³⁾

- الوعي السياحي الخاص بفئة العاملين بالنشاط السياحي : يعرف العاملون في النشاط السياحي على أنهم القائمون على تقديم خدمات متنوعة للسياح من إقامة و أطعمة ومشروبات وغيرها ، و تعتبر هذه الفئات من العمالة أحد أهم عناصر المزيج التسويقي السياحي ، ويعتبر العاملون في النشاط السياحي الخط الأمامي المواجه للسائح ضمن إطار العملية السياحية كونهم على اتصال مباشر مع السائح وبالتالي فإن السائح يتأثر بشكل مباشر بقدرة هؤلاء العاملين على تحقيق احتياجاتهم وأدائهم الجيد واستقبالهم الجيد.⁽⁴⁾

(1)- حامد زهران، ه ، "الثقافة السياحية و برامج تنميتها" ، عالم الكتاب، الطبعة الأولى ، 2004، ص24.

(2)-حبة بن، حبة و ، "الثقافة السياحية كأداة للنهوض بالاقتصاد السياحي في الجزائر" ،مداخلة في الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و التنمية المستدامة ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2010.

(3)- الرفاعي .ح و آخرون ، "تسويق الخدمات السياحية" ، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، 2002، ص23.

(4) - Site d'internet : www.yementourism.com (13/10/2011 - 09 :50)

- الوعي الخاص بفئة السياح : يشمل هذا النوع مرحلتين :⁽¹⁾

المرحلة الأولى تعمل على تهيئة السياح قبل دخولهم للموقع السياحي أي قبل دخول المجتمع المحلي ، ويعتبر من أكثر أنواع التوعية السياحية حساسية و خطورة ، حيث يرتبط بردة فعل السكان المحليين تجاه النشاط السياحي ، بحيث قد تشكل ردة فعل السكان المحليين تجاه السائح أكبر عائق في طريق التنمية السياحية ، حيث قد تشكل في كثير من الأحيان بعض التصرفات الناتجة عن السياح و التي تعكس بدورها ثقافتهم المحلية خرقا لعادات و تقاليد و قيم و مبادئ المجتمع المضيف مما قد يؤدي إلى رفض هذا المجتمع لهذا النوع من النشاط الاقتصادي و بالتالي التأثير عليه سلبا بوسائل مختلفة ، مما يؤكد على ضرورة احترام هذه الثقافة مهما اختلفت عن ثقافة السائح الأصلية و عليه يجب أن يكون هناك احترام متبادل بين السائح و الساكن المحلي.

في حين تشمل المرحلة الثانية الإرشاد وهي المرحلة التي تبدأ بدخولهم إلى الموقع السياحي و يتضمن هذا النوع من التوعية إرشاد السياح إلى الأماكن السياحية التي يمكن لهم زيارتها، و إرشادها إلى مواقع الخدمات السياحية وكذلك تزويدهم بالنشرات و الكتيبات و الخرائط الواضحة و الصحيحة عن طريق وكلاء السفر أو الشركات السياحية أو مكاتب السياحة الوطنية أو بعض المؤسسات المحلية و بالإضافة للوحات الإرشادية.

المطلب الثاني:الفعاليات الثقافية

أدت الزيادة المعتبرة في أوقات الفراغ ، وارتفاع مستويات المعيشة إلى الانتشار الواسع للنشاط السياحي، وشكلت الفعاليات الثقافية سواء المهرجانات أو التظاهرات أو الاحتفالات ميزة تنافسية بالنسبة للبلدان التي تقام فيها، حيث تلعب دور هام في تسويق صورة مكان إقامتها، طول مدة التظاهرة و خصوصا بعدها و على المؤسسات السياحية الاستفادة من ذلك، حيث تعتبر الدوافع الثقافية الحافز الأول في اختيار الوجهات السياحية⁽²⁾.

و على غرار تعزيز الوعي السياحي، تعمل التظاهرات الثقافية على إظهار الأهمية الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية للسياحة سواء لدى القطاعات المختصة أو المجتمع المدني المهتم بالفعل الثقافي و الحرفي أو جمهور المواطنين بشكل عام .

أولا : تاريخ التظاهرات الثقافية

تاريخيا، يرجع أصل المهرجانات للعروض المسرحية الخاصة باليونانيين في ظل احتفالهم بألهة الخمر ، كما تطلعت التظاهرات الثقافية بمهرجانات موسيقية كلاسيكية احتكرها الأوروبيون، فمن أقدم المهرجانات نجد مهرجان فيينا سنة 1811، و مهرجان فرنسا —Les chorégies d'orange— سنة 1869 و قد تم استعمال كلمة مهرجان لأول مرة في الشعر النثري الخاص ب Shakespeare سنة 1864 تحت اسم Stratford Festival في المملكة المتحدة .⁽³⁾

(1) – Idem.

(2)–Graezer. F , " Le festival de Miaofeng shan", Etudes Chinoises , Hong Kong university press , 2003 , vol.22 , P.295.

(3)- Emmanuel.N, " Le festival et le droit : Essai sur la nature juridique d'un nouveau bien " ,Thèse de doctorat , Université de Grenoble , 2011 , PP.2-3.

وقد تطرقت موسوعة Littré^(*) إلى معنى المهرجانات سنة 1874: "حفلات كبرى موسيقية ألمانية مقلدة من طرف فرنسا أو إنجلترا". في حين أكدت موسوعة Bordas^(**) أن المهرجان: "تظاهرة موسيقية مؤقتة خاصة بنوع موسيقي" و بالنسبة للمؤلفين نجد مساهمة الاقتصادي Luc Bénito في تعريف المهرجان، حيث أشار أنه: "شكل من أشكال الاحتفالات لنوع فني في وقت محدد" و صنف المهرجانات إلى 4 أجيال حيث احتكر الجيل الأول المؤسسات الألمانية للأجواق في نهاية القرن الثامن عشر و بداية القرن التاسع عشر، أما الجيل الثاني فقد تم إحياء المهرجانات بمبادرة فنانين، و ميز الجيل الثالث تسيير المهرجانات من طرف السكان المحليين و الحكومات في سنوات السبعينيات و الجيل الرابع و الأخير تعلق بإرادة محلية رغبت في تعزيز جاذبية الوجهات.⁽¹⁾

أما السياسي Emmanuel Négrier فقد اقترح التعريف التالي: "تظاهرة محددة بوقت و مكان، تعرض برنامج خاص بموضوع أو نشاط ثقافي أو فني، حيث تجتمع فكرة العرض بالتنشيط المهرجاني".⁽²⁾ و يجدر بالإشارة أن ثلثي المهرجانات الحالية خاصة بالموسيقى في حين يختص الثلث الآخر بالعروض الفنية من رقص و سينما و معارض كتاب...⁽³⁾

من خلال ما سبق ، يعتبر المهرجان :

- نشاط يربط الإرادة الفنية بالإرادة السياسية ، الوقت بالمكان و الجمهور.
- هناك عدة عوامل تشارك في خصوصية المهرجانات : المكان (مدن كبرى، مناطق ريفية، مواقع أثرية...)، المدة (بضعة أيام، عدة أسابيع، شهور)، البرمجة، الميزانية، التاريخ، الشهرة، التألق، المشاركة المحلية.

ثانيا : الأثر الاقتصادي و الاجتماعي للتظاهرات الثقافية

كما أشرنا سابقا، للتظاهرات الثقافية أهمية كبرى اقتصادية و اجتماعية و سياسية، فعلى غرار نشر روح التفاهم بين الدول و تعزيز جاذبية الوجهات و نشر الثقافة السياحية، نجد أن الآثار الاقتصادية صعبة القياس لارتباطها بقطاعات أخرى (الفنادق ، الإطعام ، المقاهي ، تجارات التجزئة ، الإقامات السياحية) ، حيث تشكل المهرجانات وسيلة لتسويق منتجات الصناعة الثقافية (الموسيقى، السينما، المسرحيات)⁽⁴⁾ من خلال اندماجها في عرض سياحي يعمل على تثبيت التماسك الاجتماعي ، خلق أجواء التعارف، نشر الاحتفالات الشعبية، بعث الاستثمارات العمومية و تسويق هوية الأماكن و تنغير الآثار الاقتصادية للمهرجان حسب مواقع إقامتها، جاذبية المنطقة المقامة فيها، أهمية السلاسل الفندقية و كثافة التجارة بالإضافة لعوامل أخرى، كما أن التظاهرات الثقافية غالبا ما تكون ذات طابع محلي و لكنها تستطيع

(*) - Encyclopédie Littré : dictionnaire de la langue française , Hachette , 1874 , P.1652.

(**) - Encyclopédie Bordas : dictionnaire de la langue française , 1994 , P.828.

(1) - Gary falia. D , " Les festivals : moteurs de la valorisation du patrimoine et de l'attractivité touristique d'un territoire " , Master professionnel , Université de Paris 1 ,septembre 2010, P.37.

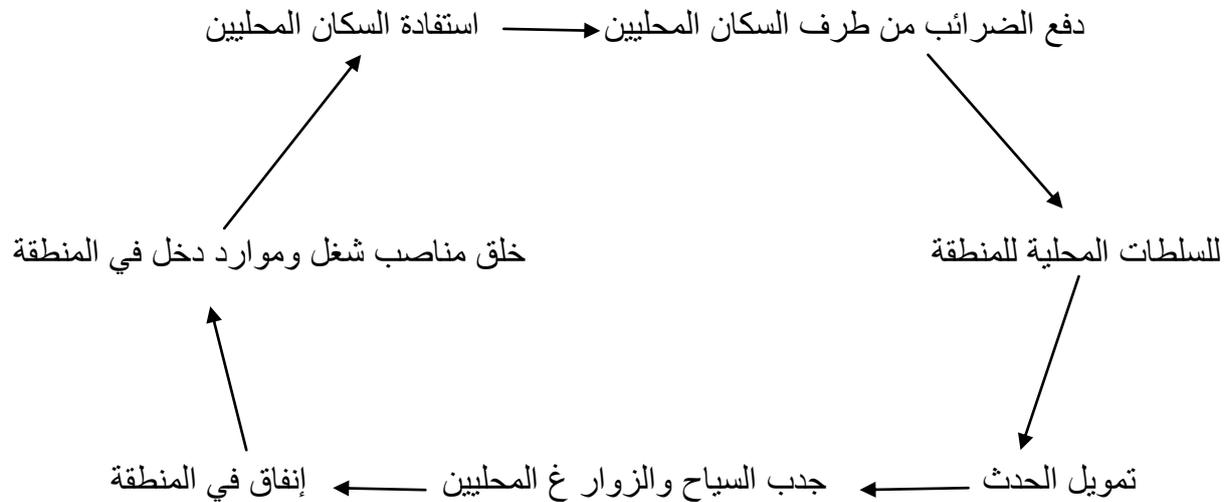
(2) – Benito.L, " Les festivals , entre événement et manifestation culturelle", Cahier espaces, 2002 , No.(74) , P.25.

(3) - Emmanuel .N , op-cit , P.4.

(4) - Garat .I , "Fête et Festival : éléments de promotion des espaces et représentation d'une société idéale " , annales de géographie , 2005 , No.(643) , P.265.

جذب حوالي 30% من الأجانب.⁽¹⁾ ويمكن إيضاح الأثر الاقتصادي للتظاهرات الثقافية من خلال الشكل التالي :

الشكل رقم (4-1): الأثر الاقتصادي للتظاهرات الثقافية



Source :Yann .N , "L'analyse d'impact économique de la culture " , Ministère de la Culture et de la Communication :document de travail , n°1271 , 2006 , P.6.

من خلال الشكل السابق، يتضح أن الفعاليات الثقافية تعمل على جذب السياح و الزوار غير المحليين للمناطق التي تقام فيها و بالتالي تساهم في تنشيط الحركة السياحية بالمنطقة مما يؤدي إلى توفير مناصب شغل لسكان المنطقة و استفادة كل من السكان المحليين و كذا السلطات المحلية للمنطقة من الإيرادات الناتجة عن النفقات السياحية .

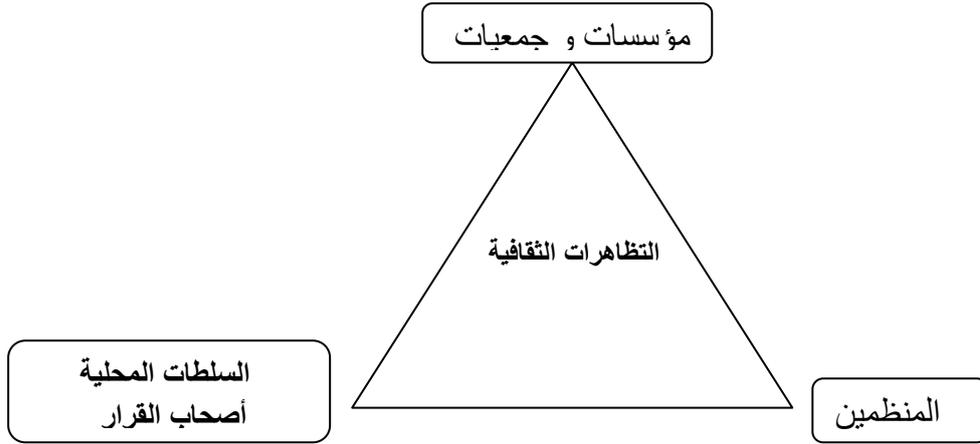
ثالثا : تعظيم آثار التظاهرات الثقافية على تطوير الوجهات السياحية

أكدت الدراسة التي قامت بها اللجنة الأوروبية سنة 2007، أن تعظيم الآثار المستديمة للتظاهرات الثقافية مرتبط أساسا بجودة الشراكة بين منظمي هذه التظاهرات و المؤسسات السياحية.⁽²⁾

(1) - Tinar . Y, "Le tourisme" , ediscience international, 2 ème édition , 1994, P.332.

(2) - Rapport de la commission européenne (unité tourisme) : "Les manifestations culturelles et sportives : une opportunité pour le développement des destinations touristiques et des entreprises" , commission européenne, 2007,P.3.

الشكل رقم (5-1): المشاركون في التظاهرات الثقافية



Source : Rapport de la commission européenne (unité tourisme) , "Les manifestations culturelles : une opportunité pour le développement des destinations touristiques et des entreprises" , commission européenne, 2007.

و بالتالي يتضمن نجاح التظاهرات الثقافية التنسيق المشترك بين المؤسسات و الجمعيات و كذا المنظمين و السلطات المحلية بالإضافة لعوامل أخرى تتمثل في: (1)

- 1 - إنشاء شراكة محلية لتنظيم التظاهرات الثقافية من خلال تحديد مشروع التظاهرة ؛
- 2 - تحديد برنامج الأنشطة الذي يرفع قيمة المؤهلات السياحية المستديمة من خلال :
 - تحضير عرض متنوع ؛
 - السماح للمؤسسات بتقدير آثار التظاهرات الثقافية ؛
 - تلبية مختلف حاجات الجمهور المهتم بالتظاهرات الثقافية ؛
 - تحديد مخطط للتواصل.
- 3 - تنفيذ التظاهرات الثقافية :
 - تنفيذ الأنشطة التحضيرية ؛
 - تحديد لوحة القيادة و تقييم آثار التظاهرات الثقافية.
- 4 - ميزانية التظاهرات الثقافية :
 - تقييم مشترك للأرباح المستديمة للجهات السياحية ؛
 - تقوية الشراكة المحلية من خلال رؤية تطويرية للسياحة المستديمة.

(1) - Idem , P.6.

المطلب الثالث : التسويق السياحي و السياحة الثقافية

تتجه المنافسة بين الجهات السياحية ذات الموروث الثقافي إلى منحدر صعب، يصعب معه احتلال مكانة في عقول السياح، الذين أصبحوا متطلبين أكثر، باحثين عن التجديد و الترفيه ، دون التخلي عن الأصالة، لذلك نجد أن الطلب السياحي مرتبط بجودة تسويق هذه الجهات الثقافية.

أولا : مبادئ الرؤية التسويقية للسياحة الثقافية

تهدف الرؤية التسويقية إلى خلق شراكة بين قطاع الثقافة (متاحف، آثار، مهرجانات) و أعوان القطاع السياحي، في سبيل الوصول لتشكيلة عرض مثلى مستنبطة من تحليل الأسواق قبل التفكير في المنتج . وتشمل (1):

- معرفة أكثر للأسواق الحالية بتقدير العرض، الإستراتيجيات، العملاء، المحفزات و الحاجات ؛
- تحديد الأسواق الناشئة و الكامنة ؛
- تحديد الاتجاهات و المفاهيم الجديدة ؛
- تحليل الأعوان الجدد، الزبائن الجدد ؛
- تعيين قدرة مختلف الأسواق و تصور التسويق و الترويج المناسبين ؛
- اعتبار البعد الثقافي (المحافظة على الهوية المحلية، حفظ التراث البشري، احترام القيم المحلية) كأحد النواحي الأساسية للتطوير السياحي المستديم ؛
- تحديد المحاور الإستراتيجية و التطبيقية التي تسمح بتنوع العرض و بالتالي تنوع العملاء .

كما يعتبر التغيير المستمر في سلوكيات و حاجات الزبائن من ضمن أبرز العوامل الواجب أخذها بعين الاعتبار في صناعة السياحة الثقافية لذلك يجب إدخال نماذج جديدة للتسيير، تحسين الجودة و الاحترافية وكذلك الإبداع التكنولوجي، و بالتالي تواجه السياحة الثقافية جملة من التحديات من ضمنها (2):

- 1 - **تحديد احتياجات السائح الثقافي** : تحتاج السياحة الثقافية لمعرفة مسبقة عن أسواقها المستهدفة من خلال إدماج مختلف تقنيات التسويق في كل قطاعاتها. و يجدر الإشارة إلى أن سلوك السائح الثقافي متغير و غير ثابت و يختلف من زمان لآخر و من مكان لآخر، لذلك يجب البحث عنه و معرفته لمحاولة إشباع احتياجاته المتعلقة بالسياحة الثقافية.
- 2 - **تحضير استراتيجيات دمج السياحة في المواقع الثقافية** : خلال السنوات الأخيرة، أعيد تعريف المنتجات الثقافية عدة مرات سواء في الزمان أو المكان أو حتى المحتوى . فعلى غرار التراث، تضم السياحة الثقافية كل من الهندسة، الفن، العادات، الصناعات التقليدية، التقاليد الصناعية ، الإبداع التكنولوجي، التقاليد الشعبية، الحرف، المتاحف، المعارض، الحفريات، المهرجانات. إدخال السياحة في المواقع الثقافية يحتاج لاستراتيجيات كاملة و محددة تعمل من خلال تنظيم المنتجات و ترويجها بشكل منسق.

(1) -Site d'internet : <http://www.tourismeculturel.net/en-bref/institutions-relais-consultants/> (28/12/2011 à 12 :39) .

(2)- Patrick V , " les retombées socioéconomiques du tourisme culturel en Algérie " , dossier de presses , SITEV, 2004.

ونجاح هذه الاستراتيجيات مرتبط بمدى فعالية الشراكة بين أعوان السياحة و أعوان الثقافة، حيث لا يمكن لمس قيمة السياحة الثقافية دون وجود تنسيق و تكامل من خلال الفعالية التجارية (فنادق، إطفام، استقبال ذو جودة، تنشيط مناسب).

ثانيا : تسويق الوجهات الثقافية

يرتبط الطلب الأجنبي للسياحة الثقافية بجودة تسويق هذه الوجهات الثقافية، و يتم ذلك من خلال مزيج تسويقي مناسب: (1)

1 - **تطوير المنتج** : البقاء في مقدمة المنافسة، وجذب السائح الثقافي يتطلب تطوير المنتج الثقافي و محاولة التميز دون الاستغناء عن الأصالة، هذه الرؤية تمنح السكان المحليين القدرة إلى الوصول لمنتج ثقافي جديد وأصيل مرتبط بالتاريخ و قيم المكان.

2 - **الإبداع** : يعتبر الإبداع " العائد الرئيسي للنجاح الاقتصادي " حسب Michel Porter من Harvard Business School ، و الوسيلة المثلى لمجاراة المنافسة ، و خلق التغيير لا يرتبط فقط بـ سياحة الآثار و الفنون وإنما يشمل أساليب الحياة و الصناعات التقليدية .

عادة ما يتميز السياح الثقافيين بالمستوى العالي من التعليم ، المناصب ذات الأهمية ، و التهذيب ، لذلك جذب السياح الثقافيين و الحفاظ عليهم يعتمد على الإبداع المستمر للمنتج الثقافي.

3 - **مواضيع جديدة للسياحة الثقافية** : رغبة في الاستجابة لاحتياجات السكان المحليين و الزوار الأجانب، عادة ما تعمل المدن على توسيع منتجها الثقافي من خلال :

- **الإعلام** : عرض أفلام ، فيديوهات، برامج تلفزيونية لتسويق العرض الثقافي ؛
- **التنوع الثقافي و الأصالة** : من الموارد الكامنة للمدن الثقافية، الاختلافات الثقافية للأصالة (الثقافة جسر بين الثقافات) ؛

- **ثقافة الطبخ** : هناك زوار ينتقلون خصوصا بدافع اكتشاف فنون الطبخ التقليدي ؛
- **فن وضع التصاميم** : ترتبط التصاميم (Design) بالسياحة الثقافية و يلحظ ذلك من خلال نمو الفنادق ذات التصاميم في أوروبا و كذلك تزايد التصاميم الموجهة للسلاسل الفندقية.

4 - **المهرجانات و الفعاليات** : تعتبر التظاهرات الثقافية جزء مهم من تسويق السياحة الثقافية، حيث تحتل الفعاليات مكان محددو زمان محدد، و تمنح المهرجانات عرض مركز و مميز في مدة محددة ، لذلك تمنح السائح أسباب إضافية لزيارة المنطقة المستقبلة للمهرجان أو التظاهرة الثقافية . فالفعاليات و المهرجانات وسيلة فعالة لجذب الزوار و ضمان وفائهم مرتبط بالفروقات في العرض الموفر، صنعت هذه التظاهرات مكانا لنفسها في المدن الكبرى و العواصم والأحياء الصغرى و القرى التي لم تكن ترى كوجهة سياحية ثقافية.

5 - **العواصم الثقافية** : تسعى المدن للحصول على اسم " عاصمة الثقافة " لأسباب عدة منها :

- الإشهار الذي تستفيد منه المدن طيلة سنة العاصمة الثقافية ؛
- السياح الإضافيين الذين يزورون المدينة طول سنة التظاهرة ؛
- الدفع الذي يمكن أن تمنحه للمنتج الثقافي و البنية التحتية للمدينة ؛

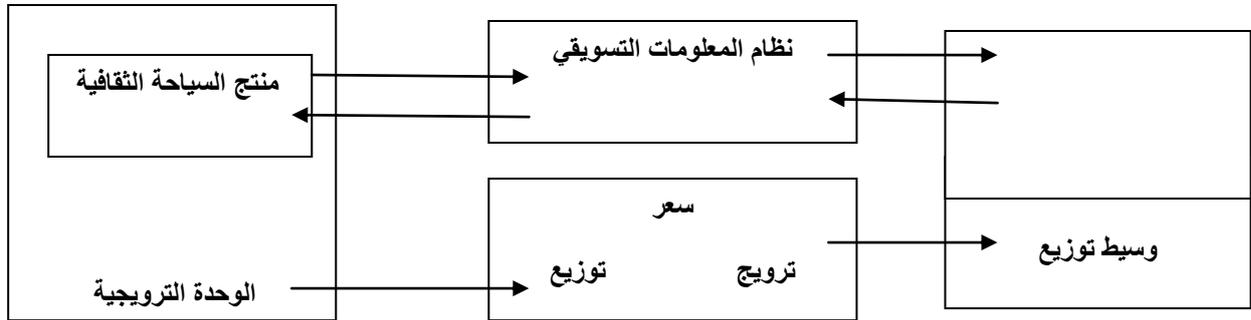
(1) - Report of the research group of the European travel commission (ETC) and the World tourism organization (WTO), op-cit, PP.41-46.

- الآثار طويلة المدى لصورة المدينة ؛
لهذه الأسباب و أخرى، اتجهت عدة سلطات محلية و جهوية لاستثمار أموال كبرى في المنتجات الثقافية لترويج العاصمة الثقافية.
6 - **تسويق و توزيع المعلومات** : للتكنولوجيا أثر في ترويج المنتجات ، قبل انتشار الانترنت، توزيع المنتجات السياحية الثقافية و خدماتها كان عبارة عن مشكل لغياب المعلومات الخاصة بالبرامج و الأسعار حين طبع الدليل الفني (**Le dépliant**) .
الانترنت يمنحك إمكانية مواصلة تحديث المعلومات، و السائح الثقافي يمكنه الحصول على المعلومات حول المنتج الثقافي (ساعات الزيارة، التذاكر، ...) بلغة السائح المحلية مثلا : الموقع السياحي لفيينا (Vienna Tourist Board) يمنح السائح إمكانية تصفح الموقع ب 12 لغة مختلفة.

ثالثا : النموذج التسويقي للمنتج الثقافي

يتضمن التسويق مجموعة من الأنشطة تهدف لتعظيم التبادلات بين وحدتين أحدهما منتجة و الأخرى مستهلكة، حيث أشار **Hirschman** إلى اختلاف التسويق الخاص بالمنتجات الثقافية عن التسويق التقليدي⁽¹⁾ و بين أن تسويق المنتج الثقافي ينطلق من المنتج نفسه و ليس من المستهلك، أما **Colbert** فحاول توضيح تسويق المنتج الثقافي من خلال الشكل التالي :

الشكل رقم (1-6): تحضير نموذج تسويقي لمنتج ثقافي



Source : Colbert. F , "Le marketing des arts et de la culture " , Gaëtan Morin éditeur , 1993 , P.18.

من خلال الشكل يتضح لنا اختلاف تسويق المنتجات الثقافية عن التسويق التقليدي، حيث ينطلق ترويج منتجات السياحة الثقافية من المنتج أولاً، ثم تعمل الجهات المسؤولة على تحديد الزبائن المهتمين بالثقافة و تلجأ لاستعمال عناصر المزيج التسويقي للتواصل مع السوق المستهدف.

(1)-Colbert. F , "Le marketing des arts et de la culture " , Gaëtan Morin éditeur , 1993 , P.18.

خلاصة الفصل :

اشتداد المنافسة بين الجهات السياحية و التغيير المستمر في رغبات السياح الباحثين عن الاكتشاف و اكتساب معارف جديدة، أدى إلى ميلاد السياحة الثقافية التي اعتبرت كأحد عناصر الجذب السياحي بامتياز و منحت الدول التي تبنت هذا الاتجاه ميزة تنافسية و قدرة على مضاعفة عدد السياح، كما كانت سببا لزيادة الفوائد الاقتصادية من جهة و كذا وسيلة لنشر الثقافة السياحية التي تعد أهم عنصر في التنمية السياحية .

و تلعب الفعاليات الثقافية باعتبارها عنصر من العناصر غير المادية للسياحة الثقافية دورا هاما في تسويق الوجهة التي تقام فيها، بالاعتماد على استراتيجيات تسويقية محددة يشترك فيها كل من الأعوان الاقتصاديين ، السكان المحليين، الجمعيات و المنظمات السياحية و كذا السياح.

تمهيد :

لعبت السياحة دورا هاما و بارزا في اقتصاديات معظم دول العالم التي اعتمدت عليها كمصدر أساسي من مصادر الدخل القومي، في حين لم تحقق هذه الصناعة في الجزائر أي قيمة مضافة و هذا راجع لاعتماد القطاع الاقتصادي على الثروات النفطية و تهميش الموارد الأخرى .

و لإعادة الاعتبار لهذا القطاع عملت السلطات الجزائرية المعنية على تبني إستراتيجية وطنية تهدف لتحقيق التنمية الفاعلة في الصناعة السياحية تتمثل في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025 الذي عمل على تشخيص الإمكانيات السياحية في القطر الجزائري و تحديد منتجات مميزة لبناء مقصد سياحي مرموق في حوض البحر الأبيض المتوسط ، ومن ضمن هذه المنتجات المميزة نجد السياحة الثقافية بتراثها المادي و غير المادي و التي حققت دوليا نسبة نمو قدرت ب 15 % سنويا .

لذلك سنتطرق في هذا الفصل لمكانة السياحة الثقافية ضمن المقصد السياحي الجزائري من خلال المباحث التالية :

المبحث الأول : واقع السياحة في الجزائر**المبحث الثاني : السياحة الثقافية في الجزائر.****المبحث الثالث : التظاهرات الثقافية كوسيلة للنهوض بالصناعة السياحية في الجزائر**

المبحث الأول : واقع السياحة في الجزائر

تعد الجزائر لما تتمتع به من قدرات و إمكانات اقتصادية و موقع جغرافي استراتيجي و خصائص طبيعية أخرى بمثابة قطب سياحي عالمي، إلا أن عدم الاهتمام بالصناعة السياحية خلال المسار التنموي حال دون الاستفادة من الإمكانيات السياحية و التعرف عليها محليا و دوليا. لذلك تولي الجزائر أهمية لإعادة إصلاح القطاع السياحي و تظهر إرادة الدولة من خلال الإستراتيجية الحالية للسياحة الجزائرية و المتمثلة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025).^(*)

المطلب الأول : تاريخها، مقوماتها و أنواعها

تعتبر السياحة من أهم روافد التنمية الوطنية كونها القطاع الراشد للنهضة الاقتصادية⁽¹⁾، و بإمكانها أن تكون البديل الأمثل للدخل القومي ما بعد البترول. فما تاريخ هذه الصناعة في الجزائر، و ما مقوماتها و أنواعها ؟

أولا : لمحة تاريخية

يعود ظهور النشاط السياحي في الجزائر إلى بداية القرن التاسع عشر خلال الاحتلال الفرنسي، حيث أدرك المستعمر أهمية الموارد السياحية التي تتوفر عليها الجزائر، و أسس سنة 1897 اللجنة الشتوية الجزائرية و التي تمكنت من تنظيم قوافل سياحية عديدة للمعمرين للاستمتاع بأوقات فراغهم ، تلاها بعد ذلك تشكيل نقابة سياحية في وهران سنة 1914 و نقابة سياحية في قسنطينة سنة 1916 حيث تمثلت مهامها في التنسيق و تنظيم رحلات سياحية ، و بعد ذلك، في سنة 1919 تم تشكيل فيدرالية للسياحة و أخرى للفنادق⁽²⁾، و تميزت سنة 1931 بإنشاء الديوان الجزائري للعمل الاقتصادي و السياحي و الذي استمر نشاطه حتى الاستقلال، وقد ركزت البرامج السياحية خلال الحقبة الاستعمارية على السياحة الشاطئية و كذا الحضرية تبعا لطبيعة و نوعية الزبائن المستهدفين.⁽³⁾

بمجرد الاستقلال، تم إنشاء الديوان الوطني الجزائري للسياحة ONAT سنة 1962، و تمثلت مهامه في التعريف بالمنتج السياحي الجزائري في السوق الدولية. تلا ذلك انعدام أية تنمية محددة المعالم في الفترة الممتدة من (1962-1966) و هذا راجع للتخلف الهيكلي و ضعف الصناعة الفندقية بالإضافة لانعدام وجود عادات و تقاليد فندقية و سياحية آنذاك، ناهيك عن الظروف الاجتماعية السائدة، و محاولة لتدارك هذا الوضع ، قامت الدولة بإصدار الميثاق السياحي سنة 1966، و الذي ركز على أهمية السياحة كونها مصدرا للإيرادات من العملة الصعبة و كونها فرصة لخلق مناصب الشغل و تساهم في التنمية الاجتماعية ، و اعتبرت هذه السنة بداية الاهتمام الحقيقي بالقطاع السياحي ، و تلاه بعد ذلك إصدار الميثاق السياحي لسنة 1976 و الذي ركز على أهمية السياحة الداخلية، و جاء بعده ميثاق 1986 و

(*) - SDAT 2025 : Schéma directeur d'aménagement de territoire (SDAT 2025) constitue le cadre stratégique de référence pour la politique touristique de l'Algérie , à sa faveur l'état affiche sa vision du développement touristique national aux différents horizons à court terme (2009) , moyen terme (2015) , et long terme (2025) dans le cadre du développement durable , afin de faire de l'Algérie un pays récepteur .

(1)- الديوان الوطني للسياحة(ONT)،"جواز للجزائر الأبدية"، 2011.

(2) - Berthonnet .A , " Le tourisme en Algérie (de 1880 aux années 1940)" , revue Tourisme , Université de Paris , 2006 , P.2.

(3)- كواش .خ، "مقومات و مؤشرات السياحة في الجزائر" ،مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ، جامعة الجزائر ، العدد الأول ، ص

الذي أكد على اختيارات ميثاق 1976 و اعتبر السياحة الدولية كسياحة ثانوية بعد السياحة الداخلية⁽¹⁾ ، و قد تكلفت بالسياحة جهات مختلفة و لم تستطع أن تصبح وزارة قائمة بذاتها إلا سنة 1994 .

ثانيا : مقومات الجذب السياحي في الجزائر

إن الجزائر البلد الشاسع الذي يمكن اعتباره قارة، بمساحة تعادل مساحة أوروبا الغربية بأكملها⁽²⁾، تقدم عرضا سياحيا متنوعا وثرانيا جدا، وهي تملك مقومات كبيرة ترشحها لكي تكون من بين البلدان السياحية الكبرى في العالم.

1. المقومات السياحية الطبيعية :

تمتلك الجزائر مساحة شاسعة في القارة الإفريقية بعد السودان، حيث تمتد من البحر المتوسط شمالا إلى أعماق الصحراء الكبرى جنوبا، وتتوفر على مقومات متنوعة تتمثل في الشريط الساحلي الذي يمتد على طول 1200 كلم و يمنح الجزائر شرفة حقيقية على البحر الأبيض المتوسط من خلال 552 شاطئ منها 364 مسموح للسباحة و 188 ممنوع⁽³⁾ .

وتتميز الجزائر بثلاثة أنواع من المناخ : مناخ متوسطي على السواحل الممتدة من الشرق إلى الغرب، مناخ شبه قاري في مناطق الهضاب العليا، مناخ صحراوي في مناطق الجنوب و الواحات كما تتربع الجزائر على أربع أنواع من التضاريس المتباينة من ناحية الامتداد⁽⁴⁾، حيث تمتد أرض الجزائر على مساحة تقدر ب 2.381.741 كلم² ، تميزها في الشمال سهول التل الجزائري، و يأتي بعدها حزام جبلي يحتوي على سلاسل جبلية من الغرب إلى الشرق، تندرج به عدة جبال كجبال تلمسان، تسالة، بني شقران، الونشريس، الأطلس البلدي، جرجرة، الحضنة... تتخلل هذه الجبال منابع مائية و حيوانات و طيور بمختلف الأشكال و الألوان، مما يؤهل هذا المنتج السياحي ليرقى إلى مستوى الطلب عليه و تلبية رغبات هواة السياحة الترفيهية و الجبلية .

أما جنوب الجزائر فيمثلها الأطلس الصحراوي، و يظهر في الصحراء الجزائرية الممتدة على مساحة شاسعة تشكل أكثر من 80 % من المساحة الكلية للبلاد (2 مليون كلم²)⁽⁵⁾، و تحتوي على واحات متناثرة، تتميز بغابات النخيل و تربة خصبة و كثبان رملية و هضاب صخرية و سهول حجرية و من هذه المناطق بسكرة، غرداية، أدرار، وادي سوف، عين صالح، ورقلة، تقرت، جانت و تمنراست كما يعتبر المنتج السياحي الصحراوي، من أكثر المنتجات التي حظيت باهتمام السلطات الجزائرية، نظرا لثراء هذا المنتج و تنوعه.

2. المقومات السياحية الحضارية و التاريخية في الجزائر :

الجزائر هي الأرض التي احتضنت " إنسان " ما قبل التاريخ، في مناطق الطاسيلي و الأهقار و عين الحنش و التوات ، تشهد عليها الرسوم الصخرية و بقايا الكائنات البشرية و الحيوانات التي تم اكتشافها،

(1)-Madouche .H , "Le tourisme en Algérie : jeu et enjeu" , édition houma, 2003 , P.45

(2)- حوار مع وزير السياحة "السيد محمد الصغير قارة" ، مجلة الجزائر سياحة ، نشرة إعلامية تصدر عن الديوان الوطني للسياحة ، 2005 ، رقم 33 ، ص6.

(3)-Site internet : www.echoroukonline.com (13/05/2012 à 20 :21)

(4)- بوفليح . ن ، تقرورت . م ، "دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال أفريقيا"، مداخلة في الملتقى الوطني الأول حول "السياحة في الجزائر - الواقع و الآفاق" ، معهد العلوم الاقتصادية ، البويرة ، 2010 .

(5)- معراج .ه و آخرون ، " السياحة و أثرها في التنمية الاقتصادية العالمية " ، مجلة الباحث ، 2004 ، العدد 1 ، ص24.

كما أنها تحتضن أكبر متحف مفتوح في الهواء الطلق موجود في الصحراء الكبرى⁽¹⁾. و تعد الجزائر موطن الحضارات التي ما تزال بصمة كل منها خالدة ، من الحضارة النوميدية التي خلفت آثار و نصب تذكارية حاضرة عبر كل المناطق إلى الحضارة الفينيقية التي ما تزال مقابرها منتشرة بكل من المدينة و تيبازة و الحضارة القرطاجية والنصيب الأكبر من المدن الأثرية يرجع للحضارة الرومانية بكل من تيبازة ، شرشال ، جميلة... أما الحضارة الإسلامية فتتمركز آثارها بنسبة 70 % بولاية تلمسان بالإضافة للعديد من المساجد و المدن العثمانية المنتشرة عبر كل المناطق الجزائرية، الأمر الذي جعل الجزائر تمتلك مواقع تاريخية ذات سمعة عالمية.⁽²⁾

كما تتباهى الجزائر بموروث ثقافي محلي ثري و غني جدا ، يبرز من خلال العادات و التقاليد المحلية على غرار الاحتفالات و الأعياد المحلية السنوية.⁽³⁾

ثالثا : أنواع السياحة في الجزائر

من خلال مقومات الجذب السياحي ، التي تطرقنا إليها ، نلاحظ اتجاهين للسياحة الجزائرية هما السياحة الساحلية و السياحة الصحراوية و قد تم التركيز عليهما من خلال معظم السياسات السياحية الجزائرية ، إلا أن المقومات الطبيعية و التاريخية و الحضارية و الدينية و الثقافية تمنح الجزائر تنوعا في العرض السياحي :

1 - السياحة الساحلية : يمتد الساحل الجزائري على طول 1200 كلم، ذو منحدرات و تخترقه عدة طرق ساحلية هي بمثابة كورنيش. و بالرغم من انتشار الهياكل السياحية في المناطق الساحلية، إلا أن فاعليتها لاتزال دون المستوى المطلوب، و ذلك لأسباب عديدة أهمها :⁽⁴⁾

- غياب المنافسة ؛
- غياب الثقافة السياحية ؛
- تهميش القطاع الخاص و قلة الاعتمادات المالية المخصصة لهذا القطاع ؛
- نقص التكوين و سوء نوعيته ؛
- نقص الكفاءات .

2 - السياحة الجبلية : تحتوي مناطقنا الجبلية على ثروات سياحية هامة مثل المناظر الطبيعية الخلابة و المغارات و الكهوف التي أوجدتها الطبيعة منذ العصور الجيولوجية الغابرة، فالجزائر من البلدان العربية القليلة التي تنعم بممارسة العديد من الرياضات الخاصة بالجبال كالتزحلق على الثلج، التسلق و التجول في الهواء الطلق و التي تعد من النشاطات المألوفة في مختلف المناطق الجبلية بالشمال الجزائري. إن الجزائر، بلد الجبال الشامخة التي يبلغ متوسط علوها 600 م، تشتهر بسلاسلها الجبلية بالأوراس، جرجرة، البابور، و الونشريس بالشمال...ومن العوامل التي تساهم في جذب السياح، أن المناطق الجبلية تتسم بتنوع ثرواتها، من مغارات و كهوف، إلى حيوانات متنوعة و طيور نادرة و ينابيع مائية عذبة، ومن النقاط الإيجابية لهذا النوع من السياحة ، أنها لا تحتاج لاستثمارات ضخمة و هياكل مكلفة و

(1)- مجلة الجزائر سياحة ، مرجع سبق ذكره ، ص7.

(2)- الديوان الوطني للسياحة : "الجزائر البلد النور"، مرجع سبق ذكره ، ص39.

(3)- مجلة الجزائر سياحة ، مرجع سبق ذكره ، ص7.

(4)- أليازيدو، " السياحة بالجزائر " ، مداخلة في الملتقى الوطني : اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2010 ، ص9.

إنما يكفي أن تحدد المواقع ذات الجاذبية السياحية بالاعتماد على الإشهار و الترويج و ضمان سلامة السياح.⁽¹⁾

3 - السياحة الصحراوية : تتوفر الجزائر على صحراء شاسعة بها كل المقومات الضرورية لإقامة سياحة ناجحة، حيث تمثل 80 % من مساحة الجزائر، تختلف من واحات واسعة إلى مباني ذات هندسة متميزة إلى سلاسل جبلية ذات طبيعة بركانية، و قد ركزت عليها معظم الاستراتيجيات السياحية.

4 - سياحة الحمامات المعدنية : تزخر الأرض الجزائرية بعشرات الأحواض و الحمامات المعدنية الطبيعية التي تعول عليها السلطات في بناء قاعدة متينة ل "سياحة حمامات معدنية"، تجذب السياح المحليين و خصوصا الأجانب . ويتوفر بالجزائر ما يزيد عن 200 منبع للمياه الحموية الجافة⁽²⁾، السواد الأعظم منها قابل للاستغلال كمحطات حموية عصرية فضلا عن الفرص المتوفرة في الساحل لإقامة مراكز للمعالجة بمياه البحر.

و قد أظهر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ظهور جيل جديد من المنتجات، تتعلق بالاكتشافات الثقافية أو الموارد الخاصة بسياحة الأناقة تلبية للتغيرات المرتبطة باحتياجات السياح:⁽³⁾

- احتياجات متعلقة بمنتجات ثقافية (زيارة نصب تذكارية ، متاحف، حضور تظاهرات ثقافية) ؛
- احتياجات مرتبطة بالأصالة (السياحة البيئية) ؛
- احتياجات مرتبطة بالموارد و الأناقة و الازدهار الشخصي و العائلي ؛
- احتياجات مرتبطة بالتجارة و الأعمال (حسب إحصائيات سنة 2007 تشكل سياحة الأعمال 30 % من السياحة الجزائرية) .

المطلب الثاني : مؤشرات السياحة الجزائرية

تبنت الجزائر بعد الاستقلال، نهجا اقتصاديا متمثلا في الصناعات المصنعة، والذي لم يولي أهمية كبرى لقطاع السياحة رغم المؤهلات السياحية المميزة للجزائر، ثم عملت المخططات الوطنية (1966 ، 1967 ، 1989) على تدارك الوضع، إلا أنها لم تكن كافية لتحسين صورة المنتج السياحي الجزائري و تلا ذلك تدهورا للوضع الأمني طيلة سنوات التسعينات جعل الجزائر متأخرة في الصناعة السياحية على الصعيدين العربي و الدولي، إلا أن السنوات الأخيرة عرفت تحسنا ملحوظا لمؤشرات القطاع مفسرا بإرادة الدولة لتحقيق التغيير.

أولا : وضعية الطلب السياحي

عرفت الجزائر قدوم السياح حتى قبل فترة الاستقلال و بلغ عددهم حين ذاك 150000 سائح⁽⁴⁾، كما عرفت فترة السبعينات و الثمانينات تطورا ملحوظا فيما يخص التدفق السياحي حيث بلغ عدد السياح

(1)- برفوق.ع ، قسمية . م ، " دور السياحة البيئية في المحافظة على ثقافة المجتمع " ، مداخلة في الملتقى الوطني : اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2010 ، ص9.

(2)- منشورات الديوان الوطني للسياحة ، "الحمامات المعدنية الجزائرية" ، 2007.

(3)- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، وزارة تهيئة الإقليم و البيئة و السياحة MATET، 2008.

(4)-Heddar.B, "rôle socioéconomique du tourisme" , OPU , 1988 , P.48.

966906 سائح سنة 1988⁽¹⁾، في حين ميزت سنوات التسعينات انخفاضا مستمرا لعدد السياح من سنة لأخرى، و هذا راجع لتدهور الوضع الأمني بالبلاد خلال هذه الفترة .

إن تحسن الأوضاع الأمنية خلال السنوات الأخيرة كان له أثر في زيادة التدفق السياحي، كما يبينه الجدول الموالي الملخص لتوافد السياح خلال الفترة الممتدة ما بين 2005-2011 :

الجدول رقم (2-1) : تطور عدد السياح في الجزائر خلال الفترة (2005-2011) الوحدة : سائح

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
عدد السياح	1443090	1637582	1743084	1771749	1911506	2070496	2394887
نسبة النمو	/	%13.47	%6.44	%1.64	%7.88	%8.31	%15.67

المصدر : وزارة السياحة والصناعة التقليدية 2012

يتبين من خلال الجدول تطور ايجابي للحركة السياحية، حيث تجاوز عدد السياح 2 مليون لأول مرة في تاريخ الجزائر، مما يبشر بمؤشرات واعدة لتطوير هذا الميدان الحيوي، و هذا مع تحسن الأوضاع الأمنية و كذا تطور ملحوظ في الأوضاع الاقتصادية و الاجتماعية .

و لتوضيح أكثر، نستعين بالجدول الموالي، و الذي يبين تطور عدد السياح مع إشارة لبلدهم الأصلي و تحديد عدد الأجانب و كذا الجزائريين المقيمين بالخارج :

الجدول رقم(2-2): تطور عدد السياح حسب بلدهم الأصلي في الفترة(2005-2009) (*): الوحدة : سائح

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009
إفريقيا	172985	173222	171077	208343	274295
أمريكا	8117	9724	10271	10939	13120
آسيا	15157	19207	27590	39227	46613
أوروبا	227618	252553	270881	267552	283843
الشرق الأوسط	17329	23652	31369	30636	37939
عدد الأجانب	441206	478358	511188	556697	655810
نسبة النمو للأجانب	%30.57	%29.21	%29.33	%31.42	%34.31
الجزائريين المقيمين بالخارج	1001884	1159224	1231896	1215052	1255696
نسبة النمو للجزائريين المقيمين بالخارج	%69.43	%70.79	%70.67	%68.58	%65.69
المجموع	1443090	1637582	1743084	1771749	1911506

المصدر : وزارة السياحة والصناعة التقليدية 2012.

(1)- وثائق متوفرة بمكتبة وزارة السياحة و الصناعة التقليدية .

(*)- تم عرض تطور عدد السياح حسب بلدهم الأصلي في الفترة الممتدة من 2005-2009 لغياب الإحصائيات الخاصة بسنة 2010 وكذا بسنة 2011.

نلاحظ أن عدد السياح سواء الجزائريين المقيمين بالخارج أو حتى الأجانب في تزايد مستمر، كما نلاحظ أن أغلب سياح الجزائر هم أوروبيين و هذا راجع لقرب الجزائر من أوروبا على غرار الأعمال و التجارة التي تربط الجزائر بمعظم البلدان الأوروبية .

و الجدير بالإشارة أن الأغراض السياحية للوافدين عبر الحدود تتعدد و يمكن توضيحها حسب الجدول التالي :

الجدول رقم (2-3) : توزيع السياح الأجانب حسب الدافع في الفترة 2005-2010 الوحدة : سائح

عدد السياح	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
الترفيه والراحة	322942	321076	325960	359242	428856	376797	629912
الأعمال	108741	146217	153479	165882	208076	268674	267789
المهام	9532	11065	31749	31573	18878	9516	3941

المصدر : وزارة السياحة والصناعة التقليدية 2012

الملاحظ أن السياحة الترفيهية و الاستجمامية هي الدافع الأول للسياح القادمين للجزائر، تليها سياحة الأعمال ثم سياحة المهام، أي أن معظم السياح الأجانب غرضهم الأساسي هو الترفيه و الراحة و يمكن أن يستغل ذلك من خلال العمل على تطوير منتجات جديدة كالسياحة الثقافية.

ثانيا : مساهمة القطاع السياحي في التشغيل

كان عدد عمال القطاع السياحي لا يتجاوز 10054 عامل سنة 1985، و بلغ سنة 1999 حوالي 12067 عامل⁽¹⁾ ، و فيما يلي ملخص لتطور عمال القطاع السياحي في قطاع الفنادق و المطاعم خلال السنوات الأخيرة في الجدول التالي :

الجدول رقم (2-4) : تطور عمال القطاع السياحي في الفترة 2005-2010

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010
العدد	172000	193900	204400	320000	370000	396000
نسبة النمو	%4.24	%12.73	%5.42	%56.6	%15.62	7.03%

المصدر : وزارة السياحة و الصناعة التقليدية 2012.

نلاحظ أن فرص التشغيل في تزايد مستمر و تشغل حوالي 1.8% من العدد الإجمالي لسكان الجزائر، و حسب إحصائيات المجلس العالمي للسياحة و الأسفار لسنة 2011 تحتل الجزائر المرتبة 85 عالميا من حيث مساهمة قطاع السياحة و السفر في التشغيل.⁽²⁾

(1) - معطيات الديوان الوطني للإحصائيات ONS ، منشورات خاصة بسنة 2004.

(2) - "The economic impact of travel and tourism in Algeria" ، World Travel and Tourism Council(WTTC) ، 2011.

ثالثا : مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الخام (PIB)

سعت السياسات السياحية التنموية المتبعة في القطاع السياحي للحصول على إيرادات سياحية بالعملة الصعبة إلا أن هذه الإيرادات لم ترقى لمستوى التأثير في الاقتصاد الوطني و تسجيلها ضمن الصادرات خارج قطاع المحروقات، كما بقيت نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الخام متواضعة إن لم نقل ضعيفة .

الجدول رقم (5-2) : مساهمة السياحة في الناتج المحلي الخام الفترة(2005-2011)

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2011
المساهمة	%1.7	%1.02	%1.7	%2.05	%2.3	%3.7

المصدر : وزارة السياحة والصناعة التقليدية 2012.

ظلت مساهمة السياحة في الناتج المحلي الخام ثابتة نسبيا بقيمة 1.8 منذ 1999 إلى غاية 2004، في حين، منذ سنة 2008 سجلنا زيادة ايجابية (2.05%) و تأكد ذلك على التوالي في 2009 و 2011.

المطلب الثالث :آفاق الإستراتيجية الحالية للسياحة الجزائرية (المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 SDAT)

تداركا للتأخر المسجل في القطاع السياحي، عمدت الجهات الوصية على وضع مخطط توجيهي للتهيئة السياحية يعين و يوزع المناطق السياحية عبر الوطن و يحدد نوع النشاط السياحي فيها، حيث يعتبر هذا المخطط الإطار المرجعي للتنمية السياحية في الجزائر، و سنحاول من خلال هذا المطلب التطرق إلى هذه الإستراتيجية الممتدة على المدى المتوسط و البعيد .

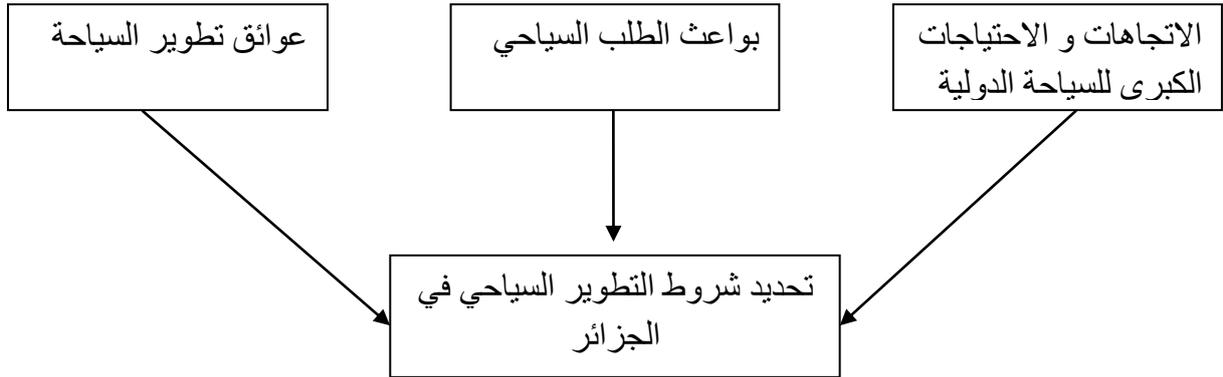
أولا : التعريف بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

المخطط الإداري للتهيئة السياحية جزء من المخطط الوطني للتهيئة العمرانية في آفاق سنة 2025، هو نتيجة مرحلة طويلة من البحوث و التحقيقات و التقارير و الخبرات و الاستثمارات التي توضح إرادة الدولة لتطوير الإمكانيات الطبيعية والثقافية و التاريخية للجزائر و وضعها في خدمة السياحة الجزائرية لتلتحق برتبة الامتياز في ناحية البحر الأبيض المتوسط في إطار التطوير المستمر.

إن هذا المخطط يبين إرادة السلطات العمومية و نظرتها لتنمية السياحة قصد جعل الجزائر بلدا مستقبلا للسياح، حيث يوضح كيف تضمن الدولة التوازن الثلاثي للعدالة الاجتماعية ، الفعالية الاقتصادية، و الاستدامة البيئية على مستوى البلد بأكمله، فالمخطط التوجيهي لتطوير السياحة في الجزائر يحدد المعالم السياحية الكبرى لترسيخ مفهوم جديد و مقاربة خاصة للسياحة كونها محركا للتنمية المستدامة و دعم للنمو الاقتصادي و مصدرا لخلق الثروة و إنشاء مناصب شغل إضافة إلى توظيف كامل القدرات و المزايا لجعل الجزائر مقصد ووجهة سياحية متميزة في غضون 2025 و قبل ذلك 2015 كمرحلة أولى.⁽¹⁾

(1) – Ministère du tourisme et d'artisanat, " Livre 1 : Audit du tourisme algérien ", SDAT 2025 , 2008, P.4.

الشكل رقم (1-2): شروط التطوير السياحي في الجزائر



Source :Ministère du tourisme et d'artisanat, " Livre 1 : Audit du tourisme algérien ", SDAT 2025 , 2008, P.31.

يندرج ضمن شروط النهوض بقطاع السياحة الجزائري تحديد بواعث الطلب السياحي العالمي و العمل على تلبيتها من خلال التعريف بمقومات الجذب السياحي المحلية كما يتطلب إبراز العراقل التي تعترض النشاط السياحي بغية إيجاد البدائل و الحلول الدائمة .

- أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025 : لا يقتصر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على كونه إطارا مرجعيا ستتطور ضمنه المبادرات العمومية و الخاصة إلى غاية 2025، بل يرسم برنامج تطوير السياحة الوطنية و ترقيتها من أجل إدراجها ضمن الشبكات الدولية بدعم مكانة الجزائر كوجهة سياحية و دعم مكتسباتنا الطبيعية و الثقافية بالاستثمار و جودة العرض، و تلخص أهدافه فيما يلي: (1)

1 - جعل السياحة أحد محركات النمو الاقتصادي : من خلال :

- ✓ ترقية اقتصاد بديل للمحروقات ؛
- ✓ تنظيم عرض سياحي موجه نحو السوق الوطنية ؛
- ✓ إعطاء الجزائر سمعة سياحية دولية و الارتقاء بها إلى مستوى مقصد سياحي متوسطي ذو امتياز ؛
- ✓ المساهمة في إنشاء مناصب شغل جديدة و بالتالي ضمان الإسناد الدائم للاقتصاد العام للبلاد .

2 - دفع القطاعات الاقتصادية الأخرى: من خلال التعاون و التنسيق مع استراتيجيات القطاعات الأخرى باعتبار المخطط التوجيهي SDAT 2025 هو جزء من الإستراتيجية الوطنية (*) SNAT2025.

3 - ربط ترويج السياحة بالمحيط : من خلال التطوير السياحي في إطار التنمية المستدامة .

4 - تثمين التراث التاريخي ، الثقافي و الديني : تعتبر العناصر المؤسسة للتراث الإقليمي (سواء كانت بشرية ، طبيعية ، مناخية أو تاريخية...) صورة عاكسة لجاذبية و تمركز المنتج السياحي ، وتعمل استراتيجيات السياحة المستدامة على حماية التراث من خلال احترام التنوع الثقافي و المشاركة في التنمية المحلية.

5 - التطوير المستمر لصورة الجزائر : تحديد مفهوم جديد للسياحة الجزائرية يسمح بإدخالها في السياحة العالمية .

(1)- Idem , P.6.

(*)-SNAT 2025 : Schéma national d'aménagement du territoire est un acte par lequel l'état affiche son projet territorial , il vise à l'insertion de l'Algérie dans ses espaces naturels d'appartenance et d'évolution (Maghreb , Euro- méditerranée , Afrique) .

ثانيا : الديناميكيات الخمس للمخطط الإداري للتهيئة السياحية SDAT 2025

يعتمد المخطط الإداري للتهيئة السياحية على ركائز و روافع محورية لا يمكن الاستغناء عنها لتحقيق الفقرة السياحية المنتظرة من خلال خمسة ديناميكيات فعالة والتي تشكل سبيلا لإنعاش سريع و مستدام للسياحة الوطنية من خلال برنامج حكومي معتمد و يتعلق الأمر ب:(1)

1 -تثمين الوجهة السياحية الجزائرية :بغية خلق وجهة سياحية ذات امتياز و تنافسية على الصعيد الدولي و بمعايير تستجيب للطلب الداخلي ، وذات مرد ودية على الصعيد الاجتماعي و الاقتصادي.

2 -إنشاء أقطاب سياحية ذات امتياز و بناء قرى سياحية ذات امتياز : نعتمد فيها إبراز أصالة واحاتنا وجمال مواقعنا المتوسطة و يجب أن تلعب هذه الأقطاب دور مساند للتنمية السياحية على المستوى الوطني.

3 -تطبيق مخطط الجودة السياحية : بغية ضمان امتياز العرض السياحي الوطني بإدماج التكوين من خلال رفع مستوى الاحترافية ، التريبة ، الانفتاح و استعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال و التموغ حول منتجات جديدة تنماشى و التوجهات الجديدة للطلب الوطني العالمي. ويهدف مخطط جودة/سياحة (PQT) إلى تحسين نوعية العرض السياحي و المرافقة في عمليات العصرية و التوسيع و الاستفاد من أدوات الدعم الموجهة للتنمية و تأمين أفضل تسويق للمنتج السياحي .

4 -تعزيز الشراكة بين القطاعين العام والخاص : تتطلب السياحة تضافر الجهود و الأعمال ما بين العديد من القطاعات الحيوية ، و تجنيد مجمل الشركاء العموميين و الخواص بغية خلق وجهة سياحية ذات علامة امتياز في السوق الدولية.

5 -وضع مخطط تمويل سياحي :يهدف لدعم النشاطات السياحية و مرافقة مشاريع المتعاملين والمستثمرين المحليين و الأجانب.

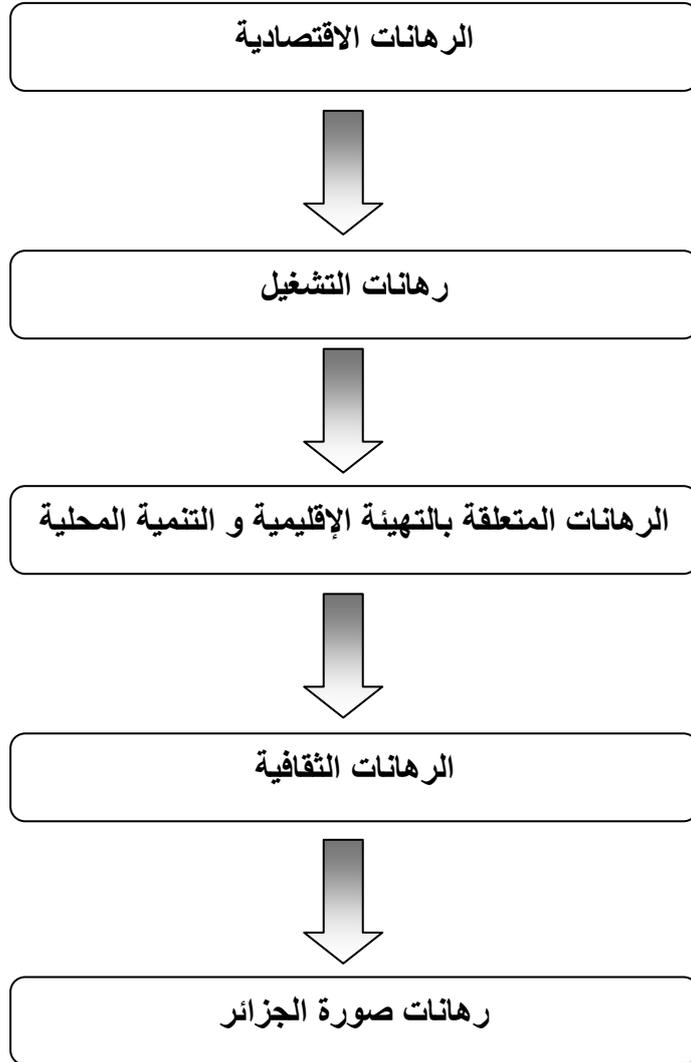
ثالثا : الرهانات الأساسية لبعث السياحة الجزائرية

كون السياحة محرك للاقتصاد من خلال أثارها سواء على التشغيل ، التنمية المحلية ، التوازن الخارجي ، الاستثمارات أو ارتباطها بمختلف القطاعات الأخرى تتبع رهانات بعث السياحة في جزائر القرن 21 كما هو موضح في الشكل الموالي : (2)

(1) – Ministère du Tourisme et d'Artisanat (livre 1 du SDAT 2025) , op-cit , 2008,P.20.

(2)-Idem ,P.16.

الشكل رقم (2-2): رهانات بعث السياحة الجزائرية



Source :Ministère du tourisme et d'artisanat," Livre 1 : Audit du tourisme algérien", SDAT 2025 , 2008, P.16.

- 1 - **الرهانات الاقتصادية** : علاوة على الدخل بالعملة الصعبة و آثار السياحة على ميزان المدفوعات ، تنتج السياحة آثار على القطاعات الإنتاجية الأخرى (الفلاحة ، الصناعة التقليدية ، الأشغال العمومية ، الصناعة ، الخدمات.) ؛
- 2 - **رهانات التشغيل** : السياحة ومن خلال قوة كثافة اليد العاملة تعمل على خلق مناصب شغل مباشرة و غير مباشرة و تمثل وسيلة فعالة لإدماج عدد كبير من الشباب البطال في الحياة الاجتماعية و العملية و بالتالي تشارك في تقليل الهجرة و النزوح الجماعي من الولايات الداخلية نحو الشمال ؛
- 3 - **الرهانات المتعلقة بالتهيئة الإقليمية و التنمية المحلية** : من خلال إدماج السياحة في كل سياسة متعلقة بالتهيئة الإقليمية و التنمية المحلية ؛
- 4 - **الرهانات الثقافية** : تسمح السياحة بتنميين التراث الثقافي المادي و غير المادي للجزائر، باعتبارها عامل للسلم و الانفتاح و الحوار بين الثقافات ؛

5 - رهانات صورة الجزائر : من خلال تطوير صورة البلد، تشارك السياحة في تثمين و تحسين جاذبية الوجهة الجزائرية .

المبحث الثاني : السياحة الثقافية في الجزائر.

تعد الجزائر واحدة من البلدان الغنية بموروثها الثقافي فهي متحف للتراث ، هذا الأخير الذي يستوجب استثماره بطريقة مثلى، علما أن السياحة الآن و في معظم دول العالم أصبحت تتجه أكثر فأكثر إلى الخصوصية الثقافية ، حيث تنمو السياحة الثقافية بمعدل 15 % سنويا كما أنها تشكل المحفز الأول لسياح الوجهة السياحية الأولى في العالم " فرنسا "، فما مكانة السياحة الثقافية ضمن المنتجات السياحية الجزائرية .

المطلب الأول : العرض السياحي الثقافي في الجزائر

تزخر الجزائر بتراث مادي و غير مادي يرجع لكونها موطن الحضارات التي ما تزال بصمة كل منها خالدة ، من الحضارة النوميدية إلى الفينيقية ، القرطاجية، الرومانية و الإسلامية⁽¹⁾ ، فهي الأرض التي احتضنت إنسان ما قبل التاريخ في مناطق الطاسيلي و الأهقار و عين الحنش و التوات، بالإضافة للموروث الثقافي المحلي الذي يبرز من خلال الاحتفالات و الأعياد المحلية التقليدية السنوية و الذي يشكل حلقة أساسية في المنتجات السياحية الجزائرية.

و قد تم من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025) تثمين الإمكانيات الطبيعية الثقافية و التاريخية من خلال سبعة أقطاب سياحية ذات امتياز⁽²⁾(POT) ووضع هذه الإمكانيات في خدمة السياحة الجزائرية للوصول إلى وجهة ذات امتياز في إقليم البحر الأبيض المتوسط.

⁽¹⁾-Revue : « Le tourisme , facteur de développement et de rapprochement entre les peuples », Algérie tourisme , éditée par l'ONT ,2005 ,n 33, P. 7.

⁽²⁾-Ministère du tourisme et d'artisanat, « Livre 3 : Les sept pôles touristiques d'excellence (POT) », SDAT2025, 2008, P.5.

الجدول رقم (2-6): الأقطاب السياحية ذات الامتياز.

الأقطاب السياحية	الولايات المعنية	التراث المادي	التراث غير المادي
شمال شرق POT N.E	عنابة ، الطارف ، سكيكدة ، قالمة ، سوق أهراس ، تبسة	مواقع مغليبية بولاية قالمة ، النقوش الصخرية بولاية تبسة ، كنيسة القديس أوغسطين ، المدن الأثرية تيمقاد و جميلة ، جامع أبو مروان ، مساجد المدن العثمانية بعنابة.	عيد المرجان ، العسل ، الطماطم ، الفراولة ؛ مهرجان موسيقى المالوف ، الأيام المسرحية ، السينمائية و الفولكلورية .
شمال وسط POT N.C	الجزائر ، تيبازة ، بومرداس ، بلدية ، الشلف ، عين الدفلى ، المدية ، البويرة تيزي وزو ، بجاية	مقابر الفينقيين بالمدينة و تيبازة ، المدن الرومانية ، الأضرحة الملكية بموريطانيا ، أسوار مليانة ، قسبة الجزائر ، مسجد كتشاوة ، الكنيسة القديمة للسيدة الإفريقية ، كنيسة رأس جنات..	تراث غير مادي مرتبط بالإنتاج الحرفي و الفني .
شمال غرب POT N.O	مستغانم ، وهران ، عين تيموشنت ، تلمسان ، معسكر ، سيدي بلعباس، غليزان	أكثر من 300 موقع أثري ، تاريخي و ثقافي :أطلال سيقا ، أضرحة صفاقس ، آثار المدينة الرومانية بوهران ، الأماكن التاريخية للأمير عبد القادر ، قلعة بني راشد..	عدة احتفالات و أعياد محلية : عيد الكرز ، مهرجان الموسيقى الأندلسية..
جنوب شرق POT S.E	غرداية، بسكرة، الوادي	النقوش الصخرية ، الأضرحة و النصب التذكارية ، الآثار الرومانية بالقنطرة ، ضريح عقبة بن نافع ببسكرة ، ضريح حيزية ببسكرة..	موسم سيدي خالد ببسكرة ، عيد المهري ، عيد الزربية بغرداية ..
جنوب غرب POT S.O	أدرار و بشار	294 قصر (قلعة حماد و ملوكة ...)	المولد النبوي و السبوع ببني عباس و تميمون ، موسم تاغيت ببشار..
الجنوب الكبير TASSILI- N'AJJER	إليزي و جانت	أكبر متحف مفتوح في الهواء الطلق بمساحة 80000 كم ² مصنف ضمن التراث العالمي طرف UNESCO	حفلة السببية ، عاشوراء ، عيد الطاسيلي ، عيد جانت ، عيد سيدي علي بنوي ، عيد أسيهار ، عيد تافسييت ، عيد تيماسينين..
الجنوب الكبير POT G.S	تمنراست	نقوش صخرية و آثار تعود لما قبل التاريخ .	المهرجان الوطني لفنون الأهقار .

المصدر : من إنجاز الطالبة بالاعتماد على وثائق وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

من خلال الجدول يتضح احتواء الجزائر على تراث حضاري متنوع يعود لعدة حقبات: ما قبل التاريخ (الحفريات الموجودة بمختلف الولايات ، النقوش الصخرية⁽¹⁾) ، النوميديية (الآثار و النصب التذكارية

(1) - National Office of Tourism ,Brochure :Hoggar – Tassili " vast and comforting " ,ONT Publications .

(الرومانية والبيزنطية (المواقع الأثرية من مدن و كنائس⁽¹⁾) ، الإسلامية (مساجد المدن العثمانية) ، التاريخية (مرتبطة بفترة ما قبل الاستقلال) بالإضافة لتراث غير مادي يعكس عادات و تقاليد كل منطقة .

المطلب الثاني: السياحة الثقافية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية(SDAT 2025):

تتوفر الجزائر على تراث مادي و غير مادي غني و متنوع يعود لآلاف السنين و يمكن أن يشكل انطلاقة للسياحة الثقافية، علما أن الثقافة أحد أهم المحفزات الأولية في اختيار الوجهات السياحية. و قد تم من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية تحديد و تعريف المقومات و المواقع السياحية عبر مختلف ربوع الوطن من أجل استغلالها على أحسن وجه⁽²⁾.

أولا : أسباب بعث السياحة الثقافية في الجزائر

قد تم من خلال المخطط المذكور إحصاء أكثر من 300 موقع تاريخي مصنف، كما سجلنا في برامج التطوير السياحي ، هدف أساسي يتمثل في استغلال و تثمين التراث بطريقة تسمح بإرضاء الحاجات الحالية و المستقبلية في إطار المحافظة على التوازنات البيئية و حماية الأصالة الثقافية و الاجتماعية للشعوب المحلية⁽³⁾، و من أهم أسباب بعث السياحة الثقافية في الجزائر نجد :⁽⁴⁾

- الإمكانات السياحية المتنوعة ؛
- وجود أماكن سياحية حضرية تصنع المستقبل على المستوى العالمي (الواحات ، طاسيلي ناجر ، طاسيلي أهقار ، توات ، قورارة) ؛
- السياحة الثقافية تشكل الميزة التنافسية للجزائر بالمقارنة مع الوجهات السياحية المتوسطة الأخرى ؛
- توفر الجزائر على تراث غير مادي حاضر من خلال نموذج الشخصية الجزائرية العاكسة لعادات و تقاليد تختلف من ولاية لأخرى ؛
- رغبة الجزائر في التنمية السياحية المستدامة من خلال توفير جودة الإنتاج و العرض السياحي في إطار المحافظة على العناصر الاجتماعية و الثقافية للسكان المحليين ؛
- قرب الجزائر من الأسواق المصدرة للسياح في العالم ؛
- وجود بنية تحتية قوية ، الانفتاح على اقتصاد السوق ، الانضمام المرتقب للمنظمة العالمية للسياحة ، وجود تسهيلات و تحفيزات جبائية بخصوص تشجيع الاستثمار...؛
- كون الجزائر، و حسب المختصين، ستصبح الوجهة البديلة و المستقبلية في البحر الأبيض المتوسط.

(1) -Office Nationale de Tourisme , "Saint Augustin l'Algérien" , 2012.

(2) - قاسم . ك ، " سبل ترقية سوق السياحة في الجزائر " ، مجلة الإصلاحات الاقتصادية و الاندماج في الاقتصاد العالمي ، مخبر المدرسة العليا للتجارة ، 2011، العدد 10 ، ص36.

(3) - كلمة السيد رئيس الجمهورية " عبد العزيز بوتفليقة " ، في افتتاح الصالون الدولي للسياحة و الأسفار 2004 بقصر المعارض ، وثنائق متوفرة بمكتبة الديوان الوطني للسياحة .

(4) -Patrick .V , " les retombées socioéconomiques du tourisme culturel en Algérie " ، dossier de presses ، SITEV, 2004.

إن عرض منتج سياحي ثقافي يتطلب العمل سويا لأهداف مشتركة بين ميداني السياحة و الثقافة من خلال: (1)

- المشاركة في تهيئة الإقليم عبر تنمية مشتركة للموارد الثقافية و المنتجات السياحية ؛
- تحسين نوعية العرض السياحي المتعلق خصوصا بالاستقبال في التجهيزات الثقافية ؛
- تنويع العرض الثقافي بالبحث عن التثمين السياحي في الميادين الفنية الثقافية و خاصة مجال التراث ؛
- تعزيز مسعى الترويج و التسويق للعرض الثقافي و التراثي قصد منحه الموارد المالية و البشرية اللازمة لتثمينه ؛
- دعم السياحة الثقافية الشعبية بتنمية العلاقات مع الفاعلين في السياحة الاجتماعية ؛
- تمديد و تكثيف العمليات المشتركة الجاري تنفيذها من طرف القطاعين و المؤسسات التابعة لهما (حظائر ، متاحف، الديوان الوطني للسياحة، الوكالة الوطنية للتنمية السياحية) ؛
- و باعتبار أن السياحة الثقافية تعتمد على مكونات التراث الثقافي بشقيه المادي و غير المادي ، تطورت العلاقة بين الثقافة و السياحة و برز ذلك من خلال تفعيل دور المواقع الأثرية و إشراك السكان المحليين في هذه السياحة.

ثانيا :أولويات تثمين التراث الثقافي

إن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (آفاق 2025) أعد خريطة للمناطق الأثرية و التاريخية و حدد الأولويات الموضوعية و الجغرافية التي سبقت اختيار الحماية و تثمين التراث الثقافي : (2)

- حالة مكونات التراث : الهندسة المعمارية للأرض (قصور ، قصبات ، قرى تقليدية) أكثر هشاشة من الهندسة المعمارية الحجرية (المعالم القديمة) ؛
- أصناف التراث التي لم تكن محل حماية (مواقع ما قبل التاريخ ، قصور، قصبات، قرى تقليدية) ؛
- مناطق صحراوية لم تخضع من قبل لنظام الحماية ؛
- مواقع المقاومة الشعبية (من الممالك النوميديّة حتى معركة الجزائر) ؛
- تراث مشترك (فينيقي، روماني، بيزنطي، عثماني، فرنسي) و الذي ينبغي تسجيله في أفق إدماج و تأويل وطني .

فالمخطط الوطني التوجيهي للتهيئة السياحية يهدف إلى خلق توازن بين مختلف أصناف التراث(مواقع، معالم، محميات أثرية، مراكز تاريخية، حظائر ثقافية) و تثمين الخصائص الثقافية لهذا التراث بعد أن ظلت مهمة لعدة سنوات في حين أن الجزائر تتوفر على منتجات ثقافية مختلفة ذات أهمية متزايدة على غرار كنيسة القديس أوغسطين و الآثار الرومانية لتيمقاد و جميلة و حظائر الأهقار..(3)، حيث تضمن الكتاب الثالث من المخطط المذكور تحديد معالم السياحة الثقافية في الجزائر ضمن الأقطاب السياحية ذات الامتياز.

(1)- تصريح السيد " نور الدين لرجان " ، رئيس دائرة المهرجانات و النشاط الثقافي الجوارى باللجنة التنفيذية لتظاهرة تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية ، خلال مقابلتنا معه (أبريل 2012) .

(2)- تصريح السيد نبيل ملوك ، مدير فرعي للترقية السياحية بوزارة السياحة و الصناعة التقليدية، 2012.

(3)-Rachid . G et autres, " Sous le signe du tourisme culturel ", La Gazette , Safex SITEV 2007 , 20-24 mai 2007, No .(1) , P.2.

و هذا التراث استلزم خطة تمر من مرحلة الجرد إلى التصنيف إلى الترميم إلى التثمين من خلال برنامج ترميم و إعادة الاعتبار للتراث الثقافي الذي يهدف لتجديد و بعث السياحة مع الأخذ بعين الاعتبار (ترميم القسبة و القصور ، جرد و ترميم الأضرحة الدينية بما فيها الجوامع و الزوايا، المحافظة على المواقع المصنفة و النصب التذكارية ، جرد و حماية التراث غير المادي، إنشاء عدة أقطاب اقتصادية للتراث في أدرار و في الأهقار وبقصور المزاب)، و لهذا يندرج تسيير التراث و الترقية السياحية ضمن مسار الحماية و المحافظة على القيم.⁽¹⁾

ثالثا : الأهمية الاقتصادية و الثقافية للتراث الجزائري

تتوفر الجزائر على ثروة تراثية و أثرية ذات أهمية ثقافية و اقتصادية، تمنحها الفرصة لتطوير سياحة ذات جودة من خلال زيارات موجهة لأماكن تاريخية و دينية (المدن الرومانية، النصب التذكارية ، الزوايا، القصور...⁽²⁾)، فالتراث يشكل أحد عناصر التثمين السياحي ، و لذلك يجب تبني سياسة سياحية مركزة على استغلال التراث من خلال ترميم الآثار ، إنتاج ، ترويج ، و تسويق منتجات السياحة الثقافية.⁽³⁾

1. الأهمية الاقتصادية السياحية للمدن الأثرية : القطاع السياحي من أهم القطاعات الحساسة التي أصبحت كبريات الدول تتنافس على تنميتها ، و بما أن المعالم الأثرية جزء مكون لأساسيات هذا القطاع ، فإن المدن الأثرية تلعب دورا هاما و تحتل أهمية بالغة من حيث الجانب الاقتصادي السياحي لأي دولة من الدول.⁽⁴⁾

وبما أن الجزائر تحتوي على عدد لا بأس به من الآثار المصنفة عالميا من طرف اليونسكو نذكر منها : قلعة بني حماد صنفت سنة 1982، طاسيلي ناجر صنفت سنة 1982 ، وادي مزاب صنفت سنة 1982 ، جميلة صنفت سنة 1982، تيمقاد صنفت سنة 1982، قسبة الجزائر صنفت سنة 1992 ،⁽⁵⁾ حيث تعتبر هذه المدن الأثرية مناطق جذب للسياح و محبي معرفة التاريخ و مختلف ثقافات و عادات الشعوب، و بالتالي فهي تساعد على تنمية الحركة البشرية بتلك المنطقة، و هذا ما يدفع إلى توفير مختلف المرافق التي يحتاجها هؤلاء السياح وبالتالي خلق منتج معين و بيعه و تحقيق دخل مالي بالعملة الصعبة . إذ أنه كلما كانت هذه المدن الأثرية ذات أهمية تاريخية كبيرة ، ترمز لحضارة من حضارات الشعوب و الأمم العريقة ، أدى ذلك إلى زيادة الطلب على زيارتها، و بالتالي إلزامية الزيادة في العرض الموفر لمختلف حاجيات هؤلاء الزوار، وهذا بالأساس ما يؤدي إلى خلق جو من المنافسة، ينعكس إيجابا على نوعية الخدمات المعروضة ومنه ترقية قطاع السياحة من خلال ترقية و تطوير الهياكل القاعدية له و التحكم في سياسة العرض و الطلب. بالإضافة إلى تشجيع جلب الاستثمارات الأجنبية المباشرة بغرض تهيئة المنطقة بمختلف المرافق الضرورية لإشباع الرغبات و الحاجيات وهو ما يؤدي إلى توفير العديد من مناصب العمل و بالتالي القضاء على نسبة كبيرة من البطالة في تلك المناطق بالخصوص.

(1)-Ministère du Tourisme et d'Artisanat , " Livre 3 du SDAT :Les sept pôles touristiques d'excellence (POT)" , SDAT 2025 , Janvier 2008 , P.79.

(2)-Bouanane Kentouche. N , " Le patrimoine et sa place dans les politiques urbaines algériennes " , Thèse de magister , Université de Mentouri , Avril 2008, P.106.

(3)- Idem, P.110.

(4)- National Office of Tourism , Brochure : "World Heritage Sites in Algeria", 2011.

(5)-Idem.

2. الأهمية الثقافية للمدن الأثرية : ترتبط المدن الأثرية ارتباطا وثيقا بالثقافة، فهي جزء لا يتجزأ منها. (1) و المدينة الأثرية، من جانبيها الثقافي، تساعد على كتابة التاريخ من خلال استخراج بعض المدفونات و التعريف بمختلف الحضارات التي تعاقبت على المنطقة و كيفية استغلالها في وقت من الأوقات بالإضافة لإثراء البحوث الميدانية و المساعدة على تفسير بعض الظواهر التي كانت مبهمة لسبب من الأسباب ، و بالطبع معرفة اللغات التي كانت متداولة بين أهل تلك المدينة من خلال الكشف عن بعض اللوحات الصخرية المكتوبة أو بعض رموز الكتابات التي تحملها تلك المباني والجزائر تحتوي على مدن أثرية كاملة تعود للحضارة الرومانية (المدينة الأثرية جميلة بولاية سطيف، المدينة الأثرية تيمقاد بولاية باتنة، و آثار شرشال بولاية تيبازة...) و لحضارات أخرى منها النوميديّة و البيزنطية .

المطلب الثالث : تطوير السياحة الثقافية في الجزائر

أولا : التحديات التي تواجهها السياحة الثقافية

تعتبر الجزائر أضعف وجهة سياحية في البلدان المتوسطية ، ويرجع ذلك لغياب الاستقرار الأمني طيلة سنوات التسعينات و بالتالي غياب سياسة واضحة لتطوير القطاع(2)، وباعتبار أن السياحة الثقافية يمكن أن تشكل الميزة التنافسية للجزائر، يجب العمل على تطويرها لاستغلال أثارها الاقتصادية و الاجتماعية ، فهي عنصر ضروري للسياحة الجديدة و محور من محاور تنوع الوجهات السياحية، إلا أن السياحة الثقافية تواجهها جملة من التحديات (3):

- التغييرات العميقة لسلوك وحاجات الزبائن ؛
- اكتظاظ بعض المنشآت السياحية ؛
- غياب طرق إبداعية للتسيير ؛
- تحسين الجودة واحترافية الخدمة المعروضة ؛
- الإبداع التكنولوجي و الفني .

كما يمكن أن يرتبط تطوير السياحة الثقافية في الجزائر ب (4):

- الأخذ بعين الاعتبار الاحتياجات الجديدة للزبائن ؛
- اعتبار الثقافة جزء من المحاور ذات الأولوية في ترويج الوجهات السياحية ، لذلك يجب تبني استراتيجيات شاملة لتحديد قواعد جديدة للشراكة بين أعوان القطاع السياحي و الثقافي ؛
- أثر التكنولوجيا الجديدة على العرض المتوفر.

(1) - Site d'internet : www.euromedheritage.net (13/06/2012 à 13 :22)

(2) – Fabrice.H , "La filière tourisme dans les pays méditerranéens" , agence française Anima , 2006 , No 17, P.27.

(3)- Patrick .V , op-cit , P.17

(4) - Idem.

ثانيا : البرامج المقترحة للنهوض بالسياحة الثقافية

في حين بلغت مشاركة السياحة العالمية في إجمالي الناتج المحلي 9% ، ووفرت 260 مليون منصب شغل لسنة 2011⁽¹⁾، كان لا بد للدول العربية عامة و الجزائر خاصة الاستفادة من مدا خيل هذه الصناعة باعتبارها يمكن أن تشكل بديلا للمحروقات.

1 -الخطة القومية للسياحة الثقافية في الوطن العربي : إن الأقطار العربية، بما لها من رصيد حضاري غني و متنوع و تراكمات إبداعية ثقافية و تقاليد سياحية عريقة ، قادرة على استغلال هذه المقومات في سبيل النهوض بالسياحة الثقافية مع مراعاة التنمية المستدامة .

و قد مكن النمو المتزايد للسياحة العالمية من رفع عدد السياح من 14 مليون سائح سنة 1948 إلى 935 مليون سائح سنة 2010⁽²⁾، و لذلك يجب على الدول العربية أخذ نصيبها من السوق العالمية من خلال استغلال مميزاتا الطبيعية و البيئية و الثقافية و الحضارية. وفي ضوء التطور العددي المسجل في مجال السياحة العالمية و اشتداد المزاحمة بين كل الوجهات و خاصة المتوسطية ، يجب العمل على تطوير المنتجات ذات الميزة التنافسية .

و تعتبر خطة النهوض بالسياحة الثقافية إطارا لعمل عربي مشترك^(*) ، يستفيد من التجارب العالمية في ميدان السياحة الثقافية بإدراجها ضمن السياسات الثقافية للبلدان العربية.

- أهداف الخطة : ترمي الخطة إلى (3):

- تقويم عرض المادة الثقافية بالأقطار العربية و تحديد السلبات التي تقلص من قيمته و العمل على دعم المنطقة العربية كمقصد سياحي و موقع ثقافي متميز ؛
- توفير إنتاج سياحي له صبغة ثقافية و بيئية ؛
- تحديد دقيق للمسالك و المواقع و المتاحف و الحدائق الوطنية و المشاهد الطبيعية و المحميات و المجموعات التاريخية و التقليدية و المنقولات و غيرها من الأماكن ؛
- إنجاز خارطة تضم الشواهد الخاصة بالمواقع الأثرية يمكن اعتمادها للنهوض بقطاع السياحة الثقافية ، و ضمان تسويق هذا المنتج في الخارج و تحسين نوعيته و تطوير عرض المنتج الثقافي السياحي و طرق استغلاله و إثراء المنتج السياحي و تنويعه و تغذيته بمكونات ثقافية و الحفاظ على الآثار و ترميمها و إعدادها و العناية بها و إدماج التراث بمختلف مكوناته الثقافية و البيئية في الدورة الاقتصادية و الاجتماعية و التوفيق بين الحفاظ على الآثار و النهوض بالسياحة في الوقت نفسه و استقطاب شرائح جديدة من المهتمين بالثقافة.

- محاور الخطة المقترحة : (4)

1. مسح المواقع و المعالم الثقافية العربية: بوضع خريطة المواقع الأثرية و الطبيعية و البيئية و المعالم و المتاحف مع تحديد أولويات التدخل و البرمجة و الأطراف المعنية على مستوى كل قطر عربي ؛

(1)- World Travel and Tourism Council (WTTC) , " Travel and Tourism Statistics " , 2011 , P.2.

(2) - Direction générale de la compétitivité de l'industrie et des services (Chiffres clés du tourisme) , op-cit , P.1.

(*) - خطة النهوض بالسياحة الثقافية خاصة بالدول الأعضاء في منظمة الأسيكو للتربية و العلوم و الثقافة ، و الجزائر دولة عضو بالمنظمة منذ سنة 1970.

(3) - Site officiel du Isesco : www.isesco.org.ma (22/11/2011 à 11 :52)

(4) - Idem .

2. تهيئة وإحياء المعالم و المواقع التاريخية و الثقافية و البيئية:

- حماية المواقع الأثرية من الآثار السلبية للسياحة الجماعية غير المنظمة ؛
- إقرار برنامج وطني بالنسبة لكل قطر عربي لتركيز علامات التوجيه الخارجية بالطرق والمسالك المؤدية للمعالم و المتاحف و المواقع الأثرية و الطبيعية و البيئية و داخل مناطق العمران و بالمناطق السياحية ؛
- وضع برنامج تهيئة مقاسم حول المواقع الأثرية و الطبيعية و البيئية لتمكين القطاع الخاص من إقامة مشاريع سياحية تنشيطية ؛
- تخصيص مساحات خضراء ملحقة بالمناطق الأثرية و بحيطها و حماية المواقع من الزحف العمراني الذي يتهدها ؛
- اعتماد برنامج يتم تنفيذه على مراحل بالنسبة لكل قطر عربي لتعويض الشبكات الكهربائية والهاتفية و الهوائية بشبكات أخرى تحت الأرض خاصة بالمدن التاريخية حتى يتجنب تشويه مظهرها الأصلي ؛
- إقرار برنامج تدخل عاجل لحماية الطابع المعماري لقرى الواحات و القرى الجبلية و القرى التاريخية المهدة في بعض الأقطار العربية ؛
- استغلال جزء من مدا خيل زيارة المواقع الأثرية في سبيل تمويل برامج الترميم و الصيانة العاجلة لبعض المعالم و المواقع.

3. استغلال التراث المتعدد الجوانب و تنشيط المواقع الأثرية و المعالم التاريخية و الثقافية و البيئية :

- فتح المجال أمام المستثمرين الخواص لإقامة مشاريع تنشيطية في إطار السياحة الثقافية وفق شروط محددة ؛
- إدراج وظيفة الدليل الثابت بالمعالم التاريخية و المتاحف و المواقع الأثرية و الطبيعية و البيئية ضمن تشريع عربي موحد ؛
- إعداد برنامج لإنجاز مشاريع " صوت و ضوء " بالتعاون مع القطاع الخاص بعد إجراء دراسات الجدوى اللازمة ؛
- إنشاء مراكز ثقافية بكل المواقع المهمة ، بالإضافة إلى ضرورة وجود أماكن لبيع الشرائح الملونة و الكتب و المستنسخات من القطع الأثرية.

4. استثمار و تسويق المنتج السياحي و الثقافي و البيئي :

- إنشاء بنك معلومات حول السياحة الثقافية ، و استغلال شبكة الانترنت للتعريف بمكونات السياحة الثقافية ؛
- حث البنوك على تمويل المشاريع ذات الصبغة السياحية الثقافية ؛
- العمل على إشراك وكالات السفر للاهتمام بالسياحة الثقافية ؛
- تعريف السياح بالتظاهرات الثقافية و البيئية المتميزة لدى السياح ، ودعوة الأطراف المعنية إلى التركيز على العنصر الثقافي بكل مكوناته في الحملات الإعلامية الموجهة للخارج ؛
- الدعوة إلى الاهتمام بالسياحة الثقافية بفتح مكاتب متخصصة في الخارج ، أو تعيين مخاطبين داخل السفارات و الممثلات الدبلوماسية العربية بالخارج ؛
- تنظيم رحلات استكشافية و استطلاعية لطلاب المدارس في مختلف مراحل التعليم لتعريفهم بالمواقع و المعالم التاريخية و الأثرية و غرس تقاليد السياحة الداخلية لديهم و تشجيع تبادل الزيارات ؛

- الاستغلال الأمثل لوسائل الإعلام و الاتصال الحديثة في عرض مواد علمية للتعريف بالثقافة العربية و التوسع في عقد المؤتمرات و الندوات العالمية عن الآثار و الممارسات الإبداعية و العادات و التقاليد الشعبية في الوطن العربي ؛

- الاهتمام بمعارض الآثار الخارجية بشكل يليق بالتراث العربي و يضمن إعجاب العالم الخارجي به ، ويسهم في تكثيف الإقبال السياحي الثقافي على الوطن العربي .

2- البرنامج المقترح في إطار الشراكة الأوروبية:

تشكل منتجات التراث الثقافي الجزائري اهتماما متزايدا باعتبارها عنصر من عناصر التراث العالمي و رغم وجود ثروة تراثية هامة إلا أنها مهملة و غير مستغلة نتيجة غياب سياسة لحفظ و ترميم و إثراء المواقع الأثرية. و قد اقترح الاتحاد الأوروبي في إطار البرنامج الأوروبي للجيرة و الشراكة (2011-2013) إصلاحات و خطوات تهدف إلى تحديد، حماية، تجديد و استغلال التراث الثقافي و إشراكه في التطوير الاقتصادي : (1)

- إنشاء نظام تسيير المعلومات الخاصة بالمنتجات الثقافية، باعتبار أن عملية تحديد التراث تشكل الخطوة الأولى للمحافظة عليه ؛
- جرد التراث الجزائري و تطوير تقنيات جديدة للمحافظة على الأماكن التراثية و الآثار ؛
- إنشاء معاهد تعمل على تكوين كفاءات تهتم بحفظ و ترميم المنتجات الثقافية ؛
- تجديد المتاحف بغرض بعث السياحة الثقافية من خلال نقل الثقافة و المعرفة و التاريخ ؛
- قدرت الميزانية المقترحة من طرف الاتحاد الأوروبي ب +/ - 20 مليار أروا.

ثالثا : مزايا و سلبيات السياحة الثقافية

يتأثر المجتمع الجزائري بالسياحة الثقافية باعتبارها دافع قوي للتغيير الاجتماعي، كما أنها مفتاح باب التعارف بين الشعوب و وسيلة للانفتاح و التعرف على الآخر، و عادة ما يرتبط ذلك بظواهر العولمة و العصرية و التحول في العادات و التقاليد .

إن المجتمع المحلي يعتبر اللبنة الأساسية لبناء الثقافة السياحية، إلا أن ارتباطه بالسائح يتغير حسب الجهات و يتأثر بعدة عوامل من ضمنها اختلاف المستوى المعيشي بين السائح و الساكن المحلي ، و مدى الحساسية المرتبطة بالأخلاق و القيم العائلية و التي يمكن أن تزول بانتشار السياحة ، ولذلك يمكن أن تشكل الصناعة السياحية خطر و فرصة في نفس الوقت بالنسبة للمجتمعات المحلية : (2)

1. أخطار التسويق المفرط للتراث و الثقافة : يعتبر التراث بشقيه المادي و غير المادي الميزة الإضافية التي تمنحها الجزائر، و لذلك ينبغي المحافظة عليه و استغلاله ضمن شروط محددة باعتبار أن التسويق المفرط للثقافة المحلية و الفولكلور يمكن أن يؤدي إلى زوالها أو إنقاص قيمتها، كما أن التهيئة السياحية المرتبطة بالتراث المادي يمكن أن تعمل على تغيير جودة التجربة السياحية.

2. السياحة عامل لحفظ و ترميم التراث المحلي : ينتج عن اندماج الثقافة بالسياحة، تألق جاذبية الوجهة السياحية باعتبار أن هناك طلب متزايد للسياحة الثقافية من خلال مشاركة السائح في الحياة اليومية

(1)-Instrument européen de voisinage et de partenariat ,Programme indicatif national (Algérie 2011-2013), P.14.

(2)-PNUE/PAM , Dossier sur "le tourisme et le développement durable en méditerranée" , No.(159) ,Athènes, 2005, P.45.

للساكن المحلي، كما أن هذا الأخير يمكنه هو الآخر الاستفادة من النشاطات المبرمجة في أماكن الجذب السياحي، كما يجب على المجتمع الجزائري الاستفادة من الدخل الناتج عن زيارة الآثار و المتاحف و المواقع التاريخية لترميم التراث الثقافي و المحافظة عليه.

المبحث الثالث : التظاهرات الثقافية كوسيلة للنهوض بالصناعة السياحية في الجزائر

الأعياد المحلية هي روح و مصدر السياحة الجزائرية، من خلالها نكتشف تاريخ المنطقة، نمط عيشها، عاداتها، تقاليدها و أصل سكانها، لذلك تهدف السياسة الترقية للسياحة الجزائرية إلى إعادة إحياء التراث من خلال المشاركة في برمجة ودعم هذه الأعياد و مختلف التظاهرات الثقافية⁽¹⁾. من خلال هذا المبحث سنتطرق للتظاهرات الثقافية باعتبارها عنصرا من عناصر التراث غير المادي و الذي بدوره يعتبر منتج من منتجات السياحة الثقافية.

المطلب الأول : الأعياد المحلية و التظاهرات الثقافية كتراث غير مادي

أولا : مكانة التراث غير المادي في السياسة الثقافية للجزائر

يعتبر التراث غير المادي (الأعياد المحلية، التظاهرات الثقافية، المهرجانات، العادات و التقاليد و أشكال التعبير الشفهي، الممارسات الاجتماعية، المهارات المرتبطة بالفنون الحرفية التقليدية ،) رافدا من روافد السياحة الثقافية التي تلقى رواجاً و تدفقا سياحيا و اهتماما على المستوى الدولي.⁽²⁾ و قد حظي في الأعوام الأخيرة باعتراف دولي و أصبح صونه من أولويات التعاون الدولي ، بفضل الدور الرائد الذي تؤديه منظمة الأمم المتحدة للتربية و العلوم و الثقافة (UNESCO) على صعيد تبني اتفاقية حماية التراث الثقافي غير المادي، باعتباره بوتقة للتنوع الثقافي و عاملا يضمن التنمية المستدامة.⁽³⁾

فيما يخص الجزائر، تمتعها بموقع جغرافي استراتيجي، ميزها على امتداد تاريخها بحركات انتقال للسكان قادمة من مختلف الآفاق خلال أحداث تاريخية مضطربة شكلت الشخصية الجزائرية، و تستمد الثقافة الجزائرية مبادئها من ميثاق طرابلس لعام 1962، و تعرف الثقافة بأنها " التمثيل لاقتصاد ما، و لأسلوب حياة، و لعلاقات اجتماعية محددة للحظة معينة من حياة البشر، و تطبق عليها توجهها، و أسلوبها و إدراكا متوافقا مع ظروف العيش التي تتم مواجهتها مع القواعد الاجتماعية المختارة " ⁽⁴⁾، و إن تميزت السياسة الثقافية في الجزائر بعد الاستقلال بغموض و توجه غير واضح ، إلا أن قطاع التراث المادي و المعنوي يعد من الأولويات الكبرى لوزارة الثقافة الجزائرية، و نلمس ذلك من خلال القانون رقم 281-67 الصادر في 20 ديسمبر 1967 المتعلق بعمليات التنقيب و حماية المواقع و الآثار التاريخية الطبيعية و سجلت من خلاله أول رغبة سياسية لحماية التراث المادي، و ظل قائما حتى سنة 1998، لكنه لم يستطع أن يشكل تمهيدا لسياسة حقيقية للتراث ، و حل محله قانون رقم 04-98 الصادر عام 1998، الخاص بحماية التراث الثقافي و الذي أكد لأول مرة على مفهوم التراث الثقافي غير المادي حيث يشمل (الاحتفالات و الطقوس الشعائرية، العادات الاجتماعية و الدينية، المهارات و المعارف التقليدية، التعبيرات الشفهية ، فنون العرض و علوم الموسيقى) ، و قد قطعت الجزائر أشواط كبيرة منذ بداية عام 2000 لحماية التراث الثقافي ، حيث كانت أول بلد يوقع على اتفاقية حماية التراث الثقافي غير المادي سنة 2003 ، و شاركت في إعداد إعلان الجزائر الخاص بالتنوع الثقافي و حماية هويات الشعوب و تراثها ، الذي تم تبنيه عند انعقاد المؤتمر الإسلامي لوزراء الثقافة سنة 2004 ، و الجزائر

(1)- تصريح للسيد مدواني محمد ، مكلف بالتسويق ، مصلحة التوثيق و التسويق ، الديوان الوطني للسياحة ، مارس 2012.

(2) - Ministère de tourisme et d'artisanat , Dossier de presse , Site 2004 , Alger , P.17.

(3) - Site d'internet : www.unesco.org/ar/intangible-heritage (1/3/2012 , 19:48).

(4)- مطبوعات ووثائق متوفرة بمكتبة وزارة الثقافة الجزائرية ، تصريح للرئيس السابق " هواري بومدين " سنة 1969 ، الجزائر.

حاضرة من خلال 11 مشروع أور ومتوسطي مرتبط بحماية التراث المادي و صيانتته ضمن التراث الأورومتوسطي.⁽¹⁾

محليا، قامت وزارة الثقافة بالتعاون مع وزارات أخرى على غرار وزارة السياحة ، الدفاع الوطني ، المالية لحماية التراث الثقافي ، و يقام سنويا العديد من المهرجانات الخاصة بالموسيقى أو السينما أو المسرح (مهرجان الموسيقى المعاصرة، مهرجان الموسيقى الشعبية، مهرجان الفيلم الأمازيغي ، مهرجان المسرح الفكاهي، مهرجان المسرح الهاوي) و التي تهدف أساسا للمحافظة على التنوع الثقافي و ضمان إحياء التراث غير المادي ، و للتراث نصيب كبير في الأعمال الخاصة بالسنوات الأخيرة خاصة بعد قيام وزارة الثقافة بإحصاء عام لمجمل الثروات الثقافية الجزائرية من أجل استغلالها و المحافظة عليها.⁽²⁾

ثانيا : الأعياد المحلية لاكتشاف أعماق الجزائر

يحتضن الإقليم الوطني الجزائري ، فضاءا تراثيا لعدة أشكال تعبيرية فنية و ثقافية، تشكل إرثا روحيا عجيبا .

من التقاليد و الموروثات الحضارية التي يتمسك بها الجزائريون و حافظوا عليها طيلة حقب زمنية متعاقبة ، المواظبة على إقامة الاحتفالات بالأعياد المحلية التي تميز كل منطقة و جهة و مدينة، فلا يكاد يمر أسبوع أو شهر، إلا و تحتفل مدينة من مدن الجزائر الكبيرة أو الصغيرة بعيدها، و تكثر هذه الاحتفالات خصوصا في المناسبات الدينية كالمولد النبوي الشريف، عاشوراء و أيضا عند دخول فصل الربيع أو بعد موسم الحصاد ، في الوقت الذي ترتبط بعض الأعياد الأخرى بخصوصيات تميزها عن غيرها و تتعلق بذكرى تاريخية معينة .

و قصد الوصول إلى إنجاز إحصاء شامل و دقيق لمختلف الأعياد و التظاهرات المحلية عبر 48 ولاية ، قامت وزارة السياحة و الصناعات التقليدية بإعداد مفكرة وطنية لتلك الأعياد المحلية بهدف تبيين و تأهيل هذه التظاهرات ، و إدماجها ضمن إستراتيجية تنمية القطاع السياحي لأنها رافد من روافد السياحة الثقافية التي تلقى رواجاً و تدفقا سياحيا و اهتماما على المستوى الدولي⁽³⁾ .

ومن خلال الجدول التالي سنحاول ذكر بعض الأعياد المحلية الجزائرية :

(1)- وثائق وزارة الثقافة ، 2012.

(2)- مصلحة التراث الثقافي ، وزارة الثقافة ، مارس 2012 .

(3)- الأعياد المحلية بالجزائر ، مجلة الجزائر سياحة ، نشرة إعلامية تصدر عن الديوان الوطني للسياحة ، 2005 ، رقم 33 ، ص18.

الجدول رقم (2-7) : أعياد محلية و تقليدية

الأعياد	محتواها	مكان إقامتها	تاريخها
عيد الزربية	عيد سنوي يدوم أسبوع كامل و يستقطب العديد من الزوار و السياح الأجانب ، يطغى عليه الفولكلور و أغاني من التراث.	غرداية	فصل الربيع
عيد تافسيت	يعكس هذا العيد خصوصية الأهمار على امتداد 3 أيام ، و يستقبل فيه ضيوف العيد بفرق فولكلورية و رياضية يقومون بعروض إيقاعية ترقية ، و يستعمل المتعاملون السياحيون الخيام كأجنحة لعرض المنتجات التقليدية و المنتجات الزراعية و تنظم رحلات لأعالي الأسكرام.	تمنراست	نهاية شهر أفريل
عيد السببية	احتفال ديني يقام تزامنا مع يوم عاشوراء، و هو تقليد احتفالي سنوي و موعد سياحي.	جانت	شهر ماي
السبوع	يتزامن السبوع مع اليوم السابع من الاحتفال بذكرى المولد النبوي الشريف حيث يحتفل سكان القورارة بهذا العيد لمدة سبعة أيام و سبعة ليال في جو بهيج يتوافد إليه العديد من السياح و الزوار ليكتشفوا التراث الثقافي و السياحي للمنطقة .	أدرار	أسبوع المولد النبوي الشريف
موسم تاغيت	تحفل تاغيت بموسمها الذي يصادف جني التمور و المعروف بالفقوس دو النوع الرفيع و الذي يعد أغنى و أتمن منتج بالمنطقة ، هذا الاحتفال المحلي فرصة سانحة للتلاقي بين الأهالي و لعرض مختلف منتجاتهم معبرين بذلك على حرصهم و عزمهم للحفاظ على هذه التقاليد المحلية الأصيلة.	بشار	نهاية شهر أكتوبر
عيد الألف قبة وقبة	هذه التظاهرة تأتي لإعادة الاعتبار لتاريخ المدينة المميز بهندستها و معمارها التقليدي الأصيل و المشكل من القباب، و يعد فرصة للسياح لاكتشاف ثراء المنطقة.	وادي سوف	شهر مارس
عيد الفخار	انطلقت أول دورة لهذه التظاهرة سنة 1992 من طرف مجموعة من الحرفيين و أقيمت في دور الشباب بتيزي وزو، و بعد سنة 2000 أصبح تقليدا سنويا يعتمد المنظمون من خلاله إلى إعادة الاعتبار لهذا الموعد الحرفي العريق و المعبر عن ثقافة المنطقة، تعرف هذه الاحتفالات مشاركة أكثر من 150 حرفي و زيارة أكثر من 70000 زائر.	تيزي وزو	غير محدد
عيد الفروسية	ياخذ عيد الفروسية و الفانتازيا بعاصمة الأوراس، طابعه الوطني و ميزة خاصة لدى محبي الفانتازيا و الفروسية القادمين من كل أنحاء الوطن، و يرافق هذا العيد الخاص إقامة مجالس للشعر الشعبي و الشعر الملحون التي يتغنى فيها أبرز فحول الشعر الشعبي بالوطن و الحماسة و البطولة والفخر.	مدينة أمدو كال بباتنة	غير محدد

المصدر : الديوان الوطني للسياحة 2012.

الأعياد المحلية تعتبر كعوامل إثارة سياحية وهي بمثابة رأس مال ثقافي يجعل الجزائر كمحل إقامة للسياح خاصة في مواسم هذه الأعياد، فهذه المناسبات تعكس تنوع و ثراء الجزائر بالفنون و الطبوع و العادات الاحتفالية التي تحكي المكان والزمان، و مجموع هذه الأعياد هو أيضا فرصة لوكالات السفر لتنظيم مسارات سياحية للتعريف بالتقاليد الشعبية و جعل السائح يجرب الحياة المحلية للشعب الجزائري⁽¹⁾، كما تتوفر الجزائر على عدد كبير من الوعادات الشعبية (و عدة سيدي احمد المجنوب بولايتي النعامة والمسيلة ، و عدة سيدي الجليلي بولاية تلمسان كما تتوفر ولاية مستغانم على أكثر من 300 و عدة) التي تعتبر جزء من الموروث الثقافي ووسيلة ترفيه بامتياز و أهم فضاء لإبراز فسيفاء الفن و الثقافة في المجتمعات الريفية ، ويمكن استغلالها كوسيلة لجذب السياح الأجانب و تفعيل تجارة المنتجات الحرفية التي يعرف معظمها كسادا.

لذلك يجب الحفاظ على التراث الثقافي غير المادي لاستغلاله بطريقة عقلانية تسمح بتنشيط النشاطات السياحية و المساهمة في الاقتصاد الوطني⁽²⁾، و للديوان الوطني للسياحة دور كبير في ترقية هذا النوع من المنتجات السياحية ، و ذلك بمختلف الطرق الترقية التي تساعد السائح الأجنبي و المحلي على حد سواء بالتعرف على كل عيد و المنطقة التي يقام فيها.

ثالثا : التظاهرات الثقافية وأهداف الجزائر من خلالها

تعتبر التظاهرات الثقافية دافع لبعث السياحة الثقافية من خلال غرس ثقافة الاكتشاف، زيارة المتاحف، حضور المعارض و المؤتمرات، المشاركة في المهرجانات و العروض المسرحية...⁽³⁾ و تصحب عادة ، بتنشيط متنوع فني و ثقافي، يشكل فرصة نادرة لتغيير الحياة اليومية .

تنظيم المهرجانات هو الاتجاه الذي عملت به معظم البلدان التي اعتمدت السياحة الثقافية كوسيلة أساسية لإثراء تراثها الفني و العلمي و الثقافي و شعاع رئيسي للتطوير الاقتصادي ووسيلة استقرار، و للمغرب تجربة رائدة في هذا المجال ، حيث يستقبل هذا البلد المجاور أكثر من 12 مليون سائح أجنبي (إحصائيات سنة 2010)⁽⁴⁾ ويرتكز النشاط السياحي الرسمي للمغرب خلال عقود على الموروث الثقافي من خلال استغلال المواقع الأثرية في إقامة مهرجانات دولية ووطنية ومحلية و كذلك تونس البلد الذي يحتضن أقدم مهرجان في دول العالم الثالث (مهرجان قرطاج الدولي المنظم سنويا منذ سنة 1966)، حيث تؤكد تونس على الفعاليات الثقافية بأنواعها كوسيلة لإنعاش السياحة الثقافية وكأداة للتنمية الاقتصادية، و على العكس تماما من تونس و المغرب لا تعتبر السلطات الجزائرية أبدا المهرجانات كدافع للتنمية الاقتصادية، حيث تم استغلالها كوسيلة لتقوية هويتها الوطنية و التأكيد على انتماءاتها الثقافية المحلية.⁽⁵⁾

بالنسبة للجزائر، تنظم سنويا 164 مهرجان، من ضمنها 25 مهرجان دولي يهدف لإعادة تحسين صورة الجزائر ، 28 مهرجان وطني دو طابع وطني خاص، و 111 مهرجان محلي في إطار المحافظة على

(1) - Office Nationale de Tourisme , Dossier de presse : " Les fêtes locales " , SITEV 2004, Alger , P.22.

(2) - MERAHBA.R , " la culture touristique au service du développement durable" , ONT Publications, 2012.

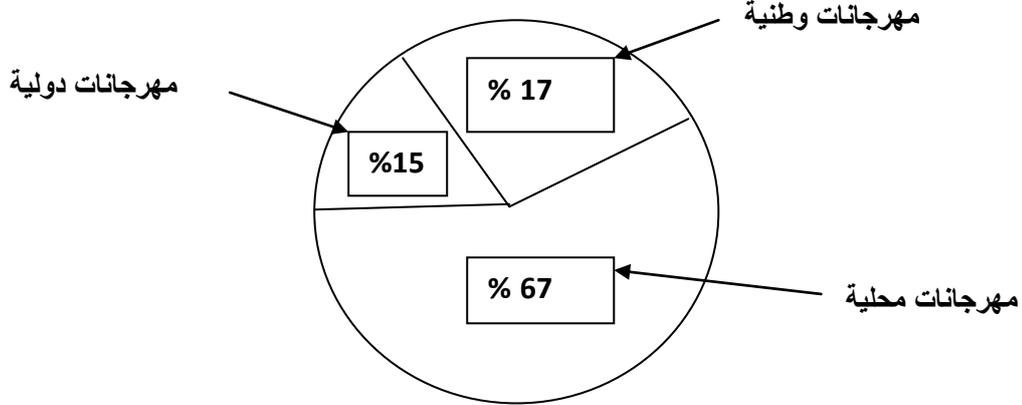
(3) - Metalsi-Tani. A , " Pour un développement durable du tourisme culturel " , El jawhara , Ministère de la culture , du 15 au 30 septembre , N°11,2011, P.3.

(4) - موقع وزارة السياحة المغربية ، (12 : 19/03/2012 à 20 : 12) (<http://www.tourisme.gov.ma>) .

(5) -kessab. A , " Le financement public des festivals dans les pays du Maghreb en général et en Algérie en particulier " , The 1st Forum on Festivals in the Arab Countries , Beirut 2009.

التراث الوطني ، وتسعى وزارة الثقافة للتأسيس لمهرجان في كل دائرة أي ما يعادل 500 مهرجان في الوطن في غضون سنة 2014.⁽¹⁾

شكل رقم (2-3) : التظاهرات الثقافية في الجزائر



المصدر : وزارة الثقافة 2012.

بالإضافة إلى مهرجانات ذات نشاط جوارى تقام في كل الولايات (المهرجان المحلي للفنون والثقافات الشعبية الذي يعتبر أول تجربة ثقافية محلية عبر كامل القطر الوطني مند سنة 1978، المهرجان الثقافي المحلي " القراءة في احتفال ")، حيث تزدهر أشكال التعبيرات الفنية في الجزائر بسبب ثراء الموسم الثقافي و الذي يدوم طيلة أشهر السنة، كما أن أغلبية الفعاليات الثقافية تتم في الموسم الصيفي (ماي – سبتمبر) و يجدر الإشارة إلى أن هذا العدد قليل بالنسبة لما تملكه الجزائر من ثروات ثقافية.

المطلب الثاني : صورة الجزائر في ظل التظاهرات الثقافية

مند سنة 1962، اعتمدت الجزائر على المهرجانات كوسيلة لتأكيد و تقوية هويتها الوطنية و التأكيد على انتمائها الثقافي المحلي، حيث نظم سنة 1968 المهرجان الإفريقي الأول و الذي كان البداية لسلسلة مهرجانات حاولت الجزائر من خلالها تصدير صورتها للخارج .

أولا : دور التظاهرات الثقافية الكبرى

تختلف التظاهرات الثقافية من بلد لآخر، إلا أنها تشترك في كونها منبعاً للتنوع و الثراء الثقافي ، وموعداً للتعرف و التبادل بين الشعوب، حيث تكون حافلة بالمهرجانات الفنية و الندوات الأدبية و الشعرية و المعارض و الملتقيات و تتم في إطار تعاون ثقافي دولي، و نتيجة أهمية هذه التظاهرات الثقافية أصبحت كبرى الدول تتسابق لإقامتها و الاستفادة من آثارها الإيجابية . وتسعى الجزائر من خلال تنظيم التظاهرات الثقافية أو العواصم الثقافية لتأسيس نظرة جديدة للتراث و التعريف به محليا و دوليا و بالتالي تعيين مناطق جذب سياحية جديدة.⁽²⁾

⁽¹⁾ -Ministère de la culture, La direction du patrimoine culturel, Alger , mars 2012.

⁽²⁾ - كوسة، ن ، " الدراسات التراثية ...تحد من خطر العولمة " ، مجلة الثقافة ، وزارة الثقافة ، جوان 2007 ، العدد 12 ، ص18.

كما أن من بين أولويات استقبال التظاهرات الثقافية الكبرى (سنة الجزائر بفرنسا، عاصمة الثقافة العربية، المهرجان الإفريقي الثاني، تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية) تحسين صورة الجزائر في الخارج و إبراز التنوع الثقافي و استغلاله للنهوض بالصناعة السياحية بالاعتماد على السياحة الثقافية .
ولهذه المناسبات انعكاسات ايجابية على صورة الجزائر داخليا وخارجيا، حيث نتوخى منها تحقيق عدة أهداف:(1)

- على المستوى الداخلي:

تشكل هذه التظاهرات مناسبات سانحة لسد العجز في المرافق الثقافية ، حيث تتيح الفرصة لإنجاز منشآت جديدة و لتهيئة وتحديث و تجهيز المرافق الثقافية الموجودة ، كما أنها مناسبة لترميم و تثمين و إعادة الاعتبار للتراث الثقافي ، الذي لم يحض بالقدر الكافي من الرعاية والعناية التي يتطلبها الواجب الأخلاقي و القانوني لحمايته و صيانتته ، و تعطي هذه التظاهرات الفرص الحقيقية و الملموسة لأصحاب الإبداع و المؤسسات بغرض إنجاز مشاريع ثقافية مع منحهم أكبر قدر من فرص العمل.
يعد احتضان أي مدينة لتلك التظاهرة فرصة لتشييد فضاءات ثقافية و إعادة تأهيل ما كان موجودا و بناء مرافق هامة لاستقبال الضيوف و ترميم المعالم التاريخية ، مما يعطي للمدينة انتعاشا حقيقيا على جميع المستويات الثقافية و الاقتصادية و الاجتماعية، و تشكل هذه التظاهرات فرصة ثمينة لإعادة بعث الإبداع الفني و الثقافي عند المبدعين من خلال دعم الإنتاج الفني و الثقافي و الفكري الذي لا تنطفئ شعلته بانقضاء تلك التظاهرات و بالتالي خلق عشرات مناصب الشغل كما أنها تعد من أهم عوامل تنشيط السياحة الداخلية .

- على المستوى الخارجي :

ساهمت مختلف التظاهرات التي احتضنتها الجزائر لمحو الصور النمطية السلبية التي ألصقت بالجزائر خلال العشرية السوداء، و أعطت صورة أكثر إشراقا على بلد يتطلع إلى نهضة حقيقية و يسعى لفرض وجوده على الساحة العالمية .

ثانيا : المهرجانات وحماية التراث غير المادي

تعتبر الجزائر خزان للتراث تتقاطع فيه الطبوع المتوسطية و الشرقية و الإفريقية ، ويشكل التراث غير المادي تراكم حضاري و رصيد ثقافي ، كما يمثل أحد أبرز مظاهر الانتماء وهو تعبير صادق عن التمايز عن الآخر و تكريس للخصوصية الثقافية لأي مجتمع من المجتمعات الإنسانية.
فالمهرجانات ومن خلال فتح باب التنافس، و تمثيل المناطق عبر جغرافية الجزائر في ألوانها و إبداعاتها الشعبية و عاداتها و تقاليدها، تسمح بتسجيل التقاليد الشفهية و تدوينها و حفظها ، بالإضافة إلى جمع و نشر الحرف و المهارات و الصناعات الشعبية و تطويرها و الحفاظ على خصائصها ، كما أن التظاهرات الثقافية و باعتبارها فرصة لتقوية البنية التحتية و المرافق الثقافية تكون مناسبة لفتح معاهد للفنون الشعبية تحيي الحرف التقليدية و تنظمها و تجعلها أداة في خدمة الاقتصاد الوطني ، لما لها من أهمية تاريخية و اجتماعية و ثقافية و لأنها وسيلة لإبراز الخصوصية الحضارية ، إلى جانب كونها موردا اقتصاديا هاما تتسابق الدول في أن تجعله مصدرا الأول في عملياتها التنموية .(2)

(1)- وزيرة الثقافة خليفة تومي ، "حوار حول دور التظاهرات الثقافية" ، مجلة الجوهرة ، وزارة الثقافة، مارس 2011 ، العدد 1، ص3.

(2)- عيلان م، " التراث الشعبي الجزائري" ، وزارة الثقافة ، طبعة في إطار تظاهرة الجزائر عاصمة للثقافة العربية ، 2007 ، ص10.

وتستعرض صحراء الجزائر تراث غير مادي متنوع وثري، حيث عرف سكان الصحراء الوسطى الكتابة منذ آلاف السنين، ورغم تطور تقنيات الاتصال لا يزالون يتمسكون بثقافتهم الشفوية، هذا التراث الثقافي غير المادي معرض لخطر الاندثار مع رحيل أصحابه، فخارج المناسبات و الأعياد لم يعد لديهم فرصة لممارسة خبراتهم و فنونهم ، ومن جهة أخرى لأن الحداثة تحط من شأن الفنون غير المادية العريقة ، لهذا بادرت وزارة الثقافة بتكريس مهرجانات تهدف لحماية و تثمين التراث الثقافي ، من ضمنها المهرجان الدولي " أباليسا تينهنان لفنون الأهقار " و الذي يجمع بين السياحة الصحراوية و السياحة الثقافية حيث تمت صياغته على نمط التجمعات التقليدية في المنطقة ذات الطابع الترفيهي الشعبي و على هامش المهرجان تنظم عدة أنواع من النشاطات، على رأسها المحاضرات و الندوات حول التراث الثقافي المادي و غير المادي.(1)

ثالثا : المهرجانات والتطوير السياحي

تعد الجزائر متحف مفتوح و متكامل حيث تقام فيها العديد من المهرجانات المتنوعة ، و تستقبل المدن والقرى الجزائرية عدد لا بأس به من التظاهرات الثقافية ، ويساعد في ذلك موقعها المتوسط بين دول المغرب العربي و القريب من الأسواق المصدرة للسياح ، و استقرار الأوضاع السياسية الداخلية و العلاقات الجيدة مع مختلف دول العالم سواء العربي أو الغربي، ويبرز من خلال المهرجانات أو الفعاليات الثقافية تنوع و ثراء العرض الذي يناسب مختلف الأذواق .

حيث تلقى هذه الصناعة في الدول العربية اهتماما واسعا بما فيها دول مجلس التعاون الخليجي و الأردن التي أولت سياحة المهرجانات عناية خاصة خلال السنوات الأخيرة الماضية نظرا للعوائد الاقتصادية و التجارية و السياحية المرجوة منها في ظل ما تتمتع به هذه الدول من إمكانيات و مقومات مختلفة مما أسهم في تعزيز مثل هذا النوع من المهرجانات السياحية.(2)

ويسهم تطوير صناعة تنظيم المهرجانات و الفعاليات السياحية ، في النمو و التنوع الاقتصادي و تحقيق التوازن الداخلي و الخارجي و زيادة معدلات التوظيف من خلال توفير آلاف فرص العمل ، فهي تشكل الفرصة لتقوية الاستثمار في المنشآت السياحية و الاقتصادية بالإضافة إلى تطوير البنية التحتية.

إن استغلال المهرجانات بشكل جيد يمكن أن يحقق النتائج المطلوبة حيث أن ما تقدمه المهرجانات من معارض متخصصة وتنظيم ندوات و مؤتمرات اقتصادية و مسابقات متنوعة في مدة محددة يمكن أن تغني عن جهود كثيرة تبذلها الدولة الجزائرية للنهوض بالقطاع السياحي مند سنوات ، فالمهرجانات ليست وسيلة لتضييع الوقت و إنما يجب أن تركز على أهداف بعيدة المدى من ضمنها الترويج السياحي ، و تعرف الوجهة الجزائرية تطور منتجات جديدة ظهرت جنبا إلى جنب مع المنتجات التقليدية و قد تم تحديدها من خلال إستراتيجية التطوير السياحي SDAT2025.

ويعمل الديوان الوطني للسياحة بالإسهام في تطوير المهرجانات السياحية عبر كل ربوع الجزائر ، وتقديم الدعم والمساندة لتنظيم الفعاليات و الاستفادة من التجارب الدولية في هذا المجال ، وذلك من منطلق أهمية هذه الفعاليات و المهرجانات في الجذب السياحي للوجهات السياحية المحلية.(3)

(1)- المهرجان الدولي أباليسا تينهنان ، مجلة استخبار ، أجنحة شهرية لوزارة الثقافة، فبراير 2012 ، ص7.

(2) - Site d'internet : www.omantourism.gov.om (02/11/2011 à 21 :22)

(3) - Office National du Tourisme (ONT) , "Plan d'action promotionnel " , 2011.

المطلب الثالث : تسويق الفعاليات الثقافية

تعد الفعاليات الثقافية فرصة نادرة لتسويق ثقافة الجزائر، فالشعوب الكبيرة حسب التصنيفات العالمية هي التي تمتلك مخزونا معتبرا من الثقافة الشعبية، هذه الأخيرة تبرز ضمن التظاهرات و الفعاليات الثقافية المنظمة بهدف حفظ و استغلال التراث غير المادي و يتم استغلالها للجذب السياحي.

أولا : آثار الفعاليات الثقافية

تعتبر سياحة التظاهرات الثقافية من أنواع السياحة الجديدة و النابعة من الرغبات و الحاجات الجديدة للسياح، و التي أصبحت تنمو بسرعة في السنوات الأخيرة، نتيجة لتطور العلاقات الدولية و الاقتصادية و التجارية و الصناعية و الفنية فضلا عن الإنجازات و الاكتشافات و الاختراعات العلمية و التكنولوجية، و حاجة الدول إلى عرض ما توصلت إليه في مختلف المجالات الحضارية، و من أهم آثار التزاوج بين السياحة و المهرجانات: (1)

- **الفعاليات الثقافية و التنمية السياحية** : سياحة المهرجانات تؤدي دورا مهما في تكوين الوجيهات السياحية من خلال قدرتها على زيادة حجم الحركة السياحية على العديد من المواقع السياحية، و على المنشآت السياحية فيها، وذلك من خلال تجربة السياح القادمين للمهرجان أو من خلال وسائل الإعلام المختلفة. كما أن الفعاليات المبرمجة خلال المهرجانات تساهم في توعية المجتمع الجزائري و تصحح المفاهيم الخاطئة عن السياحة و تعمل على نشر الثقافة السياحية التي تعتبر أهم عائق لتطوير السياحة الجزائرية، بتوضيح أن السياحة نشاط اقتصادي و اجتماعي ضروري لتنمية مجتمعاتنا المحلية، بالإضافة إلى دورها في تعزيز الوطنية بثمين و تأكيد الهوية الثقافية و التنمية الاجتماعية و الاقتصادية بتطوير القطاع السياحي و خلق فرص العمل بالإضافة إلى مساهمتها في الأمن الداخلي، كما أنها فرصة لتقوية الاستثمار في المنشآت الاقتصادية و السياحية في المنطقة و تطوير البنية التحتية.

- **الفعاليات الثقافية و الثقافة السياحية** : تغيرت مفاهيم السياحة و الترفيه فلم تعد فقط لقضاء أوقات الفراغ بل أصبحت وسيلة للتثقيف و لغرس القيم النبيلة و الشعور بالانتماء الحضاري، و رفع المستوى الثقافي لدى الشباب و الارتقاء بمستوى الوعي السياحي من خلال التأمل في فعاليات المهرجانات الثقافية في الجزائر بما تحتويه من أنشطة ثقافية جادة تعمل على جذب الشباب للمشاركة في ندوات ثقافية و أمسيات علمية و معارض للكتاب و عروض مسرحية جادة و عروض سينمائية للأفلام الوثائقية .

ثانيا : جعل الفعاليات الثقافية أكثر وضوحا دوليا

تجرى في الجزائر فعاليات ثقافية عديدة لكنها تعاني من عدم وضوحها و نقص ترويجها و التسويق لها بشكل فعال، البعض يشرح ذلك لكون العرض أكبر من الطلب، و البعض الآخر يرجع ذلك لعدم إمكانية المشاركة و الحضور كونها موجهة لنخبة المجتمع.

ويسعى الديوان الوطني للسياحة للتعريف بالمنتجات المعروضة في المجال الثقافي من خلال تأكيد حضوره و مشاركته في معظم المناسبات و المعارض السياحية الدولية، أهم هذه المعارض نلخصها في الجدول التالي: (2)

(1) -Kessab. A, " Les politiques culturelles en Afrique du Nord ",World Arts Summit on Arts and Culture , 2009 , P.3.

(2) - Office Nationale du Tourisme (Plan d'action promotionnel) , op-cit, P. 8.

الجدول رقم (2-8) : التظاهرات السياحية الدولية لعام 2012.

البلدان	الصالون	نوعه	المشاركين	الزوار	الإعلام
اسبانيا	المعرض الدولي للسياحة مدريد	-المحترفين - الجمهور	10434 عارض 166 دولة	209260	7726 صحفي 59 دولة
ايطاليا	البورصة الدولية للسياحة ميلان	المحترفين	5000 عارض	10000 زائر	4000 صحفي 28 دولة
ألمانيا	البورصة الدولية للسياحة برلين	-المحترفين - الجمهور	11163 عارض	169295 زائر	7000 صحفي 94 دولة
فرنسا	العالم في باريس	-المحترفين - الجمهور	500 عارض	100157	760 صحفي
روسيا	الصالون الدولي للسياحة والأسفار	-المحترفين - الجمهور	3000 عارض 189 دولة	80000	/
السويد	صالون السياحة والأسفار	-المحترفين - الجمهور	1451 عارض 89 دولة	44500 زائر	4900 صحفي
الإمارات العربية المتحدة	السوق العربية للأسفار	-المحترفين	2086 عارض	23243 زائر	770 صحفي
اسبانيا	الصالون الدولي للسياحة ببرشلونة	-المحترفين - الجمهور	206 عارض 31 دولة	11184 زائر	365 صحفي
الصين	الصالون الدولي للسياحة	-المحترفين - الجمهور	700 عارض 92 دولة	40000 زائر	800 صحفي
فرنسا	السوق الدولية للسياحة	-المحترفين	1200 عارض 160 دولة	100000	1200 صحفي
سويسرا	صالون السياحة بجنيف	-المحترفين	250 عارض	6000	/
اليابان	المعرض الدولي للسياحة بطوكيو	-المحترفين - الجمهور	994 عارض 150 دولة	111232 زائر	3000 صحفي

المصدر : الديوان الوطني للسياحة 2012.

يركز الديوان الوطني للسياحة على السوق الأوروبية باعتبارها أهم الأسواق المصدرة للسياح و بحكم قرب الجزائر منها، و من خلال هذه المعارض و الصالونات يعزز الديوان الوطني للسياحة علاقاته مع الجمهور الواسع و مع الصحفيين كما يستفيد من الخبرات التسويقية للدول المشاركة و في حين يكتفي الديوان بعرض المنتجات السياحية الجزائرية و بتوزيع الكتيبات ، الملصقات، جوازات سفر ، و هي وثائق و مطبوعات تعرض و تشرح المنتجات السياحية الجزائرية، تشارك معظم وكالات الأسفار الجزائرية بهدف جذب السياح الأجانب، و يجدر الإشارة إلى أن مشاركات الديوان تختلف من سنة لأخرى ، مثلا تميزت سنة 2011 بمشاركته في 19 صالون دولي في حين تقلصت سنة 2012 إلى 12 صالون دولي.⁽¹⁾

ثالثا : تسويق الجهات السياحية الجزائرية من خلال المهرجانات و الفعاليات الثقافية

تحتاج الجهات السياحية و المهرجانات و الفعاليات الثقافية إلى إظهار الخصائص التي تتميز كل منها لجذب الجمهور ، و يجب أن تكون الخصائص المميزة التي وقع عليها اختيار كل منها معتمدة على إبراز مبدأ المنفعة المتبادلة و يتم التعبير عنها بسهولة من خلال وسائل التسويق و الترويج التي تهدف

(1)- Office National du Tourisme , Service de documentation et de marketing , 2012.

لتحقيق الشهرة المطلوبة على الخريطة السياحية . يجب أن يتم التعبير عن اسم الفعالية و شعارها بشكل فعال بمشاركة وسائل الإعلام و الإعلان و التسويق ، وتتضمن الإستراتيجية الترويجية الفعالة للمهرجانات و الفعاليات الاتصال بالأسواق الداخلية و الخارجية الموجودة داخل المؤسسات و الأسواق البارزة في المجتمع المضيف و في العالم الخارجي.⁽¹⁾

و كون الجزائر فسيفاء متنوعة تعرض فعاليات و مهرجانات غنية بالأحداث الثقافية، يعمل الديوان الوطني من خلال إستراتيجية الترقية السياحية، إلى إحياء و دعم التظاهرات و الاحتفالات و الأعياد الوطنية التي تشكل شعاع حقيقي لترقية و تطوير و تميمين السياحة الثقافية من خلال :

- تقوية التعاون بين مختلف أعوان القطاع السياحي ؛
- دعم المنافسة من خلال الإعلام و الإعلان بمقاييس دولية ؛
- تسجيل و تعريف الوجهة الجزائرية لدى وكالات الأسفار الأجنبية ؛
- عرض تنوع و أصالة المقصد الجزائري ؛
- المشاركة في عدة تظاهرات سياحية دولية بهدف تسويق وجهة الجزائر من خلال عرض منتجات ذات ميزة تنافسية كالأعياد المحلية و التظاهرات الثقافية باعتبارها فرصة لاكتشاف عادات و تقاليد الشعب الجزائري.

(1)- آيان يومان و آخرون ، " إدارة المهرجانات و الأحداث " ، دار الفاروق ، الطبعة الأولى ، 2008 ، ص30.

خلاصة الفصل الثاني :

في وقت تزداد فيه شدة المنافسة السياحية و يعتمد استقطاب السياح على تنوع العرض السياحي، كان لابد للجزائر أن تستغل الإمكانيات و المواقع السياحية العديدة و تعتمد على الغنى الثقافي و التنوع التاريخي و الحضاري الذي يمكن أن يمنح للمنتج السياحي الجزائري ميزات تفضيلية مقارنة بالعديد من المقاصد السياحية العالمية و الإقليمية الأخرى، و يظهر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية كخارطة طريق للنهوض بقطاع السياحة في الجزائر .

وإن ساهم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في إحصاء شامل لمختلف الأعياد و التظاهرات المحلية عبر 48 ولاية قصد إدماجها ضمن إستراتيجية تنمية القطاع السياحي إلا أنها تبقى بعيدة كل البعد عن النتائج الإيجابية المحققة من السياحة الثقافية على المستوى الدولي لانعدام التنسيق و اختلاف الأهداف بين أعوان القطاع السياحي و كذا الثقافي .

تمهيد :

تعتبر السياحة من المجالات الاقتصادية المعتمدة في ولاية تلمسان، و تعتمد على ما حضت به هذه الولاية من إرث سياحي يتكون من اندماج الطبيعة بالحضارة، و الأصالة بالمعاصرة ليعكس حاضرا تشع منه جواهر التاريخ، فهي جوهرة المغرب ذات المعالم الأندلسية و صاحبة المواقع الطبيعية الخلابة .

إن التنوع الذي تعرفه الولاية من إمكانات طبيعية و مميزات ثقافية و حضارية يمكن أن يجعل منها أحد أهم الولايات الجزائرية المتميزة في قطاع السياحة الثقافية إذ نجد لها منبعا للتراث المادي من آثار و معالم تاريخية و متاحف و صناعات تقليدية و كذا منبعا للتراث غير المادي كونها تحافظ و تستعرض العديد من العادات و التقاليد العائدة لملايين السنين و تنظم العديد من الفعاليات الثقافية على مدار السنة من مهرجانات و معارض فنية و مؤتمرات و محاضرات علمية و أدبية . و ما احتضانها لفعاليات " **تظاهرة تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية 2011** " إلا مؤشرا من مؤشرات ثراء إقليمها الثقافي و دليلا على كونها قطبا من أقطاب السياحة الثقافية بالجزائر.

و لذلك سنتطرق في هذا الفصل إلى دراسة ميدانية تهدف لمعرفة مدى مساهمة فعاليات هذه التظاهرة في تنشيط السياحة بالولاية، من خلال المباحث الثلاثة التالية :

المبحث الأول : الإمكانيات و المقاصد السياحية لمدينة تلمسان

المبحث الثاني : تظاهرة تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية

المبحث الثالث : الدراسة الميدانية

المبحث الأول : الإمكانيات و المقاصد السياحية لمدينة تلمسان

إن لمدينة تلمسان ماضيا تاريخيا هاما اكتسبته من موقعها الجغرافي الممتاز ، ومن كونها كانت عاصمة للمغرب الأوسط أكثر من ثلاث قرون ، ازدهر خلالها الفكر و الحضارة و العمران ، و استهوت العديد من رجال الفكر و السياسة و الثقافة مما جعلها في الأخير مدينة للسياحة ، للفن ، للثقافة و التاريخ .⁽¹⁾ و للتعرف أكثر على لؤلؤة المغرب العربي ، شمل هذا المبحث تقديم عام للولاية و كذا لإمكانياتها السياحية و منشآتها القاعدية و مواردها الثقافية و الحضارية .

المطلب الأول : تلمسان : حضارة ، أصالة و سياحة

سنحاول إدراج مختلف الخصائص التي تتمتع بها هذه الولاية من حيث موقعها الجغرافي ، مناخها ، تعدادها السكاني و كذا جذورها التاريخية.

أولا : الموقع و التقسيم الإداري

تقع ولاية تلمسان شمال غرب الجزائر ، تتربع على مساحة 9017.69 كم² وهي منطقة حدودية تبعد ب 76 كم عن مدينة وجدة المغربية ، يحدها شمالا البحر الأبيض المتوسط و جنوبا ولاية النعامة و شرقا ولايتي عين تيموشنت و سيدي بلعباس و غربا المغرب الأقصى ، و تنقسم إلى 20 دائرة و 53 بلدية⁽²⁾، كما تعتبر مدينة تلمسان مدينة سياحية لما فيها من آثار و معالم سياحية .

ثانيا : المناخ و السكان

بالنسبة للمناخ ، فمناخ تلمسان متوسطي يتميز بموسمين : موسم الأمطار وهو فصل رطب يمتد من أكتوبر حتى ماي ، حيث تهطل الأمطار بشكل غير منتظم و موزعة بدون انتظام على إقليم الولاية ، و رغم أن متوسط هطول الأمطار على مستوى الولاية يبلغ حوالي 400 ملم ، فإنها تصل إلى 850 ملم في جبال تلمسان و أقل من 300 ملم بجنوب سبدو ، أما فيما يتعلق بمتوسط درجة الحرارة لهذا الموسم ، فهي عادة ما تتراوح حول 10 درجات مئوية مع درجة حرارة دنيا قد تصل إلى أقل من 6 درجات مئوية ، و يعتبر هذا الموسم من أهم مواسم انتعاش السياحة الجبلية بالمنطقة حيث تغطي الثلوج معظم جبال تلمسان مما يساهم في جذب السياح . و موسم جاف يمتد من جوان إلى سبتمبر يشكل فرصة لانتعاش السياحة الساحلية التي تعتبر من أهم أنواع السياحة جذبا للسياح بولاية تلمسان⁽³⁾، و يبلغ متوسط درجة الحرارة 26 درجة مئوية ، في حين قد يصل ل 40 درجة مئوية كحد أقصى⁽⁴⁾. بالنسبة للسكان فقد وصل تعدادهم حوالي مليون نسمة سنة 2010 ، و يعتبر أكثر من نصف سكان مدينة تلمسان شباب بعمر أقل من 30 سنة حسب إحصائيات 2008.⁽⁵⁾

(1) - بوعزيز .ي ، " تلمسان عاصمة المغرب الأوسط " ، طبعة في إطار عاصمة الثقافة العربية ، وزارة الثقافة ، 2007 ، ص15.

(2) - Direction de la planification et de l'aménagement du territoire , Tlemcen 2012.

(3) - Déclaration de Mr Bachiri .m , directeur de la direction du tourisme et d'artisanat lors d'un entretien semi directif , Avril 2012.

(4) - شرفي .ع ، " معلمة الجزائر : القاموس الموسوعي " ، دار القصة للنشر ، 2009 ، ص451.

(5) - ANDI (Guichet unique décentralisé de Tlemcen) , " Potentialités d'investissement et perspectives de développement " , 2011

ثالثا : الإطار التاريخي للمدينة

يعود تاريخ تلمسان لعصور ما قبل التاريخ ، و قد عرفت عدة أسماء من ضمنها بوماريا، أغادير، تفرات ، كما لقبت بعدة ألقاب منها لؤلؤة المغرب و عروس المتوسط. و هذا لكونها شهدت تعاقب عدة حضارات والتي كانت بدايتها من المرينيين في حدود عام 1199 م و انتهاءا بالدولة الزيانية التي تعتبر حلقة هامة من تاريخ الجزائر و التي استمر حكمها في شمال افريقيا ما يقارب 5 قرون ، مما سمح لتلمسان بأن تعتبر كنزا تاريخيا و حضاريا فنيا باحتوائها على أكثر من 70 % من التراث الحضاري الإسلامي⁽¹⁾، و من أهم الحقب الزمنية التي مرت على المنطقة نجد :

1. عصور ما قبل التاريخ : لوحظ وجود الإنسان في تلمسان مند العصر الحجري الأخير و هذا راجع للخصائص الطبيعية التي يمنحها المناخ من مياه و تربة خصبة و غابات ، جعلت تلمسان مأهولة بالسكان مند القديم و يشهد على ذلك عدة مناطق ، أهمها :

- بحيرة كرارترجع للحضارة الآشورية و تقع على بعد 1 كم من جنوب الرمشي ؛
- آثار مويلج على بعد 5 كم من شمال مغنية ؛

▪ غيران الريح بأوزيدان مصنفة ضمن الحضارة الآشورية تقع على بعد 2 كم من شرق أوزيدان .⁽²⁾

2. العصر القديم : سميت خلاله تلمسان " بوماريا "، حيث تأسست في نهاية القرن الثاني على يد الرومان و يرتبط معنى هذا الاسم بالبساتين و الحدائق ، و أنشأت فيها كنيسة رومانية كاثوليكية كبيرة قبل أن يغزوها الفندال (شعب ألماني قدم من الأندلس) من أوروبا و لكن تم طردهم من قبل الرومان الذين استمر حكمهم إلى غاية سنة 671 م ، و نجد بتلمسان بعض الآثار الرومانية بالقرب من مؤذنة مسجد أغادير .⁽³⁾

3. الفترة العربية الإسلامية : تعتبر مدينة تلمسان من بين أهم مراكز الإشعاع الثقافي في المغرب الأوسط خلال العهد الإسلامي و قد عرفت عدة تسميات من ضمنها (أغادير، تفرات ، تلمسان)⁽⁴⁾

▪ **أغادير :** لجأ إدريس بن عبد الله إلى تلمسان ، و اختار موقع بوماريا لبناء أول مسجد في المغرب الأوسط سنة 790 م ، و تأسست حينها أغادير و معنى هذا الاسم القلعة أو الحصن ؛

▪ **تفرات :** وصل المرابطون إلى تلمسان سنة 1079 م ، و قد تم بناء الجامع الكبير على الهضبة المطلة على أغادير و الواقعة على بعد حوالي 1 كم غربا ، حيث أصبح هذا المكان سنة 1136 م يمثل وسط مدينة تاغررات التي اعتبرت توأم أغادير ، كما لم يدم حكم المرابطين إلا 60 عاما ، و ابتداءا من سنة 1143 م تم طردهم من قبل الموحيدين على يد عبد المؤمن بن علي ، وداع صيت هذه المدينة مع هذا الأمير فأصبحت مدينة مزدهرة ، تحيط بها الأسوار بها قسبة و سوق كبير، و شهدت تلمسان في عهد الموحيدين حضورا متزايدا في مجالي العلم و السياسة ؛

▪ **تلمسان :** استمر حكم الموحيدين لجميع أنحاء المغرب الإسلامي و الأندلس ما يقارب القرن من الزمان ، و بعد انهيار دولتهم انقسم المغرب الكبير إلى ثلاث سلالات : المرينيون (فاس) ، الحفصيون (شرق المغرب الكبير) ، و الزيانيون (المنطقة الوسطى) . حيث تأسست الدولة الزيانية على يد القائد البربري يغمراسن سنة 1235 م ، و هي التي جعلت تلمسان تتربع على عرش قوي دام حتى سنة 1283 م ، و مع سلالة الزيانيين الذين تعاقبوا على الحكم لعهد طويل ، تمكنت تلمسان من أن تصبح

(1)- حداد.م.ز ، "تلمسان : حكاية المدينة القديمة " ، منشورات بغدادي ، 2001 ، ص3.

(2)- متحف الفن والتاريخ ، تلمسان ، (2012/04/24 - 15:37) .

(3)- شرفي .ع ، مرجع سبق ذكره ، ص87.

(4)- متحف الفن والتاريخ ، تلمسان ، (2012/04/24 - 15:37) .

عاصمة للمغرب الأوسط و استمر عصرها الذهبي من القرن الثالث عشر إلى القرن السادس عشر ، و يرجع تألق تلمسان لعدة عوامل من ضمنها :

موقعها المتميز الذي جعل منها مركزا رئيسيا للتبادلات التجارية بين شمال إفريقيا و أوروبا ، كما كانت مركزا للدراسات الإسلامية حيث احتوت على خمس مدارس قرآنية ، و اشتهرت بالتمدن و التحضر الأمر الذي جعلها منبعا للعلم و العلماء .

شهرة تلمسان و ازدهارها على جميع المستويات ، أظهرت أطماع كل من المرينيين و الحفصيين ، و سرعان ما حاصروا الدولة الزيانية ، التي خضعت لحصارين متتاليين ، دام الأول حوالي ثماني سنوات و نتج عنه خسائر بشرية جسيمة ، في حين استمر الحصار الثاني من 1337 م إلى 1359 م و انتهى باحتلال فعلي لعاصمة الزيانيين، و رغم أن الزيانيين استعادوا مملكتهم بعد ذلك إلا أنهم ظلوا دائما تحت تهديد كل من المرينيين من الجهة الغربية و الحفصيين من الجهة الشرقية ، و سنة 1511م رضخ الزيانيون لسلطة الإسبان ، و بعدها للأتراك من القرن 16 إلى القرن 19.

4. فترة الاستعمار الفرنسي : تم احتلالها سنة 1836 م ، لفترة قصيرة تمكن خلالها الأمير عبد القادر من استعادتها سنة 1837 م ، إلا أن فرنسا احتلتها من جديد سنة 1842م ، و شرعت في تغيير خريطة شوارع المدينة و أزقتها ، كما قامت الإدارة الفرنسية بهدم المدرسة التاشفينية الشهيرة سنة 1872 م و المدرسة اليعقوبية و قامت بتحويل قصر المشور إلى مركز عسكري و تعويض السوق الشعبي " القيصرية " ذو الدلالة التاريخية بسوق مغطى سنة 1904 و عملت على تحويل العديد من المساجد إلى كنائس في عملية لطمس التراث و تمكنت الإمبريالية الفرنسية من السيطرة المطلقة على المنطقة نظرا لأهميتها الإستراتيجية و غناها من الموارد الطبيعية ، وفي هذه الفترة عرفت تلمسان تفاعلا سياسيا صنعت الحركة الوطنية أمجاده بقيادة الزعيم مصالي الحاج ابن تلمسان الذي قاد النضال الوطني في الجزائر و المغرب العربي ، ومع اشتعال فتيل الحرب التحريرية كانت تلمسان قد تأهبت للحدث العظيم فدفعت خيرة أبنائها قربانا للحرية .⁽¹⁾

5. بعد الاستقلال : شهدت المدينة نموا و اتساعا للمنطقة الصناعية و كذا للمنطقة شبه الصناعية ، أما بالنسبة لعدد السكان فكان يزداد بأعداد معتبرة ، و قد تم إنشاء أول مركز جامعي سنة 1974 في حين تتوفر الولاية اليوم على عدة جامعات و مراكز جامعية و مدارس تحضيرية تنظم العديد من الملتقيات العلمية الوطنية و الدولية ، و تأخذ تلمسان اليوم اتساعا اقتصاديا و ثقافيا معتبرا بفضل مخططات التنمية التي ركزت على شتى المجالات الهامة كالتعليم العالي و البحث العلمي و كذا البنية التحتية التي استفادت من استثمارات كبرى في مجالات الري و التزود بالمياه الصالحة للشرب و السقي الفلاحي و تحلية مياه البحر كما عرف الجانب الأمني تعميما للشرطة الجوارية التي ساهمت في بسط الأمن و الأمان على الجوهرة تلمسان .⁽²⁾

(1) - Soufi .B A , " Abdelkader homme de tous les temps " ,Revue el- Djawhara , Ministère de la culture, du 1 au 15 mars 2012 , No.(22) , P.7.

(2) - منشورات ديوان السياحة لولاية تلمسان ، 2011.

المطلب الثاني : الموارد السياحية و الهياكل القاعدية بالولاية

جمعت تلمسان بين التل و الصحراء في موقع جغرافي متميز منحها موارد سياحية عظيمة ، كما تدعمت بهياكل قاعدية سمحت بتطوير القطاع السياحي .

أولا : أنواع السياحة وفقا للإمكانيات السياحية بالمنطقة و الطلب السياحي عليها

نظرا للموقع الجغرافي الهام الذي تتميز به ولاية تلمسان ، حيث يربط الشمال بالجنوب ، و نظرا لغناها بالموارد الطبيعية من جهة و بالتراث المادي و غير المادي من جهة أخرى ، تتعدد أشكال و أنواع السياحة و تعرض تنوعا يجعل السائح في حيرة من أمره .

1. أنواع السياحة : و تشمل كل من السياحة الساحلية ، السياحة الجبلية ، سياحة الاستجمام بالحمامات المعدنية ، و السياحة الثقافية

أ - السياحة الساحلية : يمتد الشريط الساحلي للولاية على طول 73 كم⁽¹⁾ ، و يتوزع على 28 شاطئ ، منها ثمانية شواطئ محروسة (مرسى بن مهدي ، موسكاردة 1 و 2 ، عين عجرود ، بيدر ، أولاد بن عياد ، سيدنا يوشع ، آقلا) في حين تمنع السباحة ب 16 شاطئ آخر التي هي عبارة عن خلجان صغيرة لا يمكن الوصول إليها في معظم الأحيان⁽²⁾ .

ب - السياحة الجبلية : تزخر تلمسان بمناظر طبيعية خلابة راجعة لتنوع تضاريسها و مناخها ، وهي عامل جذب سياحي و دافع لتنمية السياحة الجبلية بالولاية التي تضم محطات جبلية يتراوح ارتفاعها بين 1200 م إلى 1600 م ، من أشهرها :⁽³⁾

■ هضبة لالاستي : تمتد هضبة لالاستي في سفوح الجبال الشمالية على علو 1025 م ، حيث تمنحك فرصة التمتع برؤية شاملة للمدينة التي تظهر كعروس مرتدية ثوب زفافها أو كملك يتزين بتاجه ، ورغم أن هذه الهضبة شملت عدة ترميمات و أشغال تهيئة سياحية تضمنت منتجعا سياحيا به مطاعم و بحيرة و مدينة العاب و متحف إلا أنها تعتبر كذلك مكانا لزيارة ضريح لالاستي ابنة سيدي عبد القادر الجيلاني الذي قدم من العراق و عاش في تلمسان بين القرنين الثاني عشر و الثالث عشر و بالتالي يمكن اعتبار لالاستي كمكان يجمع السياحة البيئية بالسياحة الثقافية و الدينية ؛

■ شلالات الأوريت : تقع هذه الشلالات على بعد بضعة كيلومترات جنوب شرق مدينة تلمسان ، حيث تعرض منظرا طبيعيا نسجته الأيدي الخفية للزمن ، و تضم المنطقة كذلك جسرا مصمما بنفس تصميمات برج إيفل مبني من طرف المهندس قوستاف إيفل (Gustave Eiffel) سنة 1889 ؛

■ مغارات بني عاد : على بعد 15 كم من المدينة ، و ببلدية عين فزة ، نجد الطريق الذي يؤدي لمغارات بني عاد و هو عبارة عن طريق متعرج يصعد على شكل كورنيش إلى ارتفاع يبلغ 1130 م ، حيث نجد تجويف مثير للإعجاب بطول إجمالي يبلغ حوالي 700 م و يضم ثلاث قاعات بعمق 45 م ، 15 م ، و 57 م على التوالي ؛

■ الحظيرة الوطنية : تم إنشاء الحظيرة الوطنية بتلمسان سنة 1993 ، تبلغ مساحتها 8825 هكتار⁽⁴⁾ ، تقع في الجزء الشمالي من جبال تلمسان و تشمل أقاليم سبع بلديات : تلمسان ، عين فزة ، المنصورة ، تيرني ، بني مستار ، عين غرابة و صبرة ، أهم خصائص الحظيرة ملخصة من خلال الجدول التالي :

(1) - منشورات ديوان السياحة لولاية تلمسان ، 2011.

(2) - المرجع نفسه.

(3) - المرجع نفسه.

(4) - Site d'internet du parc nationale de Tlemcen : www.pntlemcen.com (21/10/2012 à 11 : 15)

الجدول رقم (3-1) : لمحة عامة عن الحظيرة الوطنية بتلمسان

الحيوانات	النباتات	الجيولوجيا
- حوالي 141 نوع حيواني منها 49 محمي من طرف القانون الجزائري حيث تضم : 100 نوع من الطيور منها 38 نوع محمي، 16 نوع من الثدييات منها 08 أنواع محمية، 18 نوع من الزواحف، 7 أنواع من البرمائيات، 33 نوع من الحشرات .	- حوالي 904 صنف من النباتات منها : 22 صنف محمي ، 31 أصلي ، 38 نادر ، 27 صنف نادر جدا .	- تميز الحديقة كتلتين جيولوجيتين : أراضي من العصر الثالث و أراضي من العصر الجوراسي ؛ - الطابع الصخري مما أدى إلى وجود العديد من المغارات ؛ - التربة الحمراء و الأراضي قليلة المياه ؛ - المناخ شبه الجاف و الرطب.

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على وثائق الحظيرة الوطنية بتلمسان .

فضلا عن المعالم الطبيعية المذكورة تضم الحديقة عدة مناظر طبيعية جذابة متناثرة عبر الغابات و الجبال و السهول و كذا عدة وديان منها : واد مفروش وواد ناشف و وادي تافنة ، و هناك مشروع تمديد الحظيرة إلى 80000 هكتار مما يجعل المنطقة وجهة للسياحة البيئية ، و كذا السياحة الأثرية و الثقافية كون الحديقة تضم عدة معالم أثرية و آثار تاريخية منها : شلالات الأوريت المشهورة ، مغارة بني عاد، هضبة لالاستي ، المنصورة ، مسجد سيدي بومدين ... (1)

■ **المتنزهات الطبيعية و الغابات الترفيهية** : تزخر ولاية تلمسان بغابات واسعة تمثل ما يقدر ب 22% من مساحة الولاية نذكر منها : أحفير ، الأوريت ، إفري ، غابة موتاس؛

ت - **سياحة الاستجمام بالحمامات المعدنية** : تتوفر الولاية على ثمانية منابع حموية من بينها خمسة منابع غير مستغلة (2)، بالنسبة للمحطات الحموية المستغلة فهي تمتاز بخصائص جيدة في معالجتها لعدة أعراض مرضية و هي ملخصة في الجدول التالي :

الجدول رقم (3-2) : منتجات المياه المعدنية المستغلة بتلمسان

اسم المؤسسة	نسبة تدفق المياه	نوعية الهياكل	المنشآت القاعدية	نوعية العلاج و الاختصاص
المحطة المعدنية لحمام بوغرارة	23 م ³ /سا	تقليدي و عصري	-فندق و 14 مسكن (135 سرير)	-علاج حموي؛ -الكهروعلاجي؛ -إعادة التربية الوظيفية .
حمام الشيفر	40 ل/ثا	تقليدي	-12 مسكن (48 سرير)	-أمراض البشرة؛ -أمراض العروق الدموية؛ -أمراض الزكام؛ -الأمراض النسائية .
حمام سيدي العبدلي	200 ل/ثا	تقليدي	-63 مسكن (252 سرير)	-أمراض الشرايين؛ -أمراض العروق الدموية؛ -أمراض الجهاز البولي؛ -أمراض الجهاز الهضمي .

المصدر : التقرير السنوي لنشاطات قطاع السياحة ، مديرية السياحة لولاية تلمسان ، 2011.

يعرض الجدول النشاط الحموي للولاية من خلال ثلاثة ينابيع مستغلة و التي تختلف نوعية الهياكل بها بين عصرية و تقليدية حيث يتوفر حمام بوغرارة على فندق و 14 مسكن بمجموع 135 سرير و يتوفر

(1) - وثائق الحظيرة الوطنية لولاية تلمسان ، 2012.

(2) - التقرير السنوي لنشاطات قطاع السياحة ، مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية تلمسان ، 2011.

حمام الشيقر على 12 مسكن بمجموع 48 سرير أما حمام سيدي العبدلي فبه 63 مسكن بمجموع 252 سرير ، كما تتفاوت نسبة تدفق المياه بها و كذا اختصاصاتها العلاجية ، و يوجد بالولاية ينابيع أخرى غير مستغلة نعرضها من خلال الجدول التالي :

الجدول رقم (3-3) : الينابيع غير المستغلة

المنبع	الموقع	نسبة التدفق	نوعية العلاج و الاختصاصات
سيدي بلخير	6 كلم على مدينة مغنية	120 ل/ثا	- أمراض الجلد ؛ - أمراض الزكام ؛ - أمراض العروق الدموية .
تحمامين	6 كلم شمال مدينة تلمسان	40 ل/ثا	- أمراض الجهاز الهضمي ؛ - أمراض الشرايين ؛ - أمراض البشرة ؛ - أمراض الجهاز البولي.
سيدي رحو	4 كلم غرب مدينة الحناية	03 ل/ثا	- أمراض الجهاز الهضمي ؛ - أمراض الشرايين ؛ - أمراض البشرة.
سيدي البركاني	7 كلم شمال مدينة أولاد ميمون	05 ل/ثا	- أمراض الجهاز الهضمي ؛ - أمراض الشرايين ؛ - أمراض البشرة
عين الحمام	6 كلم شمال غرب مدينة سبدو	2.5 ل/ثا	- أمراض الشرايين ؛ - الأمراض النسائية ؛ - أمراض العروق الدموية ؛ - أمراض الجهاز الهضمي.

المصدر : التقرير السنوي لنشاطات قطاع السياحة ، مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية تلمسان ، 2011.

تنتظر هذه الينابيع التسهيلات الملائمة لتطوير أنشطة خاصة بالمعالجة المائية ، و قد تم اقتراح منبعين غير مستغلين لغرض تهيئتهما وهما : حمام سيدي بلخير بدائرة مغنية و حمام حمامين بدائرة شتوان ، كما تركز الإستراتيجية السياحية لولاية تلمسان على تطوير النشاط الحموي من خلال دراسات ترميم و تهيئة هذه المحطات .⁽¹⁾

ث - **السياحة الثقافية** : تعتبر تلمسان مدينة الفن والتاريخ كما يلقبها جورج مارسلي⁽²⁾ (*) ، فهي مدينة عريقة جعلها تاريخها الحافل تكتسب عدة آثار و معالم تاريخية ترجع لتعاقب عدة حضارات ، كما تعرض تنوعا فنيا و تقليديا من تراث مادي : صناعة تقليدية، آثار المنصورة، مسجد سيدي بن لحسن، مسجد سيدي بومدين، قصر المشور و العديد من الآثار المرتبطة بالحضارات العديدة التي تعاقبت على المدينة ، و تراث غير مادي : عادات و تقاليد خاصة بالمنطقة، مهرجانات، عروض مسرحية و فعاليات ثقافية منتظمة تجذب العديد من السياح لاختلافها وتميزها عن باقي مناطق الوطن .⁽³⁾

(1) – Déclaration de Mr Bachiri .m, directeur de la direction de Tourisme et d'Artisanat , lors d'un entretien semi directif (Tlemcen , Avril 2012).

(*) – جورج مارسلي (1876- 1962) ، من أهم المتخصصين في الفن الإسلامي في المغرب العربي ، من مؤلفاته " مدن الفن الشهيرة – تلمسان - " .

(2) - مارسلي.ج ، " مدن الفن الشهيرة -تلمسان- " ، دار النشر التل ، 2004 ، ص4.

(3) - تصريح السيد شنوفي ابراهيم ، محافظ رئيسي للتراث الثقافي بولاية تلمسان ، خلال مقابلتنا معه (ديوان تسيير و استغلال الموارد الثقافية بتلمسان ، أبريل 2012).

2. الطلب السياحي بالولاية :

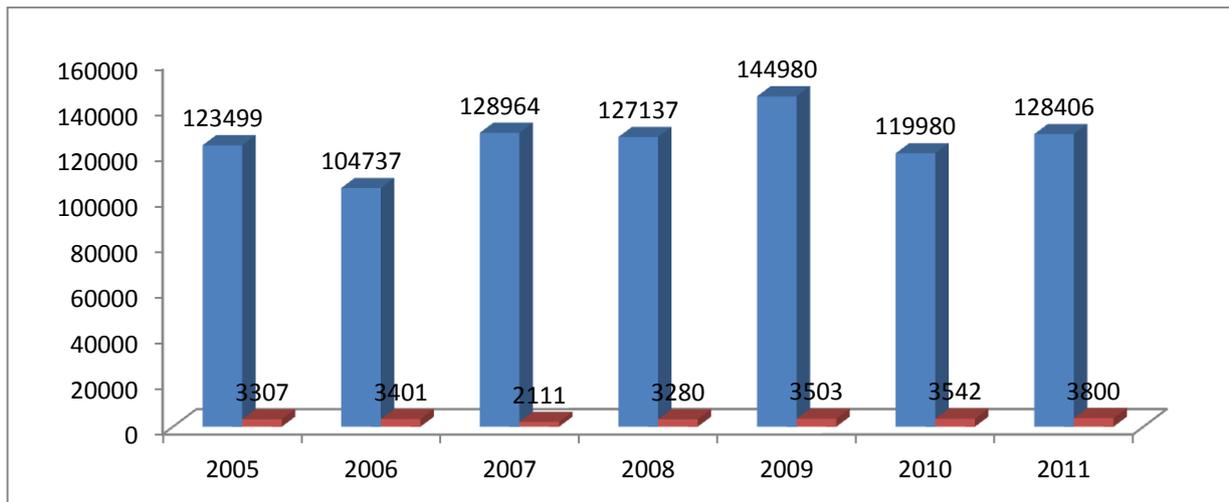
يتأرجح الطلب السياحي الوطني و الأجنبي على المنتجات السياحية لمدينة تلمسان حسب تطور القطاع السياحي بها ، و الإستراتيجيات التسويقية المتبعة للترويج لمختلف إمكانيات هذا القطاع ، و سنحاول تتبع الطلب السياحي حسب تطورات تدفق السياح في السنوات الأخيرة .

الجدول رقم (3-4) : تطور التدفق السياحي بتلمسان في الفترة 2005-2011.

السنة	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
عدد السياح الوطنيين	123499	104737	128964	127137	144980	119980	128406
عدد السياح الأجانب	3307	3401	2111	3280	3503	3542	3800
المجموع	126806	108138	131075	130417	148483	123522	132206

المصدر : مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية تلمسان ، أفريل 2012.

الشكل رقم (3-1): تطور التدفق السياحي بولاية تلمسان 2005-2011.



المصدر : مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية تلمسان ، أفريل 2012.

من خلال الجدول و المدرج التكراري السابقين نلاحظ عدم ثبات الطلب السياحي الوطني حيث يتأرجح بين النقصان و الزيادة و هذا راجع لاعتماد مديرية السياحة لولاية تلمسان على السياحة الشاطئية في حين تهمل أنواع السياحة الأخرى، كما نلاحظ زيادة معتبرة في التدفقات السياحية بعد سنة 2006 و هذا راجع لانتهاج إستراتيجية ترويجية جديدة للمنتجات السياحية تهدف لتثمين الوجهة و ترقيةها من خلال إنشاء أقطاب سياحية ذات امتياز (استفادت سواحل تلمسان من مشاريع قرى سياحية بمعايير دولية كالقرى السياحية بناحية "بيدر") و تطبيق مخطط الجودة/سياحة (تحسين نوعية العرض السياحي)، و اعتبار السياحة من قبل السلطات الجزائرية كأحد الصناعات المستقبلية لجزائر ما بعد البترول، كما ساهمت السياحة الثقافية في جذب 132206 سائح وطني و أجنبي طيلة سنة 2011 بمعدل نمو قدره 6.56 % عن سنة 2010 التي عرفت تسجيل 123522 سائح محلي و أجنبي ، في حين عرف الطلب

السياحي الأجنبي تزايداً نسبياً منذ سنة 2008 ، و هذا مع بداية تطبيق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025) وكذا راجع لمختلف مشاريع التهيئة السياحية التي حظيت بها الولاية باعتبار أن الطلب السياحي مرتبط بصفة مباشرة بأمر كثيرة من ضمنها ظروف استقبال و إقامة السياح " العرض السياحي " و التي عرفت تطوراً ملحوظاً في السنوات الأخيرة خصوصاً في إطار التحضير لتظاهرة تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية حيث تدعمت الولاية في سنة 2011 بفنادق من 5 نجوم من الطراز الراقي و مزودة بكل مرافق الراحة و الترفيه و غرف عادية و أخرى ذات التوابع ، و إقامات سياحية راقية و مرافق ترفيه ذات جودة عالمية بالإضافة لإعادة تأهيل الفنادق الموجودة على غرار عمليات التأهيل التي استفاد منها فندق الزينيين .

ثانياً : المرافق السياحية و الهياكل القاعدية

إن المقومات السياحية التي تمتلكها أي منطقة من طبيعة و آثار و معالم تاريخية لا تكون كافية لجذب السياح ما لم ترتبط بتهيئة سياحية مناسبة من منشآت ذات هياكل موجهة أساساً للإيواء و أخرى لتقديم الخدمات المرتبطة بها ، بالإضافة لتجديد كل الكفاءات البشرية المؤهلة ، فتشييد المنشآت السياحية و بالخصوص هياكل الإيواء تبرز جانباً من وضعية السياحة في منطقة معينة .

1 - هياكل الاستقبال : تشمل 46 مؤسسة فندقية تتوزع على النحو التالي :

- 13 فندق مصنف من نجمة إلى 05 نجوم ملخصة في الجدول أسفله ؛
- 31 فندق غير مصنف ؛
- 4 فنادق متوقفة عن النشاط في سنة 2011.

أ - الفنادق المصنفة : و نستعرضها من خلال الجدول التالي :

الجدول رقم (3-5) : الفنادق المصنفة بتلمسان

اسم الفندق	تاريخ الاستغلال	الصف	الغرف	الأسرة
رونيسانس	2011	5 نجوم	204	294
الزينيين	1975	4 نجوم	149	267
ابيبس	2011	3 نجوم	125	167
ستامبولي	2011	3 نجوم	49	70
بوماريا	2011	3 نجوم	49	70
نافنة	1975	3 نجوم	46	92
حمام بوغرارة	1974	3 نجوم	30	188
الرياض	غير متوفر	نجمتين	51	102
أقادير	قبل 1962	نجمة	30	60
الزيري	غير متوفر	نجمة	30	45
المنزه	غير متوفر	نجمة	12	18
تافراوة	غير متوفر	نجمة	26	52
فلاوسن	غير متوفر	نجمة	16	22

المصدر : مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية تلمسان ، 2012.

من ضمن هذه الفنادق نجد 4 فنادق (الزيانيين ، تافنة ، حمام بوغرارة ، تافراوة) تابعة للقطاع العام و تندرج تحت وصاية مؤسسة التسيير السياحي (EGTT)^(*) و هي مؤسسة اقتصادية إدارية تعمل على السير الحسن للخدمات الفندقية أما الفنادق الباقية فهي تابعة للقطاع الخاص، وبالنسبة لفندق رونيسانس التابع لسلسلة ماريوت الأمريكية و فندق ايبسس التابع لمجموعة مهري و "أكور" الدولية فقد استفادت منهم المدينة في إطار التحضير لفعاليات تظاهرة تلمسان كعاصمة للثقافة الإسلامية .

ب -الفنادق غير المصنفة :و تشمل 31 فندق غير مصنّف تابع للقطاع الخاص بقدرة استيعاب إجمالية تقدر ب 1943 سرير.⁽¹⁾

ت -المطاعم المصنفة : تشمل مطعم القبة و ليكينوكس بتلمسان و مطعم عصفور بمغنية و لكل منهما نجمة واحدة ، كما هو موضح في الجدول الموالي :

الجدول رقم (3-6) : المطاعم المصنفة بتلمسان

الاختصاص	عدد المقاعد	عدد الطاولات	الصنف	المطعم
طبخ جزائري و دولي	80	18	نجمة	القبة
	/	/	نجمة	لكينوكس
	80	18	نجمة	بوماريا
	75	14	نجمة	عصفور

المصدر : مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بولاية تلمسان ، 2012.

بالإضافة للمطاعم المذكورة و التي تمنح للسائح القدرة على اكتشاف الطبخ التقليدي الخاص بالمنطقة تتوفر كل الفنادق المصنفة بتلمسان على مطاعم حيث نجد بفندق رونيسانس 3 مطاعم من ضمنها "مطعم البستان" المتخصص في الطبخ التلمساني و نجد بفندق بوماريا "مطعم المنزه" المختص في الطبخ المغربي و كذا نجد بفندق الزيانيين "مطعم الزيانيين" الخاص بالطبخ الجزائري و الدولي .

2 -وكالات السياحة و الأسفار : تتمتع الوكالات السياحية بدور كبير في ترقية و ترويج المنتج السياحي المحلي و حسب إحصائيات مديرية السياحة لولاية تلمسان لسنة 2011 يبلغ عدد الوكالات السياحية 19 وكالة و 6 فروع نوضحها من خلال الجدول الموالي :

(*) -L'entreprise de Gestion Touristique de Tlemcen, EGTT par abréviation , est issue des mesures de restructuration organique et financière des entreprises nationales algériennes en 1982. Créée par décret N°83-215 du 26 mars 1983 dans le cadre de la restructuration du secteur du Tourisme. L'EGTT passe à l'autonomie en Mars 1990 suite à la loi 88-01 de Janvier 1988, portant autonomie des entreprises publiques algériennes, le statut juridique de l'EGTT se transforme en société par actions, elle fait partie du portefeuille de la société de Gestion des Participations (SGP) GESTOUR et prend la dénomination d'entreprise publique économique, entreprise de Gestion Touristique de Tlemcen, Société par Actions , EPE/EGTT/SPA par abréviation. La mission essentielle de l'EGTT à pour objet de promouvoir le Tourisme en général et de santé en particulier .

(1) - مصلحة السياحة ، مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية تلمسان ، 2011.

الجدول رقم (3-7) : وكالات السياحة و الأسفار لسنة 2011.

اسم الوكالة	تاريخ الإستغلال	نوعية المنتج المستغل
عصفور أسفار	2011	أسفار منظمة + سياحة دينية + تذاكر
أطلس تور	2000	سياحة دينية + خدمات مختلفة
شراح أسفار	2008	خدمات مختلفة
كونكيت أسفار	2008	سياحة دينية + تذاكر
جول ترافل	2003	أسفار منظمة + سياحة دينية + تذاكر
العندليب	2009	خدمات مختلفة
فواد سفر	1998	أسفار منظمة + سياحة دينية + تذاكر
كفاف مغنية	2011	سياحة دينية (عمرة + حج)
غزوات أسفار	2011	أسفار منظمة + سياحة دينية + تذاكر
لامية أسفار	2005	أسفار منظمة + تذاكر
منال أسفار	2001	أسفار منظمة
ندرومة تور	2000	أسفار منظمة
زناتة أسفار	2011	أسفار منظمة + سياحة دينية + تذاكر
بوماريا أسفار	2007	تذاكر
تاشفين ترافل	2005	رحلات منظمة
تاجرة	2009	خدمات مختلفة
تلماس	2003	تذاكر + رحلات منظمة
تراراس ترافل	2007	سياحة دينية + سياحة داخلية
ياسين أسفار	2011	أسفار منظمة + سياحة دينية + تذاكر

المصدر : مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية تلمسان .

من خلال الجدول ، يتضح لنا أن معظم الوكالات تهتم بالأسفار المنظمة خارج الولاية و البلاد و العمرة و بيع كل أنواع تذاكر النقل حسب الشروط و التنظيم المعمول بها لدى مؤسسات النقل ، في حين تهمل تسويق العديد من المنتجات السياحية المتوفرة بالمنطقة وكذلك لا تهتم بالسياحة الداخلية و بالتالي فهي لا تشارك في ترويج تلمسان كمقصد سياحي⁽¹⁾ ، في حين عرفت سنة 2012 توجهات أخرى بالنسبة للوكالات السياحية الجديدة نوضحها في الجدول الموالي :

(1) –Constat obtenu a travers l'exploitation des entretiens semi directif destiné aux agences de voyages aux niveaux de la ville de Tlemcen, 2011(pour plus de détails voir annexe n° 8).

الجدول رقم (3-8) : الوكالات السياحية الجديدة

اسم الوكالة	تاريخ الإستغلال	نوعية المنتج المستغل
أسهمان تور	2012	- رحلات منظمة لمواقع سياحية، أثرية و تاريخية على المستوى المحلي ، الوطني و الأجنبي ؛ - سياحة الأعمال ؛ - السياحة الثقافية ؛ - سياحة دينية (الحج و العمرة).
مريديد أسفار	2012	- تنظيم و تسويق أسفار و رحلات سياحية ؛ - السياحة الثقافية ؛ - سياحة دينية (الحج و العمرة).
تلمسان أسفار	2012	- السياحة الداخلية ؛ - سياحة دينية (الحج و العمرة).
أمبريال للسفر	2012	- السياحة الثقافية ؛ - سياحة دينية (الحج و العمرة).

المصدر : مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية تلمسان ، 2012.

نلاحظ من خلال الجدول ظهور توجهات أخرى من ضمنها التركيز على السياحة الداخلية و استغلال مواقع الجذب التاريخية و الأثرية و كذا الدينية لجذب السائح ، وكذا استغلال كافة منتجات السياحة الثقافية (التراث المادي و غير المادي) في محاولة للاستجابة لتطلعات و رغبات السياح المتجددة باستمرار .

3 - الهياكل القاعدية :

أ - النقل :

تتكون شبكة الطرق الوطنية من 828 كم موزعة بحسب ما يوضحه الجدول الموالي :

الجدول رقم (3-9) : شبكة الطرق الوطنية بتلمسان

المدن المغطاة	الطرق الوطنية
عين تالوت ، تلمسان، صبرة ، مغنية ؛	الطريق الوطني رقم 07
الرمشي ، تلمسان ، سبدو ، العريشة ؛	الطريق الوطني رقم 22
الرمشي ، مغنية ؛	الطريق الوطني رقم 35
تلمسان ، الحناية ، زناتة ، غزوات ؛	الطريق الوطني رقم 98
الغزوات ، ندرومة ، مغنية ، الزوية ، العابد ، العريشة؛	الطريق الوطني رقم 99
على طول يقدر ب 1216 كم.	الطريق الوطني شرق- غرب

Source : ANDI(Guichet unique décentralisé de Tlemcen) , " Potentialités d'investissement et perspectives de développement " , 2011

كون هياكل النقل هي إحدى المميزات الضرورية لإقامة أي سياسة سياحية ، ساهمت الطرق الوطنية و كذا طريق "شرق-غرب" في جعل المنطقة ذات اهمية سياحية، و بالإضافة للخطوط الوطنية ،تلمسان مدعمة ب (1):

(1) - ANDI (Guichet unique décentralisé de Tlemcen) , " Potentialités d'investissement et perspectives de développement " , 2011.

- السكة الحديدية : تربط تلمسان بوهان مرورا بسيدي بلعباس ، و كذا الخطوط الفرعية التي تربط تلمسان بكل من مغنية و صبرة .
- السكة الهوائية : (*) Téléphérique التي تم افتتاحها في 2009 و تربط الأحياء الغربية للمدينة بهضبة لالاستي على ارتفاع يقدر بأكثر من 1200 م و أهم خصائص تيليفيريك تلمسان موضحة من خلال الجدول التالي :

الجدول رقم (3-10) : خصائص السكة الهوائية لتلمسان

نقطة الانطلاق	نقطة الوصول	عدد العربات	سعر التذكرة	طاقة النقل
الحوض الكبير	لالاستي	11 عربة	30 دج	15 راكب لكل عربة بسرعة القيام بلفة كل 7 دقائق

Source : ANDI(Guichet unique décentralisé de Tlemcen) , " Potentialités d'investissement et perspectives de développement " , 2011

يسمح هذا التجهيز الذي يأتي لدعم وسائل النقل الأخرى بنقل حوالي 1000 شخص في الساعة الواحدة و هو يربط بين معلمين سياحيين مهمين ، هضبة "لالاستي" التي تطل على مدينة تلمسان على ارتفاع حوالي 800 م و تضم في ديكور طبيعي بعض المنشآت الترفيهية و الأثرية ، أما "الحوض الكبير" فبالإضافة لدلالاته التاريخية فقد شهد هو الآخر أشغال التهيئة و إعادة التأهيل و استفاد من بعض المنشآت القاعدية كحوض السباحة و ملعب متعدد الرياضات و مسرح الهواء الطلق " يقام به كل من المهرجان الوطني للموسيقى الأندلسية و مهرجان موسيقى الحوزي " و مساحات خضراء ، الأمر الذي يسمح لتيليفيريك تلمسان بترقية السياحة و تشجيعها .

- النقل الجوي :

المطار الدولي مصالي الحاج الذي يقع بزنانة على بعد 22 كم شمال غرب تلمسان وهو مطار دولي و وطني من صنف A يسمح بعبور حوالي 100 ألف مسافر / سنويا ، كما تدعم المطار سنة 2011 من محطة جديدة(**) تهدف لرفع طاقات الاستقبال و تتماشى تهيئتها الخارجية مع الطابع العربي الإسلامي ، و ستساهم المحطة المكونة من طابقين في تحسين نوعية الخدمات المقدمة للمسافرين ؛

- النقل البحري: ميناء الغزوات (تجارة، سفر ، صيد) و ميناء هنين ؛

ب -البنيات الأساسية : تتوفر تلمسان على عدة سدود ووديان و كذا وحدات معالجة المياه⁽¹⁾ :

- السدود الرئيسية : سد بني بهدل ، سد المفروش ، سد بوغرارة ، سد سيدي عبدلي ، سد سكاك ، سد السواني ؛

- الوديان : تافنة ، زيتون ، بومسعود ، سكاك ، المويلح ، ايسر ، كيس ، الحورة ؛

- وحدات معالجة المياه : اثنان في لالاستي ، وواحدة بسد سكاك ؛

- وحدات معالجة مياه البحر : تسمح بتدارك نقص الماء الشروب و تتواجد بكل من الغزوات ، هنين ، باب العسة و كذا محطة تحلية مياه البحر بسوق الثلاثاء بسعة 200000 متر مكعب ؛

- الميناء : ميناء تجاري بالغزوات ، مأوى للصيد بهنين .

(*)- تم انطلاق أشغال التيليفيريك سنة 2007 من طرف مؤسسة كارفاتراس السويسرية ، حيث رصد لتنفيذ هذا المشروع مبلغ مالي قدره 1.2 مليار دج .

(**) - تم انطلاق أشغال هذه المنشأة التي تغطي مساحة إجمالية تقدر ب 10745 متر مربع ، في أوت 2008 برخصة برنامج تقدر ب مليار و 672 مليون دج في إطار الرفع من طاقات استقبال مطار مصالي الحاج ، و قد صممت هذه المحطة المنجزة من طرف عدة مؤسسات في طابقين وفق الطراز المعماري العربي الإسلامي .

(1) - ANDI(Guichet unique décentralisé de Tlemcen) , op-cit , 2011.

ثالثا : مناطق التوسع السياحي

تحتوي ولاية تلمسان على عدة مناطق للتوسع السياحي تم تصنيفها وفق القانون " رقم 03- 03 المؤرخ في 17 / 02 / 2003 " و المتعلق بمناطق التوسع و المواقع السياحية .

الجدول رقم (3-11) : مناطق التوسع السياحي بتلمسان

البلدية	المناطق المقترحة	المساحة (هكتار)	الوضعية القانونية
تلمسان	هضبة لالاستي و الحجل الصغير (مناخية)	156	أملك الدولة (البلدية) ، الخواص
مرسى بن مهدي	سيدي علوش (شاطئية)	8	أملك الدولة (البلدية)
مرسى بن مهدي	مقام مولاي عبد القادر(ساحلية)	15	الخواص ، مديرية الغابات ، أملك الدولة (البلدية)
مرسى بن مهدي	هضبة القلعا (شاطئية)	55	مديرية الغابات ، أملك الدولة
بني خلد	أمخلد (شاطئية)	80	مديرية الغابات ، أملك الدولة
سيدي العبدلي	حمام سيدي العبدلي (حموية)	18	أملك الدولة (البلدية)
حمام بوغرارة	حمام شيفر (حموية)	10	أملك الدولة
عين فزة	الأوريت (مناخية)	4	مديرية الغابات ، الخواص
عين فزة	بني عاد (مناخية)	28	أملك الدولة

المصدر : التقرير السنوي لنشاطات قطاع السياحة ، مديرية السياحة و الصناعة التقليدية ، ولاية تلمسان ، 2011.

من خلال الجدول يتضح أن معظم مناطق التوسع السياحي تقع ببلدية المرسى بن مهدي الحدودية و قد تم وضع مخطط لترقية هذه المناطق و استغلالها كون هذه المنطقة ساحلية و أهم وجهة ضمن السياحة الشاطئية بتلمسان و قد استفادت هذه المنطقة من مشروع تطوير قرية سياحية ذات امتياز والتي تتسع ل 836 سرير موزعة على فندق 5 نجوم (400 سرير) و إقامات سياحية (140 سرير) و فيلات (296 سرير) بالإضافة لعدة مرافق ترفيهية و ترفيه و أماكن راحة و مراكز استرجاع اللياقة و مطاعم راقية ، كما نجد تموقع سياحة الحمامات المعدنية بكل من سيدي العبدلي و حمام بوغرارة و هي محطات حموية مستغلة من طرف الدولة ، أما عن السياحة البيئية فنتركز بهضبة لالاستي و هي في حالة تنمية مستمرة و تضم فندق جديد (Renaissance) أنجز ضمن التحضيرات لتظاهرة تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية و عدة مطاعم و كذا متحف و مدينة ألعاب ، في حين نجد بمنطقة عين فزة كل من شلالات الأوريت التابعة للحظيرة الوطنية و مغارة بني عاد المصنفة وطنيا و التي تحتوي على رسوب كلسية بشكل صواعد و نوازل ، و يعتبر مجموع هذه المواقع فضاء هام يفتح المجال للاستثمار السياحي سواء المحلي أو الأجنبي .

المطلب الثالث : الإمكانيات الحضارية و الثقافية

ظلت تلمسان لقرون طويلة عاصمة للمغرب الأوسط و حضارة كبرى للإشعاع العلمي ، فنظرا لتاريخها الطويل و الحضارات العظيمة التي استقرت بها و السلالات المختلفة التي حكمت المغرب العربي خلال العصور الوسطى ، ونظرا لتنوع و تطور العنصر البشري لعدة قرون ، اعتبرت تلمسان موقعا مناسباً لتنمية السياحة الثقافية من خلال ثراء تراثها المادي و غير المادي .

أولاً: التراث المادي بتلمسان

دلت الكشوف و الدراسات الأثرية على أن الإنسان استوطن مدينة تلمسان في المراحل الأولى من ما قبل التاريخ أي في العصر الحجري القديم الأسفل و الأوسط (300000 إلى 100000 سنة) . فمن بوماريا (العهد الروماني) إلى أغادير و تفرات (الفتوحات الإسلامية) و أخيراً تلمسان تكونت أهم المعالم الأثرية و التي نوجزها بالذكر فيما يلي :⁽¹⁾

- آثار العهد الإدريسي و تظهر من خلال مسجد أغادير الذي بناه إدريس الأول في 790 م ؛
- آثار العهد المرابطي و تتمثل في الجامع الكبير الذي شيد من قبل يوسف بن تاشفين سنة 1102م ثم جاء علي بن يوسف فوسع الجامع سنة 1136 م ، باب القرمادين و يقع في الشمال الغربي للمدينة القديمة ، حمام الصباغين ، ضريح السلطانة و الذي بني في القرن الثاني عشر ؛
- آثار العهد الموحي و تتمثل في ضريح سيدي بومدين الذي تم ترميمه من قبل المرينيين ثم الأتراك و كذلك قلعة المشور التي تتوسط المدينة حيث أنشأها الموحدون بعد سيطرتهم على المدينة في القرن الثاني عشر ميلادي ؛

- آثار المرينيين و نجدها حاضرة من خلال المدينة الأثرية " منصوره " ؛
- آثار الحضارة الزيانية و هي عديدة و متنوعة إلا أن بعضها تم تدميره من طرف الاستعمار الفرنسي أما الآثار الشاهدة على هذه الحضارة فنجد مسجد سيدي بلحسن الذي بني سنة 1297 م من قبل الابن الأكبر ليغموراسن مؤسس الدولة الزيانية و حالياً يستخدم هذا المسجد كمتحف ، مسجد سيدي السنوسي و قد شيده أبو عباس أحمد و هو أمير زياني من القرن الثالث عشر ، مسجد سيدي براهيم و قد شيد في القرن 14 م ، الحوض الكبير يقع في وسط مدينة تلمسان و قد حفره أبو تاشفين تقليداً لنفس الحوض الذي بناه عبد المؤمن في مراكش بالمغرب ؛

إن المعالم المذكورة ماهي إلا جزء من ثروة كبيرة خلفها تاريخ عظيم صنعه تجانس الحضارات ، من خلال الجدول الموالي نوضح مختلف الآثار و المواقع التاريخية بولاية تلمسان .

الجدول رقم (3-12): الآثار و المواقع التاريخية بولاية تلمسان

الدائرة	الآثار و المواقع التاريخية
تلمسان	103
منصورة	05
هنين	05
ندرومة	22
الرمشي	02
بني سنوس	05
مغنية	05
شتوان	05
سبدو	01
الغزوات	01
أولاد ميمون	01
المجموع	155

المصدر : مديرية الثقافة ، تلمسان 2012.

(1) - مصلحة التراث الثقافي ، مديرية الثقافة لولاية تلمسان ، 2012.

ثانيا : التراث غير المادي لعاصمة الزياتيين

ينتشر التراث اللامادي عبر التراب الوطني و يحمل في طياته تنوعا ذو تفرعات عديدة إلى درجة تميز منطقة عن أخرى و هو يضم كل أشكال " التعبيرات الثقافية التقليدية و الشعبية المتعلقة بالطقوس و العقائد و لغة الممارسات و التعبيرات الشفهية و التحكم في المعرفة و بكل النشاطات الاجتماعية الثقافية الأخرى "، و للحفاظ على التراث الثقافي قام قطاع الثقافة الجزائري بعمليتين " الإحصاء العام للتعبيرات الثقافية التقليدية الشعبية ، التدوين و التسجيل حسب الموضوع للتعبيرات الثقافية الشعبية "، و يهدف حفظ التراث الثقافي غير المادي إلى ترميم العادات و التقاليد وديمومتها و يعتبر أحد الدوافع السياحية التي نمت في إطار السياحة الثقافية ، و يشتمل التراث غير المادي لمدينة تلمسان على : (1)

1. الأعياد المحلية و الفعاليات الثقافية : تحيي ولاية تلمسان عبر العديد من دوائرها عدة و عادات شعبية و أعياد محلية تحافظ من خلالها على تراثها الموسيقي و عاداتها المحلية ، تظهر هذه الأعياد من خلال الجدول التالي :

الجدول رقم (3-13) : الودعات الشعبية و الأعياد المحلية بتلمسان

الأعياد المحلية	الموقع	الفترة الزمنية
وعدة سيدي سليمان	دائرة الرمشي	شهر ماي
وعدة سبع شيوخ	دائرة الرمشي	موسم الربيع و الخريف
وعدة الضاوي يحي	دائرة صبرة	شهر سبتمبر
وعدة يحي بن صافية	دائرة سيدي الجيلالي	شهر سبتمبر
وعدة سيدي الطهار	دائرة سبدو	شهر سبتمبر
وعدة سيدي سليمان	دائرة باب العسة	شهر سبتمبر
وعدة سيدي محمد بن يحي	دائرة مسيردة	شهر أوت
حفلة ألعاب الفروسية	دائرة منصوردة	شهر ماي
عيد الكرز	دائرة منصوردة	شهر ماي

المصدر : مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بتلمسان ، 2012.

الوعدة عبارة عن مهرجان كرنفالي يقام عبر مختلف ولايات الوطن و يعتبر أحد مميزات سكان تلمسان حيث ترتبط أغلب الودعات بخصائص المنطقة التي تقام فيها و تجذب عدة سياح أجنب كونها مناسبة للقاء الأجيال و التعريف بالطابع الثقافي و الحضاري و التراثي لكل منطقة ، و تعتبر الوعدة تراثا ثقافيا كونها تمتاز بالطابع (2):

- التجاري :بيع الحلويات و السلع المختلفة و الحلي و الألبسة التقليدية أي أنها فرصة لعرض منتجات الصناعة التقليدية ؛

- الثقافي : عروض للألعاب التقليدية كالمبارزة و سباقات الخيل ، و التقاء الشعراء و أصحاب المزامير و أصحاب الدفوف أي أنها فرصة لنشر التراث الشعبي ؛

- الاجتماعي : توطيد روابط الأخوة و التكافل من خلال القيام بواجب الضيافة و إطعام ابن السبيل .

بالإضافة لهذه الودعات الشعبية و الأعياد المحلية تحيي تلمسان في الموسم الصيفي المهرجان الوطني للموسيقى الأندلسية و مهرجان موسيقى الحوزي حيث يتم تنظيمهما سنويا بمسرح الهواء الطلق

(1) - مصلحة التراث الثقافي ، مديرية الثقافة لولاية تلمسان ، 2012.

(2) - موقع وزارة الثقافة الجزائرية : (www.m-culture.gov.dz 15/10/2012 à 10 :45)

بالحوض الكبير في وسط المدينة و يستقطبان العديد من السياح هواة الموسيقى الكلاسيكية ، كما تحتفل بالأعياد الدينية و الوطنية التي يحتفل بها في جميع أنحاء الوطن .

2. أهم الشخصيات البارزة في تلمسان : كانت تلمسان طيلة قرون منارة للعلم و قبلة لطلاب العلوم الدين داع صيتهم في بلدان المغرب و المشرق فمنهم من حل بها زائرا و منهم من نزل بها و إتخذها موطنها و منهم من ولد بها و جال في البلدان ثم عاد إليها ونذكر من بينهم ابنا الإمام أبو زيد عبد الرحمان و أبو موسى عيسى و الشيخ السنوسي و أبو عبد الله الشريف التلمساني وسيدي محمد الحياك وغيرهم ، و من أبناء الحضارات القديمة نذكر :

- سيدي بومدين : هو أبو مدين شعيب الأنصاري ولد بكانتانيا بالقرب من إشبيليا عام 520 هـ / 1126 م ، انتقل إلى مراكش وفاس و تعلم على يد أبي الحسن علي بن حرزهم ، كما تأثر بالتصوف ، و أقام ببجاية و تخطت سمعته الآفاق نظرا لعلمه الغزير ، وفي هذه الحقبة من التاريخ كانت تلمسان مركزا للتعليم العالي إذ قصدتها المتعلمون لتوسيع معارفهم و تكوينهم ، توفي بتلمسان عام 594 هـ / 1197 م ، بعد وفاته اقتترن اسمه بمدينة تلمسان و ظل منذ ذلك مزارا يؤمه الناس من أصقاع عديدة من داخل و خارج الوطن؛⁽¹⁾

- ابن خميس : هو أبو عبد الله سيدي محمد بن عمر ابن خميس التلمساني ، ولد بتلمسان عام 650 هـ / 1252 م ، تولى الإنشاء بديوان أبي السعيد بن السلطان يغمراسن بن زيان ، ارتحل إلى غرناطة و توفي بها سنة 708 هـ / 1309 م .⁽²⁾

- الشيخ السنوسي (895-1490م) : أحد علماء التشريع الإسلامي ، تعرض من خلال موسوعته " مكمل إكمال الأعمال " إلى الكثير من القضايا و المسائل ذات العلاقة بعلوم الحديث رواية و دراية؛⁽³⁾

- ابن مرزوق التلمساني الخطيب : من أشهر علماء بيت المرازقة و أشهر أعلام الغرب الإسلامي في القرن الثامن الهجري ، من مؤلفاته (تيسير المرام في شرح عمدة الأحكام ، تعليق على صحيح البخاري ، جنى الجنين في فضل الليلتين ، المسند الصحيح الحسن في مآثر و محاسن مولانا أبي الحسن ، المناقب المرزوقية ،...) وكذلك العديد من الكتب و الأشعار و الخطب.⁽⁴⁾

- عائلة المقرئ : (1591-1632) المقرئ شهاب الدين أبو العباس أحمد بن محمد بن أحمد بن يحيى الخرخشي مؤرخ عربي من مؤلفاته (أزهار الرياض في أخبار عياض ، نفح الطيب من غصن الأندلس) ، استقرت عائلته بتلمسان في القرن 12 م ، اشتغلت بالتجارة ما بين تلمسان و الصحراء و أقاموا وكالات لهم كما كانوا أهل علم و صلاح و تقوى .⁽⁵⁾

و العديد من الشخصيات التاريخية التي من الممكن أن تشكل مسارات سياحية للسياح الثقافيين الشغوفين باكتشاف تاريخ الأمم .

(1) - منشورات ديوان السياحة لولاية تلمسان ، 2011.

(2) - شفاء علي حسن الفقيه ، " أثر جهود علماء الحديث النبوي في تلمسان على المشرق الإسلام " ، مداخلة في الملتقى الدولي المنظم في إطار تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية حول المفكرين و الشخصيات اللامعة بتلمسان ، قصر الثقافة بتلمسان ، ماي 2011 .

(3) - المرجع نفسه.

(4) - حسن الوراكي ، " تراث ابن مرزوق التلمساني الخطيب " ، مداخلة في الملتقى الدولي المنظم في إطار تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية حول المفكرين و الشخصيات اللامعة بتلمسان ، قصر الثقافة بتلمسان ، ماي 2011 .

(5) - عبد الواحد عبد السلام شعيب ، " المقرئ التلمساني علامة المغرب وحجة التاريخ الأندلسي " ، مداخلة في الملتقى الدولي المنظم في إطار تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية حول تاريخ حاضرة تلمسان و نواحيها ، جامعة تلمسان ، جانفي 2011.

3. الآداب و الفنون : و تشمل :

- **الآداب :** بعد أن أشعت تلمسان في المغرب في العصور الوسطى ، وبعد فترة طويلة من الاحتلال ، شهدت تلمسان نهضة ثقافية منذ أوائل القرن العشرين ، فبالإضافة إلى الموسيقى و الفنون الشعبية ، اعتبرت تلمسان مركزا للعلوم و الأدب و من ضمن رجال الأدب نذكر : محمد ديب (من مؤلفاته الدار الكبيرة ، الحريق و رواية صيف إفريقي و رقصة الملك ...) ، عبد السلام أبو بكر (من مؤلفاته دليل الفقه الإسلامي) ، بن بلال محمد (له عدة قصائد في مجلة أصدقاء تلمسان القديمة) ، محمد بن عبد الله التتسي (من مؤلفاته الطراز في شرح ضبط الخراز ، نظم الدرر و العقيان في بيان شرف بني زيان) و عدة أدباء آخرين.⁽¹⁾

- **الموسيقى :** كانت تلمسان و لازالت مركزا لتعليم و تناقل الموسيقى العربية الأندلسية التي رأت النور منذ عدة قرون بالأندلس جنوب اسبانيا خلال القرن 11 و قد ساهم في إثرائها وجود علماء و فنانيين ينتمون لديانات مختلفة و انتشرت في عدة مدن في المغرب الأقصى و يرجع أصل هذا الفن إلى " أبي الحسن علي بن نافع " المعروف بزرياب و اشتهر بهذا الإنتاج الموسيقي مدن و حواضر أمثال: قرطبة ، اشبيلية ثم غرناطة(توأمة مع تلمسان منذ 1989)، و أدت الحروب التي شنها الإسبان على الأقاليم التي كانت تأوي المسلمين إلى فرارهم إلى المغرب الكبير و بشكل اعتباطي استقبلت تلمسان أهالي غرناطة الذين ساهموا في نشر الموسيقى الأندلسية بالمنطقة ، و من بين الأسماء التي ذاع صيتها في هذا الفن (الشيخ العربي بن صاري ، عبد الكريم دالي ، دحمان بن عاشور ، ...)⁽²⁾، كما تعتبر مدينة تلمسان مكان ميلاد موسيقى الحوزي^(*) المستمدة من الموسيقى الأندلسية⁽³⁾ على يد أجيال من المطربين من ضمنهم الحاج محمد الغافور و نوري الكوفي و آخرين .

- **الرقصات :** إن معظم الرقصات المعروفة تقدم جانبا اجتماعيا يستهوي العديد من الزوار و السياح من مناطق مختلفة و من ضمن الرقصات المنتشرة بتلمسان نجد الرقص الشعبي " العلاوي " ، حيث تعتبر رقصة العلاوي^(**) أحد أبرز معالم الفولكلور الجزائري و تؤدي هذه الرقصة في المناسبات و مواسم الغرب الجزائري في جني المحاصيل الزراعية .⁽⁴⁾

- **فنون الطبخ :** لا يزال فن الطهي بتلمسان اليوم يحافظ على طعمه الأصيل و المتنوع المتأني من كل التأثيرات سواء الشرقية أو الغربية أو الشمالية التي سجلها تاريخها المضطرب ، و من بين مختلف الأكلات الخاصة بتلمسان نجد (الحريرة ، البرقوق المجفف مع اللوز ، الكسكس ...) أما الحلويات فتشتهر المدينة بالكعك التلمساني ذو النكهة الخاصة .

4. **الصناعة التقليدية :** لم تكن تلمسان مجرد ملتقى طرق كبير للتبادلات التجارية بين إفريقيا و أوروبا ، بل وكانت مركزا كبيرا للإنتاج ، حيث ورثت تلمسان تقاليد طويلة في الحرف التقليدية و هي مستمرة حتى اليوم و ينظم سنويا في شهر ديسمبر معرضا للصناعات التقليدية الخاصة بالمنطقة ، من بين أهم

(1) وثائق مديرية الثقافة لولاية تلمسان ، 2012..

(2) عبد الحميد حمام ، " رؤية في تطور النوبة " ، مداخلة في الملتقى الدولي المنظم في إطار تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية حول الشعر و الموسيقى الأندلسية : مدرسة تلمسان ، قصر الثقافة بتلمسان ، جوان 2011.

(*) - الحوزي نوع موسيقي مشتق من الموسيقى الأندلسية ظهر في مدينة تلمسان ، يختلف عن الموسيقى الأندلسية كونه يعتمد على الشعر الشعبي في حين يعتمد الأندلسي على العربية الفصحى و من أشهر شعراء الشعر الحوزي بتلمسان : منداسي ، بن تريكي ، بن مسايب ، و بن سهلة.

(3) - شعيب مقنونيف ، " الحوزي بين النص الشعري و الأداء الموسيقي " ، مداخلة في الملتقى الدولي المنظم في إطار تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية حول الشعر و الموسيقى الأندلسية : مدرسة تلمسان ، قصر الثقافة بتلمسان ، جوان 2011.

(**) - العلاوي رقصة فنية خاصة بالرجال ، تعتمد على الرشاقة في الحركة و سرعة في التنسيق ، وتؤدي على شكل صفوف أو دوائر على أنغام الغابطة و قرع البندير و الدربوكة .

(4) - وثائق مديرية الثقافة لولاية تلمسان ، مرجع سبق ذكره ، 2012.

الحرف التقليدية نجد الفخار و الخزف و صناعة السلال و نسج الحلفاء و صناعة الحلي و صناعة الآلات الموسيقية بالخشب و الملابس التقليدية و كذا الأواني النحاسية ، صناعة السروج ، الزرابي ، المنسوج و العديد من الصناعات الحرفية الأخرى، من خلال الجدول الموالي سنحاول ذكر مختلف منتجات الصناعة التقليدية حسب خصوصية كل منطقة عبر الولاية :

الجدول رقم (3-14) : نشاطات الصناعة التقليدية الفنية عبر دوائر تلمسان

الدائرة	النشاط الحرفي
سبدو	تحضير الصوف، النسيج، صناعة الزرابي، البرنوس و الجلابة ، صناعة الأطباق
سيدي الجبالي	تحضير الصوف ، ستائر الخيمة ، صناعة الأطباق
بني سنوس	صناعة الحصير ، الأطباق، صناعة السلال، الأواني المنزلية، الطرق على الحديد
بني بوسعيد	صناعة الحصير ، صناعة الأواني المنزلية
صيرة	الخطاطة التقليدية ، صناعة الزرابي، الأغطية الصوفية، صناعة الحصير ، الفخار
منصورة	النسيج (الزربية، الأغطية الصوفية)، الحدادة التقليدية ، الطرز، الخطاطة التقليدية
شتوان	النسيج (الزربية، الأغطية الصوفية)، الخطاطة التقليدية
أولاد ميمون	النسيج (الزربية، الأغطية الصوفية)، الطرز و الرسم على القماش، الحدادة التقليدية
عين تالوت	النسيج (الزربية، الأغطية الصوفية)، تحضير الصوف، الطرق على الحديد
بن سكران	النسيج (الزربية، الأغطية الصوفية)، الطرق على الحديد
الحناية	النسيج (الزربية، الأغطية الصوفية)، الطرز على القماش، الطرق على الحديد
الرمشي	النسيج (الزربية، الأغطية الصوفية)، الطرز على القماش، الطرق على الحديد
هنين	صناعة الأواني المنزلية الخشبية ، التجهيزات الفلاحية
ندرومة	صناعة الفخار التقليدي، الخطاطة التقليدية، صناعة الأطباق، صناعة السلال،النسيج
الغزوات	صناعة الفخار التقليدي، الخطاطة التقليدية، صناعة الأطباق، صناعة السلال،النسيج
مرسى بن مهدي	الخطاطة التقليدية ، القرמיד الخزفي، الأدوات الموسيقية الفولكلورية، الفخار التقليدي
باب العسة	تجهيز الحيوانات ، الفخار التقليدي، صناعة الأدوات الموسيقية الفولكلورية
فلاوسن	تجهيز الحيوانات ، الفخار التقليدي، صناعة الأدوات الموسيقية الفولكلورية
مغنية	تجهيز الحيوانات ، الفخار التقليدي، صناعة الأدوات الموسيقية الفولكلورية

المصدر : مصلحة الصناعة التقليدية ، مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية تلمسان ، 2012

حيث تعد هذه النشاطات مصدر رزق لدى الكثير من الفئات الحرفية ، وبفضل الإبداع و المهارة في الصنع التي تعبر بصدق عن ثقافة المجتمع المحلية ، نالت منتجات الصناعة التقليدية لتلمسان شهرة عالية على الصعيدين الوطني و الدولي ، وكانت تحتل الصدارة في الأسواق الأوروبية حيث كانت تصدر خلال الستينات و السبعينات حوالي 350000 م² إلى 450000 م² سنويا من منتوج الزرابي ، غير أن جل النشاطات السابقة عرفت خلال العقدين الأخيرين تقهقرا كبيرا وهذا راجع لأسباب متعددة منها هجرة اليد العاملة المؤهلة إلى القطاع الصناعي و التجاري ، غزو المنتجات المصنعة للسوق الوطنية ، تغيير النمط المعيشي للمجتمع (1).

وكون هذا القطاع يساهم مساهمة فعالة على الصعيدين الاقتصادي و الاجتماعي من خلال خلق مناصب الشغل و امتصاص البطالة (*) و جلب مداخيل معتبرة للخزينة العمومية ، حظي قطاع الصناعة التقليدية و الحرف في السنوات الأخيرة باهتمام خاص من قبل الدولة من خلال الاستثمار العام لهذا القطاع لتوفير

(1) - مصلحة الصناعة التقليدية ، مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بولاية تلمسان ، 2012.

(*) - يوفر قطاع الصناعة التقليدية 83440 منصب شغل على المستوى الوطني (الإحصائيات من 2008-2011).

محيط ملائم للتنمية البشرية و إعادة الاعتبار للأعمال اليدوية و تثمين الجهد و الإبداع و قد استفادت ولاية تلمسان من مشروعين هامين نوضحهما من خلال الجدول الموالي :

الجدول رقم (3-15) : مشاريع البرنامج التنموي للصناعة التقليدية بولاية تلمسان

المشروع	التكلفة الإجمالية	تاريخ الانطلاق/التسليم
دار الصناعة التقليدية	93.000.000 دج	2009/05/17 ، نسبة الأشغال 60%
مركز تثمين المهارات المحلية	35.000.000 دج	تم استلامه في نهاية الثلاثي الأول لسنة 2011.

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على وثائق مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية تلمسان ، 2012 .

تندرج المشاريع السابقة ضمن البرنامج الترقوي لقطاع الصناعة التقليدية ، حيث تهدف هذه الاستثمارات إلى :⁽¹⁾

- الحفاظ على الصناعة التقليدية و تثمين العمل اليدوي بالتركيز على الفعل التطبيقي ؛
- ترقية المنتج التقليدي و نقل الكفاءات و المهارات الحقيقية من الحرفيين إلى الشباب ؛
- إحداث حركية اقتصادية و اجتماعية و ذلك من خلال القيمة المضافة للاقتصاد المحلي ، و إحداث مناصب شغل مباشرة و غير مباشرة ؛
- مرافقة أصحاب المشاريع و تثمين برامج التنمية الريفية و تقديم الاستشارة .

وقد انعكست إرادة الدولة لتدعيم القطاع من خلال هذه الاستثمارات جليا على عدد الحرفيين المسجلين في سجل الصناعة التقليدية و الحرف حيث بلغ عدد الحرفيين المسجلين منذ 1998 إلى غاية 2011/3/31 : 4016 حرفي مسجل ، و حسب تقرير غرفة الصناعة التقليدية لولاية تلمسان عدد الحرفيين في تزايد مستمر في كافة نشاطات الصناعة التقليدية و ذلك عائد للتحفيز التي تقدمها الوزارة الوصية ، حيث أولت هذه الأخيرة اهتماما كبيرا بهذا القطاع ترجم من خلال إجراءات الدعم و المتابعة الميدانية .

(1) - مصلحة الصناعة التقليدية ، مرجع سبق ذكره، 2012.

المبحث الثاني : عرض مفصل لتظاهرة تلمسان عاصمة الثقافة الإسلامية

احتفلت تلمسان بعاصمة الثقافة الإسلامية عن المنطقة العربية لسنة 2011 و الذي تزامن مع اختيار جاكارتا و كونا كري عاصمتين للثقافة الإسلامية عن المنطقتين الآسيوية و الإفريقية (1) و هي فرصة للتعريف بإمكانياتها السياحية من جهة و الحضارية من جهة أخرى و بالتالي الترويج لمقصدها السياحي و التأسيس لوجهة سياحية ثقافية يقصدها كل من سواح العالم العربي و الأجنبي لاكتشاف تراثها المادي و غير المادي على غرار الترويج للسياحة الداخلية .

المطلب الأول : الإطار التنظيمي للتظاهرة.

خلال السنوات الأخيرة استقبلت الجزائر عدة تظاهرات ثقافية دولية ساهمت في التعريف بالوجهة الجزائرية عموما منها : سنة الجزائر بفرنسا 2003 ، الجزائر عاصمة الثقافة العربية 2007 ، المهرجان الإفريقي الثاني 2009، و تعتبر تظاهرة " تلمسان عاصمة الثقافة الإسلامية 2011" أول تظاهرة دولية كبرى يتم تنظيمها بولاية داخلية و التي تهدف لاسترجاع مكانة الجزائر الثقافية على الصعيدين الجهوي و العالمي.

أولا : العواصم الثقافية وتلمسان

نتجت فكرة العواصم الثقافية الإقليمية عن المؤتمر العالمي للسياسات الثقافية الذي نظّمته الأمم المتحدة في المكسيك سنة 1982 ، و الذي خرج بما يسمى " العقد العالمي للتنمية الثقافية " الذي يحث على ضرورة تشجيع و تمثين الحوار الثقافي بين الشعوب مع مراعاة التنوع و احترام الخصوصيات الثقافية ، حيث تمثلت آلية هذا الحوار من خلال العواصم الثقافية الإقليمية التي كانت الدول الأوروبية أول من اعتمدها و نظمها . وفي سنة 2001 ، أوصى مؤتمر وزراء الثقافة للبلدان الإسلامية المنعقد في الدوحة باعتماد مشروع برنامج عواصم الثقافة الإسلامية الذي تقدمت به المنظمة الإسلامية للتربية و العلوم و الثقافة " Issesco " ، ثم جاء المؤتمر الإسلامي الرابع الذي انعقد في الجزائر عام 2004 ، و الذي دعا الدول الأعضاء في منظمة المؤتمر الإسلامي إلى ترشيح مدن تختار منها كل سنة ثلاث عواصم للثقافة الإسلامية ، تمثل المنطقة العربية و الآسيوية و الإفريقية ، يضاف إليها العاصمة التي تستضيف المؤتمر الإسلامي لوزراء الثقافة الذي ينعقد كل سنتين ، و قد تم إعلان مدينة " مكة المكرمة " كأول عاصمة للثقافة الإسلامية سنة 2005 ، في حين ترشحت الجزائر بتلمسان لاحتضان التظاهرة سنة 2011 عن المنطقة العربية(2).

و تختار العواصم الإسلامية وفقا لمعايير دقيقة تراعي الدور الذي قامت به المدينة في خدمة الثقافة و الآداب و الفنون و العلوم و المعارف الإسلامية عبر مسيرتها التاريخية و مدى إسهاماتها في الحضارة الإنسانية على اختلاف شعوبها و تباين أجناسها ، و تلمسان عرفت عهدا إسلاميا قويا مند تأسيس أول إمارة إسلامية " بني يفرن " المكونة من قبيلة زناته ، ثم الدولة الإدريسية ، التي تلتها الدولة الفاطمية و الدولة المرابطية ، و كذلك الدولة الزيانية العظيمة التي استمرت لأكثر من ثلاث قرون .

(1) - Site officiel du Tlemcen capitale de la culture islamique: www.tlemcen2011.org , (consultation pendant toute la durée de recherche).

(2) - Site officiel du Isesco : www.isesco.org.ma , (consultation pendant toute la durée de recherche).

ثانيا : أسباب اختيار تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية

إن المنظمة الإسلامية للتربية و العلوم والثقافة " الإيسيسكو " تفرض دفتر شروط لكل بلد ترشح فيه مدينة كعاصمة للثقافة الإسلامية ، ويعد لقب عاصمة الثقافة الإسلامية مناسبة لتثمين وتفعيل الثقافة في هذه المدينة ، وإلى تخليد أمجادها الثقافية و الحضارية و تجديد مضامينها بهدف استثمار عطائها الثقافي التاريخي في بناء الحاضر و المستقبل .⁽¹⁾

و اختيار تلمسان جاء بناء لتوافقها مع الشروط التي وضعتها المنظمة من خلال قرار المؤتمر الإسلامي لوزراء الثقافة و بطلب من وزارة الثقافة الجزائرية، ومن ضمن أسباب اختيارها كعاصمة للثقافة الإسلامية نذكر :⁽²⁾

- التنوع التراثي و المعالم التاريخية ذات الدلالة و الشهرة التي تعبر عن الإبداعية الجزائرية الشاهدة على عظمة الحضارة الإسلامية في هذه الربوع ؛
- الحفاظ على التراث المادي و غير المادي لولاية تلمسان ؛
- إظهار مكانة المدينة العريقة و ما قدمته من عطاءات فكرية و إبداعية و بطولات عبر مختلف الحقب و العصور ؛
- إظهار البعد الحضاري للأمة الجزائرية لتثمين الأمجاد الإنسانية المشتركة و الدفع بها لمواكبة العصر و تحدياته ؛
- التاريخ الكبير الذي تتميز به الولاية باعتبارها رمزا للعطاء في المجال العلمي و الثقافي ، فهي ملجأ للعلماء و المفكرين على مر العصور ؛
- المدينة الجزائرية التي تضم أكبر نسبة من معالم الفترة الإسلامية ؛
- الموقع الإستراتيجي الذي جعلها عبر التاريخ مركزا رئيسيا و عاصمة للدول و الممالك المتعاقبة ؛
- مدينة التسامح و التعايش السلمي بين الأديان (استقبلت مسلمي الأندلس و كذا اليهود المطرودين من اسبانيا أثناء الفترة الخاصة بالدولة الزيانية)؛
- احتواؤها على إرث حضاري كبير ؛
- كونها تشكل منبرا للإشعاع العلمي خاصة أنها أنجبت أكبر الفقهاء و العلماء و المفكرين ؛
- توفر المدينة على مرافق استقبال ذات جودة عالمية و قاعات خاصة بالمؤتمرات و الملتقيات و مراكز خاصة بالصحافة الدولية ؛
- كونها تزخر بمناظر خلابة طبيعية مما جعلها وجهة سياحية بالدرجة الأولى ؛
- تجديد و عي الأجيال بالتاريخ و ربطه بالقيم النبيلة لحماية الخصوصية والهوية الجزائرية .

ثالثا : المنظومة المتخذة من طرف الدولة لتحضير التظاهرة

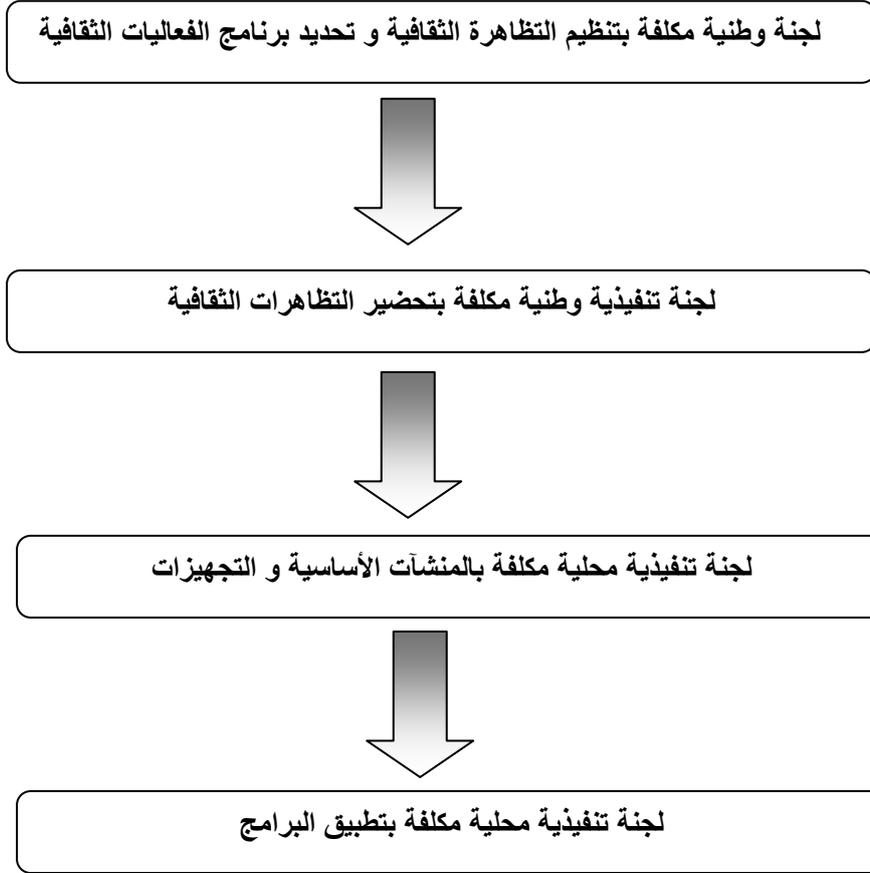
تم إنشاء لجنة وطنية و لجنة تنفيذية وطنية و لجان محلية مكلفة بتنظيم التظاهرة الثقافية " تلمسان عاصمة الثقافة الإسلامية 2011 " بمقتضى المقرر رقم 04 المؤرخ في 24 سبتمبر 2009 ، الذي تضمن إنشاء ثلاث لجان مكلفة بتنظيم و تنفيذ و متابعة التظاهرة كما هو موضح في الشكل التالي :⁽³⁾

⁽¹⁾ -رسالة وزيرة الثقافة " خليدة تومي " ، موقع التظاهرة " www.tlemcen2011.org " ، (2012/01/20 - 14:46) .

⁽²⁾ -رسالة فخامة السيد رئيس الجمهورية " عبد العزيز بوتفليقة " ، موقع التظاهرة " www.tlemcen2011.org " ، (2012/01/20 - 14:46) .

⁽³⁾ - تقرير عن نشاطات و برامج التظاهرة ، اللجنة التنفيذية المحلية ، تلمسان 2011 .

الشكل رقم (2-3) : منظومة تحضير التظاهرة

**المصدر : تقرير عن نشاطات و برامج التظاهرة ، اللجنة التنفيذية المحلية ، تلمسان 2011**

- تجتمع اللجنة الوطنية بصفة دورية باستدعاء من رئيسها و تشمل كل من السادة : وزير الدولة الممثل الشخصي لرئيس الجمهورية ، وزير الدولة وزير الداخلية والجماعات المحلية ، الوزير المنتدب لدى وزير الدفاع الوطني ، وزير الشؤون الخارجية ، وزير المالية ، وزير التجارة ، وزير الشؤون الدينية و الأوقاف ، وزير السياحة والصناعات التقليدية ، وزير النقل ، وزيرة الثقافة ، وزير التعليم العالي و البحث العلمي ، وزير السكن و العمران ، وزير الشباب و الرياضة ، الوزير المنتدب المكلف بالجماعات المحلية ، وزير الاتصال ، والي ولاية تلمسان ، المدير العام للحماية المدنية ، المدير العام للجمارك ؛

- تقوم اللجنة التنفيذية الوطنية بتحضير التظاهرات الثقافية حسب البرنامج المحدد من قبل اللجنة الوطنية و تنظيمها و سيرها ، يترأسها الوزير المكلف بالثقافة و تتشكل من : ممثل عن وزارة الداخلية و الجماعات المحلية ، ممثل عن وزارة الدفاع الوطني ، ممثل عن وزارة الشؤون الخارجية ، ممثل عن وزارة المالية ، ممثل عن وزارة الشؤون الدينية و الأوقاف ، ممثل عن وزارة السياحة و الصناعات التقليدية ، ممثل عن وزارة النقل ، ممثل عن وزارة التعليم العالي و البحث العلمي ، ممثل عن وزارة السكن و العمران ، ممثل عن وزارة الشباب و الرياضة ، ممثل عن وزارة الاتصال ، ممثل عن المجلس الإسلامي الإقليمي ، الإطارات المعينين من وزارة الثقافة ، مدير الثقافة لولاية تلمسان ، مسؤولي الدوائر و اللجان الفرعية التقنية ؛

- يترأس والي ولاية تلمسان اللجنة التنفيذية المحلية المكلفة بالمنشآت الأساسية و تتشكل من : مدير الثقافة ، مدير التعمير و البناء و السكن ، مدير التجهيزات العمومية ، مدير النقل ، مدير الشباب و الرياضة ، رؤساء الدوائر المعنيةين ، ممثل عن مديرية الأمن الوطني ، ممثل عن القائد الأعلى للدرك الوطني ، ممثل المديرية العام للحماية المدنية ، المدير العام للجمارك ؛

- يترأس مدير الثقافة لولاية تلمسان اللجنة التنفيذية المحلية المكلفة بتطبيق البرامج ، وتتشكل من السادة : عميد الجامعة ، مدير الشباب و الرياضة ، مدير التربية الوطنية ، مدير الثقافة لولاية سيدي بلعباس ، مدير الثقافة لولاية وهران ، مدير الثقافة لولاية عين تموشنت .

المطلب الثاني : برنامج التظاهرة

ضم برنامج التظاهرة عبر سنة كاملة من النشاط عرضا مفصلا للتراث المادي و غير المادي لولاية تلمسان ، فشمّل ترميم كل الآثار المتواجدة بالولاية و توفير المرشدين السياحيين بتلك المناطق و اقتراح مسارات سياحية لاكتشاف مختلف المعالم ، كما اعتبرت التظاهرة فرصة لحفظ عادات و تقاليد المنطقة و التعريف بها و بالتالي استغلالها لتسويق المنطقة كوجهة سياحية .

أولا : المشاريع و الإنجازات الجديدة

خصّصت الدولة ميزانية تفوق 10 ملايين دينار لتعزيز البنية التحتية الثقافية و خلق حركية في كل القطاعات و بالتالي خلق عدة مناصب شغل من جهة و فتح مجال واسع من جهة أخرى لتحويل " تلمسان " إلى جوهرة حقيقية تضيء كل من العواصم الثقافية السابقة و تنير الطريق لعواصم الثقافة الإسلامية اللاحقة ، وفي محور هذه المشاريع المساهمة في إنجاح التظاهرة نجد :⁽¹⁾

- إعادة بناء القصر الملكي الزياني بقلعة المشور : يعد قصر المشور من أهم المعالم الأثرية بتلمسان ، و يتواجد به القصر الملكي الزياني الذي تقرر ترميمه نظرا لأهميته الكبيرة في تاريخ مدينة تلمسان على وجه الخصوص و المنطقة المغاربية عموما ، واعتمدت أشغال ترميم هذا المعلم على الحفريات الأثرية و البحوث في السجلات التاريخية لقلعة المشور بالتنسيق الكامل بين المهندسين المعماريين و علماء الآثار ؛

- إنشاء مركز الدراسات الأندلسية بإيمامة : يتربع على مساحة 6000 م² بهندسة معمارية ذات طراز أندلسي ، حيث خصص هذا المركز لتوثيق مراحل مختلفة من الحضارة الأندلسية ، كما يحتوي على مكتبة متخصصة في مجال العلوم الأندلسية ؛

- مسرح الهواء الطلق بالكدية : هو فضاء ذو شكل نصف دائري يتسع ل 2000 مقعد ، صمم لاستقبال جميع أنواع الأنشطة و التظاهرات الثقافية ؛

- قصر المعارض بالكدية : يضم عدة أروقة عرض وهو الأول من نوعه على مستوى ولاية تلمسان ؛

- تجديد و تهيئة قاعة السينما " الكوليزي " : تم إعادة بناء و تجهيز قاعة السينما القديمة " الكوليزي " التي تتسع ل 562 مقعد ، والتي ظلت مغلقة لفترة طويلة ؛

- إنشاء 4 متاحف : المتحف الوطني للفن و التاريخ ، متحف الخط العربي ، متحف الآثار الإسلامية ، متحف اللباس التقليدي ؛

- مركز المخطوطات مختص في الحضارة و العلوم الإسلامية ، و المكتبة المركزية الولائية .

(1)- دائرة مشاريع البنية التحتية و المعدات الجديدة ، اللجنة التنفيذية المحلية لتظاهرة تلمسان عاصمة الثقافة الإسلامية ، مارس 2012.

جدول رقم (3-16): المبالغ المخصصة للمشاريع

المشروع	قيمة انجازه
مركز الدراسات الأندلسية	650 مليون دينار
مسرح الهواء الطلق	600 مليون دينار
قاعة السينما	140 مليون دينار
قصر المعارض	1 مليار دج
المركب الثقافي لإيماة	1 مليار دج
المكتبة الولائية	480 مليون دج
متحف الفن و التاريخ	530 مليون دج

المصدر : دائرة مشاريع البنية التحتية و المعدات الجديدة ، اللجنة التنفيذية المحلية ، تلمسان ، مارس 2012.

سمحت المشاريع السابق ذكرها من توسيع قائمة المرافق الثقافية الخاصة بولاية تلمسان ، كما استفادت الولاية في ظل التظاهرة و في فترة زمنية قصيرة من تدعيم منتجاتها الثقافية و بالتالي السياحية .

ثانيا : الترميم و ترميم التراث الثقافي

تتمثل المشاريع المتعلقة بالتراث الثقافي لتلمسان في عمليات إعادة تأهيل و ترميم المناطق الحضرية بالولاية (داخل و خارج المدينة) و كذا بلديات الولاية و تخص خاصة المباني الرئيسية ذات الأولوية الأولى ، الأسوار ، المباني العامة التقليدية (المساجد الصغيرة المتواجدة بالأحياء ، الحمامات ، الأفران ، و المدارس القرآنية) .

و انسجاما مع الخطوط العريضة لدقتر الشروط الذي اعتمده المنظمة الإسلامية للتربية و العلوم و الثقافة ، قامت وزارة الثقافة بترميم و تهيئة المعالم و المواقع الثقافية و الأثرية بالمدينة ، كونها تحتوي على أكثر من 75 % من التراث الإسلامي المادي للجزائر .⁽¹⁾

لذلك خصصت وزارة الثقافة من الميزانية المعتمدة للتظاهرة غلاف مالي يقدر ب 1.4 مليار دج لترميم و إعادة تأهيل المعالم الأثرية الهامة التي تزخر بها الولاية ، من خلال 113 مشروع يشرف عليه 30 مكتب دراسات و 50 مؤسسة بالتعاون مع الفرق المتخصصة في الحفريات و علم الآثار للمركز الوطني للبحوث الأثرية للجزائر العاصمة و الاستعانة بالخبرة السورية و الفرنسية في مجال استعمال تقنيات الإضاءة الكاشفة لتنفيذ برنامج واسع النطاق يرمي إلى تدعيم و حماية مختلف الكنوز و المعالم الحضارية من الاندثار .

و قد شمل برنامج الترميم أربعة مواقع تاريخية هامة و هي المجمع الديني لسيدي بومدين و المنصورة و المشور و صومعة أغادير ، بالإضافة لتهيئة العديد من الساحات العمومية (بلاص الخادم ، ساحة الأمير عبد القادر ، 20 زقاق و درب بالمدينة القديمة) و مختلف المساجد (سيدي اليدون ، اولاد سيدي اليمام ، سيدي بلحسن ، ...) ، و على الرغم من كون هذه الأشغال تمت لتحضير المدينة بغية استقبال التظاهرة إلا أن هدفها الأساسي يتمحور حول إعادة تأهيل هذا الجانب من النسيج الحضري العتيق و ترميم كنوزه المعمارية و أنشطته التقليدية عن طريق إحياء تراثه و تشجيع صناعته الحرفية و بالتالي ترقية الحركة السياحية .⁽²⁾

(1) - تصريح السيد شنوفي ابراهيم ، محافظ رئيسي للتراث الثقافي بولاية تلمسان ، من خلال مقابلتنا معه (تلمسان ، أفريل 2012)

(2) - تقرير عن نشاطات و برامج التظاهرة ، اللجنة التنفيذية المحلية لتظاهرة تلمسان عاصمة الثقافة الإسلامية ، تلمسان 2011.

ثالثا : برنامج النشاطات الثقافية

احتضان تلمسان طيلة سنة 2011 بداية من تاريخ 15 فبراير لهذه التظاهرة الدولية في المجال الثقافي الإسلامي جعلها تستفيد من تنظيم العديد من الفعاليات تمثلت في :⁽¹⁾

1. الفعاليات الرئيسية : شملت :

- حفل افتتاح شعبي : استهلته ولاية تلمسان الحدث العالمي عبر افتتاح شعبي كبير من خلال مواكب فلكلورية جابت الشوارع الرئيسية للمدينة في 15 فبراير 2011 ؛
- حفل افتتاح رسمي : عبارة عن حفل افتتاح رسمي تم في 16 أبريل 2011 ، تضمن حفل فني ثقافي ضخم وفق مقاييس عالمية حضرته وفود كل الدول المشاركة منها 29 دولة عضو في منظمة الإيسيسكو و12 دولة أخرى لا تعتمد الإسلام دينها لها (اسبانيا ، ايطاليا ، الصين ، بريطانيا ، بولندا ، روسيا ، الهند ، كوبا ، فرنسا ، البرتغال ، الولايات المتحدة)؛
- مؤتمر وزراء الثقافة للدول الإسلامية : تم عقد مؤتمر لوزراء الثقافة للدول الأعضاء في المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (الإيسيسكو) خلال نهاية 2011 ؛
- حفل الاختتام : بدأ برنامج هذا الحفل يوم 21 أبريل 2012 بقصر الثقافة (ايمامة) من خلال عرض للباليه الوطني تحت عنوان " رحلة في بلادي " ، و استمر لغاية 25 أبريل من نفس الشهر و السنة ، و شهد تقديم عدة حفلات من تنشيط فنانيين جزائريين و دوليين .

2. الملتقيات : تم تنظيم 12 ملتقى جمع خبراء الجزائر بخبراء الدول المشاركة لمناقشة التاريخ و الفن و الأدب ذات الصلة بحضارة تلمسان .

من خلال الجدول التالي ، سنوضح مواضيع الملتقيات و تواريخ إقامتها :

الجدول رقم (3-17) : جدول الملتقيات الدولية المنظمة في إطار التظاهرة

المكان	التاريخ	الموضوع
جامعة تلمسان	20-21-22 جانفي 2011	تاريخ حضرة تلمسان و منطقتها
جامعة تلمسان	7-8-9 مارس 2011	الشعر النسوي بتلمسان
جامعة تلمسان	20-22-23 مارس 2011	الإسلام في المغرب العربي و دور تلمسان في نشره
قصر الثقافة	18-19-20 أبريل 2011	مفكرو وأعلام تلمسان
قصر الثقافة	14-15-16 ماي 2011	أعمال محمد ديب
قصر الثقافة	13-14-15 جوان 2011	الشعر و الموسيقى الأندلسية
قصر الثقافة	02-03-04 جويلية 2011	المهارات القديمة بتلمسان و منطقتها
قصر الثقافة	25-26-27 أكتوبر 2011	تلمسان ، أرض ملاذ بعد سقوط الأندلس
قصر الثقافة	11-12-13 نوفمبر 2011	تلمسان : المقاومة و ثورة التحرير الوطنية
قصر الثقافة	22-23-24 نوفمبر 2011	التاريخ الأدبي لتلمسان
قصر الثقافة	18-19-20 ديسمبر 2011	طرق الإيمان
قصر الثقافة	25-28 فبراير 2012	الأمير عبد القادر و تلمسان

المصدر : تقرير عن نشاطات و برامج التظاهرة ، اللجنة التنفيذية المحلية للتظاهرة ، تلمسان

2011.

(1).- تقرير عن نشاطات و برامج التظاهرة ، مرجع سبق ذكره، تلمسان 2011.

تم تحضير هذه الملتقيات من طرف المركز الوطني للبحوث في علوم ما قبل التاريخ و علم الإنسان و التاريخ بجامعة تلمسان و شهدت حضورا دوليا و وطنيا و محليا و يمكن أن تكون حجر أساس لسياحة المؤتمرات .

3. المهرجانات و التنشيط الجوارى : عاشت كل من مدينة تلمسان و الولايات المجاورة لها على مدار سنة 2011 على وقع مهرجانات وطنية و دولية و جولات فنية نشطت من طرف نجوم الأغنية و الموسيقى الجزائرية ، و سنعرض من خلال الجدول التالي المهرجانات الثقافية المرسمة :

جدول رقم (3-18) : برنامج المهرجانات الوطنية و الدولية

المهرجان	الفترة
المهرجان الثقافي الدولي للخط العربي	20 ابريل – 10 أوت 2011
المهرجان الثقافي الدولي للمنمنمات و الزخرفة	20 جوان – 10 أوت 2011
المهرجان الثقافي الدولي للموسيقى الأندلسية	02-09 ماي 2011
المهرجان الثقافي الوطني لموسيقى الحوزي	03-10 جويلية 2011
المهرجان الدولي للرقص الشعبي	12-18 جويلية 2011
المهرجان الثقافي الدولي لموسيقى الديوان	20-26 جويلية 2011
المهرجان الثقافي الدولي للإشاد	23-29 جوان 2011
المهرجان الدولي للسينما	جويلية 2011

المصدر : تقرير عن نشاطات و برامج التظاهرة ، اللجنة التنفيذية المحلية للتظاهرة ، تلمسان

2011.

بالإضافة للمهرجانات السابق ذكرها ، تم توزيع الجولات الفنية و الموسيقية المبرمجة عبر 09 ولايات مجاورة لولاية تلمسان ، و قد استقطبت العديد من الزوار و سمحت باستمرار النشاط السياحي طيلة السنة على غرار السنوات السابقة حيث عادة ما يتركز الطلب السياحي في الموسم الصيفي (السياحة الساحلية) ⁽¹⁾، و بالتالي سمحت بتقليل مشكلة الموسمية ^(*).

4. المعارض : تم تنظيم 10 معارض طيلة سنة التظاهرة شملت مواضيع مختلفة نوضحها من خلال الجدول الموالي :

(1) – Déclaration de Mr Bachiri .m , directeur de tourisme et d'artisanat lors d'un entretien semi directif (Tlemcen , Avril 2012).

(*) – تعني موسمية السياحة تركز الطلب السياحي في بعض المواسم المحددة دون غيرها خلال العام ، و تكون الموسمية حادة عندما يرتفع الطلب السياحي في مواسم السياحة (أوقات الذروة) بشكل كبير مقارنة بالطلب خارج الموسم السياحي .

الجدول رقم (3-19) : المعارض المنظمة طيلة التظاهرة

المكان	الفترة	المعرض
متحف سيدي بلحسن التنسي	17 أبريل-31 ماي 2011	المخطوطات الإسلامية
القصر الملكي الزياني (المشور)	17 أبريل-31 ماي 2011	الحلي و المصوغات الجزائرية عبر التاريخ
القصر الملكي الزياني (المشور)	17 أبريل-31 ماي 2011	تاريخ الجزائر من خلال المسكوكات
متحف الطقوس الإسلامية	17 أبريل-31 ماي 2011	أدوات الشعائر الإسلامية
قصر المعارض	جويلية-ديسمبر 2011	قلعة بني حماد
/	26-22 أكتوبر 2011	التراث الثقافي
قصر الثقافة	1-31 أكتوبر 2011	المبادلات الفكرية بين بجاية و تلمسان
قصر الثقافة	21 جوان- 22 جويلية 2011	الفنانين التشكيليين لتلمسان
قصر الثقافة	فبراير 2012	عادات و تقاليد تلمسان
قصر المعارض	19 نوفمبر-30 أبريل 2012	معمار من تراب وطني

المصدر : تقرير عن نشاطات و برامج التظاهرة ، اللجنة التنفيذية المحلية للتظاهرة ، تلمسان

.2011

تخص المعارض محاور تراثية و فنية مختلفة ، حيث منحت للزوار و السياح و كذا للسكان المحليين الفرصة للتعرف على مختلف عناصر التراث الثقافي للمنطقة .

5. الكتاب و الآداب : شمل برنامج الكتاب في تظاهرة "تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية لسنة 2011" نشر 365 عنوان ركزت على التاريخ و التراث المادي و غير المادي لتلمسان و على الأدوار التي لعبتها هذه الحضارة الضاربة في القدم سواء من الناحية الاجتماعية الاقتصادية و السياسية أو من الناحية الروحية أو الفنية ، مند عصور ما قبل التاريخ إلى دخول الإسلام وصولا إلى مرحلة ما بعد الاستقلال مرورا بعهد الزيانيين و مرحلة الاستعمار ، بالإضافة لإنجاز و إصدار طبعة مرموقة بزخرفة فاخرة جميلة للقرآن الكريم سميت "مصحف الرودوسي" ، كما تم تنظيم صالون للكتب عرضت فيه المطبوعات المنجزة خلال التظاهرة.

6. السينما : شمل برنامج السينما إنتاج أفلام وثائقية جديدة (حوالي 35 فيلم) حول تاريخ و ثقافة و تراث و أعلام مدينة تلمسان و منطقتها و قد تم توزيع برمجة عرض هذه الأفلام على المستوى الوطني سواء على مستوى دور الثقافة أو من خلال الحافلات السينمائية لعرض الأفلام في المناطق التي تفتقر إلى أجهزة العرض.

7. التراث الثقافي غير المادي و الكورغرافيا : ساهم هذا البرنامج في اكتشاف و تثمين التراث الثقافي المادي و غير المادي الجزائري الأصيل ، يشمل البرنامج عدة جوانب ثقافية كما يوضحه الجدول الموالي :

الجدول رقم (3-20) : برنامج التراث الثقافي غير المادي و الكورغرافيا

البرنامج	مضمونه
تسجيل الأعمال النشر	التسجيل الصوتي على شكل علب موسيقية ، تكريم أبرز وجوه الفن الأندلسي أعادة نشر أعمال الموشحات و الأزجال ، الجوانب التاريخية للنوبة، كتاب حول الحوزي
المعارض	معرض لاكتشاف مختلف طقوس الاحتفال بالمولد النبوي الشريف
جولات فنية و أفلام وثائقية	13 فيلم يعالج الموروث الثقافي لتلمسان

المصدر : تقرير عن نشاطات و برامج التظاهرة ، اللجنة التنفيذية المحلية للتظاهرة ، تلمسان

.2011

من خلال الجدول يظهر تنوع البرنامج المقترح الخاص بالتراث الثقافي و هذا تناسباً مع حجم التظاهرة الدولية و كذا للمساهمة في المحافظة و تثمين التراث الثقافي للمدينة .

8. المسرح : تم إخراج 19 مسرحية⁽¹⁾ من طرف المسرح الوطني الجزائري "محي الدين بشطرزي" و المسارح الجهوية و كذا التعاونيات الخاصة .

9. الأسابيع الثقافية الوطنية و الأيام الثقافية الأجنبية : شهدت التظاهرة مشاركة 47 ولاية بالإضافة لولاية تلمسان و كذا 41 دولة من ضمنها 29 دولة عضو في منظمة الإيسيسكو الإسلامية و 12 دولة لا تعتمد الإسلام ديناً لها (اسبانيا ، ايطاليا ، الصين ، بريطانيا ، بولندا ، روسيا ، الهند ، كوبا ، فرنسا ، البرتغال ، الولايات المتحدة) .

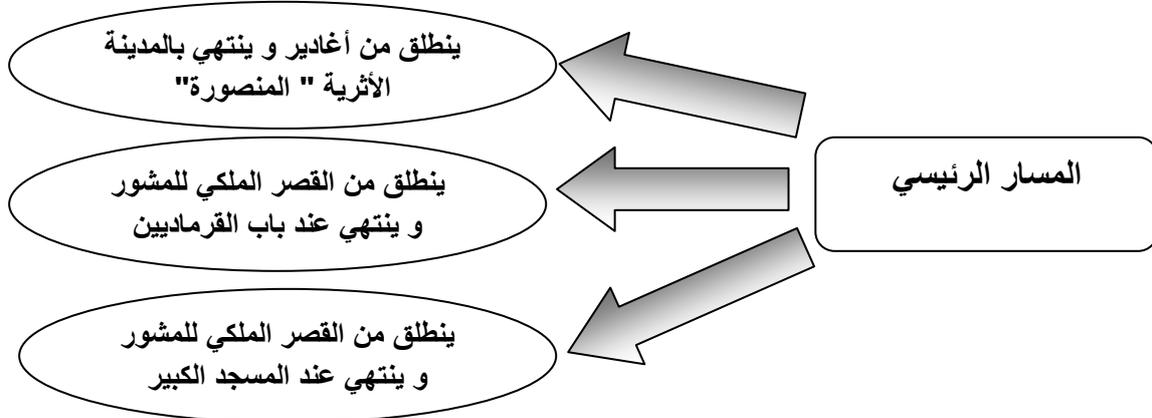
المطلب الثالث : السياحة الثقافية في ظل التظاهرة

سمحت التظاهرة عبر مختلف فعالياتها و كذا تثمينها للتراث المادي و غير المادي بالتعريف بمنتجات السياحة الثقافية بتلمسان ، من خلال هذا المطلب سنحاول التطرق لأهم مساهمات التظاهرة الثقافية في التأسيس لسياحة ثقافية بالمنطقة .

أولاً : مسارات السياحة الثقافية في تلمسان

في إطار تظاهرة تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية تم اقتراح عدة مسارات سياحية و ثقافية تسمح باكتشاف المعالم التاريخية و الآثار العديدة التي تزخر بها المدن و القرى العتيقة عبر الولاية⁽²⁾ ، من خلال الشكل الموالي نوضح المسار الرئيسي للسياحة الثقافية بتلمسان :

الشكل رقم (3-3) : المسار الرئيسي للسياحة الثقافية بتلمسان



المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على وثائق ديوان تسيير و استغلال الموارد الثقافية بتلمسان ،

2011

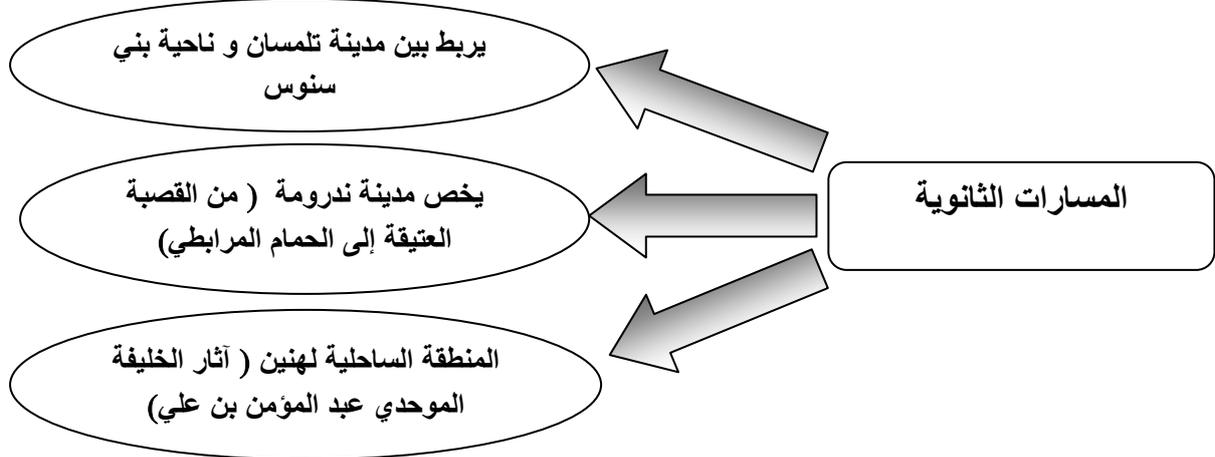
يتكون المسار الرئيسي بقلب عاصمة الزينيين من عدة حلقات منها الحلقة الأولى التي تنطلق من موقع أغادير القديم الذي يشكل النواة الأولى لمدينة تلمسان و تنتهي بمدينة المرينيين للمنصورة مروراً بمسجد

(1) – أنظر الملحق رقم(07) .

(2) – Déclaration de Mr Chenoufi Ibrahim , Responsable de l'office de gestion et d'exploitation des biens culturels lors d'un entretien semi directif (Tlemcen , Avril 2012).

باب الزير و المدرسة التاشفينية و باب الخميس ، أما الحلقة الثانية تبدأ من القصر الملكي للمشور إلى غاية الموقع الأثري باب القرماديين (الطريق الذي اعتاد الملك يغمرا سن المرور منه) ، أما الحلقة الثالثة فتسير في اتجاه المنطقة الأثرية للمشور نحو المسجد الكبير للمرابطين .
أما المسارات الثانوية سنحاول توضيحها من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم (3-4) : المسارات الثانوية للسياحة الثقافية بتلمسان



المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على وثائق ديوان تسيير و استغلال الموارد الثقافية بتلمسان ،

2011

شملت المسارات الثانوية ، ثلاث مسارات فرعية ، المسار الأول الذي يربط بين مدينة تلمسان و ناحية بني سنوس بأعالي الجبال الجنوبية الغربية و ينطلق من سفح المفروش المتميز بمناظره الطبيعية الخلابة و معالمه الأثرية و ضريح " سيدي حفيف " و هو سليمان عفيف التلمساني ، و يمتد هذا المسار جنوبا نحو منطقة الحبالات لزيارة مغارة " بومعزة " و الطاحونة المائية القديمة التي كانت تعتمد في تشغيلها على المياه المتدفقة من هذه المغارة و تعود هذه الطاحونة إلى عهد الأمير عبد القادر كما يتوزع المسار على عدة مساجد عتيقة لناحية " بني سنوس " مثل مسجد " بني عشير " الذي يعود تاريخه إلى القرن العاشر ميلادي و مسجدي " تافسة " و " الخميس " ، في حين أن المسار الثاني يخص مدينة " ندرومة " و يبدأ من القسبة العتيقة ثم الباب القديم فالجامع الكبير و التريبعة بوسط المدينة القديمة و أخيرا الحمام الذي يعود للعهد المرابطي ، و المسار الثالث يشمل المنطقة الساحلية لهنين حيث يوجد الميناء القديم الذي كان في السابق الرئة الاقتصادية لهذه الناحية و استعمل في استقبال العديد من سكان الأندلس بعد سقوط غرناطة ، و بمدينة " هنين " سيتمكن الزوار من اكتشاف العديد من المعالم الأثرية التي خلفها الخليفة الموحي عبد المؤمن بن علي الذي ولد بقرية " تاجرة " القريبة من هذا الميناء.

ثانيا : التظاهرة و السياحة الثقافية المستديمة

تمثل السياحة الثقافية المستديمة نشاط مسؤول اتجاه التراث و يحافظ على حاجيات الأجيال الحالية دون المساس باحتياجات الأجيال المستقبلية ، و تركز السياحة المستديمة في الجزائر على جميع المبادئ و الأسس التي تقوم عليها الدولة و المجتمع الجزائري ، حيث تستند على إرث التاريخ و التراث الجزائري ، و تراعي جوانب البيئة و حسن استغلال الموارد الاقتصادية المتوفرة في البلاد ، و تعتمد على الجدوى الاقتصادية للمشاريع السياحية و ترسي مبادئ المشاركة الفعالة بين القطاعين العمومي و الخاص .⁽¹⁾

⁽¹⁾ - احمد قايد نور الدين ، " الأهمية و الأثر الاقتصادي لتنمية قطاع السياحة " ، مداخلة في الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و التنمية المستدامة ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2010.

و كون تظاهرة تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية ساهمت في التأسيس لسياحة ثقافية بالمنطقة و توسيع منتجاتها لتشمل فعاليات و أحداث ثقافية كبرى من معارض و مؤتمرات و مهرجانات بعد اقتصرها سابقا على الطبخ التقليدي و عادات و تقاليد المنطقة فقد عملت على وضع حجر الأساس لسياحة ثقافية مستديمة تركز على احترام التنوع الثقافي و تنمية المجتمع المحلي و تعميق جودة التجربة السياحية ، حيث شاركت مختلف فعاليات التظاهرة في بعث سياحة ثقافية مستديمة من خلال الاستغلال العقلاني للمناطق السياحية التي تزخر بها تلمسان ، و الربط بين احتياجات السياح و المنطقة المضيفة لهم فهي تلبي احتياجات السكان و تحافظ على المواقع السياحية و تزيد من فرص العمل للمجتمع المحلي . كما ساهمت التظاهرة في تجسيد المبادئ الأساسية للسياحة الثقافية المستديمة من خلال المشاركة في تهيئة و حماية التراث الثقافي ، إشراك السكان المحليين و تنمية الوعي السياحي .⁽¹⁾

⁽¹⁾ - تصريح السيد شنوفي ابراهيم ، محافظ رئيسي للتراث الثقافي ، خلال مقابلتنا معه (ديوان تسيير و استغلال الموارد الثقافية بتلمسان ، أبريل 2012) .

المبحث الثالث :تأثير تظاهرة "تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية " على التطوير السياحي بتلمسان : الدراسة الميدانية

بغية معرفة مدى مساهمة تظاهرة " تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية 2011 " في التطوير السياحي بالمدينة ، اعتمدت دراستنا التطبيقية على كل من المقابلة و الاستبيان كأدوات تسويقية لدراسة العرض و الطلب الخاص بالسياحة الثقافية في المدينة ، حيث تمت دراسة العرض من خلال مقابلات نصف موجهة للهيئات المعنية بالقطاع السياحي و الثقافي العمومي و الخاص على حد سواء ، أما دراسة الطلب فاعتمدنا عليها لتدعيم ما توصلنا إليه من نتائج من خلال المقابلات نصف الموجهة ، حيث قمنا بتوجيه استبيان لعينة من سياح مدينة تلمسان من أجنب و جزائريين .

المطلب الأول : منهجية البحث الميداني

للوصول إلى تحليل دور التظاهرات الثقافية و معرفة أثرها على التطوير السياحي بمدينة تلمسان ، تم اللجوء لمجموعة من الأدوات التسويقية من خلال دراسة وثائقية ، نوعية و كمية .

أولا : أسلوب البحث

لقد اعتمدنا في بحثنا هذا على مجموعة من الأدوات التسويقية أملتنا علينا طبيعة الموضوع ، تجسدت في : الوثائق و المطبوعات، الملاحظة، المقابلة ، و الاستبيان .

1-الوثائق و المطبوعات : بالإضافة للوثائق المتحصل عليها من وزارة الثقافة و كذا وزارة السياحة و الصناعة التقليدية و الديوان الوطني للسياحة بالجزائر العاصمة ، تم جلب وثائق و مطبوعات و كتيبات خاصة بالسياحة و الثقافة من مديرتي السياحة و الثقافة وكذا الديوان السياحي بولاية تلمسان و كذا تقارير متعلقة بنشاطات تظاهرة تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية ، فهناك بعض الوثائق و الملاحق التي تم نسخها و هناك ما تم منحه لنا للاحتفاظ به لكي يتسنى الاسترشاد في عملية البحث و التحليل .

2-الملاحظة : تم اللجوء للملاحظة للحصول على المعلومات بالنظر لتشعب الموضوع و ارتباطه بكل من قطاع الثقافة و كذا السياحة ، حيث حاولنا ملاحظة سلوك السياح و تحركاتهم و المناطق الراجيين في زيارتها قبل التظاهرة ، خلال التظاهرة و كذا بعدها ، كما قمنا بملاحظة آراء و ردود فعل جمهور التظاهرة من خلال حضور بعض المعارض و المؤتمرات و الأسابيع الثقافية ، و كذلك ملاحظة تصرفات السكان المحليين باعتبارهم أحد أطراف المعادلة السياحية .

3-المقابلة : تعتبر المقابلات الشخصية من أهم مصادر الحصول على المعلومات ، حيث اعتمدت دراستنا على مقابلات نصف موجهة لكل من أعوان القطاع السياحي و كذا الثقافي بمدينة تلمسان :

- مدير السياحة و الصناعة التقليدية ؛
 - مدير الثقافة ؛
 - مدير الديوان السياحي ؛
 - مدير دار الثقافة ؛
 - رئيس دائرة المهرجانات و النشاط الثقافي الجوّاري باللجنة التنفيذية للتظاهرة ؛
 - مدراء 6 فنادق مصنفة و كذا وكالات السياحة و الأسفار المتواجدة بوسط المدينة .
- و أثناء هذه المقابلات تم طرح مجموعة من الأسئلة⁽¹⁾ و تدوين الإجابات المساهمة في إثراء الدراسة .

(1) - للإطلاع على دليل المقابلات نصف الموجهة و كذا قائمة بأسماء كل من أعوان القطاع السياحي و كذا الثقافي ، أنظر الملحق رقم (08) و رقم (09).

- 4 - الاستبيان :** قمنا كذلك بتطوير الاستبيان كأداة لجمع البيانات و المعلومات المتعلقة بالدراسة لتحليل دور التظاهرة الثقافية " تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية " على التطوير السياحي بمدينة تلمسان ، من خلال هيكل الأسئلة ووضعها و ترتيبها حسب الأهداف المرجوة و قد تمت هيكل الاستبيان كمايلي :
- أسئلة مغلقة ذات الإجابة الواحدة لتأكيد المعلومات لدى المستقصى منه ؛
 - أسئلة مفتوحة لاستخلاص آراء السياح حول التغييرات التي مست المدينة ؛
 - أسئلة مغلقة ذات الإجابات المتعددة لجمع أكبر عدد من المعلومات حول دوافع السياح ؛
 - استخدام مقياس ليكرت لاستخلاص معلومات تخص العرض السياحي ، نوع الوجهة السياحية، و تقييم التظاهرة ؛
 - أسئلة متعلقة بالمعلومات الخاصة بالسائح لأجل تصنيفه و الوصول إلى معرفة خصائصه الأساسية.

وقد تمحورت أهداف الاستبيان في :

- تحديد التغييرات التي مست مختلف مرافق المدينة بعد سنة 2011 (السؤال رقم 02)؛
- معرفة الغرض من زيارة مدينة تلمسان (السؤال رقم 04)؛
- تحديد الأمور التي حفزت السائح لزيارة مدينة تلمسان (السؤال رقم 05) ؛
- معرفة أهمية المقصد السياحي لتلمسان و تحديد مواقع الجذب السياحي(السؤال رقم 07) ؛
- تحديد أثر الهياكل و المواقع السياحية الجديدة التي تدعت بها المدينة في سنة 2011 على التطوير السياحي(السؤال رقم 07 + السؤال رقم 09)؛
- تحديد درجة رضا السياح من العرض السياحي و العرض الثقافي(السؤال رقم 09) ؛
- معرفة نوع السياحة المناسب للمقصد التلمساني (السؤال رقم 10)؛
- تقييم السياح لتظاهرة تلمسان (السؤال رقم 12) ؛
- تقييم ولاء السياح لتلمسان كمقصد سياحي (السؤال رقم 13 + السؤال رقم 14).

ثانيا : فرضيات الدراسة الميدانية

بغية الإجابة عن الفرضية الأساسية الخاصة بالدراسة الميدانية والمتعلقة باستخلاص آثار **تظاهرة تلمسان كعاصمة للثقافة الإسلامية** على التطوير السياحي بالمدينة قمنا باستنباط الفرضيات الثانوية التالية :

- ساهمت تظاهرة تلمسان كعاصمة للثقافة الإسلامية في زيادة المنشآت و المرافق السياحية ؛
- لتظاهرة تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية دور إيجابي في تعزيز جاذبية المقصد التلمساني ؛
- ساهمت تظاهرة تلمسان كعاصمة للثقافة الإسلامية في زيادة الثقافة السياحية للسكان المحلية .

ثالثا : إدارة الاستبيان

من خلال تحديد المجتمع و عينة الدراسة و طرق جمع المعلومات و الأساليب الإحصائية .

1 -مجتمع الدراسة: بسبب الصعوبات الكبيرة للحصر الشامل للمجتمعات الإحصائية الكبيرة ، لجأنا لاستعمال طريقة المعاينة غير الاحتمالية (*) باختيار عينة من السياح الوافدين لمدينة تلمسان و قد تحدد حجمها بالاستناد للدراسات السابقة في القطاع السياحي ب 200 سائح أجنبي و محلي، للإشارة لا تتعلق

(*) - تستعمل طريقة المعاينة غير الاحتمالية بغرض مساعدة الباحث في اختيار مفردات العينة من مجتمع الدراسة ، حيث يتم اختيار المفردات حسب قناعة الباحث و معرفته بأفراد المجتمع.

أهداف الاستبيان بكون السياح أجانبين أو محليين و إنما نرغب في استخلاص التغييرات الحاصلة في تلمسان بعد سنة التظاهرة أي بعد 2011 ، و كذا معرفة اتجاهات السياح و تأثير الأماكن السياحية الجديدة على اختياراتهم و هذا بغية تدعيم النتائج المتحصل عليها من خلال المقابلات نصف الموجهة مع أعوان القطاع السياحي و كذا الثقافي .

2- طرق جمع المعلومات : تم إعداد الاستمارة باللغتين الفرنسية و العربية ، و قمنا بتوزيع الاستبيان في الفترة الممتدة من 2012/08/24 حتى 2012/09/16 بالاعتماد على :

- الاتصال المباشر و الشخصي بالسياح في أهم المواقع السياحية بمدينة تلمسان (الحوض الكبير – الالاستي – المنصورة – المشور) بإتباع طريقة المسار ^(*) **méthode des itinéraires** و قد كانت هذه الطريقة مجدية كثيرا حيث تم ملأ كل الاستبيانات بشكل جدي و كامل كون الاتصال المباشر من خلال المقابلات الشخصية يعمل على تقليل نسبة عدم الاستجابة و تقليل الإجابات الخاطئة ؛
- ترك الاستبيانات على مستوى الفنادق المصنفة القريبة من المواقع السياحية، ثم جمعهم بعد أسبوع، و قد كانت نسبة الاستجابة 53% كما هو موضح في الجدول الموالي :

الجدول رقم (3-21) : توزيع الاستبيانات على الفنادق

الفنادق المصنفة	عدد الاستبيانات	عدد الاستبيانات المسترجعة و الكاملة	نسبة معدل الإجابة
RENAISSANCE	20	18	90%
ZIANIDES	20	16	80%
IBIS	20	0	0
POMARIA	20	0	0
AGADIR	20	19	95%
المجموع	100	53	53%

المصدر : من إعداد الطالبة .

إلا أن هذه الطريقة ساهمت بعدم فهم الاستبيان من طرف أغلب المستقصين و كذا تم ضياع بعض الاستمارات .

▪ تم فقد 40 استبيان لعدم استرجاعه، و استبعاد 7 استبيانات غير كاملة، وبذلك تكون الاستبيانات الخاصة للدراسة 153 استبيان كامل (60 استبيان لسائح أجنبي و 93 استبيان لسائح جزائري) قد تم اعتمادها في تحليل النتائج، أي نسبة معدل الإجابة 76.5%.

3- الأساليب الإحصائية : لتحقيق أهداف الدراسة و تحليل البيانات التي تم تجميعها ، قمنا باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية **SPSS- version 18** ، و قد تضمن الاستبيان أسئلة متنوعة من حيث الشكل بما يتماشى مع طبيعة المعلومات التي نريد جمعها ، و قد استخدمنا التكرارات و النسب المئوية لوصف متغيرات الدراسة من خلال الجدولة البسيطة بهدف تحليل كل سؤال على حدى و الجدولة المتقاطعة لاستخراج بعض النتائج عن طريق الربط بين متغيرين.

4- صدق و ثبات الاستبيان (Test du questionnaire): بعد إعداد الشكل الأولي للاستمارة تم الاختبار المسبق لقائمة الاستقصاء من خلال توزيعها على مجموعة من السياح (20 سائح) في بعض المناطق الأثرية بتلمسان للتأكد من وضوح الأسئلة و إجراء التعديلات اللازمة حيث تم حذف بعض الأسئلة و

(*)- la méthode des itinéraires consiste à imposer à chaque enquêteur un itinéraire défini , en lui indiquant en quels points il doit réaliser une interview.

تعديل البعض الآخر إلى أن خرج الاستبيان في صورته النهائية كما هو موجود في الملحق رقم (10) ، ومن أجل استخراج معامل الثبات الذي يسمح بقياس الاتساق الداخلي لأسئلة الاستبيان⁽¹⁾ قمنا باستخدام معامل ألفا كرونباخ(*) و الذي كانت قيمته 0.75 و تشير هذه القيمة أن الاستبيان يتمتع بدرجة ثبات مناسبة و تفي بأغراض هذه الدراسة .

المطلب الثاني : نتائج الدراسة النوعية

سمحت المقابلات نصف الموجهة مع أعوان القطاع السياحي و الثقافي و كذا مدراء الفنادق و الوكالات السياحية(يمكن الإطلاع على دليل المقابلات نصف الموجهة وكذا جدول ملخص لأهم الإجابات المتحصل عليها في الملحق رقم 08 و 09) بتأكيد الفرضية الأساسية القائمة على الأثر الإيجابي لتظاهرة " تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية 2011 " على التطوير السياحي ، حيث اجتمعت آراء كل من أعوان القطاع السياحي و الثقافي على أن تظاهرة " تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية لسنة 2011 " سمحت بتحويل المدينة إلى قطب من أقطاب السياحة الثقافية⁽²⁾ ، و من أبرز الآثار الناتجة عن مختلف الفعاليات الثقافية المنظمة في إطار التظاهرة تسويق وجهة تلمسان كمقصد سياحي . و رغم كون الآثار الناتجة عن الثقافة يصعب قياسها⁽³⁾، إلا أن نتائج المقابلات نصف الموجهة تؤكد أن الثقافة لها أثر على كل المستويات سواء الاقتصادية أو الاجتماعية⁽⁴⁾.

أولاً: أثر التظاهرة على التطوير السياحي

كون التظاهرة ذات بعد دولي و بغية توفير هياكل استقبال ذات جودة ، تم في إطار التظاهرة الاستفادة من تجسيد عدة فنادق جديدة راقية تختلف مستوياتها بين 5 نجوم و 3 نجوم بالإضافة للفنادق الموجودة بالولاية التي قامت باستقبال مختلف الوفود الأجنبية و الوطنية وكذا السياح المحليين و الأجانب و قدرت الطاقة الإجمالية لمختلف المؤسسات الفندقية التي سخرت لاستقبال الوفود ب 1072 غرفة و ما يقارب 2200 سرير⁽⁵⁾، كما ساهمت مختلف الفعاليات الثقافية المقترحة بخلق ديناميكية و حركية تجارية و اقتصادية (من حيث السلع و الخدمات المقدمة سواء من طرف الفنادق أو الوكالات السياحية أو حتى تجار التجزئة ...) ، و كما أشرنا سابقاً أن الأثر الاقتصادي للفعاليات الثقافية لا يمكن قياسه إلا أن أهميته تظهر من خلال عدد المشاريع التي تم إنجازها في إطار التحضير للتظاهرة (مشاريع خاصة بالقطاع الثقافي و كذا السياحي) و التي سمحت بالتطوير الاقتصادي كونها ساهمت في خلق عدد كبير من مناصب الشغل المباشرة و غير المباشرة على مستوى الفنادق أو المطاعم الجديدة أو حتى المرافق الثقافية و المواقع السياحية (الأدلاء السياحيين) دون إغفال الآثار المرتبطة بالقطاعات الأخرى على غرار الصناعات التقليدية .

من جهة ثانية، تألق الفعاليات الثقافية و المعارض وكذا المؤتمرات التي تم تنظيمها طيلة سنة 2011 سمحت بزيادة معدل التدفق للسياح سواء الوطنيين أو الأجانب .

(1) - البياتي.م ، " تحليل البيانات الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS " ، الطبعة الأولى ، دار الحامد للنشر و التوزيع ، 2005 ، ص49.

(*) - يعتبر اختبار كرونباخ واحد من الاختبارات الإحصائية المهمة لتحليل البيانات للاستمارة الإحصائية ، و تعتبر أصغر قيمة مقبولة ل Alpha هي 0.6 و أفضل قيمة مقبولة ل Alpha عندما تكون بين (0.7-0.8) حسب نفس المرجع .

(2) - تصريح السيد شنوفي ابراهيم ، محافظ رئيسي للتراث الثقافي بولاية تلمسان ، خلال مقابلتنا معه (ديوان تسيير و استغلال الموارد الثقافية بتلمسان ، أفريل 2012) .

(3) - Bénito.L , " Les festivals en France : marchés , enjeux et alchimie " , L'harmattan , 2001 , P.46.

(4) - Lors d'un entretien semi directif destiné aux acteurs touristiques et culturels .

(5) - Déclaration de Mr Bachiri .m , directeur de la direction du tourisme et d'artisanat , lors d'un entretien semi directif (Tlemcen , Avril 2012).

الجدول رقم (3-22) : الفنادق المنجزة في إطار التظاهرة

السلسلة الفندقية	معدل الاستيعاب 2011	عدد الأسرة	عدد الغرف	الفندق
ماريوت	30.88 %	294	204	رونيسانس(Renaissance) 5 نجوم
أكور و سياحة	39.25 %	167	125	إيبيس (Ibis) 3 نجوم
خواص	41.56 %	70	49	ستامبولي (Stambouli) 3 نجوم
خواص	35 %	70	49	بوماريا (Pomaria) 3 نجوم

المصدر : مديرية السياحة والصناعة التقليدية ، 2012.

سمحت هذه الإنجازات بتدعيم العرض السياحي من ناحية الهياكل الفندقية و بزيادة تألق المدينة من خلال ارتباطها بأسماء فنادق ذات مستوى عالمي حيث يعتبر فندق "رونيسانس" أول فندق للمجموعة الأمريكية ماريوت في المغرب العربي و قد تم افتتاحه في 16 أفريل 2011 حيث استقبل فعاليات الافتتاح الدولي لتظاهرة تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية وكذا فعاليات الاختتام ، كما يعد " إيبيس" الذي افتتح في 2011/06/25 التابع لمجموعة أكورالدولية و مؤسسة سياحة الجزائرية الفندق الأول المتحصل على شهادة الإيزو في التنمية المستدامة ISO14001 و قد ساهم في استقبال العديد من جمهور التظاهرة حيث كان مشغولا بالكامل خلال أسبوع الافتتاح وكذا الاختتام (1) ، وبالتالي ساعدت هذه الاستثمارات على تشكيل بنية رئيسية قوية لمقصد سياحي دائم و قادر على تلبية حاجيات السياح الوطنيين فيما يخص العطل ، التسلية والترفيه من جهة ، و على الاستجابة لتوقعات الأسواق الدولية للأسفار من جهة أخرى .

كما سمحت معظم المشاريع الخاصة بالقطاع الثقافي(قصر المعارض، مسرح الهواء الطلق، قصر الثقافة ، السينما، ترميم 90 % من التراث المادي بالمدينة) بتدعيم و تنويع منتجات السياحة الثقافية بالمدينة .

ثانيا : أثر التظاهرة على الجاذبية السياحية

ساهمت التظاهرة من خلال مختلف فعالياتها و أنشطتها الثقافية في التعريف بمنطقة تلمسان ، بحضارتها ، تاريخها ، مختلف إمكاناتها و مواردها الأمر الذي أدى إلى تنشيط السياحة الداخلية و جذب سياح جدد هدفهم التعرف على مختلف عادات و تقاليد المجتمع التلمساني كما سمحت بزيادة معدل الحركة السياحية بالمناطق الأثرية ، و رغم نوعية التظاهرة الثقافية إلا أنها دعمت العرض السياحي الثقافي و شاركت في تكوين ديناميكية وجاذبية سياحية في إطار تنمية مستدامة هدفها الحفاظ على التراث المادي و غير المادي (2).

وكما شاركت هذه التظاهرة الثقافية في التعريف بالمنطقة سياحيا ، فمن خلال الحضور المكثف للأجانب سواء المشاركين في الفعاليات أو السياح أو الإعلاميين ساهمت كذلك في محو صورة اللامن المرتبطة بالجزائر جراء العشرية السوداء .

ثالثا : أثر التظاهرة على الثقافة السياحية

يمتلك سكان مدينة تلمسان مستوى ثقافي كبير يرجع لتاريخ مختلف الحضارات المتعاقبة على المنطقة ، و من خلال مشاركة السكان المحليين في مختلف الفعاليات و الأنشطة المنظمة في إطار التظاهرة سواء في التنظيم أو الحضور كجمهور زاد مستواهم الثقافي و وعيهم السياحي كونها سمحت بالتقاء شعوب مختلفة ذوو مكانة اجتماعية متباينة و ثقافات متنوعة (3)، مما يعمل على زيادة التطوير السياحي

(1) – Lors d'un entretien semi directif destiné aux directeurs des hôtels au niveau de la ville de Tlemcen.

(2)– Déclaration de Mr Boukli , directeur de l'office de tourisme Lors d'un entretien semi directif (Tlemcen , Avril 2012) .

(3)- Déclaration de Mr Bachiri .m , directeur de la direction du tourisme et d'artisanat , lors d'un entretien semi directif (Tlemcen , Avril 2012).

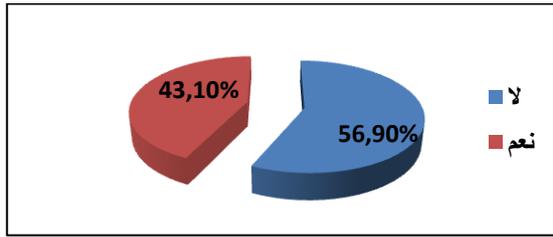
بالولاية كون الوعي السياحي يعتبر من أهم مؤشرات التنمية السياحية ، كما قام أعوان القطاع السياحي للولاية بنشر الثقافة السياحية لدى الأوساط الشبانية سواء من خلال اقتراح برامج دراسية عن أهمية الصناعة السياحية و كذا تنظيم رحلات إلى أهم المواقع التاريخية بالمدينة .

المطلب الثالث : تحليل نتائج الاستبيان

أولا : الجدولة البسيطة

س1 : هل زيارتكم لمدينة تلمسان هي لأول مرة ؟

جدول رقم (3-23) و الشكل رقم (3-05) : زيارة مدينة تلمسان سابقا

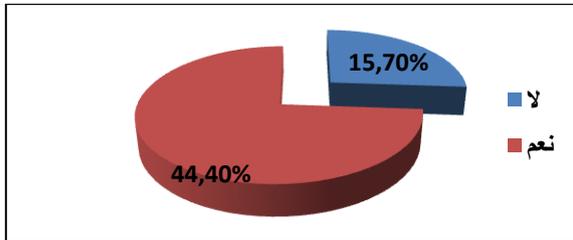


الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	66	43.1%
لا	87	56.9%
المجموع	153	100%

رغم أننا رغبنا في استجواب أكبر نسبة من السياح الذين زاروا المدينة سابقا لاستخلاص أهم التغييرات الهامة التي مست المدينة، إلا أن 56.9 % هم سياح لأول مرة أي أن التظاهرة ساهمت في جذب سياح جدد شغفهم اكتشاف المدينة التي كانت عاصمة للثقافة الإسلامية .

س2: هل تختلف زيارتكم الحالية لتلمسان مع زيارتكم السابقة ؟

جدول رقم (3-24) و الشكل رقم (3-06) : التغيير عن السنوات السابقة

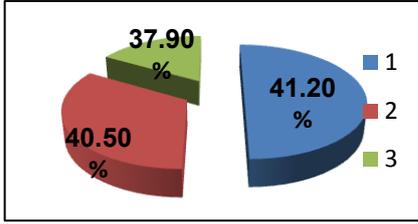


الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	68	44.4%
لا	24	15.7%

من ضمن السياح الذين زاروا تلمسان سابقا ، نجد أن 44.4 % يرون أن تلمسان تغيرت كثيرا بعد احتضانها للتظاهرة سواء من حيث البنية التحتية أو من حيث عدد الاستثمارات أو من حيث أماكن الترفيه بالإضافة للوعي السياحي ، في حين يجد 15.7 % أن تلمسان لم تتغير و معظمهم ممن يقضون مدة إقامتهم بالفنادق أو عند العائلات .

- تحديد الاختلاف :

جدول رقم (3-25) و الشكل رقم (3-07): التغييرات التي مست المدينة

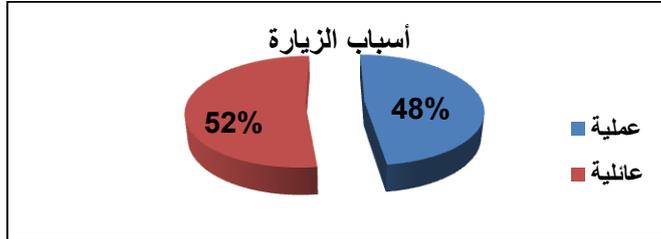


نوع التغيير	التكرار	النسبة
1- استثمارات جديدة و بنية تحتية قوية	63	41.2%
2- انفتاح و ثقافة سياحية	58	37.9%
3- أماكن ترفيه جديدة	62	40.5%

من خلال الجدول و حسب وجهة نظر السياح الذين زاروا تلمسان سابقا ، نستنتج أن 41.2 % يرون أن التغيير مس الاستثمارات و البنية التحتية كون تلمسان استفادت من استثمارات ساهمت في دعم و ترقية القطاع السياحي من فنادق و أماكن ترفيه و مطاعم مصنفة و كذا مشاريع ساهمت في تعزيز جاذبيتها السياحية من خلال مرافق ثقافية ضخمة على غرار مسرح الهواء الطلق و قصر المعارض و ترميم مختلف القصور الأثرية، كما أن 37.9% من السياح يرون أن التغيير مس السكان المحليين من خلال انفتاحهم و اكتسابهم لثقافة سياحية مما يكمل أطراف المعادلة السياحية .

س3 : عما تبحثون من خلال هذه الزيارة في ظل عدم اختلاف وضعية المدينة حاليا عن زيارتكم السابقة لها ؟

جدول رقم (3-26) و الشكل رقم (3-08): أسباب الزيارة

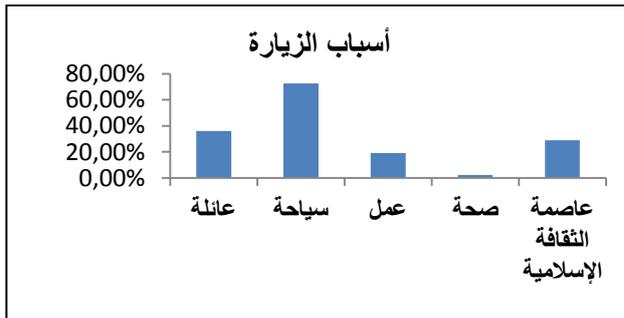


الأسباب	التكرار	النسبة
عائلية	12	7.8%
عملية	11	7.2%

من خلال الجدول يتضح أن معظم السياح الذين لم يلمسوا التغييرات الحاصلة في تلمسان بعد 2011 ، كانت أسباب زيارتهم للمدينة روتينية و متعلقة بالعمل أو العائلة .

س4: ما هي أسباب اختيارك لهذه المدينة ؟

جدول رقم (3-27) و الشكل رقم (3-09) : أسباب اختيار مدينة تلمسان

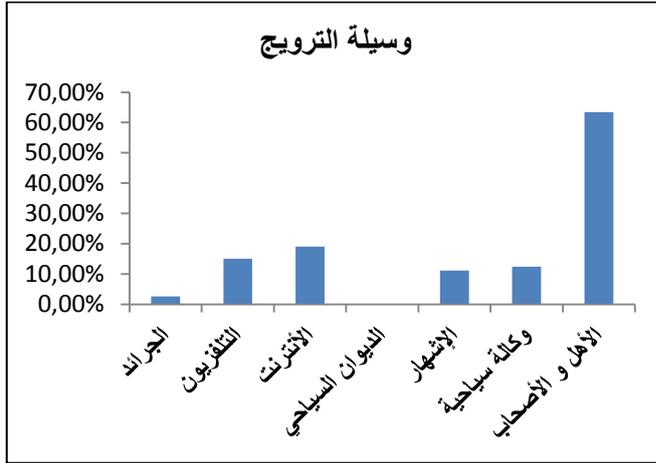


الأسباب	التكرار	النسبة
عائلة	55	35.9%
سياحة	111	72.5%
عمل	29	19.0%
صحة	3	2.0%
عاصمة للثقافة الإسلامية	44	28.8%

يظهر من الجدول أن تلمسان وجهة سياحية حيث أن الغرض من زيارة المدينة بنسبة 72.5 % للسياحة و 35.9 % لكون الوجهة عائلية ، و بنسبة 28.8 % استضافة تلمسان لتظاهرة العاصمة الثقافية الإسلامية التي ساهمت في شهرة المدينة على المستوى المحلي و الدولي و تشكل الأعمال سببا هاما للزيارة بنسبة 19 % و أخيرا الصحة بنسبة 2 % .

س5: من خلال أي وسيلة ترويجية تم اختياركم لمدينة تلمسان ؟

جدول رقم (3-28) و الشكل رقم (3-10) : وسيلة التعرف على المقصد السياحي لتلمسان

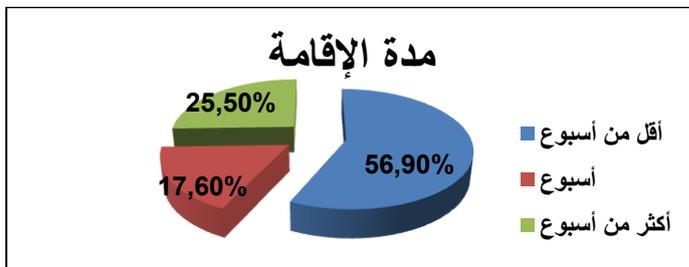


وسيلة الترويج	التكرار	النسبة
الجرائد	4	2.6%
التلفزيون	23	15.0%
الانترنت	29	19.0%
الديوان السياحي	0	0%
الإشتهار	17	11.1%
وكالة سياحية	19	12.4%
الأهل و الأصحاب	97	63.4%

تحتل الوسائل الترويجية أهمية خاصة في تنمية القطاع السياحي من خلال جذب السائح لزيارة المواقع السياحية و بالنسبة لسياح تلمسان نجد 63.4% من السياح تم زيارتهم لمدينة تلمسان من خلال ما سمعوه من أهلهم و أصحابهم عن المدينة ، في حين 19% اختاروا وجهتهم السياحية بالاعتماد على الانترنت ، يليها التلفزيون و الإشتهار و الجرائد بنسب 15% و 11.1% و 2.6% على التوالي ، أما الأجانب فاعتمدوا على الوكالات السياحية بنسبة 12.4% و نلاحظ غياب تام للديوان السياحي و أثره في جذب السياح حيث أن الهيئات المسؤولة على السياحة لا تعير لأداة الترويج أهمية مقارنة بالأدوات التسويقية الأخرى .

س6: ما هي مدة إقامتكم بمدينة تلمسان ؟

جدول رقم (3-29) و الشكل رقم (3-11) : مدة الإقامة



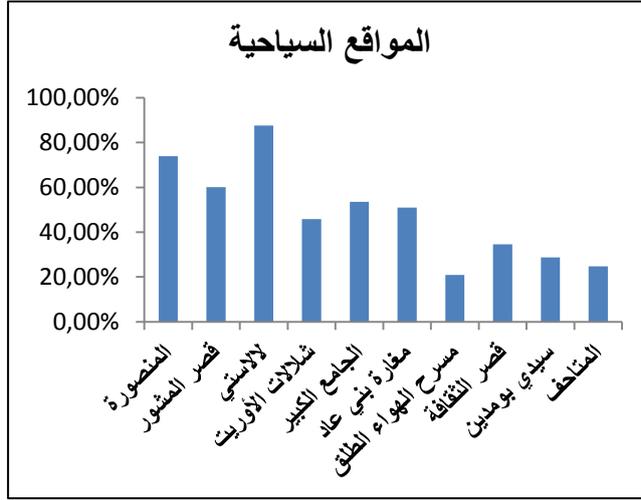
المدة	التكرار	النسبة
أقل من أسبوع	87	56.9%
أسبوع	27	17.6%
أكثر من أسبوع	39	25.5%
المجموع	153	100%

سياح مدينة تلمسان يقضون مدتهم السياحية كل حسب برنامجه حيث نجد أغلبهم بنسبة 56.9 % لأقل من أسبوع و هم من الجزائريين الذين اختاروا الفنادق الراقية كأماكن إقامة ، تليها نسبة 25.5 % لمدة أكثر من أسبوع و هم عمال أجانب يرتبطون بعقود عمل أو سياح جزائريين لأن الفترة تتوافق مع عطلة الصيف ، أما 17.6 % لمدة أسبوع .

س7: ما هي الأماكن السياحية التي فتمت زيارتها بمدينة تلمسان ؟

تعتبر المواقع السياحية أحد عناصر البيئة المادية لمدينة تلمسان و التي تدعم الخدمات السياحية الأخرى ، فالبيئة المادية لها تأثير واضح على إدراكات السائح الخاصة بتجربته السياحية حيث تضي نوع من الملموسية على الخدمات التي هي في الأصل غير ملموسة ، مما يعزز قدرة السائح على تقييم الخدمة السياحية و تشكيل انطباعاته على مدينة تلمسان و تاريخها و عرضها السياحي .

جدول رقم (30-3) و الشكل رقم (3-12) : زيارة المواقع السياحية لتلمسان



الموقع	التكرار	النسبة
المنصورة	113	73.9%
قصر المشور	92	60.1%
لالاستي	134	87.6%
شلالات الأوريت	70	45.8%
الجامع الكبير	82	53.6%
مغارة بني عاد	78	51.0%
مسرح الهواء الطلق	32	20.9%
قصر الثقافة	53	34.6%
سيدي بومدين	44	28.8%
المتاحف	38	24.8%

- تحتكر هضبة لالاستي أكبر نسبة من الزيارات قدرها 87.6 % وهذا راجع لوجود متاحف و مدينة ألعاب و بحيرة و خدمات سياحية (فندق 5 نجوم و عدة مطاعم) وكذا ضريح ابنة الولي الصالح عبد القادر الجيلالي " لالاستي " بالإضافة لغابة واسعة و مساحات شاسعة من الاخضرار كما يمكنك التمتع بمنظر خلاب يسمح لك برؤية المدينة بأكملها فهي تجمع بين السياحة البيئية و السياحة الثقافية و كذا سياحة الأعمال لتوفرها على فندق 5 نجوم به عدة قاعات خاصة بالمؤتمرات (1)؛

- تليها المنصورة المدينة الأثرية التي أسسها السلطان المريني أبو يعقوب بنسبة 73.9 % و هذا يرجع لشهرتها على المستوى المحلي و العالمي خاصة و أن منارتها يبلغ طولها 40 م و لها قرابة مع جيرة لمدنية شيبيلية و مع منارة حسان بالرباط ؛

- بنسبة 60.1 % قصر المشور الذي أعيدت تهيئته في إطار التحضير لتظاهرة تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية لتكسب بذلك تلمسان أحد المعالم التاريخية الهامة التي ترجع للحضارة الزيانية ويساهم هذا القصر الملكي الزياني في تعزيز الجاذبية السياحية لتلمسان كأحد منتجات السياحة الثقافية بالمدينة ؛

- تقدر نسبة الزيارات للجامع الكبير بنسبة 53.6 % و هذا يرجع من جهة لمكانته التاريخية كونه أسس من طرف يوسف ابن تاشفين مؤسس الدولة المرابطية و أضفى عليه يغمراسن مؤسس الدولة الزيانية أبعاده النهائية و من جهة أخرى لموقعه المتميز بوسط المدينة بالقرب من السوق الشعبي للمدينة " القيصرية " الذي كان مركزا رئيسيا للتبادلات التجارية بين شمال إفريقيا و أوروبا خاصة بين القرنين 13 و 16 ؛

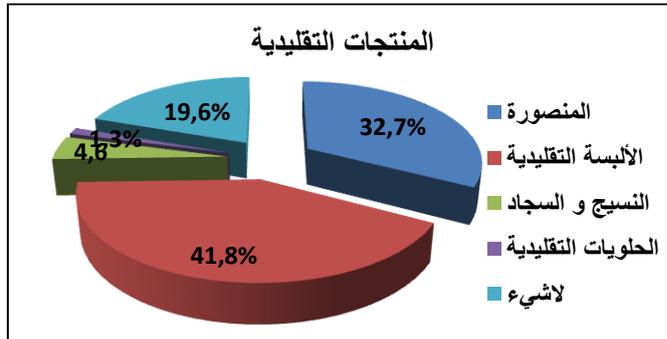
- تبلغ زيارات العينة المستجوبة لمغارات بني عاد المصنفة دوليا منذ 1982 ما نسبته 51 % و 45.8 % تمثل نسبة الزيارات لشلالات الأوريت التي تعتبر أحد منتجات السياحة البيئية ؛

(1) - أنظر الملحق رقم (06)

- تبلغ زيارات العينة المستجوبة بنسب متتالية 34.6% و 20.6% لقصر الثقافة و مسرح الهواء الطلق و قد تدعم بهما العرض الثقافي للمدينة في إطار التظاهرة ؛
- كمناطق أخرى ذكر السياح سيدي بومدين الولي الصالح للمدينة بنسبة 28.8% و المتاحف بنسبة 24.8% خاصة أن تلمسان استفادت من أربع متاحف في إطار تظاهرة تلمسان عاصمة الثقافة الإسلامية .

س8: ما هي المنتجات التقليدية التي اقتنتها من مدينة تلمسان ؟

جدول رقم (31-3) و الشكل رقم (3-13): المنتجات التقليدية التي اقتناها السياح من مدينة تلمسان



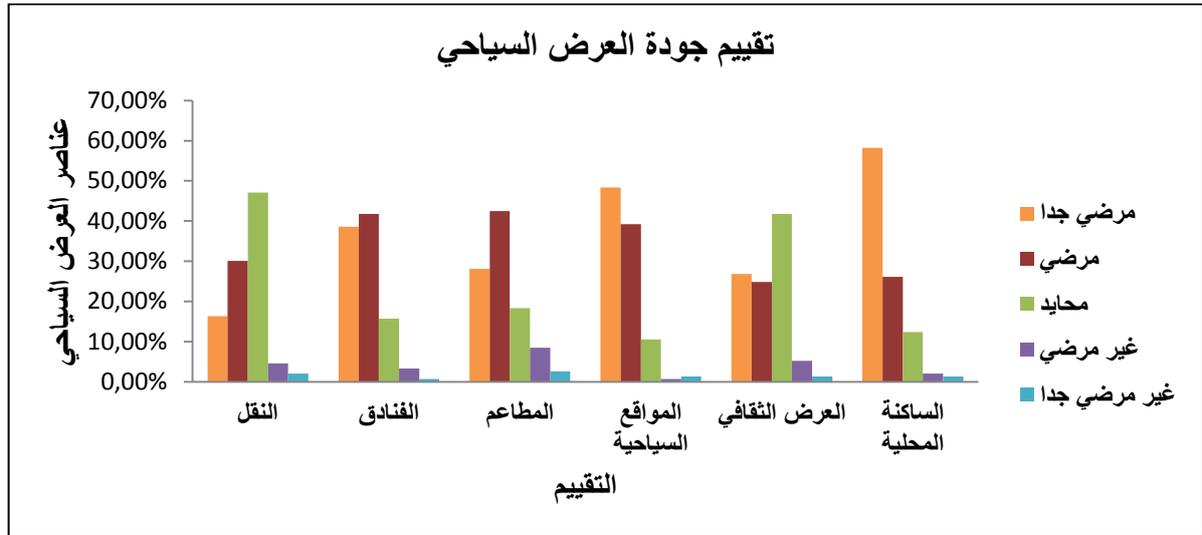
المنتجات التقليدية	التكرار	النسبة
المنصورة	50	32,7%
الألبسة التقليدية	64	41,8%
النسيج و السجاد	7	4,6%
الحلويات التقليدية	2	1,3%
لاشيء	30	19,6%
المجموع	153	100,0%

من خلال الجدول نلاحظ أن 41.8% من السياح يقتنون الألبسة التقليدية و من ضمنها الجلابة التي تعكس أصالة المرأة التلمسانية ، و 32.7% يقتنون المنصورة و هي علامة سياحية مرتبطة بالمدينة ، و بنسب ضئيلة 4.6% للنسيج و السجاد الذي تشتهر به المدينة و 1.3% للحلويات التقليدية (الكعك ، القريوش ...).

س9: ما هو تقييمكم لدرجة جودة العرض السياحي بتلمسان ؟

جدول رقم (32-3) و الشكل رقم (3-14): درجة جودة العرض السياحي

العرض السياحي	مرضي جدا		مرضي		محايد		غير مرضي		غير مرضي جدا	
	النسبة (%)	العدد	النسبة (%)	العدد						
النقل	16.3%	25	30.1%	46	47.1%	72	4.6%	7	2%	3
الفنادق و الإقامات السياحية	38.6%	59	41.8%	64	15.7%	24	3.3%	5	0.7%	1
المطاعم	28.1%	43	42.5%	65	18.3%	28	8.5%	13	2.6%	4
المواقع السياحية	48.4%	47	39.2%	60	10.5%	16	0.7%	1	1.3%	2
العرض الثقافي	26.8%	41	24.8%	38	41.8%	64	5.2%	8	1.3%	2
السكنة المحلية	58.2%	89	26.1%	40	12.4%	19	2.0%	3	1.3%	2



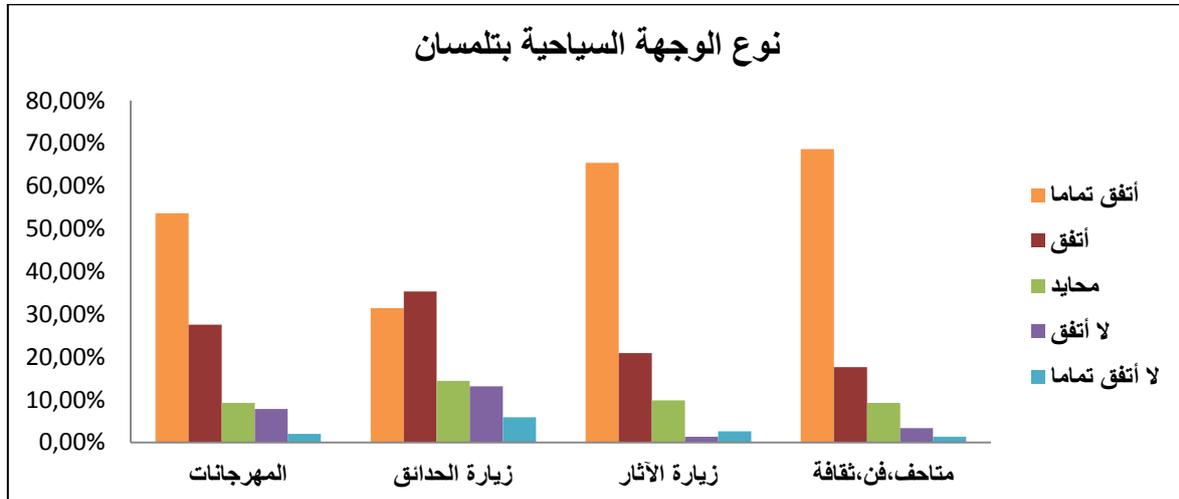
يعتبر المنتج السياحي العنصر الأساسي في المقصد السياحي و يضم عدة عناصر متشابكة و مكملة لبعضها البعض حيث يشمل كل من (النقل ، الإقامة ، الإطعام ، المواقع السياحية ، العرض الثقافي ، السكان المحليين) ، و تختلف آراء العينة المستجوبة بخصوص جودة العرض السياحي بمدينة تلمسان ، حيث نجد أن:

- 47.1% من العينة محايدين بالنسبة لخدمة النقل حيث يفضل معظم السياح استعمال سياراتهم الخاصة في حين يجدها مرضية 30.1% من السياح ؛
- بالنسبة للفنادق فأغلب العينة المستجوبة راضية عنها بنسبة 41.8% و يتركز انجذابهم نحو الفنادق الجديدة التي استقادت منها تلمسان في سنة 2011 و على غرار Ibis الذي يقصده معظم رجال الأعمال ، يتجه اختيار معظم العائلات التي استجوبناها إلى فندق Renaissance باعتباره فندق سياحي و عائلي و كذا لتوفره على حوض سباحة و حمام صونا ؛
- معظم السياح راضين عن المطاعم خصوصا المتواجدة داخل الفنادق على غرار مطعم البستان بفندق Renaissance في حين نجد 8.5% من العينة غير راضين عن خدمة الإطعام و هذا راجع لقلة المطاعم المتخصصة في الطبخ التقليدي الخاص بالمنطقة ؛
- بخصوص المواقع السياحية فالسياح راضين عنها جدا بنسبة 48.4% و هذا راجع لتنوعها و ارتباطها بعدة حضارات متعاقبة في حين ترجع النسبة القليلة غير الراضية عن المواقع إلى نقص الخدمات السياحية و الإهمال الذي مس شلالات الأوريت و كذا مغارة بني عاد المصنفة دوليا منذ سنة 1982 ؛
- بالنسبة للعرض الثقافي فمعظم العينة المستجوبة محايدة بنسبة 41.8% و هذا راجع لعدم تصادف مدة إقامتها مع حفلات فنية أو مهرجانات أو عروض ثقافية و كذا لنقص الإعلام و الترويج لها ، كما نجد 26.8% راضين تماما و هم الدين تابعوا أحد الفعاليات الثقافية بالمدينة خصوصا حفل افتتاح التظاهرة ؛
- بالنسبة للسكان المحليين فأغلب العينة المستجوبة راضية تماما بنسبة 58.2% و هذا راجع لكون سكان تلمسان ذوو ثقافة عالية .

س10 : حسب وجهة نظركم ، تلمسان وجهة خاصة ب :

جدول رقم (3-33) و الشكل رقم (3-15) : نوع الوجهة السياحية بتلمسان

لا اتفق تماما		لا اتفق		محايد		اتفق		اتفق تماما		الاقتراحات
3	2%	12	7.8%	14	9.2%	42	27.5%	82	53.6%	المهرجانات /المعارض
9	5.9%	20	13.1%	22	14.4%	54	35.3%	48	31.4%	زيارة الحدائق
4	2.6%	2	1.3%	15	9.8%	32	20.9%	100	65.4%	زيارة الآثار
2	1.3%	5	3.3%	14	9.2%	27	17.6%	105	68.6%	متاحف، فن ، ثقافة



من خلال الجدول نلاحظ أن معظم العينة المستجوبة اتفقت على كون تلمسان مدينة للثقافة ، للفن و للآثار ، حيث نجد :

- 68.6 % من العينة المستجوبة تتفق تماما على أن وجهة تلمسان هي وجهة خاصة بالمتاحف ، بالفن و بالثقافة ؛

- 65.4 % يتفقون تماما على أنها مدينة أثرية و هذا راجع لاحتوائها على أكثر من 75 % من التراث العربي الإسلامي ؛

- و تعتبر وجهة خاصة بالمهرجانات و المعارض بنسبة 53.6 % فعلى غرار مهرجان الكرز السنوي و مهرجان الأغنية الأندلسية و مهرجان القراءة في احتفال و الفعاليات المنظمة طيلة السنة من أسابيع ثقافية و عروض مسرحية قد تسمح الاستثمارات الجديدة من قصر للمعارض و مسرح هواء الطلق و قصر الثقافة ... إلى تحويل المقصد التلمساني إلى مقصد خاص بسياحة المهرجانات التي حققت مؤخرا نموا سريعا لما لها من أثر في تكوين الوجهات السياحية من خلال قدرتها على زيادة حجم الحركة السياحية على العديد من المواقع السياحية ؛

- في حين يرى ما نسبته 31.4 % من العينة المستجوبة أن مدينة تلمسان وجهة خاصة بزيارة الحدائق حيث تتجه أنظار معظم سياح تلمسان نحو هضبة لالاستي التي تمت إعادة تهيئتها و استفادتها من عدة مرافق خدمية مكملة .

كما يمكن استخلاص أن تظاهرة تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية سمحت بإلقاء الضوء على معالم تلمسان الأثرية و ساهمت بالتعريف عن ثقافتها و فنها و منتجاتها الثقافية و بذلك روجت للسياحة الثقافية كمنتج من المنتجات السياحية بالمدينة .

س11 : هل تعلمون أن تلمسان طيلة سنة 2011 احتضنت " تظاهرة تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية " ؟

جدول رقم (3-34) و الشكل رقم (3-16) : معرفة السياح بأن تلمسان استضافت التظاهرة الدولية " تلمسان عاصمة الثقافة الإسلامية لسنة 2011 " .



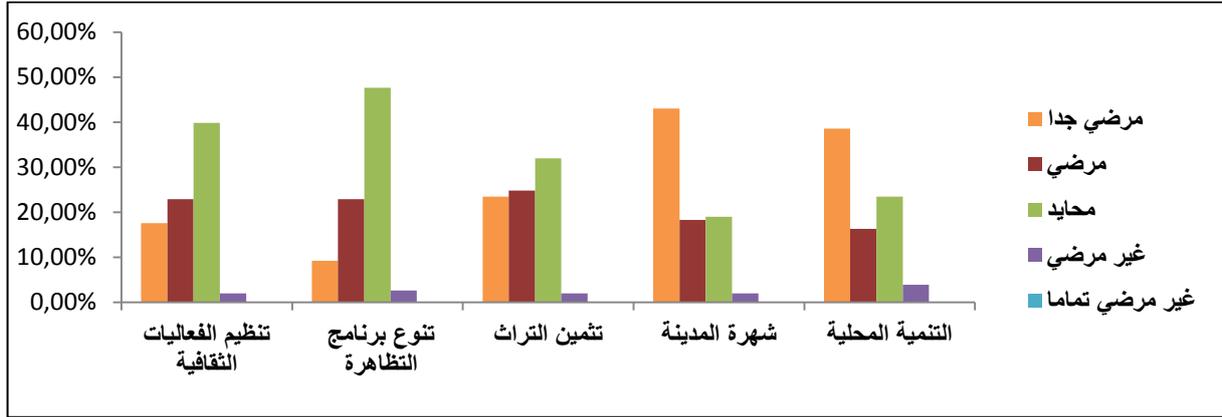
الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	126	82.4%
لا	27	17.6%
المجموع	153	100%

نلاحظ أن 82.4% من العينة المستجوبة على علم بتظاهرة تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية لسنة 2011 و هذا راجع لكون التظاهرة دولية و ذات صدى عالمي حيث شاركت فيها 29 دولة أجنبية بالإضافة لمشاركة 47 ولاية محلية ، في حين و بنسبة قليلة تقدر بـ 17.6% لا يعلمون بالتظاهرة و هم سياح قصدوا وجهة تلمسان لأول مرة.

س12: ما هو تقييمكم لهذه التظاهرة الثقافية ؟

جدول رقم (3-35) و الشكل رقم (3-17) : تقييم السياح لتظاهرة تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية .

الاقتراحات		مرضي جدا		مرضي		محايد		غير مرضي		غير مرضي تماما	
تنظيم الفعاليات الثقافية	27	17.6%	35	22.9%	61	39.9%	3	2.0%	0	0%	
تنوع برنامج التظاهرة	14	9.2%	35	22.9%	73	47.7%	4	2.6%	0	0%	
استغلال و ترميم التراث	36	23.5%	38	24.8%	49	32.0%	3	2.0%	0	0%	
شهرة المدينة	66	43.1%	28	18.3%	29	19.0%	3	2.0%	0	0%	
التنمية المحلية	59	38.6%	25	16.3%	36	23.5%	6	3.9%	0	0%	



أغلب السياح الذين هم على علم بالتظاهرة فضلوا الحياد لعدم تمكنهم من حضور فعالياتاتها و هذا راجع لنقص الإعلام و الترويج عن مختلف العروض و الأحداث الثقافية أما بالنسبة للتقييم فنجد أن :

- 22.9 % فقط راضين عن تنظيم الفعاليات الثقافية في حين نجد أن 2 % غير راضين عن التنظيم و هذا راجع لنقص الوسائل الترويجية المستعملة للإعلام عن الفعاليات الثقافية ؛
- 22.9 % كذلك راضين عن تنوع برنامج التظاهرة الذي سلب الضوء على التراث المادي و غير المادي ؛

- بنسبة 24.8 % نجد أن السياح راضين عن دور التظاهرة في استغلال و تثمين التراث حيث أن استضافة تلمسان لهذه التظاهرة سمحت بترميم معظم المعالم الأثرية و كذا تهيئتها و تجديدها و توفير الخدمات السياحية بها ؛

- بالنسبة لشهرة المدينة ف 43.1 % راضين تماما عن دور التظاهرة في التعريف بالمدينة و إمكانياتها السياحية و الثقافية و كذا إعادة الاعتبار لتراثها كما ساهمت في جذب سياح جدد هدفهم التعرف عن عاصمة الثقافة الإسلامية ، حيث سمحت التظاهرة بالتعريف بمدينة تلمسان على المستوى الوطني و كذا العالمي مما قد يفتح المجال أمام الاستثمارات الأجنبية ؛

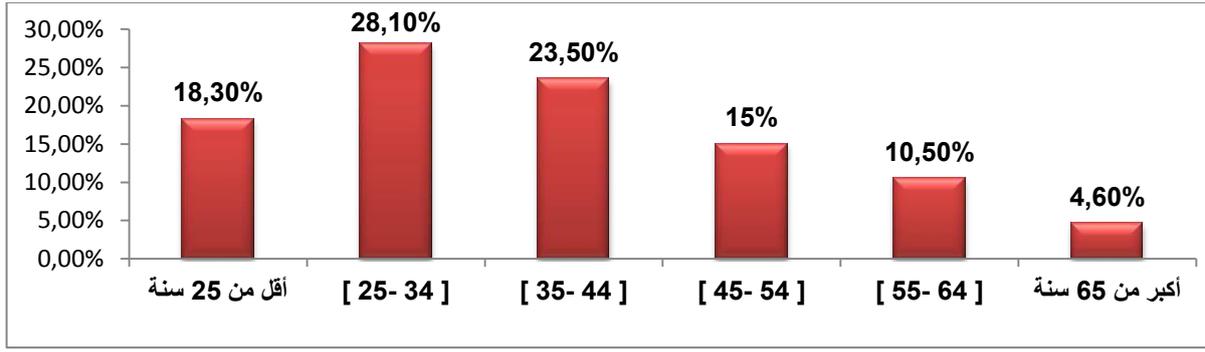
- 38.6 % راضين تماما عن أثر التظاهرة الإيجابي في التنمية المحلية في المنطقة ، ففي إطار التحضير للتظاهرة استفادت الولاية من عدة مشاريع ، منها فنادق ذات شهرة عالمية و مطاعم مصنفة و مسارح جهوية و قصر للمعارض و قصر للثقافة و مكتبة بكل بلدية على غرار إعادة تهيئة المكتبة الولائية و كذا متاحف جديدة و إعادة فتح سينما الكوليزي ، كما سمحت بترميم المعالم الأثرية و باكتشاف آثار جديدة من ضمنها القصر الزياني ...و يساهم مجموع هذه الاستثمارات في النمو و التنوع الاقتصادي و تحقيق التوازن الداخلي و الخارجي و زيادة معدلات التوظيف .

تحليل المعلومات الخاصة بالعينة

1. السن : يتضح أن أغلب سياح تلمسان من الفئة الشبابية بنسبة 28.1 % ، حيث نستنتج قدرة المدينة على جذب سياح تختلف أعمارهم كما هو موضح في الجدول و الشكل الموالي :

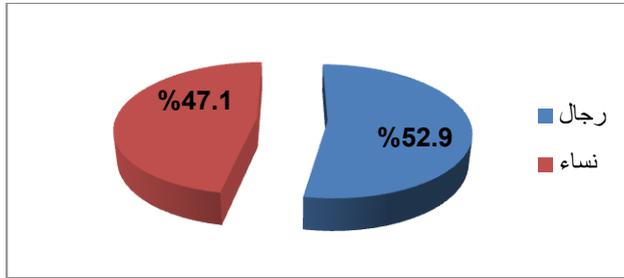
الجدول رقم (3-36) و الشكل رقم (3-18) : تمثيل أفراد العينة حسب السن

المجموع	السن					أقل من 25 سنة
	أكبر من 65 سنة	[64 -55]	[54 -45]	[44 -35]	[34 -25]	
%100	%04.6	%10.5	%15	%23.5	%28.1	%18.3



2. الجنس : 52.9% من العينة المستجوبة رجال في حين تمثل النساء ما يقدر ب 47.1% كما هو موضح في الجدول و الشكل الموالي :

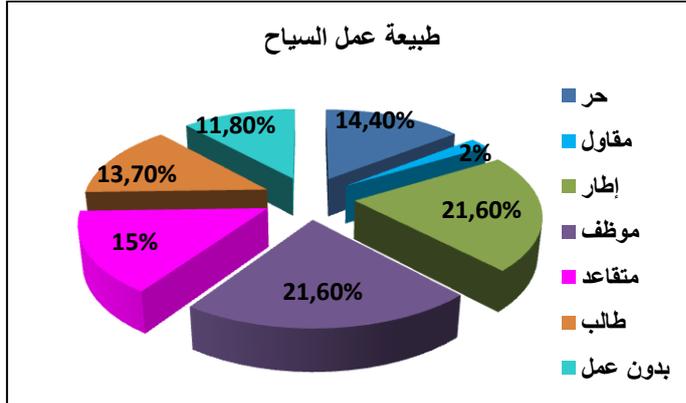
الجدول رقم (3-37) و الشكل رقم (3-19) : تمثيل أفراد العينة حسب الجنس



الجنس	التكرار	النسبة
رجال	81	52.9%
نساء	72	47.1%
المجموع	153	100%

3. المهنة :

الجدول رقم (3-38) و الشكل رقم (3-20) : تمثيل أفراد العينة حسب طبيعة عملهم

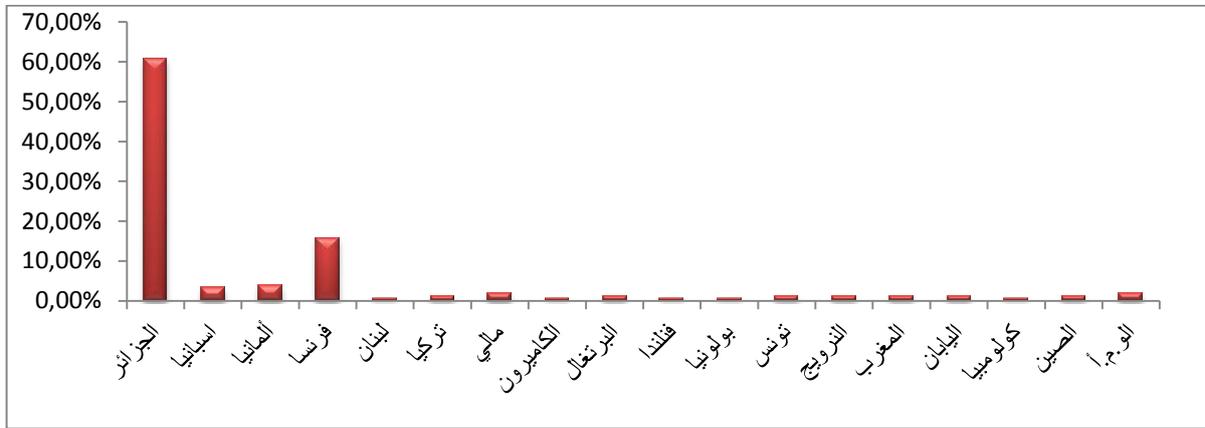


العمل	التكرار	النسبة
حر	22	14.4%
مقاول	3	2.0%
إطار	33	21.6%
موظف	33	21.6%
متقاعد	23	15.0%
طالب	21	13.7%
بدون عمل	18	11.8%
المجموع	153	100%

من خلال الشكل يتضح بالنسبة للحالة المهنية ، أن 21.6% من السياح هم من الإطارات السامية و نفس النسبة من الموظفين و يشكلان أكبر نسبة و هذا راجع للمستوى المعيشي ، تليها نسبة المتقاعدين بنسبة 15% و هذا راجع للهدوء الذي يميز المدينة ، ثم الأعمال الحرة بنسبة 14.4% و الطلاب بنسبة 13.7% ، تليها نسبة البطالين ب 11.8% و أخيرا المقاولين بنسبة 2%.

4. الجنسية : من خلال الجدول و الشكل المواليين سنحاول توضيح جنسيات مختلف سياح تلمسان
الجدول رقم (3-39) و الشكل رقم (3-21) : توزيع السياح حسب الجنسيات

الدولة	التكرار	النسبة
الجزائر	93	%60.8
فرنسا	24	%15.7
ألمانيا	6	%3.9
إسبانيا	5	%3.3
الو.م.أ	3	%2
مالي	3	%2
تركيا	2	%1.3
البرتغال	2	%1.3
تونس	2	%1.3
المغرب	2	%1.3
الترويج	2	%1.3
اليابان	2	%1.3
الصين	2	%1.3
لبنان	1	%0.7
بولونيا	1	%0.7
فنلندا	1	%0.7
كولومبيا	1	%0.7
الكاميرون	1	%0.7



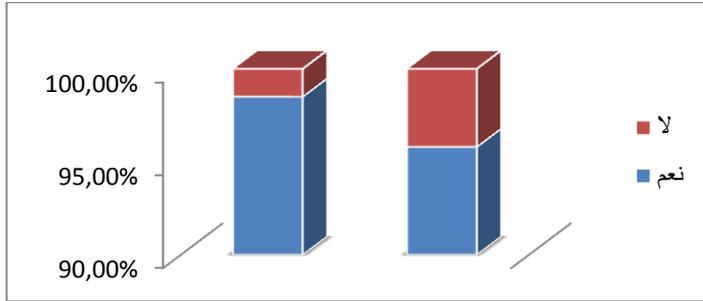
أغلب السياح الأجانب من فرنسا بنسبة 15.7% و هم من المتقاعدين الباحثين عن الراحة و اكتشاف الأماكن الأثرية الراجعة للحضارات القديمة ، تليها ألمانيا و إسبانيا بنسب 3.9% و 3.3% على التوالي حيث تربطهم علاقات عمل مع مؤسسات محلية و كذا في إطار مشروع تحلية مياه البحر ، و نجد تنوع كبير في جنسيات السياح كما تم توضيحه من خلال الجدول و الشكل السابقين مما يجعلنا نستخلص أن تلمسان وجهة عالمية .

ثانيا :الجدولة المتقاطعة

1-الجدول المتقاطع س2 و س13 : نبحت من خلاله عن مدى مساهمة التغييرات التي مست المدينة في دفع السائح لمعاودة زيارة المدينة .

س2 : هل تختلف زيارتكم الحالية لمدينة تلمسان مع زيارتكم السابقة للمدينة ؟
س13: هل لديكم الرغبة مستقبلا ، لمعاودة زيارة المدينة ؟

جدول رقم (3- 40) و الشكل رقم (3- 22) : تمثيل العلاقة بين التغييرات التي مست تلمسان و الوفاء للمدينة كوجهة سياحية



المجموع	الوفاء		التغيير
	لا	نعم	
%100	%1.5	%98.5	نعم
%100	%4.2	%95.8	لا

أغلب السياح الذين لاحظوا التغييرات الهامة التي مست مدينة تلمسان في إطار تحضيرها لاحتضان تظاهرة عاصمة الثقافة الإسلامية يرغبون في العودة مجددا لزيارة المدينة بنسبة 98.5 % في حين يبقى السياح الذين لم يلاحظوا وجود تغييرات أوفياء للمدينة كوجهة سياحية بنسبة 95.8% إذن سائح تلمسان وفي لوجهته السياحية .

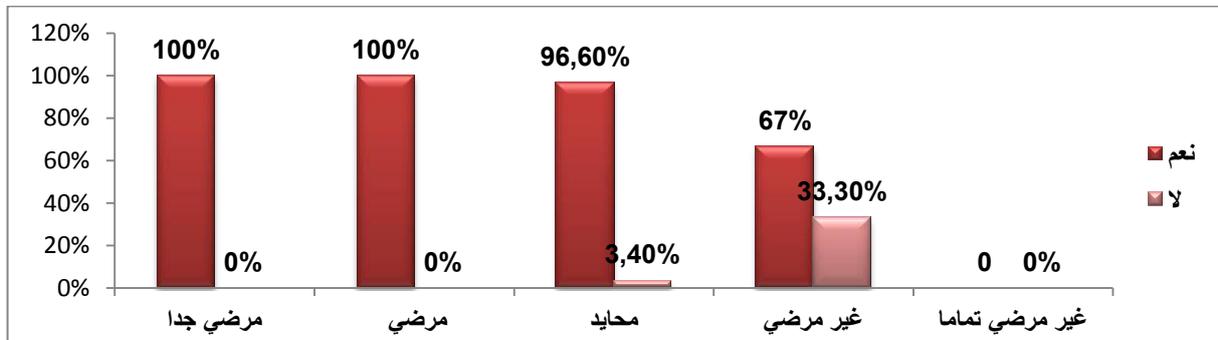
2 - الجدول المتقاطع س12- س14 : معرفة تأثير التظاهرة على توجهات السياح المستقبلية .

س12 : ما هو تقييمكم لهذه التظاهرة الثقافية ؟

س14 : هل ستقومون باقتراح مدينة تلمسان كوجهة سياحية على أصدقائكم و معارفكم ؟

جدول رقم (3- 41) و الشكل رقم (3- 23) : تأثير الرضى من التظاهرة على اقتراح تلمسان كوجهة سياحية

تأثير التظاهرة على صورة و شهرة المدينة										
س14	مرضي جدا		مرضي		محايد		غير مرضي		غير مرضي تماما	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
نعم	%100	66	%100	28	%96.6	28	%0	0	%0	0
لا	%0	0	%33.3	1	%3.4	1	%0	0	%0	0

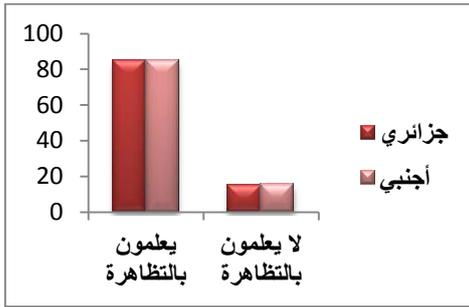


محايدين بخصوص النقل بنسبة 52.25 % لاستعمالهم السيارات الخاصة بهم ، كما نجدهم محايدين بخصوص العرض الثقافي بنسبة 40.54 % سواء لعدم تزامن موعد زيارتهم مع فعاليات ثقافية و كذا لضعف الإعلام و الترويج الخاص بالفعاليات الثقافية.

4- **الجدول المتقاطع س11 و س15** : لمعرفة مدى التظاهرة و شهرتها سواء على المستوى المحلي أو الأجنبي .

س11: هل تعلمون أن تلمسان طيلة سنة 2011 احتضنت " تظاهرة تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية" ؟
س15 : الجنسية .

جدول رقم (3-43) و الشكل رقم (3-25) : العلاقة بين جنسية السائح و علمه بالتظاهرة .



		معرفة التظاهرة		الجنسية
		لا	نعم	
المجموع	%100	%15.1	%84.9	جزائري
	%100	%15.21	%84.78	أجنبي

أغلب سياح تلمسان سواء الأجنبي أو المحليين يعلمون أن تلمسان احتضنت تظاهرة عاصمة الثقافة الإسلامية بنسب متقاربة تقدر ب 84 % كون التظاهرة ذات صدى وطني و دولي ، و قلة من السياح سواء جزائريين أو أجنبي بنسبة 15 % لا يعلمون بالتظاهرة .

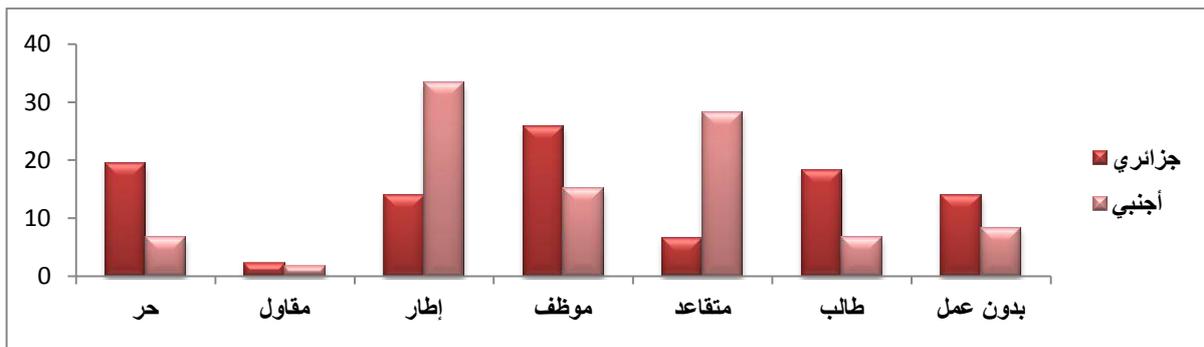
5- **الجدول المتقاطع س15-س18** : معرفة طبيعة عمل السياح المحليين و كذا الأجنبي

س15 : الجنسية

س18 : الوظيفة

جدول رقم (3-44) و الشكل رقم (3-26) : معرفة طبيعة عمل السياح المحليين و كذا الأجنبي

الوظيفة							الجنسية
بدون عمل	طالب	متقاعد	موظف	إطار	مقاول	حر	
%13.97	%18.27	%6.45	%25.80	%13.97	%2.15	%19.35	جزائري
%8.33	%6.66	%28.33	%15	%33.33	%1.66	%6.66	أجنبي



تختلف طبيعة عمل السياح سواء كانوا محليين أو أجنب ، حيث نجد أغلب السياح الأجانب إدارات بنسبة 33.33 % و تليها 28.33 % متقاعدين و 15 % موظفين ، في حين أغلب السياح المحليين موظفين بنسبة 25.80 % تليها 19.35 % أعمال حرة و 18.27 % طلاب و 13.97 % إدارات و بنسبة قليلة 6.45 % متقاعدين ..

المطلب الرابع : تحليل نتائج الدراسة الميدانية

من خلال الدراسة الوثائقية ، قمنا باستخلاص النتائج التالية :

- تعد تلمسان هدفا للزيارة على مدار العام و خصوصا في فصل الصيف و هي غنية بتراتها و تاريخها و شواطئها و جمالها الطبيعي و اكتساء معظم سهولها و جبالها بالأشجار و الغابات الكثيفة ؛
- تركز الإستراتيجية السياحية بالمنطقة على السياحة الشاطئية التي هي مصدر جذب 5 ملايين مصطاف سنويا ، من خلال رفع عدد الشواطئ المحروسة و تسجيل دراسات و عمليات تهيئتها ؛
- يتطور التدفق السياحي بوتيرة ثابتة تقريبا لذلك يجب العمل على تنشيط السياحة بالولاية خارج الموسم الصيفي من خلال تطوير منتجات سياحية جديدة ؛
- لاحظنا أن معظم الوكالات السياحية بتلمسان لا تقوم بترويج وجهة تلمسان كوجهة سياحية إلا أن سنة 2012 تم ظهور توجهات جديدة لوكالات سياحية جديدة تركز على السياحة الداخلية من خلال استغلال مواقع الجذب التاريخية و الأثرية و كذا الدينية و تتوجه نحو السياحة الثقافية للاستجابة لتطلعات السياح المتجددة ؛
- لا يكفي أن يكون هناك مناطق أثرية أو تعدد الفعاليات الثقافية لتطوير السياحة الثقافية ، إن السياحة تتطلب مجموعة من العوامل ابتداء من العناصر الأساسية (تطوير عناصر الجذب الطبيعية أو الثقافية) بالإضافة لتطوير المرافق و الخدمات السياحية (الإيواء، المطاعم، النقل) و التأكيد على التنوع و التجدد ؛
- استضافت تلمسان طيلة سنة 2011 تظاهرة " عاصمة الثقافة الإسلامية " سمحت بتدعيم صورتها على المستوى الدولي ، الوطني و المحلي كون التظاهرة شهدت مشاركة 41 دولة أجنبية و كل الولايات الجزائرية و تم تنظيم 12 ملتقى دولي ، 8 مهرجانات ثقافية مرسمة ، 10 معارض ، نشر 365 عنوان بخصوص التراث الثقافي ، إنتاج 35 فيلم حول تاريخ و تراث و أعلام مدينة تلمسان ، إخراج 19 مسرحية الأمر الذي سمح بتدعيم العرض الثقافي بالمنطقة ؛

في حين سمح تحليلنا لبيانات الدراسة النوعية و الكمية بتأكيد الفرضيات الثلاثة الخاصة بدراسة الحالة :

- تم تأكيد الفرضية الأولى القائمة على أن التظاهرة سمحت بزيادة المنشآت و المرافق السياحية ، حيث يتفق أعوان القطاع الثقافي و السياحي على كون تظاهرة " تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية " سمحت بتدعيم العرض السياحي من خلال عدة فنادق مصنفة و راقية جديدة على غرار **Renaissance** و **Ibis** و **Pomaria** و عدة مطاعم مصنفة مختصة في الطبخ التقليدي الخاص بالمنطقة و تدعيم العرض الثقافي من خلال عدة مشاريع كبرى (قصر الثقافة ، قصر المعارض ، مسرح الهواء الطلق ، مركز الدراسات الأندلسية ، سينما و عدة متاحف) و ترميم 90 % من التراث المادي ، و هو الأمر الذي أكدته العينة المستجوبة كونها راضية جدا عن الفنادق بنسبة 38.6 % و عن المطاعم بنسبة 42.5 % و راضية عن العرض الثقافي بنسبة 26.8 % و تتفق على كون تلمسان مدينة للفن للثقافة و المتاحف

بنسبة 68.6%، كما أوضح 44.4% من العينة المستجوبة أن تلمسان شهدت تغييرات عديدة من ضمنها البنية التحتية القوية ، عدد الاستثمارات و أماكن الترفيه و زيادة الوعي السياحي ؛

■ كما تم تأكيد الفرضية الثانية و التي تنص على أن التظاهرة ساهمت في تعزيز جاذبية المقصد السياحي التلمساني حيث أكد كل من أعوان القطاع الثقافي و كذا السياحي على أن التظاهرة سمحت بالتعريف بمنطقة تلمسان ، بحضارتها ، بتاريخها ، بمختلف إمكاناتها و مواردها السياحية الأمر الذي أدى إلى تنشيط السياحة الداخلية و جذب سياح جدد و هو ماتأكد فعلا من خلال نتائج الاستبيان حيث 56.9% من العينة المستجوبة هم سياح قصدوا تلمسان لأول مرة ، كما أن 28.8% من العينة المستجوبة كان سبب اختيارهم لتلمسان راجع للتظاهرة الدولية ، و قام كل السياح الراضين عن آثار التظاهرة بخصوص شهرة المدينة و صورتها باقتراح تلمسان كوجهة سياحية على أقاربهم و أصحابهم بنسبة 100% ؛

■ أما بخصوص الفرضية الثالثة و الخاصة بمساهمة تظاهرة تلمسان كعاصمة للثقافة الإسلامية في زيادة الثقافة السياحية للسكان المحلية فقد تم تأكيدها كذلك سواء من خلال أعوان القطاع السياحي و الثقافي الذين أشاروا للمستوى التاريخي و الثقافي الكبير لسكان المنطقة كونهم شهدوا عدة حضارات متعاقبة و كذلك سمحت التظاهرة بانفتاحهم و زيادة وعيهم الثقافي من خلال مشاركتهم و حضورهم في مختلف الفعاليات الثقافية المنظمة في إطار التظاهرة ، و هو الأمر الذي جعل العينة المستجوبة راضية جدا عن الساكنة المحلية بنسبة 58.2% .

خاتمة الفصل :

قمنا من خلال هذا الفصل بتقديم عام لولاية تلمسان من ناحية الموارد السياحية و الهياكل القاعدية كما تطرقنا لعرض مفصل عن تظاهرة " تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية " و حاولنا من خلال الدراسة الميدانية تبيان الأثر الإيجابي لهذه التظاهرة الدولية على التطوير السياحي سواء من خلال المقابلات نصف الموجهة لأعوان القطاع السياحي و الثقافي أو الاستبيان الموجه لعينة من سياح مدينة تلمسان .

حيث ساهمت تظاهرة تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية عبر مختلف فعالياتها الثقافية المقترحة طيلة سنة 2011 في زيادة الجاذبية السياحية للمنطقة و زيادة شهرتها على المستوى المحلي و العالمي كونها دعمت العرض السياحي الثقافي لتلمسان من خلال تنشيط و استغلال مختلف المواقع الأثرية و كذا إشراك السكان المحليين سواء من ناحية العرض (فنادق ، مطاعم، حرفيين) أو من ناحية الطلب (زوار و مشاركين) و بالتالي تطوير الحركة السياحية .

استطاعت السياحة أن تصبح الصناعة التصديرية الأولى في العالم و أن تحتل مكانا متميزا بين الأنشطة الاقتصادية الأخرى، حيث تضاعف عدد السياح من 25 مليون سائح سنة 1950 إلى 980 مليون سائح سنة 2011 و العدد مرشح ليبلغ عتبة المليار سائح سنة 2012 كما حققت هذه الصناعة إيرادات خيالية لدول متطورة و نامية على حد سواء حسب ما توضحه التقارير السنوية للمنظمة العالمية للسياحة .

لذلك أصبحت فنون الجذب السياحي مضمرا يتبارى فيه العديد من البلدان التي تعول على السياحة كمصدر للدخل الفردي و الوطني ، وبحثا عن جذب السائح كمرحلة أولى و زيادة فترة إقامته و كذا محاولة تلبية طلباته و توقعاته المتجددة لكسب وفائه عملت مختلف الدول السياحية على تنويع العرض السياحي ليشمل منتجات جديدة كالسياحة الثقافية التي عرفت تطورا ملحوظا خلال العشرين سنة الأخيرة من خلال الترويج لتراثها المادي و غير المادي و التي أصبحت تشكل 40 % من السوق السياحي الدولي .

وكون الجزائر تبحث عن الارتقاء بالصناعة السياحية و إيجاد مكان لها في الخريطة السياحية الدولية من خلال إستراتيجية المخطط الوطني للتهيئة السياحية الذي يعكس إرادة الدولة في النهوض بهذا القطاع ، قمنا من خلال بحثنا بالتركيز على التظاهرات الثقافية كأحد المنتجات غير المادية للسياحة الثقافية التي من الممكن أن تشكل الميزة التنافسية للسياحة الجزائرية و تقلل من ارتباط السياحة بالساحل ، حيث تمحورت إشكالية بحثنا حول " دور التظاهرات الثقافية في التطوير السياحي " و قد حاولنا من خلال ثلاث فصول معالجة الإشكالية من كافة الجوانب ، بدءا من استعراض معظم المفاهيم المتعلقة بالسياحة و السائح و كذا بالسياحة الثقافية و السائح الثقافي و التسويق الخاص بالمنتجات الثقافية، ثم تطرقنا لمكانة السياحة الثقافية ضمن المقصد السياحي الجزائري من خلال تحليل إستراتيجية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025 و البحث عن مجمل المهرجانات السياحية و الفعاليات الثقافية المنظمة في الجزائر و مدى استغلالها من طرف السلطات المعنية للنهوض بالقطاع السياحي و قد حاولنا قياس الأثر الإيجابي للفعاليات الثقافية ميدانيا من خلال تحليل دور تظاهرة تلمسان كعاصمة للثقافة الإسلامية في تطوير القطاع السياحي بالمنطقة و ذلك من خلال مقابلات مع أعوان القطاع السياحي و الثقافي و كذا استبيان موجه للسياح .

نتائج اختبار الفرضيات :

من أجل الإجابة على إشكالية البحث المطروحة و الأسئلة الفرعية المنبثقة منها تم وضع مجموعة من الفرضيات و التي تم اختبارها فيما يلي :

- 1- بخصوص الفرضية الأولى و التي مفادها أن الفعاليات الثقافية من أهم عوامل ثراء الوجهة السياحية ، فقد تم التأكيد من خلال بحثنا على أن تألق القطاع الثقافي يساهم في جاذبية الوجهات السياحية كما أن التميز في سوق السياحة الثقافية يفرضه التركيز على التراث الثقافي غير المادي و استغلاله سياحيا كما تحتل السياحة الثقافية ثلثي إجمالي النشاط السياحي في العالم ؛
- 2- أما الفرضية الثانية فقد افترضنا أن التظاهرات الثقافية تسمح بتعزيز جاذبية الوجهات السياحية و هو ما أكدناه من خلال بحثنا حيث تميزت السنوات الأخيرة بأهمية الأحداث الكبرى (الأحداث الرياضية و الثقافية و كذا المعارض) من حيث قدرتها غير العادية على جذب الزوار و جعل الدول المستضيفة كمناطق جذب للسياح ، كما أنها تعتبر من أهم عوامل :

- تقليل موسمية النشاط السياحي ؛
- إحياء التراث و تثمين جاذبيته ؛
- الجذب الأساسية للسياحة الداخلية ؛
- جذب سياح جدد و كسب وفائهم .

3- أما الفرضية الثالثة فقد نصت على أن الجزائر تمتلك موروث ثقافي عريق يسمح لها بتقديم عرض سياحي متميز ، و قد تأكد ذلك بالاستناد على المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية كون الجزائر تمتلك مقومات و عوامل جذب سياحية كبيرة و حضارة ضاربة التقدم تشهد أثارها المنتشرة في كافة أرجاء البلاد على أهميتها و درجة إسهامها في الموروث الثقافي العالمي، و بهذا الصدد تتميز الجزائر بمزايا كفيلة بتلبية الطلبات الأكثر تشددا في مجال السياحة الثقافية بفضل امتداد سبعة أقطاب سياحية ذات امتياز و تراث ثقافي يعكس تاريخ البلد بكل أبعاده الثقافية ؛

4- أما الفرضية الرابعة تمحورت حول مساهمة تظاهرة تلمسان كعاصمة للثقافة الإسلامية بترقية وجهتها السياحية وهو ما تأكد فعلا من خلال اتصالنا المباشر مع أعوان القطاع السياحي و الثقافي و السياح بالمنطقة ، حيث ساهمت التظاهرة بشكل كبير في التطوير السياحي (من خلال زيادة عدد الفنادق و المطاعم المصنفة ، الجاذبية السياحية ، رفع مستوى الثقافة السياحية سواء للسكان المحليين أو العاملين في المجال السياحي ، تهيئة مختلف المواقع السياحية ، زيادة عدد المرافق الثقافية ، فتح الباب أمام منتجات السياحة الثقافية و كذا سياحة المعارض)، للإجابة عن الفرضية الرئيسية الخاصة بدراسة الحالة قمنا باستنباط ثلاث فرضيات تم تأكيدها من خلال الدراسة الميدانية كالتالي :

■ تم تأكيد الفرضية الأولى القائمة على أن التظاهرة سمحت بزيادة المنشآت و المرافق السياحية ، حيث يتفق أعوان القطاع الثقافي و السياحي على كون تظاهرة " تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية " سمحت بتدعيم العرض السياحي من خلال عدة فنادق مصنفة و راقية جديدة على غرار **Renaissance** و **Ibis** و **Pomaria** و عدة مطاعم مصنفة مختصة في الطبخ التقليدي الخاص بالمنطقة و تدعيم العرض الثقافي من خلال عدة مشاريع كبرى (قصر الثقافة ، قصر المعارض ، مسرح الهواء الطلق ، مركز الدراسات الأندلسية ، سينما و عدة متاحف) و ترميم 90 % من التراث المادي ، و هو الأمر الذي أكدته العينة المستجوبة كونها راضية جدا عن الفنادق بنسبة 38.6 % و عن المطاعم بنسبة 42.5 % و راضية عن العرض الثقافي بنسبة 26.8 % و تتفق على كون تلمسان مدينة للفن للثقافة و المتاحف بنسبة 68.6 %، كما أوضح 44.4 % من العينة المستجوبة أن تلمسان شهدت تغييرات عديدة من ضمنها البنية التحتية القوية ، عدد الاستثمارات و أماكن الترفيه و زيادة الوعي السياحي ؛

■ كما تم تأكيد الفرضية الثانية و التي تنص على أن التظاهرة ساهمت في تعزيز جاذبية المقصد السياحي التلمساني حيث أكد كل من أعوان القطاع الثقافي و كذا السياحي على أن التظاهرة سمحت بالتعريف بمنطقة تلمسان ، بحضارتها ، بتاريخها ، بمختلف إمكاناتها و مواردها السياحية الأمر الذي أدى إلى تنشيط السياحة الداخلية و جذب سياح جدد و هو ما تأكد فعلا من خلال نتائج الاستبيان حيث 56.9 % من العينة المستجوبة هم سياح قصدوا تلمسان لأول مرة ، كما أن 28.8 % من العينة المستجوبة كان سبب اختيارهم لتلمسان راجع للتظاهرة الدولية ، و قام كل السياح الراضين عن آثار التظاهرة بخصوص شهرة المدينة و صورتها باقتراح تلمسان كوجهة سياحية على أقاربهم و أصحابهم بنسبة 100 % ؛

■ أما بخصوص الفرضية الثالثة و الخاصة بمساهمة تظاهرة تلمسان كعاصمة للثقافة الإسلامية في زيادة الثقافة السياحية للسكان المحلية فقد تم تأكيدها كذلك سواء من خلال أعوان القطاع السياحي و

الثقافي الذين أشاروا للمستوى التاريخي و الثقافي الكبير لسكان المنطقة كونهم شهدوا عدة حضارات متعاقبة و كذلك سمحت التظاهرة بانفتاحهم و زيادة وعيهم الثقافي من خلال مشاركتهم و حضورهم في مختلف الفعاليات الثقافية المنظمة في إطار التظاهرة ، و هو الأمر الذي جعل العينة المستجوبة راضية جدا عن الساكنة المحلية بنسبة 58.2 % .

نتائج الدراسة :

من خلال الدراسة النظرية و الميدانية للموضوع توصلنا إلى مجموعة من النتائج و التي سنوجز أهمها فيما يلي :

➤ بدأت السياحة تأخذ مكانها بين الأنشطة الاقتصادية الأخرى بعد مطلع القرن العشرين بسبب الاستقرار الأمني ، التطور في وسائل النقل و المواصلات ، تزايد أوقات الفراغ ؛

➤ تشمل السياحة الثقافية زيارة المواقع الأثرية ، زيارة المعالم التاريخية ، زيارة المتاحف ، التعرف على الصناعات التقليدية ، حضور الفعاليات الثقافية كالمهرجانات و المعارض و المؤتمرات و كذا العروض المسرحية و الفنية ، أما السائح الثقافي فهو كل سائح يبحث عن إشباع احتياجاته الثقافية ؛

➤ الثقافة السياحية هي امتلاك الفرد لقدر من المعارف و المفاهيم و المهارات و الاتجاهات و القيم ، التي تشكل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك سلوكا سياحيا رشيدا نحو كل المظاهر السياحية ، و كذلك العمليات اللازمة للتخطيط و التنظيم و التعامل مع المؤسسات و الأماكن السياحية و السياح كما أن نشر الثقافة السياحية في المجتمع المضيف ركيزة أساسية لا يمكن إغفالها عند التخطيط للنهوض بالمجتمع المحلي المستضيف للسياحة ؛

➤ أدت الزيادة المعتمدة في أوقات الفراغ ، وارتفاع مستويات المعيشة إلى الانتشار الواسع للنشاط السياحي ، وشكلت الفعاليات الثقافية سواء المهرجانات أو التظاهرات أو الاحتفالات ميزة تنافسية بالنسبة للبلدان التي تقام فيها ، حيث تلعب دور هام في تسويق صورة مكان إقامتها ، طول مدة التظاهرة و خصوصا بعدها و على المؤسسات السياحية الاستفادة من ذلك ، حيث تعتبر الدوافع الثقافية الحافز الأول في اختيار الوجهات السياحية ؛

➤ لم تحقق الصناعة السياحية في الجزائر أي قيمة مضافة و هذا راجع لاعتماد القطاع الاقتصادي على الثروات النفطية و تهميش الموارد الأخرى ، و لإعادة الاعتبار لهذا القطاع عملت السلطات الجزائرية المعنية على تبني إستراتيجية وطنية تهدف لتحقيق التنمية الفاعلة في الصناعة السياحية تتمثل في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025 الذي عمل على تشخيص الإمكانيات السياحية في القطر الجزائري و تحديد منتجات مميزة لبناء مقصد سياحي مرموق في حوض البحر الأبيض المتوسط ؛

➤ الأعياد المحلية هي روح و مصدر السياحة الجزائرية، من خلالها نكتشف تاريخ المنطقة ، نمط عيشها ، عاداتها ، تقاليدها و أصل سكانها ، لذلك تهدف السياسة الترقية للسياحة الجزائرية إلى إعادة إحياء التراث من خلال المشاركة في برمجة ودعم هذه الأعياد و مختلف التظاهرات الثقافية ؛

➤ تقع ولاية تلمسان غرب الجزائر و هي ولاية حدودية ، تتمتع بتنوع إمكانياتها الطبيعية و مميزاتها الثقافية و الحضارية التي يمكن أن تجعل منها أحد أهم الولايات الجزائرية المتميزة في قطاع السياحة الثقافية إذ نجدها منبعاً للتراث المادي من آثار و معالم تاريخية و متاحف و صناعات تقليدية و كذا منبعاً للتراث غير المادي كونها تحافظ و تستعرض العديد من العادات و التقاليد العائدة لملايين السنين و تنظم العديد من الفعاليات الثقافية على مدار السنة من مهرجانات و معارض فنية و مؤتمرات و محاضرات علمية و أدبية ؛

➤ ساهمت تظاهرة تلمسان كعاصمة للثقافة الإسلامية في التعريف بالإمكانيات السياحية و الحضارية للمنطقة و الترويج لمقصدها السياحي و التأسيس لوجهة سياحية ثقافية يقصدها كل من سواح العالم العربي و الأجنبي لاكتشاف تراثها المادي و غير المادي على غرار الترويج للسياحة الداخلية كما كانت مصدرا للتطوير و التنمية المحلية كونها فتحت المجال للتهيئة العمرانية و تهيئة المحيط و التنمية السياحية ، كما كانت مصدرا للتطوير الاقتصادي من خلال خلق عدة مناصب شغل مباشرة و غير مباشرة و خلق ديناميكية و حركية تجارية كما لعبت دورا إيجابيا في تثمين و استغلال التراث و الترويج لتلمسان كقطب من أقطاب السياحة الثقافية .

التوصيات :

بناء على ما جاء في الدراسة الميدانية ، ارتأينا تقديم بعض التوصيات التي من الممكن أن تساهم في التطوير السياحي بمدينة تلمسان :

- ربط حركية السياحة و الثقافة على المستوى الداخلي و الخارجي و إيجاد سبيل للتعاون بين قطاعي السياحة و الثقافة كونهما قطاعان مكملان لبعضهما ؛
- فتح الباب أمام الاستثمارات السياحية المحلية وكذا الأجنبية لجعل الوجهة التلمسانية وجهة سياحية عالمية ؛
- تدعيم العرض السياحي بالمدينة بفنادق مصنفة كون الفنادق الموجودة غير كافية لتلبية الطلب السياحي خاصة في الموسم الصيفي ؛
- تدعيم المدينة بمطاعم مختصة في الطبخ التقليدي الخاص بالمنطقة و كذا الترويج للمطاعم المتوفرة بالمدينة ؛
- تكوين أدلاء سياحيين أو اللجوء لخريجي جامعة التاريخ و الآثار و الاستعانة بهم خاصة في الموسم الصيفي و الربط بينهم و بين مختلف السياح المتواجدين بالفنادق ؛
- توفير خرائط سياحية أو كتيبات تشرح مختلف مسارات السياحة الثقافية بمختلف الفنادق ؛
- استغلال المرافق الثقافية الجديدة لتنشيط السياحة الثقافية بالمدينة ؛
- الترويج لمختلف الفعاليات الثقافية المقامة بالمدينة مسبقا و العمل على مشاركة الوكالات السياحية في مختلف المعارض السياحية الوطنية و الدولية لتعزيز جاذبية الوجهة كمقصد سياحي وطني و أجنبي .

آفاق البحث :

يجدر بالإشارة إلى أن بحثنا هذا لم يتناول نقاط كثيرة ، نقترحها كمواضيع للدراسة :

- " أثر التظاهرات الثقافية في تنمية الوعي السياحي" كون الثقافة السياحية تلعب دورا هاما في عملية التنمية المحلية و كون الساكنة المحلية تعتبر أحد الأطراف الهامة في المعادلة السياحية ؛
- "السياحة الثقافية كسبيل لتنمية السياحة الداخلية" كون السياحة الداخلية تعتبر من أولويات تنمية القطاع السياحي في الجزائر .

قائمة المراجع

أولاً : باللغة العربية

❖ الكتب :

- 1 - أحمد الجلاّد ، "البيئة المصرية و قضايا التنمية " ، الطبعة الأولى ، عالم الكتب ، القاهرة ، 1998 ؛
- 2 - أحمد ماهر ، عبد السلام أبو قحف ، "تنظيم وإدارة المنشآت السياحية و الفندقية" ، الطبعة الثانية ، المكتب العربي الحديث ، الإسكندرية ، 1999 ؛
- 3 - آيان يومان و آخرون ، "إدارة المهرجانات و الأحداث" ، الطبعة الأولى ، دار الفاروق ، الأردن ، 2008 ؛
- 4 - بشير عباس و آخرون ، "تسويق الخدمات مدخل استراتيجي وظيفي تطبيقي" ، الطبعة الأولى ، دار زهران للنشر ، عمان ، 1999 ؛
- 5 - ثامر ياسر البكري ، "التسويق أسس و مفاهيم معاصرة" ، الطبعة العربية ، دار اليازوري للنشر ، عمان ، 2006 ؛
- 6 - ثامر البكري ، "بحوث التسويق" ، الطبعة الأولى ، إثراء للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2009 ؛
- 7 - جورج مارسى ، "مدن الفن الشهيرة - تلمسان -" ، دار النشر التل ، الجزائر ، 2004 ؛
- 8 - حسن الرفاعي و آخرون ، "تسويق الخدمات السياحية" ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2002 ؛
- 9 - حميد عبد النبي الطائي ، "أصول صناعة السياحة" ، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، 2006 ؛
- 10 - خالد مقابلة ، علاء السرابي ، "التسويق السياحي الحديث" ، الطبعة الأولى ، دار وائل للطباعة والنشر ، عمان ، 2001 ؛
- 11 - خربوطلي صلاح الدين ، "السياحة صناعة العصر" ، دار حازم ، دمشق ، 2002 ؛
- 12 - زهير حداد ، "تلمسان : حكاية المدينة القديمة" ، منشورات بغدادى ، الجزائر ، 2001 ؛
- 13 - زيد سلمان عبوي ، "السياحة في الوطن العربي : دراسة لأهم المواقع السياحية العربية" ، الطبعة الأولى ، دار الراية للنشر و التوزيع ، عمان ، 2008 ؛
- 14 - السكر مروان ، "السياحة مضمونها و أهدافها" ، دار مجدلاوي ، عمان ، 1994 ؛
- 15 - شرفي .ع ، "معلمة الجزائر : القاموس الموسوعي" ، دار القصبه للنشر ، الجزائر ، 2009 ؛

- 16 - طه أحمد عبيد ، "مشكلات التسويق السياحي : دراسة ميدانية " ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، 2010 ؛
- 17 - صبري عزام ، " الإحصاء الوصفي و نظام SPSS " ، الطبعة الأولى ، عالم الكتب الحديث ، الأردن ، 2006 ؛
- 18 - عبد العزيز أبو نبعة، "دراسات متخصصة في تسويق الخدمات" ، مؤسسة الوراق للنشر ، عمان ، 2005 ؛
- 19 - عصام الدين أمين أبو علفة ، "التسويق" ، جزء أول ، مؤسسة حورس الدولية ، الإسكندرية ، 2003 ؛
- 20 - علي العنتيل ، " فن تسويق السياحة " ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، 1980 ؛
- 21 - مثنى طه الحوري ، إسماعيل علي الدباغ ، "مبادئ السفر و السياحة " ، الطبعة الأولى ، مؤسسة النشر و التوزيع ، الأردن، 2001 ؛
- 22 مثنى طه الحوري و آخرون ، "اقتصاديات السفر و السياحة " ، الطبعة الأولى ، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2000 ؛
- 23 -ماهر عبد العزيز توفيق ، " صناعة السياحة " ، دار زهران للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، 1997 ؛
- 24 -محسن أحمد الخضيرى ، "التسويق السياحي " ، مكتبة مدبولي ، مصر ، 1989 ؛
- 25 -محمد خميس و الزوكة ، "صناعة السياحة" ، الطبعة الثانية ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، 1998 ؛
- 26 -محمد فريد الصحن ، مصطفى محمود أبو بكر ، "بحوث التسويق " ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، طبعة 2007؛
- 27 -محمد عبيدات ، "التسويق السياحي : مدخل سلوكي" ، الطبعة الثالثة ، دار وائل للنشر ، عمان ، 2008 ؛
- 28 -محمود مهدي البياتي ، " تحليل البيانات الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS " ، الطبعة الأولى ، دار الحامد ، عمان ، 2005 ؛
- 29 -مصطفى عبد القادر ، " دور الإعلان في التسويق السياحي " ، الطبعة الأولى ، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع ، بيروت ، 2003 ؛
- 30 -مصطفى يوسف كافي ، " صناعة السياحة و الأمن السياحي " ، دار رسلان ، دمشق ، 2009 ؛

- 31- محمد عيلان ، " التراث الشعبي الجزائري " ، وزارة الثقافة طبعة في إطار تظاهرة الجزائر عاصمة للثقافة العربية ، الجزائر ، 2007 ؛
- 32 -نعيم الظاهر و سراب إلياس ، " مبادئ السياحة "، الطبعة الأولى ، دار المسيرة ، الأردن ، 2001 ؛
- 33 -هاني الضمور ، " تسويق الخدمات "، الطبعة الأولى ، دار وائل للنشر ، عمان ، 2002 ؛
- 34 -هناء حامد زهران ، "الثقافة السياحية و برامج تنميتها" ، الطبعة الأولى ، عالم الكتاب ، القاهرة ، 2004 ؛
- 35 -يحي بوعزيز ، "تلمسان عاصمة المغرب الأوسط" ، وزارة الثقافة ، طبعة في إطار الجزائر عاصمة للثقافة العربية ، الجزائر ، 2007 .

❖ مقالات (Article de revues) :

1. خالد كواش ، " مقومات و مؤشرات السياحة في الجزائر " ،مجلة اقتصاديات شمال افريقيا ، جامعة الجزائر، العدد الأول ؛
2. كريم قاسم ، "سبل ترقية سوق السياحة في الجزائر" ، مجلة الإصلاحات الاقتصادية و الإدماج في الإقتصاد العالمي ، مخبر المدرسة العليا للتجارة ، 2011 ، العدد 10 .
3. معراج و آخرون ، "السياحة و أثرها في التنمية الاقتصادية العالمية" ، مجلة الباحث ، 2004 ، العدد 1 ؛
4. نور الدين كوسة ، " الدراسات التراثية ...تحد من خطر العولمة " ، مجلة الثقافة ، وزارة الثقافة ، جوان 2007 ، العدد 12 ؛
5. وزيرة الثقافة خليفة تومي ، "حوار حول دور التظاهرات الثقافية" ، مجلة الجوهرة ، وزارة الثقافة ، مارس 2011 ، العدد 1 ؛
6. وزيرالسياحة السيد محمد الصغير قارة ، "حوار حول السياحة في الجزائر" ، مجلة الجزائر سياحة ، نشرة اعلامية تصدر عن الديوان الوطني للسياحة ، 2005 ، رقم 33.

❖ تقارير :

1. تقرير المنظمة العالمية للسياحة ، "مفاهيم و تعاريف" ، 1995 ؛

❖ مذكرات ، بحوث و ملتقيات :

1. خالد كواش ، " أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر " ، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، 2003-2004.
2. أحمد قايد نور الدين ، " الأهمية و الأثر الاقتصادي لتنمية قطاع السياحة " ، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و التنمية المستدامة ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2010 ؛
3. حبة نجوى و حبة وديعة ، " الثقافة السياحية كأداة للنهوض بالاقتصاد السياحي في الجزائر " ، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و التنمية المستدامة ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2010 ؛
4. حسن الوراكلي ، تراث ابن مرزوق التلمساني الخطيب ، مداخلة في الملتقى الدولي المنظم في إطار تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية حول المفكرون و الشخصيات اللامعة بتلمسان ، قصر الثقافة بتلمسان ، ماي 2011 ؛
5. شفاء علي حسن الفقيه ، " أثر جهود علماء الحديث النبوي في تلمسان على المشرق الإسلام " ، مداخلة في الملتقى الدولي المنظم في إطار تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية حول المفكرون و الشخصيات اللامعة بتلمسان ، قصر الثقافة بتلمسان ، ماي 2011 ؛
6. شعيب مقنونيف ، " الحوزي بين النص الشعري و الأداء الموسيقي " ، مداخلة في الملتقى الدولي المنظم في إطار تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية حول الشعر و الموسيقى الأندلسية : مدرسة تلمسان ، قصر الثقافة بتلمسان ، جوان 2011؛
7. عبد الرحمان برقوق ، منوبية قسمية ، " دور السياحة البيئية في المحافظة على ثقافة المجتمع " ، الملتقى الوطني : اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2010؛
8. عبد الحميد حمام ، " رؤية في تطور النوبة " ، مداخلة في الملتقى الدولي المنظم في إطار تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية حول الشعر و الموسيقى الأندلسية : مدرسة تلمسان ، قصر الثقافة بتلمسان ، جوان 2011؛
9. محمود حسين الوادي ، " دور التخطيط السياحي في إقامة صناعة سياحية متطورة " ، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و التنمية المستدامة ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2010 ؛
10. موسى سعداوي و حكيم بوجطو ، " أهمية مقومات السياحة الجزائرية في التنمية الاقتصادية للدولة " ، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و التنمية المستدامة ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2010 ؛
11. وهيبه أليازيد ، " السياحة بالجزائر : إمكانيات ضخمة و معوقات عديدة " ، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و التنمية المستدامة ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2010 .

❖ المنشورات و الوثائق :

- 1 - جواز للجزائر الأبدية ، وثائق الديوان الوطني للسياحة ، 2011 ؛
- 2 - الجزائر البلد النور ، وثائق الديوان الوطني للسياحة ، بدون سنة النشر ، الجزائر؛
- 3 - كلمة السيد رئيس الجمهورية " عبد العزيز بوتفليقة " ، في افتتاح الصالون الدولي للسياحة و الأسفار 2004 ؛
- 4 - منشورات ديوان السياحة لولاية تلمسان ، 2011 ؛
- 5 - وثائق وزارة السياحة و الصناعات التقليدية ، جانفي 2012 ؛
- 6 - وثائق وزارة الثقافة ، 2012 ؛
- 7 - وثائق مديرية السياحة لولاية تلمسان ، 2011 ؛
- 8 - وثائق مديرية الثقافة لولاية تلمسان ، 2012.

ثانيا : باللغة الأجنبية

❖ الكتب :

1. Booms.B.H et Bitner .M.J," **Marketing Strategies and Organisation Structure for services firms**" , AMA, 1981;
2. Colbert. F , "**Le marketing des arts et de la culture** " , Gaëtan Morin éditeur ,Canada , 1993 ;
3. Hachimi. M , "**Le tourisme en Algérie : jeu et enjeu**" , édition houma , alger , 2003 ;
4. Heddar .B, "**rôle socioéconomique du tourisme**" , OPU ,Alger , 1988 ;
5. Garat .I , "**Fête et Festival : éléments de promotion des espaces et représentation d'une société idéale** " , annales de géographie, 2005 ;
6. Krippendorff .J , "**Marketing et Tourisme**" , herbert lang , Berne , 1971 ;
7. Lanquar.R et Hollier.R , "**Le marketing touristique** " , Presses Universitaires de France , 2002 ;
8. Lanquart .R et autre , "**Le marketing touristique**" , que sais je ? , paris , 1^{er} édition , 1981 ;
9. Laplante .M , "**l'expérience touristique contemporaine** " , Presses de l'université du Québec , Canada , 2003 ;
10. Michaud. J. L , "**Tourisme : Chance pour l'économie risque pour les sociétés ?**, Presses Universitaires de France , 1992 ;
11. Origet du Cluzot .C , "**Le tourisme culturel** " , Que sais je ? , PUF, Paris , 1998 ;

12. R.christine , " **Le tourisme** " , Publication universitaires européennes , Genève , 1985 ;
13. Tinard .Y," **Le tourisme** " , ediscience international , 2 ème édition , 1994 ;
14. Tissa . A , "**Economie Touristique et Aménagement du territoire**" , OPU, Alger , 1994 ;
15. Tocquer . G , Zins .M , "**Marketing du tourisme**" , 2ème édition , Gaetanmorin éditeur , France , 1999 ;
16. Vander Cammen . M," **Marketing** " , edition de boeck , Belgique ,2002.

❖ مقالات (Article de revues) :

1. Berthonnet Arnaud , " **Le tourisme en Algérie (de 1880 aux années 1940)** " , revue Tourisme , Université de Paris , mai 2006 ;
2. Editorial , "**Richesse du territoire culturel**" , Istikhbar , Agenda mensuel du ministère de la culture , février 2012 ;
3. Fabrice Hatem , "**La filière tourisme dans les pays méditerranéens**" , agence française Anima , No.(17), 2006 ;
4. Soufi .B A , "**Abdelkader homme de tous les temps**" , El- Djawhara , Ministère de la culture , du 1 au 15 mars 2012 , N°22.

❖ تقارير :

1. Dexter Lord.G , "**The power of cultural tourism**" , Wisconsin Heritage Tourism Program , 1999;
2. Maison de la France , " **Analyse d'impact de tourisme français à l'étranger** " , Enquête d'IPSOS , France , 2007 ;
3. Patrick Viceriat (président de l'A.F.E.S.T), " **les retombées socioéconomiques du tourisme culturel en Algérie**" , colloque internationale sur le tourisme culturel , Alger, juin 2004 ;
4. Plan d'action promotionnel , Ministère du tourisme et d'artisanat et Office nationale de tourisme , 2011 ;
5. Programme indicatif national (Algérie 2011-2013), Instrument européen de voisinage et de partenariat ;
6. PNUE/PAM , Dossier sur le tourisme et le développement durable en méditerranée , Athènes, No .(159) , 2005 ;

7. Rapport de la commission européenne (unité tourisme) : **"Les manifestations culturelles et sportives : une opportunité pour le développement des destinations touristiques et des entreprises"** , commission européenne, 2007 ;
8. Report : **"Travel and Tourism"** , World Travel and Tourism Council , 2011;
9. Report : Ministry of Tourism , **"Yemen Tourism Promotion Board"** , yemen , 2011 ;
10. Report of the research group of the European travel commission (ETC) and the World tourism organization (WTO) ,**" City Tourism and Culture"** ,N°1, 2005;
11. Rapport annuel de l'OMT(Organisation mondial du tourisme):**World Tourism Barometer** , volume 9 , April 2011 ;
12. Robinson.M et Pickard.D , **" Tourisme – Culture – Développement durable "** , UNESCO, 2006 ;
13. Rousseau.l ,**Mémento du tourisme 2010** , édition Gilles Pannetier , France , 2011 ;
14. Shéma Directeur d'Aménagement Touristique (SDAT 2025) , **" Audit du tourisme algérien "**, livre 1, MATET , 2008 ;
15. Shéma Directeur d'Aménagement Touristique (SDAT 2025) , **" Le plan stratégique , les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires "** , livre 2 ,MATET, 2008 ;
16. Shéma Directeur d'Aménagement Touristique (SDAT 2025) , **Les sept pôles touristiques d'excellence (POT)** , Livre 3 ,MATET, 2008 ;
17. World Tourism Organization (UNWTO) ,**" Prospects for 2010 "** , World Tourism Barometer , V.8, 2010 ;
18. World Travel and Tourism Council (WTTC) ,**" The economic impact of travel and tourism"** , Algeria , 2011;
19. Yann .N , **"L'analyse d'impact économique de la culture "** , Ministère de la culture et de la communication :document de travail , n°1271 , 2006 .

❖ مذكرات ، بحوث و ملتقيات :

1. Diamantaki Gary falia , **" Les festivals : moteurs de la valorisation du patrimoine et de l'attractivité touristique d'un territoire "** , Master professionnel , Université de Paris 1 ,septembre 2010 ;
2. Laure Juanchich , **" Culture Tourisme et Territoire : les apports du tourisme culturel au développement local"** ,master professionnel , Institut d'études politiques de Lyon , 2007 .

3. Nathalie Emmanuel , " **Le festival et le droit** " ,Thèse de doctorat , Université de Grenoble , 2011 ;
4. Graezer Florence , " **Le festival de Miaofeng shan**", Etudes Chinoises , vol.(22) , Hong Kong university press , 2003 ;
5. kessab. A , " **Le financement public des festivals dans les pays du Maghreb en général et en Algérie en particulier** " , The 1st Forum on Festivals in the Arab Countries , Beirut 2009 .

❖ الوثائق و المنشورات :

1. Brochure: **Hoggar- Tassili « vast and conforting »**, ONT Publications , Algeria ;
2. Direction de la planification et de l'aménagement du territoire , Tlemcen 2012 ;
3. Le livre d'or : spécial Tlemcen capitale de la culture islamique , ONT Publications , 2011 ;
4. Merahba. R , " **la culture touristique au service du développement durable**" , office nationale de tourisme , Algérie , 2012 ;
5. Patrimoine Romain d'Algérie , Algérie tourisme , ONT Publications ;
6. Saint Augustin l'Algérien , Algérie tourisme , ONT Publications.

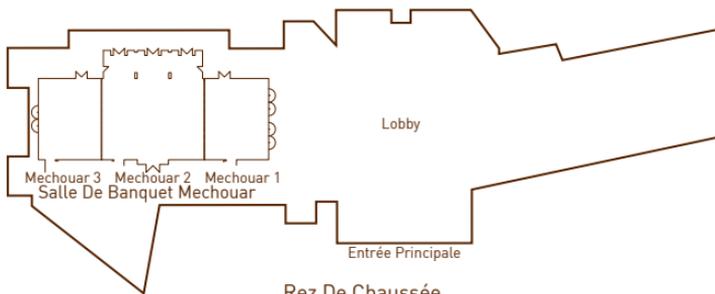
❖ مواقع الانترنت :

1. Site officiel du Iesco : www.isesco.org.ma (consultation pendant toute la durée de recherche) ;
2. Site officiel du Tlemcen capitale de la culture islamique: www.tlemcen2011.org (consultation pendant toute la durée de recherche) ;
3. Site officiel du ministère de culture : www.m-culture.gov.dz (15/10/2012 à 10 :45)
4. www.unesco.org/ar/intangible-heritage (1/3/2012 , 19:48) ;
5. www.UNWTO.com (10/10/2011 à 14 :25) ;
6. www.ont-dz.org (08/01/2012 à 20 :14) ;
7. www.algeriantourism.com (15/04/2011 à 20 :15);
8. www.ONS.dz (10/10/2011 à 13 :25) ;
9. www.tlemcen-dz.com (4/4/2012 à 13 :02) ;
10. www.islamic tourism.com (24/03/2009 à 20 :02) ;
11. Site d'internet : <http://www.tourismeculturel.net/en-bref/institutions-relais-consultants/> (28/12/2011 à 12 :39) ;

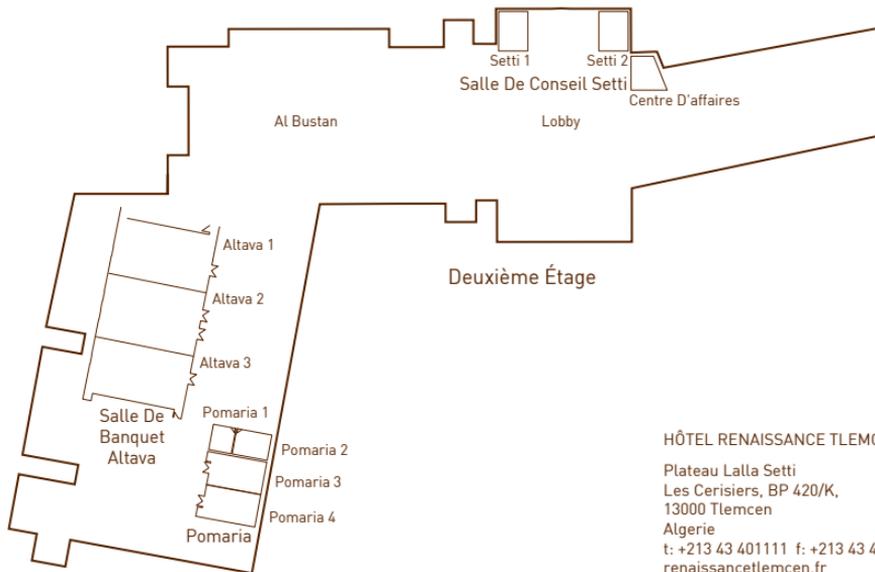
ملحق رقم 01 : خريطة ولاية تلمسان



المصدر : ديوان السياحة لولاية تلمسان ، 2011.



Rez De Chaussée



Deuxième Étage

HÔTEL RENAISSANCE TLEMCEM

Plateau Lalla Setti
Les Cerisiers, BP 420/K,
13000 Tlemcen

Algerie
t: +213 43 401111 f: +213 43 401212
renaissancetlemcen.fr

ملحق رقم 03 : شعار التظاهرة



المصدر : موقع التظاهرة www.tlemcen2011.org 2011

Liste des sites et monuments objet de travaux dans le
cadre
Tlemcen capitale de la culture islamique

N°	Daïra	Commune	Désignation
01	Tlemcen	Tlemcen	Mosquée El Chourffa
02	Tlemcen	Tlemcen	Mosquée de sidi El Benna
03	Tlemcen	Tlemcen	Mosquée Ibn Marzouk , El keffif (Masdjd el Karma) , Derb Ibn Marzouk
04	Tlemcen	Tlemcen	Mosquée et mausolé de sidi zekri , Derb Sidi Zekri
05	Tlemcen	Tlemcen	Mosquée de sidi el yeddoune
06	Tlemcen	Tlemcen	Mosquée Sidi Hamed, Derb Sidi Hamed
07	Tlemcen	Tlemcen	Mosquée et mausolé de Sidi Zekri
08	Tlemcen	Tlemcen	Mosquée, medersa et mausolée de Abou Abdellah Cherif Tilimcani, Derb Abou Abdellah Cherif Tilimcani, Derb Ibn Khamis
09	Tlemcen	Tlemcen	Mausolé de Sidi Saad, Derb Sidi Saad
10	Tlemcen	Tlemcen	Mosquée Sidi Zayed, Derb El Hadjamine
11	Tlemcen	Tlemcen	Mosquée lalla Ghriba
12	Tlemcen	Tlemcen	Mosquée Lalla Merfouda, Derb Lalla Merfouda
13	Tlemcen	Tlemcen	Mosquée Sidi Brahim El Ghrib
14	Tlemcen	Tlemcen	Mosquée Sidi El Djebbar
15	Tlemcen	Tlemcen	Mosquée Sidi Hamed

16	Tlemcen	Tlemcen	Mausolé et khalwet Checkh Sanoussi
17	Tlemcen	Tlemcen	Mederssa Franco – musulman
18	Tlemcen	Tlemcen	-Hamмам Essabaghine -Derb Essabaghine
19	Tlemcen	Tlemcen	Foundok E-Romana
20	Tlemcen	Tlemcen	Maison Mohamed Dib - Derb Ouled L'Imam
21	Tlemcen	Tlemcen	Ferrane El Abd
22	Tlemcen	Tlemcen	Ferrane El Hadjamine, Derb ElHadjamine
23	Nedroma	Nedroma	Mosquée Lalla alia
24	Ghazaouet	Ghazaouet	Maison Emir abdelkader
25	Tlemcen	Ain el Hout	Mosquée de Ain el Hout
26	Tlemcen	Tyrni	Mausolée de Sidi H'fif
27	Sebdou	Ain ghoraba	Mosquée ,Mausolée
28	Sebdou	Sebdou	Moulin
29	Tlemcen	Tlemcen	Bordj Bab El Hadid
30	Tlemcen	Tlemcen	Bab El-Kassaria
31	Tlemcen	Tlemcen	Bordj Bab El safarine
32	Tlemcen	Tlemcen	Mossala Sidi Yaàkoub Derb moulay Attayab
33	Tlemcen	Tlemcen	Ex-mairie
34	Tlemcen	Hennaya	Minaret Hennaya

المصدر : مطبعة التراث الثقافي ، مديرية الثقافة لولاية تلمسان ، 2011.

ملحق رقم 05 : قائمة المهرجانات المحلية , الوطنية و الدولية المنظمة من طرف وزارة الثقافة الجزائرية

Festivals locaux

Festival Local	Date et lieu
théâtre professionnel	Sidi Bél abbes - Annaba
musique et chanson targuies	Octobre / Illizi
musique et chanson kabyles	Béjaia/ Aout
musique et chanson chaouies	Août / Khenchela
musique et chanson sétifiennes	Juillet / Sétif
musique et chanson du M.Zab	Octobre / Ghardaia
musique et chanson oranaises	Août / Oran
musique et chanson d'Oued Souf	El Oued/décembre
Musique et de la Chanson Kabyles	Béjaia/Novembre
Arts et des Cultures populaires	Annuel dans toute les wilayas

Festivals nationaux

Festival National	Date et lieu
Musique andalouse - malouf	Constantine-Juillet
Chanson chaabi	Alger - Septembre
Théâtre professionnel	TNA Alger -Mai /Juin
Musiques Actuelles	Alger - Juin/Juillet
Poésie féminine	Biskra- Avril
Théâtre Amateur	Mostaganem-Juillet
Chanson bédouie et poésie populaire	Tissemsilt - Novembre
Chanson Rai	Oran- Aout
Théâtre comique	Médéa - Novembre
Aissaoua	Mila-October
Musique et chanson citadine	Annaba -October
Musique pour jeunes	Oum El Bouagui -Décembre
Film Amazigh	Décembre -

Musique haouzi	Tlemcen -Juin
Musique andalouse "sanaa"	Tipasa- Mai
Ahlilil du Gourara	Timimoun - Décembre
Des marionnettes	Chlef-Mars
Chanson guenaoui	Bechar-Mai
Musique et de la Chanson Amazighes	novembre-Tamanrasset
Théâtre pour enfant	

Festivals internationaux

Festival International	Date et lieu
Timgad	Batna, 2éme quinzaine du mois du juillet
Cinéma	Alger
Danses populaires	Sidi bel Abbes- juillet
Arabo-africain de danse Folklorique	Tizi Ouzou - AOUT
Malouf	Constantine - Septembre
Bande dessinée	Ryad El Feth (Alger) - Octobre
Musique guenaoui	Alger-Juillet
Djemila	Sétif -Août
Musique andalouse	Alger -Décembre
Festival Arabe du Cinema	Alger
Festival Maghrebin de la Musique Andalouse	Alger-Decembre
Littérature et du Livre de Jeunesse	Juin -Alger
Musique « jazz »	Mai/ Constantine
Calligraphie Arabe	Alger / 28 Mai au 04 Juin
Festival Culturel National du Théâtre comique	Médéa /
Festival Culturel National de la Musique et de la Chanson Amazighes	Tamanrasset /
Festival Culturel National du Film << AMAZIGH>>	Tamanrasset /

المصدر : وزارة الثقافة ، 2011.

ملحق رقم 06 : قاعات المؤتمرات و المحاضرات بفندق Renaissance

<u>Salle de réunion</u>	LxlxH	mètres carrés	<u>Salle de</u>			<u>En U</u>	<u>Réception</u>	<u>Banquet</u>
			<u>Cinéma</u>	<u>classe</u>	<u>Conférence</u>			
Salle de bal Mechouar	40x18x5	684	750	400	180	140	800	400
Mechouar 1	15x11x5	166	180	100	50	45	200	108
Mechouar 2	18x20x6	355	400	200	80	50	350	160
Mechouar 3	11x11x5	163	180	100	50	45	200	108
Altava	34x19x6	619	700	380	220	110	750	360
Altava 1	11x19x6	198	220	120	70	40	240	120
Altava 2	12x19x6	210	230	125	75	40	250	120
Altava 3	11x19x6	206	160	80	72	40	242	120
Pomaria 1	11x6x4	58	60	25	20	18		
Pomaria 2	11x6x4	57	60	25	20	18		
Pomaria 3	6x5x3	28	20	10	8	10		
Pomaria 4	8x6x3	44	40	20	10	16		
Salle de conseil Setti 1	5x7x4	36			9			
Salle de conseil Setti 2	5x7x4	36						

المصدر : فندق رونيمانس ، تلمسان 2012.

ملحق رقم 07 : برنامج المسرح في إطار التظاهرة

تاريخ العرض	عنوان المسرحية	صاحب المشروع
2011-03-02-01 مارس	مدونات المنشود بين المفقود و الموجود	المسرح الوطني الجزائري
2011-10-09-08 مارس	الف تحية لعرفية	المسرح الجهوي لمعسكر
2011-17-16-15 مارس	الأجواد	المسرح الجهوي لقسنطينة
2011-13-12-11 أفريل	البودالي	المسرح الجهوي لسكيكدة
2011-12-11-10 ماي	ليالي الموت	المسرح الجهوي لسيدي بلعباس
2011-20-19-18 ماي	قهوة الرمان	تعاونية العفسة لتلمسان
2011-17-16-15 جوان	سيدي الحلوي	المسرح الوطني الجزائري + جمعيات
2011-24-23-22 جوان	لسان الدين ابن الخطيب	المسرح الجهوي لتيزي وزو
2011-08-07-06 جويلية	عقد الجوهر	الشلف + تعاونيات
2011-22-21-20 جويلية	سيفاكس	المسرح الجهوي لوهران
2011-12-11-10 أوت	الحلاج	المسرح الجهوي لباتنة
2011-19-18-17 أوت	ديوان القرقوز	المسرح الجهوي لام البواقي
2011-09-08-07 سبتمبر	الشهداء يعودون هذا الأسبوع	المسرح الوطني الجزائري
2011-23-22-21 سبتمبر	مشدلي زواوي	المسرح الجهوي لبجاية
2011-14-13-12 أكتوبر	سيدي بومدين	المسرح الجهوي لقالة
2011-21-20-19 أكتوبر	عودة العباد	براكسيس + جمعيات
2011-11-10-09 نوفمبر	اسيا افريقية	مسرح القليعة + يسر بومرداس
2011-09-08-07 ديسمبر	آخر قندوز	المسرح الوطني الجزائري
2011-25-24-23 ديسمبر	امود اسد الصحراء	المسرح الجهوي لعنابة + جمعية حنان + فن الخشبة لأدرار + فرسان الركح

المصدر : اللجنة التنفيذية المحلية لتظاهرة تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية ، تلمسان

.2011

Annexe n° 08 : Guides d'entretien

1.Introduction :

- Présentation personnelle ;
- Thème de recherche ;
- Objectif de l'entretien.

2. Les questions :

A destination de la direction de tourisme , l'office de tourisme , direction de culture , maison de culture , comité exécutif de la manifestation

- Que pensez vous de la politique de développement touristique local actuelle ?
 - Types de tourisme mis en avant ;
 - Actions de promotion .
- Quel est le rôle des manifestations culturelles dans le développement des destinations touristiques et des territoires ?
 - Valorisation du patrimoine ;
 - Attraction touristique ;
 - Culture touristique ;
 - Tourisme culturel.
- Le choix de l'évènement " Tlemcen capital de la culture islamique " est-il en adéquation avec la stratégie touristique globale ?
- Quelles sont les raisons du choix de la labellisation " Tlemcen capital islamique "et quelle est sa dimension stratégique ?
 - Notoriété et communication ;
 - Contraintes ;
 - Les investissements réalisés pendant cet évènement.
- Les moyens, ressources et pratiques mis en œuvre dans le cadre de l'élaboration et de la production de " Tlemcen capital islamique "sont-ils en adéquation avec les objectifs identifiés ?
- Pensez vous que la culture peut générer un impact économique, social et citoyen ?
- Quel est le nombre et la qualité des structures sociales ayant participé à " Tlemcen capital islamique " ?
- Quelle était la qualité des événements et expositions en termes pédagogiques ?
- Pour la réussite financière du projet, aviez vous fait appel à des actions de sponsoring ou de mécénat ?
- Y'a-t-il eu des partenariats avec des structures locales ou nationales dans le cadre de l'évènement ?
- Quelles étaient les implications et la participation des entreprises locales dans la réussite de " Tlemcen capital islamique " ?
- Qu'en est-il de la visibilité médiatique de " Tlemcen capital islamique " ?
- Après " Tlemcen capital islamique ", quelle suite ?

A destination aux agences de voyages , hôtels

- Considérez vous que l'évènement " Tlemcen capital islamique " a contribué dans :
 - Le développement de votre produit/service ;
 - Modification du rapport (produit / prix , service/ prix) ;
 - L'augmentation du nombre des clients ;
 - La promotion et la notoriété de votre entreprise.
- Avez-vous été suffisamment impliqué dans l'évènement " Tlemcen capital de la culture islamique " ?
- Avez-vous bénéficié d'un partenariat avec les organisateurs de cet évènement ?
- Comment vous avez exploité la notoriété de l'évènement " Tlemcen capital islamique" pour promouvoir la destination Tlemcen ?
- La manifestation " Tlemcen capital islamique "vous a-t-elle permis d'avoir de nouveaux clients ?
- Est-ce que vous avez créé des forfaits axés sur les arts , la culture , et le patrimoine ? (uniquement pour les agences de voyage)
- " Tlemcen capital de la culture islamique "vous a-t-elle permis de cibler une nouvelle catégorie de client et de promouvoir la destination « Tlemcen »le long de son déroulement ?
- Pensez vous que l'évènement " Tlemcen Capital Islamique " a contribué dans l'amélioration de la destination Tlemcen ?
 - A propos les investissements réalisés ;
 - La culture touristique ;
 - Au niveau économique.

Personnes interrogées lors d'entretiens semi-directifs

- ✓ Directeur de la direction de tourisme et de l'office du tourisme ;
- ✓ Directeur de la direction de culture et de la maison de culture ;
- ✓ Chef de département de communication du comité exécutif de la manifestation ;
- ✓ Directeurs de 4 hôtels et de 2 agences de voyage.(parce qu' il ya 46 hôtels et 4 > 5% et il ya 20 agences de voyage et 2 > 5%)

رقم 09 : قائمة الموان القطاع السياحي و الثقافي الذين تم امتحانهم من خلال المقابلات نصف

الموجمة

- السيد شنوفي ابراهيم " محافظ رئيسي للتراث الثقافي لولاية تلمسان "
- السيد حكيم ميلود " مدير الثقافة لولاية تلمسان "
- السيد عريس الطاهر " مدير دار الثقافة بولاية تلمسان "
- السيد بشيري م. " مدير السياحة و الصناعة التقليدية بولاية تلمسان "
- السيد بوكلي " مدير الديوان السياحي بولاية تلمسان "
- السيد نور الدين لرجان " مسؤول دائرة المهرجانات , التنشيط الجوّاري و الجولات الموسيقية باللجنة التنفيذية لتظاهرة تلمسان عاصمة الثقافة الإسلامية " .
- مدراء الفنادق المصنفة التالية :

Hôtels	Catégories
Renaissance	5 *
Les Zianides	4*
Ibis	3*
Stambouli	3*
Pomaria	3*
Agadir	1*

- مدراء الوكالات السياحية التالية :

Agence	Gérant
Zenata Voyage	Midoun omar
Conquête Voyage	Bouchikhi boumedienne
Atlas Tours	/
Pomaria Voyage	Beyeles fouad
Yacine Voyage	Ziyani abd alhak
Djoul Travel	Benmansour Rachid

تابع للملحق رقم 09 : جدول ملخص لاهم الإجابات الخاصة بالحراسة النومية

السؤال	مدير السياحة	المحافظ الرئيسي للتراث الثقافي
<p>ما هو دور التظاهرات الثقافية في تطوير الوجهات السياحية ؟</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ تثمين التراث؛ ▪ الجاذبية السياحية ؛ ▪ الثقافة السياحية ؛ ▪ السياحة الثقافية . 	<p>- سمحت التظاهرة بترميم مختلف المواقع التاريخية على غرار المجمع الديني لسيدي بومدين ، آثار المنصورة ، القصر الملكي الزياني مما ساهم بتثمين التراث كون المدينة تحتوي على أكثر من 70 % من التراث العربي الإسلامي ؛</p> <p>- للتظاهرات الثقافية دور كبير في التعريف بالمنطقة كون المشاركة كانت وطنية ودولية ؛</p> <p>-ساهمت التظاهرة بخلق ديناميكية وحركية ثقافية لم تشهدها الولاية من قبل من خلال عدة معارض ومؤتمرات و ندوات حول مواضيع أدبية و علمية + خلق حركية تجارية و اقتصادية من حيث السلع و الخدمات فبالإتفاق مع منظمي التظاهرة و بالتنسيق مع مختلف الفنادق بالولاية قمنا بتسخير 1072 غرفة لاستقبال الوفود كما استفادت المدينة في إطار التحضير للتظاهرة من عدة فنادق راوح مستوياتها بين نجمة واحدة لخمس نجوم ؛</p> <p>-كون التظاهرة جمعت بين كل الدول الإسلامية في مدينة واحدة ، استفاد مواطنو تلمسان من توسيع دائرة معارفهم من خلال حضور مختلف المعارض و الأسابيع الثقافية ، و يجدر بالإشارة أن سكان تلمسان ذوو مستوى تاريخي و ثقافي كبير نظرا للحضارات المتعاقبة على المنطقة ، هذه التظاهرة زادت من الوعي السياحي و الثقافي بأهمية السياحة على مستوى الولاية و أهميتها في جميع النواحي .</p> <p>-ترميم المعالم التاريخية كان متبوع بأعمال تهيئة و توفير كل المرافق الضرورية التي يجد من خلالها الزائر كل وسائل الراحة و الاستجمام ، و إن عملت التظاهرة على المساهمة بتطوير السياحة الثقافية إلا أن إستراتيجيتنا في تطوير السياحة تعتمد على السياحة الشاطئية و الحموية .</p>	<p>-توجد علاقة متكاملة بين تثمين التراث و السياحة ، في حالة وجود معالم مهمة سينفر السياح من البلاد ، فترميم المعالم و تثمينها بالإضافة للإشهار يؤدي إلى إدخالها لدائرة المواقع السياحية و بذلك تحقيق إيرادات تساهم بدورها في المحافظة على التراث ،حيث قامت وزارة الثقافة في إطار التحضير للتظاهرة بتجنيد 23 مكتب للدراسات و 50 مؤسسة لترميم 99 مشروع من التراث المادي ، و إن تم ترميم كل المواقع التاريخية إلا أن الترميم كان ضد ما يقتضيه الواقع حيث تم فرض قانون من ناحية الترميم و تم فرض خبراء من طرف الوزارة ؛</p> <p>- أصبحت تلمسان مقصد و ستيقى مقصد، أصبحت وجهة خصوصا للجزائريين (السياحة الداخلية)</p> <p>لاحظنا زيادة معدلات الحركة بالمتاحف خصوصا على مستوى المتاحف الجديدة التي استفادت منها الولاية في سنة 2011</p> <p>-كون التظاهرة على مستوى عالمي سمحت بالتعريف بالمدينة لدى الدول المشاركة و من خلال حضور السكان المحليين و مشاركتهم في مختلف الفعاليات ارتقى الحس الثقافي و السياحي من خلال التظاهرة .</p> <p>-ساهمت التظاهرة بخلق 5 مسارات سياحية ثقافية و في إطار ذلك تم اللجوء لتكوين أدلاء سياحيين .</p>
<p>ماذا يعني لكم شعار " تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية "</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ الشهرة و صورة المدينة ؛ ▪ المشاريع المحققة خلال هذه التظاهرة . 	<p>-هناك مشاريع كبيرة استفادت منها المدينة في إطار التحضير للتظاهرة (مشاريع سياحية ، ثقافية ، دينية)</p> <p>يزيد من القيمة السياحية للولاية بحيث أنها مستقبلا ستكون قطب سياحي بامتياز و</p>	<p>-تلمسان كانت دوما عاصمة ، هي عاصمة فعلية للتاريخ ، عاصمة للمغرب الأوسط لمدة 3 قرون ، عاصمة المملكة الصفرية ، عاصمة الدولة الزيانية ، حتى أن الأمير عبد</p>

<p>القادر جعلها مقر سلطة و تحكم وشورى .</p> <p>- استفادت تلمسان من عمليات الترميم 90 معلم تاريخي على الأقل؛ انشاء فنادق جديدة ، كانت التظاهرة فرصة سانحة لفتح عدة مطاعم راقية ،خلق فضاءات ثقافية (قاعة سينما ،قصر الثقافة، مسرح الهواء الطلق، قصر المعارض، المركز الوطني للدراسات الأندلسية، إعادة ترميم قصر المشور، عدة متاحف، مكتبات متعددة)</p>	<p>تقدر على احتضان مؤتمرات و ملتقيات دولية هامة بالنظر للهياكل المتوفرة ، الأمر الذي يدفعنا بالعمل على تطوير أنواع سياحة جديدة على غرار سياحة المعارض و المؤتمرات .</p>	
<p>- يساهم التراث الثقافي في رقي الإنسان و تنميته ، و ترسيخ الهوية و ربط الإنسان بأرضه و بلاده ؛</p> <p>- المحافظة على التراث تسمح بترقية المحيط و بالتنمية المستدامة ؛</p> <p>- الثقافة تعمل على تنشيط السياحة و السياحة تسمح بخلق حركية اقتصادية (المصور، بائع الهدايا، عامل النقل...)</p> <p>مما يسمح بخلق عدة مناصب شغل ؛</p> <p>- الارتقاء من خلال التقاء المواطن المحلي مع ثقافات أخرى، الانفتاح على حضارات أخرى.</p>	<p>-المساهمة في رفع مستوى الوعي السياحي، المساهمة في زيادة تآلق المنتجات السياحية .</p> <p>-كذلك المساهمة في خلق عدة مناصب شغل، حيث تدعم القطاع السياحي بعدة فنادق متفاوتة التصنيف فمثلا فندق Renaissance لوحده نجم عنه تشغيل 274 عامل .</p>	<p>حسب رأيكم، هل يمكن أن تلعب الثقافة دورا إيجابيا على المستوى الاقتصادي و الاجتماعي ؟</p>
<p>- مدير دار الثقافة</p>	<p>-مدير الديوان السياحي بتلمسان</p>	<p>السؤال</p>
<p>- التظاهرات من شأنها أن تعرف بما تزخر به الولاية من مرافق حيوية ، المعالم و الأماكن ، حيث يستغل الزوار و الوفود الأجنبية التظاهرة كفرصة لاكتشاف المنطقة .</p> <p>- من خلال التظاهرة، زادت الجاذبية السياحية مما سمح بالرفع من القدرات السياحية للولاية .</p> <p>- النشاط الثقافي يروج للسياحة ، هناك توازن بين السياحة و الثقافة .</p> <p>- رغم كون سكان تلمسان يمتلكون ثقافة سياحية عالية إلا أن التظاهرة منحت لهم العالم الخارجي كونهم يتسمون بالمحافظة و السلوك الحضاري .</p>	<p>-التظاهرات الثقافية تسمح بتنمين و استغلال التراث ، تظاهرة تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية سمحت بترميم و تئمين 90% من تراث تلمسان ، كما تساهم في المحافظة على التراث غير المادي ، نساهم سنويا في تنظيم العديد من الفعاليات و التظاهرات الثقافية كعيد الكرز ، المعرض الوطني للصناعة التقليدية بشهر ديسمبر ، الصالون الوطني للخياطة التقليدية ، معرض الآلات الموسيقية كما نشارك في الأسابيع الثقافية ؛</p> <p>-ساهمت التظاهرة في تعزيز جاذبية الوجهة السياحية كونها فتحت المجال أمام منتجات سياحية جديدة كالطبخ التقليدي و الفولكلور المحلي و بالتالي ساهمت في توسيع قائمة المنتجات السياحية الثقافية ؛</p> <p>-قمنا خلال 2011 باقتراح إدماج مادة السياحة في برنامج السنة الأولى ثانوي بهدف رفع مستوى الوعي السياحي لدى شباب المنطقة و غرس ثقافة سياحية ، كما يجدر بالإشارة أننا كل سنة نقترح مسارات سياحية جديدة كون المنطقة بها معظم التراث العربي الإسلامي .</p>	<p>ما هو دور التظاهرات الثقافية تطوير الواجهات السياحية ؟</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ تئمين التراث؛ ▪ الجاذبية السياحية ؛ ▪ الثقافة السياحية ؛ ▪ السياحة الثقافية .
<p>- فعلا استفدنا من مرافق ثقافية هامة في فترة زمنية وجيزة ستساهم في شهرة</p>	<p>-كان للتظاهرة آثار إيجابية عديدة ، خاصة في التعريف بالمنطقة و الترويج</p>	<p>ماذا يعني لكم شعار " تلمسان عاصمة للثقافة الإسلامية "</p>

<p>المدينة على المستوى المحلي ، الوطني ، و العالمي ، إلا أنه يبقى علينا كيفية الاستفادة من المكتسبات و المرافق و يجب أن تحتضن فعل ثقافي دائم و مستمر .</p>	<p>للسياحة الداخلية ، حيث ولدت الرغبة لدى الجزائريين لزيارة المدينة ، ساهمت في غرس الفضول ، حيث عملت 2011 على تشجيع السياحة الداخلية ، و نحو كافة الصور السلبية المرتبطة بالجزائر . - استفادت تلمسان من 8 إلى 9 مشاريع جديدة ، المحطة الدولية الجديدة لمطار مصالي الحاج ، قاعات للمؤتمرات على مستوى الفنادق الجديدة ، قصر للمعارض ، مركز للدراسات الأندلسية الأول من نوعه على مستوى الجزائر ، مسرح الهواء الطلق ، مما لاشك أنه إضافة للأجيال المستقبلية و يساهم في ترقية المستوى المعيشي للسكان المحليين.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ الشهرة و صورة المدينة ؛ ■ المشاريع المحققة خلال هذه التظاهرة .
<p>-</p>	<p>- عاصمة الثقافة الإسلامية منحت لنا إضافات عديدة ، كان لها آثار اقتصادية مباشرة من خلال زيادة الاستثمارات كالفنادق الجديدة و المشاريع الثقافية حيث تولدت عنها مناصب شغل و كذلك آثار اقتصادية غير مباشرة ، لاحظنا كذلك أن الفنادق كانت مملوءة بالكامل خصوصا في أسبوع الافتتاح و الاختتام و كذلك استفادت المطاعم ، كما كان للتظاهرة آثار إيجابية على مستوى الجاذبية السياحية من خلال جذب سياح جدد أجانب و وطنيين ، شهرة التظاهرة ساعدت أعوان القطاع السياحي على ترويج المنطقة كوجهة سياحية . - على المستوى الاجتماعي سمحت التظاهرة بتحسين المستوى المعيشي للسكان المحليين الذين كانوا أحيانا كجمهور و أحيانا كمنظمين و مشاركين في مختلف الفعاليات الثقافية ، من خلال المؤتمرات و الملتقيات العلمية حول تاريخ المنطقة لاحظنا زيادة تعزيز الهوية و انتماء السكان المحليين مع مدينتهم .</p>	<p>حسب رأيكم، هل يمكن أن تلعب الثقافة دورا إيجابيا على المستوى الاقتصادي و الاجتماعي؟</p>

Annexe n° 10 : Questionnaire

Dans l'espoir de pouvoir estimer votre point de vue sur l'événement " **Tlemcen Capitale de la Culture Islamique** " et sur le développement touristique de la ville de Tlemcen, nous avons le plaisir de vous présenter joyeusement ce questionnaire établi dans un cadre de recherche scientifique pour préparer une thèse de magister sous le thème " **Le rôle des manifestations culturelles dans le développement touristique : cas de l'événement Tlemcen Capitale de la Culture Islamique** ".

1. Vous venez de visiter la ville de Tlemcen, est-ce pour la première fois ?

Oui Non

Si votre réponse est " Non " aller à la question 2, sinon aller à la question 4.

2. Remarquez-vous des changements à chaque fois que vous visitez Tlemcen ?

Oui Non

Si oui, lesquels ?.....

.....

.....

.....

Si non, aller à la question 3

3. Puisque, il n'ya jamais eu de changements, qu'est que vous venez chercher à travers votre visite ?.....

.....

.....

4. Pour quelle raison avez-vous choisi la ville de Tlemcen ? (vous pouvez cocher par × plus d'une fois)

Famille

Tourisme

Travail

Santé / corps

La labellisation " Tlemcen capitale de la culture islamique "

Autres

5. Par quel biais avez-vous choisi la ville de Tlemcen ?

Journaux Télévision Site internet
 Office de tourisme (les dépliants, les brochures,...)

Publicité Agence touristique Amis / Proches

Autres

6. En moyenne, quelle est la durée de votre séjour dans la ville de Tlemcen ?

Moins d'une semaine

Une semaine

Plus d'une semaine

7. Quels sont les sites touristiques que vous avez visités dans la ville de Tlemcen ?
 (vous pouvez cocher par × plus d'une fois)

Mansourah Grande Mosquée

Palais d'El Mechouar Les grottes de Beni Ad

Lala Setti Théâtre de verdure

L'ouritt Palais de la culture

Autres.....

8. Quels sont les produits artisanaux que vous avez acquis lors de votre visite à Tlemcen ?

Mansourah Les habits traditionnels

Textile Autres.....

9. Degré de qualité de l'offre touristique :

Offre touristique	Très satisfait	Satisfait	Neutre	Insatisfait	Très insatisfait
Transports					
Hébergement					
Restauration					
Sites touristiques					
Offre culturelle					
Population locale					

10. Selon vous, Tlemcen est une destination adaptée pour :

Propositions	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Ne sait pas
Festivals / spectacles					
Visite parcs et jardin					
Visite patrimoine					
Musées, art, culture					

11. Saviez-vous que Tlemcen était " **Capitale de la Culture Islamique** " en 2011?

Oui Non

Si votre réponse est " Oui " aller à la question 12, sinon aller à la question 13.

12. Quelle est votre évaluation de cette manifestation culturelle ?

Propositions	Très satisfait	Satisfait	Neutre	Insatisfait	Très insatisfait
L'organisation des événements culturels					
La variété de la programmation					
L'animation et la valorisation du patrimoine					
La notoriété de la ville					
Le développement territorial					

13. Au futur, revisiterez-vous la ville de Tlemcen ?

Oui Non

14. Allez-vous conseiller à vos amis et vos proches de visiter cette ville ?

Oui Non

15. Nationalité :

16. Sexe : Homme Femme

17. Age :

18. Profession :

Libérale	<input type="checkbox"/>	Entrepreneur	<input type="checkbox"/>	Cadre	<input type="checkbox"/>
Fonctionnaire	<input type="checkbox"/>	Retraité	<input type="checkbox"/>	étudiant (e)	<input type="checkbox"/>
Sans emploi	<input type="checkbox"/>	Autres			

Remerciements

Personnes interrogées lors d'entretiens semi –directifs

- ✓ Directeur de la direction de tourisme et de l'office du tourisme ;
- ✓ Directeur de la direction de culture et de la maison de culture ;
- ✓ Chef de département de communication du comité exécutif de la manifestation ;
- ✓ Directeurs de 4 hôtels et de 2 agences de voyage.(parce qu' il ya 46 hôtels et 4 > 5% et il ya 20 agences de voyage et 2 > 5%)

الملخص :

استطاعت الصناعة السياحية أن تحقق دورا هاما و بارزا في اقتصاديات معظم دول العالم التي اعتمدت عليها كمصدر أساسي من مصادر الدخل القومي ، في حين ظلت الإيرادات المحققة من هذه الصناعة في الجزائر ضئيلة جدا بالمقارنة مع الإيرادات الدولية المحققة في هذا المجال .

وقد تبنت الجزائر إستراتيجية وطنية تتمثل في " **المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025** " لاستغلال الغنى الثقافي و التنوع التاريخي و الحضاري و الطبيعي و الحيوي و كذلك تحديد الميزات التفضيلية للمقصد السياحي الجزائري على غرار السياحة الثقافية بتراثها المادي و غير المادي .

كما توصلت الدراسة الميدانية للمساهمة الإيجابية لتظاهرة تلمسان كعاصمة للثقافة الإسلامية بتحويل المدينة إلى قطب من أقطاب السياحة الثقافية و تعزيز جاذبية وجهتها السياحية .

مصطلحات البحث الأساسية :

السياحة ، السياحة الثقافية ، التراث غير المادي ، التظاهرات الثقافية ، التطوير السياحي .

Résumé :

L'industrie touristique a réalisé un rôle très important dans les économies de la majorité des pays du monde sur lesquelles elle s'est basée ; celle ci représente une source essentielle dans le revenu national ; en revanche les rentes réalisées par cette industrie en Algérie demeurent très faibles en comparaison avec les revenus internationaux.

L'Algérie a adopté une stratégie nationale qui se résume dans le " **Schéma directeur d'aménagement de territoire SDAT 2025** " dans le but d'exploiter la richesse culturelle et la variété historique , civilisationnelle , naturelle et vitale. Ce plan vise aussi à démontrer les caractéristiques les plus pertinentes de l'objectif touristique vis-à-vis du tourisme culturel avec ses deux volets : le patrimoine matériel et immatériel .

A travers l'étude pratique ,on a déduit l'impact positif de la manifestation culturelle "**Tlemcen Capitale de la Culture Islamique** " en rendant Tlemcen l'un des plus importants pôles touristiques et culturels et en renforçant l'attractivité touristique .

Mots clefs :

Tourisme, Tourisme culturel, Patrimoine immatériel, Manifestations culturelles, Développement touristique.