

République Algérienne Démocratique et Populaire  
Ministère de l'Enseignement et de la Recherche  
Scientifique Université Abou Bakr Belkaid

\* Tlemcen \*

Faculté : lettres et langues

Département d'anglais

Filière de Traduction

**Mémoire de fin de cycle pour l'obtention**

**d'un :**

**MASTER**

LES NTIC AU SERVICE DE LA  
TRADUCTION POUR LA PROMOTION  
DU TOURISME EN ALGERIE  
Cas de : « Tlemcen »

**Présenté par :**

- ❖ Mr SAIB Abdelkrim
- ❖ Mr BENHAMOUDA Mohamed Adel

**Membres du jury :**

- ❖ Mme BENAÏSSA MENSRI Ibtissem (Président)
- ❖ Mme SENOUCI BEREKSI Zeyneb (Examinatrice)
- ❖ Mr BELGUERNINE Abdelkader (Encadreur)



# Dédicace

*Je tiens à dédier ce mémoire à*

*Mes parents, qui ont œuvré pour ma réussite, de part leur amour, leur soutien, tous les sacrifices consentis et leurs précieux conseils, pour toute leur assistance et leur présence dans ma vie, recoient à travers ce travail aussi modeste soit-il, l'expression de mes sentiments et de mon éternelle gratitude. Ainsi qu'à mon défunt grand père.*

*Saib Abdelkrim*

# Dédicace

*Je tiens à dédier ce mémoire à*

*Mes cheres parents ainsi qu'a ma chere tante et toute  
personne ayant participe a ma reussite*

*Benhamouda Mohamed Adel*

## *Remerciements :*

La réalisation de ce mémoire a été possible grâce au concours de plusieurs personnes à qui on voudrait témoigner toute notre reconnaissance.

On voudrait tout d'abord adresser toute notre gratitude au directeur de ce mémoire, Mr Belguernine Abdelkader pour sa patience, sa disponibilité et surtout ses judicieux conseils, qui ont contribué à alimenter notre réflexion.

On désire aussi remercier Toute personne qui nous a fourni les outils nécessaires à la réussite de nos études universitaires.

On voudrait exprimer notre reconnaissance envers les amis et collègues qui nous ont apporté leur support moral et intellectuel tout au long de notre démarche. Un grand merci à Mr le directeur de la direction du tourisme et de l'artisanat de Tlemcen pour sa disponibilité, il nous a grandement facilité notre travail. Enfin, On tient à témoigner toute notre gratitude à Mme Benaissa Ibtissem pour sa confiance et son support.

# Sommaire

## Introduction

### Chapitre I : *Les NTIC au service de la promotion du tourisme*

1. NTIC et moyens de communication .....	6
1.1 Bref aperçu sur les NTIC .....	6
2. Les types des NTIC .....	8
3. NTIC et marketing .....	11
3.1 Commerce et marketing électroniques .....	11
3.2 Autres services électroniques .....	13
4. Vers une électronique du tourisme .....	15
4.1 E-tourisme, apparition et principe de fonctionnement .....	15
5. L'utilité des NTIC dans le secteur du tourisme .....	19

### Chapitre II : *Tlemcen : Position historique, touristique et intégration des NTIC pour sa relance*

1. Tourisme a Tlemcen : état des lieux et perspectives .....	21
1.1 Aperçu historique sur Tlemcen.....	21
2. L'importance de la relance touristique à Tlemcen .....	23
3. Le tourisme a Tlemcen en quelques chiffres.....	25
4. L'importance de l'intégration des NTIC dans le secteur du tourisme.....	29

### Chapitre III: *Exploitation des NTIC au profit du tourisme local*

1. Création de note site web .....	33
1.1 Définition du site web .....	33
2. Les pages web et leur fonctionnement .....	33
2.1 Définition et choix du nom de domaine.....	34
2.2 Définition et choix de l'hébergeur .....	35
3. Logiciel utilisé pour la conception notre site web.....	35
4. Optimisation du contenu pour mes moteurs de recherche.....	37
5. Localisation du site web.....	38
5.1 Définition de la localisation .....	38
5.2 Etapes de localisation du site web.....	39

<b>5.3 L'ajout du contenu multilingue.....</b>	<b>42</b>
<b>5.4 Affichage d'un sélecteur multilingue.....</b>	<b>43</b>
<b>6. Localisation du contenu du français vers l'arabe.....</b>	<b>43</b>
<b>6.1 Traduction versus localisation.....</b>	<b>43</b>
<b>6.2 Processus de localisation (français-arabe).....</b>	<b>43</b>
<b>6.3 Localisation intralinguistique .....</b>	<b>45</b>
<b>6.4Globalisation du contenu du français vers l'anglais .....</b>	<b>46</b>
<b>6.4.1Définition de la globalisation de sites web .....</b>	<b>46</b>
<b>7. Conclusion.....</b>	<b>48</b>
<b>8. Annexe.....</b>	<b>50</b>

## Introduction

L'émergence des technologies de l'information et leur éruption dans le processus économique, à bouleversé la vision traditionnelle de l'économie touristique, offrant ainsi aux destinations touristiques une opportunité en termes de visibilité et de présence internationales.

Nul besoin de démontrer l'importance et l'envergure des NTIC dans le domaine économique et commercial. Cependant il reste, selon les experts, non exploité dans le domaine du tourisme en Algérie, Ce qui empêche donc de tirer profit des atouts touristiques que recèle la région de Tlemcen.

Dans ce contexte, et partant d'un postulat principal à savoir que le meilleur moyen de promouvoir un produit est de le « textualiser ». Ceci dit, nous avons été tentés, en tant que chercheurs et habitants de la ville de Tlemcen, toute en adoptant une méthode purement descriptive, par l'ambition de les mettre, i.e. les NTIC, au service du tourisme, et cela à travers la conception d'un site web sans omettre à ce que la traduction soit nécessairement présente, par le biais de la localisation, en l'occurrence.

Cependant et en dépit de tout les efforts fournis par le gouvernement afin de propulser le secteur en question et notamment dans son côté infrastructures d'accueil et de sécurité,



Ces réalisations importantes n'ont jusqu'ici malheureusement pas été mises en valeur. D'après l'enquête que nous avons menée à Travers l'internet auprès de touristes étrangers, seulement 12% d'entre eux connaissent la ville de Tlemcen.

Au demeurant, c'est la raison pour laquelle nous avons créé un site web afin de mettre en exergue la ville de Tlemcen. Le monde aura désormais la possibilité d'avoir l'œil sur la métropole, ses lieux d'attraction, ses hôtels,...etc. Nous n'avons également pas négligé que ces touristes ne partagent pas la même langue, et c'est pour cela que nous avons décidé de localiser notre site web en trois langues. Nous avons aussi dans le même sens, dédié une page web aux diverses activités culturelles, sportives, économiques...etc. ayant lieu à Tlemcen, laquelle page sera actualisée de manière continue.

Dans le premier chapitre, nous avons tenté de décortiquer le domaine des NTIC mais aussi de donner un aperçu sur les étapes de son évolution à travers l'histoire et d'en reconnaître les composantes ainsi que leur rôle dans le secteur du tourisme, y compris leur e-marketing, et de rendre compte des différents modes de paiement en ligne en cours. Ensuite nous avons essayé de mettre l'accent sur la promotion touristique via les divers supports des NTIC, tâche peu commode vu le manque de documentations sur ledit sujet, d'autant plus que la plupart des supports utilisés sont rédigés en anglais.

Quant au deuxième chapitre, nous avons essayé de dévoiler les atouts touristiques que recèle la ville de Tlemcen, y compris ses lieux d'attraction (sites historiques, parcs nationaux,

monuments, musées, sites naturels) ainsi que les infrastructures d'accueil, nombre d'hôtels (lits), mais également les zones D'expansion touristique. Nous avons enfin ambitionné de recenser les efforts consentis par l'état Algérien dans le but de préserver les acquis susciter, et aussi d'essayer d'améliorer la qualité des

Services et des offres touristiques. Il ne nous semble pas superflu de souligner les obstacles énormes auxquels nous avons été confrontés quand il s'agissait de parvenir à l'information sur l'état du tourisme à Tlemcen.

Une fois la partie théorique achevée, nous avons entamé un travail pratique dont le but est très simple. Nous avons en effet, et dans un souci méthodologique de complémentarité, tenté de mettre le premier chapitre au service du deuxième. Le premier concerne l'étude des interférences langagières du contenu entre les trois langues, l'arabe, le français et l'anglais mais aussi les clivages existants entre les valeurs socioculturelles, occidentale et orientale .notre fin étant de mettre tout cela au service de la promotion touristique.

Par la suite, nous avons entrepris un travail de conception d'un site web, dans lequel nous avons installé un programme permettant de localiser le contenu en arabe, en français et en anglais. Un travail périlleux, il nous à fallu beaucoup de patience et de persévérance mais aussi un grand sens de professionnalisme. Ce périple est du à l'inexistence d'informaticiens spécialistes dans ce domaine. Notre travail a été complètement autonome : nous avons eu recours aux tutoriels.

Nous avons aussi travaillé sur la partie SEO (Search Engine Optimisation) en l'occurrence l'optimisation pour les moteurs de recherche, afin de donner une visibilité à notre site web. Une fois cette partie technique achevée, nous avons ajouté du contenu à notre site web.

Nous aimerions dire à la fin que l'intention initiale qui a enfanté ce travail émane de notre amour profond pour la ville de Tlemcen mais également de notre désir de la faire valoir aux yeux du monde entier. Nous avons donc essayé de traduire des textes à caractère touristique du français vers l'arabe et l'anglais tout en respectant les modalités de la localisation et en veillant à ce que les différences culturelles soient limitées afin de servir la promotion touristique. Ceci dit, nous sommes appelés à définir le concept NTIC, identifier ces spécificités, ces types, savoir à quoi servent elles, Comment peuvent-elles aider le tourisme ? Toutes ces interrogations, nous allons tenter de les élucider par le biais de ce travail.

# CHAPITRE I

Les NTIC Au Service De La Promotion Du  
Tourisme

### 1. NTIC et moyens de communication:

Les technologies de l'information et de la communication (NTIC) se composent à la fois des différents types de réseaux de communication et des technologies utilisées sur ces réseaux. Le secteur des NTIC se compose des activités de fabrication et de tous les services dont les produits permettent ou facilitent le traitement et la communication de l'information par voie électronique, y compris la transmission et l'affichage. Il est source de progrès technologique, de croissance de la production et de gains de productivité. Son impact s'observe soit directement, à travers sa contribution à la croissance de la production, de l'emploi ou de la productivité, soit indirectement, en tant que catalyseur d'un changement technologique qui s'étend à d'autres secteurs.

D'autre part, l'activité du e-commerce a connu a son tour une grande avancée à travers l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication dans les grandes firmes internationales, ce qui à donne naissance à un marché électronique nouveau.

#### 1.1 NTIC bref aperçu :<sup>1</sup>

Les NTIC regroupent tout moyen ayant pour vocation de stocker, extraire, manipuler, transmettre ou recevoir des informations par voie électronique sous une forme numérique. Par exemple, via ordinateurs personnels, télévision numérique, e-mail, robots,... etc.

Les NTIC assurent donc toutes ces tâches, et le point le plus important est assurément, la façon dont elles sont liées l'une à l'autre.

---

<sup>1</sup> Cf, William H. Dutton, Information and Communication Technologies: Visions and Realities, Oxford University Press, Inc. New York, 1996, p186.

## Les NTIC au service la promotion du tourisme

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication représentent plusieurs méthodes et techniques ayant Pour objectif de vulgariser l'information et de l'optimiser d'une manière idyllique. Les NTIC regroupent différents outils incontournable dans le traitement de l'information et ce, à travers divers supports : des ordinateurs, des programmes, et des outils de sauvegarde relatifs à tous les moyens de communications, audio, visuel ou bien écrite qui existent. « Présentées comme telle ces nouvelles technologies touchent potentiellement tout individu qu'il soit étudiant ou retraité, chef d'entreprise ou salarié. Au niveau économique, de plus en plus d'entreprise sont cyberconnecte, se mettent au réseau grâce à l'intranet, développent des sites web pour promouvoir et vendre leur produit »<sup>1</sup>

La vitesse avec la quelle les nouvelles technologies ont évolués dans différents domaines, nous met face à un énorme déficit, notamment lorsqu'il s'agit de la communication entre deux individus ou plusieurs en même temps 24h/24h et 7j/7j et dans tout les recoins du monde.

Les NTIC sont réputées par leur grande influence sur le marché électronique internationale, de part leur améliorations des services nécessaires, plus particulièrement dans le développement du commerce. Leur investissement sur le long terme sera

Considéré comme une pièce maitresse dans la concurrence loyale dans le domaine du commerce international.

---

<sup>1</sup> Pierre Bouloc, Les N.T.I.C, Ria, Paris, 2003, p 11.

## Les NTIC au service la promotion du tourisme

Selon une étude réalisée par l'organisation de la coopération et le développement économique OCDE, les NTIC sont le moyen le plus apte à suivre et à adopter pour le développement économique.<sup>1</sup>

Les NTIC ont fait l'objet de recherche de plusieurs spécialistes dans le secteur, qui ont abouti à un même et unique résultat, c'est celui de l'importance primordiale de cet outil tant dans le développement économique que touristique, notamment sur la toile.

Dans cette optique, CASTELLS, l'un des spécialistes qui a fournis de nombreux travaux sur les NTIC, considère que « Le développement sans internet dans l'âge de la toile est comme la fabrication sans électricité »<sup>2</sup> en faisant signe à l'importance de cet outil indispensable dans le développement tant local qu'international.

### 2. Les types des NTIC :

Les NTIC sont souvent classés en deux grands types de produits :

---

<sup>1</sup> Cf, OCDE, études économiques de l'OCDE, éditions OCDE, japon, 2011, p 46

<sup>2</sup> Castells Manuel, The Internet Galaxy: Reflexion on the Internet, Business and society, Oxford University press Inc, New York, 2001, p256.

**“Development without the internet would be the equivalent of industrialization without electricity in the industrial era”**

## Les NTIC au service la promotion du tourisme

Les technologies informatiques traditionnelles (généralement manipulables sur un ordinateur personnel ou public), et La gamme des technologies de communication

Numériques les plus récentes, qui permettent aux individus et aux organisations de communiquer et de partager l'information numérique).

Voici les deux catégories afin de démontrer les types de produits et d'idées qui sont couverts par les NTIC:

Les technologies informatiques traditionnelles :

Ces types d'NTIC incluent : <sup>1</sup>

**\*Le traitement de texte :**

Par exemple Microsoft Word: Écrire des lettres, rapports, etc.

**\*Les tableurs :**

Par exemple Microsoft Excel; Analyser l'information financière; calculs; créer des modèles de prévision, etc.

**\*Les logiciels de base de données :**

Par exemple Oracle, Microsoft SQL Server, Access; Gestion des données sous plusieurs formes, à partir de listes de base (par exemple, les contacts de clients grâce à la matière complexe (par exemple catalogue)

**\*Les logiciels de présentation :**

---

<sup>1</sup> Cf, Wischhusen M, Scales A and Snell J, Information and communication technology, Heinemann, Uk, 2000, pp 39 40.



## **Les NTIC au service la promotion du tourisme**

Par exemple Microsoft PowerPoint; faire des présentations, soit directement à l'aide d'un data-show. Publier au format numérique via e-mail ou sur Internet.

### **\*Publication assistée par ordinateur (PAO) :**

Par exemple Adobe In design, Quark Express, Microsoft Publisher; produire des bulletins, magazines et autres documents complexes.

### **\*Les logiciels graphiques :**

Par exemple Adobe Photoshop et Illustrator; créer et modifier des images telles que des logos, des dessins ou des images pour une utilisation dans DTP, des sites Web ou d'autres publications.

Exemples d'applications spécialisées :<sup>1</sup>

### **\*Les logiciels de comptabilité :**

Par exemple Sage et Oracle; Gérer les comptes d'une organisation, les revenus / ventes, achats, comptes bancaires, etc. Une large gamme de systèmes est disponible allant des petits packs de base Destinés aux petites entreprises aux packs les plus sophistiqués destinés aux entreprises multinationales.

### **\*Conception Assistée par Ordinateur :**

Conception Assistée par Ordinateur (CAO) est l'utilisation des ordinateurs pour aider le processus de conception. Des programmes de CAO spécialisés existent pour de nombreux

---

<sup>1</sup> Opcit, ibid p 106.

## **Les NTIC au service la promotion du tourisme**

Types de conception: architecture, ingénierie, électronique, ouvrages d'art, ...etc.

### **\*Gestion de la Relation Client (GRC) :**

Une gamme de logiciels qui permet aux entreprises de mieux comprendre leurs clients par la collecte et l'analyse d'informations sur eux, comme leurs préférences de produits, les

Habitudes d'achat, etc. Souvent liés à des applications logicielles qui gèrent des centres d'appels et les cartes de fidélité par exemple.

### **3. NTIC et marketing :**

Le commerce électronique est une activité en plein expansion qui a vu ces dernières années une très remarquable progression, ce qui a donné naissance à un marché commercial électronique dans lequel exercent beaucoup de firmes partout dans le monde, ce qui a engendré aussi le phénomène du marketing en ligne.<sup>1</sup>

#### **3.1 Commerce et marketing électroniques :**

Le commerce électronique s'est beaucoup élargi ces dernières années notamment sur le net, il a atteint la barre des 1,2 Trillion de Dollar en 2012.<sup>2</sup>

Le marketing électronique est connu par la facilité de la communication et le contact aisé entre les sociétés

---

<sup>1</sup>Cf, Kalakota, R. and Whinston, A.B, A managerial handbook for E-commerce. John Wiley & Sons, New York, 1997, p14.

<sup>2</sup> (Organisation mondiale du tourisme) : [unwto.org/fr](http://unwto.org/fr) consulte le 12/02/15.

## Les NTIC au service la promotion du tourisme

Internationales. Tandis qu'il a plein d'avantage sur le plan économique. Toutes firme a désormais un site internet qu'elle soit Petite grande ou moyenne, ce qui lui facilite la communication et l'amélioration de sa relation avec sa clientèle pour qu'elle en soit beaucoup plus proche.<sup>1</sup>

Le commerce électronique ne cesse de se développer jour après jour, il est devenu la nouvelles tendance qui caractérise la mondialisation ; un phénomène qui s'est propagé à une vitesse énorme via les réseaux internet. Ce développement a touché les pays du monde entier au point de devenir une nécessité dont Plusieurs entreprises et organisations internationales ne peuvent s'en passé.<sup>2</sup>

Le e-marketing, quant à lui, a vu le jour vers le début des années 90, lorsque le réseau mondial fut accessible au public (alors qu'à une période précise il fut exclusivement militaire).<sup>3</sup>

Le e-commerce est un nouveau terme dans le domaine des affaires il était encore méconnu avant 1997 et depuis cette date un réseau public appartenant à LA NASA fut privatisé et que l'usage terme est devenu courant. Le e-marketing et le e-commerce se sont développés coude à coude que les nouvelles technologies et internet en particulier, depuis, les entreprise ont commencé à comprendre que l'avenir de leurs activités doit passer par internet et se sont engagé à l'élaborations de leur propre sites

---

<sup>1</sup> Cf, Judy Strauss, Adel I. El-Ansary, and Raymond Frost, E-Marketing, 3rd edition, Prentice Hall , New Jersey, 2003, p32.

<sup>2</sup> Opcit, Idem

1 ينظر صيام وليد زكريا ومحمد عبد الله المهدي، مدى إسهام التجارة الإلكترونية ووسائل الاتصال الحديثة في تطوير نظم المعلومات المحاسبية في البنوك التجارية الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإدارية، الجامعة الأردنية، المجلد 34 ، العدد الأول 2008 ، ص49

## **Les NTIC au service la promotion du tourisme**

Afin de laisser le champ libre à l'innovation et aux nouvelles technologies, et c'est à partir de cela que l'organisation mondiale Du commerce à commencer à s'intéresser au domaine en le qualifiant de ' **l'avenir du commerce**'.<sup>1</sup>

### **3.2 Autres service électronique :**

Ces NTIC ont donné naissance à de nouveaux types d'appellations qui étaient encore méconnus il y a très peu de temps et qui sont devenus des termes incontournables dans le milieu des affaires, on peut citer à titre d'exemple le E-marketing (commerce en ligne), E-business (affaires électroniques), E-Travel (voyage électronique) ou bien le E-Banking soit les transactions bancaires en ligne ; tout ces néologismes ont révolutionné le domaine des affaires à tout jamais.<sup>2</sup>

La toile a ouvert de nouveaux horizons aux organisations d'affaires et a multiplié le nombre des marchés cibles, elle a aussi rendu la tâche plus facile aux Différentes sociétés exerçant plus précisément sur le net, on peut remarquer le nombre incalculable des sites professionnelles actuellement. tout ceci permet à ces sociétés d'être à jour vis-à-vis non seulement des internautes mais aussi des différents clients potentiels qui n'ont pas la possibilité de se déplacer sur place afin d'examiner le produit brut, donc tout ça leur permet d'être reconnus sur le plan international et d'exposer leur produit par la meilleur des façon et tout ça avec le moins d'effort et de budget possible.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>Opcit, Idem.

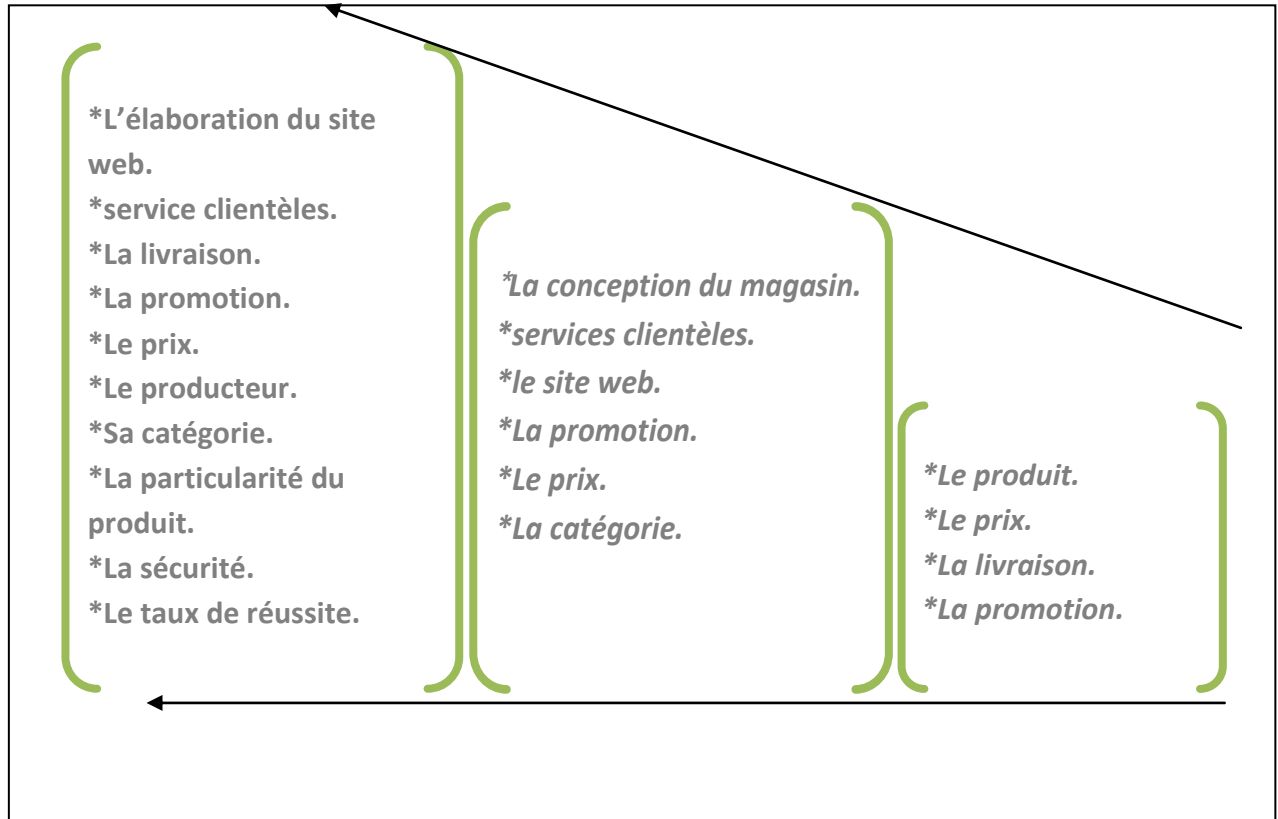
<sup>2</sup> Cf, Smith, PR & Dave Chaffy, E-marketing Excellence: Planning and Optimizing your Digital Marketing, Routledge, 4edition, London and New York .2012.pp.14-16.

<sup>3</sup> Idib, p46.

## Les NTIC au service la promotion du tourisme

\*Les schémas commerciaux :

Kalanam et Melyre<sup>2</sup> ont ; dans leur etude ; découper le processus commercial comme suit : <sup>1</sup>



*\*Le schéma du e-marketing      \* Le schéma du commerce en détail      \* le schéma marketing classique*

### Forme (1)<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ينظر يوسف أحمد أبو فارة: التسويق الالكتروني وعناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة 1، 2004، ص 141.

<sup>2</sup> Kalyanam, Kirther, and shelby melntyre, The e-marketing mix: A contribution of the e-tailing wars ,santa clara city, 2002.p42.

### 4. Vers une electronisation du tourisme :

#### 4.1 E-tourisme apparition et principe de fonctionnement :

L'E-tourisme est apparu avec le début de l'émergence du service World Wide Web (Word Wide Web) pour coïncider avec l'utilisation d'Internet entre les institutions et homologues (B2B) et entre les consommateurs eux-mêmes (C2C), Degriftor (degriftour.com) a émergé comme le premier site touristique en 1990.<sup>1</sup>

Le secteur du tourisme électronique a pour lui seul plus de 24% des revenus provenant du net, selon un rapport établie par l'entreprise des recherches "FORESTER" qui atteste que les revenus du secteur touristique électronique qui se représente en billet d'avion et de bateaux, les réservations d'hôtels et la location de voiture touristique en tout genre.les revenus des voyage aériens uniquement on atteint la barre des 32.8 Milliard de dollar compare a 16.4 Milliard de dollar de revenue d'hôtels.<sup>2</sup>

Depuis quelques années, dans la plupart des pays développés, les systèmes de distribution via Internet bouleversent l'organisation de la vente des produits touristiques.<sup>3</sup>

Le premier bouleversement concerne le client : il a désormais la possibilité d'accéder à un large choix d'offres de destinations et de produits, de la nuitée sèche au forfait tout compris ; en passant par le vol et la location de voiture ; de faire sa sélection à partir de critères qui sont

---

<sup>1</sup> ينظر بختي إبراهيم وشعوبي محمود فوزي، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة"، مجلة الباحث، عدد 07، جامعة ورقلة، الجزائر، 2009-2010، ص: 276.

<sup>2</sup> Electronic Union of Travel Industry / [http:// www.euoti.net/](http://www.euoti.net/) , 17/12/2008.

<sup>3</sup>Opcit, idem.

## Les NTIC au service la promotion du tourisme

De plus en plus variés et en disposant d'informations de plus en plus précises.

Enfin de réserver, c'est-à-dire avoir l'assurance que sa demande sera prise en compte. Voire de payer. Et ceci :<sup>1</sup>

- sans avoir à se déplacer, et à toute heure de la journée.
- sans avoir à prendre son téléphone pour communiquer dans une langue étrangère, sans passer par un intermédiaire physique.

Si l'on ajoute que l'utilisation de ces systèmes ne lui coûte (presque) rien d'autre que son abonnement Internet, on peut considérer qu'il profite largement de la réservation en ligne. Mais le bouleversement concerne également les acteurs professionnels qui organisent cette mutation :<sup>2</sup>

- Les prestataires touristiques, hébergeurs, transporteurs, prestataires d'activités, qui voient dans ces systèmes de réservation l'opportunité de s'adresser en direct à leurs clients et d'éviter les intermédiaires.

- Les intermédiaires du voyage et du tourisme, centrales de réservation, tour-opérateurs, agences de voyages, qui voient leur modèle économique traditionnel menacé et s'efforcent de redéfinir leur valeur ajoutée.

- Les organismes territoriaux qui, soucieux de ne pas perdre des clients potentiels pour la destination, cherchent dans la réservation en ligne un prolongement naturel à leur mission d'information.

---

<sup>1</sup>Cf, Sparks, Beverley and Browning, Victoria, The impact of online reviews on hotel booking intentions and perception of trust, Elsevier, Amsterdam, 2011,p 186.

<sup>2</sup> Opcit, Electronic Union of Travel Industry / [http:// www.euoti.net/](http://www.euoti.net/), Ibid, p 198.

## Les NTIC au service la promotion du tourisme

- les pouvoirs publics enfin, qui souhaitent à la fois réguler ces pratiques et favoriser le développement des technologies de l'information par les utilisateurs et les professionnels.

Les progrès réalisés en matière de technologies et de normalisation des flux de transactions rendent beaucoup plus aisés l'interfaçage des systèmes des différents operateurs. Mais la révolution du e-tourisme ne se traduit pas seulement dans le passage d'une technologie à une autre, plus informatisée et plus interconnectée, elle modifie également les modèles économiques et contractuels des acteurs de la production et de la distribution touristique.<sup>1</sup>

En effet, dans l'univers du e-tourisme, quelle que soit la position que l'on occupe, les choix en matière de modèle économique, de partenariat Stratégique ou de solutions technologiques peuvent être remis en cause par les évolutions de l'environnement , l'environnement du marché, avec un consommateur qui devient de plus en plus averti et exigeant.<sup>2</sup>

---

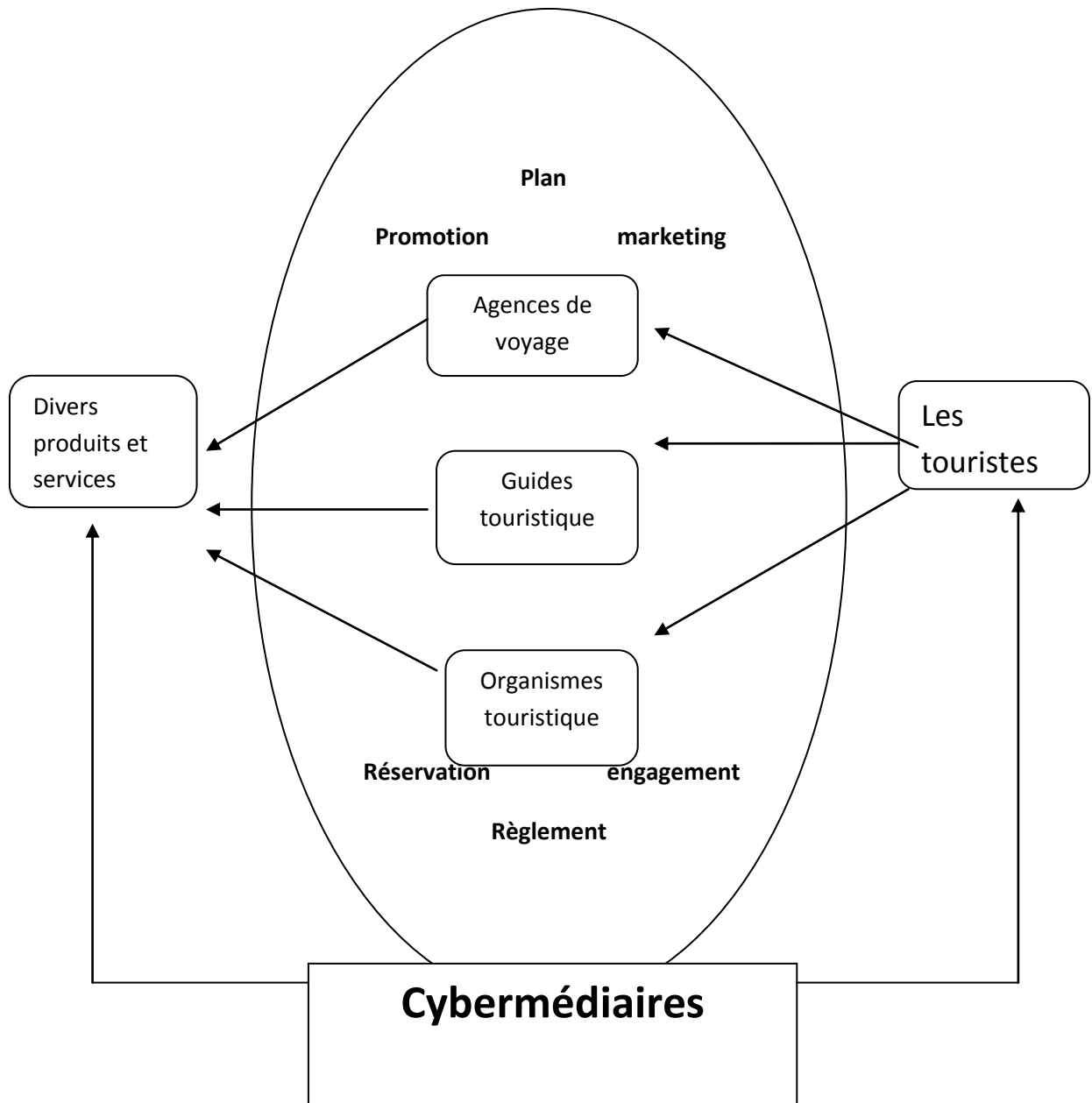
<sup>1</sup>Cf, Gallouj Camal, Leroux Erick, « E-tourisme, innovation et modes d'organisation », *Management & Avenir* 2/2011 (n° 42) , pp. 213-231

<sup>2</sup> medi



## Les NTIC au service la promotion du tourisme

Nous avons décidé de vous illustrer tout se qu'on vient d'expliquer avec le plan ci-dessous :



Forme 3<sup>1</sup>

<sup>1</sup>بختي إبراهيم وشعوبي محمود فوزي، مرجع سابق، ص: 279

## Les NTIC au service la promotion du tourisme

### 5. L'utilité des TIC dans le secteur du tourisme :

La qualité du tourisme ne serait nullement à son meilleur niveau sans l'autorisation de mettre les NTIC au service du tourisme dans tout ses style que se soit dans la planification, la réservation ,la promotion ou même dans le mode de paiement et autres... l'organisation mondiale du tourisme a indique au gouvernement et au différents organisme de l'importance de ces nouvelles technologies de l'information et de la communication et leurs impactes sur le secteur du tourisme et de l'hôtellerie et que cette dernière est devenue une base nécessaire pour le développement du tourisme à travers le monde entier et n'est plus une option pour les responsable de ce domaine elle est devenue plutôt une obligation qu'ils ne peuvent en aucun cas s'en disposer vu l'actuel état économique du développement touristique et hôtelier, elle ne peut nullement être considéré tel une concurrence pour le tourisme traditionnelle bien au contraire nous pouvons la considérer comme un moyen complémentaire pour cela. <sup>1</sup>

En effet, nous en somme ressorti avec l'unique résultat, celui de la haute importance de l'usage des NTIC dans le développement du tourisme dans un pays. La transmission de l'information deviens plus facile ainsi qu'a la communication avec le touriste et lui fournir toute l'actualité et les offres touristique disponible allant de la réservation jusqu'au paiement en ligne, cependant, plusieurs pays du monde souffre d'un manque flagrant dans les infrastructures des NTIC dans leurs démarches.

---

<sup>1</sup> [http:// www.euoticonf.com](http://www.euoticonf.com) Le site électronique de la conférence internationale Arabe sur l'e-tourisme. Consulte le 12/02/2015

# CHAPITRE II

Tlemcen : Position Historique, Touristique et  
Intégration Des NTIC Pour Sa Relance

## Tlemcen : Position historique, touristique et intégration des NTIC pour sa relance

### 1. Tourisme a Tlemcen : état des lieux et perspectives :

#### 1.1 Aperçu historique sur Tlemcen :

Tlemcen une ville tant aimée par les historiens, les écrivains et les poètes qui y ont vécu, et qui ne se sont pas retenus de la décrire, chacun à sa façon, et dans diverses langues, ceci a permis à cette ville de briller aux yeux du monde entier. Ce petit passage représente un témoignage concret de ce qu'on vient de citer :

*« Toutes autre apparaît Tlemcen, 'La ville des mosquées', l'ancienne capitale du Maghreb central, l'une des plus anciennes des cités de l'Algérie et des moins visitées par les touristes...Tlemcen est l'une des villes les plus pittoresque de l'Algérie ; elle est, au point de vue historique, la plus curieuse après la cite morte de Timgad...Tlemcen 'La ville sainte'', à 800 m d'altitude... jouit d'un climat tempéré. Des bosquets de noyers, de figuiers, d'oliviers, encadrent d'une luxuriante verdure ses vieux remparts, et ses élégants minarets... »<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> Benmansour .A, Florilège de Tlemcen, IBN Khaldoun, Tlemcen, 2011, p.20.

## **Tlemcen : Position historique, touristique et intégration des NTIC pour sa relance**

Le passage suivant met en exergue la position historique de Tlemcen et son influence sur le marché internationale à cette époque :

*« Tlemcen, à cinq lieues sud est de l'embouchure de la Tafna, s'annonce pour avoir été autrefois une très grande ville. L'on y rencontre beaucoup d'antiquités, des murs, des colonnes.les Arabes l'appelant Tlamsan. Elle est bâtie sur une éminence environnée d'une chaine de rocher escarpés, ou se trouve une grande plaine arrosée par plusieurs source d'eau. Les environs produisent beaucoup de blé, de fruits et sont abondant en excellents pâturage »<sup>1</sup>*

Tel est la ville d'art et d'histoire que les plus grands historiens l'on décrite et l'on tant aimé par le passé. Tlemcen, ancienne et brillante capitale d'un royaume de même nom, elle s'est élevée sur les ruines d'une ancienne colonie romaine, Pomaria. Le royaume dont elle devint capitale au moyen âge et qui fut gouverné tour a tour par des dynastie arabe et berbères, comptait plus de six cents kilomètres de cote, Tlemcen charme les visiteurs par son large à couper le souffle, ses palais, ses écoles, les caravane de ses marchands la rendaient célèbre, à proximité des frontières du Maroc, Tlemcen a une haute importance politique, militaire, industrielle et commerciale ;elle a toujours été un des plus grands marchés de la région.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Poiret J.L.M, Voyage en Barbarie, chez J.B.F.Née de la Rochelle, volume2, Paris, 1789, p.48.

<sup>2</sup> Ibid, p 82.

## **Tlemcen : Position historique, touristique et intégration des NTIC pour sa relance**

Tlemcen est défendue par une citadelle célèbre, nommée EL Mechouar, un lieu qui laisse chaque individu succombé à son charme et lui raconte toute son histoire à travers le temps.<sup>1</sup>

### **2. l'importance de la relance touristique a Tlemcen :**

Ce joyaux du Maghreb et malgré toute sa splendeur manque d'infrastructure et de grands projet touristique qui feront de lui un pole d'attraction pour les touristes venant du monde entier, le tourisme un Secteur très prometteur dont plusieurs pays à travers le monde font de lui une source de revenus et un moyen d'exposer leur culture et leur savoir faire aux yeux de tout les curieux de la découverte, cependant en Algérie ce secteur reste une énigme et un domaine à faire évoluer.

Tlemcen est riche d'un patrimoine culturel qu'il est important de protéger et de sauvegarder, mais aussi de le préserver de l'oubli autant que des injures du temps. C'est un patrimoine d'une richesse exceptionnelle qui traduit dans toute sa plénitude une histoire millénaire, des traditions et des coutumes qui plongent leurs racines dans une façon de vivre qui reflète la marque de la personnalité multiple de l'algérien en générale. Cette diversité est parfois subie à l'usure du temps, c'est pourquoi aujourd'hui, il y a un véritable travail de renaissance à mener, de restauration.

---

<sup>1</sup> Opcit, Benmansour . A, Ibid, p.8.

## **Tlemcen : Position historique, touristique et intégration des NTIC pour sa relance**

Cet objectif s'inscrit en lettres d'or dans le programme de redynamisation de la politique du tourisme dans la ville de Tlemcen, Plusieurs projet sont en lice pour voir le jour dans les prochains mois voir les prochains jours, tout ça représente un gisement au service d'une politique touristique qui retrouve ses marques dans notre pays. Cela à travers une prise en charge en Termes d'objectifs à atteindre, une mise à disposition de moyens, l'appel à un partenariat mutuellement avantageux et une Implication de l'initiative privée nationale et extérieure qui est une source inépuisable de richesse.

Le tourisme, l'hôtellerie et leur rôles dans l'économie nationale a été au centre des débats, à Tlemcen, entre les participants à une rencontre sur le thème qui ont souligné que le développement du Tourisme passe par la qualité de la formation des cadres et des agents du secteur.

Les participants, représentant l'Entreprise de gestion touristique de Tlemcen (EGTT), les directions du tourisme et de la formation professionnelle de la wilaya et nombre d'établissement hôtelier, ont situé le rôle et la place de la formation des cadres et des agents dans le développement du tourisme.

*« Ce secteur très prometteur et adaptable à toute la mutation socio-économique et générateur de richesse et d'emploi, doit s'appuyer sur de bonnes infrastructures, des services de qualité et un personnel qualifié »<sup>1</sup>, ont-ils soulignées après avoir*

---

<sup>1</sup> Cf, Tourisme, interexpo, jan-fev2015,n°58,p6.

## **Tlemcen : Position historique, touristique et intégration des NTIC pour sa relance**

*Abordés la situation actuelle du tourisme national qui reste selon eux “ En deçà des potentialités énormes que recèle l’Algérie »<sup>1</sup>*

Les participants à cette rencontre, ont par ailleurs, rappelés les efforts consentis par l’état et le secteur privé dans la réalisation d’infrastructures hôtelières de niveau appréciable susceptible dans les prochaines années à attirer et à fidéliser un Nombre important de touristes pour que Tlemcen puisse avoir sa part de ce marché juteux.<sup>2</sup>

Les efforts de formation dans le domaine du tourisme et de l’hôtellerie consentis par l’institut nationale d’artisanat et de tourisme de Tlemcen a été également mis en exergue, et que cette structure permet à Des dizaines de jeunes d’avoir une formation diplômante en leur donnant la possibilité d’intégrer le, monde du travail.

### **3. Le tourisme a Tlemcen en quelque chiffre :**

A la différence du tourisme de masse lancée en Tunisie, celui du Tlemcen allie à la fois un tourisme de masse, un tourisme d’aventure et un tourisme tourné vers des prestations supérieures. La wilaya de Tlemcen dispose d’un potentiel propice au tourisme de masse et D’aventures (Balnéaire, Thermale, Sud) et ce

---

<sup>1</sup> Opcit , idem

<sup>2</sup> Ibid, p7.



## **Tlemcen : Position historique, touristique et intégration des NTIC pour sa relance**

Particulièrement dans la région lui permettant de s'affirmer également sur le plan culturel et historique.<sup>1</sup>

Les itinéraires peuvent être combinés et permettent aux tours opérateurs de proposer plusieurs formules de visites guidées et sécurisées, sur plusieurs sites dont certains doivent être aménagés, non pas seulement en infrastructures adaptées mais appropriés à des clientèles supérieures ciblées (classes moyennes, asiatiques et russes) par des installations ludiques (terrains de Golfs, cours de tennis, Sports équestres, manifestations culturelles et musicales-orchestres philharmoniques).<sup>2</sup>

Les récentes contractualisations signées entre les promoteurs privés et le Ministère de tutelle sur des ZET (Zones A extension touristique) attestent déjà d'une belle avancée sur ce domaine, mais qui demeurent néanmoins versées sur le tourisme de masse qui peut par leurs activités tirés vers le haut toutes les activités artisanales et locales dédiés à travers des formules de dépaysement.<sup>3</sup>

La wilaya dispose en effet de toutes les prédispositions sociales d'accueil qui la différencient par rapport à d'autres régions, de par ses particularités culturelles et dont les populations en tirent une très grande fierté et reposent, bien essentiellement, sur un goût raffiné par son patrimoine bien conservé et une éducation prononcée, portée à son tour par des valeurs éducatives

---

<sup>1</sup> CF, ONAT.DZ Site de l'office nationale Algérienne du tourisme, direction de Tlemcen.

<sup>2</sup>CF, Le rapport annuel de la Direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Tlemcen

<sup>3</sup>.Idem.

## **Tlemcen : Position historique, touristique et intégration des NTIC pour sa relance**

ancestrales transmises de génération en génération et ce en rapport avec un secteur civilisationnelle illustré par des personnages historiques marquantes dans les domaines des sciences, Des religions et des arts, cependant la wilaya de Tlemcen accuse un grand retard en matière d'établissements hôteliers, surtout durant la Saison estivale. Le nombre de lits est très insuffisant. Au littoral, on ne prévoit que 12 camps de vacances, d'une capacité de 2 575 lits, cinq hôtels (470 lits), une colonie de vacances et une auberge de jeunesse (200 lits), la wilaya de Tlemcen doit accentuer ses efforts en infrastructures hôtelières, pour encouragé Le tourisme dans cette région qui dispose d'un littoral de 70 kilomètres.<sup>1</sup>

Si la région côtière a accumulé beaucoup de retard au cours de ces trente dernières années, elle compte, cependant rapidement, reconquérir ses lettres de noblesse. La mue est profonde. Elle entend bien se propager jusqu'au cœur des provinces les plus enclavées du littoral qui compte 23 plages, dont seulement sept sont autorisées à la baignade. Donc, les projets d'aménagement touristique doivent faire l'objet d'études et le lancement des travaux s'effectuer dans les meilleurs délais le long de la côte. Ce qui donne un avenir propice au tourisme à Tlemcen, étant donné l'autoroute Est Ouest, l'aéroport Messali Hadj, la ligne ferroviaire à grande vitesse, la modernisation des routes, facteurs

---

<sup>1</sup> CF, Le rapport annuel sur le tourisme en Algérie réalisé par L'office national du tourisme [www.ont.dz](http://www.ont.dz), consulte le 20/05/2015.

## Tlemcen : Position historique, touristique et intégration des NTIC pour sa relance

Qui apportent d'ici à l'orée de 2017 une solution concrète à la défaillance du secteur du tourisme.<sup>1</sup>

Le tableau qui suit met la lumière sur quelques principales structures d'hébergement disponible dans la wilaya de Tlemcen :

Hôtels	Distance/cl de Wilaya	Capacité d'accueil	Adresse
Les Zianides	CL	257	Rue Khedim Ali Tlemcen
Renaissance	5 km	294	Plateaux Lalla Setti les cerisiers BP 420 Mansourah
Ibis	CL	167	El Kiffane
Stambouli	Cl	58	Rue Khedim Ali
Nedjma	3 Km	49	Cite Nedjma Mansourah
Hôtel Résidence Pomaria	5 KM	76	Logt 107 et 108, route de Sabra Mansourah
La Tafna	60 Km	96	Route d'Oujda Maghnia

---

<sup>1</sup>Opcit, Idem

## Tlemcen : Position historique, touristique et intégration des NTIC pour sa relance

Agadir	CL	60	19, Rue Khedim Ali
Hammam Bouhrara	50 KM	188	Commune Hammam Bouhrara Maghnia
El Izza	60 KM	109	77 Rue 1er Novembre Maghnia
Essafir	33 Km	20	Route de SBA Ouled Mimoun

Forme (1)<sup>1</sup>

#### 4. L'importance de l'intégration des NTIC dans le secteur du tourisme :

L'industrie touristique a du très tôt intégrer l'environnement électronique à travers les premiers systèmes de réservation adoptés depuis les années 60. Ces systèmes de réservations sont les précurseurs d'un e-tourisme florissant. Au niveau mondial, on a enregistré, en 2006, 126,8 millions de réservations électroniques de nuitées d'hôtels. Dans la même année une progression de 24% au niveau des réservations des billets en ligne a également été enregistrée.<sup>2</sup>

Il est donc évident que l'intégration des technologies de l'information et de la communication (NTIC) a provoqué de profonds changements au niveau des habitudes de consommation.

---

<sup>1</sup> CF, Les statistiques réalisées par la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Tlemcen, Juin 2014.

<sup>2</sup> CF, [Journaldunet.com](http://Journaldunet.com), 2009, consulter le 12/03/2015.

## Tlemcen : Position historique, touristique et intégration des NTIC pour sa relance

Elles ont contribuées à créer de nouvelles offres de services et opportunités pour les professionnels du métier. Elles ont également modifiées les méthodes de recherche dans le tourisme.

Les NTIC ont commencé à être intégrés au tourisme depuis l'adoption précoce des premiers systèmes de réservation informatisés (le CRS (Computer Reservation System) au début des années 70 et le GDS (Global Distribution System) dans les années 80). Les années 90 ont été marquées par l'avènement d'Internet qui a apporté des changements majeurs dans la configuration du secteur.<sup>1</sup>

En effet, plusieurs chercheurs estiment qu'Internet représente une voie majeure pour le développement du secteur touristique et rattachent ceci à plusieurs facteurs<sup>2</sup>. Le premier facteur porte sur, les caractéristiques inhérentes au produit Touristique: l'intangibilité, la périssabilité et l'hétérogénéité-amènent à un recensement important d'information précédant le processus d'achat.

Un aspect qui le rend très adapté à la commercialisation par voie électronique.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Cf, Bauer, H. H., Grether, M. ET Leach, M. (2002), Building customer relations over the Internet, Industrial Marketing Management, pp31, 2.

<sup>2</sup> CF, Proll, B. et Retschitzegger, W. (2000), Discovering next generation tourism information systems: a tour on Discover, Journal of Travel Research, p 39

<sup>3</sup>Cf, Sheldon, P. J., Tourism Information Technology, New York: Cab International,1997,p42

## **Tlemcen : Position historique, touristique et intégration des NTIC pour sa relance**

Ce que nous avons voulu expliquer par tout cela est que l'application des nouvelles technologies de l'information et de la communication est plus que nécessaire pour la promotion touristique d'une région, en effet le marché actuel du tourisme exige que toute entreprise exerçant dans le secteur doit impérativement utiliser les NTIC afin de faire naître l'esprit de la compétitivité et la création dans le marché. Ce qui va leur permettre de rivaliser avec des entreprises multinationales pionnières du domaine partout dans le monde.

# CHAPITRE III

## Exploitation Des NTIC Au Profit Du Tourisme Local

### 1. Création de notre site web :

#### 1.1 Définition du site web :

Un site web, ou simplement un site, est un ensemble de pages Web connexes généralement servis d'un domaine Web unique. Un site Internet est hébergé sur au moins un serveur web, accessible via un réseau internet ou un réseau local privé par le biais d'une adresse Internet connue comme un localisateur de ressources uniformes (URL). Tous les sites Web accessibles au public constituent de façon collective le World Wide Web.<sup>1</sup>

#### 1.2 Les pages web et leur fonctionnement :

Les pages Web, ces les blocs de construction d'un site Web, sont des documents, généralement écrites en format Hypertext Markup Language (HTML, XHTML).ces pages peuvent incorporer des éléments provenant d'autres sites grâce à des balises appropriées.

En effet, les pages Web sont accessibles et transportées via le Hypertext Transfer Protocol (HTTP), qui peut éventuellement être cryptage (HTTP Sécurisé, dit : HTTPS) afin d'assurer la sécurité et la vie privée de l'utilisateur du contenu de la page Web. Dans le cas de notre site web, nous aurons besoin d'un cryptage HTTPS quelques mois après son lancement et ce dans le cas d'intégration d'un système de paiement en ligne.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Cf, Macdonald M, Creating a Website: The Missing Manual, 3rd Edition By Matthew MacDonald Publisher O'Reilly Media Final Release , 2011 P, 25.

<sup>2</sup> Cf, lydford S, Building ASP.net web pages with Microsoft webmatrix, Apress, 2011, p45.



## Exploitation des NTIC au profit du tourisme local

En outre, L'outil de navigation de l'utilisateur, souvent d'un navigateur Web, affiche le contenu de la page selon ses instructions de balisage HTML et ce sur un terminal d'affichage. Nous sommes conscients que les terminaux d'affichage varient d'un utilisateur à l'autre, de ce fait, nous avons opté pour le choix d'un design à résolution modérée compatible avec tous genres de terminaux d'affichage, autrement dits écrans.<sup>1</sup>

En guise de conclusion, les pages de notre site peuvent généralement être accessibles à partir d'un simple Uniform Resource Locator (URL) appelé adresse Web. Les URL des pages les organisent de façon hiérarchique. Bien que des hyperliens entre elles transmettent la structure du site perçue du lecteur et oriente la navigation du lecteur du site qui comprend une page d'accueil avec la plupart des liens vers le contenu Web de notre site, et un supplémentaire au sujet, le contact et la page de liens ainsi que les autres pages, ex : accueil, contact, ...etc.

### **1.1 Définition et choix du nom de domaine :**

Un nom de domaine est un nom unique qui identifie un site Web (voir annexe).<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Opcit, idem.

<sup>2</sup> Cf, Jenny Ng, The domain name registration system : liberalisation, consumer protection and growth, Routledge, London, 2011, P37.

### 1.2 Définition et choix de l'hébergeur :

Un hébergeur est essentiellement une entreprise qui a de nombreux ordinateurs connectés à l'Internet. Lorsqu'on place nos pages web sur les ordinateurs de cette entreprise, tout le monde sera en mesure de s'y connecter et de les visualiser. <sup>1</sup>

En effet, Le choix d'un hébergeur fut un processus difficile, il ya de nombreuses entreprises offrant un hébergement pas cher ou gratuit. Bien qu'il soit tentant de simplement s'inscrire à ce genre d'hébergeur, il ya beaucoup de facteurs à garder à l'esprit, et après plusieurs analyses, nous nous sommes rendu compte qu'un hébergeur payant est beaucoup plus bénéfique à long terme. <sup>2</sup>

### 1.3 Les motifs de ce choix :

Les désavantages des hébergeurs gratuits, cités ci-dessous, nous ont poussés à les éviter :

#### A. La publicité abusive :

De toute évidence, notre site web est à caractère professionnel et nous ne voudrions pas y mettre des annonces. Dans ce cas là, le plan d'hébergement gratuit ne fonctionnera pas du tout. Supposons que le site de la célèbre marque LG affiche des annonces publicitaires menant vers d'autres sites. Ceci lui fera certainement perdre toute sa crédibilité vis-à-vis de ses clients.

---

<sup>1</sup> Cf, Doug Kaye, Strategies for web hosting and management services, John Wiley and Sons, NJ USA, 2002, P15

<sup>2</sup> idem

### **B. Pas de possibilité de nom de domaine distinct :**

Les plans d'hébergement gratuit ne fournissent pas de nom de domaine distinct. Au lieu de cela, ils offrent des sous-domaines de leur propre nom de domaine. Par exemple, nous avons vu beaucoup de sites avec adresse dans un format - monsiteweb.wordpress.com ou monsiteweb.blogspot.com.

Donc, ceci ne pourra en aucun cas fonctionner pour nous, nous avons besoin d'un nom de domaine indépendant.

### **C. Service clientèle**

Nous avons pris un hébergement gratuit afin de réaliser une simulation, en effet, Il n'y a pas de support à la clientèle dans le cas où notre site rencontre un problème technique.

### **D. Bande passante et vitesse limitée**

En dernier lieu, les services d'hébergement gratuit ont la bande passante et la vitesse de transfert des données limitées. La bande passante peut être considérée comme le nombre de visiteurs autorisés sur votre site Web par mois. Si la limite est dépassée, l'hébergement du site est stoppé par les serveurs, nous forçant donc à acheter un hébergement payant.

## **2. Logiciel utilisé pour la conception notre site web :**

Nous avons conçu notre site web via l'outil de conception Adobe Dreamweaver CS5. Ce logiciel n'est pas facile à manier et nécessite beaucoup de compétences en programmation, mais c'est le seul outil qui

## Exploitation des NTIC au profit du tourisme local

permet d'installer le plugin de localisation que nous allons voir pas la suite.

### 4. Optimisation du contenu

#### 4.1 Définition de L'optimisation pour les moteurs de recherche :

L'optimisation pour les moteurs de recherche (en anglais : Search engine optimization, SEO) est un ensemble de techniques visant à favoriser la compréhension de la thématique et du contenu d'une ou de l'ensemble des pages d'un site Web par les moteurs de recherche. Ces techniques visent donc à apporter un maximum d'informations concernant le contenu d'une page web aux robots d'indexation des moteurs de recherche.<sup>1</sup>

L'objectif de ce procédé est d'orienter le positionnement d'une page Web dans les résultats de recherche des moteurs sur des mots-clés correspondant aux thèmes principaux du site. On considère généralement que le positionnement d'un site est bon lorsqu'il est positionné (classé) dans l'une des dix premières réponses d'une recherche sur des mots-clés correspondant précisément à sa thématique. Le pluriel de l'acronyme SEO peut se référer aux « search engine optimizers » qui fournissent des services SEO.<sup>2</sup>

Alors qu'un plan de référencement de base avait déjà été effectué au début du processus, il est maintenant temps d'optimiser notre site pour les résultats des moteurs de recherche locaux spécifiques avant

---

<sup>1</sup> Cf, BACHELET Rémi, Cours complet de référencement/SEO, <http://rb.ec-lille.fr>, consulté le 25 Mars 2015

<sup>2</sup> Idem

## **Exploitation des NTIC au profit du tourisme local**

De lancer notre contenu multilingue. Il faudrait donc collaborer avec des professionnels de référencement expérimentés dans chaque pays pour nous donner des connaissances supplémentaires sur les marchés locaux.

En effet, nous avons également optimisé nos supports de médias sociaux pour le public cible et nous avons ajouté les boutons de médias sociaux tels qu'ils sont dans le marché cible car cela a pour vocation d'augmenter nos chances de trafic en provenance des réseaux sociaux locaux. Il faut noter que les réseaux sociaux ne sont pas les mêmes dans tous les pays.

### **5. Localisation du site web :**

#### **5.1 Définition de la localisation :**

La « localisation » de site web est un néologisme dérivé de l'anglais, qui désigne le fait d'adapter un site web existant à la langue et la culture d'un marché cible. Cette pratique nécessite de la part du traducteur des compétences linguistiques et culturelles, mais également des connaissances en informatique et en programmation.<sup>1</sup>

La « localisation de site web » connaît depuis quelques années un essor considérable en raison de la popularité de l'informatique et du grand nombre d'internautes. Partout dans le monde, les utilisateurs d'Internet utilisent en effet le web pour trouver des informations et des services. Ces personnes ne parlent pas toutes la même langue, c'est

---

<sup>1</sup> Cf, Sandrini Peter, Localization and translation, in : MuTraJournal, Vienna, 2008, VOL 2, P2.

## Exploitation des NTIC au profit du tourisme local

Pourquoi la localisation est devenue l'un des outils principaux de l'internationalisation des contenus.<sup>1</sup>

### 5.2 Etapes de localisation du site web :

De prime abord, nous avons installé le Plugin « Polylang » dans la partie administration de notre site PHP, cette partie est plus couramment appelée « Dashboard » ou bien « Admin panel ». Le plugin Polylang nous permet donc de créer un contenu multilingue.

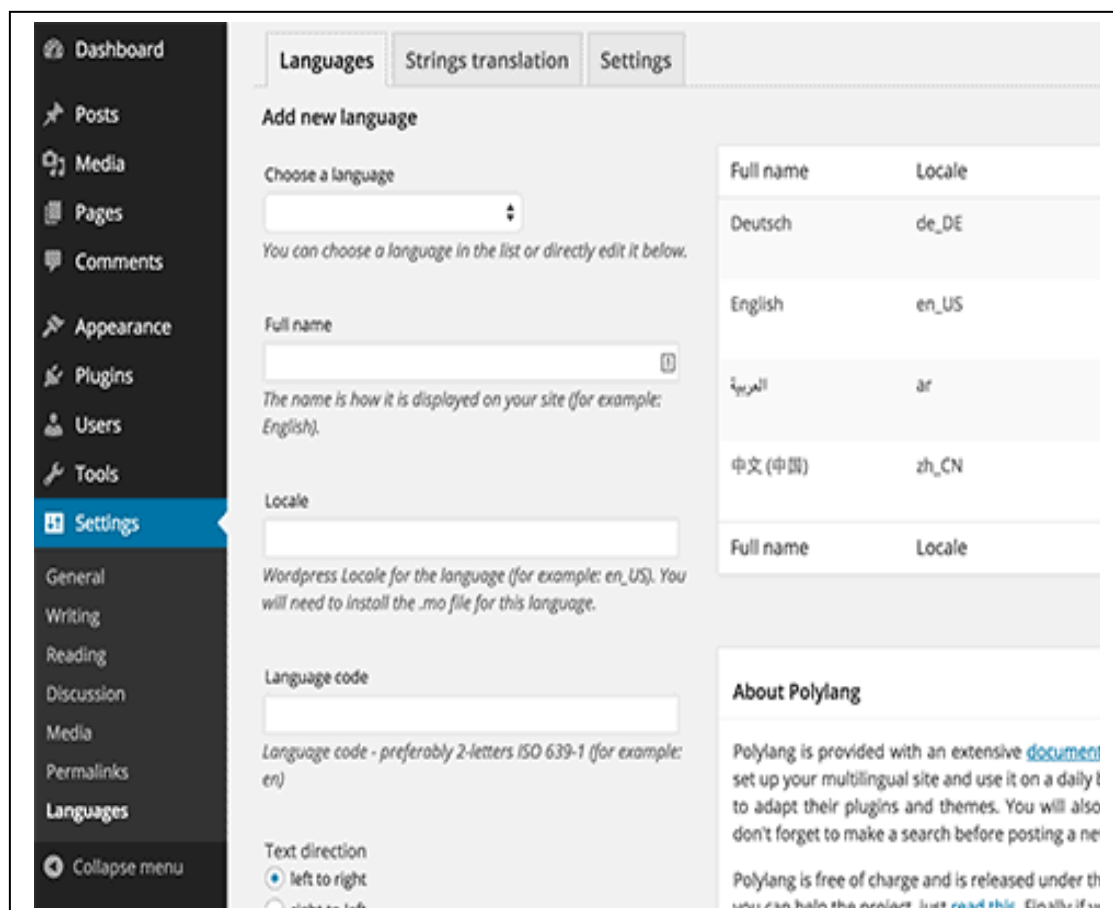


Image N°1 (Plugin installé)

<sup>1</sup> Opcit, Ibid, P4

## Exploitation des NTIC au profit du tourisme local

La page des paramètres de langue est divisée en trois onglets. Le premier onglet est étiqueté «langues». C'est l'endroit où nous avons ajouté les langues que nous avons utilisé dans notre site.

Nous avons donc ajouté la langue par défaut (langue source de notre site web qui est l'arabe), ainsi que les deux autres langues de travail (anglais et français).

Après avoir ajouté les langues, nous sommes passés à l'onglet «Strings translation». Ici, nous avons traduit le titre du site, la description, et nous avons ensuite établi le format de la date et de l'heure étant donné que ce dernier varie en fonction des pays.

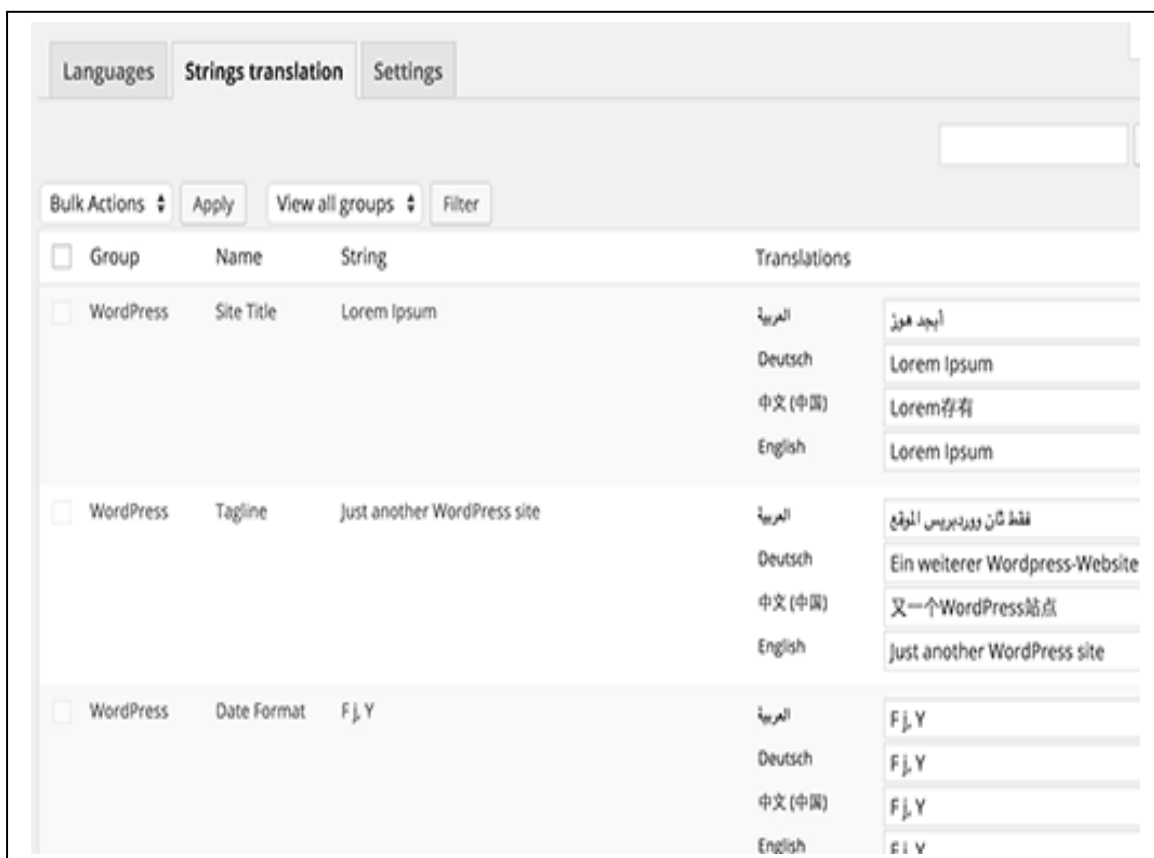


Image N°2 (Langues installe)

## Exploitation des NTIC au profit du tourisme local

En effet, nous voudrions profiter pleinement de la partie multilingue du SEO. Nous avons alors choisi la deuxième option de permaliens comme le montre la capture d'écran ci-dessous. Nous avons sélectionné l'option de détection de la langue préférée du navigateur, ceci montre automatiquement la langue préférée du contenu. En faisant cela, l'utilisateur verra le contenu dans sa langue Préférée et peut même la changer si nécessaire.

Nous avons ensuite cliqué sur le bouton Enregistrer les modifications pour enregistrer nos paramètres.

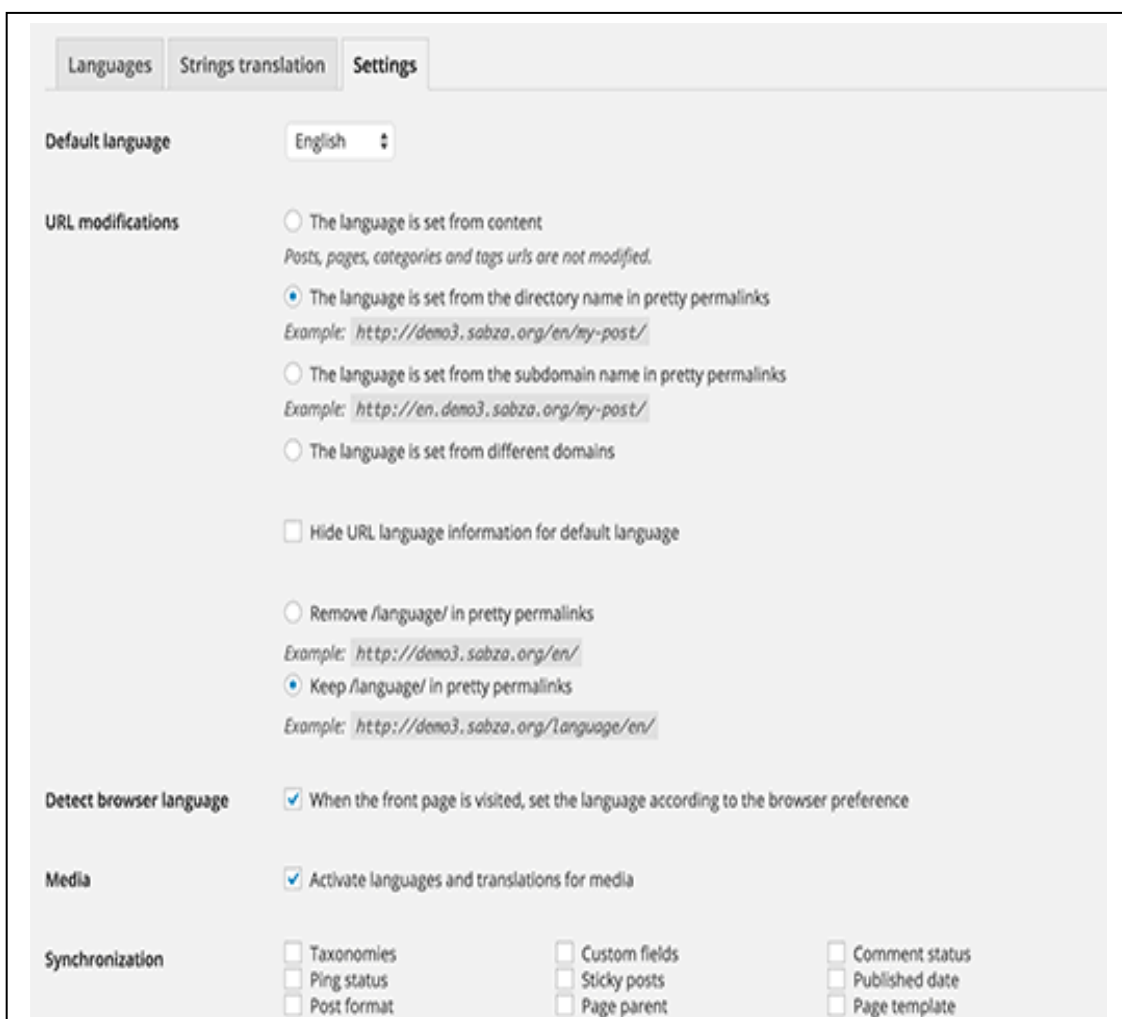


Image N°4 (détection de langue)



### 5.3 L'ajout de contenu multilingue à notre site web :

Grâce à Polylang, il nous fut facile d'ajouter du contenu dans les trois langues les trois langues de travail. Il a suffi de créer un nouveau poste / page sur l'écran d'édition de poste.

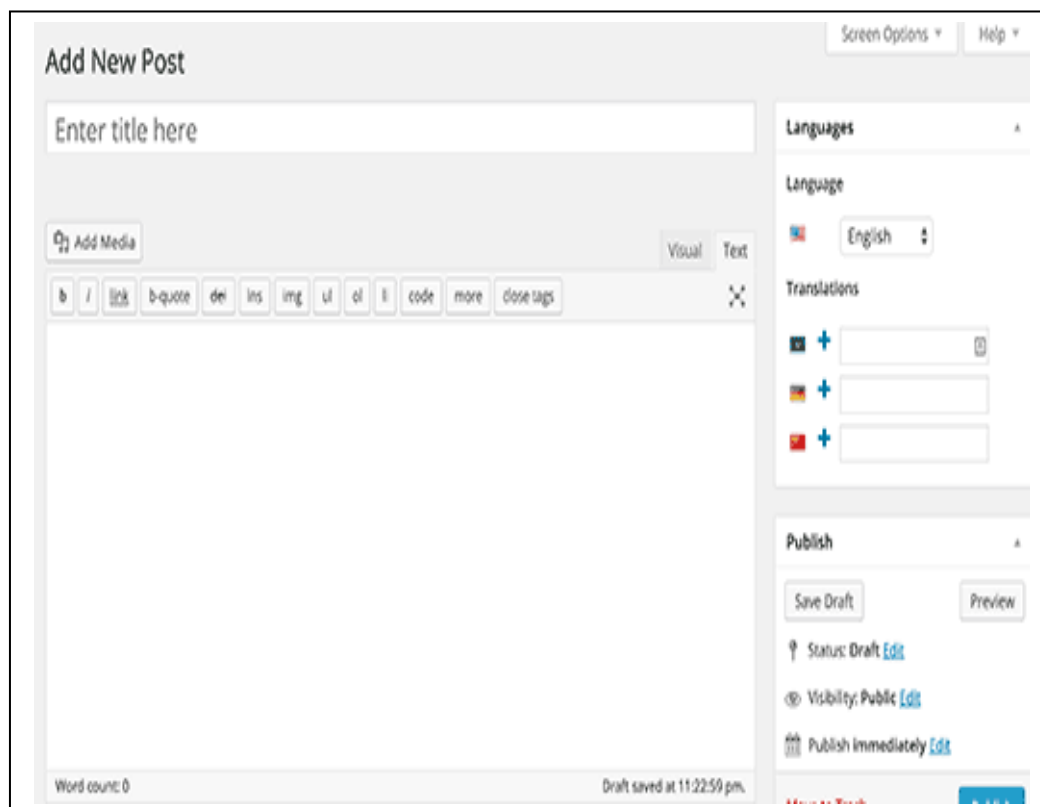


Image N°5 (insertion du contenu)

Notre langue par défaut fut donc automatiquement sélectionnée, de sorte qu'on puisse d'abord ajouter du contenu dans notre langue par défaut, puis le traduire dans les deux autres langues.

Pour traduire, nous avons cliqué sur le bouton + à côté d'une langue, puis ajouté du contenu pour cette langue.

### 5.4 Affichage d'un sélecteur multilingue sur notre site web :

L'ajout d'un sélecteur de langue permet aux utilisateurs de sélectionner une langue lors de l'affichage de notre site. PolyLang rend super simple. Juste aller à l'apparence Widgets et ajouter le widget de sélecteur de langue à notre barre latérale, appelée Header.

## 6. Localisation du contenu du français vers l'arabe

### 6.1 Traduction versus localisation :

Bien qu'il soit parfois difficile de faire la différence entre la traduction et de la localisation, la localisation inclut en général d'importantes composantes non textuelles d'un produit ou d'un service. En plus de la traduction, le processus de localisation pourrait inclure l'adaptation graphique; l'adoption de monnaies locales; l'utilisation de divers formats pour la date et l'heure ainsi que les adresses et les numéros de téléphones; le choix des couleurs; et de nombreux autres détails pouvant aller jusqu'à la redéfinition totale d'un produit. Tous ces changements visent à prendre en considération les sensibilités locales et éviter d'entrer en conflit conflits la culture et les habitudes locales. Ceci permet de pénétrer un marché en toute quiétude sans pour autant créer une polémique qui pourrait éventuellement nuire au service proposé.<sup>1</sup>

### 6.2 Processus de localisation (français-arabe) :

En fait, cette étape fut la partie la plus difficile de notre travail. D'une part, certains éléments de notre site web représentent un

---

<sup>1</sup>CF, <http://www.computerworld.com/article/2471149/mobile-apps/translation-vs--localization--and-those-other-long-words-.html>, consulté le 6 Mai 2015, 19 :30

## Exploitation des NTIC au profit du tourisme local

Contenu plutôt illicite pour la majorité des internautes qui consultent la version arabe du site, d'autre part, si nous supprimons ces éléments, ceci pourrait nuire à notre notoriété vis-à-vis des hôtels que nous représentons et vis-à-vis de nos lecteurs car certains articles seront manquants dans la version arabe du site web.

Nous avons donc rencontré des représentants de certains hôtels nous nous sommes mis d'accord sur le fait qu'ils nous laissent le choix de La localisation de ces éléments fut donc faite ainsi (page suivante) :

Texte source	Texte cible	Commentaire
Passez un moment convivial autour d'un verre au sein de notre bar.	//	La traduction de ce passage n'a pas été effectuée car elle manque de compatibilité socio-culturelle.
Services : -Restaurant-bar	:الخدمات مطعم	Omission du terme « bar »

## Exploitation des NTIC au profit du tourisme local

Discothèque le Mirage . Jeudis soirs: After Work "Wine is Fun" de 20h à 23h puis soirée Clubbing jusqu'à 6h.  Une bière de bienvenue vous sera offerte !	ديسكو ميراج يرحب بمحبي الموسيقى الصاخبة كل يوم خميس بداية من الساعة الثامنة مساءً. لمزيد من المعلومات يرجى الاتصال بقسم خدمة الزبائن.	Omission de certaines informations du texte source. Ces informations peuvent être obtenues en appelant le service clientèle.
---	--	--

### 6.3 Localisation intralinguistique :

Il s'agit donc de localiser le contenu dans la même langue afin qu'il soit adapté au :

-Fuseau horaire : Annoncer l'heure locale en ajoutant la marque GMT+1.

-Jours fériés : Les mentionner tous.

-Week-ends : Vendredi et samedi.

-Téléphone : Ajouter l'indicatif +213.

-Respect des lois locales : Inciter les touristes potentiels à nous contacter pour d'éventuelles explications quant aux lois locales (exemple : il est interdit de prendre des photos de lieux publics en Algérie sans autorisation préalable, interdit aussi de porter une arme sans autorisation gouvernementale)...etc.

### 6.4 Globalisation du contenu vers l'anglais :

#### 6.4.1 Définition de la globalisation de sites web :

La globalisation est le fait de traduire le contenu d'un site web vers une langue internationale, anglais en l'occurrence, afin d'atteindre le maximum de lecteurs ne maîtrisant pas l'arabe ou le français.<sup>1</sup>

Cette étape fut donc beaucoup plus facile par rapport à la localisation du fait que la description des hôtels, les informations à propos de leurs services,...etc. existent déjà en anglais, pour les menus de restaurants et en ce qui concerne les plats locaux, on a eu recours aux photos pour les décrire au mieux. Ceci fut donc fait ainsi (page suivante)

---

<sup>1</sup> <http://www.w3.org/standards/webdesign/i18n>, consulte le 08 Mai 2015.

## Exploitation des NTIC au profit du tourisme local

Terme source	Terme cible	Image
Lham lahlou	Lham lahlou	
Tajine Mhamar	Tajine Mhamar	
Baklawa	Baklawa	

Forme N°1

## **7. Conclusion :**

Ce mémoire se veut une prémisse succincte à ce qui ressemble à une stratégie pour assujettir les NTIC et la traduction pour la promotion du tourisme local. Notre tâche ne fut pas du tout moins compliquée quoi qu'en apparence simple : la matière première étant présente et notamment les textes et les images permettant de décrire la ville mais, notre véritable challenge était néanmoins d'ordonner tout cela dans un cadre informatique structurel, en ceci que la création d'un site web hébergé et traduire son contenu est une tâche qui n'est pas des moindres.

Il est donc évident que l'intégration des technologies de l'information et de la communication (NTIC) a engendré de profonds changements dans les habitudes de consommation. Elles ont contribué à créer de nouvelles offres de services et opportunités pour les professionnels du métier, tout en proposant de nouvelles méthodes d'investigation dans le domaine du tourisme.

Nous avons enrichi ce site web en ajoutant un contenu utile. Destiné dans sa substance à lever les barrières auxquelles le touriste virtuel faisait face lors de la collecte des informations sur Tlemcen à travers internet, l'adaptation du contenu de notre site web s'est faite à travers la localisation. Cette étape fut compliquée, nous avons été confrontés aux interférences culturelles, ceci nous a poussé à faire recours à la censure dans plusieurs situations.

Nous ne cachons pas notre dessein initial à travers ce travail, entre autres formes possibles de contribuer à donner une

Très bonne image de l'Algérie pour prévenir contre toute idée préconçue pouvant entacher sa réputation.

Ce travail demeure effectivement incomplet et nécessite toutefois des recherches plus approfondies sur le sujet lui-même qui est déjà très vaste. En effet, nous n'avons traité qu'une partie des NTIC, internet en l'occurrence. Les autres branches appartenant aux nouvelles technologies de l'information et de la communication devraient être étudiées chacune séparément.

Ce modeste travail permettra d'ouvrir la porte aux futures chercheurs qui curieux de lever le voile sur ce domaine peu ou sinon rarement exploité par rapport a ce qui se passe ailleurs.



## 8. Annexe :

Par exemple, le nom de domaine du moteur de recherche Google est "Google.com." Chaque site Web a un nom de domaine qui sert d'adresse, qui est utilisé pour accéder au site.

En fait, à chaque fois qu'on visite un site Web, le nom de domaine apparaît dans la barre d'adresse du navigateur Web. Certains noms de domaine sont précédés par "www" (ceci ne fait pas partie du nom de domaine), tandis que d'autres omettent le préfixe "www". Tous les noms de domaine ont un suffixe de domaine, tels que .com, .net, .org ou. Le suffixe de domaine permet d'identifier le type de site. Par exemple, ".com" est un nom de domaine utilisé généralement par les sites commerciaux, tandis que les sites Web ".org" sont souvent utilisés par des organisations à but non lucratif. Certains noms de domaine se terminent par un code de pays, tels que ".dz" (Algérie) qui permet d'identifier l'emplacement et le public du site .

En outre, Il faudrait savoir que les noms de domaine sont relativement pas chers et doivent être renouvelés tous les ans ou tous les deux ans. N'importe qui peut enregistrer un nom de domaine, mais, presque tous les noms de domaine avec des mots communs ont déjà été enregistrés. Par conséquent, on doit enregistrer un nom de domaine personnalisé, on doit peut-être penser à une variation créative.

- Choix de note nom de domaine :

Un nom de domaine redoutable est la clé de réussite de notre présence sur Internet. Il doit être reconnaissable tout en ayant un rapport avec notre activité. On doit s'assurer qu'il est facile à retenir et facile à inscrire sur divers supports (carte de visite, support publicitaire,...etc.) Aussi, On utilise un nom de domaine qui comprend le mot « Tlemcen ».

Par ailleurs, Il ne faut pas oublier d'inclure notre nom de domaine dans le logo de notre site et de mettre ce nom de domaine sur tous les documents promotionnels.

- Longueur du nom de domaine :

Les noms de domaine peuvent être de ne importe quelle longueur, ils peuvent contenir jusqu'à 67 caractères. On ne doit donc pas établir un nom de domaine obscure comme pdtt.com dans le cas ou il s'agit de : PromotionDuTourismeaTlemcen.com

Ceci dit, il semble y avoir un certain désaccord quant à l'efficacité de la longueur du nom de domaine.

Certains pensent que les noms de domaine courts sont plus faciles à retenir, facile à taper et beaucoup moins sensibles aux erreurs: par exemple, "tlemcen.com" est plus facile à retenir que «jeveuxvisitertlemcen.com ».

En outre, d'autres pensent que le nom de domaine est généralement plus facile à retenir par la mémoire humaine - par

exemple, "jvvtlm.com" est une séquence de lettres sans rapport difficile à retenir et à taper correctement, alors que si nous l'élargissons à sa forme d'origine, le nom de domaine devient « jeuxvisitertlemcen.com ». Ce dernier est donc beaucoup plus facile à retenir.

Le nom de domaine qu'on a choisit est :

**www.tlemcentour.com**

- **Les types de sites :**

Il existe deux types de sites, nous allons essayer d'expliquer les différences qui existent entre eux

- Les sites statiques :

Ce type des pages Web avec contenu fixe. Chaque page est codée en HTML et affiche les mêmes informations à chaque visiteur. LES sites statiques sont les plus utilisés par les entreprises du fait de leur création et mise en ligne facile. Contrairement aux sites web dynamiques, ils ne nécessitent pas de programmation Web ou de conception de base de données. Un site statique peut être construit en créant simplement quelques pages HTML et les publier sur un serveur Web.

Du fait que les pages Web statiques contiennent des codes fixes, le contenu de chaque page ne change pas sauf se il est mis à jour manuellement par le webmaster. Cela fonctionne bien pour les petits sites, mais pas pour les grands sites avec des centaines ou des milliers de pages difficiles à maintenir. Par conséquent, les grands sites utilisent généralement les pages

Dynamiques, qui peuvent être mis à jour par simple modification d'un dossier de base de données. Les sites statiques qui contiennent beaucoup de pages sont souvent conçus en utilisant des modèles. Cela permet de mettre à jour plusieurs pages à la fois, et permet également d'assurer une mise en page cohérente sur tout le site.

- Les sites dynamiques :

Ils contiennent des pages Web générées en temps réel. Ces pages Web comprennent le code de script, tel que PHP ou ASP. Quand une page dynamique est accessible, le code dans la page est analysé sur le serveur Web et le code HTML résultant est envoyé au navigateur Web du client.

La plupart des grands sites Web sont dynamiques, car ils sont plus faciles à entretenir que les sites statiques. Les pages statiques contiennent chacune un contenu unique, ce qui signifie qu'elles doivent être ouvertes manuellement, révisées et publiées chaque fois qu'une modification est apportée. Les pages dynamiques, d'autre part, offrent un accès aux informations à partir d'une base de données. Par conséquent, la modification de contenu d'une page dynamique, le webmaster ne peut mettre à jour un dossier de base de données.

Ceci est particulièrement utile pour les grands sites qui contiennent des centaines ou des milliers de pages ou même les sites nécessitant des mises à jour fréquentes de leur contenu. Les sites dynamiques permettent également aux utilisateurs de mettre

à jour le contenu du site sans modification de la disposition des pages.

Les sites dynamiques qui accèdent à des informations à partir d'une base de données sont aussi appelés sites Web dynamiques à base de données.

Pour conclure, les pages Web statiques sont celles avec un contenu qui ne peut pas être changé sans l'intervention d'un développeur modifiant son code source, tandis que les pages Web dynamiques, elles peuvent afficher un contenu différent du même code source. Après avoir analysé les types, on va opter pour le deuxième choix. Notre site sera à contenu dynamique du fait qu'on aura besoin de le mettre à jour régulièrement.

## **Bibliographie**

### **I. Références en langue Arabe :**

بختي إبراهيم وشعوبي محمود فوزي، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة"، مجلة الباحث، عدد 07، جامعة ورقلة، الجزائر، 2010-2009

صيام وليد زكريا ومحمد عبد الله المهدي، مدى إسهام التجارة الالكترونية ووسائل الاتصال الحديثة في تطوير نظم المعلومات المحاسبية في البنوك التجارية الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإدارية، الجامعة الأردنية، المجلد 34، العدد الأول 2008.

ينظر يوسف أحمد أبو فارة: التسويق الالكتروني وعناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة 1، 2004،

### **II. Références en langues étrangères :**

Bauer, H. H., Grether, M. ET Leach, M. (2002), Building customer relations over the Internet, Industrial Marketing Management.

Benmansour .A, Florilège de Tlemcen, IBN Khaldoun, Tlemcen, 2011.

Catells Manuel, The Internet Galaxy: Reflexion on the Internet, Business and society, Oxford University press Inc, New York, 2001.

Doug Kaye, Strategies for web hosting and management services, John Wiley and Sons, NJ USA, 2002.

Felix Gros, Le beaux voyage, Article paru dans l'illustration, n4551, du 24/03/1930.

Gallouj Camal, Leroux Erick, « E-tourisme, innovation et modes d'organisation », *Management & Avenir* 2/2011 (n° 42).

Jenny Ng, The domain name registration system: liberalisation, consumer protection and growth, Routledge, London, 2011.

Judy Strauss, Adel I. El-Ansary, and Raymond Frost, E-Marketing, 3rd edition, Prentice Hall, New Jersey, 2003.

Kalakota, R. and Whinston, A.B, A managerial handbook for E-commerce, John Wiley & Sons, New York, 1997.

Kalyanam, Kirther, and shelby melntyre, The e-marketing mix: A contribution of the e-tailing wars, santa clara city, 2002.

Le rapport annuel de la Direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Tlemcen.

Le rapport annuel sur le tourisme en Algérie réalisé par L'office national du tourisme [www.ont.dz](http://www.ont.dz).

Les statistiques réalisées par la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Tlemcen, Juin 2014.

Lydford S, Building ASP.net web pages with Microsoft webmatrix, Apress, 2011

Macdonald M, Creating a Website: The Missing Manual, 3rd Edition By Matthew MacDonald Publisher O'Reilly Media Final Release, 2011.

OCDE, études économiques de l'OCDE, éditions OCDE, Japon, 2011

Pierre Bouloc, Les N.T.I.C, Ria, Paris, 2003.

Poiret J.L.M, Voyage en Barbarie, chez J.B.F.Née de la Rochelle, volume2, Paris, 1789.

Proll, B. et Retschitzegger, W. (2000), Discovering next generation tourism information systems: a tour on Discover, Journal of Travel Research.

Sandrini Peter, Localization and translation, in : MuTraJournal, Vienna, 2008, VOL 2.

Sheldon, P. J., Tourism Information Technology, New York: Cab International, 1997.

Smith, PR & Dave Chaffy, E-marketing Excellence: Planning and Optimizing your Digital Marketing Routledge, 4<sup>e</sup> édition, London and New York .2012.

Sparks, Beverley and Browning, Victoria, The impact of online reviews on hotel booking intentions and perception of trust, Elsevier, Amsterdam, 2011.

Tourisme, interexpo, jan-fev2015,n°58.

Wischhusen M, Scales A and Snell J, Information and communication technology, Heinemann, Uk, 2000

William H. Dutton, Information and Communication Technologies: Visions and Realities, Oxford University Press, Inc. New York.



### III. Sites Internet:

<http://www.computerworld.com/article/2471149/mobile-apps/translation-vs-localization--and-those-other-long-words-.html>

<http://rb.ec-lille.fr>.

Journaldunet.com, 2009.

[http:// www.euoticonf.com](http://www.euoticonf.com) Le site électronique de la conférence internationale Arabe sur l'e-tourisme.

ONAT.DZ Site de l'office nationale Algérienne du tourisme, direction de Tlemcen.

[www.ont.dz](http://www.ont.dz).

Electronic Union of Travel Industry / <http://www.euoti.net/>.

(Organisation mondiale du tourisme) : [unwto.org/fr](http://unwto.org/fr).

<http://www.w3.org/standards/webdesign/i18n>, consulte le 08 Mai 2015.

## **Résumé :**

Ce travail présente un essai de mise en valeur de la ville de Tlemcen par le biais des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Cette ville recèle d'importants atouts touristiques, à la fois historiques, culturels mais aussi naturels. Nous avons donc essayé de valoriser tout cela à travers la création d'un site web multilingue.

## **ملخص :**

قمنا بإنجاز هذا العمل بغية محاولة إبراز أهمية مدينة تلمسان على المستوى السياحي و هذا باللجوء إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال . تضم هذه المدينة مؤهلات سياحية هامة ذات طابع تاريخي و ثقافي و طبيعي في الوقت نفسه و هذا ما حفزنا على محاولة تثمين كل هذه المؤهلات من خلال إنشاء موقع إلكتروني متعدد اللغات.

## **Abstract :**

The present work is considered as an attempt to valorize the city of Tlemcen through the use of information and communications technology. There are important historical, cultural and natural tourist attractions in Tlemcen, hence, we tried to attach importance to all this through the creation of a multilingual website.