

جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

شعبة علوم الإعلام و الاتصال

تخصص الاتصال السياحي



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في تخصص الاتصال السياحي

إستراتيجيات الاتصال للترويج للمنتوج السياحي
مديرية السياحة و ألعاب البحر الأبيض المتوسط لوهرا ن نموذجاً

إشراف الأستاذ:

صالح فلاق شبرة

إعداد الطالب:

صاردي لقجع محمد

السنة الجامعية: 2015/2016

كلمة شكر

بسم الله و الصلاة و السلام على رسول الله
أولاً أحمد الله و أشكره على توفيقه لانجاز
هذا العمل المتواضع
أتقدم بجزيل الشكر و التقدير إلى الأستاذ المشرف
على هذا العمل السيد صالح وثاق خيرة و على كل ما
قدمه لنا من نصائح و توجيهات
كما أتقدم بجزيل الشكر إلى أساتذتي الكرام خلال
هذا المسار الدراسي فيني تخصص الاتصال السياحي
و إلى كل من ساهم فيني تعليمي و إلى كل من ساعدنا
من قريب أو من بعيد خدمة للعلم و المعرفة
كما اشكر كل عمال مديرية السياحة لوهران على حسن
الاستقبال و على كل ما قدموه لنا من معلومات

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى
الوالدين الكريمين حفظهما الله
إلى زوجتي الغالية و بناتي العزيزات مريم و فاطمة
إلى أخي و أخواتي و كل الأقارب و الأصدقاء
إلى كل أساتذة و عمال و طلبة شعبة العلوم و الاتصال و
نخص بالذكر دفعة تخصص اتصال سياحي بجامعة عبد
الحميد ابن باديس بمستغانم
إلى كل من لم يخنر جهدا في مساعدي
و إلى كل طلاب العلم و المعرفة



المخلص

نظرا للدور الاستراتيجي الذي أصبحت تلعبه السياحة اليوم كظاهرة اجتماعية و كصناعة ذات أهمية في التنمية الاقتصادية، الجزائر كسائر البلدان تسعى إلى استغلال كل الإمكانيات و المقومات السياحية التي تتوفر عليها مع الاستغلال الأنسب لمختلف الفرص و الأحداث الدولية بصفة خاصة على المستوى العالمي كاستضافة ولاية وهران لألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021 ، و على هذا الأساس نسعى في بداية بحثنا إلى طرح الإشكالية الخاصة بكيفية توظيف مديرية السياحة والصناعة التقليدية لوهران تكنولوجيا الاتصال للترويج للمنتج السياحي من خلال استضافتها لألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021، فهذه الدراسة تهدف إلى التعرف على أهمية الترويج للمنتج السياحي من خلال وسائل الاتصال التي تستعملها مديرية السياحة لوهران من خلال تنظيمها لألعاب المتوسطية سنة 2021 ، و لهذا الغرض تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة محاور، بداية بالإطار المنهجي و فيه تم تحديد أسباب اختيار الموضوع و أهدافه و كما تم تحديد مجتمع البحث و المتمثل في مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لوهران كنموذج، و قد قمنا باستعمال منهج دراسة حالة مع اختيار وحدات العينة المتمثلة في مختلف موظفي مديرية السياحة لوهران من رؤساء مصالح و رؤساء مكاتب، أما الشق الثاني فيتعلق بالإطار النظري الذي تضمن فصلين حيث قمنا في الفصل الأول بالتعريف بالسياحة وذكر أهميتها وتاريخ وخصائصها و أهدافها و أنواعها، أما في الفصل الثاني فتناولنا تاريخ السياحة في الجزائر و أبرزنا إمكانياتها كما قمنا بالتعريف بمدينة وهران و أشرنا إلى إمكانياتها السياحية ، كما تحدثنا عن أهمية السياحة من خلال ألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021 ، كما تطرقنا لمفهوم الاتصال مع ذكر أهميته و أهدافه ومقوماتها السياحية، أما في الجانب الأخير الخاص بالإطار التطبيقي و الذي تناولنا فيه الدراسة الميدانية لمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لوهران كنموذج و التي تعمل على الترويج للمنتج السياحي و لمختلف العروض السياحية، عن طريق استعمال تكنولوجيا الاتصال بهدف الإعلام و الترويج للسياحة، و قمنا بتعريفها مع ذكر التنظيم الهيكلي الخاص بها، و قد اعتمدنا على تقنية المقابلة مع مختلف الإطارات المشرفة على هذا القطاع باختلاف مصالحهم و وظائفهم و تخصصاتهم و خاصة بموضوع الدراسة، وصولا إلى التحليل و الاستنتاج كإجابة على الإشكالية و التساؤلات.

Résumé

En vue du rôle stratégique du rôle joué par le tourisme aujourd'hui phénomène de société et comme une industrie d'importance dans le développement économique. L'Algérie et comme d'autres pays cherche à exploiter toutes les possibilités, les moyens et les ressources touristiques disponibles avec l'exploitation la plus appropriée d'occasions diverses et des événements internationaux, en particulier au niveau mondial. Dans ce sens La ville d'Oran a été choisi pour accueillir les Jeux méditerranéens de 2021. A cet effet, l'étude a été divisée en trois axes, le début cadre méthodologique dont on a déterminé les raisons de choix du sujet et des objectifs et on également identifié la communauté de la recherche et du Tourisme et de l'Artisanat de la direction Oran comme un modèle. Nous avons aussi utilisé une approche d'étude de cas avec un choix d'unité de catégorie du personnel par exemple chefs de services et chefs de bureaux. Dans le Cadre théorique, qui comprend deux chapitres dont nous avons proposé, dans la première, une définition du concept du tourisme et mentionné son importance, l'histoire, et les caractéristiques, les objectifs et les types, et de multiples dimensions. Tandis que dans le second nous avons abordé le développement historique du tourisme en Algérie, car cela nous a remis en question l'importance du tourisme pendant les Jeux méditerranéens.

Dans le Cadre pratique qui comprend deux chapitres où nous avons défini la direction du tourisme, déclaré son organigramme structurelle et utilisé la technique d'entretien avec différents cadre personnel en fonction de leur grade, et leurs spécialités, ce qui conduit à l'analyse et la conclusion comme une réponse à ce problème et .questions

الفهرس

كلمة شكر

الإهداء

ملخص المذكرة.....03

الفهرس.....05

مقدمة.....أ

الباب الأول: الإطار المنهجي

1- ماهية الموضوع و أهميته و إشكاليته.....17

1- التعريف بالموضوع.....17

2- أهمية الموضوع.....17

3- أسباب اختيار الموضوع.....19

4- مجتمع البحث.....21

5- العينة و أداة البحث.....21

6- أهداف الدراسة.....23

7- طرح الإشكالية.....24

8- الفرضيات.....25

| | |
|---|----|
| II- منهج البحث المستعمل و أدواته العلمية..... | 26 |
| 1- تعريف منهج دراسة حالة..... | 26 |
| III- خصائص و شروط والخطوات المنهجية التي يستعملها..... | 27 |
| 1- خصائص منهج دراسة حالة..... | 27 |
| 2- شروطه منهج دراسة حالة..... | 27 |
| 3- الخطوات المنهجية التي يستعملها منهج دراسة حالة..... | 28 |
| IV- مفاهيم الدراسة..... | 30 |
| 1- السياحة..... | 30 |
| 2- تكنولوجيا الاتصال..... | 31 |
| 3- الإستراتيجية..... | 32 |
| 4- الترويج..... | 32 |
| 5- المنتج السياحي..... | 34 |
| 6- المؤسسة السياحية..... | 35 |
| 7- ألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021..... | 36 |
| V حدود الدراسة..... | 37 |

الباب الثاني: الإطار النظري

الفصل الأول:

ماهية السياحة و أهميتها و تاريخها و خصائصها و أهدافها و أنواعها

تمهيد.....40

المبحث الأول: مفهوم و أهمية و تاريخ السياحة.....41

المطلب الأول: تعريف السياحة.....41

المطلب الثاني: أهمية السياحة.....42

المطلب الثالث: نشأة و التطور التاريخي للسياحة.....43

المبحث الثاني: خصائص و أهداف و مقومات و أنواع السياحة.....48

المطلب الأول: خصائص و أهداف السياحة.....48

المطلب الثاني: مقومات السياحة.....51

المطلب الثالث: دوافع السفر و أنواع السياحة.....55

خلاصة الفصل الأول.....65

الفصل الثاني:

لمحة تاريخية عن السياحة في الجزائر و إستراتيجية الاتصال لولاية

وهران كنموذج للترويج لألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021

تمهيد.....67

المبحث الأول: كرونولوجية السياحة الجزائرية ومراحل تطورها.....68

المطلب الأول: لمحة تاريخية عن السياحة في الجزائر.....68

المطلب الثاني: مقومات السياحة في الجزائر.....76

المطلب الثالث: القدرات السياحية المتوفرة في الجزائر.....79

المبحث الثاني: الإمكانيات السياحية لوهران وأهمية و إستراتيجية الاتصال

للترويج لها من خلال ألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021.....83

المطلب الأول: مفهوم وأهمية وأهداف الاتصال و دوره في الترويج للسياح.....83

المطلب الثاني: بطاقة فنية و تاريخية و عناصر الجذب السياحي لوهران.....87

المطلب الثالث: أهمية السياحة بوهران من خلال الألعاب المتوسطية.....91

خلاصة الفصل الثاني.....96

الباب الثالث: الإطار التطبيقي

الفصل الأول:

ماهية و تاريخ و مهام مديرية السياحة لوهرا و التعريف بمصالحها

تمهيد.....99

المبحث الأول: تعريف مديرية السياحة لوهرا و أهم النصوص القانونية

لتأسيسها و تحديد مهامها.....100

المطلب الأول: تعريف المؤسسة و المراحل التاريخية لنشأتها.....100

المطلب الثاني: التأسيس و الإطار القانوني لتسيير مختلف النشاطات المقررة....102

مطلب 3: النشاطات و مهام المؤسسة.....103

المبحث الثاني: الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة و التعريف بالمصالح.....106

مطلب الأول : مصلحة الإدارة و الوسائل و مصلحة المستخدمين و التكوين.....106

المطلب الثاني: مصلحة السياحة.....108

المطلب الثالث: مصلحة الصناعة التقليدية.....108

الفصل الثاني:

دراسة و تحليل المقابلات الخاصة بإستراتيجية الترويج للمنتج السياحي لمديرية
السياحة لوهران من خلال الألعاب المتوسطة باستعمال تكنولوجيا الاتصال

تمهيد..... 110

المبحث الأول: جدول خاص بالمقابلات مع المبحوثين ودليل المقابلة... 110

مطلب الأول: المقابلات مع رؤساء المصالح..... 113

مطلب الثاني: المقابلات مع رؤساء المكاتب..... 121

مطلب الثالث: تصريحات مدير السياحة لوهران لوسائل الاتصال حول الترويج للمنتج
السياحي..... 126

المبحث الثاني: حصيلة نشاطات مديرية السياحة لوهران و تحليل

المقابلات..... 129

مطلب الأول: ملخص خاص بحصيلة النشاطات لمديرية السياحة لوهران..... 129

مطلب الثاني: تحليل المقابلات 130

مطلب الثالث: استنتاجات وتوصيات..... 135

الخاتمة..... 144

قائمة المراجع..... 147

الملاحق..... 155

مقدمة:

تعتبر السياحة من أهم القطاعات الحيوية و الإستراتيجية للترويج و التسويق السياحي، و التي تساهم في تنمية وتطوير الاقتصاد الوطني، من خلال التخطيط الاستراتيجي لتحقيق التنمية المستدامة وكبديل للمحروقات في الوقت الراهن نظرا لما توفره من امتيازات و عوائد مالية كبيرة، كمصدر للدخل القومي على المدى البعيد، و نظرا لما تسخر به بلادنا من مقومات وإمكانيات سياحية مهمة سواء طبيعية، تاريخية، جغرافية، بشرية... بصفة عامة وعاصمة الغرب الجزائري وهران بصفة خاصة كثاني أكبر المدن في الجزائر من حيث الأهمية الاقتصادية والتجارية والثقافية، باعتبارها قطب سياحي بامتياز نظرا لما تتمتع به من مقومات وعناصر الجذب السياحي، و يظهر ذلك جليا من خلال ما تلعبه مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية وهران ، و ما مدى مساهمتها في تفعيل و الترويج للطلب للمنتج السياحي.

فقد تناولنا في هذا البحث الذي يحتوي على ثلاثة أبواب، بداية بالإطار المنهجي الذي تناولنا فيه ماهية الموضوع و أهميته و إشكاليته، بدراسة إستراتيجية الاتصال لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية وهران و الآليات المستعملة من طرف المشرفين على هذا القطاع و كيفية الترويج للمنتج السياحي لولاية وهران، من خلال استضافة وهران لألعاب البحر الأبيض المتوسط سنة 2021، مع طرح بعض الفرضيات.

كما قمت بتحديد المفاهيم المنهج المستعمل في هذه الدراسة و هو منهج "دراسة حالة " كأداة للدراسة في هذا البحث العلمي مع تحديد العينة المختارة ، وأدواته العلمية و خطواته المنهجية، و من كل هذه المعطيات تم طرح إشكالية الموضوع كنقطة انطلاق للدراسة، مع طرح فرضيات كاحتمالات أولية، و تحديد بعض المفاهيم الخاصة بموضوع الدراسة.

أما في الإطار النظري الذي تضمن فصلين حيث قمنا في الفصل الأول الذي حمل عنوان ماهية وأهمية وتاريخ وخصائص و أهداف و مقومات و أنواع السياحة، فمن خلاله قمنا بسرد مفهوم السياحة و أهميتها، كما أشرنا إلى التطور التاريخي للسياحة في المبحث الأول و الذي تم تقسيمه إلى ثلاثة مطالب ،أما في المبحث الثاني الخاص بخصائص و أهداف و مقومات و أنواع السياحة، فقمنا بتقسيمه إلى ثلاثة مطالب.

أما في الفصل الثاني الذي كان تحت عنوان لمحة تاريخية عن السياحة في الجزائر و إستراتيجية الاتصال لولاية وهران كنموذج للترويج لألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021 ، فقمنا بتقسيمه إلى ثلاثة مباحث و كل مبحث يشمل مطلبين، ففي المبحث الأول الذي حمل عنوان كرونولوجية السياحة الجزائرية ومراحل تطورها ، فنجد في المطلب الأول لمحة تاريخية عن السياحة في الجزائر، أما في المطلب الثاني فقمنا بذكر مقومات السياحة في الجزائر، و في المطلب الثالث تناولنا القدرات السياحية المتوفرة في الجزائر .

تقلنا بعدها إلى المبحث الثاني الذي حمل عنوان الإمكانيات السياحية لوهران وأهمية و إستراتيجية الاتصال للترويج لها من خلال ألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021، والذي تم تقسيمه إلى ثلاثة مطالب، ففي المطلب الأول تناولنا مفهوم و أهمية وأهداف الاتصال ودوره في الترويج للسياحة ، أما في المطلب الثاني فقمنا بالتعريف بمدينة وهران مع الإشارة إلى تاريخها و التطرق إلى أهم عناصر الجذب السياحي التي تسخر بها هذه المدينة المترولية ، أما في المطلب الأخير فقد تطرقنا إلى أهمية السياحة بوهران من خلال ألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021 ، كما قمنا بملخص موجزة حول كل فصل.

أما في الجانب الأخير الخاص بالإطار التطبيقي و الذي تناولنا فيه الدراسة الميدانية لمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لوهـران، فقد قمنا بتمهيد حول الجانب التطبيقي كما قسمناه إلى فصلين، فالفصل الأول الذي تم تقسيمه إلى مبحثين و كل مبحث قسم إلى ثلاثة مطالب و كذلك في الفصل الثاني ، فالفصل الأول يخص الجانب التقني و الفني من خلال التعريف بمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لوهـران و أهم النصوص القانونية لتأسيسها وتحديد مهامها مع الإشارة إلى المراحل التاريخية لتأسيسها ، كما استعرضنا الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية وهران و التعريف بمصالحها ، أما في الفصل الثاني قمنا بدراسة و تحليل المقابلات التي تمت مع رؤساء المصالح و المكاتب على مستوى مديرية السياحة و الخاصة بإستراتيجية الترويج للمنتج السياحي لمديرية السياحة لوهـران من خلال الألعاب المتوسطة باستعمال تكنولوجيا الاتصال، و التي توصلنا من خلالها إلى استنتاجات، و قمنا بعرض بعض التوصيات، و أخيرا أنهينا هذه الدراسة بالخاتمة وهي كحوصلة و كجواب على التساؤلات و الفرضيات.

و قد استعملنا في الإطار التطبيقي منهج دراسة حالة، و تطبيقه على مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لوهـران و التي تناولناها من الجانب النظري والجانب التطبيقي خلال التبرص بهذه المؤسسة، باستعمالي لتقنية المقابلة و المعاينة الميدانية مع مختلف الأطارات المشرفة على هذا القطاع باختلاف مصالحهم و وظائفهم و تخصصاتهم و خاصة بموضوع الدراسة، وصولا إلى التحليل و الاستنتاج كإجابة على الإشكالية و التساؤلات الأولية.

المنجي

الاطار

الباب الأول: الإطار المنهجي

I- ماهية الموضوع و أهميته و إشكاليته

1- التعريف بالموضوع

2- أهمية الموضوع

3- أسباب اختيار الموضوع

4- مجتمع البحث

5- العينة و أداة البحث

5- أهداف الدراسة

5- طرح الإشكالية

6- الفرضيات

II- منهج البحث المستعمل و أدواته العلمية

1- تعريف منهج دراسة حالة

III- خصائص و شروط والخطوات المنهجية التي يستعملها منهج دراسة حالة:

1- خصائص منهج دراسة حالة

2- شروطه منهج دراسة حالة

3- الخطوات المنهجية التي يستعملها منهج دراسة حالة

IV - مفاهيم الدراسة

1- السياحة

2- تكنولوجيا الاتصال

3- الإستراتيجية

4- الترويج

5- المنتج السياحي

6- المؤسسة السياحة

7- ألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021

V - حدود الدراسة

1- ماهية الموضوع و أهميته و إشكاليته:

(1) التعريف بالموضوع:

بعدها ظفرت الجزائر بشرف تنظيم ألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021 في طبعها الـ 19، "بعد التصويت الذي أجري يوم 27 أوت بمدينة بسكارا الإيطالية، والذي أسفر عن فوز وهران باستضافة هذه التظاهرة على حساب الصفاقص التونسية، بكسبها 51 صوت مقابل 17 صوت للأشقاء وسيكون لعاصمة الغرب الجزائري الشرف لاحتضان ثاني ألعاب حوض المتوسط في البلاد بعد العاصمة 1975".⁽¹⁾

ومن خلال هذا الحدث الذي فرض نفسه، فقد تمحور موضوع دراستنا في ما يلي:

دراسة إستراتيجية الاتصال لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لوهران و الآليات المستعملة من طرف المشرفين على هذا القطاع و كيفية الترويج للمنتج السياحي لولاية وهران، من خلال استضافة مدينة وهران لألعاب البحر الأبيض المتوسط سنة 2021.

على هذا الأساس قمنا باستعمال منهج دراسة حالة، و أخذنا كنموذج مديرية السياحة والصناعة التقليدية لوهران.

(2) أهمية الموضوع: تتمثل أهميته في عدة جوانب و مستويات و هي كما يلي:

1- على المستوى الإعلامي: إبراز دور مديرية السياحة والصناعة التقليدية لوهران و كيفية استغلال و سائل الإعلام باختلاف أنواعها في الترويج للمنتج السياحة الداخلية و ما مدى تأثيرها على السياح الأجانب من خلال ألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021

2- على المستوى السياحي: التعريف بأهم المعالم السياحية و عناصر الجذب السياحي التي تسخر بها مدينة وهران (جغرافية، طبيعية، تاريخية، بيئية، ثقافية، اجتماعية، دينية، رياضية...)

⁽¹⁾ محمد حبيب بن حمادي/ "الباهية 2021 على خطى العاصمة 1975"، جريدة الجمهورية، العدد 5655، 29 أوت 2015، ..

3- على المستوى الاقتصادي: يشمل مختلف الفوائد و الأرباح من جراء المشاريع و البني التحتية و فوقية من فنادق و قرى سياحية و منشآت رياضية و مواصلات برية بحرية و جوية التي هي في طور الانجاز، و التي تساهم في الصناعة السياحية و في تطوير قطاعها و جلب السياح من خلال تحسين مستوى الخدمات و العروض السياحية .

4- على المستوى السياسي و الدبلوماسي: يتمثل في مختلف القرارات و المواقف السياسية و مختلف الاتفاقيات و المعاهدات و البروتوكولات من جراء هذه الحدث الدولي الذي يتطلب تضافر كل الجهود و تكامل كل القطاعات و التي ستترجم إلى تشريعات و قوانين قد تساهم في تطوير قطاع السياحة بالبلاد، إلى جانب تلميع و تحسين صورة الجزائر لدى سفراء و الوفود الأجانب.

5- على المستوى الرياضي اكتساب خبرة وتجربة من خلال الاحتكاك بالأبطال العالميين و الإعلان على بداية انطلاقة لما يسمى بالسياحة لغرض الرياضة.

6- على المستوى الاجتماعي و الثقافي: تساهم في نشر العادات و التقاليد الخاصة بالمنطقة و التراث اللامادي من لغة و لهجات وأكلات شعبية ، و الترويج للصناعة التقليدية المحلية، كما أنها تحافظ على الوحدة و الاستقرار و تحقق السلم الاجتماعي، من خلال توفير مناصب شغل.

7- على المستوى الخدماتي: إبراز درجة تأثير الخدمات الإدارية في تفعيل الخدمات السياحية و ما مدى مساهمتها في التسويق و الترويج للمنتج السياحي(حسن الاستقبال- تسهيل الإجراءات الإدارية- تقديم خدمة بسرعة - تجنب البيروقراطية...)

8 - على المستوى الشخصي: الانتقال من الجانب النظري إلى الجانب العملي التطبيقي من خلال النزول إلى الميدان و الاحتكاك بالحياة المهنية مما يؤدي إلى اكتساب الخبرة.

(3) أسباب اختيار الموضوع:

لا يخلو أي موضوع كبحث علمي لاختياره من دوافع موضوعية، وأخرى ذاتية و يمكن حصرها فيما يلي:

أ- أسباب موضوعية:

- 1- نظرا لعلاقة الموضوع بطبيعة التخصص، و نظرا لفرض الحدث لنفسه على المدى المتوسط ، و الذي من خلاله ستصبح عروس البحر الأبيض المتوسط وهران قبلة للسياح الأجانب مع سنة 2021.
- 2- إبراز المقومات السياحية التي تسخر بها المدينة الثانية بعد العاصمة من حيث الأهمية الاقتصادية بالدرجة الأولى من خلال التعريف بخصائصها وبعناصر الجذب السياحي.
- 3- قلة البحوث و الدراسات التي تتناول موضوع السياحة في الجزائر بصفة عامة.
- 4- إبراز كيفية الترويج للسياحة من طرف مديرية السياحة والصناعة التقليدية لوهران كمؤسسة عمومية إدارية ذات طابع خدماتي.
- 5- إبراز ما يعانيه الترويج للمنتج السياحي مقارنة بدول الجوار و محاولة إيجاد الحلول.
- 6- محاولة لفت انتباه المسؤولين للاهتمام أكثر بمجال السياحة والمراهنة عليه كبديل خارج إطار المحروقات، من خلال الاستغلال الجيد لمختلف المقومات و الإمكانيات السياحية التي تسخر بها الجزائر و ما يمكن أن تحققه من تكامل اقتصادي ورفاهية المجتمع.
- 7- الصدى الإعلامي الكبير و المؤثر و الفعال لمختلف وسائل الإعلام و الاتصال باختلاف أنواعها و تخصصاتها كسلطة رابعة و ما مدى مساهمتها في الترويج و التسويق و الإشهار للمنتج السياحة الداخلية.

ب- أسباب ذاتية:

- 1- تأثير هذا الحدث - استضافة و هران لألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021 بعد سنة 1975 بالعاصمة- بطريقة مباشرة على قطاع السياحة وبطريقة غير مباشرة علينا ، خاصة كما يعلم الجميع أن الجزائر تم رفض ملف ترشحها من طرف الكنفدرالية الإفريقية لكرة القدم لاستضافة كأس إفريقيا " 2017 بتاريخ 08 أبريل 2015 بالقاهرة " ⁽¹⁾، وكانت ولاية وهران من بين المدن الجزائرية المرشحة لاستقبال الوفود الإفريقية.
- 2- حبنا الشديد وولعنا بمهنة المتاعب و اهتمامنا بعالم الإعلام و الاتصال وفضولنا إلى اكتشاف طبيعة قطاع السياحة.
- 3- كخطوة أولى للانطلاق و كمفتاح، بما أنني ابن هذه المدينة فمن واجبي المساهمة و لو بنسبة قليلة لإنجاح هذا الحدث من خلال استغلال المسؤولين على هذا القطاع للبحوث الأكاديمية وحتى يتسنى لهم التحضير الجيد للسير الحسن لهذه التظاهرة حتى نكون في المستوى المطلوب باستقبال الضيوف في ظروف جيدة كما يليق بهم المقام.
- 4- يعتبر هذا الموضوع كمشروع بحث على المدى المتوسط - إن وفقني الله و نجحت في مسابقة الدكتوراة- قبل الإعلان الرسمي على انطلاق ألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021
- 5- من نعم الله أنه هبانا بمجانية التعليم، ونعبر عن شكرنا له من خلال ترك بصمنا كعمل صالح ينتفع به الجيل القادم من طلاب وباحثون في حقل العلم و المعرفة.
- 6- إثراء المكتبة بهذه البحوث بحكم أننا الدفعة الأولى في تخصص ماستر الاتصال السياحي.

توفيق عمارة / " الكاف تحرم الجزائريين من كان 2017 " ، جريدة الشروق اليومي، العدد 4702، 09 أبريل 2015، ص 19 -¹

4) مجتمع البحث:

و يقصد بهذا " الأعداد بالدرجة الأولى إعلام المجتمع بإجراء البحث و خلق المناخ الملائم الذي يضمن تعاون المبحوثين و إدلائهم ببيانات دقيقة " (1) .

فمجتمع البحث هو ذلك المجتمع الذي من خلاله يتم اختيار عينة الدراسة.

فهو مجموعة من الأفراد أو العناصر التي لها خصائص مشتركة يهتم بها الباحث.

يتمثل مجتمع البحث في الدراسة الميدانية لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية وهران.

أما التعريف الإجرائي لمجتمع البحث فيتمثل في المدير، و رؤساء المصالح، ورؤساء المكاتب.

5) عينة وأداة البحث:

تعريف العينة: هي " مجموعة صغيرة من مجتمع البحث و التي يمكن من خلال دراستها إلقاء الضوء على المجتمع البحثي الذي تم اختيارها منه " (2)

فالعينة هي "مجموعة من الأفراد مختارة من مجتمع البحث على أسس علمية و واضحة، و تأخذ أشكالاً مختلفة بناء على نوعية و ظروف البحث، و قد استخدمت لتسهيل عملية البحث العلمي" (3)

- **عينة البحث:** العينة المختارة هي " **العينة القصدية** " الغير الاحتمالية و التي تتناسب بحثنا، فقد تم اختيار المبحوثين بطريقة عمدية ، و قد تم اختيارهم على أساس سلم الرتب و الوظائف لمختلف مصالح مديرية السياحة لوهران التي يحددها القانون و المقررات الإدارية، و هذا بحسب أهمية الوظيفة و درجة الرتبة ، و التي تعطيه صلاحيات و مسؤولية أكبر يخولها له القانون.

عبد الباسط عبد المعطي/ " البحث الاجتماعي محاولة نحو رؤية نقدية لمنهجه و أبعاده " ، بيروت، دار المعرفة الجامعية، - (1) 1985 ، ص 363

عامر مصباح / " منهجية البحث في العلوم السياسية و الإعلام " ، طبعة 2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010، ص (2) 211

نفس المرجع السابق، ص 211 (3)

فالعينة القصدية: هي العينة التي يختارها الباحث عن قصد بسبب وجود دلائل على أنها تمثل المجتمع الأصلي " (1)

ومن هنا تم اختيار مفردات و وحدات العينة وعددها ثمانية(8) و المتمثلة في مختلف موظفي مديرية السياحة لوهران من إطارات و رؤساء مصالح و رؤساء مكاتب، و يمكن حصرها في ما يلي:

- 1- مدير السياحة للولاية وهران
- 2- رئيس مصلحة السياحة
- 3- رئيس مصلحة الصناعة التقليدية
- 4- رئيس مصلحة الإدارة و الوسائل
- 5- رئيس مكتب المستخدمين و التكوين
- 6- رئيس مكتب مراقبة النشاطات السياحية و الفندقية و الحمامات المعدنية
- 7- رئيس مكتب دعم التنمية و إحصاءات السياحة
- 8- رئيس مكتب متابعة الاستثمار و التهيئة السياحية

الأداة: نظرا لطبيعة الموضوع فقد اعتمدنا على منهج دراسة حالة، باستعمال أداة المقابلة مدعمة بالملاحظة، التي سمحت لنا بجمع معطيات مباشرة من الميدان عن طريق طرح مجموعة من الأسئلة بشكل منظم.

معتز سيدي عبد اله ، عبد اللطيف محمد خليفة/ "علم النفس الاجتماعي" ، القاهرة، دار غريب للطباعة و النشر، دون تاريخ - (1)

5 أهداف الدراسة:

- 1- إبراز واقع و أهمية السياحة المحلية من خلال نفض الغبار على مقومات وعناصر الجذب السياحي، و التعرف على الأهمية الاقتصادية الذي يحتلها القطاع السياحي في الدفع بعجلة التنمية.
- 2- الوقوف على الإستراتيجية المثلى التي تستعملها منظمة عمومية ذات طابع خدماتي للترويج للمنتج السياحي، و ما مدى أهمية و فعالية وسائل الإعلام و الاتصال.
- 3- دراسة و تحليل العناصر الأساسية للترويج للسياحة الداخلية.
- 4- إبراز أهمية الترويج للمنتج السياحي و ما مدى مساهمتها في التطوير السياحي.
- 5- محاولة لفت انتباه المسؤولين على هذا قطاع و إشعارهم بما مدى أهمية الاستثمار فيها لخلق التكامل ما بين القطاعات باستغلال الإمكانيات و المقومات السياحية من طبيعية، بشرية، تاريخية..
- 6- إعطاء صورة مشرفة على البلاد من خلال الترويج الأمثل لجودة الخدمات السياحية بالاعتماد على قاطرة المدينة المتروبولية وهران، كقطب سياحي بامتياز.

(6) طرح الإشكالية:

تعتبر السياحة ظاهرة اجتماعية عرفت تطورات سريعة عكست مدى أهميتها، حيث أصبح هذا القطاع اليوم عنصر حيوي و استراتيجي خاصة في المجال الاقتصادي نظرا لدورها الهام في التنمية مما أدى بكثير من الدول منها الجزائر التي تسعى بالنهوض بهذا القطاع من خلال اتخاذ جملة من القرارات و منها في مجموعة من القوانين و التشريعات كإنشاء مديريات سياحية على مستوى كل ولاية ذات أهمية سياحية خدماتية، وتكثيف الجهود من أجل الزيادة من وثيرة طلب السياح و جعل إقامتهم في مستوى تطلعاتهم ، و لتحقيق هذا الغرض الذي تم ترجمته بوضع تسهيلات الإدارية و محاولة إيصال المستجدات و المعلومات عن طريق الترويج للمنتج السياحة الداخلية باستعمال مختلف القنوات و وسائل الإعلام و الاتصال خاصة لجلب المستثمرين الخواص و تشجيعهم للاستثمار في هذا القطاع عن طريق عرض مزايا و التسهيلات التي أقرتها الحكومة و الدولة ، و الاستغلال الأنسب لمختلف الفرص و الأحداث الدولية بصفة خاصة على المستوى العالمي كاستضافة وهران لألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021 ، و التي من خلالها ستساهم مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية وهران كمؤسسة عمومية ذات طابع خدماتي التي تعمل على الترويج للمنتج السياحي و لمختلف العروض السياحية، عن طريق تكنولوجيا الاتصال بهدف الإعلام و التشجيع على الاستثمار في قطاع السياحة لتحقيق التنمية ، و هذا هو موضوع الدراسة من خلال التعريف بمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لوهران، مع ذكر أهم النصوص القانونية لتأسيسها والتي تحدد مهامها وإبراز دورها كمؤسسة ترويجية لقطاع السياحة.

فبداية بحثنا تمت عبر طرحنا للإشكالية الرئيسية و التساؤلات الفرعية التالية:

- كيف توظف مديرية السياحة والصناعة التقليدية لوهران تكنولوجيا الاتصال للترويج للمنتج السياحي من خلال استضافتها لألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021؟

- ما مدى مساهمة مديرية السياحة والصناعة التقليدية لوهران و دورها في تفعيل الطلب للمنتج السياحي ؟
- ما هي الوسائل و الآليات المستعملة من طرف المشرفين على هذه المنظمة بهدف الترويج لقطاع السياحة و جلب السياح ؟
- كيف يمكن لتكنولوجيا الاتصال أن تساهم في زيادة حصص السياحة و ما مدى ارتباط عناصر الترويج السياحي بالجذب السياحي ؟
- إلى أي مدى ساهمت الإمكانيات والمقومات و عناصر الجذب السياحي لوهران في قبول ملف استضافتها لألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021 ؟

(7) الفرضيات:

من خلال موضوعنا هذا تم طرح ثلاثة فرضيات و هي على الشكل الآتي:

الفرضية (1):

مديرية السياحة والصناعة التقليدية لوهران، تستعمل تكنولوجيا الاتصال للترويج لألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021.

الفرضية (2):

أفاق تطوير الترويج للمنتج السياحي من طرف ذات المديرية، يعتمد بالدرجة الأولى على الاستعمال المكثف و المستمر لمختلف وسائل الاتصال.

الفرضية (3):

إن ضعف الترويج للمنتج السياحي من طرف وسائل الاتصال يعود أساس لغياب تخطيط استراتيجي واضح للمكلف بالاتصال على مستوى مديرية السياحة لوهران على المدى البعيد.

II- منهج البحث المستعمل و أدواته العلمية:

إن مقتضيات الدراسة و طبيعة موضوع البحث الذي بين أيدينا، اقتضى علينا أن نستعمل "منهج دراسة حالة"، وقد اعتمدنا على هذا المنهج من خلال الاطلاع على عدد كبير من المراجع من كتب و دوريات .. إضافة إلى النزول إلى الميدان من خلال التريص التطبيقي بمديرية السياحة والصناعة التقليدية لوهران، و المقابلات الشخصية التي تمت مع مختلف الإطارات من مختلف المصالح.

1) تعريف منهج دراسة حالة:

إن كلمة حالة في اللغة العربية تعني حال الشيء، سواء كان شخصا، أو حيوانا، أو جمادا، أو تنظيما... الخ، وهي تفيد كينة هذا الشيء، أي ما هو عليه من وضع، من حيث تكوينه الخاص في إطار المحيط المتفاعل معه" (1).

إن دراسة الحالة هي " البحث المتعمق للحالات الفردية في إطار المحيط الذي تتفاعل فيه، حيث تقوم هذه الدراسة - كما ذكر محمد زيان عمر - على افتراض أن كل حالة قابلة للدراسة تكوّن مع المجال الذي تتفاعل داخله وحدة و كلا " (2).

و يعرفها تشايلد بأنها: "منهج يمكن عن طريقه جمع البيانات و دراستها بحيث يمكن رسم صورة كلية لوحدة معينة في علاقتها المتنوعة و أوضاعها الثقافية" (3)

و هناك من يعرفها بأنها: "عبارة عن دراسة متعمقة لنموذج واحد أو أكثر لعينة يقصد منها الوصول إلى تعميمات إلى ما هو أوسع عن طريق دراسة نموذج مختار" (4).

¹ - أحمد بن مرسلّي / "مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال"، طبعة 4، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010، ص 301

نفس المرجع السابق ص 302 -²

عامر مصباح / "منهجية البحث في العلوم السياسية و الإعلام"، مصدر سبق ذكره، ص 114 -³

عمار بوحوش و محمد محمود الذنبيات / "مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث" الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، -⁴ 2010، ص 114

III- خصائص و شروط والخطوات المنهجية التي يستعملها منهج دراسة حالة:**1) خصائص منهج دراسة حالة (1):**

1- التركيز و التعمق في حالة واحدة و تناولها من كل الجوانب.

2- يتميز بوجود حالة واحدة، و ليس مجتمع الدراسة و تختار منه العينة.

3- درجة مصداقية و موثوقية نتائج البحث.

4- المرونة التي يتمتع بها الباحث أثناء تطبيقه لهذا المنهج.

2) شروط منهج دراسة حالة (2):

1- المثابرة في جمع البيانات و المعلومات قدر المستطاع حول الحالة موضوع الدراسة، على فتراتها التاريخية، حتى البيانات التي يراها الباحث بسيطة عليه أن يجمعها، لأن قد تتراكم تلك المعلومات البسيطة، لتبدو في النهاية متغيرا مهما في سلوك و اتجاهات الحالة.

2- صياغة بناء نظري مناسب كمقدمة للقيام بالبحث، وظيفته توجيه الباحث نحو الأبعاد المركزية للبحث.

3- عدم الاكتفاء بالبيانات السطحية للحالة، وإنما جوهر هذا المنهج سبر أغوار وأنوية هذه الحالة

4- التنوع في جمع المعلومات من حيث المصادر، و من حيث المجالات، و من حيث النوعيات.

5- " توثيق المعلومات توثيقا علميا، بحيث يتم عزو كل معلومة إلى مصدرها بطريقة علمية معتمدة أكاديميا " (3).

عامر مصباح /"منهجية البحث في العلوم السياسية و الإعلام"، مصدر سبق ذكره، ص 115- 116 -1

نفس المرجع السابق ص 117 -2

عامر مصباح /"منهجية إعداد البحوث العلمية:مدرسة شيكاغو"، الجزائر، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، 2006، ص 69 -3

(3) الخطوات التي يستعملها منهج دراسة حالة: (1)

1- اختيار الحالة المدروسة بعناية، بشكل يتلاءم مع موضوع الدراسة و فرضياته و أهدافه، و التساؤلات التي يود أن يجيب عليها الباحث وفي هذه الحلة هناك جملة من الاعتبارات يجب أن يراعيه الباحثون وهي كالتالي:

- أن تكون الحالة متاحة للبحث.
- مراعاة سهولة الحصول على البيانات.
- القابلية للبحث.

2- ضبط نموذج نظري تجريدي - سماه ماكس فيبر بالنموذج المثالي أو الخالص - (2)، يشمل على الجوانب التي يركز عليها الباحث في بحثه، و كذلك تصنيف العناصر إلى أولية مهمة و ثانوية أقل أهمية بناء على فرضيات البحث.

¹ - عامر مصباح /"منهجية البحث في العلوم السياسية و الإعلام"، مرجع سبق ذكره، ص 117 - 118

عامر مصباح /"علم الاجتماع: الرواد و النظريات"، الجزائر، دار الأمة للطباعة والنشر و التوزيع، 2005، ص 94-2

3- جمع البيانات حول الحالة في امتداداتها التاريخية و الراهنة، و الاستعانة بالجداول و التوبيب بما بنظم البيانات و تكون قابلة للقياس و الاستنتاج و اختبار الفرضيات، مع التأكيد على توثيق كل معلومة يحصل عليها الباحث.

4- "تحليل البيانات و التحقق من الفرضيات و بالتالي الإجابة على تساؤلات البحث، و في النهاية كتابة التقرير النهائي للبحث، بنفس الطريقة التي تتم في المناهج السابقة" (1)

عامر مصباح / "منهجية البحث في العلوم السياسية و الإعلام"، مصدر سبق ذكره، ص 119 - 1

V- مفاهيم الدراسة:**1- السياحة:**

السياحة لغة: من "ساح سيحا و سيحانا، يقال ساح الماء أي جرى على وجه الأرض فهو ماء سائح"⁽¹⁾

(1)

السياحة اصطلاحاً: "هي نشاط اجتماعي و إنساني يقوم به الإنسان عبر التنقل من بلد لآخر و ذلك للاستكشاف و الاستطلاع و قبل ذلك التنزه " (2) .

و قد عرفتها المنظمة العالمية للسياحة عل أنها " نشاط إنساني و ظاهرة اجتماعية تقوم على انتقال الأفراد من أماكن الإقامة الدائمة لهم إلى مناطق أخرى لفترات مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن علم كامل لغرض من أغراض السياحة المعروفة، ما عدا الدراسة " (3)

و حسب تعريف المعهد الوطني للإحصائيات و الدراسات الاقتصادية " فالسياحة هي مجموعة من الأنشطة التي يقوم بها الأشخاص في رحلتهم أثناء سفرهم خارج إقامتهم الدائمة و في مدة متتالية لا تتجاوز سنة، و لغرض من أغراض السياحة ما عدا العمل " (4)

و قد اقترح جورج كاز سنة 1989 مقارنة عامة حول السياحة عن طريق تحليل مختلف الروابط السياحية من رأس مال و توفير نقل خاص بالسياح، و اختيار الإقامة المناسبة ، و التركيز على أسس الترويج و الاعتماد على طرق الترفيه " (5).

المنجد في اللغة و الإعلام / طبعة 26 ، بيروت، منشورات دار المشرق، 1975، ص 368 -1

خالد بن عبدالرحمن ال دغيم/ **الإعلام السياحي و التنمية السياحية الوطنية** ، طبعة 1، الأردن، دار أسامة للنشر و التوزيع، 2014، ص 13

صلاح الدين أبو أصعب و آخرون/ **العولمة و الهوية الثقافية** ، مصر ، منشورات لجامعة فلاديفيا، 2002، ص 177 -3

4- Jean-Pierre Lozatogiotart, Erick Leroux ,Michel Balfet/ « **MANAGEMENT DU TOURISME-TERRITOIRES, OFFRES ET**

STRATEGIES », 3ème Edition, Paris, Pearson ,2015, page06

5- Philippe Violier/ « **LE TOURISME UN PHENOMENE ECONOMIQUE** », 6ème Edition, France, Le Documentation Française, 2013 ,

أما السياحة إجرائياً: فهي انتقال الأفراد- الدول المشاركة التي تطل على حوض البحر الأبيض المتوسط سواء من شمال إفريقيا أو جنوب أوروبا أو غرب آسيا باختلاف ثقافاتهم و لغتهم و دينهم سواء كانوا رياضيون أو مناصرون أو ممثلي البعثات و الوفود الأجنبية - المشاركون في منافسات ألعاب البحر الأبيض المتوسط لسنة 2021، من مكان إقامتهم الدائمة إلى الجزائر بصفة عامة و مدينة وهران بصفة خاصة لفترة مؤقتة لغرض من أغراض السياحة.

2- تكنولوجيا الاتصال:

"إنّ كلمة تكنولوجيا هي كلمة يونانية في الأصل، وهي تتكوّن من مقطعين، المقطع الأوّل تكنو ويعني حرفة، أو مهارة، أو فن ، أما الثاني لوجي فيعني علم أو دراسة"⁽¹⁾.

فالتكنولوجيا هي مجموع الاختراعات الناتجة عن التطبيق العملي للأبحاث العلمية في مجال معين.

أما "الاتصال فهو نقل المعلومات و المعاني و الأفكار من شخص إلى آخر أو آخرين بصورة تحقق الأهداف المنشودة في المنشأة" ⁽²⁾

و قد عرفه الباحث كارل هوفلاند بأن الاتصال هو: "العملية التي ينقل عمدا فيها المرسل منبهات لكي يعدل سلوك الآخرين" ⁽³⁾ .

أما إجرائياً: فتكنولوجيا الاتصال هي مختلف الإمكانيات البشرية و المادية و التقنية الحديثة، التي يعتمد عليها القائم بالاتصال في القطاع السياحي لنشر المعلومات و الترويج لها عبر مختلف وسائل الاتصال المعاصرة، و التي فرضت نفسها من خلال فاعليتها و تأثيرها المباشر على الجمهور كالبرمجيات، شبكة المعلومات، مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك و التويتر، سكايب، فايبر..

¹- تعريف_التكنولوجيا/ <http://mawdoo3.com>

حسين جلوب/ "مهلات الاتصال"، عمان، دار كنوز المعرفة العلمية، 2009، ص 18 -²

أحمد بخوش/ "الاتصال و العولمة"، القاهرة، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2008، ص 11 -³

3- الإستراتيجية:

لغة: "هي فن من الفنون العسكرية، يتناول الوسائل التي يجب الأخذ بها في قيادة الجيوش".⁽¹⁾

الإستراتيجية في معناها العام" هي التكتيك أو الأسلوب الواجب إتباعه في موقف معين أو هجوم معين، فهي منهاج للتفكير يعتمد على التقدير و التنسيق السليم للهدف و الوسيلة المتاحة"⁽²⁾.

أما المعنى الإجرائي للإستراتيجية: فهي المنهج العام أو الخطة التي يحددها المسئول عن المنظمة السياحية أو أصحاب القرار على مستوى الوزارة ، بهدف ترقية وتطوير و إنعاش النشاط و القطاع السياحة الداخلية باستعمال أساليب مختلفة لتحقيقها.

4- الترويج :

يمثل الترويج المرآة العاكسة للمنظمة ومنتجاتها، فمن خلاله تتفاعل المنظمة مع بيئتها الخارجية بواسطة أدوات عديدة لكل واحدة منها خصائصها المميزة. ويؤدي الترويج وظيفة رئيسية هي إخبار وإقناع والتأثير على المستهلكين الحاليين والمحتملين لتبني موقف إيجابي اتجاه الرسالة الترويجية وما تعرضه، وإذا ما فهم الجمهور المستهلك الرسالة الترويجية بنفس المعنى الذي قصده المرسل، فإن الترويج بالتأكيد يكون حقا حقا هدفه.

فالترويج هو عملية اتصال مباشرة وغير مباشرة بالمستهلك لتعريفه بالمنتج والخدمات السياحية ولتحقيق رغبته وميوله ورسم الصورة الذهنية وإقناعه بالشراء وحمايته من الاستغلال. "فهو النشاط الذي يتم ضمن إطار أي جهد تسويقي وبنطوي على عملية اتصال إقناعي يمارس اتجاه المتلقين".⁽³⁾

المنجد في اللغة و الإعلام" / مصدر سبق ذكره ، ص 10 - 1

محمد منير حجاب/"الإعلام السياحي"، القاهرة، دار للنشر و التوزيع، 2002، ص 153 - 2

3- خلود وليد العكيلي/"دراسة ميدانية لعينة الفنادق في محافظة أربيل و بغداد و النجف"، مجلة الإدارة و الاقتصاد، العدد 87 سنة

تعريف الترويج السياحي: هو التنسيق بين جهود البائع والسائح في إقامة منافذ للمعلومات لتسهيل بيع المنتج إلى السائح.⁽¹⁾

وهو أيضا "جهود موحدة ومنسقة تتبعها المنظمات السياحية بوضع سياسات للإعلان و بيع المنتجات والخدمات و الأفكار، و إقامة قنوات و منافذ باستخدام تكنولوجيا المعلومات للتأثير في أذهان السائح و جعل الطلب السياحي بأكبر عدد ممكن".⁽²⁾

أما إجرائيا: فهو كافة الجهود و الأنشطة الترويجية الذي يساعد المنظمة السياحية في إيجاد سياح بسرعة وسهولة و إثارته و تحفيزه من خلال مختلف الأنشطة الترويجية للسياحة باستعمال تكنولوجيا الاتصال.

عناصر الترويج:

- 1- البيع الشخصي
- 2- الإعلان
- 3- ترويج أو تنشيط المبيعات
- 4- العلاقات العامة.

أهمية الترويج السياحي:

تتمثل أهمية الترويج السياحي فيما يلي:

أولاً: تحقيق التوعية السياحية

فانخفاض مستوى الوعي السياحي لدى الجمهور يعدّ أحد العوامل التي تعوق السياحة عن أداء دورها في تنمية المجتمع والارتقاء به وأحد العوامل الخطيرة التي تفقد المنتج السياحي أهم مقوماته التي يتميز بها، لذلك فتحقيق التوعية السياحية مهمة جدًا.

ثانياً: تحفيز الطلب على المضمون السياحي

فالمضمون السياحي لدولة ما أو منظمة ما، ما هو إلا إجمالي عناصر الجذب السياحي التي تجذب السياح إلى تلك الدولة أو المنطقة وتدفعهم إلى زيارتها للاستمتاع بالسياحة فيها.⁽³⁾

1- خلود وليد بشير عباس العلق، علي محمد رابعة/ "الترويج و الإعلان التجاري"، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، 2007، ص 31

2- خلود وليد العكيلي/ "دراسة ميدانية لعينة الفنادق في محافظة أربيل و بغداد و النجف"، مصدر سبق ذكره ص 115

3- محمد منير حجاب/ "الإعلام السياحي"، مصدر سبق ذكره، ص 71

ثالثاً: نشر المعرفة السياحية

يعد الترويج أحد الوسائل الأساسية لنشر المعرفة والثقافة السياحية لدى الجمهور الداخلي والخارجي، فمن خلال المعلومات التي تنتشر عن الآثار والمعالم السياحية والخدمات والبرامج المختلفة وعن أوجه الجذب والاستثمار يؤثر في آراء واتجاهات ومواقف الجمهور.

رابعاً: تحقيق الاقتناع لدى السائح

يتحقق التنشيط السياحي باستخدام كافة الأنشطة الترويجية والأساليب الإقناعية التي تساعد على زيادة إعداد السائحين الفعليين والمرتبين من داخل الدولة أو من خارجها على السواء...بالإضافة إلى ذلك تهدف هذه الجهود إلى تحفيز المسؤولين عن الشركات والمؤسسات والهيئات السياحية كزيادة جهودها لاجتذاب أكبر عدد من السائحين.⁽¹⁾

أهداف الترويج السياحي⁽²⁾:

- 1- إبراز صورة الدولة السياحية أمام الدول الأخرى المصدرة للسائحين
- 2- رفع معدل نمو الحركة السياحية الدولية.
- 3- التغلب على المشكلات و المعوقات التي تعترض نمو الحركة السياحية.
- 4- رفع مستوى الوعي السياحي بين المواطنين.

5- المنتج السياحي:

هو " مجموعة متكاملة من عناصر الجذب السياحي و التسهيلات و الخدمات المتوفرة بالمقصد السياحي و طرق الوصول إلى المقصد السياحي " ⁽³⁾.

1- خليل أحمد الدباس/ "الإعلان و الترويج الفندقى"، الطبعة 1، دار الكنوز للمعرفة، 2007، ص 17

2- أحمد طاهر عبد الرحيم/ "تسويق الخدمات السياحية"، طبعة 1 ، الإسكندرية، دار الوفاء لنديا الطباعة و النشر، 2012،

ص 94

3- أحمد طاهر عبد الرحيم/ "تسويق الخدمات السياحية"، طبعة الأولى ، الإسكندرية، دار الوفاء لنديا الطباعة و

النشر، 2012، ص 74

إجرائيا: تتوع المقومات السياحية لوهران من العناصر الطبيعية كالموقع الجغرافي الاستراتيجي، اعتدال المناخ و تتوع التضاريس، إطلالها على الواجهة البحرية، شريط ساحلي أكثر من 120 كلم، غابات، و وجود العناصر ثقافية كالآثار و المعالم الحضارية و التاريخية، فوهران تعتبر محطة لالتقاء الثقافات و الحضارات، إلى جانب المقومات الاقتصادية و الصناعية مثل الإنجازات البشرية الحديثة كالمسجد الكبير و الملعب الأولمبي ، بالإضافة إلى مستوى الخدمات و التسهيلات السياحية التي تقدمها بفعل توفر المواصلات بأنواعها ، و توفرها على حظيرة فندقية معتبرة .

6 - تعريف المؤسسة السياحية:

المؤسسة: هي اسم، صيغة المؤنث لمفعول أسس، جمع المؤسسة مؤسسات.

المؤسسة: منشأة تؤسس لغرض معين، أو لمنفعة عامة و لديها من الموارد ما تمارس فيه هذه المنفعة (1)

المؤسسة: هي شركة أو كيان قانوني أو هيئة أو منتدى إدارة خدمات تكنولوجيا المعلومات، و مصطلح المؤسسة يستخدم أحيانا للإشارة إلى كيان لديه بشر و موارد و ميزانيات.

المؤسسة السياحية لغة: هي تلك المؤسسة التي تعمل على تقديم خدمات متنوعة للزبائن، و العمل على إشباع حاجاتهم و رغباتهم السياحية.

أما اصطلاحا فهي " شركة تقوم بتقديم خدمات سياحية عن طريق تنظيم رحلات سياحية جماعية أو فردية داخل الوطن أو خارجه، وفقا لبرامج معينة و تنفيذ ما يتقن معها من نقل و إقامة و ما يلحق بها من خدمات" (2)

أما إجرائيا: فهي مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية وهران التي هي منظمة عمومية ذات طابع خدماتي و ما تحتويه هذه الإدارة من موارد بشرية و مادية و وسائل تقنية و تشريعات و مصالح مختلفة.

(1) <http://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/مؤسسة/>

(2) - عبد الرحمن العيسوي/الرواسة في علم النفس السياحي"، طبعة 1، مصر، دار المعرفة الجامعية النشر، 2001، ص 55

7- ألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021:

اصطلاحاً: "ألعاب البحر المتوسط أو الألعاب المتوسطية هي حدث رياضي يقام كل أربع سنوات للدول المطلة على البحر المتوسط ، اقترحت الفكرة أثناء دورة الألعاب الأولمبية الصيفية لعام 1948 عن طريق محمد طاهر باشا رئيس اللجنة الأولمبية المصرية، و كانت الأولى التي عقدت في عام 1951، بالإسكندرية بمصر، و الى الآن جرت 17 دورة، أول عشرة دورات جرت على الدوام سنة واحدة تسبق الاولمبياد، و لكن منذ سنة 1993 صارت تجري في العام الذي يلي الألعاب الأولمبية " (1).

أما إجرائياً: "ألعاب البحر الأبيض المتوسط تعود إلى الجزائر بعد 46 سنة و تحدي التنظيم ينطلق في وهران، ظفرت مدينة وهران بشرف احتضان ألعاب البحر المتوسط لسنة 2021 بعدما احتضنتها العاصمة الجزائرية سنة 1975 لتكون ثاني محطة للألعاب بعد 46 سنة " (2)

فإجرائياً: مدينة وهران ستكون قاطرة ورائدة الولايات الجزائرية في السياحة و قبله لتوافد السياح الأجانب بداية من صيف 2021 ، وسنلاحظ كيف سيؤثر هذا الحدث الدولي على السياحة الداخلية، و ما مدى تجاوب المسؤولين على هذا القطاع من خلال استغلال هذه الفرصة برسم استراتيجيه واضحة المعالم للترويج للمنتوج السياحي المحلية.

-ألعاب_البحر_الأبيض_المتوسط (1) <https://ar.wikipedia.org/wiki/>

عمر الفاروق/ "ألعاب البحر الأبيض المتوسط تعود إلى الجزائر بعد 46 سنة و تحدي التنظيم ينطلق في وهران" (2)

1975، جريدة النهار، العدد 2411، 29 أوت 2015، ص 14

VI- حدود الدراسة :

الإطار المكاني: مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية وهران

الإطار الزمني: من 01 إلى 31 مارس 2016

" تحصلنا على عدة معلومات نظرية و تطبيقية خلال فترة التريص في التاريخ المذكور ، ونظرا لعدم تمكننا من مقابلة مدير السياحة، فقد قمنا بالبحث و التحري عبر مختلف التصريحات التي أدلى بها مدير السياحة لوسائل الإعلام والاتصال، و التي اعتمدنا عليها في دراستنا إلى غاية انتقاء آخر مقال صحفي بتاريخ 03 جوان و المصادف للإعلان الرسمي عن افتتاح موسم الاصطياف بوهران بتاريخ 02 جوان 2016".

النظري

الاطار

الباب الثاني: الإطار النظري

الفصل الأول:

ماهية السياحة و أهميتها و تاريخها و خصائصها و أهدافها و أنواعها

تمهيد

المبحث الأول : مفهوم و أهمية و تاريخ السياحة

المطلب الأول: تعريف السياحة

المطلب الثاني: أهمية السياحة

المطلب الثالث: النشأة والتطور التاريخي للسياحة

المبحث الثاني : خصائص و أهداف و مقومات و أنواع السياحة

المطلب الأول: خصائص و أهداف السياحة

المطلب الثاني: مقومات السياحة

المطلب الثالث: دوافع السفر وأنواع السياحة

خلاصة الفصل الأول

I- ماهية السياحة و أهميتها و تاريخها و خصائصها و أهدافها و أنواعها

تمهيد:

تعتبر السياحة نمودجا للعلاقات بين الشعوب العالم و حضاراتهم المتعددة و ذلك بتبادل المعرفة و التقارب الفكري و إحلال التفاهم بين هذه الشعوب، كما أنها تعتبر كجوابة تساعد على الاطلاع الفكري و التوع الحضري و الثقافي و حتى الاقتصادي.

فالسياحة تلعب دورا هاما وحيويا و استراتيجيا في النشاط الاقتصادي للعديد من البلدان فهناك اقتصاديات دول عديدة تعتمد اعتمادا كبيرا عليها كمصدر من مصادر الدخل القومي، لكن السياحة ليست شيئا ماديا يمكن بيعه والاستفادة منه مباشرة بل يجب إن تكون هناك جهود كبيرة للاستفادة من العوامل السياحية المتوفرة لدى أي دولة أو منطقة، ومن بين هاته الجهود القيام بعمليات تعريف وترويج للإمكانيات و المقومات التي يمكن أن تكون عاملا جاذبا للسائحين وبالتالي الزيادة في المداخيل و تحقيق الربح المادي، " فزيادة الطلب على السياحة مرتبط بتحديد السعر وخاصة في الجانب الترفيهي، فمثلا طلب على تذكرة السفر من فرنسا إلى الولايات المتحدة الأمريكية تعتمد على السعر"⁽¹⁾، كما أن قطاع السياحة هو قطاع تنافسي تتحكم في تسويقه و ترويجه جملة من العوامل من بينها الجودة العالية للخدمة أو المنتج السياحي أو العرض المقدم، " فالجودة هي مجموعة من العوامل و الأنشطة التي يعاني منها الزبون أثناء تقديم الخدمة الفردية أو الدعم، و تكمن الجودة السياحية في جودة الخدمة"⁽²⁾ .

¹- Laurent Botti, Nicolas Peypoch, Bernardin Solonandrasana/ « ECONOMIE DU TOURISME », Paris, Dunod, Septembre 2013, page32

²- François Burhin, Georges Vandalle/ « LA DEMARCHE QUALITE EN TOURISME », France, Presses Universitaires du Septentrion, Septembre 2014, P P;

المبحث الأول: مفهوم و أهمية و تاريخ السياحة:

مطلب 1: تعريف السياحة:

تعتبر السياحة ظاهرة اجتماعية، اختلف مفهومها باختلاف نظرة الباحثين والدارسين لها بسبب التطور الحاصل في حقلها.

السياحة لغة: "جاء في الدليل الفقهي للشيخ فهد باهمام أن السياحة لغة مأخوذة من: ساح الماء سياحة إذ جرى على وجه الأرض وذهب، و ساح الإنسان بأنه ذهب في الأرض للعبادة أو الترهيب أو لغير غرض" (1).

و لذلك فان المعنى اللغوي في أغلب المعاجم ينحصر في تعريفات مبسطة بأنها التعبد و الترهيب، و الانسياب و السيولة و الجريان، و السير في الأرض ، و ملازمة المساجد، و دوام الصيام، و العودة إلى مكان ما وتحسين الكلام.

أما **السياحة اصطلاحا:** "فهي نشاط اجتماعي و إنساني يقوم به الإنسان عبر التنقل من بلد لآخر و ذلك لاستكشاف و الاستطلاع و قبل ذلك التنزه" (2)

وفي مؤتمر أوتادا العلمي الخاص بالسياحة عام 1990 بكندا وضع تعريف للسياحة وهي "الأنشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى مكان خارج بيئته المعتادة لمدة لا تقل عن فترة معينة من الزمن و إلا يكون غرضه من السفر ممارسة نشاط يكتسب منه دخلا في المكان الذي يسافر إليه" (3).

(1) خالد بن عبد الرحمن آل دغيم/ "الإعلام السياحي و التنمية السياحية الوطنية"، الطبعة الأولى، الأردن، دار أسامة للنشر و

التوزيع، 2014 ص 12

(2) نفس المرجع سبق ذكره ص 13

(3) وفاء زكي إبراهيم/ "دور السياحة في التنمية الاجتماعية، دراسة تقويمية للقرى السياحية"، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث،

2006 ص 10

و أدق تعريف يمكن أن نعرف به السياحة هو التعريف الذي أطلقه الأستاذ هونزيكير السويسري رئيس الجمعية الدولية لخبراء السياحة العالميين والذي استقر معظم الباحثين في علم السياحة على انه تعريف علمي غطى سمات السياحة الرئيسية والقواعد التي تقوم عليها السياحة والذي يقول على أنها " مجموع العلاقات والظواهر التي تترتب مع سفر وعلى إقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما طالما أن هذه الإقامة المؤقتة غير دائمة وطالما لم ترتبط هذه الإقامة بنشاط يدر ربحا لهذا الأجنبي " .⁽¹⁾

و تحتوي السياحة على ثلاثة أركان و هي: نقل، إيواء، برامج⁽²⁾

مطلب 2: أهمية السياحة

- بناء و تطوير طرق و وسائل المواصلات المختلفة البحرية و البرية و الجوية، و تطوير البنية التحتية و الفوقية .
- بما أنها نشاط ديناميكي يشمل جميع الأنشطة فهي تتأثر و تؤثر على نشاط الإنتاج، الاستهلاك، النقل، الاتصالات، الموانئ، المطارات، الفنادق، البنوك و عمليات التجارة الداخلية و الخارجية.
- زيادة الإيرادات السياحية من خلال تدفق رؤوس أموال المستثمرين الأجانب كبناء الفنادق و المركبات السياحية .
- عصرنة السياحة بنقل التكنولوجيا الحديثة من خلال الاستثمار الأجنبي في السياحة ونقل فنون و أنظمة الإدارة الحديثة بالمنشأة السياحية و إدخال معدات و تجهيزات والآلات الجديدة تسهل تقديم الخدمات السياحية وكذا برامج تدريب و تنمية المهارات للقوى العاملة.
- تحسين ميزان المدفوعات من خلال استقبال السياح و ما ينفقه مقابل الخدمات وبالتالي الحصول على العملة الصعبة، كما تساهم في الصادرات.
- توفير مناصب شغل و القضاء على البطالة.
- تطوير البلد بصورة عامة لأنها تعتبر من أكبر الصناعات السياحية في العالم و التي تساهم في دعم الاقتصاد المحلي و العالمي .

⁽¹⁾ مثى طه الحوري، إسماعيل محمد الذباغ/ "مبادئ السفر و السياحة"، ط 1، عمان، مؤسسة النشر و التوزيع، 2001، ص 41

ماهر عبد العزيز توفيق/ "صناعة السياحة"، عمان، دار الزهران، 1996، ص 43⁽²⁾

- "الأهمية الاقتصادية من خلال التنمية لأنها تعتبر من أكبر الصناعات التي توفر الأموال اذ أصبحت صناعة العصر " (1) ، كما تساهم في تطوير الاقتصاد المحلي والزيادة في الخدمات و في الدخل الوطني و جلب رؤوس أموال، فالسائح في البلد الأجنبي يقوم بوظيفة استهلاكية ينتج عنها زيادة في الدخل عن طريق الانتفاع بالخدمات.
- المساهمة في التنمية و تحقيق التكامل ما بين القطاعات و التوازن الاجتماعي بفك العزلة على المناطق النائية و بالتالي تحسين المستوى المعيشي.
- تحسين ميزان المدفوعات من خلال استقبال السياح وما ينفقه مقابل الخدمات وبالتالي الحصول على العملة الصعبة، كما تساهم في الصادرات.
- توفير مناصب شغل و القضاء على البطالة.
- القيام ببحوث التنمية و التحديث في مجالات النشاط السياحي إضافة إلى تحديث و تطوير أنظمتها الحالية حتى تستطيع البقاء والاستمرار في سوق الخدمة في ظل المنافسة.

مطلب 3: نشأة و التطور التاريخي للسياحة:

ظهرت السياحة مند وجود الإنسان و كانت بسيطة و بدائية في مظهرها و أسبابها و أهدافها و وسائلها، و كان الغرض منها هو ممارسة النشاطات الإنسانية الضرورية للحياة مثل البحث عن الطعام و الشراب أو المسكن أو الصيد...

لم تعد السياحة في يومنا هذا مجرد نشاط ترفيهي و تسلية للإنسان بل تعتبر صناعة له أبعادها و أهدافها في المساهمة في الدخل القومي و الاقتصاد الوطني و الثقافة المحلية، تتأثر الصناعة السياحية بالتقدم العلمي و التكنولوجي و خاصة بعدما ألغيت المسافات بين العالم باستعمال الطائرات.

1- شاهد إلياس/"التسويق السياحي في الجزائر دراسة نظرية و تطبيقية"، رسالة دكتورة، جامعة الجزائر 3، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، قسم العلوم التجارية تخصص تسويق، 2012/2013، ص 195

لقد تطورت السياحة بتطور المجتمعات و التي مرت عبر ثلاث مراحل :

1- لعصور القديمة (1) :

يصعب الإلمام بتاريخ السياحة في كافة العصور، إن غريزة التنقل و الترحال من مكان لآخر كانت موجودة عند الإنسان منذ نشأته الأولى سعيا إلى ظروف معيشية و حياة أفضل ، ففي القديم لم تكن هناك قوانين و أعراف تسييرها ولا وسائل سريعة توفر له التنقل المريح و المأمون، و لقد ظهرت عدة رحلات التي قام بها الإنسان في عصور ما قبل الميلاد و التي كانت تركز على ما يأتي:

أ- **تحقيق الفائدة** : تتمثل في خلق علاقات متبادلة ما بين القبائل المختلفة خاصة عن طريق التجارة، و قد أنشأ اليونانيون قديما مستعمرات على شواطئ البحر الأبيض المتوسط، إلى جانب رحلات قريش قبل الإسلام ما بين الشام و اليمن، و الكتب الدينية غنية بمثل هذه الرحلات مثل رحلة سيدنا موسى و قصة خروجه من مصر بعد اضطهاده فرعون له.

ب - **حب الاستطلاع** : أدى هذا الدافع بمعرفة عادات و تقاليد الشعوب الأخرى، و اكتشاف طرق معيشتهم، و هذه هي طبيعة الإنسان هو حب المعرفة و الفضول.

ج- **الدافع الديني** : دفع هذا الشعور الناس إلى القيام برحلات لغرض زيارة الأماكن المقدسة، كزيارة آلهة بودا بالصين منذ 2000 سنة قبل الميلاد ، ففي سنة 393 ميلادية كان اليونانيون يرحلون إلى أولمبيا للاشتراك في الألعاب الاولمبية أو لمشاهدتها.

و كانت الرحلات الدينية التي كان يقوم بها المسلمون إلى مكة المكرمة من أجل الحج

كما عرف الرومانيون المزايا العلاجية لبعض العيون المياه العلاجية، حيث كانوا يقومون برحلات من أجل العلاج و الصحة، فقد كان الرومان أول من مارس السفر لغرض التمتع .

1(ماهر عبد العزيز توفيق/ "صناعة السياحة"، مصدر سبق ذكره، ص ص:14-15)

2-1-العصور الوسطى⁽¹⁾:

كان اتجاه السياحة في تلك العصور إلى التجارة، الصناعة، دراسة، لقد انفرد العرب ما بين القرن 8 و القرن 14 في تطوير مبادئ السياحة، و قد وضعوا الأسس الأولى لمعظم فروع السياحة، مثل مدينة بغداد و قرطبة، فقد كانت الحضارة فيها مزدهرة حيث جذبت إليها العلماء والمتقنين من كل أنحاء العالم و بدأت حركة الازدهار في العلوم و الفنون و الآثار، و قد انطلق الرحالة العرب يجوبون العالم، و من أبرزهم ابن بطوطة و الذي أسس كتب تصلح للإرشاد السياحي في تلك المناطق.

و من الرحالة العرب أيضا ابن جبير الذي قام برحلة من بلاد الأندلس إلى المشرق العربي، و كذلك كانت روايات كتبت أنداك مثل سندباد و ألف ليلة وليلة.

أما بالنسبة للأوروبيين فيمكن أن نذكر رحلة الإمبراطور الفرنسي شارلمان إلى بغداد في عصر الخليفة هارون الرشيد عام 798 هجري.

بعد ذلك قام الايطالي ماركوبولو برحلة إلى الصين بصحبة والده و عمه و كانت فلسطين بداية رحلتهم تم أرمينيا تم إلى الخليج العربي تم اتجهوا إلى بكين.

لقد اتخذت السياحة الدينية أبعاد جديدة في هذه العصور فكان غالب الحجاج يصفون رحلاتهم الطويلة، و في نهاية العصور الوسطى ظهرت فئة طالبي العلم الذين كانوا يقومون برحلات لغرض العلم و الدراسة و كانت بداية الرحلات قاصرة على الطبقة الأرستقراطية .

1) ماهر عبد العزيز توفيق/ "صناعة السياحة"، مصدر سبق ذكره ، ص ص: 16-17

العصور الحديثة (1) -3

بدأت في عصر النهضة التي ظهرت فيها الاستكشافات الجغرافية التي أدت إلى زيادة الأسفار كإكتشاف كولومبس لأمريكا عام 1492 م ، تم رحلة فاسكو دي قاما إلى الهند و الذي اكتشف فيها رأس الرجاء الصالح في عام 1498.

و في هذا العصر مع ظهور العلماء و الفنانين في مختلف المجالات، فكانوا يذهبون إلى المدن الشهيرة لمشاهدة أثارها و قد ازداد عدد السياح في القرن 18 و ظهر عدد كبير من الكتيبات التي تعتبر بمثابة نشرات إعلامية .

في أواخر القرن 18 وبداية القرن 19 اتجه السياح إلى القارات الأخرى عابرين البحار و المحيطات، و قد أحدثت الثورة الصناعية في ق 19 تغييرا واضحا في وسائل المواصلات و تطورها أدى إلى سهولة السفر واختصار الوقت مم أدى إلى زيادة عدد المسافرين.

في نهاية القرن 19 و بداية القرن 20 عرف رجال الاقتصاد قيمة الرحلات على المستوى الدولي و اثر هذه الرحلات على اقتصاديات الدول في تلك الفترة، قبل الحرب العالمية الأولى و الثانية، فقد مرت دول عديدة بمصاعب شديدة نظرا للأزمة الاقتصادية و توقف حركة السياحة العالمية إلا أنها عادت الحركة بعد ح .ع. 2 ، نلاحظ بعد الحرب العالمية الثانية التطور الذي حصل في الطائرات نقل الركاب المدنية و السيارات و القاطرات، و حدث تطور كبير على الطائرات المدنية في نهاية الستينات و أصبحت الرحلة تستغرق وقت قصير، و زاد ذلك مع ظهور طائرة الكونكورد السريعة ، و الذي ساعد كثيرا على تطور و ازدياد حركة السياحة و رافقتها تطور في طرق المواصلات و تطور الفنادق و البنية التحتية، و نتيجة لتطور الفكر الإنساني من حيث المستوى المعيشي للفرد و زيادة فترة الإجازات المدفوعة الأجر و زيادة أوقات الفراغ نتيجة التقدم الصناعي و توفير الوسائل المريحة فقد ظهرت السياحة الجماهيرية الاجتماعية لمختلف المستويات الاقتصادية.

ماهر عبد العزيز توفيق/ "صناعة السياحة"، مصدر سبق ذكره ، ص ص: 18-19⁽¹⁾

استنادا على ما سبق فيمكن أن نلخص الكرونولوجية التاريخية للسياحة كما يلي:

قياسا على هذا النشاط التجاري منذ القدم ، هناك أيضا عدة أنواع من السفر كان يقوم بها الإنسان إما لطلب العلم أو لتلقى العلاج أو القيام بالمناسك الدينية، كما اختلفت وسائل الانتقال وتطورت من السفر على الدواب، ثم السفن، و القطارات، و الطائرات، فالسيارات الخاصة والعامة، و اختلفت أماكن الإقامة من إقامة التاجر القديم بنصب خيمته ، أو عند تجار أمثاله إلى النزل، و الاستراحات، فالفنادق و أماكن الإقامة المختلفة، و تنوعت أشكال السياحة إما سياحة أفراد أو مجموعات و عائلات ، و تعددت أغراض السياحة فمنها السفر من أجل التجارة، أو لتلقى العلوم ، أو لقضاء العطلات الموسمية أو للعلاج أو لأداء المناسك الدينية و التي يطلق عليها السياحة الدينية و السياحة العلاجية، و الرياضية، و الترفيهية، و يتضح مما سبق أن السفر نشاط قديم متجدد لأغراض متعددة، بوسائل مختلفة إلى جهات وأماكن شتى، وكلها أنشطة ضرورية تشبع حاجات الإنسان و تحقق آماله وتعود عليه بالنفع، و هناك نشاط إنساني يدعونا الله تعالى للقيام به، هذا النشاط المتمثل في السير على الأرض للنظر والاعتبار.

المبحث الثاني: خصائص و أهداف و مقومات وأنواع السياحة

مطلب 1: خصائص و أهداف السياحة

الفرع الأول: خصائص السياحة

تتميز السياحة بعدة خصائص أهمها ما يلي :

- السياحة عبارة عن " خدمة غير ملموسة - أي لا يمكن إدراكها من خلال الحواس المعروفة- مما يصعب عملية اختيار و تقييم المستهلك (1) "، فقطاعها يصنف ضمن قطاع الخدمات ، لكنه يختلف عن بقية الأنشطة الخدمية الأخرى ، كون النشاط السياحي منتج مركب، يتشكل من سلع مادية و غير مادية لذلك تم تصنيفه ضمن الخدمات المختلفة.

- بما إن السياحة عبارة عن مجموعة من الخدمات فلا يمكن لهذه الخدمات تخزينها فان ما ينجز منها سوف يضيع إذا لم يتم استهلاكه أو استخدامه، فمثلا المقاعد الشاغرة في الطائرة على رحلة معينة لا يمكن تخزينها لرحلة قادمة.

- إن المنتج السياحي كسلعة يتم استهلاكه أو استخدامه في نقطة الإنتاج أي في الموقع الذي يتواجد فيه السائح.

- تتبني معظم القطاعات الإنتاجية على رأس المال المادي، ولكن السياحة إضافة ذلك تعتمد على رأس المال الطبيعي كالمكونات الثقافية والحياة البرية، وميزة هذا النوع أنه متاح للفقراء فيزيد النشاط السياحي ممن تمتعه بمزايا النمو والاقتصاد.

- تعتبر السياحة من الأنشطة كثيفة العمالة والمبينة على قاعدة واسعة من الموارد مما يجعل منها خيارا مناسباً لتعظيم استفادة القطاع وتوسيع قاعدة المنتجين.

- السائح هو الذي يطلب الخدمة و العروض و كل ما هو منتج سياحي

- السياحة تؤثر و تتأثر بالظروف و العوامل المحيطة بها .

أحمد طاهر عبد الرحيم/ "تسويق الخدمات السياحية"، مصدر سبق ذكره، ص 49⁽¹⁾

- تتنوع السياحة باختلاف أنواعها و هذا بحسب الهدف أو لأغراض أخرى.
- تلازم و ترابط بين الخدمة ذاتها و بين الشخص الذي يتولى تقديمها.
- تعتبر عناصر الجذب السياحي و المقومات الطبيعية و البشرية و كل الإمكانيات الخاصة بالترويج و التسويق للعروض السياحية كسلعة يحكمها قانون العرض و الطلب في ظل المنافسة في السوق السياحية، لا تباع و لا تستغل إلا عن طريق السياحة.

الفرع الثاني: أهداف السياحة:

- الاستثمار الايجابي لصناعة السياحة في دعم الاقتصاد الوطني⁽¹⁾
- دعم التوجه الايجابي للتعامل مع البيئة في المناطق السياحية
- دعم التوجه الاجتماعي و التفاعل الثقافي الايجابي نحو الصناعة السياحية
- زيادة القدرات التنافسية بطرق مختلفة، وتوزيع برامجها على مجالات واسعة
- تبادل الخبرات والتجارب المتوافرة لدى الدول الأخرى في مجال تنمية القطاع السياحي.
- نقل الخبرات والتجارب الدولية والمعرفة الفنية لقطاع السياحة.
- الإسهام في بناء قدرات العاملين في المجال السياحي.
- تعزيز الشراكة في التنمية السياحية.
- ترويج السياحة كآلية للسلام، وأداة للتعاون المشترك في الحفاظ على التنوع الثقافي والاقتصادي.
- التعاون من أجل التنمية، و نقل التكنولوجيا التسويق والترويج، و نقل الخبرة السياحية للدول النامية.

(1) هباس بن رجاء الحربي- سعود سيف سهلي/ "الإعلام السياحي مفاهيمه و تطبيقاته"، الطبعة 1، الأردن، دار أسامة للنشر و

- تحقيق رضا الزبون و المستهلك .
- تنمية الموارد البشرية من حيث تنظيم التعليم والتدريب السياحي بما في ذلك الدورات التدريبية و التعليم عن بعد قصيرة وطويلة المدى وشبكة متنامية من مراكز التعليم والتدريب ذو جودة عالية.
- تحقيق التنمية المستدامة و العمل على حماية البيئة.
- تحسين جودة الخدمات السياحية، و إزالة الحواجز أمام تدفق السياحة، و تشجيع تحرير التجارة في الخدمات السياحية.
- المحافظة على مرونة سياسة الاستثمار السياحي وتدعيمها بسياسة متوازنة للترويج والتسويق لتشجيع على المزيد من الاستثمارات في مختلف القطاعات.
- من بين المزايا الاقتصادية للسياحة استيعابها لأعداد كبيرة من الأيدي العاملة .
- أما الأهداف الاجتماعية والثقافية للسياحة، فتكمن في حماية جوانب مهمة من التراث الثقافي والتاريخي للدول المختلفة، كحماية المعالم الأثرية والأماكن التاريخية والطرز المعماري المميز، وأيضا حماية وإنعاش الفنون الشعبية المتمثلة في الموسيقى والرقص والمسرح والتقاليد وغيرها.

مطلب 2: مقومات السياحة:

يتطلب قيام أي نشاط سياحي توفر مقومات لها، و تتنوع المقومات السياحية لكل دولة بما حباها الله من طبيعة خلابة وخصها بها من غيرها من الدول، فهذه المغريات التي تنتوع بين العراقة و الأصالة و الحدائثة و الطبيعة الساحرة وغير ذلك من المقومات الطبيعية و التاريخية و الحضارية.

و قد قسم الباحثون المقومات السياحية بصفة عامة إلى:

أولاً- المقومات الطبيعية:

"و تتمثل في الموارد الطبيعية من البحار و الأنهار، و الموقع و المناخ، و الواحات، و المحميات الطبيعية، إلى جانب التمتع بالتراث و الثقافة و الفنون" (1)

أ- **الموقع:** للموقع الجغرافي دوراً مؤثراً في صناعة السياحة، فالموقع من دوائر العرض يحدد نوع المناخ الذي بدوره يحدد نوع النباتات والحيوانات البرية ، ويتحكم أيضا بقصر النهار وطوله الذي يؤثر على نوع الحركة السياحية، ويكمن تأثيره في حركة السياحة كالقرب والبعد عن مناطق الطلب السياحي ، فكلما كان الموقع قريبا من الأسواق أسهم ذلك في زيادة الجذب السياحي بسبب تأثيره على أسعار النقل الجوي. (2)

وللموقع دوراً مهماً في تحديد جنسية السياح بالقرب من دول معينة تشكل نطاقات رئيسية للطلب السياحي بحكم ضخامة عدد سكانها وارتفاع مستوى الثقافة بها، كما أن القرب المكاني لبعض دول العرض السياحي من دول الطلب يقلل من تكاليف السفر بسبب قصر المسافة مما يزيد من احتمالات طول مدة الإقامة .

(1) خالد بن عبد الرحمن آل دغيم/الإعلام السياحي و التنمية السياحة الوطنية"، مصدر سبق ذكره ، ص 36

(2) سعيد صفي الدين الطيب/"دراسات في جغرافية ليبيا السياحية" ، ط 1، المكتب الوطني للبحث والتطوير، بنغازي، 2005، ص

ب- المناخ: يعد المناخ من الموارد الطبيعية التي تقوم عليها صناعة السياحة، فالكثير من السياح يتجهون إلى بعض المناطق ذات المناخ الذي يلائمهم ويستمتعون بفصله، وبالتالي فهو مؤثرا حقيقيا على حركة السياح وحجمها⁽¹⁾.

وتبعا للعلاقة بين المناخ والسياحة يمكن تقسيم مناخات العالم إلى نمطين هما:

1- مناخات هادئة: تتصف بضالة تقلب خصائص عناصرها ، كما هو الحال بالنسبة لمناخ البحر المتوسط و المناخات السائدة في العديد من النطاقات الغابية، غير متطرفة الموقع، والسفوح الجبلية منخفضة المنسوب.

2- مناخات تتسم بالإثارة لكثرة تباين وتقلب خصائص بعض عناصرها، التي تتصف بالتطرف لهبوب الرياح الشديدة وسقوط الأمطار الغزيرة وكثرة تساقط الثلوج وما قد يتبعها من انهيارات جليدية ، ومثل هذه المناخات تعيق أنشطة السياحة بسبب ما تخلفه من تدمير لبعض المنشآت السياحية أو غلق الطرق بفعل الانهيارات الجليدية أو قطع الاتصالات.

ج- أشكال سطح الأرض: تتمثل في الجبال والسهول والأخاديد والمنخفضات والمسطحات المائية بأنواعها ، وهذا بدوره يؤدي إلى تنوع المشاهد الطبيعية واختلاف البيئات المناخية بحسب نوعية شكل السطح ، وبالتالي تستغل الدول ما لديها من أشكال مختلفة وتسخر الإمكانيات المادية لعمل منتجات سياحية بعد أن تطور البنى التحتية التي تسهم في زيادة أعداد السائحين للمكان، فغالبا ما تستغل الدولة المرتفعات الجبلية خصوصا في فصل الشتاء والتي يجعلها وجهة لمحبي رياضة التزلج على الجليد

وعموماً فالتغيرات المناخية المحلية بسبب ارتفاع سطح الأرض تؤثر في الحياة النباتية والحيوانية ، وبالتالي فإن تنوعها يكون عامل جذب للسياح فضلا عن أهمية المناطق الشاطئية في فصل الصيف والمناطق الصحراوية في الربيع والشتاء.

(1) <http://www.alnoor.se/article.asp?id=82409>

د-النبات الطبيعي: يمثل أحد الأسس السياحية في العديد من أقاليم العالم لما يتمتع به من ملامح طبيعية ذات قيمة جمالية تجعل من بيئتها عامل جذب ، ودأبت الكثير من دول العالم على الاهتمام بهذا الجانب من خلال إعادة تشجير العديد من النطاقات الغابية وزراعة البراري وزيادة الاستثمار في مجال السياحة وبخاصة في الدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية ، علاوة على ذلك فأن للغابات أهمية كبيرة بهذا المجال ، لذا يلاحظ تردد السائحين عليها خصوصا الاستوائية منها كما في جنوب شرق آسيا وأمريكا الجنوبية ووسط إفريقيا .

ثانيا- المقومات البشرية:

و تعني العمل الذي يتمثل في الانجازات السياحية الجديدة، فالجهود البشرية التي تبدل في مختلف الأنشطة السياحية تمثل صورة أخرى من صور العمل الذي يعد عنصرا مهما من عناصر جذب السياح، كإقامة القرى السياحية و الفنادق، إلى جانب المناطق الترفيهية المختلفة التي تعمل على راحة السياح، فمن المقومات البشرية نجد ما يلي:

أ- مناطق الآثار: هناك العديد من المناطق الأثرية في العالم تشكل جانبا سياحيا مهما يرتاده الكثيرون ويتمتعون بمظهره الحضاري علاوة، على التعرف على أبرز الجوانب التاريخية التي يجسدها المعلم الأثري، كما في آثار روما القديمة والآثار اليونانية بأثينا والفرعونية بمصر والبابلية والآشورية بالعراق والفينيقية والرومانية بليبيا وغيرها من الكنوز التاريخية في العالم.

ب- المتاحف: توجد العديد من المتاحف ذات الشهرة العالمية يرتادها السائحون من جميع أنحاء العالم ، كمتحف اللوفر في باريس والمتحف البريطاني في لندن والمتحف الأنثروبولوجي في المكسيك ومتحف التاريخ الطبيعي في نيويورك.

ج- طرق النقل: إن تطور المواصلات بأنواعها تساهم في نمو حركة السياحة الداخلية والدولية ، حيث قصرت المسافات وخفضت التكاليف المادية، علاوة على ذلك ساهم انتشار السيارات الخاصة وتحسن نوعية طرق النقل وخدماتها في انتشار حركة السياحة في العالم، لذا فالعلاقة وثيقة بين السياحة ووسائل النقل ، فكلما تحسنت وسائل النقل أدى ذلك إلى زيادة الأفواج السياحية، وكلما زاد عدد السياح زادت الرغبة في قيام شبكة مواصلات أفضل.

د- الجوانب الخدمية الأخرى: المتمثلة بمحطات المواصلات وشبكة الاتصالات والمياه وخدمات الصرف الصحي والشوارع ونظام الأمن والمبيت بأنواعه ، كل هذه تعتبر قاعدة تؤمن وصول السياح إلى وجهاتهم ، وتوفر الراحة والأمان للسائحين.

ثالثا- المقومات المالية:

يعد رأس المال من أهم العوامل المشجعة على الاستثمار في مختلف المشروعات السياحية، حيث يساهم رأس المال في استمرار الخطط الإعلامية داخليا وخارجيا، و في كثرة إنتاج المطبوعات الدعائية الفاخرة، بالإضافة إلى التسهيلات السياحية التي تقدم للزائر الأسعار المناسبة للخدمات المقدمة.

و هناك مقومات أخرى شاملة أوردها الباحثون في هذا المجال و تتمحور فيما يلي: ⁽¹⁾

- الاختيار الجيد للمكان بعد إجراء البحوث و وضع الأولويات.
- المحافظة على القيم الحقيقية للمقومات الطبيعية التي يتمتع بها المكان.
- أن تتوافق التنمية السياحية مع مصالح الجمهور المادية والاجتماعية و الثقافية.
- ضرورة استبعاد أي مشكلات تقف أمام استغلال و استثمار الطاقات السياحية.

(1) خالد بن عبد الرحمن آل دغيم/ "الإعلام السياحي و التنمية السياحة الوطنية"، مصدر سبق ذكره ، ص 37

مطلب 3: دوافع السفر و أنواع السياحة:

الفرع الأول: دوافع السفر:

تتنوع الأسباب التي تدفع و تحفز الناس للقيام برحلة معينة إلى مكان ما، اتخاذ القرار للقيام برحلة معينة يكون نتيجة عدة عوامل نفسية و اجتماعية و اقتصادية متداخلة مع بعضها البعض ويمكننا أن نجد أكثر من عشرين دافع رئيسي للسفر باختلاف مستويات أهميتها، و في بعض الحالات تتداخل عدة دوافع و تخلق رغبة واحدة للسفر إلى مكان ما و من أهم هذه الدوافع نجد ما يلي: (1)

المجموعة الأولى: دوافع ثقافية، تاريخية، تعليمية

- 1- مشاهدة الآثار و تاريخ الحضارات القديمة و المواقع الأثرية مثل زيارة الأهرامات.
- 2- مشاهدة بعض الأحداث المهمة بالعالم أو حضور مهرجانات أو حفلات أو معارض...
- 3- الاطلاع على حياة الناس في البلدان الأخرى و التعرف على ثقافتهم و أعمالهم و نمط حياتهم و اكتشاف أشياء جديدة لغرض العلم و الثقافة و المعرفة.
- 4- مشاهدة المواقع الحضارية المهمة المشهورة بالعالم كزيارة برج إيفل بباريس.
- 5- معرفة ما يدور من حوادث الساعة و التقدم العلمي كمشاهدة انطلاق المركبات الفضائية.

المجموعة الثانية: دوافع دينية

- 1- السفر بدافع الحج إلى الأماكن المقدسة مثل مكة المكرمة، القدس و الفاتيكان، كذلك زيارة الأماكن المشهورة مثل أضرحة الصحابة.
- 2- رحلات العمرة إلى مكة المكرمة و خاصة في رمضان.

المجموعة الثالثة: دوافع الراحة و الاستجمام

- 1- الهروب المؤقت من الجو الروتيني اليومي للعمل و الابتعاد عن صخب المدينة، خاصة في المدن الصناعية و التجارية الكبيرة المزدهمة بالسكان.
- 2- حب الاستمتاع بأوقات الفراغ في الأماكن الهادئة أو على سواحل الشواطئ أو في مناطق جبلية..
- 3- الترفيه عن النفس عند توفر الوقت و المال.

(1) ماهر عبد العزيز توفيق/ "صناعة السياحة" مصدر سبق ذكره ، ص ص: 48 - 49

المجموعة الرابعة: دوافع عرقية

- 1- زيارة البلد الأم بتجديد الروابط الأسرية كزيارة أماكن الميلاد أو أماكن قضاء الطفولة أو سكن الأهل، الأقرباء، الأصدقاء، وهذا الدافع والحافز ينشأ و يولد بقوة بالنسبة للمغتربين عن بلدهم
 - 2- الرغبة في زيارة أماكن سبق وأن زارها الأصدقاء في بلد الأم و تركت انطبعا معين لديهم.
- المجموعة الخامسة: دوافع صحية⁽¹⁾**

- 1- الابتعاد عن الجو البارد و الثلوج و التوجه إلى أماكن دافئة أو الابتعاد عن الجو الحار و التوجه إلى أماكن باردة خاصة بالنسبة لكبار السن والمرضى.
- 2- السفر لغرض العلاج و المداواة.
- 3- السفر لغرض النقاهة و الاسترخاء بعد الشفاء من مرض معين او لغرض الراحة النفسية أو التمتع بالجو الصافي و الهواء النقي.

المجموعة السادسة: دوافع اقتصادية

- 1- انخفاض الأسعار في بلد ما يؤدي إلى تدفق السواح.
- 2- فرق العملة في التحويل يؤدي إلى تدفق السواح لغرض التمتع بالخدمات و السلع بأسعار اقل.
- 3- السفر لغرض الأعمال و الحصول على صفقات تجارية بالنسبة لجال الأعمال.

المجموعة السابعة: دوافع الرياضية

- 1- السفر لغرض مشاهدة مباراة رياضية أو تشجيع فريق معين.
- 2- المشاركة في دورة رياضية أو السفر لغرض ممارسة ألعاب معينة مثل التزلج على الجليد.

المجموعة الثامنة: دوافع أخرى

- 1-المخاطرة أو المغامرة (سياحة شباب) كالسياحة الصحراوية.
- 2-التفاخر و المباهاة و خاصة لبعض المناطق في العالم مثل الجزر أو مونتني كارلو.
- 3- تقنية مثلا شراء سيارة جديدة والرغبة في السفر بها إلى مكان ما، الرغبة في تجربة وسيلة نقل جديدة و متطورة مثل طائرة الكونكورد.
- 4- التنوق كتنوق الطعام.
- 6- علمية كدراسة نوعية معينة من الصخور أو الأثرية .

⁽¹⁾ ماهر عبد العزيز توفيق/ "صناعة السياحة"، مصدر سبق ذكره، ص ص: 50-51

الفرع الثاني: أنواع السياحة:

جميع أنواع السياحة تتفق في عناصر ثلاثة رئيسية تكون مفهوم السياحة لدى أي شعب من الشعوب :

1- السائحون: وهى الطاقة البشرية التي تستوعبها الدولة المضييفة صاحبة المعالم السياحية وفقاً لمتطلبات كل سائح.

2- المعرضون: وهى الدول التي تقدم خدمة السياحة لسائحيها بعرض كل ما لديهم من إمكانات في هذا المجال تتناسب مع طلبات السائحين من أجل خلق بيئة سياحية ناجحة.

3- الموارد الثقافية (المعالم السياحية): باختلاف أنواعها والتي تتمثل في أنواع السياحة وتقديم التعريفات المختلفة لها فنجد منها: السياحة البيئية، والسياحة العلاجية، والسياحة الرياضية، والسياحة الاجتماعية، وسياحة التسوق، وسياحة المغامرات، وسياحة الشواطئ، والسياحة الفضائية، وسياحة الآثار ... الخ.

و لعل أبرز تقسيم للسياحة ينحصر في قسمين (1) :

أ- السياحة الداخلية: وهو النشاط السياحي الذي يتم بين مواطني الدولة ومدنها المختلفة، التي يوجد بها جذب سياحي أو معالم سياحية تستحق الزيارة ، أي أن السياحة الداخلية هي صناعة تكون داخل حدود الدولة ولا تخرج عن نطاقها.

ب- السياحة الخارجية: هي النشاط السياحي الذي يتم تبادله ما بين الدول عبر السفر من حدود دولة لأخرى.

ومن خلال هذا القسمين تعددت أنواع السياحة (2) حيث يمكن تصنيف أنواع عديدة وفقاً لعدة أسس معينة، و يختلف التصنيف من دولة لأخرى، و كل تقسيم له خصائص و مميزات مختلفة، و تتمثل فيما يلي:

(1) خالد بن عبد الرحمن آل دغيم/الإعلام السياحي و التنمية السياحة الوطنية"، مصدر سبق ذكره ص 28

(2) أنظر إلى الملحق رقم 1 (ملخص لأنواع السياحة)

أولاً: حسب أعداد الأشخاص المسافرين، تنقسم إلى (1) :

- ❖ **سياحة أفراد:** وتتضمن سفر شخص و احد أو اثنين أو عائلة
- ❖ **سياحة مجموعات:** و تتضمن سفر مجموعة ترتبط مع بعضها البعض (مدارس، جامعات، مؤسسات، نوادي، هيئات..) و تسمى أيضا السياحة الشاملة، و تتضمن عدد كبير من الأفراد في رحلة سياحية.

ثانياً: حسب الفئة العمرية للسائحين، و فيها:

- ❖ **سياحة الصغار:** و تتعلق بالأطفال من عمر 7 سنوات إلى 14 سنة، و تعتبر السياحة في هذه المرحلة تعليمية، يتم خلالها اكتساب الطفل مجموعة من المعارف و المهارات ، إلا أن نجاح هذه السياحة أكثر حين تأخذ شكل معسكرات صيفية تعليمية مثل الكشافة.
- ❖ **سياحة الشباب:** و يتراوح سنها من 15 إلى 21 سنة، و أبرز ما يميزها الحيوية، و حب المغامرة و البحث عن الإثارة و تكوين المعارف والصدقات، و خلق الروابط الاجتماعية.
- ❖ **سياحة الناضجين:** تتعلق بالمرحلة العمرية من 21 إلى 60 سنة، و تكون في غالبيتها للاسترخاء من عناء العمل و إرهاقه طوال العام، لذا فالبرنامج السياحي فيها مرتبط بسياحة الشواطئ و الصحراء، و الجبال، و الغابات و غيرها من مناطق الراحة و الاستجمام.
- ❖ **سياحة كبار السن من المتقاعدين أو الشيوخ:** و هي أكثر أنواع السياحة التقليدية انتعاشاً، و تشمل برامج تأهيلية و تعويضية و برامج ترفيه متطورة.

ثالثاً: وسائل المواصلات تنقسم إلى:

- ❖ **سياحة بحرية أو نهريّة كالبحر**
- ❖ **سياحة جوية بالطائرات الخاصة أو العامة**
- ❖ **سياحة برية كالسيارات، الحافلات، القطار أو سكك الحديدية**

رابعاً: حسب الجنس تنقسم إلى:

- ❖ **سياحة رجال**
- ❖ **سياحة نساء**

(1) خالد بن عبد الرحمن آل دغيم/ "الإعلام السياحي و التنمية السياحية الوطنية"، مصدر سبق ذكره ص 29

خامسا: حسب المستوى الاجتماعي أو مستوى الإنفاق تنقسم إلى:

- ❖ سياحة الأثرياء و الطبقة الارستقراطية، وهم يسافرون بوسائلهم الخاصة (يخوت - طائرات).
- ❖ سياحة الطبقة المميزة: و هي التي تستخدم الوسائل المتميزة من الخدمات و التنقلات (فنادق 5 نجوم ، مقاعد الدرجة الأولى و غيرها)
- ❖ السياحة الشعبية: وهم أصحاب الدخل المحدود، و يطلق عليها أيضا السياحة الاجتماعية و تقوم على مشاركة الأفراد بعضهم مع بعض في الوسائل المحدودة، و تقف وراء هذه السياحة بعض المؤسسات لتقدمها على شكل منح أو إعانات أو تسهيلات خاصة.

سادسا: حسب مدة البرنامج السياحي:

- ❖ سياحة لأيام: و يعد هذا النوع محدودا، إذ عادة ما يستغرق أياما محدودة يقضيها السائح في إطار برنامج معين، و ليس له وقت محدد إذ يتخلل العام كله.
- ❖ سياحة موسمية: و ترتبط بموسم سياحي معين لا يتم في غيره و إن كان يتكرر بتكرار الموسم كل سنة و له صفة الدورية مثل برامج السياحية خلال موسم الشتاء للتزلج على الجليد
- ❖ سياحة البرامج الخاصة بالمناسبات الدينية والتاريخية: كالظواهر الكونية مثل تعامد الشمس على وجه أحد فراغة مصر و معبده و التي تستقطب كثير من السياح.
- ❖ السياحة العابرة: و هي التي تأتي فجأة بشكل عابر دون تخطيط مسبق مثل قيام ركاب الترانزيت برحلة سياحية أثناء عبورهم لدولة أو مكان ما، أو انتظارهم وصول وسيلة المواصلات التالية، وهي فرصة تنتهزها الشركات السياحية لعمل برامج سياسية خفيفة تستغرق المدة التي ينتظرها السياح.
- ❖ سياحة المقيمين أو شبه المقيمين: و هذا النوع يجب الاستفادة منه لتنشيط السياح الداخلية، فبقدر ما يكون هناك جاليات أجنبية مقيمة في دولة سواء إقامة دائمة أو شبه دائمة لغرض العمل أو التدريب ، أو التعليم أو معارض...بقدر ما تتاح الفرصة للشركات السياحية لتقوم بإعداد برامج سياحية متنوعة .

سابعاً: أنواع السياحة حسب دوافع السفر⁽¹⁾: وهي أهم الأنواع و أكثرها استخداماً في النشاط السياحي، و ينقسم هذا النوع حسب عدة دوافع منها:

1- **السياحة الترفيهية:** و تعني تغيير مكان الإقامة لفترة ما لغرض الاستمتاع و الترفيه عن النفس، و تعتبر أقدم الأنماط السياحية وأكثرها انتشاراً، إذ تجدي أكثر من 75% من السياح، و تعتبر دول حوض البحر المتوسط من أكثر المناطق اجتذاباً لحركة السياحة الترفيهية ، لما تتمتع به من مقومات مناخية معتدلة وشواطئ خلابة وتفرعت منها الأنواع الأخرى كالسياحة الرياضية والعلاجية وغيرها ، وتكون السياحة الترفيهية بغرض الاستمتاع والترفيه عن النفس وليس لغرض ، آخر ويتم ممارسة الأنواع الأخرى من السياحة معها ويطلق عليها هنا الهوايات مثل صيد السمك والغوص تحت الماء والانزلاق والذهاب إلى المناطق الصحراوية والجبلية والزراعية.

2- **السياحة الثقافية:** و هي التي تهدف إلى إشباع رغبة المعرفة و توسيع دائرة المعلومات الحضارية و التاريخية لدى السائح، فهذا النوع من السياحة يهتم بشريحة معينة من السائحين على مستويات مختلفة من الثقافة والتعليم ، حيث يتم التركيز على زيارة الدول التي تتمتع بمقومات تاريخية وحضارية كثيرة ، وهي تشكل نسبة 10% من حركة السياحة المصرية القديمة والحضارات الإغريقية والرومانية والهندية شكل رقم والحضارات الإسلامية والمسيحية.العالمية ، ويلاحظ أنها تتمثل في الاستمتاع بالحضارات القديمة ، وأشهرها الحضارة الفرعونية .

3- **السياحة العلاجية:**

يتضح من اسمها فهي سياحة لإمتاع النفس والجسد معاً بالعلاج أو هي سياحة العلاج من أمراض الجسد مع الترويج عن النفس وتنقسم إلى قسمين:

(1) خالد بن عبد الرحمن آل دغيم/ "الإعلام السياحي و التنمية السياحية الوطنية"، مصدر سبق ذكره ص 32

أ- **السياحة العلاجية:** عرفت منذ القديم مع تعرض الإنسان لبعض الأمراض كالروماتيزم، تم اكتشافت بعد ذلك الخواص العلاجية للينابيع المعدنية، أما حاليا فالسياحة العلاجية تعتمد على استخدام المراكز والمستشفيات الحديثة ، بما فيها من تجهيزات طبية وكوادر بشرية لديها من الكفاءة ما تساهم به في علاج الأفراد الذين يلجئون إلى هذه المراكز.

ب- **السياحة الاستشفائية:** تعتمد السياحة الاستشفائية على العناصر الطبيعية في علاج المرضى وشفائهم ، مثل الينابيع المعدنية والكبريتية والرمال والشمس بغرض الاستشفاء من بعض الأمراض الجلدية والروماتيزمية، و تطلق السياحة العلاجية على كلا النوعين، وتتضمن عناصر السياحة العلاجية ، حمامات المياه المعدنية ومياه البحر والمصحات العلاجية.

4- السياحة الدينية:

هي السفر من دولة لأخرى أو الانتقال داخل حدود دولة بعينها لزيارة الأماكن المقدسة بغرض ممارسة شعائر دينية معينة كالحج و العمرة بالنسبة للمسلمين وزيارة الفاتيكان بالنسبة للمسيحيين ، فهي سياحة تهتم بالجانب الروحي للإنسان وتعد مزيج من التأمل الديني والثقافي، وهذا النوع من السياحة قديم جداً تشتهر به العديد من الدول التي يقصدها الحجاج بالملايين من أنحاء العالم في مواسم معينة ، وتأتي السعودية في مقدمة هذه الدول حيث يفد إليها سنويا الملايين من المسلمين لأداء فريضة الحج أو العُمرة

5- سياحة المؤتمرات:

هذا النمط من السياحة يستقطب عدد كبير من السياح المهتمين بحضور المؤتمرات و الندوات و الاجتماعات العلمية أو المهنية أو السياسية، فقد ارتبط هذا النوع بالتطورات الكبيرة في العلاقات الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية بين معظم دول العالم حيث ترتبط ارتباطاً وثيقاً بـسياحة المعارض ، ويعتمد النهوض السياحي في هذا القطاع على توافر عوامل عدة منها اعتدال المناخ ، و توافر المرافق و وسائل الاتصالات ، و وجود الفنادق ، و القاعات المجهزة لعقد الاجتماعات ، والمطارات الدولية ، و مواقع التجمعات السياحية بالمدن.

6 - السياحة الرياضية:

هو السفر من مكان لآخر داخل الدولة أو خارجها من أجل المشاركة في بعض الدورات والبطولات أو من أجل الممارسة أو المتابعة أو الاستمتاع بالأنشطة الرياضية المختلفة ، والمتمثلة في ممارسة رياضة الغوص والانزلاق على الماء والصيد ، ويشترط في ممارستها توافر المقومات الخاصة بها من الشواطئ الساحرة بالإضافة إلى الملاعب والصالات وحمامات السباحة إذا كان الغرض إقامة الدورات والمسابقات الدولية، و من أبرزها مسابقات كأس العالم و الألعاب الأولمبية و غيرها.

7 - السياحة رجال الأعمال:

و هي التي تمثل نشاط رجال الأعمال لإتمام الصفقات التجارية أو الاشتراك في المعارض، و قد زادت أهمية هذا النوع في السنوات الأخيرة و أصبح يمثل 20% من حجم حركة السياحة الدولية، و يدخل في نطاقها سياحة العمل المؤقت.

8 - سياحة بغرض التعليم و التدريب:

و هي أحد أكثر أنواع السياحة نشاطا في الوقت الحالي، و يعد توافر الجامعات و الكليات و المعاهد العلمية و مراكز التدريب المختلفة مصدر جذب لعدد كبير من السياح بغرض التعليم و التدريب.

9 - السياحة المشتريات:

هي أحد أهم أنواع البرامج السياحية نشاطا، حيث تعمل كثير من الدول العالم على أن تصبح سواقا رائجة تعرض فيها جميع المنتجات و بأسعار منخفضة بهدف جلب السياح الذين يهتمون بشراء السلع المختلفة .

أنواع أخرى من السياحة:

أ- سياحة الإجازات:

يطلق عليها أحيانا السياحة الشعبية أو الاجتماعية أو سياحة الإجازات ، وسبب تواجدها أنها كانت مقتصرة في القدم على الطبقات الثرية فقط ، وبما أن التطورات العالمية توجب التغير في كل ما يوجد من حولنا، فكان لابد من هذه التغيرات أن تحدث أيضاً مع السياحة لتواكب التطورات والمستحدثات العالمية لكي تضم السياحة أو تشرك معها الطبقات التي تمثل الغالبية العظمى من المجتمعات ذوى الإمكانيات المحدودة بإعداد رحلات سياحية لها.

كان أول ظهور للسياحة الاجتماعية في دول الكتلة الشرقية، حيث أعدت للعاملين معسكرات في مختلف المناطق السياحية لتجديد نشاطهم وقدراتهم النفسية والبدنية على العمل، وأصبحت السياحة الاجتماعية الآن نشطة في كثير من دول العالم ، حيث يتم تنظيم الرحلات السياحية الجماعية بأسعار مخفضة وتسهيلات متعددة، مثل توفير أماكن الإقامة الرخيصة مثل بيوت الشباب والفنادق المتواضعة (ثلاثة نجوم أو أقل) ، أو ما يسمى بنظام السياحة بالتقسيط الذي يتيح الفرصة لأي فرد بالسفر في أي وقت على أن يتم تسديد نفقات رحلته على عدة أقساط، وهذا متبع في الولايات المتحدة الأمريكية، كذلك نظام الادخار السياحي حيث يتمكن المدخرون من تخصيص نسبة معينة من دخولهم وإيداعها في صندوق للادخار من أجل السياحة وتعتبر سويسرا رائدة في هذا النظام.

ب- سياحة الصحاري والواحات: تتميز بالمناظر الخلابة و الأماكن الرائعة و يقصدها السياح من مختلف بلدان العالم.

ج- سياحة الحوافز: و هي من احد أنشط الأنواع التي برزت في الآونة الأخيرة.

د- سياحة المهرجانات: تمثل المهرجانات وسيلة أساسية للجذب السياحي، و تتفنن الدول في إقامة المهرجانات و الإعلان عنها و الدعاية لها، كالمهرجانات السينمائية المختلفة.

هـ - أنماط سياحية حديثة: توجد بالإضافة لما سبق أنماط سياحية لتلبية احتياجات خاصة مثل:

- سياحة المعوقين
 - سياحة مراقبة الطيور و الأسماك
 - السياحة الفضائية
 - سياحة الدراجات
 - سياحة القولف
 - السياحة البيئية
 - السياحة الشاطئية والغوص
 - سياحة السفاري والمغامرات
- وهكذا نجد أن أنواع السياحة كثيرة و متعددة و تختلف باختلاف مفهومها و أغراضها و أهدافها.

خلاصة:

تعتبر السياحة باختلاف أنواعها رائدة في التنمية و التطور و الرقي و الازدهار نظرا لدورها الفعال، حيث أصبحت السياحة قطاعاً هاماً وكبيراً بالنسبة لاقتصاديات الدول فهي تشجع مواطنيها على السياحة لزيادة إطلاعهم وثقافتهم، والاستمتاع بأوقاتهم والتخلص من الضغوط الناجمة عن العمل والعلاقات الاقتصادية والاجتماعية، كما أنها تتنافس مع الدول الأخرى لإبراز مفا تن بلدانها و الترويج و التسويق لها من كافة الوجوه، بغية جذب السائحين إليها.

فهي صناعة مربحة مما يجعلها أهم قطاع اقتصادي لدى معظم الدول بالنظر إلى ما يفرزه من أرباح المالية الكبيرة التي يمكن أن توفرها على المدى البعيد ولما يوفره من فرص لخلق الثروة والتخفيف من حدة الكثير من المشاكل و الأزمات الاقتصادية، وقد وجدت الكثير من الدول في هذه الصناعة السياحة بديلا استراتيجيا لاستغلال مواردها السياحية بشكل يضمن استدامتها و يغنيها عن الاعتماد على مصادر الثروة الزائلة ، فهي الصناعة الأولى من حيث تشغيل اليد العاملة، وأصبح لها دور أساسيا في التنمية الاقتصادية فهي تعتبر عاملا أساسيا للدخل الوطني لكثير من الدول ، كما تساهم في التنمية الاجتماعية، و الثقافية و التكامل مع مختلف القطاعات الحيوية.

الباب الثاني: الإطار النظري

الفصل الثاني:

لمحة تاريخية عن السياحة في الجزائر و إستراتيجية الاتصال لولاية
وهران كنموذج للترويج لألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021

تمهيد

المبحث لأول : كرونولوجية السياحة الجزائرية ومراحل تطورها

المطلب الأول: لمحة تاريخية عن السياحة في الجزائر

المطلب الثاني: مقومات السياحة في الجزائر

المطلب الثالث: القدرات السياحية المتوفرة في الجزائر

المبحث الثاني : الإمكانيات السياحية لوهران وأهمية و إستراتيجية الاتصال

للترويج لها من خلال ألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021

المطلب الأول: مفهوم وأهمية وأهداف الاتصال و دوره في الترويج للسياحة

المطلب الثاني: بطاقة فنية و تاريخية و عناصر الجذب السياحي لوهران

المطلب الثالث: أهمية السياحة بوهران من خلال الألعاب المتوسطية

خلاصة الفصل الثاني

II- لمحة تاريخية عن السياحة في الجزائر و إستراتيجية الاتصال لولاية

وهران كنموذج للترويج لألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021

تمهيد:

تعتبر الجزائر قطب سياحي بامتياز و سوق خصب لتصدير السياحة ، نظرا لما تسخر به من إمكانيات و مقومات سياحية تاريخية ، حضارية ، طبيعية من تنوع المناخ و التضاريس و كبر مساحتها حيث تحتل المرتبة الأولى في إفريقيا بأكثر من مليونين كلم مربع ، و تعتبر شبه قارة نظرا لموقعها الاستراتيجي كبوابة إفريقيا و حلقة وصل ما بين القارات الثلاث و بوابة إفريقيا عبر حوض البحر الأبيض المتوسط مما جعلها عرضة لتكالب المستدمرين عليها عبر مختلف المراحل التاريخية، كما أن تلك الإمكانيات جعلها و تأهلها أن تكون في مقدمة البلدان التي تملك المناخ الملائم لنجاح السياحة و الارتقاء بمراقفها و خدماتها من حيث الجودة والنوعية، بفتح باب الاستثمار المحلي والدولي و الاستفادة من الموارد السياحية الهائلة التي أنعمها الله عليها، والتخطيط العقلاني و الترويج للمنتجات السياحية عبر مختلف وسائل الإعلام واستغلال تكنولوجيات الاتصال.

و يعود " تحديد عمر الجزائر إلى ما يفوت ثلاث آلاف سنة أي إلى تاريخ ظهور الفينيقيين بالبحر الغربي للبحر الأبيض المتوسط " (1).

(1) عمار عمورة /"الجزائر بوابة التاريخ ما قبل التاريخ إلى 1962 الجزائر خاصة"، الجزء 2، الجزائر، دار المعرفة، 2006،

المبحث الأول: كرونولوجية السياحة الجزائرية ومراحل تطورها

مطلب 1: لمحة تاريخية عن مراحل تطور القطاع السياحي في الجزائر:

أولاً- تاريخ السياحة في الجزائر أثناء الاستعمار:

باعتبار الظاهرة السياحية في الجزائر حديثة النشأة، فإن ظهورها في الجزائر يعود إلى الحقبة الاستعمارية، أي قبل الاستقلال، ويعود ذلك إلى بداية القرن 19، خلال الاحتلال الفرنسي.

و تعود بداية النشاط السياحي في الجزائر إلى سنة 1897 و ذلك بإنشاء اللجنة الشتوية الجزائرية⁽¹⁾ من طرف المستعمر ، وبواسطة الرعاية والإشهار تمكنت من تنظيم قوافل سياحية عديدة من أوروبا نحو الجزائر، فهذه المرحلة جلبت العديد من السياح الأوربيين لاكتشاف المناظر الطبيعية لبلادنا، وهو ما دفع المستعمر الفرنسي إلى التفكير في إنشاء هياكل قاعدية تلبية حاجيات الزبائن الأوربيين (السياح)، و قد تم إنشاء هيئات أخرى تسعى لنفس الغرض منها:

- نقابة سياحية في مدينة وهران سنة 1914

- نقابة سياحية في مدينة قسنطينة سنة 1916

وفي سنة 1919 تم تشكيل فدرالية السياحة، والتي تجمع 20 نقابة سياحية تواجدت آنذاك، وفي نفس السنة تم إنشاء القرض الفندقي المكلف بمنح القروض للمستثمرين في المجال السياحي، وفي سنة 1931 تم إنشاء الديوان الجزائري للنشاط الاقتصادي و السياحي، الذي كان يهدف إلى تنمية السياحة، وأصبح يسمى فيما بعد بمركز التنمية السياحية، واستمر نشاطه حتى بعد الاستقلال⁽²⁾.

BELK HEDDOR / « ROLE SOCIO-ECONOMIQUE DU TOURISME », cas de l'Algérie, -(1)

ALGERIE, ENAI,1989, page 47

(2) خالد كواش/ "مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول، سداسي 2، سنة 2004

ونشير إلى أن الحركة السياحية في الجزائر لم تكن وليدة الاستعمار الفرنسي بل كانت مند القدم، حيث أن الثروات السياحية المتنوعة و الغنية التي تزخر بها الجزائر قد كانت مند القديم محل الكثير من السياح و المستثمرين في هذا النشاط، ففي عهد الرومان أقيمت أحواض للسباحة و حمامات معدنية بغرض السياحة و لا تزال بعض المنابع الحموية قائمة لحد الآن مثل حمام قالمة على سبيل المثال ، كما أن المواسم و الأعياد التقليدية و ألعاب الفروسية المنظمة من طرف سكان المحليين في مختلف أرجاء الوطن تشهد هي الأخرى على أنشطة ترفيهية التي كانت تميز المجتمع الجزائري مند القديم، كما عرفت السياح الدينية توافد مستمر لزيارة المعابد والأمان المقدسة في الجزائر، مثل سيدي يوشع قرب تلمسان بالنسبة لليهود.و كل هذا يظهر لنا أهمية السياحة في الجزائر مند القديم.

ثانيا- واقع القطاع السياحي في الجزائر بعد الاستقلال:

بعد الاستقلال، وجدت الجزائر آنذاك نفسها أمام هياكل سياحية فقيرة، وعاجزة عن تلبية الطلب السياحي من حيث عدم كفايتها أو مواكبتها لما تزخر به بلادنا من تنوع سياحي كبير، إلا أن الدولة بادرت إلى إنشاء برنامج يهدف إلى تهيئة مناطق التوسع السياحي، وذلك في الفترة ما بين سنة 1962 و 1966 من أجل بناء مرافق للأعمال والمؤتمرات، والملتقيات المختلفة. و حددت في ثلاث مناطق كبرى هي ⁽¹⁾:

1- الجهة الغربية للجزائر العاصمة: مركب موريتي، سيدي فرج، مركب تيبازة.

2- الجهة الشرقية: سرايدي لعنابة، فندق بالقالة.

3- الجهة الغربية للوطن: الأندلسيات بوهران.

عبد القادر شلاي، عبد القادر عوينان/ " الواقع السياحي في الجزائر وآفاق النهوض به في مطلع 2025 "، مداخلة بالمركز ⁽¹⁾ الجامعي بالبويرة، معهد العلوم الاقتصادية، 11-12 ماي 2010 ، ص 5

- و ابتداءً من سنة 1966، ومع صدور أول وثيقة رسمية يوم: 26 مارس 1966، التي تعتبر بداية الاهتمام الحقيقي بالسياحة من قبل الدولة، فبعد تقييم شامل و عام للمشاكل التي كان يعاني منها القطاع السياحي، وحصر مجمل الثروات السياحية عبر الوطن من طرف وزارة السياحة، اعتماداً على هذا تم تحديد سياسة الدولة في هذا القطاع، في وثيقة صادرة عن الحكومة سنة 1966 سميت ميثاق السياحة، و فيها حددت التوجيهات الأساسية للقطاع السياحي، و المتمثلة في:
- 1- توجيه النشاط السياحي نحو السياحة الدولية، أي الخارجية من أجل جلب العملة الصعبة، وذلك لحاجة الجزائر لموارد مالية معتبرة لتغطية وتمويل برامج التنمية المختلفة.
 - 2- خلق مناصب شغل، من خلال توسيع هياكل هذا القطاع مع إدماج الجزائر في السوق الدولية للسياحة، و من أجل بلوغ تلك الأهداف تم تحديد إستراتيجية لتنمية القطاع كما يلي:
 - أ- الشروع في تطوير الصناعة الفندقية، حيث برمج إنشاء 11 ألف سرير عند نهاية المخطط الثلاثي، مع اختيار الفنادق و المطاعم و المقاهي ذات الطابع السياحي و إصلاحها و إعادة تهيئتها، مما يجعلها تتماشى و تنوع الزبائن المقصودين "السواح الأجانب".
 - ب- إصلاح كل المرافق المخصصة للسياحة عبر الشواطئ، الصحراء، و المناطق السياحية الجبلية و الريفية.
 - ت- إحصاء كل الآثار السياحية و التاريخية و تحسينها، مع تنمية الجوانب الثقافية و الفنية، وخلق تقاليد و ثقافة سياحية لدى المواطن الجزائري.
 - ث- الشروع في إقامة الهياكل اللازمة لتكوين الإطار السياحية المختصة و اليد العاملة المؤهلة.
 - ج- تسهيل عملية الدخول عبر الحدود و المطارات، و إنشاء الوكالات السياحية في الداخل والخارج، بغرض الدعاية و الإشهار للمنتج الجزائري.

استمرت مراحل السياحة الجزائرية ضمن عدة مخططات أهمها (1):

المخطط الثلاثي (1967-1969): بعدما حددت الحكومة أهدافها من التنمية السياحية، وحددت

نوع السياحة التي ترغب في تطويرها، حاولت ترجمة ذلك في المخطط الثلاثي، حيث سجلت السياحة ضمن الاستثمارات الوطنية التي ترصدها الدولة للمشاريع التنموية بمختلف القطاعات الاقتصادية، وكان الهدف من وراء ذلك هو جعل القطاع السياحي يساهم في عملية التنمية الوطنية، ولكن هل برامج تنمية القطاع السياحي حظيت بنفس العناية اللازمة، مثل بقية القطاعات الاقتصادية الأخرى (القطاع الصناعي، الزراعي، التعليم،... الخ).

المخطط الرباعي الثاني (1974-1977): عرفت هذه الفترة عدة تغيرات تمثلت فيما يلي:

أ- إلحاق المصالح التجارية التابعة لـ: (SONATOUR) بالوكالة التجارية للسياحة (ATA) لكن هذه الأخيرة أثبتت عدم نجاعتها، ولم تدم العملية سوى سنتين.

ب- في سنة 1976، أنشئت الشركة الوطنية للسياحة (SAN-ALTOUR) التي أسندت إليها مهمة تسويق المنتج السياحي الجزائري.

ج- إنشاء مؤسسة الأعمال السياحية الجزائرية (ETT) التي تولت مهمة إنجاز مشاريع التنمية السياحية، لكن هي الأخرى فشلت، فمن بين 50000 سرير المبرمج إنجازها، لم ينجز سوى 18000 سرير، وفي هذا المخطط وصل حجم الاستثمارات المرصودة لهذه الفترة حوالي 1230 مليون دينار جزائري، أي بزيادة تفوق 100% عما كان عليه الحجم في المخطط الرباعي الأول، غير أن ذلك لا يعني أن القطاع ارتفع في سلم أولويات التنمية الوطنية، لأن مقدار الزيادة المقررة في هذا المخطط كانت نفسها بالنسبة لجميع القطاعات الأخرى، وذلك بسبب زيادة حجم الميزانية العامة، وارتفاع تكاليف الاستثمار في جميع القطاعات، مما يجعل مكانة السياحة ثابتة في السياسة التنموية للدولة الجزائرية عبر المخططات الثلاثة، و يبين كيفية توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات التنموية، في المخطط الرباعي الثاني من 1974 إلى 1977 زائد برنامج خاص بقطاع السياحة لسنة 1978.

(1) عبد القادر شلالي، عبد القادر عوينان/ "الواقع السياحي في الجزائر وآفاق النهوض به في مطلع 2025"، مصدر سبق ذكره ،

- السياحة ضمن المخطط الخماسي الأول (1980-1984) ⁽¹⁾: إن ما يميز هذا المخطط، هو بلوغ الوعي لدى المسيرين بضرورة إحداث التوازن الجهوي، والأولوية التي أعطيت للسياحة الحضرية دون سواها في المخططات السابقة، فقد خصص مبلغ: 34000 مليون دينار، لتغطية التكاليف الخاصة بتطوير ثلاثة مناطق سياحية نموذجية، في شرق و غرب و وسط البلاد، والموجهة أساساً نحو السياحة الداخلية، والتي توافقت التقاليد الجزائرية، و وزعت هذه المبالغ كما يلي: 01.6 مليار سنتيم جزائري، مخصصة للمشاريع الجديدة قيد الإنجاز، و 01.8 مليار سنتيم جزائري، مخصصة للمشاريع الجديدة، وكان هدف هذا المخطط الوصول إلى طاقة إيواء تقدر بـ 50880 سرير سنة 1985، وعليه يرمج 89 مشروع.

- السياحة ضمن المخطط الخماسي الثاني: أدركت الدولة الجزائرية في هذا المخطط، أهمية السياحة في تفعيل النشاط الاقتصادي، لذا خصصت برنامجاً مالياً كبيراً هدفه متابعة سياسة التهيئة السياحية، وتطوير الحمامات المعدنية والمناخية، وكذا تنويع المتعاملين كالجماعات المحلية والقطاع الخاص، والعمل على لامركزية الاستثمار، والتحكم في الطلب السياحي. ولهذا الغرض، خصصت الدولة غلفاً مالياً قدره 1800 مليون دينار جزائري، لتحقيق هذه المشاريع .

مقومات سياحية أخرى: ⁽²⁾ و تشمل:

*المواصلات: تعتبر من بين أهم العوامل الأساسية لتطوير السياحة في المستقبل و تحتوي على:

- النقل الجوي: نجد 31 مطارا موزعا عبر كامل التراب الوطني، أغلبها مطارات دولية، و تغطي شركة الخطوط الجوية الجزائرية 35 محطة عبر أوروبا و إفريقيا و الشرق الأوسط ، كما تغطي أهم المدن الداخلية و المناطق الساحلية.

- النقل البري: يبلغ طول شبكة الطرقات في الجزائر 90 ألف كلم منها 22 ألف كلم طرق وطنية و 26 ألف كلم طرق ولائية، وطوق في طور الانجاز 3200 كلم

- شبكة السكك الحديدية: نجد 4200 كلم.

(1) عبد القادر شلالي، عبد القادر عوينان/ "الواقع السياحي في الجزائر وآفاق النهوض به في مطلع 2025"، مصدر سبق ذكره ، ص 9-10

(2) حماني أمينة/ "أثر الاتصالات التسويقية في استقطاب السياح، دراسة تقييمية لمؤسسة الديوان الوطني الجزائري للسياحة"، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 3، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، قسم العلوم التجارية، تخصص إدارة وتسويق 2011/2012. ص 182-183

*الاتصالات: عرف هذا القطاع في الجزائر تفتحا على الاتصالات السلكية و اللاسلكية، اذ أصبح الهاتف و شبكة الأنترنت سهلة المنال خاصة بعد إدخال نظام ADSL و دخول متعاملين في الهاتف النقال كاتصالات الجزائر .

ثالثاً: الاستثمار في القطاع السياحي في الجزائر:

في ظل التغيرات التي عرفتھا الجزائر اتبعت سياسة جديدة، وهي فتح المجال للاستثمار الخاص الوطني و الأجنبي في القطاع السياحي، وكذا الشروع في خوصصة قطاع السياحة، وبالتالي قامت الجزائر بوضع عدة قوانين لتشجيع الاستثمار، كالتسهيلات المالية والإعفاءات الجمركية و الجبائية، وذلك حسب قانون الاستثمار الصادر في 05 أكتوبر 1993⁽¹⁾، وأهم هذه الامتيازات هي:

-تضمن قانون الاستثمار لسنة 1993 عدة ضمانات داخلية ودولية، كمبدأ المعاملة العادلة بين المستثمرين المحليين والأجانب فيما بينهم، وعدم إمكانية اللجوء إلى تسخير من طرف العدالة إلا في الحالات التي ينص عليها التشريع المعمول به، وكذا ضمانات التحويل أو التنازل مرسوم تشريعي 23/12، الذي نص على إمكانية تحويل رأس المال المستثمر الناجم عنه.

2- قانون الاستثمار لسنة 2001⁽²⁾، حيث استمرت الحكومة الجزائرية جهودها الترويجية لجلب الاستثمارات الأجنبية، وذلك من خلال إصدار قوانين جديدة من شأنها أن تعطي دفعا قويا للقطاع السياحي، فتم بموجب القانون إنشاء صندوق لدعم الاستثمار في شكل حساب تخصيص خاص يوجه لتمويل والتكفل بمساهمة الدولة في كافة المزايا الممنوحة للاستثمار، لاسيما المنشآت الضرورية لانجاز الاستثمار.

(1) الجريدة الرسمية رقم 64 الصادرة في 10/10/1993.

(2) الجريدة الرسمية رقم 47 الصادرة في 22/08/2002.

كما تم إنشاء الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI ، بدلا من الوكالة الوطنية المكلفة بترقية ومتابعة الاستثمار APSI ، ولقد قدم هذا القانون امتيازات إضافية للمستثمرين المحليين والأجانب، وهي كالتالي ⁽¹⁾:

أ- النظام العام، وتتمثل هذه المزايا فيما يلي:

- تطبيق النسبة المخفضة في مجال الحقوق الجمركية فيما يخص التجهيزات المستوردة، والتي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمارات.

- الإعفاء من الضريبة على القيمة المضافة.

- الإعفاء من دفع حقوق رسم نقل الملكية.

ب- النظام الاستثنائي عند إنجاز الاستثمار، يستفيد الاستثمار من المزايا التالية:

- الإعفاء من دفع حقوق نقل الملكية.

- تطبيق حق ثابت في مجال التسجيل بنسبة مخفضة قدرها 02%.

أما فيما يخص العقود التأسيسية والزيادات في رأس المال، تكفل الدولة جزئياً أو كلياً بالمصاريف بعد تقييمها من طرف الوكالة، كما يلي:

* عند انطلاق الأشغال :

- الإعفاء لمدة 10 سنوات من النشاط الفعلي من الضريبة على الأرباح الشركات، وممن الضريبة

على الدخل الإجمالي على الأرباح الموزعة، ومن الدفع الجزافي ومن الرسم على النشاط المهني.

- الإعفاء لمدة 10 سنوات ابتداءً من تاريخ الاقتناء من الرسم العقاري على الملكيات العقارية التي تدخل في إطار الاستثمار.

⁽¹⁾ عبد القادر شلاي، عبد القادر عوينان/ "الواقع السياحي في الجزائر وآفاق النهوض به في مطلع 2025"، مصدر سبق ذكره ،

- السياحة في فترة الانتقال إلى اقتصاد السوق (1990-2000) (1):

عرفت هذه المرحلة تطور الإطار القانوني المتعلقة بالاستثمارات الخاصة و لكن تدهور الحالة الأمنية حالة دون ازدهار و تطور القطاع.

و يمكن تحليل تطور القطاع السياحي خلال المرحلة عل ضوء المعطيات والمؤشرات التالية:

1- حركية طلب المنتج السياحي في الجزائر:

تدهور الأوضاع الأمنية انعكس سلبيًا على القطاع السياحي، إذا تراجع عدد السياح الوافدين إلى الجزائر من سنة 1990 إلى غاية 1996، بحوالي 359895 سائح إلى 18000 سائح، ولكن مع رجوع الاستقرار والأمن إلى الوطن عاد الانتعاش إلى القطاع، إذ بلغ رقم الأعمال لفرع السياحة 3.622 مليون دينار جزائري، أي ما يعادل 26 % مقارنة بنفس الفترة لسنة 1999.

2- الاستثمارات السياحية: نمو الاستثمار يحددها جملة من العوامل و تتمثل فيما يلي:

أ- طبيعة و مصدر الاستثمارات و موقع البلد الجغرافي: إن قرب البلد من الأسواق التي تلعب دور كبير في الحركية السياحة الدولية له دور كبير على حجم التدفق السياحي لاعتبار توفير الوقت و انخفاض التكلفة فضلا عن تنوع وسائل المواصلات بتنوع البرامج السياحية.

ب- التسهيلات و الحوافز: و تشمل نوعين:

- تسهيلات سياحية: بتوفر شبكة طرق جيدة و وسائل اتصال و خدمات و أمن و تسهيلات الإقامة، كل ذلك من شأنه استيعاب المزيد من السياح و قيام المزيد من الاستثمارات السياحية المحلية و الأجنبية.

- حوافز و إعفاءات مقدمة: و تستهدف سياسات و قوانين تشجيع الاستثمار التحفيز القطاع الخاص، و تظهر تلك الحوافز في الإعانات، القروض طويلة الأجل، الإعفاء الضريبي و الجمركي.

3- المنظومة التشريعية والقانونية المنظمة للقطاع: تتميز هذه المرحلة بإصدار مجموعة من

القوانين و التشريعات، ابتداء من نهاية التسعينات تتعلق أساسا بالتنمية المستدامة للسياحة، الفنادق، وكالات السياحة و الأسفار، تهيئة منطقة التوسع السياحي، استعمال و استغلال الشواطئ لأغراض سياحية.

(1) شاهد إلياس/ "التسويق السياحي في الجزائر دراسة نظرية و تطبيقية"، مصدر سبق ذكره، ص 173

المطلب 2 : مقومات السياحة في الجزائر :

يؤكد "عبد الله ركيبي" في مؤلفه: **الجزائر في عيون الرحالة الإنجليز**، أن العديد من الرحالة الذين زاروا الجزائر وكتبوا عنها، أمثال: **Simon Hilton** في كتابه: **رحلة في ربوع الأوراس** (1912-1920)، وكذلك: **R.U.C. Bodlley** في كتابه: **رياح الصحراء** (1944)، و **M.D. Stot** في كتابه: **الجزائر على حقيقتها** ⁽¹⁾. هذه الكتابات تدل على اهتمام الباحثين والرحالة العرب والغرب، وذلك لتمتعها بمؤشرات للجذب السياحي أهمها:

1- الخصائص الطبيعية والجغرافية ⁽²⁾: حيث تقع الجزائر في الضفة الجنوبية الغربية لحوض المتوسط، وتحتل مركزاً محورياً في المغرب العربي و لأفريقيا و البحر الأبيض المتوسط، بفضل طابعها الجغرافي و الاقتصادي و مميزاتها الاجتماعية و الثقافية، و سمات مورفولوجيتها الخاصة، و وضع طبيعتها الأصلية و مواردها المتعددة ، حيث يبلغ طول ساحلها حوالي 1200 كلم، و تعد الجزائر من أكبر البلدان الأفريقية من حيث المساحة ، إذ تتربع على مساحة 2381741 كلم²، إن هذه المساحة التي تتراوح مسافاتهما من الشمال إلى الجنوب، و من الشرق إلى الغرب بين 1500 و 2000 كلم، و يحد الجزائر من الشرق تونس و ليبيا و من الغرب المغرب الأقصى و من الجنوب الغربي موريتانيا الصحراء الغربية و من الجنوب المالي و النيجر.

أ- **منطقة الشمال**: وتضم المناطق التلية والمناطق السهلية، وهي مناطق عريضة أكثر منها طويلة، و هي تضم أخصب الأراضي، و تحتوي السهول و الجبال مثل الونشريس، القبائل، تلمسان، و جبال الأطلس الصحراوي التي تتكون بدورها من جبال القصور، العمورية، أولاد نايل، و أخريان. كما يتصف المناخ الجزائري بالمتوسط أساساً و آخر قاري، هذا ما يجعل الشتاء بارداً قارصاً، و الصيف حاراً و جافاً.

⁽¹⁾ عبد الله الركيبي/ **الجزائر في عين الرحالة الإنجليز**، الجزء الأول، الجزائر، دار الحكمة ، 1999، ص 113.

⁽²⁾ خالد كواش/ **مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر**، مصدر سبق ذكره، ص 215-216

وفي الجزائر يوجد منطقتين متميزتين عن بعضهما بعضاً، هما:

- **المناخ المتوسط:** ويشمل المنطقة الساحلية من الشرق إلى الغرب، بدرجات حرارة سنوية متوسطة تقدر بـ 18° ، و تبلغ ذروتها في خلال شهر جويلية و أوت إلى 30° ، و عليه المناخ في هذه المنطقة يتميز بالحرارة و الرطوبة.

- **المناخ الشبه الحار:** و يحتوي منطقة الهضاب العليا، و يتميز بفصل بارد طويل و رطب أحياناً، إذ يستمر من شهر أكتوبر إلى شهر ماي.

ب- **منطقة الجنوب الصحراوي:** لها ثلاثة صفات رئيسية، هي: الهضاب الأرضية، و تسمى بالحمادة و الدروع، و الثانية تتركز في العروق و هي: العرق الغربي الكبير، و العرق الشرقي الكبير، و عرق شاش، و الثالثة طبيعة الهقار، و التي توجد بها أعلى قمة بالجزائر، و هي قمة "تهاة" بـ 3003 م .

ويمتاز مناخ منطقة الصحراء بقلة كمية الأمطار التي لا تزيد عن 500 ملم في السنة، و بحولة شديدة في النهار و منخفضة في الليل، و يسودها المناخ الجاف الذي يتميز بموسم حار طويل يمتد من شهر ماي إلى سبتمبر، بدرجات حرارة تتراوح بين 40° و 45° ، و بقية الأشهر تتميز بمناخ متوسط الحرارة، أما الغطاء النباتي فهو متكون أساساً من واحات النخيل.

2- المناطق السياحية في الجزائر: يمكن حصر 06 مناطق سياحية في الجزائر تبعًا لتنوع المعطيات الجغرافية (1):

أ- منطقة السواحل و السهول الشمالية و هضاب الأطلس الشمالي: و تتميز هذه المنطقة بطول شواطئها 1200 كلم، و بعدد كبير من المواقع الأثرية، و التي تعود إلى عهد الرومان والعرب المسلمين، و آثار تعود إلى عصور ما قبل التاريخ.

ب- منطقة السلسلة الأطلسية: و التي توجد بها أكبر قمة جبلية في الشمال "لالة جديجة" بـ 2308 مترًا، كما نجد جبال الأوراس، الونشريس، و سلسلة جبال موازية للساحل تتميز بإمكانيات كبيرة لتنمية أنواع سياحية عديدة، كالنشاطات الرياضية الشتوية (التزلج، التسلق، الصيد...).

ت- منطقة الهضاب العليا: و التي تتميز بمناخها القاري، و بمواقعها الأثرية، و بضاعتها الحرفية و التقليدية المتنوعة.

ث- منطقة الأطلس الصحراوي: و هي المناطق الواقعة بين الهضاب العليا و الصحراء الكبرى، و التي يمكن فيها تنمية السياحة المناخية، المعدنية، الصيد... الخ.

ج- منطقة واحات الصحراء: و التي تتميز باعتدال درجات الحرارة، فهي أقل درجة من الصحراء الكبرى، و بها تتركز الواحات بنخيلها و بحيراتها، و فيها عدّة صناعات تقليدية.

ح- منطقة الصحراء الكبرى: و هي المنطقة المعروفة بالجنوب الكبير (الهقار، التاسيلي) ، و تتميز بالمساحات الشاسعة، و الجبال الشامخة، و بالحرارة المعتدلة طوال فصول السنة، و التي تشكل هامًا للسياحة الشتوية، بفضل تنوع المناطق السياحية و المناخ في الجزائر، الأمر الذي يساعد على تنمية أنواع عديدة من السياحة، ما يساعد كذلك على عدم تركيز النشاط السياحي خلال فترة زمنية محددة، و يؤدي على استمرارية النشاط السياحي خلال كل فصول السنة (القضاء على الموسمية).

(1) خالد كواش/ "مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر"، مصدر سبق ذكره، ص 222.

الإمكانات البشرية:

وبلغ "عدد سكان في الجزائر حوالي 35,2 مليون نسمة في سنة 2009 " (1)

وقد بلغ "عدد سكان الجزائر 40,4 مليون نسمة حتى يناير 2016 مقابل 963,39 مليون نسمة في 2015 حسبما علمته وكالة الأنباء الجزائرية لدى الديوان الوطني للإحصائيات" (2).

و يتميز عدد السكان بعدم التوازن بين الشمال و الجنوب حيث يتمركز 90% من السكان في الشمال، و 10% في الجنوب.

مطلب 3: القدرات السياحية المتوفرة في الجزائر (3):

تعتمد السياحة على تقديم المنتج السياحي و الذي هو مزيج من العناصر المتعددة، و عليه يمكن تقسيم هذه العناصر إلى مجموعتين:

1- عوامل الجذب السياحي.

2-عوامل التسهيلات السياحية.

أولاً: عوامل الجذب السياحي في الجزائر: و هي عوامل تحدد اختيار السائح لزيارة مكان معين دون غيره و تعتبر العوامل المؤثرة في تدفق السواح إلى الوجهة المقصودة و تشمل عوامل طبيعية و بشرية.

أ- عوامل الجذب الطبيعية: و تشمل جميع من العوامل من الموقع الجغرافي، الجبال، الصحراء، المناخ، البحار، المنابع المعدنية و غيرها.

(1) شاهد إلياس/ "التسويق السياحي في الجزائر دراسة نظرية و تطبيقية"، مصدر سبق ذكره، ص 185

(2) عدد-سكان-الجزائر-بلغ-4ر40-مليون-نسمة-في-يناير-2016-29050-ar/algerie/www.aps.dz-

(3) شاهد إلياس / "التسويق السياحي في الجزائر دراسة نظرية و تطبيقية"، مصدر سبق ذكره، ص 187

أ-2- **المناطق الجبلية:** تعتبر الجبال من بين مناطق الجذب السياحي نظرا لخصائصها من حيث المناظر الخلابة و احتوائها على ثروة نباتية و حيوانية، إلى جانب ارتفاعها، كما أنها أصبحت قبل للرياضات كتسلق الجبال و المشي و قد تم تأسيس يوم خاص بها و هو اليوم العالمي للجبال المصادف لـ 11 ديسمبر من كل سنة.

و تتوفر الجزائر على إمكانات سياحية جبلية حيث تمتاز بارتفاع قممها و توفرها على الكهوف و المغارات يرجع تاريخها إلى ما قبل التاريخ ومن أشهر المناطق الجبلية في الجزائر: ⁽¹⁾

- جبال شيليا بالأوراس بارتفاع قدره 2328م
- جبال جرجرة بالقبائل بارتفاع قدره 2308م
- جبال القصور بارتفاع قدره 2320م

أ-3- **المناطق الساحلية:** تلعب السواحل دور هام في جذب السياح داخلي و خارجيا، فالجزائر

تطل على حوض البحر الأبيض المتوسط بشريط ساحلي يمتد على مسافة 1200 كلم، حيث

يمكن استغلال شواطئها في الراحة والاستجمام و السباحة و الغوص و الصيد...

أ-4- **المنابع المعدنية:** من حمامات التي تساهم في راحة السياح و تستغل في العلاج، نظرا لتنوع

المنابع المعدنية و البخارية و الكبريتية في الجزائر التي تساهم في السياحة الحموية و الاستشفائية،

"و يوجد العديد من المنابع الطبيعية تفوق 200 منبع مسجل و موثق بصفة رسمية"⁽²⁾ و نجد على

سبيل المثال:

- حمام الدباغ و الشلالة بولاية قلمنة
- حمام الصالحين ولاية بسكرة
- حمام بوحفنية ولاية معسكر
- حمام ريغة ولاية عين الدفلة
- حمام بوغورة ولاية تلمسان
- حمام بوحجر ولاية عين تموشنت.

⁽¹⁾ محمد الهادي لعروق/ "أطلس العالم والجزائر"، عين مليلة، الجزائر، دار الهدى للطباعة و النشر، دون سنة النشر، ص 12

⁽²⁾ الديوان الوطني للسياحة الجزائر/ "حمامات معدنية"، منشورات الديوان الوطني للسياحة ، 2009 ، ص 11-12

أ-5- **المناطق الصحراوية:** تعتبر صحراء الجزائر من أروع الصحاري في العالم، و هي غنية جدا بالشواهد التاريخية كمنطقة الطاسلي ، فهي متحف على الهواء الطلق كما أنها تتميز بشساعتها و يوجد بها أفضل غروب للشمس ، كما يمكن أن تمارس بها رياضات كالصيد أو الترحلق على الرمال أو الرياضات سباق السيارات كالراليات .

أ-6- **المناخ:** يعتبر المناخ أكثر العوامل الطبيعية تأثيرا على الموارد السياحية، فالمناخ الجيد يعتبر أحد أهم العوامل الجذب في أي منطقة، فالجزائر يسودها عدة أقاليم مناخية من مناخ متوسي بالشمال و التلال، و مناخ شبه جاف بالهضاب العليا و الأطلس الصحراويين ، و مناخ صحراوي و مداري بالجنوب.

ب- **عوامل الجذب البشرية:** تتمثل في المشاريع و المنشآت التي بناها البشر في العصور المختلفة، و تتمثل هذه العوامل في ما يلي:

ب-1- **الأماكن التاريخية و الأثرية:** التعرف على تاريخ و الآثار الخاصة بالحضارات و المعالم التاريخية هو دافع للسياحة ، و تاريخ الجزائر يشهد عل احتكاكه بكثير من الحضارات كالحضارة الفينيقية و الرومانية، و توجد أثارها حتى الآن في مدينة تيمقاد ، كما تتمتع صحرائنا بعدة معالم كالنقوش على الصخور و رسومات الطاسيلي و الهقار و اللذان صنفا كثرات إنساني عالمي من قبل منظمة اليونسكو.

ب-2- **الأماكن الثقافية:** تعتبر من المزارات التي يتوافد إليها السياح نظرا لطابعها الخاص بالهوية الثقافية للبلد السياحي كالمدين التاريخية و المكتبات و المتاحف مثل متحف المجاهد.

ب-3- **الصناعة الحرفية و التقليدية:** تسخر الجزائر بأشكال عديدة من الحرف و الصناعات التقليدية و قد تم تحديد أنواعها و تتمثل في: "الزراي و الغزل، الفخار التقليدي، الخزف الفني، صناعة الحلبي، صناعة الأواني النحاسية، صناعة الخشبية، صناعة، صناعة الرملية، صناعة السلال، صناعة الزجاج، صناعة الجلدية، الطرز، الأزياء التقليدية، صناعة الحديدية الفنية" (1) ، و التي تسوق خاصة في الصالونات و المعارض المحلية و الدولية عن طريق الوكالة الوطنية للصناعة التقليدية و التي تأسست سنة 1992 بهدف صيانة التراث الوطني و الحفاظ عليه، و تطوير الصناعة التقليدية الجزائرية على ثرائها وتنوعها.

(1) الوكالة الوطنية للصناعة التقليدية/ "فهرس الصناعة التقليدية الجزائرية"، الجزائر، بدون دار النشر وسنة النشر، ص 1-2

فمثلا نجد صناعة الأواني النحاسية و الخزفية و الفخارية المتواجدة في الساحل و في المناطق الداخلية للجزائر كتلمسان، بجاية، سطيف.

صناعة الزرابي مثل زربية بني مزاب بغرداية.

صناعة الملابس التقليدية كاللباس القبائلي و الصحراوي.

و قد تم "إحصاء عدد الحرفيين بالجزائر في قطاع الصناعة التقليدية إلى 306000 منصبا " (1)

كما استحداث اليوم الوطني للصناعة التقليدية " تأسس يوم وطني للحرفيين في 9 نوفمبر من كل

سنة، و تم الإعلان عنه يوم 9 نوفمبر 2007" (2) و يهدف هذا اليوم إلى:

- تشجيع الكفاءات العلمية و الأخذ برؤيتها في توجهات قطاع السياحة.

- استغلال البحوث العلمية لأتراء ذاكرة القطاع و تكوين قاعدة معطيات علمية بشأن حركية القطاع

و دوره على جميع الأصعدة.

ثانيا: التسهيلات السياحية: إن المنتج السياحي المتمثل في عوامل و المقومات الجذب السياحي،

لا يروج و لا يباع إلا من خلال السياحة، فهذه المقومات لا تدر عائدا بطبيعتها إلا إذا بيعت في

شكل منتج سياحي، و هذا المنتج لا يباع في معظم الأحوال إلا بوجود خدمات و مساعدات إضافية

مثل البنية التحتية و التسويق و الترويج...، و عليه فان السائح يحتاج إلى خدمات توفر له الراحة

و الأمان كالأمن النقل، الإيواء، الإرشاد...

(1) وزارة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و للصناعة التقليدية/ "جلسات الصناعة التقليدية، حصيلة و آفاق 2020"، الجزائر،

Pixal Communication، نوفمبر 2009، ص 47

(2) وزارة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و للصناعة التقليدية- الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية و الحرف- "تطور قطاع الصناعة

التقليدية و الحرف في الجزائر 1962-2009"، الطبعة 2، الجزائر، 2009، Time-impression، ص 165-166

المبحث الثاني : الإمكانيات السياحية لوهران و أهمية و إستراتيجية الاتصال للترويج لها من خلال ألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021

المطلب 1: مفهوم وأهمية وأهداف الاتصال و دوره في الترويج للسياحة:

تعريف الاتصال -1:

يعتبر الاتصال المصطلح الرئيسي الذي يمثل النشاط الأساسي الذي تندرج تحته كافة أوجه النشاط الترويجي، و تشير عملية الاتصال إلى تبادل الأفكار و المعلومات من أجل إيجاد فهم مشترك الثقة بين العناصر الإنسانية في المنظمة .

فالالاتصال هي كلمة مشتقة من اللغة اللاتينية فهي تعني " التعبير و التفاعل من خلال بعض الرموز لتحقيق هدف معين، و تنطوي عل عنصر القصد و التدبير " (1)

الاتصال لغة: يرجع أصل الكلمة في اللغة العربية إلى الفعل يصل و الاسم يعني المعلومات المبلغة أو الرسالة الشفوية أو تبادل الأفكار و الآراء أو المعلومات عن طريق الكلام أو الإشارات، كما تعني الكلمة أيضا شبكة الطرق أو شبكة الاتصالات (2)، و كلها تؤكد على أهمية التفاعل و العلاقات الإنسانية بين البشر.

و نجد في مختار القاموس قد عرفها على أنها: " وصل الشيء بالشيء وصلا" (3)، بمعنى نقل المعلومات و المعاني و الأفكار و المشاعر بين الأشخاص، لتحقيق هدف معين.

محمد سيفي فهمي بالتصرف/ "تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية"، الإسكندرية مصر، دار المعرفة الجامعية، 1995، (1) ص 23

(2) أحمد بخوش/ "الاتصال و العولمة"، القاهرة، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2008، ص 9

الطاهر أحمد الراوي/ "مختار القاموس"، ليبيا، دار العربية للكتاب، 1979، ص 679 (3)

أما الاتصال اصطلاحا: فيرى عالم الاجتماع تشارلز كولي بان الاتصال يعني: " ذلك الميكانيزم الذي من خلاله توجد العلاقات الإنسانية و تنمو و تتطور الرموز العقلية بواسطة و سائل نشر هذه الرموز عبر المكان و استمرارها عبر الزمان" (1)

و يعرف الاتصال أيضا بأنه "عملية إرسال و استقبال معلومات و تأثير مجموعة على مجموعة أخرى بالرغم من أن الاتصال قد يتم في اتجاه و احد من المرسل إلى المستقبل، إلا أن الشكل الحديث للاتصال له اتجاهين حيث يتفاعل المرسل مع المرسل إليه في شكل متبادل" (2).

2- عناصر الاتصال: يتكون الاتصال من العناصر التالية (3):

- المرسل أو المصدر

- ترجمة و تسجيل الرسالة في شكل مفهوم

- الرسالة

- وسيلة الاتصال

- تفهم الرسالة

كما أن هناك وسائل كثيرة للاتصال و أهمها نجد: الهاتف، التلفزيون، الصحافة، الإعلام ، الأنترنات ، و غيرها.

محمد عودة و محمد خيري/ "أساليب الاتصال و التغيير الاجتماعي" ، بيروت لبنان، دار النهضة العربية، 1985، ص 07 (1)

(2) JEAN-MARC DECOUDIN, /« **LA COMMUNICATION MARKETIING** », 2^{ème} édition, PARIS, 1999, page 15

حسين جلوب/ "مهلات الاتصال"، مصدر سبق ذكره، 2009، ص 19 (3)

3- أهمية الاتصال: تكمن أهميته في ما يلي:

- يمكن من خلاله زيادة مشاركة الأفراد في مشروعات التنمية و كذلك زيادة انتمائهم لمجتمعهم، و ذلك لأن المعلومات التي يحصلون عليها من العملية الاتصالية تتسم بالصدق، الصراحة، الوضوح، و الشمول.
- يكسب أفراد المجتمع معلومات جديدة كما تزيد من فرص التفاعل الاجتماعي فيما بينهم من خلال ما يتم نشره بالصحف و المجلات و الإذاعة و التلفزيون.
- يعتبر الاتصال أداة مهمة لربط كافة المكونات الداخلية للمؤسسة مع بعضها البعض و في تدعيم علاقة المؤسسة بالبيئة المحيطة بها.
- يعتبر أداة فعالة لمواجهة الشائعات و المعوقات التي تواجه أي كان.
- الاتصال وسيلة أساسية في تحسين الأداء و التبادل الفكري بين الأفراد.
- يعمل الاتصال على خلق فرص الاحتكاك و التقارب بين الأفراد.
- مهارة الاتصال مهارة إنسانية فيها احترام الإنسان و قيمه و تفكيره و مشاعره من خلاله يتم مواجهة احتياجاتهم الأساسية.
- من الناحية الاقتصادية يساهم في دعم و التسويق و الترويج للمنتجات السياحية بمختلف أنواعها.
- أهمية اتصالية و تتمثل في دور المعلومات السياحية المتداولة عبر أنماط الاتصال المختلفة في تشكيل ملامح المنتجات السياحية و إبراز ما يتوافر من مقومات سياحية.

4- أهداف الاتصال:

إن عملية الاتصال تسعى إلى تحقيق هدف عام و هو التأثير في المستقبل حتى يحقق المشاركة في الخبرة مع المرسل، و قد ينصب هذا التأثير على أفكاره لتعديلها أو تغييرها، لذلك يمكن تصنيف أهداف الاتصال إلى:

-هدف ترفيهي و ترويجي: و يتحقق من خلال توجه الاتصال نحو إدخال البهجة و السرور و الاستمتاع إلى نفس المستقبل.

- هدف توجيهي: يتحقق ذلك عندما يتجه الاتصال إلى إكساب المستقبل اتجاهات جديدة أو تعديل اتجاهات قديمة مرغوب فيها، و قد أوضحت الدراسات أن الاتصال الشخصي اقدر على تحقيق هذا الهدف من الاتصال الجماهيري.

- هدف تثقيفي: و يتحقق حينما يتجه الاتصال نحو تبصير و توعية المستقبلين بأمر تساعدهم و تزيد من معارفهم خاصة ما يدور حولهم من أحداث.

- هدف تعليمي: حينما يتجه الاتصال نحو اكتساب المستقبل أو مهارات أو مفاهيم جديدة.

-هدف إداري: و يتحقق حينما يتجه الاتصال نحو تحسين سير العمل و توزيع المسؤوليات و دعم التفاعل بين العاملين في المؤسسات و الهيئات.

-هدف إجماعي: يتيح الاتصال الفرصة لزيادة احتكاك الناس بعضهم ببعض و بذلك تقوى الصلات الاجتماعية بين الأفراد.

المطلب 2: بطاقة فنية و تاريخية و عناصر الجذب السياحي لوهران

فرع أول: تعريف وهران و أصل تسميتها و المراحل التاريخية لنشأتها

تعتبر الباهية وهران المدينة الساحرة و المضيافة قطب سياحي بامتياز و ملتقى الحضارات، نظرا لما تتمتع به من إمكانات طبيعية، تاريخية و بشرية، مما يجعلها قبلة للسائح المحلي والأجنبي على مدار السنة، حيث احتلت المرتبة الأولى وطنيا خلال موسم الاصطياف لسنة 2014 بأكثر من 14 مليون سائح، كما احتلت المرتبة 2 في مهرجان السياحة الذي أقيم بمصر في مطلع سنة 2015

تقع مدينة وهران في الغرب الجزائري حيث أنها تحتل موقعا إستراتيجيا هاما يطل على البحر الأبيض المتوسط كما أنها تزخر بمعالم تاريخية تشهد على تعاقب الحضارات التي تمركزت بالمنطقة ، تقع المدينة في الجزء الغربي من البلاد حيث تبعد عن الجزائر العاصمة ب 450 كلم ، يحدها من الشرق، ولاية مستغانم و من الجنوب الشرقي، ولاية معسكر و من الجنوب الغربي، ولاية سيدي بلعباس و من الناحية الغربية ولاية عين تموشنت، و يحدها شمالا البحر المتوسط. هذه المدينة الساحلية " تبلغ مساحتها 2114 كلم² ، و يبلغ عدد سكانها حوالي مليون و سبع مائة ألف نسمة 1.700.000⁽¹⁾ ، و تضم 26 بلدية و 9 دوائر. تعد ثاني

المدن الجزائرية من حيث الكثافة السكانية الشيء الذي أهّلها إلى أن تكون قطبا صناعيا (المنطقة الصناعية بأرزويو، حاسي عامر، بطيو، واد تليلات) ، و قطب جامعي (جامعة العلوم و التكنولوجيا محمد بوضياف، جامعة وهران 1 ، جامعة وهران 2 بلقايد).
اختلف الباحثون في أصل تسميتها " فالبعض ينطقها وهران- بفتح الواو- و البعض ينطقها - بكسر الواو- فهناك من اعتبر كلمة وهران جمع و مفردا أهرى ، بمعنى مستودع و مخزن و مؤسسة إلى غير ذلك و هذا ما جاء في كتاب *دليل الحيران و أنيس السهران في وهران* ، كما اعتبر بعضهم بأن وهران هي بكسر الواو، وهي أصلا كلمة بربرية و تعني مكان الأسد"⁽²⁾

Direction du Tourisme et de l'Artisanat d'ORAN/ « ORAN GUIDE TOURESTIQUE »Oran, bcom, (1)

Edition 2015,page 03

بشير مقيس/ "مدينة وهران دراسة في جغرافية العمران"، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1983، ص 80-81⁽²⁾

مراحل تأسيسها: لقد مر تاريخ وهران بثلاث مراحل⁽¹⁾

المرحلة الأولى (النشأة): و هي فترة ما قبل بناء وهران ، ففي هذه الفترة كانت وهران خالية من السكان، فقد كانت تعيش فيها ثلاثة قبائل بربرية و كانت هذه القبائل في تنقل دائم و في ترحال مستمر بحثا عن الكأ، لهذا وهران كانت تسمى قرية إفري، و بعد دخول الرومان إلى منطقة المغرب العربي، سميت وهران كيزة، كما تم تسميتها على ميناء المرسى الكبير و الذي سمي بالميناء الإلهي .

المرحلة الثانية (التأسيس): يرجع تاريخ تأسيس مدينة وهران إلى سنة 290هـ / 903 م، من قبل البحارة الأندلسيين الذين كانوا ينتعشون بميناء مرسى الكبير أثناء حكم الأمويين بالأندلس، لقد نمت وهران و استقر على أطرافها بحارة و تجار و قبائل على الشريط الساحلي نظرا لموقعها الجيد، و قد ساعد اجتذاب سكان المناطق المجاورة إليها على الرخاء و الرفاهية بين أوساط السكان.

المرحلة الثالثة (الفترة الاسبانية و التركية): تعتبر هذه الفترة من أخصب الفترات التاريخية التي مرت بها وهران ، بحيث عاشت فترة اتسمت بالتناقض و الصراع الحاد بين المسلمين بقيادة تركيا و المسيح بقيادة الاسبان، كما عرفت وهران من جهة أخرى تطور عمراني و تجاري، كما عرفت هذه الفترة بناء كثير من الحصون و القلاع و تحويل المساجد إلى كنائس، كما عرفت ازدهار التجارة نحو اسبانيا، فرنسا و ايطاليا، و كانت وهران تصدر منتجات زراعية و حيوانية و بعض الصناعات اليدوية الخفيفة كدباغة الجلود و النسيج و غيرها، و بعد طرد الاسبان من وهران سنة 1792، استعاد المسلمون المدينة، و قاموا ببناء مساجد مثل مسجد الباشا و مسجد محمد بن عثمان الكبير، و لكنه سقطت وهران خلال فترة الاستعمار الفرنسي في 04جانفي سنة 1831 .

بدون اسم الكاتب/ مجلة المتحف الوطني زيانة ، وهران، رقم 03، سنة 1994، ص 16- 71⁽¹⁾

كانت تعيش في وهران عدة حيوانات مثل " الفقمة و التي اختفت مع ستينات القرن الماضي " ⁽¹⁾

فقد مر على هذه المدينة عدة أسماء من رحالة و جغرافيين و كتاب و مؤرخون الدين وصفوا هذه المدينة و تباهاوا بمفاتها حيث أصبحت وهران في القرن 14 مركزا فكريا وعلميا بظهور نخبة من المفكرين و العلماء مثل ابن حوقل و غيره.

فقد وصف " الإدريسي ق 6هـ / 12م مدينة وهران و قال بأنها مدينة ساحلية تطل على الساحل الأندلسي، و لقد ركز في وصفه على مرسى الكبير و أهميته في التجارة الخارجية " (2).

أما ابن خلدون فقال " وهران متفوقة على جميع المدن الأخرى بتجارتها و هي جنة التعساء، من يأتي فقيرا إلى أسوارها يذهب غنيا " (3)

كما أن شعار رمز النبالة لمدينة وهران " شعبي لا يقهر و ضيفي لا يحقر " (4)

فرع الثاني: عناصر الجذب السياحي و أهم المعالم التاريخية لوهران

إن مدينة وهران متجدرة في التاريخ، فقد عاصرت الإنسان الحجري في ما قبل التاريخ و هذا ما تشهد عليه الكهوف و المغارات المتواجدة بجبل المرجاجو، مغارة الكميل و ملجأ آلان أين تم العثور على بقايا الإنسان أنذاك و التي تتمثل في مختلف الأدوات الحجرية و الصناعة العظمية و بقايا الفخار الذي يثمن إبداعات العصر الحجري الحديث الوهراني و التي هي محفوظة الآن بالمتحف الوطني أحمد زبانة.

(1) Revue du Musée National Zabana / Oran, Publiée sur le budget du musée, N°3, 1er Semestre

1994 p25

بدون اسم الكاتب/ مجلة المتحف الوطني زبانة ، مصدر سبق ذكره ، ص 18 (2)

(3) <https://ar.wikipedia.org/wiki/وهران>

أنظر إلى الملحق رقم 2 (4)

إن الموقع الإستراتيجي للمدينة جعلها محل أطماع من طرف بعض الأجناس، الشيء الذي أدى إلى تنوع الحضارات و الثقافات، نذكر منها: الحضارة البونيقية و الرومانية و التي لازالت شاهدة عليها الآثار بمنطقة بطيوة "بورتوس ماقنيوس" سابقا في العهد الروماني.

كما أن تعاقب حكم الدول و الحضارات عليها من الفاطميين و الأمويين تم المرابطين و الموحيدين و الزيانيين و المرينيين و الاسبان و اليهود و الأتراك و الفرنسيين، فهي محطة التقاء الثقافات و التي ساهمت في التنوع الثقافي و الحضاري و ما خلفوه من معالم أثرية مختلفة جعلها قبلة للسياح مثل حصن سانتا كروز.

تتخر مدينة وهران كباقي مناطق المغرب العربي بمجموعة من الأعلام و الشخصيات الدينية، منها: الولي الصالح الإمام سيدي الهواري، الشيخ إبراهيم التازي و غيرهم. أما من الشخصيات الثورية فنجد شهيد المقصلة أحمد زبانة الذي اعدم في 19 جوان 1956م، كما نشير بأن مدينة وهران كانت مقر الولاية الخامسة بقيادة الشهيد العربي بن مهيدي.

أما من الشخصيات الفنية و الأدبية نذكر أحمد وهبي ، عبد القادر علولة...

تعرف المنطقة عادات و تقاليد تدل على أصالة هذه المدينة من خلال الحضارات التي تعاقبت عليها و ما زالت تمارس بعضها لحد الآن و هي موزعة على عدة مجالات:

فنجند في الصناعات التقليدية و الحرف: صناعة النحاس، الخزف، الجلود، الفخار، كما نجد في للباس التقليدي اللباس: البلوزة الوهرانية، الحايك (المرمة)، أما فيما يخص الأكلات فنجد الحريرة، الطعّام، البايلا، كارانتিকা... كما نجد الحلويات التقليدية مثل مقروود، قريوش، كعك، لمونة... أما من حيث المناخ فهي تتميز بمناخ متوسطي معتدل، و يبلغ طول الساحل لمدينة وهران أكثر من 120 كلم، ونجد عدة شواطئ منها شاطئ الأندلسيات و شاطئ مداغ.

كما "تحتوي وهران على 70 معلم تاريخي منها 14 معلم مصنّف على المستوى الوطني" (1)

مثل العدراء، قصر الباي، ساحة النصر، حي سيدي الهواري...

كما تحتوي على ملعبين لكرة القدم و آخر في قيد الانجاز كما تحتوي على مطار دولي و شبكة مواصلات تشمل محطة القطار و ترامواي و المحطة البحرية...إلى جانب منشآت ومقومات أخرى والتي ساهمت في أن تحتل الريادة على المستوى الوطني في موسم الاصطياف 2015

المطلب 3: أهمية السياحة بهران من خلال الألعاب المتوسطية:

لم يأت قبول ملف استضافة وهران لألعاب البحر الأبيض المتوسط المقررة عام 2021 بالصدفة (2) نظرا للإستراتيجية المتبعة و التخطيط على المدى البعيد و الذي تجسد على أرض الواقع، فثاني ولاية في الجزائر تتمتع بإمكانيات لا يستعان بها من بنية تحتية و فوقية (طريق سيار شرق غرب، قطب لصناعة الحديد و الصلب مع شراكة تركية، بها أكبر محطة لتحلية مياه البحر في إفريقيا بالمقطع، تحتوي على مركب للصناعات الميكانيكية كإنشاء مصنع لعلامة رونو وبيجو بواد تلييلات، صناعة بتروكمياوية بأرزيو، أربع مناطق صناعية..) و منشآت رياضية و حظيرة فندقية واسعة، علاوة على توفرها على معالم سياحية ستبهر السياح المرتقبون بعد خمسة سنوات من الآن ، كلنا على يقين أن وهران التي تحولت في العشرية الأخيرة إلى ورشات مفتوحة على البناء و الأشغال العمومية في جميع القطاعات قادرة بفضل امتلاكها لمؤهلات قاعدية ومرافق كبرى على تنظيم التظاهرات الرياضية العالمية بأبعاد سياحية من خلال استغلال هذه الفرصة للترويج و التسويق الأمثل للمنتج و لمختلف العروض السياحية لعروس البحر الأبيض المتوسط وهران بصفة خاصة و الجزائر بصفة عامة ، بل أكدت في وقت سابق أنها عاصمة اقتصادية بكل المقاييس نظرا لاستضافتها لعدة تظاهرات أهمها:

استضافة قمة لأوبك سنة 2008 .

(1) Direction du Tourisme et de l'Artisanat d'ORAN/ « ORAN GUIDE TOURESTIQUE »Oran ,

bcom, Edition 2015,page 15

أنظر إلى الملحق رقم 2 (1)

كما استضافت الندوة الدولية حول الغاز الطبيعي المميع ج.ن. ل GNL16 بحضور أكثر من 40 دولة بفندق الميرديا، كما استضافت المؤتمر الدولي الخاص بحماية البيئة سنة 2014 بحضور الرئيس الشرفي لها سيناتور كاليفورنيا - أرلوند شواسنيقر-، كما أصبحت منطقة يستغلها المخرجين السينمائيين لتصوير مشاهد و لقطات مختلفة وخير دليل تصوير بعض المشاهد لفيلم عالمي بمشاركة بطل و عملاق الملاكمة مايك تايزن، كما تم تأسيس مهرجان دولي خاص بالفيلم العربي وهذا السنة سيصل إلى الطبعة الثامنة .

إلى جانب استضافة اجتماع مجموعة العمل الإقليمية حول تعزيز قدرات مكافحة الإرهاب و الندوة الإفريقية 22 لمنظمة الشرطة الجنائية الدولية بمنطقة الساحل ضمن المنتدى الشامل الخاص بالأنتربول سنة 2015 ، إلى جانب أحداث أخرى مبرمجة بحسب الأجددة و آخرها قبول ملف ترشح وهران لاستضافة كأس العالم للمحامة سنة 2018.

فقطرا لامتلاك وهران لمؤهلات سياحية من مختلف عناصر الجذب السياحي و إمكانيات مادية و بشرية، و حظيرة فندقية هامة ، و عودة الأمن و الاستقرار إلى جانب واقعية المشاريع وتجسيد المخططات على أرض الواقع بل أن نسبة كبيرة من الأشغال جد متقدمة مما أهلها أن تفوز بهذا الامتياز بنجاح إستراتيجيتها من خلال رفع التحدي.

يمكن القول أن تتويج وهران عروسا للبحر الأبيض المتوسط في 2021 لم يحدث صدفة نظرا لما حققته عاصمة الغرب الجزائري من مكاسب قاعدية و اقتصادية في العشرية الأخيرة يؤكد أحقية هذه المدينة بتنظيم هذه الألعاب فعلى سبيل الذكر استطاعت وهران خلال هذه الفترة أن تتجز مشاريع كبرى تدعمت بها الحظيرة الفندقية و السياحية من زيادة في عدد الأسرة بالإضافة إلى بناء مركبات رياضية و أولمبية، إلى جانب مشاريع أخرى التي هي في قيد الانجاز كالقرى السياحية ، كم اهتمت بالقطاعات الأخرى المكتملة للسياحة خاصة المواصلات بالعمل على تطوير وسائل النقل بأنواعها من خلال توسيع مسار الترامواي و إنشاء محطة برية جديدة و التي حملت اسم الباهية ، حيث تعتبر حلقة وصل بين ربوع الوطن من مختلف الجهات شرق، غرب و جنوب، و تحتوي على كل وسائل الراحة و الخدمات الخاصة بالمسافرين من أمن، و مطاعم، و غيرها ، و التي تدم تشيئها مؤخرا في أبريل 2016 ، و في نفس السياق فقد تم إزالة المحطات القديمة التي كانت تشبه منظر المدينة و قد تم الشروع في تحويلها إلى مساحات خضراء حتى تعطي صورة جميلة لمدينة متحضرة إلى جانب إنشاء حديقة متوسطة ، كما تم الانطلاق في مشروع المطار الدولي الجديد

إلى جانب الشروع في توسعة مرفأ الميناء و طريق الميناء و إيصاله بالطريق السيار شرق غرب، كما سيفتح خط بحري للمسافرين يربط ميناء وهران بدائرة عين الترك خلال موسم الاصطياف الحالي فمدينة وهران أصبحت ورشة كبيرة و مفتوحة تهتم أكثر بالتهيئة الخارجية. كما بدأت في ترميم بعض المعالم التاريخية كالعضراء بحصن سانتا كروس، و حي سيدي الهواري العريق ، كما تم مؤخرا بناء أكبر مسجد بوهوان و هو الصرح عبد الحميد ابن باديس و الذي تم تدشينه بمناسبة يوم العلم 16 أفريل 2015 تزامنا مع انطلاق الرسمي لتظاهرة قسنطينة عاصمة الثقافة العربية مما سيساهم في جلب السياح خاصة المهتمين بالسياحة الدينية. فالشق الثاني في المعادلة الترويجية التي تتعش الاقتصاد الوطني و قطاع السياحة على وجه الخصوص تجسد من خلال مخطط التوسع السياحي الذي عزز ملف وهران ترجم إلى الواقع من خلال قبول ترشحها، فقد لعبت السياحة دورا كبيرا و مؤثرا على أعضاء اللجنة الأولمبية خلال الزيارة و المعاينة التي قادتهم إلى وهران حيث بدت الوفود الأجنبية إعجابها بجمال المنطقة وبطبيعة المجتمع الوهراني الذي يتميز بدهنيات متفتحة و بكرم الضيافة و حسن المعاملة والاستقبال و لعل النقلة النوعية التي شهدتها قطاع السياحة في السنوات الأخيرة بانجاز مؤسسات فندقية ضخمة على غرار الشيراطون والرويال وفندق الميرديان...الأجمل من كل هذا أن هذه الهياكل منتشرة في مناطق متفرقة تعرف دينامية واسعة انطلاقا من مطار الدولي أحمد بن بلة ، مروراً بالكورنيش الوهراني و وصولاً إلى غاية أقصى شرق الولاية الذي يشهد توسعا عمرانيا كبيرا، صف إلى ذلك فوهوان هي مزيج من الحضارات القديمة المتعاقبة و تعد مدينة الثقافة والمعالم الأثرية المصنفة التي يؤمها السياح من مختلف أقطار العالم بدليل أن عاصمة الغرب شهدت هذه الصانفة توافد عدد قياسي من المصطافين وهو ما أكده "مدير السياحة لوهوان مدير السياحة لوهوان ، حيث كشف عن عديد المشاريع التي ستتجز ومنها ما هي في طور الانجاز تحسبا لاحتضان الألعاب عام 2021، وحسب ذات المسئول فهناك 79 مشروع مفتوح على ورشات البناء 49 منها تقدمت بها الأشغال بنسبة تجاوزت الـ 50 بالمائة والبقية ينتظر أصحابها الحصول على رخص البناء للشروع في الأشغال" (1)

توفالي روية/ "مخطط التوسع السياحي الرهان الآخر لملف وهران"، جريدة الجمهورية، العدد 5674، 20 سبتمبر 2015، ص 11

كما أن الاستثمار السياحي هو القطاع الذي لا يتأثر بالأزمة المالية لأنه استثمار تابع للخواص بحيث لا يوجد إشكال بالنسبة لصاحب المشروع الذي يستفيد من تمويل بنكي بعد المصادقة على ملفه من طرف الوزارة المعنية.

فبخصوص الملف السياحي الذي عزز حظوظ وهران في احتضان الألعاب كشف المسئول الأول على القطاع بالولاية أن وهران قدمت شروحات بأدق التفاصيل حول إعداد مخططات جديدة لمناطق التوسع السياحي وهذا المشروع هو القيمة المضافة التي تمنح أثر ايجابي على التنمية المحلية على مستوى ولاية وهران ويشمل المخطط الذي عرض على طاولة اللجنة الدولية الاولمبية تسعة مناطق للتوسع السياحي منها منطقة مداغ 1 و 2 الرأس الأبيض، ساحل الأندلسيات ، رأس فلكون ، عين فرانيين، و شاطئ كريشنتل، و مرسى الحجاج ، هذه المواقع هي عبارة عن عقار مخصص لاستثمار السياحي يمتد على مساحة تقدر بـ 1437 هكتار و كشف ذات المتحدث أن الدراسات انطلقت في بعض المناطق وانتهت بالنسبة لمرسى الحجاج و عين فرانيين حيث تمت المصادقة على المشروعين، مع العلم أن منطقة عين فرانيين التي تتربع على 17 هكتار من المساحة الإجمالية لمخطط التوسع السياحي ستشمل انجاز 8 مشروع كوي في صورة بناء شاليهات سياحية و مركبات بطاقة استيعاب كبيرة كما ستفتح مناصب شغل مباشرة وغير مباشرة بالإضافة إلى منطقة التوسع بمرسى الحجاج الممتدة على مساحة 7 هكتارات و التي ستخصص لبناء 6 مؤسسات فندقية من أصناف 2 و 3 أو 4 نجوم وذلك لمراعاة النوعية مع السعر و إضافة إلى مناطق التوسع السياحي الذي زاد من ثقل وزن الملف الجزائري بمدينة بيسكارا أدرجت من جانب المؤهلات و المقومات التي تتمتع بها وهران بين ما هو حيز الاستغلال فمن المعروف أن المدينة تتوفر على 3 فنادق فخمة من صنف 5 نجوم إلى جانب 12 مؤسسة فندقية من فئة 4 و 3 نجوم هذا من بين أهم المقاييس التي رجحت الكفة لصالح وهران على حساب مدينة سفاقص التونسية علاوة على أن كل العمليات الخاصة بالمشاريع المعنية بالدورة المديترانية تجاوزت نسبة تقدمها الـ 60 بالمائة أما الشق الثاني ملف السياحة تمثل في عرض المنتج السياحي المحلي على مستوى الوكالات السياحية و المطاعم المصنفة والمعالم الأثرية و الدينية بما في ذلك تقديم عرض حول الصرح الجديد لمسجد ابن باديس في إطار السياحة الدينية والذي أدرج بقوة في ملف وهران إلى جانب الزوايا و المعالم الأثرية المتواجدة في المدينة.

سيسمح الاستثمار السياحي بخلق مناصب شغل مباشرة و غير مباشرة وبلغت الأرقام يتوقع أن تفتح" مشاريع الفندقية الخاصة بإنجاز 79 عملية بوهران أكثر من 8 آلاف منصب عمل و خلق حوالي 7 آلاف وظيفة جديدة بـ 100 مشروع خاص بمنطقة التوسع السياحي، وهذا ما يؤكد مدير الولائي للسياحة " (1) أن دراسة الملفات المتعلقة بالحصول على مشروع سياحي بوهران لن يتجاوز أسبوعين، طبقا لتعليمات الوزارة الوصية التي أقرت على فتح مجال الاستثمار للخوادم مع وضع جميع التسهيلات لتقريبهم من الإدارة

وقد قامت مصالح مديريةية ومنذ الأسبوع الفارط في تطبيق إجراء جديد ويتعلق بتخفيف من وثائق ملف الحصول على أي مشروع سياحي إذ حاليا أصبح الملف المقدم للمديرية يقتصر فقط على 3 وثائق لا غير منها عقد الملكية و طلب زيادة على مخططات هندسية للمشروع المراد إنجازه وتأتي هذه السياسة المتبعة من قبل القطاع من أجل تطوير و تنويع المجال لاسيما في انجاز المؤسسات الفندقية كما أكد ذات المسؤول أن ولاية وهران مقبلة على احتضان ألعاب البحر الأبيض المتوسط وعليه من المنتظر أن يتوافد على عاصمة الغرب الجزائري العديد من الشخصيات من دول صديقة وشقيقة لهذا فالمؤسسات الفندقية ستكون في الواجهة الأولى و تحضى باهتمام كبير من قبل الوزارة الوصية.

ومن جهة أخرى ستتظم ولاية وهران يوما دراسيا حول دور الاستثمار السياحي في التنمية المحلية وهذا بحضور العديد من الفاعلين من القطاع منهم المدير المركزي للاستثمار و المدير العام للصناعة التقليدية و المدير العام للصناعة و عدة نشطاء وهذا لإعطاء دفعا قويا لقطاع السياحة بولاية وهران الذي عرف مؤخرا انتعاشا حقيقيا خاصة في انجاز المؤسسات الفندقية التي من المنتظر أن يتم تسليم 4 فنادق من بين 72 مشروعا في طور الانجاز وقد بلغت نسبة الأشغال بهذه الهياكل أكثر من 50 بالمائة مع العلم أنها ستوفر أكثر من 7 آلاف منصب عمل للشباب البطال، للعلم فإن وهران مقبلة أيضا في انجاز وعن المدى القصير ما يقارب 300 مؤسسة فندقية و هذا تحضيرا للألعاب البحر المتوسط التي ستتظم بولاية وهران .

أمانة.م/تحضيرا لاحتضان ألعاب البحر المتوسط، مشاريع لإنجاز 300 مؤسسة فندقية "، جريدة الجمهورية، العدد 5699، (1)

خلاصة :

يعتبر مفهوم السياحة كنشاط قديم نشأ منذ أن بدأ الإنسان ينظر ويتدبر ليرى أن احتياجاته في المكان الذي يقيم فيه دائما لا تشبعها الإمكانيات المتوافرة بهذا المكان، فبدأ يبحث عنها في أماكن أخرى يستطيع أن يذهب إليها و يعود بما يعود عليه و على غيره بالنفع ، و بما أن هناك أماكن أخرى تتوافر بها حاجات الإنسان ، رأى أن يذهب بها للعرض و البيع من أجل الكسب، إن هذا النشاط القديم ما هو في الحقيقة إلا السفر لغرض معين للسياحة كالترفيه أو الحضور للمعارض التجارية ، وغيرها.

فالسياحة الحديثة تلعب دورا مهما في المجتمعات و الاقتصاديات الدولية فهي تعتبر عاملا أساسيا للدخل الوطني لكثير من الدول وهي قيمة غير قابلة للتبعية، و لا بد أن السياحة باعتبارها ذلك الكل المركب من عديد النشاطات تتمحور أساسها في المقومات و الإمكانيات السياحية، و تعد الجزائر تعد من أكبر البلدان في القارة السمراء، و أكثرها تنوعا في مناخها و تضاريسها، لكنها تصنف من بين الدول الأقل جذبا للسياح محليا و عالميا، على الرغم من توفرها على أماكن سياحية لا توجد ببلدان أخرى، كصحرائها الشاسعة و مناخها المعتدل في العموم، و مخلفات و بقايا المعالم الأثرية و التاريخية المختلفة بفعل تعاقب الحضارات عليها، رغم كل المشاكل التي تقف في وجه السياحة الجزائرية، فإن الجزائر مرغمة على النهوض بقطاعها السياحي طالما لديها الإمكانيات الطبيعية و التاريخية و المادية المساعدة على ذلك، لان السياحة أصبحت من أهم الصناعات التي تدر عملة صعبة في العالم، إلا أن الأمل يبقى موجود من أجل إعادة القطاع إلى سابق عهده باستغلال الأحداث و التظاهرات الإقليمية و العالمية كاستضافة وهران التي تجمع ما بين الأصالة و المعاصرة و الحداثة لألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021 للترويج للمنتج السياحي الداخلية و استغلال كل الإمكانيات و عناصر الجذب السياحي التي تتميز بها المدينة الساحرة المتروبولية وهران ، و لابد للقائمين على هاته الخدمات أن يتفنونوا في استدراج الزبائن بطرق علمية مدروسة و وسائل جذب تعتمد استراتيجيات منهجية تليق بتطلعات و حسن ظن و ثقة السائح.

الطريق

الطائر

الباب الثالث: الإطار التطبيقي

الفصل الأول:

ماهية و تاريخ و مهام مديرية السياحة لوهرا و التعريف بمصالحها

تمهيد

المبحث الأول: تعريف مديرية السياحة لوهرا و أهم النصوص القانونية

لتأسيسها و تحديد مهامها

المطلب الأول: تعريف المؤسسة و المراحل التاريخية لنشأتها

المطلب الثاني: التأسيس و الإطار القانوني لتسيير مختلف النشاطات المقررة

مطلب الثالث: النشاطات و مهام المؤسسة

المبحث الثاني: الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة و التعريف بالمصالح

مطلب الأول : مصلحة الإدارة و الوسائل و مصلحة المستخدمين و التكوين

المطلب الثاني: مصلحة السياحة

المطلب الثالث: مصلحة الصناعة التقليدية

1- ماهية و تاريخ و مهام مديرية السياحة لوهران و التعريف بمصالحها

تمهيد:

بعدما تطرقنا إلى الإطار المنهجي و النظري لهذا البحث، سنستعرض في هذا الجانب الأخير الإطار التطبيقي و الذي تناولنا فيه الدراسة الميدانية لمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لوهران، فقد قمنا بمدخل حول الجانب التطبيقي كما قسمناه إلى محورين أولهما يخص الجانب التقني و الفني من خلال التعريف بمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لوهران، و أهم النصوص القانونية لتأسيسها و تحديد مهامها مع الإشارة إلى المراحل التاريخية لتأسيسها ، أما في الشق الثاني فقد استعرضنا الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية وهران و التعريف بمصالحها ، و لإتمام الوجه الثاني المكمل للبحث، قمنا بمقابلة جل المسؤولين على هذه المديرية من رؤساء مصالح و رؤساء مكاتب من خلال استجوابهم، حيث تقرنا شيئا فشيء من الحصول على إجابات التساؤلات الأولية و الوصول إلى فك رموز إشكالية الدراسة، و التي خرجنا منها باستنتاجات و عرضنا بعض الاقتراحات ، تم أغلقنا مجال بحثنا بالخاتمة وهي حوصلة وعصارة مجهود و بحث شاق و متعب، كنتيجة نهائية و كإجابة على الفرضيات الأولية.

اتضح من المعلومات السابقة حول أهمية السياحة و دور و إستراتيجية مديرية السياحة لوهران للترويج للمنتجات السياحية باستعمال وسائل و تكنولوجيا الحديثة للاتصال لإبراز المقومات السياحية لولاية وهران من خلال ألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021 .
تظهر الأهمية البالغة التي حظيت بها المدينة الساحرة كعاصمة لإقليمها و بوابة المتوسط و شمال إفريقيا ، و كأن التاريخ يعيد نفسه و ينصفها كما سلف الذكر من خلال الرثاء لجمالها و سحرها نظرا لموقعها الجيوستراتيجي و اعتدال مناخها، و حتى تكون وهران كقاهرة و رائدة الولايات في السياحة.

المبحث الأول: تعريف مديرية السياحة لوهران، و أهم النصوص القانونية لتأسيسها وتحديد**مهامها:****مطلب 1: تعريف المؤسسة و المراحل التاريخية لنشأتها:****1-1 ماهية المؤسسة:**

مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية وهران هي مؤسسة عمومية ذات طابع خدماتي،

العنوان: تقع بالحي الإداري أبو بكر بلقايد، دائرة بئر الجير ولاية وهران ، مقابل المدخل الخلفي

لجامعة العلوم والتكنولوجيا محمد بوضياف (1) USTO

الهاتف : 85 34 21 040 60 78 27 041 /

الفاكس: 61 78 27 041

البريد الإلكتروني : tourismeoran@yahoo.fr

الموقع على الأنترنت: www.dtaoran.org

تعتبر مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية وهران بمقرها الجديد بالحي الإداري أبو بكر بلقايد مند سنة 2009 تحفة معمارية متكون من ثلاثة طوابق و توحى لك بأنك داخل معلم سياحي، و قبل تدشين هذا المقر الجديد بحيث كانت تقع بحي سيدي الهواري 04 نهج خديم مصطفى ، وهران.

(1) أنظر إلى الملحق رقم 3 (صورة للإيضاح للمقر الجديد لمديرية السياحة لوهران)

2-1- المراحل التاريخية لنشأة مديرية السياحة بالولاية⁽¹⁾:

- 1962: إحداث الديوان الوطني للسياحة ONT (الأمر 62/027 المؤرخ في 25 أوت 1962).
- 1963: وزارة الشبيبة والرياضة والسياحة(المرسوم 63-73 المؤرخ في 04 مارس 1963).
- 1984: وزارة الثقافة والسياحة (المرسوم 84-125 المؤرخ في 19 ماي 1984).
- 1989: كتابة الدولة للسياحة لدى رئيس الحكومة (المرسوم التنفيذي 89-74 المؤرخ في 30 ماي 1989).
- 1992: وزارة السياحة والصناعة التقليدية (المرسوم التنفيذي 92-357 المؤرخ في 03 أكتوبر 1992).
- 1995: المرسوم التنفيذي 95-260 المؤرخ في 29 أوت 1995 المتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية.
- 1998: الإنشاء الفعلي للمديريات الولائية للسياحة.
- 2003: وزارة السياحة (المرسوم التنفيذي 03-75 المؤرخ في 24 فواير 2003).
- 2005: إنشاء مديرية السياحة بالولاية (المرسوم التنفيذي رقم 05-216 المؤرخ في 11 جويلية 2005)⁽²⁾
- 2007: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة(المرسوم التنفيذي رقم 07-350 المؤرخ في 18 نوفمبر 2007)
- 2010: وزارة السياحة والصناعة التقليدية(المرسوم التنفيذي 10-257 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010)

⁽¹⁾ مقابلة مع السيدة رئيس مكتب دعم التنمية و إحصاءات السياحة لمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لوهران(مارس 2016)

⁽²⁾ الجريدة الرسمية /العدد 41 ، بتاريخ 12 جويلية 2005 ص 10

مطلب 2: التأسيس و الإطار القانوني لتسيير مختلف النشاطات المقررة:**التأسيس -1-2:**

إن قطاع السياحة بالجزائر تابع لوزارة التهيئة العمرانية السياحة و الصناعة التقليدية، فقد أنشأت مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية وهران بموجب "المرسوم التنفيذي رقم 10/257 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010" (1) المتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة و الصناعة التقليدية و الذي يحدد مهامها وتنظيمها وتشتمل هذه المديرية على 03 مصالح طبقا للقرار الوزاري المشترك المؤرخ في 20 ماي 2012 الذي يحدد تنظيم مديرية السياحة و الصناعة التقليدية للولاية في مكاتب وهي : مصلحة السياحة ، مصلحة الصناعة التقليدية ، مصلحة الإدارة و الوسائل ويتحكم في نظامها الداخلي القانون الأساسي العام للوظيفة العمومية، "أمر رقم 06-03 مؤرخ في 19 جمادى الثانية عام 1427 الموافق 15 يوليو سنة 2006" (2)

2-2- لإطار القانوني لتسيير مختلف النشاطات المقررة (3):

- 1-المرسوم التنفيذي رقم 10/257 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010 المتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة و الصناعة التقليدية و يحدد مهامها وتنظيمها.
- 2-الأمر رقم 06/03 المؤرخ في 15 يوليو لسنة 2006 المتضمن القانون الأساسي العام للوظيفة العمومية.
- 3-المرسوم التنفيذي رقم 08/04 المؤرخ في 19 يناير 2008 المتضمن القانون الأساسي العام الخاص بالموظفين المنتمين للأسلاك المشتركة في المؤسسات والإدارات العمومية.
- 4-المرسوم التنفيذي رقم 08/05 المتضمن القانون الأساسي الخاص بالعمال المهنيين وسائقي السيارات والحجاب .
- 5-المرسوم التنفيذي رقم 09/241 المؤرخ في 22 يوليو 2009 المتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين للأسلاك التقنية الخاصة المكلفة بالسكن و العمران.

(1) الجريدة الرسمية /العدد 63، بتريخ 26 أكتوبر 2010 ص 18 - 19

(2) الجريدة الرسمية /العدد 46، بتريخ 16 جويلية 2006

(3) مقابلة مع السيدة رئيس مكتب مصلحة المستخدمين والتكوين بمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لوهران (مارس 2016)

- 4- المرسوم التنفيذي رقم 08/302 المؤرخ في 24/09/2008 المتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين لسلك مفتشي السياحة.
- 5- المرسوم التنفيذي رقم 08/199 المؤرخ في 06 يوليو 2008 المتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين إلى السلك الخاص بالإدارة المكلفة بالصناعة التقليدية.
- 6- المرسوم التنفيذي رقم 94/215 المؤرخ في 25 أكتوبر 1994 المحدد لقواعد تنظيم أجهزة الإدارة العامة في الولاية وهياكلها .
- مطلب 3: النشاطات و مهام المؤسسة:**

3-1- النشاطات الرئيسية و الثانوية ومهامها:

تهدف مديرية السياحة لوهران إلى الاطلاع بالمهام التالية⁽¹⁾:

❖ في مجال السياحة :

- إعداد مخطط عمل سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية .
- المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم و محفز للتنمية المستدامة للنشاطات السياحية المحلية .
- تشجيع بروز عروض سياحية متنوعة و ذات نوعية.
- تنفيذ برامج و تدابير ترقية و تطوير النشاطات السياحية و الحمامات المعدنية و تقويم نتائجها
- جمع و تحليل و تزويد آلية الرصد الإحصائية للقطاع في مجال المعلوماتية و المعطيات الإحصائية حول النشاطات المرتبطة بالاقتصاد السياحي و الحمامات المعدنية و ضمان نشرها .
- المساهمة مع القطاعات المعنية في ترقية الشراكة الوطنية و الأجنبية لا سيما في ميادين الاستثمار و تكوين الموارد البشرية.
- إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم و العمران و تنمية مناطق و مواقع التوسع السياحي.

(1) الجريدة الرسمية /العدد 63، بتاريخ 26 أكتوبر 2010 ص 18-19

- توجيه مشاريع الاستثمار السياحي و متابعتها بالاتصال مع الهيئات المعنية .
- السهر على مطابقة النشاطات السياحية و تطبيق القواعد و مقاييس الجودة المقررة في هذا المجال .
- المساهمة في تحسين الخدمات السياحية لا سيما تلك التي لها صلة بالنظافة و حماية الصحة و الأمن و المرتبطة بالنشاط السياحي .
- السهر على تلبية حاجيات المواطنين و تطلعات السواح في مجال الراحة و الاستجمام والترفيه
- ضمان تنفيذ ميزانيات التجهيز و التسيير في جانبه السياحي.
- ضمان متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان صندوق دعم الاستثمار و ترقية و جودة النشاطات السياحية
- تنشيط و تأطير المصالح الخارجية و الفضاءات الوسطية و الحركة الجمعوية التي تنشط في السياحة على المستوى المحلي .
- المشاركة بالاتصال مع القطاعات المعنية في إعداد و تنفيذ أعمال التكوين و تحسين المستوى و تجديد المعارف و تثمين الموارد البشرية.
- المساهمة في إعداد المخطط السنوي و المتعدد السنوات لتنمية السياحة في الولاية .
- إعداد الحصيلة السنوية للنشاط السياحي .
- مراقبة و تفتيش كل المؤسسات السياحية (مؤسسات فندقية، وكالات السياحة و الأسفار، مطاعم مصنفة، الشواطئ... إلخ).
- إعداد مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع السياحي.
- إعداد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لولاية وهران.
- إعداد دراسة التهيئة للمنابع الحموية للولاية.
- المشاركة في الصالونات الخاصة بالترويج السياحي

❖ في مجال الصناعة التقليدية :

- إعداد مخطط عمل سنوي و متعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية .
- المبادرة بكل إجراء من شأنه خلق جو ملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدية .
- المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية و المحافظة عليه و رد الإعتبار له .
- السهر على تطبيق و احترام القوانين و التنظيمات و المقاييس و النماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج و ممارسة أنشطة الصناعة التقليدية .
- المشاركة في متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية .
- المشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية .
- تدعيم أعمال المنظمات و التجمعات المهنية و الجمعيات و الفضاءات الوسطية الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية و تنشيطها .
- المبادرة بالتحقيقات و الدراسات ذات الطابع التقني و الاقتصادي و الاجتماعي المتعلقة بتقييم الأنشطة الحرفية
- جمع المعلومات و المعطيات الإحصائية في مجال الصناعة التقليدية و ضمان توزيعها.
- تأطير التظاهرات الاقتصادية من أجل ترقية الصناعة التقليدية و الحرف و تنشيطها .
- ضمان تنفيذ ميزانية التجهيز و التسيير المسجلة بعنوان الصناعة التقليدية.
- إعداد الحصيلة الثلاثية و السنوية لنشاط الصناعة التقليدية .

المبحث الثاني: الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية وهران⁽¹⁾

فيما يخص الهيكل التنظيمي نجد المصالح التالية:

على رأس المديرية نجد منصب المدير السيد: «بلعباس قايم بن عمر»

تم تأتي ثلاثة مصالح أساسية وهي:

1- مصلحة الإدارة و الوسائل: هذه المصلحة تنوع إلى ثلاثة مكاتب:

* مكتب المستخدمين والتكوين يرأسه رئيس مكتب

* مكتب الميزانية و المحاسبة

* مكتب الوسائل العامة

1-1- مصلحة المستخدمين و التكوين:

يقدر عدد عمال مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية وهران ، حسب إحصائيات مصلحة المستخدمين بذات المديرية من خلال القائمة الاسمية لمخطط التسيير للميزانية المالية لسنة 2015 و المؤشرة من طرف مصالح مديرية الوظيفة العمومية بوهران بـ 37 موظف، منهم 30 موظف دائم و 07 موظفين متعاقدين بالتوقيت الكلي و الجزئي كما نجد نسبة 30% نساء و 70% رجال. أما من حيث الوظائف فيوجد 03 رؤساء مصالح و 08 رؤساء مكتب. كما يوجد 13 موظف في إطار عقود ما قبل التشغيل Pré-emploi، و 3 موظفين في إطار النشاط الاجتماعي DAS.

أما من حيث الرتبة و العدد فنجد بالتفصيل من خلال الجدول التالي⁽¹⁾:

(1) مقابلة مع السيدة رئيس مكتب مصلحة المستخدمين بمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لوهران (مارس 2016)

الوضعية الرقمية لموظفي الدائمين لمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية وهران :

| رقم | الرتبة | المناصب المالية |
|-----|---|-----------------|
| 01 | مفتش رئيسي في السياحة | 01 |
| 02 | مفتش قسم في الصناعة التقليدية و الحرف | 01 |
| 03 | مهندس رئيسي في السكن و العمران | 02 |
| 04 | مهندس معلمي | 01 |
| 05 | مفتش في السياحة | 09 |
| 06 | مفتش رئيسي في الصناعة التقليدية و الحرف | 04 |
| 07 | متصرف | 05 |
| 08 | تقني سامي في الإعلام الآلي | 01 |
| 09 | كاتب مديرية رئيسي | 01 |
| 10 | ملحق الإدارة | 01 |
| 11 | محاسب إداري | 01 |
| 12 | كاتب | 02 |
| 13 | عون حفظ البيانات | 01 |
| | المجموع | 30 |

الوضعية الرقمية للمتعاقدين بالتوقيت الكلي والجزئي لمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية وهران :

| رقم | الرتبة أو الوظيفة | المناصب المالية |
|-----|---|-----------------|
| 01 | حرس (بالتوقيت الكامل) | 04 |
| 02 | عامل مهني من المستوى الأول (بالتوقيت الجزئي) | 02 |
| 03 | سائق سيارة من المستوى الأول (بالتوقيت الكامل) | 01 |
| | المجموع | 07 |

2- مصلحة السياحة: هذه المصلحة تنفرع إلى ثلاثة مكاتب:⁽¹⁾

هذه المصلحة تنوع إلى ثلاثة مكاتب:

* مكتب متابعة الاستثمار و التهيئة السياحية.

* مكتب دعم التنمية و إحصاءات السياحة.

* مكتب مراقبة النشاطات السياحية و الفندقية و الحمامات المعدنية.

3- مصلحة الصناعة التقليدية هذه المصلحة تنفرع إلى ثلاثة مكاتب:

* مكتب تشجيع الحرف التقليدية و المهن.

* مكتب الدراسات و الإحصائيات.

* مكتب مراقبة النشاطات و الحرف التقليدية و المهن.

(1) أنظر إلى الملحق رقم 5 (الخاص بالتنظيم الهيكلي لمديرية السياحة لوههران)

الباب الثالث: الإطار التطبيقي

الفصل الثاني:

دراسة و تحليل المقابلات الخاصة بإستراتيجية الترويج للمنتج السياحي لمديرية
السياحة لوهران من خلال الألعاب المتوسطة باستعمال تكنولوجيا الاتصال

تمهيد

المبحث الأول: جدول خاص بالمقابلات مع المبحوثين ودليل المقابلة

مطلب الأول: المقابلات مع رؤساء المصالح

مطلب الثاني: المقابلات مع رؤساء المكاتب

مطلب الثالث: تصريحات مدير السياحة لوهران لوسائل الاتصال حول الترويج
للمنتج السياحي

المبحث الثاني: حصيلة نشاطات مديرية السياحة لوهران و تحليل المقابلات

مطلب الأول: مخطط ملخص خاص بحصيلة النشاطات لمديرية السياحة لوهران

مطلب الثاني: تحليل المقابلات

مطلب الثالث: استنتاجات و توصيات

الخاتمة

تمهيد:

مواصلة لبحثنا بانتقالنا من الإطار النظري إلى الإطار التطبيقي من خلال تربصنا بمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لوهرا، و الاطلاع على معظم المصالح و التي قربتنا أكثر فأكثر من موضوع مذكرتنا بمقابلة المصالح الآتية بحسب الجدول التالي الخاص بالمقابلات:

المبحث الأول: جدول خاص بالمقابلات مع المبحوثين ودليل المقابلة

| الرقم | الاسم و اللقب | الوظيفة | الرتبة | المستوى الدراسي | الجنس | السن | عدد سنوات الخبرة | الحالة المدنية | ملاحظة |
|-------|--------------------|---|-------------|---|-------|------|------------------|----------------|--------------------|
| 01 | بوجنان هراد | رئيس مصلحة السياحة | مفتش | ليسانس في العلوم الاقتصادية تخصص تسيير | ذكر | 44 | 14 | متزوج | / |
| 02 | بلقاسم محمد رضا | رئيس مصلحة الصناعة التقليدية | مفتش قسم | ليسانس في العلوم التجارية تخصص مالية | ذكر | 48 | 20 | متزوج | / |
| 03 | عباس محمد | رئيس مصلحة الإدارة والوسائل | متصرف | ليسانس في العلوم الاقتصادية تخصص مالية | ذكر | 43 | 10 | متزوج | / |
| 04 | / | رئيسة مكتب المستخدمين والتكوين | متصرف | ليسانس في العلوم السياسية تخصص علاقات دولية | أنثى | 33 | 10 | متزوجة | / |
| 05 | / | رئيس مكتب مراقبة النشاطات السياحية و الفندقية و الحمامات المعدنية | مفتش رئيسي | ليسانس في الترجمة التحريرية | أنثى | 45 | 17 | / | / |
| 06 | / | رئيس مكتب دعم التنمية و إحصاءات السياحة | مفتش | ليسانس في العلوم الاقتصادية تخصص مالية | أنثى | 38 | 10 | متزوجة | / |
| 07 | / | رئيس مكتب متابعة الاستثمار و التهيئة السياحية | مهندس رئيسي | مهندس في السكن و العمران | أنثى | 39 | 14 | متزوجة | / |
| 08 | بلعباس قايم بن عمر | مدير السياحة | / | / | / | / | / | / | تعذر علينا مقابلته |

دليل المقابلة

- رقم المبحوث

- الاسم و اللقب

- الوظيفة

- الرتبة

- المستوى الدراسي

- الجنس

- السن

- عدد سنوات الخبرة

- الحالة المدنية

- الأسئلة العامة:

- 1- عرفنا بمؤسستكم و بمصالحتكم ، و أعطينا حوصلة على مشاركم المهني بهذه المؤسسة ؟
- 2- هل يعتبر الاهتمام و حبكم للقطاع السياحي دافع جعلكم تعملون في هذه المؤسسة السياحية؟
- 3- ما هي العراقيل التي تواجهونها و تعكر من حسن السير لعملكم ؟
- 4- كيف ترى مستقبل السياحة في مدينة وهران في ظل التغيرات، و ما هي الأفاق المستقبلية ؟
- 5- ماذا يمثل لكم الحدث الخاص باستضافة وهران لألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021 ؟

- 6- إلى أي مدى ساهمت المقومات و الإمكانيات السياحية لولاية وهران في قبول ملف استضافتها لألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021 ؟
- 7- ما هي الوسائل التي تعتمد عليها مديرية السياحة للترويج لقطاع السياحة و جلب السياح ؟
- 8- كيف يمكن لتكنولوجيا الاتصال أن تساهم في الترويج للمنتج السياحي باستغلالكم لهذه التظاهرة الدولية ؟
- 9- ماذا أعددتكم لهذه التظاهرة ، و ما هي الإستراتيجية الاتصالية التي ستعتمدون عليها للترويج للمنتج السياحي؟
- 10- ما هي النقائص و المشاكل التي تعاني منها الترويج السياحي و ما هي الحلول في نظركم؟

مطلب 1: المقابلات مع رؤساء المصالح:**1- مصلحة الإدارة و الوسائل⁽¹⁾:**

هي من المصالح التابعة للأسلاك المشتركة و يرأسها رئيس مصلحة السيد عباس محمد برتبة متصرف- أكثر من 10 سنوات خبرة- فقد تعرفنا من خلاله على طبيعة نشاطها من حيث إعداد مخطط خاص بالميزانية المرتقبة و الميزانية التكميلية، تنفيذ مشروع الدولة المسطرة في إطار ميزانية التجهيز ، الإعلان عن الصفقات في الجرائد الوطنية اليومية، متابعة المشاريع من بدايتها إلى غاية التسليم النهائي، اقتناء الوسائل (أثاث مكتب ، ورق ، خزائن)، الجرد السنوي للوسائل المكتبية ،إعداد كشف الراتب الخاص بالعمال و القيام بدفع أجر العمال، إعداد حصيلة مالية و أدبية للسنة المالية قبل 31 ديسمبر من كل سنة، كما تعرفنا على نسبة الميزانية المخصصة لمديرية السياحة، و تحصلنا على نسخة من الدليل السياحي و الخريطة السياحية لوههران و الذي تم إعدادها وطبعها و نشرها من طرف مديرية السياحة لوههران سنة 2015. فمن خلال المعلومات الأولية التي أطلعنا عليها من طرف ذات المسئول و الخاصة بميزانية التسيير للسنة المالية 2015 فهي قليلة جدا مقارنة مع ما نتطلع إليه المشاريع السياحة بوههران في أفق 2021، كما أن ميزانية السنة المالية لسنة 2015 تراجعت مقارنة مع سابقتها، و من خلال سؤالنا حول المبالغ المالية المتعلقة "بالفصل رقم 34-14" و الذي يشمل أربع مواد منها المادة 2 الخاصة باقتناء و تركيب و إصلاح أجهزة الهاتف ويدخل فيها(أتوات البريد، تيليكس، فاكس، الاشتراك في الأنترنات...) ففي هذه المادة التي تم تخصيص لها ميزانية قليلة جدا و لا يمكن أن تغطي أو تكمل السنة المالية في ظروف حسنة نظرا للعجز المسجل و يظهر ذلك خلال الطلب على إضافة تلك النفقات في الميزانية التكميلية، أما فيما يخص المادة الثالثة من نفس الفصل و الخاصة بالاشتراك في الجرائد، فهي غير مستغلة تماما، كما لاحظنا تعطل أو توقف المؤقت لموقع الأنترنات الخاص بذات المديرية ، و لما أشرنا إلى هذا المشكل نظرا لأهيته في الترويج للسياحة فأخبرنا بأن المشكل في العجز المسجل على مستوى الميزانية و التي هي قليلة جدا و لا تساعد على تخليص الفاتورة الخاصة بالأنترنات، بالرغم من طلباتنا - يضيف ذات المتحدث-للوزارة المعنية قبل الإعداد و التحضير للميزانية الأولية المتوقعة ككل سنة حتى نهي السنة المالية في ظروف حسنة إلا أننا نصادف نفس المشكل ككل سنة.

(1) مقابلة مع السيد عباس محمد رئيس مصلحة الإدارة و الوسائل(مارس 2016)

1-1- مصلحة المستخدمين والتكوين⁽¹⁾ (الموارد البشرية):

تعتبر من أهم المصالح في المديرية نظرا لطبيعة المهام المخولة لها والمتمثلة في تسيير الموارد البشرية، فهي التابعة للأسلاك المشتركة، من بين مهامها:

متابعة المسار المهني للموظف من بداية إلى نهاية التوظيف، انجاز مخطط التسيير و تنفيذ عملياته كتنظيم المسابقات، تسيير ملفات المستخدمين من حيث انجاز قرارات الترخيص، انجازات قرارات التثبيت، انجاز مقررات الترقيات انجاز قرارات العطل المرضية، القيام بالمراسلات الإدارية.

فقد تم استقبالننا من طرف رئيسة مكتب المستخدمين برتبة متصرف- أكثر من 10 سنوات خبرة و التي عرفتنا بكل مصالح المديرية و شرحت لنا طبيعة العمل و الإطار القانوني الذي يسيره، كما زودتنا ببعض الوثائق كالتنظيم الهيكلي للمديرية و عدد عمالها و رتبهم ووظائفهم، كما تعرفنا على طبيعة الاتصال داخل المؤسسة و الذي يتراوح ما بين الاتصال الأفقي و العمودي، كما أجابتنا على معظم الأسئلة التي طرحناها عليها، خاصة فيما يخص انعدام مناصب عمل في الهيكل التنظيمي للمديرية السياحة في تخصص أو برتبة مكلف بالإعلام أو بالعلاقات العامة و التي قد تساهم و تستغل في الترويج الأمثل للسياحة المحلية من خلال رسم إستراتيجية مع مختلف وسائل الاتصال و تسهيل مهام المهتمين بالسياحة بتوفير و نشر و إيصال المعلومة و الخبر عبر تلك القنوات في حينها، حيث عبر ذات المسئول عن مصلحة المستخدمين بأنهم قاموا بإيداع طلبات لدى الوزارة المعنية إلا أنهم لم يتلقوا الرد بالإيجاب على مقترحاتهم و طلباتهم، و حسبته قد يعود ذلك إلى سياسة النقشف، كما أضاف ذات المصدر بأن هناك موظف لدى المديرية في إطار عقود ما قبل التشغيل في تخصص إعلام و اتصال، قد أسندت إليه مهمة المكلف بالإعلام كوظيفة مؤقتة ، و لكن يبقى الناطق الرسمي و المخول إليه التصريح إلى مختلف و سائل الإعلام و الاتصال هو مدير السياحة لوجهران ، أو يفوض رئيس المصلحة لتلك المهمة .

(1) مقابلة مع السيدة رئيس مكتب مصلحة المستخدمين و التكوين (مارس 2016)

2- مصلحة الصناعة التقليدية:

تعتبر أيضا من الأسلاك الخاصة و يرأسها رئيس مصلحة السيد بلقاسم محمد رضا برتبة مفتش برتبة مفتش قسم- أكثر من 20 سنة خبرة - فهذه المصلحة مكلمة للسياحة كواجهة أقرتها الوزارة المعنية من خلال التشريعات التي تنص على تشجيع الصناعة التقليدية حماية للتراث المادي بفرضها على واجهة الفنادق و الوكالات السياحية و الأسفار، كما تعرفنا أكثر على أنواعها و دورها في ترقية و تطوير السياحة المحلية.

فخلال اللقاء الذي جمعنا برئيس مصلحة الصناعة التقليدية، أقر بأن هناك تطور و تغيير فيما يخص الاهتمام بالحرف اليدوية من خلال الإستراتيجية التي تبنتها الدولة من التحفيزات و التسهيلات المالية، و بإصدار تعليمات الموجهة من طرف الوزارة الوصية على هذا القطاع، كإنشاء دار الصناعات التقليدية و الحرف بحي ايسطو بوهران، مهامها دعم و ترقية النشاطات السياحية، و إنشاء غرفة الصناعة التقليدية و الحرف بوسط المدينة التي هي عبارة عن مجمع يحتوي على محلات و مكاتب و تهتم و تحافظ على الصناعة التقليدية كاللباس التقليدي الذي تشتهر به المنطقة مثل البلوزة و المرمة(الحايك) الوهرانية، صناعة الجلود كالمحافظ ، صناعة الفخار، صناعة السيراميك، صناعة التحف التقليدية، صناعة الحلفة ببلدية بوتليليس... و الترويج لها عن طريق إقامة معارض و صالونات، و في موسم الاصطياف أو خلال مايعرف بالسياحة الموسمية ، كما يلزم أصحاب الوكالات السياحية و الأسفار و الفنادق إظهارها على واجهتهم و في بهو الفنادق، كما جاء في تعليمة الوزارة السالفة الذكر، كما تدعمت بصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية، و بهياكل الدعم الخاصة بالدولة كتأسيس غرف الحرف التقليدية، و إنشاء متاحف للصناعة التقليدية، و محلات التي أقرها المرسوم الرئاسي كمحلات الرئيس(100 محل في كل بلدية)، و محلات ذات طابع مهني يضم المهنيين و الحرفيين و مكاتب الدراسات.

كما تطرقنا إلى العراقيل التي مست هذا الكنز من التراث المادي، حيث دعا المكلف بهذه المصلحة إلى تضافر الجهود لتشجيع استهلاك الصناعة التقليدية من خلال غرس ثقافة الشراء لاقتناء الحاجيات، كما يجب دراسة سعر البيع للسلعة المعروضة و أن يتماشى مع المقاييس الخاصة بالحرف و الصناعة التقليدية، كما تطرق إلى عنصر مهم و هو إلزامية تكوين الحرفيين.

مقابلة مع السيد بلقاسم محمد رضا رئيس مصلحة الصناعة التقليدية(مارس 2016)¹

3- مصلحة السياحة:

و يرأسها رئيس مصلحة السيد بوجنان الطيب - أكثر من 14 سنة خبرة- برتبة مفتش⁽¹⁾، فهذه المصلحة تابعة للأسلاك الخاصة، فهي العمود الفقري للسياحة نظرا لتعدد مهامها و نشاطاتها كالإشراف على التحضير لافتتاح موسم الاصطياف من كل سنة مع إعداد حصيلة سنوية للسياحة الموسمية، إلى جانب القيام بخرجات ميدانية كمراقبة نشاط الفنادق، و استقبال ملف الدليل السياحي، و التحضير للمشاركة في الصالونات، بإعداد مطويات تروج للمنتوج السياحي، كما تم سنة 2015 إعداد دليل سياحي و خريطة سياحية لوهـران باللغة الفرنسية ، أما فيما يخص موضوع وراستنا فقد تحصلنا على معظم المعلومات الخاصة بموضوع مذكرتنا من وثائق، نصوص تشريعية، عدد الفنادق، حصيلة موسم الاصطياف لسنة 2015 و احتلالها المرتبة الأولى وطنيا، مع ذكر المشاريع المستقبلية كالتحضير لافتتاح الخط البحري الرابط ما بين ميناء وهران و دائرة عين الترك هذا الصيف، و مؤخرًا قامت مديرية السياحة لوهـران بعقد اتفاقية مع مديرية التكوين المهني و التمهين و مع الوكالة الوطنية للشغل ، بهدف تكوين الجيد للمترشحين و للعمال الدين سيمتهنون الخدمات السياحية كالفندقة و بالتالي الوصول إلى جودة الخدمة، كما تطرق إلى جل العراقيل و المشاكل التي تعيق السير الحسن لعملها، فحسب تصريح رئيس مصلحة السياحة فان مدينة وهران تحتوي على إمكانيات سياحية كبيرة كفنادق 5 نجوم، و التي تساعد في التنويع في السياحة مثل توفرها على سياحة رجال الأعمال، كما أن وهران تتوفر على حظيرة فندقية معتبرة أكثر من 161 فندق⁽²⁾، و من بين المحفزات التي أقرتها الدولة للمستثمرين على مستوى الفنادق بتشجيعهم، فكما زاد تصنيف الفندق من حيث عدد النجوم كلما قلت الضرائب أي كلما تستثمر أكثر تريح أكثر، كما هناك ثمانية 8 مشاريع في قيد الدراسة خاصة بمناطق التوسع السياحي⁽³⁾ ZET و هي (كاب فالكون-الأندلسيات-كاب بلون- مرسى الحجاج- كاب كاريون-كريشتل-عين فراني-مداغ)،وقد حالت بعض المشاريع ولم تعرف النور نظرا لجملة من العراقيل منها هجوم مافيا العقار و البناءات الفوضوية على مناطق التوسع السياحي كالشواطئ و الغابات.

1- مقابلة مع السيد بوجنان الطيب رئيس مصلحة السياحة بمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لوهـران (مارس 2016)

2- أنظر إلى الملحق رقم 6 (قائمة الفنادق إلى غاية مارس 2016)

3- أنظر إلى الملحق رقم 7 (مناطق التوسع السياحي إلى غاية مارس 2016)

و لهذا قامت مديرية السياحة بتشجيع الدوائر مثل أريزو للتصدي لهذه الظاهرة خاصة بما يعرف بسياسة الترحيل أو الحصول على سكن اجتماعي بأي طريقة و لو على حساب التعدي على البيئة و التوسع في المناطق السياحية بطرق غير قانونية التي تشوه المنظر، و للتصدي لذلك يجب تضافر كل الجهود وتهيئة كل الظروف بمرافقة كل القطاعات كمديرية البيئة و مديرية الغابات و مصالح الأمن... و هذا لتحقيق مشروع سياحي بتهيئة كل الظروف بما أن قطاع السياحة قطاع أقي لأنه يتماشى مع جميع القطاعات، فمثلا المنطقة الحموية لعين فراني التي هي في قيد الدراسة من طرف الوزارة و التي عرضت على المجلس الولائي و تمت المصادقة عليها ، كما هناك مشاكل أخرى و نخص بالذكر وجود التناقض ما بين خدمات فنادق 5 نجوم و نوعية الخدمات المقدمة التي هي مطابقة مع المعايير الدولية من حيث التصنيق ، و لكن لا ترقى إلى الخدمة المطلوبة من حيث التطبيق لهذا يجب إعادة تحيين و تأهيل و تكوين العمال حتى نصل إلى جودة الخدمة، كما يعاني المستثمر مع البنوك و وكالات التأمين نظرا للأجندة المحددة و التي لا تساعد في الاستثمار من خلال نسبة الفوائد و تحديد تاريخ ضيق لرد القروض، كما أن عدم استقرار الوزارة على اسم معين مثلا مؤخرا تم تغييرها إلى وزارة التهيئة العمرانية و السياحة و الصناعة التقليدية بعدما كانت وزارة تهيئة الإقليم و البيئة و السياحة، و ما يلاحظ هو وجود الطرف المعني و هو السياحة في المستوى الثاني ، و عدم استمرارية المشاريع فبتعيين وزير خلف لوزير آخر و كل واحد يأتي بسياسة جديدة مختلفة عن سابقتها، هناك مشكل الصرف الخاص بالعملة بحيث أن السائح الأجنبي مجبر على المرور بالأسواق الموازية، ولهذا يجب توجيه السياح للمكاتب الرسمية أو البنوك الخاصة بالصرف، كما يجب إعطاء الأولوية و الامتيازات و التسهيلات الخاصة بالجالية الجزائرية الموجدة في المهجر من خلال تخفيض تذاكر السفر البحري و الجوي، كما أن القوانين الخاصة بالفندقة منها قانون 99-01 غير كافية لتطوير هذا القطاع، بل يجب تحيينها و تكييفها بحسب المستجدات و التغييرات في مختلف الميادين، كما اعتبر نفس المصدر بأن عدد عمال السياحة قليل مقارنة مع ما تحتويه وهران من حيث عدد الفنادق 161 فندق بـ 7602 غرفة و بطاقة الإيواء 14857 سرير، و 33 مطعم مصنّف⁽¹⁾، 34 شاطئ ، كما أن الإمكانيات المادية قليلة جدا من حيث الميزانية التي يجب إعادة النظر فيها، إلى جانب مشكل الدليل السياحي (التكوين اللغات..)

1- أنظر إلى الملحق رقم 8 (قائمة الخاصة بتصنيف المطاعم إلى غاية مارس 2016)

إلى جانب مشكل الترويج الدليل السياحي الذي تم انجازه مؤخرا و هو حبيس الأدرج، لدى يجب توزيعه في المطارات و محطات النقل المختلفة.

و من إستراتيجيات الدولة لتشجيع السياحة هو الاعتماد على الوكالات السياحية و الأسفار و التي عددها 110 وكالة، وقد تم تقسيمها إلى صنف A و B ، فالصنف الأول نشاطه الرئيسي هو جلب السياح الأجانب داخل الوطن ، و نشاطه الثانوي مثل العمرة أو الرحلات الداخلية، و يقدر عدد هذا الصنف بـ 33 وكالة، أما الصنف الثاني فنشاطه الرئيسي تخرج السياح إلى خارج الوطن، و نشاطها الثانوي جلب السياح الأجانب إلى الجزائر، و عدد هذا الصنف بـ 77 وكالة و هدف خلق هذا التصنيف حتى تكون هناك منافسة مثلا الصنف الأول له محفزات كتوفير الحافلات من طرف الدولة كمساعدة لها، و لتنظيم هذه الوكالات فقد فرضت الدولة IATA أو مبلغ الضمان و التي تدعيه الوكالات السياحية كل سنة في الحساب البنكي للوزارة و التي قدرته بـ 200 مليون سنتيم، كما هناك مشروع في أفق سنة 2020 و الذي يتم بالشراكة و التعاون مع الوكالة الوطنية للتنمية السياحية، و الذي من خلاله سيتم تحديد المسالك السياحية لمدينة وهران مع إدخال تقنية GPRS ، إلى جانب العمل على تحقيق الجودة في الخدمات من خلال استحداث مؤخر في ذات المديرية مخطط الجودة ، أما فيما يخص كيفية ترويج مديرية الساحة لوهران للمنتج السياحي عبر مختلف وسائل الاتصال ، فقد أخبرنا بأن يتم عن طريق الصالونات منها الصالون الوطني للسياحة و الذي ينظم في 15 جوان من كل سنة بفندق الميريديان، تنظيم الأبواب المفتوحة لمديرية السياحة في 26/27/28 أفريل 2016 بفندق الميريديان، و تم خلالها عقد اتفاقية ما بين مديرية السياحة لوهران و مديرية التشغيل و مركز التكوين المهني فيما يخص التخصصات المتعلقة مباشرة بالسياحة و الفنادق منها الإيواء و الطبخ و الاستقبال، كما تستعمل الإذاعة من خلال المشاركة في حصص خاصة بموضوع السياحة كالمشاركة في حصة مقهى الصحافة و التي تعرض بالإذاعة الجزائرية لوهران كل خميس ابتداء من الساعة 16 مساء ، أو من خلال تصريح صحفي يتم ايداعه في نشرة الأخبار، كما يتم استعمال و سائل الاتصال الثقيلة خاصة التلفزيون بمختلف قنواته العمومية و الخاصة مثل القنوات التلفزيونية كنال الجيري ، دزاير نيوز، نوميديا ، الباهية TV ، إلى جانب استعمال الندوات الصحفية و الصحافة المكتوبة باختلاف أنواعها مثل جريدة الجمهورية، جريدة الخير، le quotidien d'Oran، كما تستعمل أيضا للترويج للسياحة عن طريق وكالة الأنباء الجزائرية، و الهاتف و الفاكس و المراسلات الإدارية و الدعوات الرسمية ، يعتبر الافتتاح الرسمي لموسم الاصطياف في شهر جوان حدث هام نظرا لاعتماد وهران على السياحة الموسمية الشاطئية و تشير الإحصائيات حسب

مصدرنا، بأن وهران احتلت المرتبة الأولى وطنياً لموسمين متتالين حيث توافد المصطافين في سنة 2015 بأكثر من 24 مليون مصطاف ، إلا أن ما لفت انتباهنا هو وجود عنوان خاص لموقع الأنترنت لمديرية السياحة لوهران لكنه موقوف و ليس في الخدمة . فحسب ذات المصدر ، فكلما كان الجديد فيما يخص القطاع السياحي بوهران إلا تم الإخبار عنه في حينه، و نشره عبر مختلف وسائل الاتصال و الإعلام من طرف المسئول الأول على مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لوهران.

جدول 1 خاص: بحصيلة توافد المصطافين مند سنة 2010 إلى غاية سنة 2015⁽¹⁾

| الرقم | السنة | عدد توافد المصطافين |
|-------|-------|---------------------|
| 01 | 2010 | 4.241.253 |
| 02 | 2011 | 14.000.000 |
| 03 | 2012 | 14.470.080 |
| 04 | 2013 | 12.745.080 |
| 05 | 2014 | 26.687.487 |
| 06 | 2015 | 24.529.620 |

جدول 2 خاص: بعدد (الفنادق - الوكالات السياحية - المطاعم - مناطق التوسع السياحي لسنة 2016)

| الرقم | البيان | العدد |
|-------|-----------------------------|--------|
| 01 | الفنادق | 161 |
| 02 | الغرف | 7602 |
| 03 | سرير | 14.857 |
| 04 | الوكالات السياحية و الأسفار | 110 |
| 05 | المطاعم المصنفة | 33 |
| 06 | مناطق التوسع السياحي | 08 |

مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لوهران/مصلحة السياحة"، مارس 2016

الحظيرة الفندقية لولاية وهران من سنة 2009 إلى غاية سنة 2015⁽¹⁾

| السنة | عدد الفنادق | عدد الغرف | عدد الأسيوة(سرير) | عدد مناصب الشغل المتوقعة |
|-------|-------------|-----------|-------------------|--------------------------|
| 2009 | 133 | 5822 | 11644 | 2047 |
| 2010 | 138 | 6054 | 12108 | 2072 |
| 2011 | 144 | 6572 | 12767 | 2132 |
| 2012 | 145 | 6844 | 13135 | 2819 |
| 2013 | 154 | 7199 | 14021 | 2974 |
| 2014 | 157 | 7359 | 14342 | 3099 |
| 2015 | 160 | 7580 | 14813 | 3500 |

رخص استغلال المؤسسة الفندقية:

طبقا للأحكام:

- 1- القانون رقم 99-01 المؤرخ في 6 جانفي سنة 1999 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة ، لاسيما المادة 52 منه.
 - 2- المرسوم التنفيذي رقم 92-357 المؤرخ في 3 أكتوبر سنة 1992 الذي يحدد صلاحيات وزير السياحة و الصناعة التقليدية.
 - 3- المرسوم التنفيذي رقم 2000-46 المؤرخ في 1 مارس 2000، الذي يعرف المؤسسات الفندقية و يحدد تنظيمها و سيرها و كذا كفيات استغلالها.
- إضافة إلى كل ما سبق فإن ميزانية التسيير لوزارة السياحة التي خصصها "مشروع قانون المالية لسنة 2015 تقدر قيمتها الإجمالية بـ 3.429.022.000 د.ج"⁽²⁾ ، فهي تحتل الرتبة 31 أي ما قبل الأخيرة في الوزارات وهذا يعبر عن واقعها.

1- مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لوهران/"مصلحة السياحة"، مارس 2016

2015-تحديد-نسبة-الضريبة-على-أرباح-الشركات-عند 23-(2)-<http://www.aps.dz/ar/economie/7599>

مطلب 2: المقابلات مع رؤساء المكاتب:**2-1- مكتب مراقبة النشاطات السياحية و الفندقية و الحمامات المعدنية:**⁽¹⁾

تعتبر أيضا من الأسلاك الخاصة وتابعة لمصلحة السياحة تترأسها السيدة رئيس مكتب برتبة مفتش رئيسي، و مكلفة بالوكالات السياحية و الأسفار- أكثر من 17 سنة خبرة - ، فمن خلال إجراء مقابلة معها أطلعنا على القوانين التي تدير الوكالات السياحية والأسفار إلى جانب شرحها لنا لكيفية إنشاء وكالة سياحية ، وقد تحصلنا على الإحصائيات الخاصة بعدد الوكالات السياحية و تصنيفها إلى جانب تحديد نسبة تغطيتها لتلبية حاجيات السياحة الأجانب المرتقبون في أفق سنة 2021 من خلال استضافة وهران لألعاب البحر الأبيض المتوسط ، فحسب ذات المصدر بأن الدولة أعطت دفعا جديدا لقطاع السياحة من خلال إصدار قوانين تنظمها كقانون 99-06 و الذي يحدد القواعد التي تتحكم في الوكالات السياحية و الأسفار، و لكن يبقى الإشكال في التكوين و رسكلة العمال و تحيين معارفهم عن طريق ملتقيات علمية و هذا ما ينقص القطاع مقابل زيادة عدد الوكالات السياحية إلى 110 وكالة⁽²⁾ بصنفيها كما تطرقنا إليها سابقا، إلى جانب عشرات طلبات الخاصة بإنشاء وكالة سياحية و التي تنتظر قبول ملفاتها المودعة على مستوى مديرية السياحة لوهران، أما بخصوص سؤالاتنا حول استحداث تخصصات جديدة في مراكز التكوين المهني تخص الوكالات السياحية لمدة تكوين 18 شهر.

في نفس السياق اعتبرت متحدثنا بأن شرط الخاص بتأسيس وكالة سياحية إما عن طريق شهادة متحصل عليها من طرف المدرسة العليا للسياحة، أما بخصوص الشهادة المتحصل عليه من طرف مراكز التكوين المهني فيجب أن تكون له خبرة 3 سنوات على الأقل كمسير في الميدان السياحي، و تبقى هذه الوكالات في تزايد مستمر و مع اقتراب الحدث المهم لسنة 2021 سيكون لها شأن في استقطاب السياح بشرط تلبية كل احتياجاتها و توفير كل التسهيلات خاصة التشريعية و القانونية.

1- مقابلة مع السيدة رئيس مكتب مراقبة النشاطات السياحية و الفندقية و الحمامات المعدنية (مارس 2016)

2- أنظر إلى الملحق رقم 9 (قائمة الوكالات السياحية و الأسفار إلى غاية مارس 2016)

2-2- مكتب دعم التنمية و إحصاءات السياحة : (1)

تعتبر أيضا من الأسلاك الخاصة وتابعة لمصلحة السياحة تترأسها السيدة رئيس مكتب برتبة مفتش - أكثر من 10 سنوات خبرة - ، فقد زودتنا بعدة إحصائيات حول الحظيرة الفندقية و المراحل التاريخية لمديرية السياحة و حصيلة موسم الاصطياف مند 2010 إلى غاية 2015، إلى جانب قائمة المطاعم المصنفة ، و قائمة الجمعيات الناشطة في المجال السياحي (2) و إعداد قاعدة بيانات خاصة بتحديد مناطق التوسع السياحي، فبتاريخ 2 جوان 2016 (3) تم الإعلان عن الانطلاق الرسمي لموسم الاصطياف 2016 بشاطئ الكتبان ببلدية عين الترك من طرف وزير التهيئة العمرانية و السياحة و الصناعة التقليدية ، حيث أكد الوزير أن قطاعه عرف قفزة نوعية بعاصمة الغرب الجزائري، التي تعززت بالعديد من المرافق و الهياكل و الفضاءات السياحية، من خلال اعتماد أكثر من 100 مشروع سياحي بوهران، التي ستوفر على المدى المتوسط ما لا يقل عن 40 ألف سرير، ستمكنها من توسيع طاقتها الاستيعابية، باعتبار أنها باتت تستقطب السياح من داخل و خارج الوطن، مؤكدا أن وهران ستكون بداية من هذه السنة محل اهتمام العالم، من خلال سياحة الأعمال و المؤتمرات و الملتقيات الدولية، مشيرا هنا إلى الحدث العالمي الذي تتأهب وهران لاحتضان الملتقى الدولي للمنظمة العالمية للسياحة في أكتوبر 2016، كما أشار إلى مدى أهمية الصناعات التقليدية، حيث كشف عن انطلاق أكثر من 1600 مشروع عبر كامل التراب الوطني، على الشريط الساحلي و الهضاب العليا و الصحراء، كما تم وضع الحجر الأساس في وهران لإنجاز مشروع المدرسة الوطنية العليا للسياحة و الفندقية، التابعة لشركة الاستثمار الفندقية، تتوفر على مدرج يتسع ل 160 مقعد بيداغوجي، و يتضمن هذا المشروع المهم ورشات المطبخ و المطاعم و قاعات الدروس و أخرى خاصة بالحصص التطبيقية، و كذا 50 غرفة مزدوجة للطلبة و 6 شقق للأساتذة و 4 غرف بسرير واحد، و مرافق رياضية، و الهدف الأساسي من وراء هذا الحدث ، هو الترويج للسياحة الجزائرية باعتبار أن هذا القطاع بات يشكل أولوية ملحة، و يعول عليه كثيرا من أجل بناء اقتصاد وطني قوي و متنوع خارج المحروقات.

1- مقابلة مع السيدة رئيس مكتب دعم التنمية و إحصاءات السياحة (مارس 2016)

2- أنظر إلى الملحق رقم 10 (قائمة الجمعيات السياحية)

3- زكية كبير/ "عمار غول يشرف على انطلاق موسم الاصطياف من شاطئ الكتبان" ، جريدة الجمهورية، العدد 5893، 4 جوان

2-3- مكتب متابعة الاستثمار و التهيئة السياحية :⁽¹⁾

تعتبر أيضا من الأسلاك الخاصة وتابعة لمصلحة السياحة تترأسها السيدة رئيس مكتب برتبة مهندس رئيسي في السكن و العمران- أكثر من 14 سنة خبرة - فهذه المصلحة تعرف نشاط كبير نظرا لكثرة المستثمرين في قطاع السياحة بفعل القوانين الجديدة التي سنتها الدولة لتشجيع الاستثمار فيها، و منح امتيازات بفعل مخطط الجودة و الاتفاقيات المبرمة التي تمت مابين وزارة السياحة والبنوك المعتمدة لتمويل المشاريع السياحية و قد نصت على بعض الامتيازات

- تمويل المشروع قد يصل إلى نسبة 70% بالنسبة للاستثمارات المتميزة و ذات الأهمية الوطنية
- تمديد مدة تسديد القروض بالنسبة للاستثمارات المتميزة و ذات أهمية وطنية.
- تخفيض نسبة معدل الفائدة المطبقة على القروض البنكية 3% و 4,5% من معدل الفائدة المطبقة على القروض البنكية.
- يتكفل صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة FGAR بضمان تمويل التجهيزات.

ولهذا يجب على مديرية السياحة بإخبار المستثمرين و تزويدهم بالمعلومات و مرافقتهم حتى يتسنى لهم الحصول على هذه التمويلات البنكية في أحسن الظروف ، كما قربتنا من الإجابة على التساؤلات التي تخص المشاريع السياحية المنجزة و المشاريع التي هي في طور الانجاز ونسبة تغطيتها لطلبات السياح ، و عن أهم التشريعات المتعلقة بالاستثمار، فمن خلال أسئلتنا التي تصب على كيفية الترويج للمنتج السياحي ، و ما هي المشاريع المستقبلية فيما يخص الزيادة في الحظيرة الفندقية على المدى المتوسط أو في أفق 2021 مواكبة للحدث الدولي باستقبال عدد كبير من الوفود الأجنبية، و لكن ما يعيق السير الحسن لهذه المصلحة هو قلة عدد العمال مقارنة بطلبات الكبيرة عليها من طرف المستثمرين ، فلا يعقل أن تسير مصلحة الاستثمار بحجم مدينة وهران بعاملين أو ثلاثة على أكثر تقدير .

مقابلة رئيس مكتب متابعة الاستثمار و التهيئة السياحية (مارس 2016)⁽¹⁾

و قبل الإجابة على هذه الأسئلة سنتطرق إلى بعض مهام مصلحة متابعة الاستثمار منها:

1- استقبال المستثمرين الراغبين في الاستثمار السياحي و توجيههم و إعلامهم بجميع النصوص القانونية التي تحكم القطاع لاسيما فيما يخص معايير المؤسسات الفندقية وفقا للمرسوم التنفيذي 2000-130 المؤرخ في 11 جوان 2000.

2- دراسة أولوية لملفات الاستثمار السياحي للتأكد من مدى مراعاة المقاييس الفندقية كذا التأكد من الوثائق المطلوبة و فق للاستمارة المرفقة.

3- الإبداء بآراء المصلحة في كل من:

- مخططات التهيئة و التعمير لولاية و هران P.D.A.U

- مخططات شغل الأراضي P.O.S

- دراسات التأثير على البيئة لكل ملفات الاستثمار مهما كانت طبيعتها .

- دراية ملفات طلبات الاستثمار من خلال لجنة المساعدة على تحديد الموقع و ترقية

الاستثمارات و ضبط العقار C.A.L.P.I-R.E.F كما

أن هذه المصلحة عضو في اللجان التالية:

* اللجنة المختصة في البث في قواعد مطابقة البناءات و إتمام انجازها وفقا إلى ما ينص عليه

القانون 08-15 المؤرخ في 20 جويلية 2008 و الذي يحدد قواعد مطابقة البناءات و إتمام انجازها.

* لجنة الدائرة المكلفة بدراسة قابلية تسليم رخص البناء و التجزئة على مستوى الساحل.

* اللجنة المكلفة بتسليم شهادة المطابقة.

4- المتابعة الميدانية للمشاريع السياحية قصد الاطلاع على مدى التقدم الأشغال المشاريع

السياحية ، و مختلف انشغالات المستثمرين و التأكد من ما مدى احترام المخططات المصادق

عليها و تحسيسهم بضرورة احترام المعايير الفندقية وفقا إلى ما ينص عليه المرسوم التنفيذي

2000-130 المؤرخ في 11 جوان 2000 و كذا معرفة الأسباب التي حالت دون تقدم الأشغال أو

انطلاقها، و قد تم دراسة 64 ملف طلب استثمار سياحي في إطار لجنة الدعم من أجل تحديد و

توعية الاستثمار و ضبط العقار.

من بين أهم العوائق التي حالت دون انطلاق المشاريع السياحية التي نالت الموافقة من طرف مصالحها هي مشكل التمويل و عليه فقد تم إبلاغ أصحابها بالاتفاقيات المبرمة ما بين وزارة السياحة و الصناعة التقليدية مع البنوك و المؤسسات المالية مثل القرض الشعبي الجزائري.

فحسب مصادرها فان المشاريع السياحية الخاصة بالاستثمار السياحي لسنة 2015 و التي تمت المصادقة عليها هي **42 مشروع سياحي** ستعمل على رفع من طاقة الإيواء بـ 6766 سرير و خلق حوالي **1862** منصب شغل.

أما فيما يخص **المشاريع السياحية المنجزة** فقد تم تسليم أربع رخص استغلال لأربعة مشاريع سياحية انتهت بها الأشغال بصفة نهائية أما المشروعين الآخرين فان صاحبهما بصدد تشكيل ملف رخصة استغلال و بالتالي فإن عدد المشاريع السياحية التي دعمت الحظيرة الفندقية سنة 2015 هي **6** مشاريع بطاقة إيواء تقدر بـ **392** سرير و ستعمل على إحداث **303** منصب شغل.

أما فيما يخص **عدد المشاريع المحصاة و التي هي في طور الانجاز** تقدر بـ **48** مشروع سياحي ، و بطاقة إيواء **6895** سرير ستعمل على خلق **1572** منصب شغل، كما نلفت الانتباه أن 24 مشروع سياحي قد تجاوزت نسبة تقدم الأشغال 50 %.

أما فيما يتعلق **بالمشاريع المتوقفة** فقد تم إحصاء 15 مشروع متوقف بطاقة إيواء 1382 سرير، و تخلق 524 منصب شغل محتمل.

أما فيما يتعلق **بالمشاريع التي لم تنطلق** بعد بولاية وهران 35 مشروع سياحي بطاقة إيواء تقدر بـ 5656 سرير، و توفر 1036 منصب عمل.

ومن جهة أخرى فقد تم السنة الماضية تنظيم يوما دراسيا حول دور الاستثمار السياحي في التنمية المحلية و هذا بحضور العديد من الفاعلين من القطاع منهم المدير المركزي للاستثمار والمدير العام للصناعة التقليدية والمدير العام للصناعة و عدة نشطاء و هذا لإعطاء دفعا قويا لقطاع السياحة بولاية وهران الذي عرف مؤخرا انتعاشا حقيقيا خاصة في انجاز المؤسسات الفندقية وهذا يسمح للتحضير الجيد للألعاب البحر المتوسط التي ستتظم بوهران سنة 2021.

مطلب 3: تصريحات مدير السياحة لوسائل الاتصال حول الترويج للمنتج السياحي لوهران:

أما فيما يخص المقابلة المباشرة مع مدير السياحة و الصناعة التقليدية لوهران السيد "بلعباس قايم بن عمر" ، فقد تعذر علينا ذلك، و لكن تحصلنا بعض المعلومات من خلال بحثنا في التصريحات عبر مختلف وسائل الاتصال و نخص بالذكر الصحافة المكتوبة كجريدة الجمهورية " فقد أكد مدير للسياحة لوهران أن دراسة الملفات المتعلقة بالحصول على مشروع سياحي بوهران لن يتجاوز أسبوعين" ⁽¹⁾ ، طبقا لتعليمات الوزارة الوصية التي أقرت على فتح مجال الاستثمار للخوادم مع وضع جميع التسهيلات لتقريبهم من الإدارة ، وقد تم تطبيق هذا الإجراء الجديد المتعلق بتخفيف من وثائق ملف الحصول على أي مشروع سياحي إذ حاليا أصبح الملف المقدم للمديرية يقتصر فقط على 3 وثائق لا غير منها عقد الملكية و طلب زيادة على مخططات هندسية للمشروع المراد إنجازها، و تأتي هذه السياسة المتبعة من قبل القطاع من أجل تطوير وتنويع المجال لاسيما في إنجاز المؤسسات الفندقية كما أكد ذات المسئول أن ولاية وهران مقبلة على احتضان ألعاب البحر الأبيض المتوسط و عليه من المنتظر أن يتوافد على عاصمة الغرب الجزائري العديد من الشخصيات من دول العالم، لهذا فالمؤسسات الفندقية ستكون في الواجهة الأولى و تحظى باهتمام كبير من قبل الوزارة الوصية ، و بتاريخ " 26 مارس 2016 نظمت مديرية السياحة الأبواب المفتوحة بفندق الميريديان حول مهن الفندقية و السياحة في طبعها الأولى" ⁽²⁾، و هذا لتغطية العجز المسجل في العامل البشري المشرف على الهياكل الفندقية و إعادة توجيه الشباب على التكوين، كما سيتم إنجاز مشروع مدرسة الفندقية، و مشروع مركز التكوين في السياحة و الفندقية في إطار تطوير القطاع، فهذه الخطوات الأولى من شأنها أن تمكن من خلق التوازن بين الهياكل الفندقية و العامل البشري الذي يقدم الخدمة، كما تم في إطار التظاهرة إبرام اتفاقية تعاون بين مديرية التكوين المهني، و التشغيل، و السياحة تنص على التنسيق و العمل لتطوير قطاع السياحة و تقديم الخدمات المطلوبة في مجال الفندقية، حيث أفاد مدير السياحة أن التظاهرة جاءت نظرا للديناميكية التي تعرفها وهران في مجال الفندقية و الاهتمام بإعطاء مقاييس للتحضير لألعاب البحر المتوسط لتكوين مؤسسات فندقية ب 3 و 4 و 5 نجوم توافق الخدمة المقدمة للزبون.

1- أمينة م/ "تحضيرا لاحتضان ألعاب البحر المتوسط مشاريع لانجاز 300 مؤسسة فندقية" ، جريدة الجمهورية، العدد 5699،

20 أكتوبر 2015، ص 4 .

2- حيوية. ت/ "انطلاق الطبعة الأولى للأبواب المفتوحة لمهن الفندقية" ، جريدة الجمهورية، العدد 5835، 27 مارس 2016، ص

وهذا يعتبر كإستراتيجية للترويج للمنتج السياحي عن طريق تنظيم الأبواب المفتوحة بتوزيع مطويات ترويجية و توزيع حاملات للوثائق تحمل المعلومات الخاصة بمديرية السياحة لوهران .

و كذلك تحصلنا على معلومات جديدة تخص بحثنا وهذا عن طريق المقابلة التلفزيونية مع قناة دزاير نيوز في حصة لقاء للإعلامي جمال معافة و التي تم بثها بتاريخ 15 ماي 2016 على الساعة 21:00 بنفس القناة و التي استضافت والي ولاية وهران و المدراء التنفيذيين ومنهم المدير الولائي للسياحة حيث كان موضوعها عن واقع و آفاق التنمية و الاستثمار في وهران في ظل التحديات المستقبلية، و في هذا السياق فقد صرح "مدير السياحة لوهران لقناة دزاير نيوز" ⁽¹⁾ بأنهم يقوموا بدراسات إعداد مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع السياحي الموجودة بإقليم ولاية وهران و التي عددها ثمانية (8) مناطق توسع سياحي و التي تعطينا 92 مشروع سياحي الذي يوفر لنا طاقة الإيواء تقدر بـ 14303 من عدد الأسرة ، ويوفر لنا 7583 منصب عمل مباشر، إضافة إلى مشاريع سياحية في قيد الانجاز و عددها 101 مشروع بطاقة إيواء تقدر بـ 13675 سرير و توفر لنا 3444 منصب عمل مباشر، كما تسخر وهران بحظيرة فندقية تقدر بـ 161 مؤسسة فندقية مختلفة التصنيف من 1 نجمة إلى 5 نجوم، و توفر لنا 14937 سرير 3403 منصب عمل مباشر .

و لترقية السياحة في وهران تم إنشاء مركز الاستثمار الذي يساهم في إنعاش السياحة الحموية و العلاجية و هو المركز الخاص بمعالجة بمياه البحر بالأندلسيات و الذي سيعرف النور في شهر جويلية 2016 ، و يعتبر الأول على مستوى المنطقة حيث يتربع على مساحة تقدر بـ 5000 م² ، و يساهم في توفير 80 منصب شغل، و تقدر طاقة استيعابه بـ 200 زبون يوميا .

1- جمال معافة/ "حصة لقاء، واقع وآفاق التنمية و الاستثمار في وهران"، الجزء 2 ، قناة دزاير نيوز، 14/05/2016، من دقيقة 20 إلى دقيقة 22

رابط الحصة <https://www.youtube.com/watch?v=QF1wbY3gbRw>

ومن خلال آخر تصريح لوزير السياحة خلال زيارته العمل و التفقد إلى مدينة و هران يوم 2 جوان 2016 كما أشرت إليه سابقا ، حيث تم وضع الحجر الأساس في وهران لإنجاز مشروع المدرسة الوطنية العليا للسياحة و الفنادق، أكد بأن وهران ستنظم مؤتمرات و ملتقيات دولية تخص سياحة الأعمال في الأيام القليلة المقبلة، كما ستتشرف باحتضان الملتقى الدولي للمنظمة العالمية للسياحة في أكتوبر 2016.

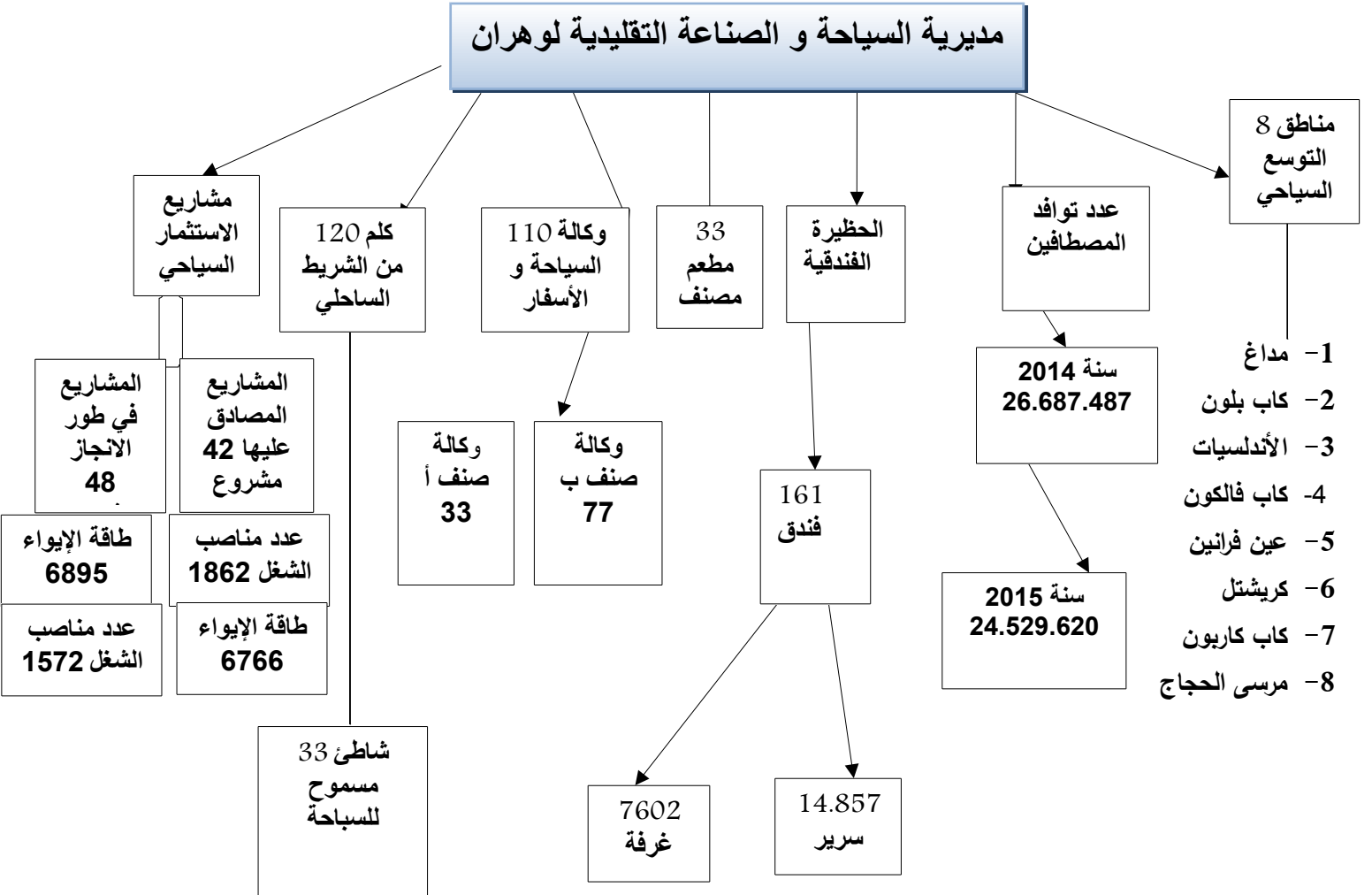
كما صرح مدير الولائي للسياحة لوهران لإذاعة الجزائرية بوهران (BAHIA FM) مع الإعلان و الافتتاح الرسمي للانطلاق موسم الاصطياف 2016 بأن وزارة الداخلية أقرت مجانية الشواطئ و الذي يحدده القانون، و لضمان السير الحسن لهذا القرار ستقوم مديرية السياحة لوهران باستحداث منصب عمل برتبة متصرف يكون المسئول على المراقبة الميدانية لتلك القرارات.

إذن كل هذه التصريحات المسجلة لمدير السياحة و الصناعة التقليدية لولاية وهران، تصب في الترويج للمنتجات السياحية باستعمال بعض وسائل الاتصال، كتتظيم الصالونات و الأبواب المفتوحة و الترويج عبر المحطة الإذاعية و القنوات التلفزيونية و الصحافة المكتوبة و وكالة الأنباء الجزائرية و عن طريق البريد الالكتروني و غيرها والتي ستساهم حتما و لو بقسط قليل للترويج للخدمات السياحية في رسم إستراتيجية على المدى المتوسط من خلال استضافة وهران للألعاب البحر الأبيض المتوسط لسنة 2021، في شبه غياب لاستعمال الاتصال الفعال و المؤثر و الذي لا غنى عليه في الوقت الراهن وهو الأنترنت

و للإشارة فقط فمديرية السياحة لوهران مخصصة نصف يوم في الأسبوع لاستقبال المواطنين من طرف مدير السياحة قصد الاستماع إلى انشغالاتهم و الإجابة على تساؤلاتهم ، كما تم وضع في المكان المخصص للاستقبال بذات المديرية سجل خاص بتدوين التظلمات و الاقتراحات من طرف المواطنين.

المبحث الثاني: حصيلة نشاطات مديرية السياحة لوجهران و تحليل المقابلات مهامها

1- مخطط ملخص خاص بحصيلة نشاطات مديرية السياحة لوجهران (مارس 2016)



2- تحليل المقابلات:

فمن خلال الجدول الخاص بالسّمات العامة للموظفين يتضح لنا أن أغلب المبحوثين الذين تمت مقابلتهم وهم سبعة (7) ينقسمون إلى ثلاثة ذكور و أربعة إناث، أما من حيث طلبنا الخاص بالتصريح بأسماءهم فكان هناك تحفظ من طرف الإناث و لهذا لم نقم بإدراج أسمائهن و هذا للأمانة العلمية، أما من حيث المستوى الدراسي فمعظمهم متحصلون على شهادة ليسانس و لكن في تخصصات مختلفة و ما يلاحظ أن تخصص العلمي الخاص بالعلوم الاقتصادية هو المسيطر و هي تابعة للأسلاك الخاصة، أما فيما يخص التخصصات التقنية فنجد منصب واحد خاص بمهندس دولة في العمران، أما التخصص الأدبي فيوجد منصب واحد خاص بالعلوم السياسية ، فهذا التنوع حدده قانون الوظيفة العمومية الخاص بالمسابقات على أساس الاختبار أو على أساس الشهادة من خلال شهادة المعادلة التي أقرها ، أما من حيث الرتبة فند رتبة مفتش في السياحة بكثرة أي أربعة مفتشون في السياحة تم تأتي في المرتبة الثانية الأسلاك العامة الخاصة برتبة متصرف بمنصبين تم الرتبة الأخيرة مهندس دولة في السكن و العمران بمنصب واحد، أما من حيث الوظيفة العليا فنلاحظ أن الوظائف الخاصة برؤساء المصالح سواء رئيس مصلحة الإدارة و الوسائل، أو رئيس مصلحة السياحة، أو رئيس مصلحة الصناعة التقليدية ، تسير من طرف الذكور أما ما تبقى فهن رؤساء مكاتب بوظيفة و مسئولية أقل، أما من حيث السن فيتراوح ما بين 33 سنة و 48 سنة، أما من حيث الخبرة فهي مهمة جدا و معتبرة، فهي تتراوح ما بين عشرة (10) سنوات إلى عشرين (20) سنة، وهذه التجربة و الخبرة المهنية مفيدة للمنظمة بحجم مديرية السياحة لوجهران أما من حيث الحالة المدنية للمبحوثين فأغلبهم متزوجين، كما أنني لم أتمكن من تحديد و ضبط المدة الزمنية لكل مقابلة لأنها كانت متقطعة، فهناك بعض المصالح تمت مقابلتهم مرة واحدة و هناك مصالح أخرى تمت مقابلتهم عدة مرات.

أما فيما يخص الملاحظات المسجلة خلال إجابة المبحوثين على الأسئلة الخاصة بدليل المقابلة و التي يمكن أن نحصرها في ما يلي:

1- لم نتلقى أي صعوبات في الإجابة على الأسئلة الخاصة بشخصيتهم و بالمؤسسة التي يعملون بها، فقد تحصلنا على معلومات خاصة بهؤلاء المبحوثين أو من حيث سيرتهم الذاتية و المصالح التي يشرفون عليها، و تجربتهم المهنية التي كانت مليئة بالأحداث و عايشت معظم التغيرات من

ولاية و مدراء للسياحة و مسئولين تنفيذيين لوهران و وزراء للوصاية الخاصة بقطاع السياحة و ما أكثرهم، أما من حيث التعريف الخاص بمديرية السياحة لوهران فقد أجمع كل المبحوثين على مفهوم شامل و موحد و الذي يحدده القانون ، و لكن اختلفت المعلومات و الإحصائيات بحسب سلم الرتب الذي يحددها القانون و طبيعة الاتصال العمودي من رؤساء المصالح رؤساء المكاتب ، و بحسب تخصصات المصالح الذي يحددها التنظيم الهيكلي للمديرية فمثلا مصلحة الإدارة و الوسائل تتكلم أكثر عن الإمكانيات المادية و كل ما يخص المالية و الميزانية، و لكن اختلفت المعلومات بحسب التخصصات، أما مصلحة السياحة فتحصلنا على معلومات و أرقام تخص الحظيرة الفندقية على سبيل المثال لا الحصر.

2- أما من حيث السؤال الخاص بدوافع العمل بهذه المؤسسة فقد تراوح ما بين حب مهنة السياحة و لكن بنسبة قليلة، و ما بين الحاجة و ما أكثرها التي تدفع المتخرجين من الجامعة بشهادات إلى طلب العمل في أي منصب بحثا عن الاستقرار و لتأمين المستقبل في منصب عمل دائم و براتب شهري يضمن يحفظ لك كرامتك.

3- أما من حيث المشاكل و العراقيل التي تواجهها مديرية السياحة فقد أشرنا إليها في مقابلات المبحوثين و التي تم تدوينها و هي تختلف باختلاف المصالح و لكن كلها تصب في قطاع السياحة من النقص الفاضح في التعداد العمال و في عدم توازن المصالح من حيث عدد العمال و تجميد الترقيّة الخاصة بالرتب العليا مثل مفتش رئيسي، و نقص في التخصصات، إلى جانب الميزانية السنوية القليلة جدا و قدم التشريعات ، كما أن العامل يعاني من الراتب الشهري الزهيد و الذي لا يلبي كل احتياجاته خاصة الإطارات، وهذا ينعكس سلبا على المردودية.

4- أما السؤال الخاص بواقع و مستقبل السياحة بوهران فحسب المستجوبون بأنهم متشائمون نظرا لعدم و جود إرادة سياسية جادة تتماشى مع الإمكانيات و المقومات التي تسخر بها مدينة وهران، و نظرا للحلول الترقيعية و سياسة البريكولاج التي ينتهجها المسئولين عليه فمثلا الباهية تعتمد فقط على سياحة الموسمية الخاصة بموسم الاصطياف و لا يوجد تنوع في العروض السياحية بالرغم ما تملكه وهران من عناصر الجذب السياحي كالسياحة الجبلية و الرياضية.. فهي كالشجرة التي تغطي الغابة ، كما اعتبر آخرون أن نقص القوانين و التشريعات و قدمه أعاققت تطور السياحة و

أن وجدت فهي مجمدة مثلا القرار الخاص بمجانية الشواطئ و لكن الواقع يثبت عكس ذلك و أمام مرأى السلطات و المنتخبين و مصالح الأمن و رجال الإعلام.

5- أما فيما يخص السؤال الخاص بالحدث المتمثل في استضافة وهران لألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021، فقد تفاجئنا من بعض الإجابات حتى بعضهم لم يكن يعلم بأن وهران مقبلة على هذه التظاهرة الدولية، و البعض الآخر لم يجد ما يقول، أما آخرون فيعتبرون بأن التحدي كبير خاصة في قطاعهم لأنهم ملزمون بمضاعفة الجهد لتوفير طاقة إيواء تشمل الحظيرة الفندقية لكل الفئات باختلاف تصنيفاتها ، وهم عازمون على إعطاء صورة ايجابية للجزائر بصفة عامة و لعاصمة الغرب الجزائري بصفة خاصة ولكن بشرط مع رسم خطة و إستراتيجية واضحة المعالم على المدى المتوسط و مع توفير كل الإمكانيات البشرية و المادية و التقنية و التشريعية.

6- أما السؤال الخاص بالمقومات و الإمكانيات التي ساهمت في قبول ملف ترشح وهران، فقد اعتبر رئيس مصلحة السياحة بأنه لا يختلف اثنان عن الإمكانيات و عناصر الجذب السياحي من موقع جغرافي و إمكانيات طبيعية و مادية و تاريخية و ثقافية بانفتاحها على العالم الخارجي فهي محطة لالتقاء الثقافات و تعايش الحضارات لربما هي التي صنعت الفارق نظرا للإستراتيجية التي تسعى من خلالها الدولة أن تكون المدينة المتروبولية كقطب سياحي بامتياز نظرا لكونها القبلة الأولى للسياح و الإحصائيات موسم الاصطياف للسنة الماضية تثبت ذلك، ونفس التوجه سار عليه رئيس مكتب الاستثمار وترجمت أقواله إلى المشاريع التي هي في قيد الانجاز بأكثر من 100 مشروع و توفر عدد لا يستهان به من الأسرة و الغرف.

7- من خلال هذا السؤال دخلنا في صلب الموضوع و تحصلنا على إجابات متقاربة لكن غير مفصلة لعدم وجود وظيفة خاصة بالمكلف بالاتصال، فمنهم ما زال فكره سائد بالترويج عبر ووسائل الاتصال التقليدية كالصحافة المكتوبة، أما بالنسبة لرئيس مصلحة الصناعة التقليدية يرى بأن الترويج الأمثل يمر عبر الملتقيات و الأبواب المفتوحة و الصالونات التي تقوم مديرية السياحة بتنظيمها كل سنة و فيها يتم تغطية الحدث من طرف وسائل الإعلام و الاتصال باختلاف أنواعها نظرا لانعقاد ندوات صحفية خاصة بهذه التظاهرة مباشرة، أما رئيس مصلحة السياحة فأكد على أن مديرية السياحة لوهران تتعامل مع كل وسائل الاتصال بدون استثناء، و فيما يخص الترويج للمنتج السياحي الخاص بالمنطقة و باستغلال الألعاب المتوسطية أكد لنا بأن كلما يكون هناك حدث جديد

كبرمجة الافتتاح الرسمي لموسم الاصطياف يتم فيه إعلام وسائل الاتصال عبر الهاتف و الفاكس و إرسال الدعوات لبعض المستثمرين و رجال الأعمال و المدراء التنفيذيين، كما تستعمل البريد الالكتروني لطلب تغطية إعلامية للصحافة المكتوبة و وكالة الأنباء الجزائرية، و بعض القنوات التلفزيونية و الإذاعة الجوارية الباهية ، أما فيما يخص إهمال تكنولوجيا الاتصال الحديثة خاصة الأنترنت و وسائل التواصل الاجتماعي كالفيسبوك، فجزم أن المشكل يكمن في نقص تعداد العمال و عدم وجو مختص مهندس مختص في الإعلام الآلي يعمل على تطوير وتحسين موقع الأنترنت الخاص بالمديرية و من جهة أخرى فهذا الموقع موقوف و بحسب رئيس مصلحة الإدارة و الوسائل فان نقص الميزانية حال دون حل هذا الإشكال و أكد بأنه كل مرة يقوم بطلبات على مستوى الوزارة الوصية و لكن لا حياة لمن تتادي، فلا يعقل أن نهمل عنصر حيوي و فعال و لا يمكن الاستغناء عنه للترويج للسياحة لأن الأنترنت حتمية فرضت نفسها في ظل عولمة الاتصال .

8- تكملة لما سبق من خلال الشق المكمل للسؤال السابق الخاص بكيفية مساهمة تكنولوجيا الاتصال في الترويج للمنتج السياحي باستغلال هذه التظاهرة ، فيرى بأن الحدث ما زال جديد ولكن سيتم الاعتماد على الوسائل الاتصال التي أسلفنا ذكرها و التي ستساهم حتما في الترويج للمنتج السياحي ، و سنحاول أن نلقى الحلول الخاصة في تأسيس قاعدة بيانات و معطيات للموقع الأنترنت الخاص بمديرية السياحة بتضافر كل الجهود مع و جود إرادة و جدية فوقية على مستوى الوزارة المعنية لأنها مصدر الميزانية السنوية و المورد الأساسي لذات المنظمة.

9- و عن الإستراتيجية الاتصالية التي تم إعدادها للترويج للمنتج السياحي في ظل الألعاب المتوسطية ، فحسب متحدثنا فان مديرية السياحة التابعة للقطاع العمومي هي غير مستقلة و بالتالي تنتظر ما يأتيها من الوزارة في هذا الخصوص من حيث الزيادة في اليد العاملة المتخصصة و فتح مجال التكوين للعمال، و لكن تبقى بعيدة عن كل التطلعات و لهذا سيتم الاعتماد على الوسائل التي تم ذكرها إضافة إلى الدليل السياحية و الخريطة السياحية التي تم إعدادها من طرف مديرية السياحة لوجهران في سنة 2015 كما تسعى في المستقبل القريب إلى الانتهاء من تحديد المسالك السياحية في مدينة وهران باستعمال تقنية GPRS الذي هو كمشروع مستقبلي في قيد الوراثة، و هذا سبق لم يتم الإعلان عنه عبر وسائل الاتصال.

10- أما فيما يخص آخر سؤال و الخاص بالنقائص التي يعاني منها الترويج السياحي للحدث المستقبلي الخاص بألعاب المتوسطية في مطلع سنة 2021 على مستوى مديرية السياحة لوهران، فلم نجد الإجابة الكافية فبعض المصالح بحكم أن هذا الحدث رياضي بالدرجة الأولى ذات أبعاد سياحية لازال في بدايته و لم يحن الأوان بعد للتحضير له كما ينبغي، و لكن هذا لا يمنع فوجود انتعاش على مستوى الاستثمار في السياحة بحكم القوانين التي تشجع ذلك وقد ذكرنا هذه النقطة بالتفصيل حسب المعلومات التي أطلعنا عليها رئيس مكتب متابعة الاستثمار.

نشير إلى أنه تعذر علينا مقابلة مدير السياحة لوهران، و لربما كنا قد نحصل على معلومات و معطيات قد تغير أو تعزز و تثبت نتائج بحثنا.

3- استنتاجات و توصيات:

استنتاجات:

من خلال الدراسة النظرية و التطبيقية وتحليل البيانات المتحصل عليها في المقابلات و المتعلقة بموضوع إشكاليتنا و بحثنا، تبين لنا عدد من النتائج المتعلقة بالترويج للمنتج السياحي و مختلف العروض و الخدمات باستعمال وسائل الاتصال من طرف مديرية سياحة لـوهران و استغلال الحدث الدولي الخاص باستضافة وهران لألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021، فقد خرجنا بالنتائج التالية:

1- لقد تم استعراض مفهوم السياحة بأوجهها المختلفة الاقتصادية، الاجتماعية، الترفيهية و باعتبار أهميتها الثقافية و الحضارية و التوقف على تعريفها ، و عرض نبذة تاريخية عن أثارها و مقوماتها مع ذكر أنواعها و أهميتها، و تم إيراد دور تكنولوجيا الاتصال للترويج للمنتج السياحي من خلال مديرية السياحة لـوهران و ألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021

2- تعتبر السياحة كنشاط قديم نشأ منذ أن بدأ الإنسان ينظر و يتدبر ليرى أن احتياجاته في المكان الدائم الذي يقيم فيه، لا تشبعها الإمكانيات المتوفرة بهذا المكان لدى بدأ في التنقل من مكان لآخر.

3- أساس التنمية و التطور و الرقي في العصر الحديث مرتبط بالسياحية ، نظرا لدورها الفعال، حيث أصبحت السياحة قطاعاً هاماً و كبيراً بالنسبة لاقتصاديات الدول كما أنها تتنافس مع الدول الأخرى لإبراز مفا تن بلدانها والترويج والتسويق لها من كافة الوجوه، بغية جذب السائحين إليها.

4- أصبحت السياحة صناعة مربحة نظرا لما توفره من فرص لخلق الثروة و التخفيف من حدة الكثير من المشاكل و الأزمات الاقتصادية، فقد أصبحت ضرورة لا مفر منها و كبديل لثروة الزائلة، و أصبح لها دور أساسيا في التنمية الاقتصادية فهي تعتبر عاملا أساسيا للدخل الوطني لكثير من الدول، كما تساهم في التنمية الاجتماعية، و الثقافية و التكامل مع مختلف القطاعات الحيوية.

5- بما أن السياحة ذلك الكل المركب من عديد النشاطات تتمحور أساسها في المقومات و الإمكانيات السياحية، و تعد الجزائر من بين أكبر البلدان في إفريقيا، و أكثرها تنوعا من حيث عناصر الجذب السياحي ، لكنها لم ترقى بعد إلى الإمكانيات التي وهبها الله بها، و لكن لم تستغل تلك المقومات أحسن استغلال، و تصنف من بين الدول الأقل جذبا للسياح محليا وعالميا.

6 - وهران مدينة متفتحة على العالم الخارجي و فيها تعايش كل الأجناس فهي تجمع بين الأصالة و المعاصرة فتاريخها و معالمها تروي تعاقب الحضارات عليها ، فهذه الخلفية التاريخية سر نجاح هذه المدينة التي تمتلك كل مقومات النجاح في السياحة ، فالباهية ما هي إلا محطة لالتقاء و تبادل الثقافات و عادت إلى مكانها الحقيقي من خلال إنصاف التاريخ لها، و ما هي إلا عينة مصغرة على ما تسخر به الجزائر من مقومات سياحية عبر ربوع الوطن كالصحراء.

7- تعتبر مدينة وهران نموذجا المثالي للترويج للسياحة و قاطرة الولايات في الجزائر، نظرا لما تملكه من مقومات سياحية كبيرة، و نظرا لحصيلتها الايجابية من حيث عدد توافد السياح إليها خلال موسم الاصطياف الماضي بأكثر من 24 مليون سائح و احتلالها المرتبة الأولى وطنيا لموسمين متتاليين، فهي الرهان المشروع لرفع التحدي من أجل إعادة الاعتبار لهذا القطاع باستغلال الأحداث و التظاهرات الإقليمية و العالمية كاستضافتها لألعاب البحر الأبيض المتوسط سنة 2021، و تسعى مديرية السياحة لوهران من خلالها للترويج للمنتج السياحة الداخلية باستعمال تكنولوجيا الاتصال و استغلال كل الإمكانيات و عناصر الجذب السياحي التي تتميز بها المدينة الساحرة المتروبولية، حتى تصل إلى تطلعات السياح بكسب ثقتهم وتحقيق إرضاء رغباتهم.

8- تبين من دراستنا أن جهود التنمية و تطوير السياحة باستغلال الإمكانيات السياحية، من طرف المسؤولين على هذا القطاع من خلال مديرية السياحة لوهران تواجهها الكثير من النقائص و العراقيل من حيث قلة الإمكانيات المادية و البشرية كمحدودية الميزانية و عدم مراعاة في تقسيمها معايير تخص الأهمية الاقتصادية للولاية و عدد سكانها و عدد هياكلها السياحية إلى غير ذلك، فمن غير المعقول أن تتساوى ميزانية ولاية أدرار مع ولاية وهران مثلا، إلى جانب قدم التشريعات المعمول بها و عدم تحيينها مثل قانون الوظيفة العمومية الذي تعدى 10 سنوات و عدم تكيفه مع المستجدات كعدم وجود شهادة مطابقة تخص المتخرجين من الجامعة في النظام الجديد LMD" كما د" لربما أعطت دفعا و إضافة جديدة لهذا القطاع خاصة من حيث التكوين المتخصص ، كما

هناك نقص في التعداد البشري فلا يعقل أن يسير قطاع حيوي كهذا بـ 37 عامل بحجم ولاية وهران التي تضم أكثر من 1,8 مليون نسمة و هياكل سياحية ضخمة، يستحيل أن تحقق أهدافها، إلا أن جهود الترويج تبقى بعيدة عن التطلعات نظرا للاستعمال المحدود لوسائل الاتصال كتتظيم الصالونات و الأبواب المفتوحة و الترويج عبر بعض القنوات التلفزيونية و الإذاعة و الصحافة المكتوبة و البريد الالكتروني، و لكن عدم الاستغلال الأمثل لتكنولوجيا الاتصال خاصة بإهمال عنصر مهم و فعال في الترويج المعاصر و هو عدم الاعتماد على الأنترنات، فمثلا يوجد موقع خاص بمديرية السياحة لوهران على شبكة المعلومات الدولية و لكنه موقف مؤقتا، و إهمال السياحة الترويجية عبر المواقع الافتراضية و مواقع التواصل الاجتماعي و التي تعتبر عند الدول الرائدة العنصر الأساسي و الفعال من حيث الترويج و الذي من خلالها يتم تصفح العروض السياحية و قيام بالحجز التذاكر عبر مختلف وسائل النقل و هنا يتجلى أهمية الاتصال الالكتروني من خلال اختصار المسافات و ربح الوقت و الجهد و التكلفة، حيث بعض المواقع العالمية أسست سياحة افتراضية لبعض المتاحف و الفنادق الفخمة عبر العالم.

9.- تتوفر وهران على حظيرة فندقية معتبرة بـ 161 فندق، لكنها تبقى غير كافية مقارنة بالأهمية الكبرى لوهران و التحديات و الأجندة المبرمجة من أحداث و تظاهرات دولية، لذلك تسعى لتطوير و تعزيز المشاريع في هذا المجال من خلال تشجيع الاستثمار قصد تغطية النقص و العجز المسجل على مستوى المنشآت برفع من طاقة الإيواء و خلق فضاءات جديدة، فكل استثمار جديد يولد عنه إنفاق جديد فينشئ دخلا جديدا، فالاستثمار في إنشاء المشاريع السياحية مثل الفنادق و قرى السياحة و المنتجعات الشاطئية و مدن الألعاب الترفيهية، و الإنفاق على مشروعات للبنى الأساسية ومرافق الخدمات العامة، و هذا الإنفاق يؤدي إلى تنشيط الحركة الاقتصادية و كمدخول للأفراد و المقاولين و غيرهم، مثل المشروع الخاص بالسياحة العلاجية بمياه البحر بشاطئ الأندلسيات و الذي سبق ذكره، إلى جانب تشجيع النقل البحري من خلال خلق مسار لنقل المواطنين يربط وهران بدائرة عين ترك و الذي سيدشن رسميا في شهر جويلية 2016، فبالرغم القوانين المتعلقة بالاستثمار التي أقرتها الدولة من حيث تمويل المشروع ذات أهمية كبرى قد تصل إلى 70%، إلى جانب تقليص من حجم الوثائق و تقليص وقت دراسة ملف المستثمر إلى أسبوعين، ولكن يرجع جانب من عدم إقدام المستثمرين على الدخول في النشاط السياحي الداخلي

إلى عدم تهيئة المناخ الملائم للترويج الأمثل للأماكن السياحية الجاذبة و المؤثرة على النشاط السياحي.

10- يقوم المشرف على الاتصال بدور رئيسي في الترويج للإمكانيات و المقومات السياحية للمنطقة، لكن لعدم وجود وظيفة تخص المكلف بالاتصال أو بالعلاقات العامة على مستوى مديرية السياحة حالت دون تحقيق هذا .

11- تعتبر تكنولوجيا الاتصال همزة وصل و حلقة ثابتة ما بين مديرية السياحة و السياح المرتقبون.

12- اهتمامها بالتكوين الموارد البشرية من خلال الاتفاقيات التي أبرمتها مؤخرا مديرية السياحة لوهران مع مديرية الشغل و مراكز التكوين المهني حتى تصل إلى الجودة في تكوين اليد العاملة المؤهلة في عدة اختصاصات كالاستقبال و الطبخ و الفندقية، و الوكالات السياحية، إلى جانب وضع الحجر الأساس لإنشاء مدرسة عليا للسياحة بوهران.

13- عدم اهتمام الكبير للمنظمات التابعة للقطاع العام للترويج للسياحة، نظرا لخصوصيتها و طبيعتها بانتمائها إلى القطاع التابع للدولة و بالتالي تعمل أو لا تعمل فميزانيتها السنوية مضمونة من طرف الوزارة الوصية، إلى جانب إهمالها للوسائل الاتصال الترويجية المعاصرة، و الاعتماد على الإستراتيجية التقليدية في الترويج للمنتج السياحي وعدم معاصرتها و تكيفها مع الحداثة.

14- مديرية السياحة كمؤسسة عمومية لا يمكنها أن تلبي كل الطلبات و الرغبات، و لا يمكنها أن تؤدي دورها على أحسن وجه فيما يخص الترويج للمنتجات السياحية نظرا لإمكانياتها المحدودة، سواء من حيث تعداد العمال الذي هو قليل جدا، أو من حيث الميزانية التي هي محدودة و بعيدة كل البعد على ما تسموا إليه الوزارة المعنية لتطوير و ترقية هذا القطاع.

15- السياحة هي قطاع أفقي لأنه يتماشى مع جميع القطاعات تكملها قطاعات أخرى كالأمن، البيئة، المواصلات، الإعلام و الاتصال، الثقافة...

توصيات:

في نهاية هذه الدراسة و في ضوء نتائج التي توصلنا إليها من خلال تقييم النموذج المختار للدراسة الميدانية لقطاع السياحة بوهران من خلال إستراتيجية مديرية السياحة لوهران و كيفية الترويج للمنتج السياحي من خلال ألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021 و تطبيق تلك الإستراتيجية الترويجية في الميدان مع ترك أثارها من خلال زيادة الطلب على المنتجات و العروض السياحية من طرف السياح، فمما سبق سنعرض عليكم مجموعة من التوصيات و الاقتراحات قد تساهم و لو بالقليل في إنعاش و انقاذ و إعطاء دفع و نفس جديد للقطاع السياحي على مستوى مدينة وهران ، و هي على النحو التالي:

1- تمتملك عاصمة الغرب الجزائري وهران كل المقومات و الإمكانيات سياحية ، سواء كانت طبيعية، مادية و بشرية، لدى يجب استغلالها أحسن استغلال للترويج الأمثل للسياحة المحلية من خلال ألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021.

2- إذا تكلمنا على السياحة فيجب أن نتحدث على الطرف المعني في هذه المعادلة ألا و هو المقر الجديد الخاص بالمديرية، و الذي يقع خارج وهران و بالضبط بدائرة بئر الجير، و قبله كان متواجد في وسط معلم تاريخي مصنف و هو حي سيدي الهواري العريق الذي يعتبر رمز و قامة تاريخية و حضارية لمدينة الأسود، فهذا المكان كان يساعد على العمل نظرا لطبيعة عمل المفتشين في السياحة و الخرجات الميدانية المتواصلة إلى المناطق التوسع السياحي أو في إطار عملهم اليومي، فلا حبذا لو تم إنشاء ملاحق أو مديريات فرعية في المناطق التي تعرف إقبال كبير للسياح كحي سيدي الهواري ، دائرة عين الترك ، بطيوة ، أرزيو، بوتليليس..منها يخفف الضغط على المديرية و يساهم في سيرورة العمل بوثيرة سريعة و فيها ربحا للوقت و الجهد و الإسراع في تجسيد المشاريع السياحية على أرض الواقع، و كل هذا يصب في تحسين الخدمات و المنتجات السياحية.

3- يجب الإسراع في تطبيق الإستراتيجية التي أعلنت عليه الدولة و هي تفعيل و تعميم الإدارة الالكترونية و الرقمية على مستوى كل القطاعات و لاسيما المؤسسات ذات الأهمية التنموية ونخص بالذكر الاعتماد على السياحة الالكترونية في ظل العولمة و المنافسة و اقتصاد السوق.

4- تأسيس قاعدة بيانات و معلومات آنية و متجددة، يكلف بها تقني سامي في الإعلام الآلي أو مهندس دولة في الإعلام الآلي و توضع على الموقع اللأنترنات الخاص بمديرية السياحة تخص

كل الخدمات التي تقدمها مديرية السياحة من كيفية الاستثمار و الوثائق المطلوبة في إنشاء وكالة سياحية أو فندق، و إمكانية تحميل أهم القوانين الخاصة بالاستثمار و حتى الاستثمارات، كما توضع خريطة الولاية و دليل السياحي في هذا الموقع يشمل عناوين الفنادق و المطاعم و الوكالات السياحية و وسائل النقل المختلفة...، و يجب تحيينها و تحديث البيانات و المعلومات كلما طرأ عليها الجديد باستمرار، ضمانا لجاذبيتها و مصداقيتها لدى العملاء، كما تفتح نافذة يتم فيها طرح التساؤلات و الانشغالات أو حتى الاقتراحات المواطنين من دون أن يتكبدوا عناء التنقل إلى المديرية، و يمكن حتى فتح منتدى للتواصل و الدردشة ما بين الأعضاء المتصفحون لهذا الموقع، فالاعتماد على القنوات الالكترونية تسهل من الوصول إلى المعلومات و في أي وقت و في أي مكان عن طريق النقر.

5- القيام بطبع عدد كبير من الدليل السياحي و الخريطة السياحية لمدينة وهران، و الذي تم انجازه في سنة 2015 من طرف مديرية السياحة لوهران و إيداعه على مستوى المطار و المحطة البحرية و المحطة البرية لنقل المسافرين و على مستوى محطة القطار، حتى يتسنى للسياح التعرف على مدينة وهران بسهولة وبدون البحث عن مرشد سياحي.

6- يجب تخصيص ميزانية خاصة للترويج السياحي مع الاستعمال المكثف لتكنولوجيا الاتصال المختلفة خاصة بالاعتماد على الأنترنت و مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك و التويتر نظرا لتأثيرهم على سلوك الأفراد و المجتمعات و سهولة مخاطبتهم بدون وسائط، و تساهم في تحسين و تفعيل عناصر المزيج الترويجي، مثلما فعلت مديرية الشباب و الرياضة لوهران

بتأسيس موقع يروج لألعاب المتوسطية عبر الفيسبوك⁽¹⁾

7- دور المدير يكمن في مراقبة و التسيير الحسن و إعطاء الأوامر و حل المشاكل، و من باب تقسيم المهام و حرصا منه على السير الحسن للمنظمة و يجب عليه خلق وظيفة تخص المكلف بالاتصال و وضع الرجل المناسب في المكان و الوقت المناسب مع مراعاة الشروط الموضوعية بكل احترافية من حيث المستوى الدراسي و الكفاءة و الخبرة، و المرودية، و الكاريزما، كما

(1) www.facebook.com/Jeux-Méditerranéens-Oran-2021

سجلنا غياب بعض التخصصات أخرى كمندس في الإعلام الآلي، و مهندس معماري، و تخصص مترجم....، كما يلزم الاهتمام بتكوين العمال باختلاف مصالحهم بهدف تحسين مستواهم و تطويرهم. 8- تدعيم المنظومة القانونية و التشريعية حتى تكفل الحوافز الضرورية و التسهيلات لممارسي قطاع السياحة.

9- فتح مؤسسات تعليمية عالية الجودة على مستوى وهران لتوفير وتأهيل الأدلاء والمرافقين لأن هناك تكوين لمرافقين و ليس لدليل سياحي، مع الاهتمام بالتكوين في اختصاص اللغات الأجنبية و خاصة اللغة الانجليزية حتى يتسنى التواصل بسهولة مع الوفود الأجنبية خلال ألعاب المتوسطية.

10- حب المهنة لأن الذي لا يحب عمله ربما قد يؤدي واجبه و فقط ، و لكن لا يصل إلى التطور و الإبداع و إيجاد الحلول، كما يجب التنسيق مابين المصالح داخل المؤسسة و الاهتمام بالتصريحات الصحفية الخاصة بهذا القطاع، كافتاء قصاصات الجرائد أو مقالات الكترونية و الاحتفاظ بها في أرشيف المديرية، كما يجب التنسيق مابين المصالح وعدم احتكار المعلومة .

11- الاهتمام بالتكوين حتى نصل إلى مفهوم مخطط جودة المنتج ، لأن السياحة ليست فقط منشآت و فنادق و هياكل فهي قبل كل شيء تقديم خدمة في أحسن الظروف و ترك الانطباع الجيد على حسن الاستقبال.

12- تنمية الصناعات الصغيرة و الحرفية ذات الطابع التراثي و تلك المرتبطة بشكل مباشر بدعم الصناعة السياحية، و تسهيل سبل إقامتها لما تشكله من أهمية و روابط التغذية للسياحة. 13- ضرورة خلق خلية إصغاء و تسجيل كل المقترحات من طرف المواطنين الذين يزورون المديرية أو من طرف العمال المديرية و العمال عل أخذها بعين الاعتبار .

14- خلق ثقافة و بث الوعي السياحي لدى المواطنين من خلال الاستعمال المكثف و لمختلف و سائل الاتصال للترويج لها و التتويج باستعمال الوسائل القديمة كالجرائد و الصحافة المكتوبة باختلاف أنواعها عامة أو خاصة باللغة العربية أو باللغة الفرنسية لأن هناك جيل مفرنس و جيل مغرب، كما هناك بعض لشرائح المجتمع من هو مدمن على الإذاعة خاصة مستعملي وسائل النقل، و هناك من هو مدمن على الأنترنت و مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك، إلى جانب استعمال التلفزيون ، و الاعتماد على المنتقيات، الصالونات، الندوات الصحفية، الملصقات، الإعلان، إنشاء مجلة مختصة في السياحة، الاهتمام بالإحصائيات، و بتعليقات الزبائن عبر

الفضاء المخصص له في مواقع التواصل الاجتماعي، استعمال الإشهار عن طريق بعث رسالة SMS القصيرة عبر الشركات الخاصة للهاتف النقال مثل موبيليس...إذن يجب تلبية كل الرغبات من خلال الوصول إلى أكبر عدد من فئات و شرائح المجتمع.

15- نسخ و طبع طوابع التي تروج لاحتضان عاصمة الغرب الجزائري للألعاب المتوسط 2021 بالتنسيق مع مؤسسة بريد الجزائر .

16- الاهتمام بوظيفة الترويج و التسويق و الإشهار و الإعلان من خلال إيجاد الموقع لها في الهيكل التنظيمي و منح صلاحية الممارسة الفعلية للأنشطة الترويجية المختلفة استنادا إلى الدراسات و البحوث الخاصة بحاجات و رغبات المستهلكين

17- تحديد الجهات المسؤولة عن حماية البيئة الطبيعية و تنمية مواردها من خلال التنسيق مع الجهات المعنية للحفاظ على الموروث الحضاري لما تشكلها الطبيعة من أهمية باعتبارها أحد عناصر البيئة و وجوب حمايتها و تنميتها.

18- شبه غياب لإرادة سياسية لا يمكن أن نتقدم و نرتقي بالسياحة المحلية بالرغم كل الإمكانيات و المقومات السياحية التي تسخر بها بلدنا ، فمثلا عدم استقرار الوزارة على اسم معين مثلا مؤخرا تم تغييرها إلى وزارة التهيئة العمرانية و السياحة و الصناعة التقليدية بعدما كانت وزارة تهيئة الإقليم و البيئة و السياحة، و الشيء الملاحظ وجود الطرف المعني و هو السياحة في المستوى الثاني، و بالتالي تؤثر على استمرارية المشاريع ، فبتعيين وزير خلف لوزير آخر و كل واحد يأتي بسياسة جديدة مختلفة عن سابقتها ، بدليل إنهاء مهام الوزير عمار غول بتاريخ 11 جوان 2016 و تعويضه بالوزير الجديد السيد عبد الوهاب نوري ، ولهذا يجب الاستقرار على منهج و نظام واحد، أو إلحاق السياحة بالثقافة مثل في تركيا و نقضي بتجربتها نظرا لكونها رائدة في السياحة على المستوى الدولي، كما يلاحظ أيضا أن ميزانية التسيير لوزارة السياحة التي خصصها مشروع قانون المالية لسنة 2015 تقدر قيمتها الإجمالية بـ 3.429.022.000 د.ج ، فهي تحتل الرتبة 31 أي ما قبل الأخيرة في الوزارات وهذا يعبر عن واقعها.

19- بما أن السياحة هي قطاع أفقي تواصلني مجمع للخدمات، أي لا يمكن الحديث عن تطوير السياحة مهما كان نوعها دون تطوير الأنماط المكملة لها ، و لهذا يجب تضافر كل الجهود و تهيئة كل الظروف لتحقيق مشروع سياحي بمرافقة كل القطاعات كمديرية البيئة، مديرية الصحة،

مديرية الشباب و الرياضة، ومصالح الأمن للحفاظ على سلامة السياح في مالهم و أبدانهم ، مديرية النقل التي توفر وسائل النقل ذات جودة عالية احترام أوقات عملها و مساراتها، الحماية المدنية التي تعمل علا سلامة من حوادث المرور أو الغرق مثلا، مديرية التجارة التي تتخذ عدة إجراءات لتقليل من حالات التسمم عن طريق الرقابة الفجائية و المستمرة للمأكولات و المشروبات و قمع الغش و القيام بحملات تحسيسية و محاربة التجارة الموازية لحماية المستهلك، مديرية الغابات التي تشجع السياحة الغابية و الجبلية بفتح مسالك الزيارة و مراقبة الحرائق، مصالح النظافة و مديرية النشاط الاجتماعي التي تساهم في نظافة المحيط ، مديرية الثقافة التي تساهم من خلال المهرجانات الدولية كمهرجان الفيلم العربي أو من خلال المهرجانات الموسيقية و الفلكلورية والحفلات التي تساهم في تنشيط السياح و الترويج للثقافة المحلية كذلك عن طريق تنظيم شهر التراث من 18 أفريل إلى 18 ماي من كل سنة، بإشراك كل الفاعلين من مديرية السياحة، متاحف و الديوان الوطني لتسيير و استغلال الممتلكات الثقافية المحمية ، جمعيات..، إلى جانب إشراك البلديات في محاربة الاستغلال العشوائي لحظائر السيارات على مستوى الشواطئ ، و إقرار وزارة الداخلية لمجانبة الشواطئ و احترام الفضاءات الحرة ، و لكن يجب السهر على تطبيق هذا القرار لأن الواقع شيء آخر، كما أن لوسائل الإعلام و الاتصال دور كبير في الترويج للقطاع السياحي فبفضل الاتصال الجوّاري أو الوطني أو الدولي يمكن التأثير على الرأي العام المتمثل في السياح ، برسم سورة واضحة للمواطنين كالإعلان عن الشواطئ المسموحة للسباحة في الإذاعة الجوّارية لوهران، إلى جانب إعطاء أخبار يومية في الراديو تخص أمن الطرقات لتفادي الازدحام و حوادث المرور .

20- يجب أن ترتقي تلك التصريحات و الأقوال إلى أفعال نلمسها و نشاهدها على أرض الواقع متجسدة في مشاريع و ليس في وعود فقط أو لاستهلاك الوقت .

21- الاهتمام بالبحوث الجامعية و بإصدارات مخابر البحث العلمي

خاتمة:

تعتبر السياحة قطاع إستراتيجي و هام نظرا لما ينتج عنه من تنمية الاقتصادية التي تساهم في رفع مستوى المعيشة من خلال الانتعاش الاقتصادي الذي تجلبه ، إلى جانب تأثيرها على القطاعات الأخرى المكمل لها ، و يظهر ذلك الرقي على كل المستويات الاجتماعية، الثقافية، السياسية، الاتصالية، التكنولوجية، و لا يمكن أن نصل إلى الأهداف الخاصة بالترويج للمنتجات السياحية إلى عن طريق تخطيط سليم و إستراتيجية مدروسة على المدى البعيد و التي تعتمد على وسائل و تكنولوجيا الاتصال، فالترويج للمقومات و الإمكانيات السياحية يقضي عل مشكلة جهل السائح للمعلومة السياحة و التأثير فيه من خلال طريقة تقديم العروض و الوسائل المتبعة في ذلك الغرض من وسائل اتصال متنوعة و خاصة التلفزيون والإشهار الالكتروني و الأنترنت، مطبوعات، ملصقات...و كافة الوسائل المتاحة التي تأثر في سلوك المستهلك، و يتوقف ذلك على إستراتيجيته و خبرته لتحقيق الأهداف السياحية خاصة مع ظهور عولمة و تكنولوجيا الاتصال في العصر الحديث و التي أضفت الكثير من المزايا و التسهيلات للمنشات السياحية المختلفة.

فلازالت المنظمات الخاصة بالقطاع السياحي كمديرية السياحة لوهران تلعب دور همزة و صل ما بين العرض السياحي والزبون نظرا لأهميتها في عملية التنمية الاقتصادية و خلق التكامل ما بين القطاعات لتحقيق الرفاهية و رضا المستهلك ، فالمؤسسات السياحية العمومية التي تقدم خدمات ، وجدت لغرض استغلال هذه الإمكانيات بهدف الترويج للمنتج السياحي و جلب السياح باستعمال مختلف وسائل الإعلام و الاتصال بالتخطيط الاستراتيجي المناسب بداية بتحسين و ترقية المصالح الإدارية ، و خلال هذه الدراسة الميدانية لإستراتيجية الترويج السياحي وجدنا أن تكنولوجيا الاتصال و وسائله لها أهمية كبيرة في دعم الترويج للمنتوج السياحي لكنها ناقصة من حيث التنوع و غير كافية من حيث الاستخدام و لم تصل بعد إلى المستوى المطلوب لتنشيط و تفعيل الحركة السياحية في بلادنا، و من خلال مدينة وهران كعينة أو كنموذج مصغر و التي تبرز فقط فيما يعرف بالسياحة الموسمية في فصل الصيف إن ذل على شيء فإنما يدل على شبه غياب لإستراتيجية واضحة.

إذن الأمل يبقى موجود من أجل إعادة القطاع إلى سابق عهده باستغلال الأحداث و التظاهرات الإقليمية و العالمية كاستضافة وهران التي تجمع ما بين الأصالة و المعاصرة و الحداثة لألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021 للترويج للمنتوج السياحة الداخلية و استغلال كل الإمكانيات و عناصر الجذب السياحي التي تتميز بها المدينة الساحرة المتروبولية وهران ، و لابد للقائمين على هذه الخدمات أن يتقنوا في استدراج الزبائن بطرق علمية مدروسة و وسائل جذب تعتمد استراتيجيات منهجية تليق بتطلعات و حسن ظن و ثقة السائح المحلي و الأجنبي.

فائمة المراجع

قائمة المراجع

1- الكتب باللغة العربية:

- أحمد بن مرسلني/ "مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال"، طبعة 4، الجزائر، 1-
ديوان المطبوعات الجامعية، 2010
- أحمد طاهر عبد الرحيم/ "تسويق الخدمات السياحية"، طبعة الأولى، الإسكندرية، دار الوفاء 2-
لندنيا الطباعة و النشر، 2012
- 3- أحمد بخوش/ "الاتصال و العولمة"، القاهرة، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2008
- 4- بشير مقيس/ "مدينة وهران دراسة في جغرافية العمران"، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب،
1983
- 5- الديوان الوطني للسياحة الخواثر/ "حمامات معدنية"، منشورات الديوان الوطني للسياحة، 2009
- 6- حسين جلوب/ "مهارات الاتصال"، عمان، دار الكنوز المعرفية العلمية، 2009
- 7- هباس بن رجاء الحربي- سعود سيف سهلي/ "الإعلام السياحي مفاهيمه و تطبيقاته"،
الطبعة الأولى، الأردن، دار أسامة للنشر و التوزيع، 2011
- 8- الوكالة الوطنية للصناعة التقليدية/ "فهرس الصناعة التقليدية الجزائرية"، الجزائر، بدون دار
النشر وسنة النشر.
- 9- وزارة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و الصناعة التقليدية/ "جلسات الصناعة التقليدية،
حصيلة و آفاق 2020"، الجزائر، Pixal Communication، نوفمبر 2009.

- 10- وزارة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و للصناعة التقليدية- الغرفة الوطنية للصناعة التقليدية و الحرف-/تطور قطاع الصناعة التقليدية و الحرف في الجزائر 1962-2009، الطبعة 2، الخواثر، 2009، Time-impression .
- 11- فاء زكي إواهيم/دور السياحة في التنمية الاجتماعية، دراسة تقييمية للقرى السياحية، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2006
- 12- ماهر عبد العزيز توفيق/صناعة السياحة، عمان، دار الزهران، 1996
- 13- محمد منير حجاب/الإعلام السياحي، القاهرة، دار للنشر و التوزيع، 2002
- 14- محمد الهادي لعروق/أطلس العالم و الجزائر، عين مليلة، الجزائر، دار الهدى للطباعة و النشر، نون سنة النشر
- 15- محمد سيفي فهمي بالتصرف/تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، الإسكندرية، مصر، دار المعرفة الجامعية، 1995
- 16- محمد عودة و محمد خيري/أساليب الاتصال و التغيير الاجتماعي، بيروت، لبنان، دار النهضة العربية، 1985
- 17- منثى طه الحوري، إسماعيل محمد الذباغ/مبادئ السفر و السياحة، ط 1، عمان، مؤسسة النشر و التوزيع، 2001
- 18- معتز سيدي عبد الله، عبد اللطيف محمد خليفة/علم النفس الاجتماعي، القاهرة، دار غريب للطباعة و النشر، دون تاريخ النشر
- 19- سعيد صفي الدين الطيب/دراسات في جغرافية ليبيا السياحية، ط 1، المكتب الوطني للبحث و التطوير، بنغازي، 2005
- 20- عامر مصباح/منهجية البحث في العلوم السياسية و الإعلام، طبعة 2، -20 الخواثر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010

- 21- عامر مصباح / "منهجية إعداد البحوث العلمية: مدرسة شيكاغو"، الجزائر، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، 2006
- 22- عامر مصباح / "علم الاجتماع: الرواد و النظريات"، الجزائر، دار الأمة للطباعة والنشر و التوزيع، 2005
- 23- عبد الباسط عبد المعطي / "البحث الاجتماعي محاولة نحو رؤية نقدية لمنهجه و أبعاده"، بيروت، دار المعرفة الجامعية، 1985
- 24- عبد الله الوكيبي / "الجزائر في عين الرحالة الإنجليز"، الجزء الأول، الجزائر، دار الحكمة ، 1999
- 25- عبد الرحمن العيسوي / "دراسة في علم النفس السياحي"، طبعة 1، مصر، دار النشر المعرفة الجامعية، 2001
- 26- عمار بوحوش و محمد محمود الذنبيات / "مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث" ، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010
- 27- عمار عمورة / "الجزائر بوابة التاريخ- ما قبل التاريخ إلى 1962 الجزائر خاصة" ، الجزء 2، الجزائر، دار المعرفة، 2006
- 28- خليل أحمد الدباس / "الإعلان و الترويج الفندقي"، الطبعة 1، دار الكنوز للمعرفة، 2007
- 29- صلاح الدين أبو أصعب و آخرون / "العولمة و الهوية الثقافية"، مصر، منشورات لجامعة فلاديفيا، 2002
- 30- خلود وليد بشير عباس العلاق، علي محمد رابعة / "الترويج و الإعلان التجاري"، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، 2007.

II- الكتب باللغة الأجنبية:

1- BELK HEDDOR / « **Rôle Socio-économique du tourisme** », cas de l'Algérie, -1 ALGERIE, ENAI,1989

2- Direction du Tourisme et de l'Arisanat d'ORAN/ « **Oran guide touristique** »Oran, bcom, Edition 2015

3-François Burhin, Georges Vandalle/ « **la démarche qualité en tourisme** », France, Presses Universitaires du Septentrion, Septembre 2014

4-Jean-Marc Decoudin, « **la communication marketing** », 2ème édition, Paris,1999

5-Jean-Pierre Lozatogiotart, Erick Leroux , Michel Balfet / « **Management du tourisme-territoires, offres et stratégies** », 3ème Edition, Paris, Pearson ,2015

6-Laurent Botti, Nicolas Peypoch, Bernardin Solonandrasana/ « **Economie du Tourisme** », Paris, Dunod, Septembre 2013

7-Philippe Violier/ « **le tourisme un phénomène économique** », 6ème Edition, France, Le Documentation Française, 2013

III - المجلات باللغة الأجنبية:

1- **Revue du Musée National Zabana**/Oran, Publiée sur le budget du musée, N°3,1ère Semestre 1994.

IV - المعاجم:

1- الطاهر أحمد الولي/ "مختار القاموس" ، ليبيا، دار العربية للكتاب، 1979

2- المنجد في اللغة و الإعلام / طبعة 26 ، بيروت، منشورات دار المشرق، 1975

V - رسائل و مذكرات جامعية :

- 1- حماني أمينة/ "أثر الاتصالات التسويقية في استقطاب السياح، دراسة تقييمية لمؤسسة الديوان الوطني الجزائري للسياحة"، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 3، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، قسم العلوم التجارية، تخصص إدارة وتسويق 2011/2012.
- 2- شاهد إلياس/ "التسويق السياحي في الجزائر دراسة نظرية و تطبيقية"، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، قسم العلوم التجارية تخصص تسويق، 2012/2013.
- 3- مداخلة عبد القادر شلالي، عبد القادر عوينان/ " الواقع السياحي في الجزائر وآفاق النهوض به في مطلع 2025"، مداخلة بالمركز الجامعي بالبويرة، معهد العلوم الاقتصادية، 11-12 ماي 2010

VI - الجرائد :

- 1 - جريدة الجمهورية الأعداد التالية: (5655 - 5674 - 5699 - 5835 - 5893)
- 2- جريدة النهار، العدد 2411
- 3- جريدة الشروق اليومي، العدد 4702

VII المجلات بالعربية :

- 1- مجلة المتحف الوطني زبانة / العدد 03، سنة 1994
- 2- مجلة الإدارة و الاقتصاد، العدد 87، سنة 2011
- 3- مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول، سداسي 2، سنة 2004

VIII - الوثائق الرسمية:

"الجريدة الرسمية، للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية" الأعداد التالية:

- 1- الجريدة الرسمية /العدد 46 (2006)
- 2- الجريدة الرسمية /العدد 63 (2010)
- 3- الجريدة الرسمية /العدد 64 (10-10-1993)
- 4- الجريدة الرسمية /العدد 47 (22-08-2002)
- 5- الجريدة الرسمية /العدد 41 (12 جويلية 2005)
- 6- الجريدة الرسمية /العدد 46 (16 جويلية 2006)
- 7- الجريدة الرسمية /العدد 48 (19 أوت 2008)
- 8- الجريدة الرسمية /العدد 63 (26 أكتوبر 2010)
- 9- الجريدة الرسمية /العدد 45 (18 سبتمبر 2013)

10- وثيقة "قانون الاعلام 1982"/الخائر، ديوان المطبوعات ج، 1982

IX - مواقع الأنترنت:

1- <http://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/مؤسسة/>

2- <http://www.alnoor.se/article.asp?id=82409>

3- 2016 عدد سكان-الجزائر-بلغ-440-مليون-نسمة-في-يناير 16-29050-16 www.aps.dz/ar/algerie/

4- <http://www.aps.dz/ar/economie/>

5- وهران / <https://ar.wikipedia.org/wiki/>

6- ألعاب_البحر_الأبيض_المتوسط [/https://ar.wikipedia.org/wiki/](https://ar.wikipedia.org/wiki/)

7-www.facebook.com/Jeux-Méditerranéens-Oran-2021

8- تعريف_التكنولوجيا/<http://mawdoo3.com>

9- تحديد-نسبة--2015 <https://www.youtube.com/watch?v=QF1wbY3gbRw>

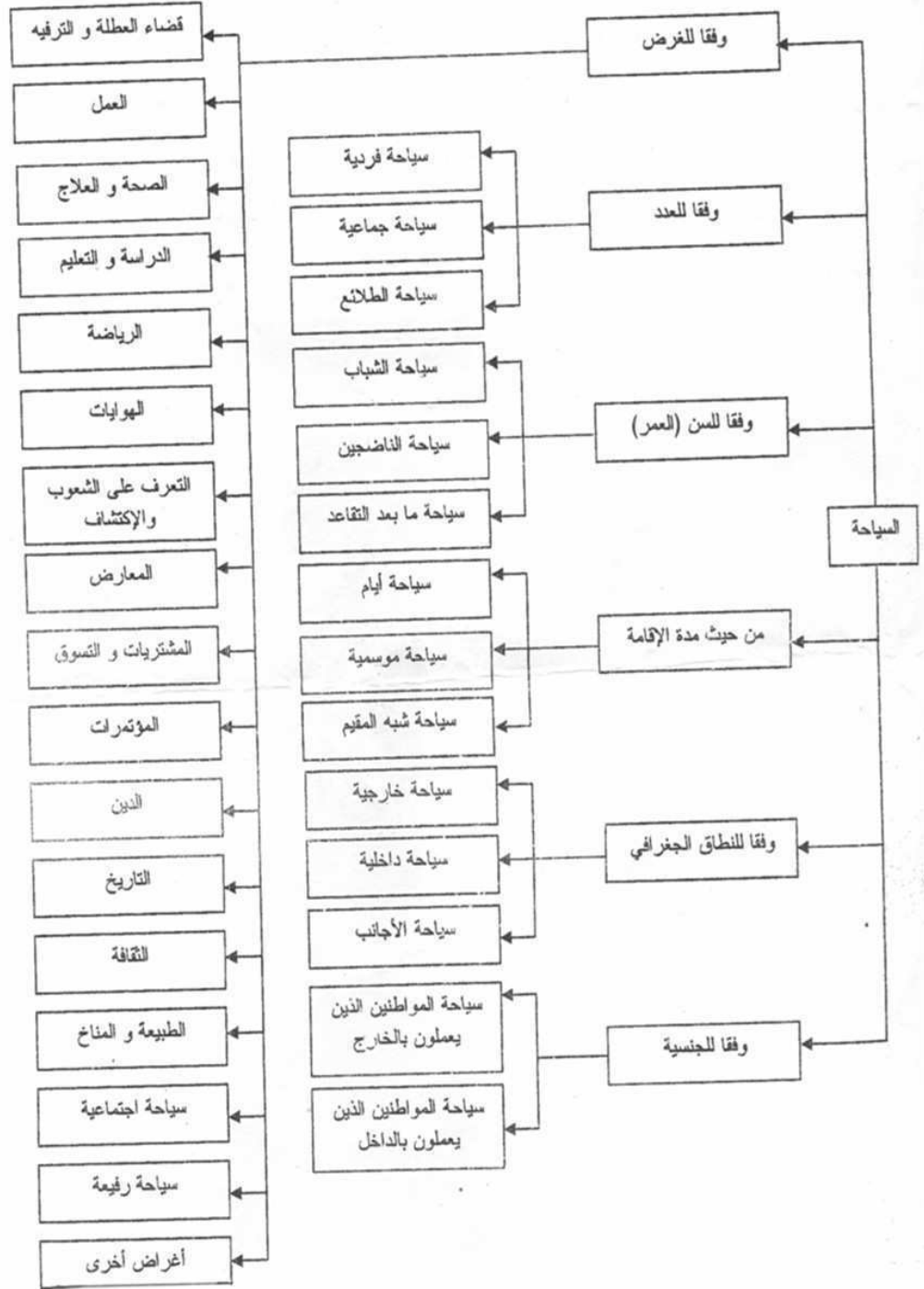
-الضريبة-على-أرباح-الشركات-عند 23

X - المقابلات:

- 1- مقابلة السيد عباس محمد رئيس مصلحة الإدرة و الوسائل
- 2- مقابلة السيد بوجنان الطيب رئيس مصلحة السياحة بمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لوهان.
- 3- مقابلة السيد بلقاسم محمد رضا رئيس مصلحة الصناعة التقليدية.
- 4- مقابلة السيدة رئيس مكتب مصلحة المستخدمين وتكوين .
- 5- مقابلة السيدة رئيس مكتب دعم التنمية و إحصاءات السياحية.
- 6- مقابلة السيدة رئيس مكتب مراقبة النشاطات السياحية و الفندقية و الحمامات المعدنية.
- 7- مقابلة السيدة رئيس مكتب متابعة الاستثمار و التهيئة السياحية.

الملاحق

شكل ملخص خاص بأنواع السياحة





رمز النبالة لمدينة وهران - شعاره "شعبي لا يقهر و ضيفي لا يحقر"



رمز ألعاب لبحر الأبيض المتوسط لسنة 2021 بمدينة وهران



صورة للإيضاح للمقر الجديد لمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لوهران

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التهيئة العمرانية، السياحة و الصناعة التقليدية

ولاية وهران
مديرية السياحة و الصناعة التقليدية

وهران في: 14 AVR 2016

رقم: 667/م.س.ص.ت.م.ا.و.م/2016

شهادة نهاية التربص

أنا الممضي أسفله السيد مدير السياحة و الصناعة التقليدية لولاية وهران أشهد أن:

السيد : صاردي لقجع محمد

المولود بتاريخ: 05 أفريل 1979 بـ: وهران

قد تابع فترة تربص لدى مصالحني من تاريخ: 2016/03/01 إلى: 2016/03/31

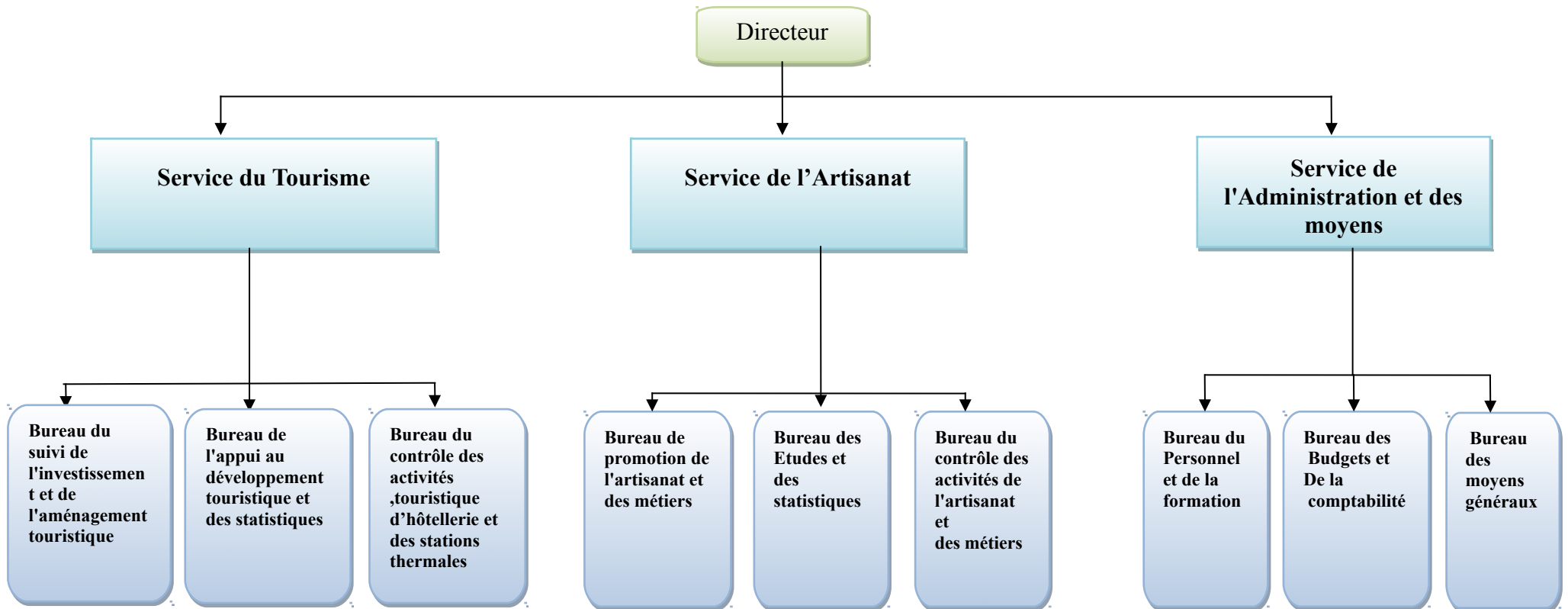
في موضوع: إستراتيجية الإتصال و الترويج للمنتج السياحي لمديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية وهران ، من خلال استضافة وهران لألعاب البحر الأبيض المتوسط 2021.

سلمت هذه الشهادة للإدلاء بها في إطار ما يسمح به القانون.



حسن السؤذير و بفتح
مدير السياحة و الصناعة التقليدية
السيد : بلعباش قايم بن عمر

Organigramme de la Direction du Tourisme et de l'Artisanat De la wilaya d'Oran



La liste des hôtels – DTO –2016

| N° | Hôtels | Commune | N.Ch | N.L | N.P |
|----|---|--------------|------|------|-----|
| 01 | SHERATON | Oran | 371 | 542 | 707 |
| 02 | ROYAL | Oran | 112 | 228 | 213 |
| 03 | Le Meridien | Oran | 300 | 600 | 700 |
| 04 | Maghreb Arabi | Arzew | 119 | 238 | 39 |
| 05 | Eden-Palace | Ain el Turck | 75 | 150 | 61 |
| 06 | PHOENIX | Es-Senia | 103 | 182 | 35 |
| 07 | EL MOUAHIDINE | Kerma | 100 | 121 | 35 |
| 08 | LIBERTE | Oran | 110 | 176 | 111 |
| 09 | TIMGAD | Oran | 65 | 106 | 42 |
| 10 | BELAIR | Oran | 43 | 63 | 15 |
| 11 | ADEF | Oran | 84 | 169 | 29 |
| 12 | EDEN LOISIR | A.E.T | 54 | 102 | 35 |
| 13 | MEZGHANA | A.E.T | 32 | 64 | 20 |
| 14 | Eden Aéroport | Es-senia | 154 | 308 | 35 |
| 15 | Village Touristique New Beach | El Ançor | 57 | 208 | 30 |
| 16 | IBIS | Oran | 150 | 210 | 83 |
| 17 | Les Ambassadeurs | Oran | 30 | 60 | 23 |
| 18 | Maghreb el Arabi – 3 - | Bir el Djir | 55 | 110 | 20 |
| 19 | LES FRERES AMAR | A.E.T | 36 | 72 | 49 |
| 20 | El yamama | A.E.T | 70 | 122 | 18 |
| 21 | PALACE | A.E.T | 14 | 28 | 04 |
| 22 | RS.GUEFFAZ | A.E.T | 75 | 224 | 15 |
| 23 | RS. Les Pins D'or | A.E.T | 80 | 160 | 10 |
| 24 | La colombe | Oran | 23 | 46 | 11 |
| 25 | MEDINA | Oran | 32 | 59 | 03 |
| 26 | SHEMS | A.E.T | 34 | 68 | 29 |
| 27 | HOUNA | Oran | 30 | 60 | 11 |
| 28 | charam el cheikh | Oran | 66 | 132 | 05 |
| 29 | El- Djazira | Ain Turck | 36 | 72 | 12 |
| 30 | Village Touristique les Andalous | Ançor | 752 | 1600 | 201 |
| 31 | Résidence littoral | Ançor | 34 | 136 | 06 |
| 32 | WINDSOR | Oran | 33 | 43 | 07 |
| 33 | Oran Center | Oran | 39 | 78 | 12 |
| 34 | président 1 | Es-senia | 32 | 64 | 20 |
| 35 | Horloges 2 | Oran | 30 | 60 | 07 |
| 36 | L'hacinda | Ain Turck | 20 | 85 | 15 |
| 37 | Monaco | Ain Turck | 35 | 70 | 20 |
| 38 | Continental | Oran | 60 | 120 | 03 |
| 39 | St Rock | A.E.T | 61 | 123 | 07 |
| 40 | ROUFI | Oran | 30 | 55 | 12 |
| 41 | Président | Oran | 100 | 200 | 15 |
| 42 | Karim loisir | A.E.T | 30 | 60 | 07 |
| 43 | Neharia | Arzew | 35 | 70 | 03 |
| 44 | Ikram | Oran | 31 | 62 | 22 |
| 45 | L'horloge | Oran | 28 | 56 | 07 |
| 46 | KHALID | Oran | 32 | 64 | 06 |

La liste des hôtels – DTO –2016

| | | | | | |
|----|-------------------------|-----------------|-----------|-----------|-----------|
| 47 | Lala Mokhtara | Bir El Djir | 48 | 96 | 08 |
| 48 | Jasmine | Oran | 31 | 58 | 05 |
| 49 | 08 MAI 1945 | Oran | 58 | 109 | 07 |
| 50 | Corsica | Ançor | 16 | 32 | 05 |
| 51 | Ichbilia | A.ET | 24 | 48 | 08 |
| 52 | El Andalous | Oran | 17 | 32 | 10 |
| 53 | Le Raja | Oran | 36 | 72 | 06 |
| 54 | MIRA | Oran | 80 | 160 | 05 |
| 55 | Prévillege | Bir El Djir | 62 | 90 | 11 |
| 56 | Pins-D'or | A.E.T | 40 | 80 | 05 |
| 57 | Viva l'algerie | A.E.T | 16 | 32 | 07 |
| 58 | ZATIR | A.E.T | 32 | 64 | 08 |
| 59 | Montparnasse | Oran | 36 | 72 | 05 |
| 60 | Obeid | Oran | 23 | 37 | 08 |
| 61 | El Amel | A.E.T | 29 | 56 | 05 |
| 62 | Le Petit chez soit | Bousfer | 56 | 112 | 10 |
| 63 | Beach house | Ançor | 156 | 312 | 11 |
| 64 | ST GERMAIN | A.E.T | 25 | 50 | 15 |
| 65 | EL AZHAR | Oran | 32 | 64 | 06 |
| 66 | Majestic | Oran | 23 | 46 | 05 |
| 67 | Turk | A.E.T | 30 | 60 | 05 |
| 68 | Kamel | Oran | 27 | 50 | 05 |
| 69 | Résidence Cap Marina | A.E.T | 32 | 64 | 10 |
| 70 | Résidence AYOUN | A.E.T | 108 | 216 | 15 |
| 71 | président 2 | Es-Senia | 45 | 90 | 20 |
| 72 | Chahrazed | Oran | 60 | 120 | 25 |
| 73 | Bleu Rivage | Mers El Hadjadj | 16 | 32 | 05 |
| 74 | EL –AFRAH | ARZEW | 50 | 100 | 04 |
| 75 | BAHIA | A.ET | 46 | 92 | 09 |
| 76 | LILLOU –PALACE | A.ET | 13 | 26 | 05 |
| 77 | TORKY | A.ET | 24 | 48 | 05 |
| 78 | TORKY | Oran | 40 | 80 | 05 |
| 79 | NESRINE | A.ET | 21 | 42 | 04 |
| 80 | RS.EL- AHLEM | A.ET | 35 | 70 | 03 |
| 81 | MURDJADJOU | Oran | 48 | 96 | 11 |
| 82 | DAIRI | Oran | 49 | 98 | 07 |
| 83 | AFRIQUE | Oran | 36 | 70 | 03 |
| 84 | PENSION COLOR | A.E.T | 19 | 36 | 04 |
| 85 | Bleu | A.E.T | 24 | 48 | 05 |
| 86 | LES CASTORS | Oran | 21 | 42 | 03 |
| 87 | El Wafa | A.E.T | 12 | 24 | 06 |
| 88 | La Vieille Marmite | Bousfer | 14 | 28 | 15 |
| 89 | Ghani Plage | A.E.T | 32 | 64 | 04 |
| 90 | Maghreb arabi | A.E.T | 18 | 36 | 04 |
| 91 | Résidence Hiba tourisme | A.E.T | 08 | 52 | 05 |

La liste des hôtels – DTO –2016

| | | | | | |
|-----|-----------------------|-------------|-----|-----|----|
| 92 | TROUVILLE | A.E.T | 15 | 30 | 06 |
| 93 | Village T.El Manara | A.E.T | 50 | 100 | 15 |
| 94 | El khayala | Bir el djir | 10 | 20 | 04 |
| 95 | Tassili | Arzew | 20 | 40 | 03 |
| 96 | El badr | A.E.T | 29 | 58 | 04 |
| 97 | El Baraka &elkheir | Oran | 35 | 70 | 11 |
| 98 | Visir | Oran | 18 | 28 | 09 |
| 99 | Casino-canastel | Oran | 10 | 20 | 10 |
| 100 | Tassili | Oran | 35 | 60 | 05 |
| 101 | Résidence Djawhara | A.E.T | 100 | 200 | 10 |
| 102 | Paradisio | Bousfer | 35 | 80 | 04 |
| 103 | Chergui | Oran | 18 | 36 | 04 |
| 104 | le Cheval Blanc | Oran | 25 | 50 | 06 |
| 105 | Meublé MAHI-Pension | A.ET | 12 | 24 | 06 |
| 106 | Meublé Gallion | A.E.T | 14 | 28 | 04 |
| 107 | Meublé LA PLAYA | A.E.T | 10 | 30 | 04 |
| 108 | Meublé les dunes d'or | A.E.T | 10 | 20 | 03 |
| 109 | Meublé El ançor | Ançor | 10 | 20 | 03 |
| 110 | Meublé Wassim | Ain Turck | 09 | 18 | 06 |
| 111 | Meublé BALNEO | Ain Turck | 10 | 20 | 15 |
| 112 | PLATEAU | Oran | 25 | 39 | 02 |
| 113 | MANSOUR | Oran | 17 | 22 | 05 |
| 114 | EL –MANSOUR | Oran | 13 | 27 | 03 |
| 115 | L'HALAMBRA | Oran | 24 | 48 | 03 |
| 116 | COTE D'OR | A.ET | 24 | 48 | 04 |
| 117 | DU NORD | Oran | 27 | 55 | 05 |
| 118 | RIAD | Oran | 21 | 31 | 03 |
| 119 | BEAU SEJOUR | A.ET | 11 | 21 | 04 |
| 120 | CENTRAL | Oran | 34 | 68 | 02 |
| 121 | CHELEF | Oran | 41 | 82 | 02 |
| 122 | HAMRA | Oran | 23 | 46 | 02 |
| 123 | MARHABA | Oran | 44 | 88 | 04 |
| 124 | COLONEL LOTFI | Oran | 18 | 26 | 04 |
| 125 | DJURDJURA | Oran | 39 | 58 | 05 |
| 126 | ASTORIA | Oran | 95 | 185 | 05 |
| 127 | MELIANI | Oran | 31 | 63 | 03 |
| 128 | EL –FATH | Oran | 23 | 46 | 03 |
| 129 | TAREK IBN ZIAD | Oran | 09 | 18 | 04 |
| 130 | MADINA | Oran | 32 | 36 | 03 |
| 131 | MODERNE | Oran | 32 | 64 | 03 |
| 132 | Sidi- LAHOUARI | Oran | 39 | 68 | 03 |
| 133 | Sidi –KHATAB | Oran | 40 | 80 | 02 |
| 134 | DJAMEL | Oran | 31 | 62 | 04 |
| 135 | Les JARDINS | Oran | 33 | 66 | 05 |
| 136 | CHARK -el-ARABI | Oran | 20 | 40 | 02 |
| 137 | CHERCHEL | Oran | 42 | 84 | 03 |
| 138 | CIRTA | Oran | 20 | 40 | 03 |
| 139 | AZARA | Oran | 14 | 27 | 03 |

La liste des hôtels – DTO –2016

| | | | | | |
|--------------|---------------|-------|-------------|--------------|-------------|
| 140 | CARTHAGE | Oran | 20 | 40 | 02 |
| 141 | PALM- BEACH | Arzew | 10 | 20 | 02 |
| 142 | LYCEE | Oran | 21 | 48 | 05 |
| 143 | MAGHREB ARABI | Oran | 30 | 60 | 04 |
| 144 | EL AMIR | Oran | 22 | 24 | 05 |
| 145 | OUEST | Oran | 18 | 30 | 03 |
| 146 | LA BRISE | A.E.T | 27 | 54 | 05 |
| 147 | Echourouk | Oran | 16 | 32 | 07 |
| 148 | du Musée | Oran | 22 | 44 | 03 |
| 149 | OUARSENIS | Oran | 40 | 80 | 04 |
| 150 | DERRAZ | Oran | 28 | 46 | 07 |
| 151 | Maghreb | Oran | 18 | 36 | 05 |
| 152 | Paris | Oran | 20 | 40 | 03 |
| 153 | Numidie | Oran | 10 | 20 | 03 |
| 154 | des Nations | Oran | 15 | 30 | 02 |
| 155 | Tipaza | Oran | 10 | 20 | 02 |
| 156 | Cirta | Oran | 15 | 30 | 02 |
| 157 | Mon Chateau | A.E.T | 16 | 32 | 02 |
| 158 | HAYET REGENCY | Oran | 300 | 592 | 25 |
| 159 | Grand hôtel | Oran | 53 | 89 | 72 |
| 160 | RANIA | Oran | 12 | 24 | 04 |
| Total | | | 7580 | 14813 | 3500 |

| Nom de la ZET | | CAP FALCON | | SUPERFICIE TOTALE | | |
|--------------------------------|--|---|---|--|---|--|
| localisation | | Wilaya | Daïra | commune | Localité | |
| | | ORAN | AIN EL TURCK | AIN EL TURCK | CAP FALCON | |
| | | | | | | |
| | | | | | Journal Officiel | |
| | | | | | CADASTRE | |
| | | | | | 335Ha | |
| | | | | | 167Ha/ 75Ar/94 Ca | |
| POTENTIALITES | Plage | Orientation | | Nord-Ouest et Nord - est | | |
| | | Capacité | | 4000 m x 40 m = 16HA soit 16.000 Baigneurs. | | |
| | Et | Nature du sol | | Plage | Sable fin à l'est et sable grossier à l'ouest | |
| | | | | Mer | Estran sablonneux à l'est estran grossier et rocheux à l'ouest | |
| | Mer | Pollutions | | Naturelle | NEANT | |
| | | | | Artificielle | Décharge des eaux usées des agglomérations | |
| | Arrière Plage | Nature et Capacité du Terrain Constructible | | relief dunaire une trentaine d'hectare | | |
| | | Couverture végétale | | NEANT | | |
| | | Autres affectations du terrain | | Agglomération au deux extrémités des plages | | |
| | Environnement | Autres curiosités environnantes | | Forêt de m'sila à 17 km | | |
| Contraintes | | Développement URBAIN à l'est | | | | |
| INFRASTRUCTURES DE BASE | Accès | Terrestre | | Route Goudronnée (CW) | | |
| | | Maritime | | Petit port de pêche et de plaisance | | |
| | Electricité | | Réseau existe | | | |
| | Eau Potable | | Réseau existe Dans les agglomérations | | | |
| | GAZ | | Réseau existe | | | |
| | LA ROUTE | | Existe | | | |
| | Assainissement | | Existe | | | |
| Télé communication | | Réseau existe à Ain El Turck | | | | |
| SERVICES URBAINS | Proximité d'une agglomération | | Ain El Turck à la limite de la ZET | | | |
| | Niveau des services urbains les plus proches | | Ain El Turk = Chef lieu de Daira et Oran à 12 Km Chef lieu de wilaya | | | |
| COMMERCIALISATION | Demande potentielle dans l'arrière pays | | Demande locale forte | | | |
| | Intégrations aux circuits Touristique | | Intégration possible au circuit des Andalouses | | | |
| VOCATION TOURISTIQUE | | | | Tourisme Journalier avec Hébergement Limité | | |

Z.E.T DES ANDALOUSES

165

ملحق رقم 7

Z.E.T DE CAP BLANC

166

| Nom de la Z.E.T | | ANDALOUSES | | | SUPERFICIE TOTAL | |
|-----------------------------|--|---|---|--|--|--|
| localisation | | Wilaya | Daïra | commune | Localité | HA |
| | | ORAN | Ain Turk | EL Ançor | Andalouses | non déterminée par le J.O |
| POTENTIALITES | Plage | Orientation | | Nord - Ouest | | |
| | | Capacité | | 2.500 m x 60 m = 15 HA : 15.000 Baigneurs | | |
| TOURISTIQUES | Et | Nature du sol | | Plage | Sable fin – doré | |
| | | Mer | | Mer | Estran sablonneux peu profond | |
| | Mer | Pollutions | | Naturelle | Néant | |
| | | | | Artificielle | Néant | |
| | Arrière | Nature et Capacité du Terrain Constructible | | | Plaine alluviale Une quarantaine d'Ha | |
| | | Plage | Couverture végétale | | | Vierge |
| | | | Autres affectations du terrain | | | Agriculture maraîchère – Occupation Touristique |
| | Environnement | Autres curiosités environnantes | | | Forêt de M'sila à 10 Km, île Plane à 12 Km | |
| | | Contraintes | | | Néant | |
| INFRASTRUCTURES | Accès | Terrestre | | Route goudronnées (CW) | | |
| | | Maritime | | Néant | | |
| DE BASE | Electricité | | Réseau existe | | | |
| | Eau Potable | | Réseau existe | | | |
| GAZ | | Réseau existe | | | | |
| LA ROUTE | | Existe | | | | |
| Assainissement | | Existe | | | | |
| Télé communication | | Réseau existe | | | | |
| SERVICES URBAINS | Proximité d'une agglomération | | EL Ançor à 3 Km | | | |
| | Niveau des services urbains les plus proches | | Chef lieu de commune à 3 Km (El Ançor) Chef – lieu de Daïra A 15 Km (Ain El Turk) et Oran à 25 Km | | | |
| COMMERCIALISATION | Demande potentielle dans l'arrière pays | | Très importante. Venant de toute la région | | | |
| | Intégrations aux circuits Touristiques | | Sur le passage des grands circuits organisés | | | |
| VOCATION TOURISTIQUE | | | | Tourisme de haut standing national et international | | |

| Nom de la ZET Nom de la ZET | | MERS EL HADJADJ | | | | SUPERFICIE TOTALE SUPERFICIE TOTALE | | |
|--|-------------------------------|---------------------------------------|---------------------|--|------------------------------|---|---|----------------------------------|
| localisation | | Wilaya | Daira | commune | Localité | Journal Officiel | CADASTRE | |
| | | ORAN | BETHIOUAS | MERS EL HADJADJ AIN EL KERMA | MERS EL HADJADJ CAP BLANC | 410 HA 512 HA | 94 HA / 87 AR / 38 CA 363 HA / 48 AR / 75 CA | |
| POTENTIALITES POTENTIALITES | Plage | Orientation | | Vers Nord Nord relativement abritée | | | | |
| | | Capacité | | 4000 m x 300 m = 120 HA soit 40000 Baigneurs sur une bande de 100 M de largeur | | | | |
| | Et Et | Nature du sol | | Plage | Plage | Sable fin, ocre | | |
| | | Mer | | Mer | Mer | Estran sablonneux pente douce | | |
| | Mer | Pollution | | Naturelle | Naturelle | Débris de la Macta | | |
| | | | | Artificielle | Artificielle | Pollution atmosphérique et marine due à l'industrie | | |
| | TOURISTIQUES TOURISTIQUES | Nature et Capacité du Terrain | | Terrain dunaire avec des étangs 40 ha (sur une bande de 100 de longueur) | | | | |
| | | Arrière Plage | Constructible | | | | | |
| | | | Couverture végétale | | Mauvaise | | Diast. P. Maritime | |
| | | Environnement | | Autres affectations du terrain | | Neant | | Contraintes agricoles et village |
| INFRASTRUCTURES INFRASTRUCTURES DE BASE DE BASE SERVICES SERVICES URBAINS URBAINS COMMERCIALISATION COMMERCIA LISATION | Accès | | Terrestre | Route goudronnée jusqu'au village | | | | |
| | Electricité | | Maritime | R.N N° 11 et voie ferrée | | | | |
| | Eau Potable | | Existe | | Existe au village | | | |
| | LA ROUTE | | Existe | | Existe | | | |
| | Assainissement | | Existe | | Existe | | | |
| | Télé communication | | Existe | | Antenne de poste au village | | | |
| | Proximité d'une agglomération | | Existe | | Village Cap blanc | | | |
| Niveau des services urbains les plus proches | | Mers El Hadjadj | | Chef lieu de la commune Ain Kerma à 3 Km | | | | |
| Demande potentielle dans l'arrière pays | | Mers El Hadjadj | | Chef – lieu de commune | | | | |
| Intégrations aux circuits Touristique | | Très importante | | Assez éloignée des centres urbains | | | | |
| Intégrations aux circuits Touristiques | | Possibilité d'intégration | | Tourisme de nuit | | Tourisme de jour avec structures légères | | |
| VOCATION TOURISTIQUE | | Station balnéaire de grande envergure | | | | | | |

| Nom de la ZET | | CAP CARBON | | SUPERFICIE TOTALE | | | |
|--------------------------------|--|---------------------------------|--------------------------|---|-------------------|---|------------------|
| localisation | | Wilaya | DAIRA | commune | Localité | Journal Officiel | CADASTRE |
| | | ORAN | ARZEW | ARZEW | Port Des GAZELLES | 105 HA | 100HA/25/AR/62CA |
| POTENTIALITES | Plage | Orientation | | Est et Nord – Est | | | |
| | | Capacité | | 800 x 20 m = 1.6 HA 1600 Baigneurs | | | |
| | Et Mer | Nature du sol | | Plage | | Crique de sable fin avec présence de galets | |
| | | | | Mer | | Estran peu profond | |
| | | Pollution | | Naturelle | | Néant | |
| TOURISTIQUES | Arrière Plage | Nature et Capacité du Terrain | | Pente faible 5 Ha | | | |
| | | Constructible | | | | | |
| | | Couverture végétale | | Maquis Claire | | | |
| | Environnement | Autres affectations du terrain | | Urbanisation, Zone Militaire | | | |
| | | Autres curiosités environnantes | | | | | |
| INFRASTRUCTURES DE BASE | Accès | Terrestre | | Chemin de wilaya | | | |
| | | Martime | | Port d'Arzew | | | |
| | Electricité | | Existe | | | | |
| | Eau Potable | | Existe | | | | |
| | GAZ | | Existe | | | | |
| | LA ROUTE | | Existe | | | | |
| | Assainissement | | N'existe pas | | | | |
| | Télé communication | | Existe | | | | |
| SERVICES URBAINS | Proximité d'une agglomération | | Arzew | | | | |
| | Niveau des services urbains les plus proches | | Arzew Chef-lieu de Daira | | | | |
| COMMERCIALISATION | Demande potentielle dans l'arrière pays | | Moyenne | | | | |
| | Intégrations aux circuits Touristiques | | Circuit Régional | | | | |
| VOCATION TOURISTIQUE | | | | Activité balnéaire journalière – Capacité d'hébergement Limité | | | |

| Nom de la ZET | | KRISTEL | | SUPERFICIE TOTALE | | ملحق رقم 7 | |
|--------------------------------|--|---------------------------------|------------------------------------|--|--|------------------|------------|
| localisation | | Wilaya | DAIRA | commune | Localité | Journal Officiel | CAD |
| | | ORAN | GDYEL | GDYEL | KRISTEL | 110 HA | 141HA/87AR |
| POTENTIALITES | Plage | Orientation | | Ouest avec des criques à l'abri | | | |
| | | Capacité | | 700 m x 20 m = 1.4 HA soit 1400 Baigneurs | | | |
| | Et Mer | Nature du sol | | Plage | Sable fin avec des rochers dans les criques | | |
| | | | | Mer | Estran sablonneux avec la présence des rochers | | |
| | | Pollutions | | Naturelle | Néant | | |
| TOURISTIQUES | Arrière Plage | Nature et Capacité du Terrain | | Terrain de faible pente d'une dizaine D'hectare | | | |
| | | Constructible | | | | | |
| | | Couverture végétale | | Maquis à l'Est de la route | | | |
| | Environnement | Autres affectations du terrain | | Néant | | | |
| | | Autres curiosités environnantes | | Djebel Khar, falaises | | | |
| INFRASTRUCTURES DE BASE | Accès | Terrestre | | Chemin de wilaya | | | |
| | | Maritime | | Néant | | | |
| | Electricité | | Existe | | | | |
| | Eau Potable | | Existe | | | | |
| | GAZ | | N'existe pas | | | | |
| | LA ROUTE | | Existe | | | | |
| Assainissement | | N'existe pas | | | | | |
| SERVICES URBAINS | Télé communication | | Existe | | | | |
| | Niveau des services urbains les plus proches | | Gdyel à 10 Km chef – lieu de Daïra | | | | |
| COMMERCIALISATION | Demande potentielle dans l'arrière pays | | Régionale importante | | | | |
| | Intégrations aux circuits Touristiques | | Circuit Régional | | | | |
| VOCATION TOURISTIQUE | | | | Tourisme populaire structures légère, pêche sous – marine | | | |

Z.E.T DE AIN FRANINE

170

ملحق رقم 7

| Nom de la ZET | | MADAGH | | | SUPERFICIE TOTALE | | |
|------------------------------------|---|--|---|---|---|--|----------------|
| Nom de la ZET | | AIN FRANINE | | | SUPERFICIE TOTALE | | |
| localisation | | Wilaya | DAIRA | commune | Localité | Journal Officiel | CADASTRE |
| localisation | | ORAN | BOUTLELIS | AIN EL KERMA | MADAGH | 180HA | |
| | | ORAN | BIR EL DJIR | BIR EL DJIR | Ain franine | 87 HA | 94HA/16AR/25CA |
| POTENTIALITES POTENTIALITES | Orientation | NORD-OUEST | | | | | |
| | Orientation | NORD, Nord - Ouest abritée des vents N.O par la pointe de Canastel | | | | | |
| | Capacité | 500 m x 60 m = 3 HA 3000 Baigneurs | | | | | |
| | Capacité | 500 x 10 m = 0,5 HA soit 500 Baigneurs | | | | | |
| | Et | Nature du sol | Plage | | sable fin , Doré | | |
| | Mer | Nature du sol | Plage | | Estran sablonneux peu profond, quelques rochers au débord | | |
| | Mer | Pollutions | Naturelle | | Estran rocheux peu profond Apport de l'Oued en hors saison Décantation d'eaux thermales | | |
| | | Pollutions | Artificielle | | Néant | | |
| | | | | | Néant | | |
| | TOURISTIQUES TOURISTIQUES | Arrière | Nature et Capacité du Terrain Constructible | | | Relief accidenté et glissant Surface Terrain alluvial, pente faible aux deux extrémités Limitée 5 Ha | |
| Arrière | | Terrain Constructible | | | Une vingtaine d'hectares | | |
| Plage | | Autres affectations du terrain | | | une source, Thermale, Madags et forêt dégradée exceptée la rive Est de l'Oued | | |
| Plage | | Couverture végétale | | | La forêt de Djbel khar, falaises de Kristel, Source thermale, forêt de Madagh, les îles Habibas | | |
| Environnement | | Autres curiosités environnantes | | | Relief accidenté, glissant | | |
| INFRASTRUCTURES INFRASTRUCTURES | Accès | Terrestre | | Route goudronnée (C.W) | | | |
| | Accès | Terrestre | | Chemin de wilaya et piste M. T à 5 Km de la plage | | | |
| | Electricité | Maritime | | Néant | | | |
| | Eau Potable | | | | Aucune source dans la ZET, ni de réseau dans l'immédiat | | |
| | Electricité | | | | Existe | | |
| DE BASE DE BASE | Télé communication | | | | Inexistant | | |
| | Eau Potable | | | | Existe N'existe pas | | |
| SERVICES SERVICES | Proximité d'une agglomération | | | | N'existe pas | | |
| | LA ROUTE | | | | Existe | | |
| | Assainissement | | | | N'existe pas | | |
| URBAINS SERVICES | Assainissement | Chef lieu de la commune Ain el kerma | | | | | |
| | Proximité d'une agglomération | | | | Oran à 13 Km, Belgaid à 2 Km | | |
| VOCATION TOURISTIQUE | | | | Tourisme de séjour, Type Villégiature | | | |
| COMMERCIALISATION | Demande potentielle dans l'arrière pays | | | Moyenne | | | |
| | Intégrations aux circuits Touristiques | | | Circuit régional | | | |
| VOCATION TOURISTIQUE | | | | Thermale et tourisme balnéaire | | | |

RÉPUBLIQUE ALGÉRIENNE DÉMOCRATIQUE ET POPULAIRE
 MINISTÈRE DE L'AMENAGEMENT DU TERRITOIRE DU TOURISME ET DE L'ARTISANAT

DIRECTION DU TOURISME ET DE L'ARTISANAT WILAYA D'ORAN

Liste des Restaurants Classés

| N° | Dénomination | Catégorie de classement | Adresse |
|----|--------------------|-------------------------|---------------------------------------|
| 01 | Adef | 4* | |
| 02 | Lounge Le Baalabek | 4* | 25 Rue Colonel Lotfi Canastel Oran |
| 03 | La marquise | 3* | |
| 04 | Le Lion's | 3* | Hai Ennour Bd périphérique n° A1 USTO |
| 05 | Taverne Alsacienne | 3* | 04, Rue Pierre Tabaret |
| 06 | Merle Blanc | 3* | 04, Rue Behloul Ahmed |
| 07 | La Sirène | 3* | 07, Rue Emir AEK Arzew |
| 08 | Le Galion | 3* | Lot n° A 97, Rue Jules Bouty AEK |
| 09 | La Comète | 3* | 01, Rue de la paix |
| 10 | Muritania | 3* | |
| 11 | Front de Mer | 3* | 28, Bd de l'ALN |
| 12 | Pyramides | 3* | |
| 13 | Mon Village | 3* | 32, Rue Med Khemisti |
| 14 | Hoggar | 3* | 74, Rue Larbi Ben M'hidi |
| 15 | Le Ramier | 3* | 8.place Saint Eugène Oran |
| 16 | Le Titanic | 3* | 05.Rue hochimine Oran |
| 17 | Martinez | 3* | Bousfer plage ain turck |
| 18 | Saint-Tropez | 3* | 14.Rue salem said Gambetta Oran |
| 19 | Sevilla | 3* | 01.Rue Ramier Oran |
| 20 | Matelot | 3* | 96, Rue larbi ben m'hidi |

| | | | |
|----|----------------|-----------------------------------|---|
| 21 | El Faro | 3* | Cap Falcon N° A 17 |
| 22 | Le petit bar | 3* | 02 palace St Eugène cité makari |
| 23 | La Corrida | 3* | Cité Emir Abdelkader Rue Larbi Ben M'hidi N°103 Oran |
| 24 | L'entrepot's | 3* | 06 Rue de Casablanca Trouville Ain Turck |
| 25 | Le Mélomane | 3* | N° 04 Rue Ouahouah Madani Angle Rue Maouar Ahmed Et Rue Yaghmouracen Oran |
| 26 | El Djazair | 2* | 09, Bd de la Soummam |
| 27 | Timgad | 2* | 22, Bd Emir AEK |
| 28 | Croissant D'or | 2* | 17, Rue Patrice Limmamba |
| 29 | Bosphore | 2* 64, Rue larbi Ben M'hidi | |
| 30 | Murdjadjou | 2* | 03 ,Rue Ampère |
| 31 | La Roue | 2* | 16, Avenue Loubet |
| 32 | Pergola | 2* | 62, Rue larbi Ben M'hidi |
| 33 | Miramar | 2* | 07, Rue Loubet |

La liste des Agences de Tourisme et de Voyages de la Wilaya d'Oran

| N° | Nom de l'ATV | Adresse | Tel/Fax |
|-----|------------------------------|--|--|
| 001 | ANDALOUSSIA SAFAR | Angle bd Amir Abdelkader et Rue J.F. Kennedy N°2 , Arzew 31200 Oran | Tel :041.48.74.91 Fax:041.48.66.82 Email:bendahmane1dz@yahoo.fr |
| 002 | ALIZEE VOYAGES | 39, Rue Mohamed khemisti.Oran. | Tel : 041/ 33 /36 65 Fax:041/33/70/07 Email:alizesvoyages31000@yahoo.fr |
| 003 | ATLAS VOYAGES | 14,Avenue Larbi Tebessi (ex:loubet)Oran | Tel:04139.73.50 /39.53.48/ 39.66.54 Fax:041.39.86.60 Email:tourismeatlas@yahoo.fr |
| 004 | ATTOL VOYAGES | Rue Hammouche Abed Angle Alla Ahmed. | TEL/FAX : 041/32/71/78 Email:atoll.voyages@yahoo.fr |
| 005 | AZUR VOYAGE | 64, Rue HAMOUCHI ABED , Oran | Tel : 041.27.15.34/041 27 38 30Fax:041.27.61.79 Email:azurvoyage@yahoo.fr sitweb:www.azurvoyage.com |
| 006 | AZUR VOYAGE (Succursale) | 01, Rue la vieille mosquée, N°20, Oran | Tel :041.40.71.75 Mob:0555.05.23.16 Email:azurvoyage@yahoo.fr www.azurvoyage.com |
| 007 | BARAKA TOURS | 30 Rue Talha Larbi Ibn-Sina Oran | Tel : 46 50 00 Fax: 46 28 71 Email:baraka.tourisme@gmail.fr |
| 008 | BIR EL-DJIR TOURISME | Coop Hamou boutlelis villa N°10 Bir el Djir , Oran . | Tel :041.43.43.88 Tel/Fax :041.43.31.33 Email:bireldjirtourisme@gmail.com |
| 009 | CHOUROUK VOYAGES | 16,Rue la martine | Tel/fax: 39 12 96 Fax 39 63 86 Email:chourouk_affane@yahoo.fr |
| 010 | COLMAR TRAVEL SERVICE | 09 Rue de la paix-Oran. | Tel: 041 29 30 99 Fax :041 29 33 53 Email:contacte@colmartravel.com |
| 011 | Come-back tours | 26,Rue Tanazet Tahar Abdelkader,Hai sidi el bachir-Oran. | TEL:041 41 54 86/041 40 02 66 Email:comebacktours@yahoo.fr |
| 012 | DJEMILA VOYAGES (Succursale) | Hay el wafa 510 log n°29 dist n°03-04 Akid lotfi | Tel: 41 40 40 Fax: 41 40 40 Email:djemilavoyages@hotmail.com djemilavoyages.com |
| 013 | EL HIDAB | 39, Rue Emir abdelkader Rez de chaussée | Tel :29 43 25 Fax:29 53 00 Email:elhidab.voyage@gmail.com |
| 014 | EL IMAM VOYAGE | Cité de l'emir,rue michelet,lot N°02,N°11-Oran- | Tel:041.39.28.56 Fax:041.39.36.63 Email : |
| 015 | EL EMIR VOYAGE | 16,Rue Attia Med Delmonte | Tel: 46 70 68 Fax: 45 47 85 Email:emirtour@yahoo.fr |
| 016 | FARANE TOURISME | Cité Otmania,Rue Aboubkeur belkaid,N°12 | Tel:041.35.11.53 |

| | | | |
|-----|---------------------------------|---|--|
| | | | Fax:041.32.39.28 Email:agencefarane@hotmail.fr.sitweb:www.faranedz.com |
| 017 | FOUAD SAFAR | 08,Bis place Frères Zerouk(place choupôt). | Tel: 041 34 76 17/041 34 24 97 Fax: 041 34 57 31 Email:fouadsafar31@gmail.com |
| 018 | FODYL VOYAGES | 34, rue Adda Benouda Plateau 1er étage 31000 Oran | Tel:041.40.28.58 Fax:041.40.12.89 Email:fodil_voyages@yahoo.fr |
| 019 | FORMULE 1 VOYAGE | 45,Rue Med Khemisti | Tel: 041.33.73.30/33.60.54 FAX: 041.33.68.55 Email: contact@formule1voyages.com |
| 020 | GFAF VOYAGES (Succursale) | 36, Rue Mirauchaux | Tel : 041 40 04 00 Fax: 041 40 70 50 Email:contact@gfafvoyages.com |
| 021 | HABIB ALLAH TOURISME ET VOYAGES | Cité abdelmoumen 32Rue Aroumia Draoua –Choupot Oran | Tel :041.54.70.32 Fax:041.58.81.71 Email:tourismehabib@yahoo.fr |
| 022 | HOUSE TOURS | Hai sidi el Bachir, Rue Zabana, N°42 | Tel :041.39.82.58 Fax:041.39.82.58 |
| 023 | LAHCENE VOYAGE | Cité de martyrs, groupe Jourdain villa n°35 Les castors | Tel: 45 42 45 Fax: 46 78/15/ Email:lahcene_safar@yahoo.fr |
| 024 | LEBEL EDEN TOURS | 14, Rue capitaine Hadri Mohamed | Tel: 41.37.04 Fax: 33.27.72 Email:lebeledentours@yahoo.fr |
| 025 | LES FALAISES | La Rue Boukharouba N°7, Hay Es sedikia | Tel:040.22.40.88 Fax:041.53.25.94 0555115130 Email:agencelesfalaises@hotmail.fr |
| 026 | MAGHREB TOURISME | Avenue Larbi Benmhidi N°05et 07 unité Merdjajou ,N°502 / 10Rue des aures Oran | Tel:041.29.16.09 Fax:041.29.44.83 Email:maghrebtourisme@yahoo.fr |
| 027 | MARHABA | 31, Avenue docteur Benzerdjeb | Tel :41.18.81/82 Fax: 39.11.77 .81 Email:marhaba_oran@yahoo.fr |
| 028 | MERDJADJOU TOURISME ET VOYAGE | Cité Ibn sinaa,Rue des frères chibani N°20, Local N°04 | Tel:040.21.85.77 /041.54.02.49 Fax: 041.54.02.50 Email:merdjaj_tour@yahoo.fr |
| 029 | MISSERGHINE TOURS | Cité el khalidia, N°09 avenue 40 martyrs, Rue Zedoura el Hari et kadri si ahmed | Tel : 041.74.61.72 Fax : 041.74.61.69 Email:misserghintour@gmail.com misserghintours@yahoo.com |
| 030 | NIBRASS TOURISME ET VOYAGE | 02 Rue Zehdour Mohamed local 02 El Hai El khaldia Oran | Tel:041.45.20.71 Fax:041.54.12.02 Email:nibr_ass@yahoo.com |
| 031 | NIHEL VOYAGE | Rue cheikh Khaldi Abdelkader N°31 Oran | Tel: 041.45.68.66 Fax:041.46.85.23 Email:nihelvoyages@hotmail.com |
| 032 | NOMADES TOURS | Hai sidi el Bachir, Rue Zirout Youcef, N°17 -Oran | Tel:041.40.29.70 Fax:40.29.79 Email:nomadestours@live.fr |

| | | | |
|-----|------------------------------------|---|--|
| 033 | OLYMPIC TRAVEL | 26 Rue de 20 Aout Oran | Tel:041.41.45.30 Fax:041.41.45.29 Email:olympicdz@yahoo.fr |
| 034 | O.N.A.T (Succursale 01) | 06, Bd El emir Aek | |
| 035 | O.N.A.T (Succursale 02) | Aéroport d'Es senia | |
| 036 | ORAN VOYAGES | 10,Rue Mimoun , Nouvelle ville | Tel: 40 03 73/ 40 40 14 Fax: 41 27 28 |
| 037 | OUASSINIA ASFAR | 76, Rue hamou mokhtar Avenue St eugène | Tel:041284952 Fax:041 28 38 44 Email :ouassiniaassfar@yahoo.fr |
| 038 | PANORAMIC TOURS | Hai Jordan Bt A/3 Dar el Beida | Tel/Fax::041.53.37.63 |
| 039 | PERSPECTIVE TRAVEL (Succursale 01) | Hai El Emir, Rue les frères Benslimane, N°21, Oran | Tel/fax : 29 62 91 Email ; perspectiveoran@hotmail.fr |
| 040 | PRESIDENT TOURS | 03 Hay el othmania , Hotel Président | Tel:041.32.69.29 Fax:041.32.69.37 Email:president-tours@hotmail.com |
| 041 | RACHGOUNE TOURISME ET VOYAGES | 70, Avenue Hammou Mokhtar El Makarri | Tel: 041.28.41.65 Fax:041.28.25.23 Email:rachgoune@yahoo.fr |
| 042 | RIAD VOYAGES | 2,Rue Benabdellah Med Carteaux Gambetta | Tel/Fax:: 42 93 10 Email:riadvoyages@yahoo.fr |
| 043 | ROYAL YOUNES SAFAR | 05, Avenue Max Marchand Oran | Tel: 041.53.16.34 Fax:041.53.37.09 Email:rys-dz@hotmail.fr |
| 044 | SADJI TOURISME ET VOYAGE | 12, Rue Mekki Si Brahim Hai Badr (ex cité petit) Oran | Tel: 34 55 12 Fax: 32 97 31 Email:sadji.voyage@yahoo.fr |
| 045 | SALAM TOURS | Cité des martyrs Miramar Angle, Rue CARNO N°15 et Rue Nancy N°38 Oran | Tel:041.40.60.06 Fax:041.40.60.05 Email:salamtour-oran@hotmail.fr www.atlastours.pro |
| 046 | SIDI EL HOUARI VOYAGES | Hay Sidi El bachir, place Adda Benouda n°31/03 | Tel: 41 59 24 Fax: 41 10 57 Email:svl_travel@yahoo.fr |
| 047 | SYPHAX TRAVEL | Cité seddikia, Rue François Courbet ,Angle | Tel / Fax::041.42.93.99 Email:syphaxtravel@yahoo.fr |
| 048 | TESSALA | Rue Pomel St pierre Angle 11 e Mirauchaux Oran ,07 | Tel Fax:041.41.25.14 |
| 049 | TLEMSANI TOURS | Hai El Emir, Rue Michelet n°05 Oran | Tel: 41 37 41 Fax: 41 45 48 Email:traveltts@yahoo.fr |
| 050 | Tarares Travel (Succursale) | Michelet, N°05, 03, Rue Sidi el Bachir Rue Zirout Youssef, N°3 | Tel : 041.54.07.89 Fax : 041.54.07.86 Email : trarasoran@hotmail.com |
| 051 | TOURING CLUB (Succursale 01) | Bd de la soumam | Tel/fax: 30 17 84 Email: tva.boudiaf@hotmail.fr |

| | | | |
|-----|------------------------------|--|--|
| 052 | TOURING CLUB (Succursale 02) | Rue de Mostaganem | |
| 053 | ZENATA (Sucurssale01) | 28Rue Abderrahmane Mira, ex Magenta | Tel: 41 30 30 18 /30 30 20 Fax: 40 82 35 Email :zenatavoyagesoran.@yahoo.fr |
| 054 | ZENATA (Sucurssale02) | Cité de l'émir 22Avenue de l'ALN | Tel: 39 12 57 .Fax: 39 12 27 |
| 055 | NEBIA VOYAGES | 144 logt villa B N° 52 Bloc 15 Cité el Barki-Oran- | Tel/Fax: 041-27-10-03 / Email:nebiavoyage@hotmail.fr |
| 056 | Low Cost voyages | HAI ES-SEDIKIA RUE Général Delback Ilot 08 N 126 local N 02-Oran- | Tel:00213 41 538 923 Fax:00213 41 538 925 Email :larbi.mazouz@lowcostalgerie.com |
| 057 | Orbite Travels | 04, Rue Djebbar Abdelkader-Oran- | TEL/Fax:041 29 12 45 Email:orbitvoyage@gmail.com |
| 058 | Emeraude voyages | 72, Rue Mezouaghi Mohamed-Maraval-Oran- | TEL : 041 34 87 24 FAX: 041 35 14 70 Email:emeraudevoyages@yahoo.fr |
| 059 | Maxi travel service | 01, coopérative immobilière en-nasr, point du jour-Oran | TEL /Fax : 041 42 34 24 Email : maxi.travelservice@gmail.com |
| 060 | Habibas Tourisme et Voyages | Rue Wahrani Boumedienne Cité Sedikia Local N°03-Oran- | TEL /FAX: 041 53 88 01 Email: habibastourisme@yahoo.fr |
| 061 | Insaf Voyage | Cité 1377 logt en face USTO BT 09 .local n° 29-Oran- | TEL : FAX: Email: |
| 062 | Taous Travel | 06, Rue Boubasla delloul-Hay Fellaoucen,Oran. | Tel : 041 27 18 10 Fax : 041 27 18 20 Email : taous_travel@hotmail.com |
| 063 | Bicha voyages (Succursale) | Hay Khemisti Résidence yasmine,Hay 123 logement sous-sol Bloc A N° 06-Oran | Tel : Fax : Email :bicha_voyages@yahoo.fr |
| 064 | Phénicia Tour | 11, Rue djaoudi Abderrahmane (ex Bd charlemagne), 1étage | TEL /FAX : 041 29 65 90 Email : pheniciatour@hotmail.com |
| 065 | Tazghât voyage | Avenue Zirout youcef n° 23-Oran- | TEL /FAX : 041 30 12 32 Email : tazghattour@yahoo.fr |
| 066 | Abdelhadi asfar | Hai cherif lahcen,local N°03,lot N°10 | |
| 067 | Bourse des voyages | 55, rue de Mostaganem-Oran. | TEL/FAX : Email : |
| 068 | Bladi Asfar | Hai seddikia, rue des falaises, | TEL |

| | | | |
|------------|------------------------------------|---|--|
| | | BT N°01-Oran- | FAX |
| 069 | Montparnasse voyage | 09, rue bensenouci hamida -Oran- | TEL :041 296816/04 FAX : Email :hotelmontparnasse@yahoo.fr |
| 070 | New Beach voyage | Cité el wahy,lot N°57,el ançor-Oran- | TEL :041 29 68 04/0550 16 84 81 FAX :041 29 69 69 |
| 071 | Agence de voyage Bensmail | Cité Khemisti Bd Ayala N°124, Bir el djir-Oran. | TEL : 041 43 10 63/ 43 44 12 FAX : 041 46 85 23 Email :bensmail.baya@yahoo.fr |
| 072 | Les pins d'or | Complexe Touristique les pins d'or, route du cap Falcon front de mer, lot N°20, Ain el Turck-Oran. | TEL :041265560 FAX :041265188 Email :lespinsdor@lespinsdor-dz.com |
| 073 | Easy Voyage | Rue Emir abdelkader n°29 Sidi CHAMI | TEL : FAX : Email |
| 074 | Maghreb Tourisme Succursale | Liberté Hôtel Hai USTO | TEL : FAX : Email |
| 075 | El Waha tourisme et voyages | Rue Sahraoui Abdelhadi N°14 Cité Tafna-ORAN- | TEL : FAX : Email |
| 076 | Fousha Tour | Cité maraval BA A9 Entrée 2 dar el baida | TEL : 041 45 67 61/45 66 92 FAX : 041 46 27 95 Email |
| 077 | Weessem Asfar | Hai khemisti, rue mustapha boulaïd lot n°02 , local n° 33 , bir el djir | TEL/fax : 041/62/23/36 Email alweessem@outlook.comalweessem@outlook.com |
| 078 | Succursale Sahat Toute | Hai khemisti lot 2000 bati D11 n° 275 | TEL :041/621/339 FAX : Email : sahatatout31@gmail.com |
| 079 | Zemzem Succursale | Hai el Moujahedine Rue 05 juillet n°11 | TEL : FAX : Email |
| 080 | Tendance Voyages | Hai El Emir, Rue Ameer Brahim N° 04 Oran. | TEL : 041-29-68-17 FAX : 041-29-23-72 Email : tendancevoyages@hotmail.fr |
| 081 | Quiza Travel | Hai Tafna, rue Edmond rostand. Oran. | Tel :041460589 Fax :041467432 |

| | | | |
|-----|---|--|---|
| 082 | Sahoua voyages | Hai Ahmed Zabana,regroupement d'habitation 3110,ilot N°11 ,Bt 08,Entrée 03,N°03 ,Arzew-Oran. | Tel : 041 24 19 37/041 24 78 86 Fax : 041 24 22 55 Email : sahoua_voyages@hotmail.com |
| 083 | Skylink Travel | Hai Omaria,Impasse des bibans N°02 Local N° 05-Oran. | Tel/fax :041/532/649 Email :rguenaoui@otels4u.com |
| 084 | Kertali tourisme et voyages | Rue el amir abdelkader lot 30 n°29 sidi chahmi | TEL : 041/54/45/08 Email :kartaliamine@gmail.com |
| 085 | Omar tourisme et voyages | Hai daya, regroupement urbain 35 logts. Lot N°13, N°35 | Fax : 041462871 |
| 086 | Ambition voyages | Cité el amir (actuellement rue khaloufi houari n°04) | Tel : 041 /33/ 63 /59 fax : 041/33/56/47 Email :gaby.namara@gmail.com |
| 087 | 360° tours | Local n°04 B, hai khemisti n°14 lot 11 ph2, bir el djir | |
| 088 | Keltoum voyages | Hai Abdelmoumène,Rue Aroumia Draoua (ex Rue Adrian Kefili),N°32-Oran- | |
| 089 | Er-rihab (succursale) | Hay les chalets N°13, Senia -Oran. | |
| 090 | Provence Tour | Hai seddikia,lot N° 01-Oran. | |
| 091 | Le bel Eden Tours (succursale). | Hai Khemisti ,cooperative 2000 logement ,batiment A8 ,entrée A8b,local N°213-Oran- | |
| 092 | Zahia voyages | Hai ibn Rochd, regroupement d'habitation Aral, Rue D, villa N°20-Oran- | |
| 093 | Wahab Voyages | 80,Rue Bahi Amar,N°04,Sénia-Oran- | Tel/Fax: 041-55/34/76 Email:wahab.voyages@gmail.com |
| 094 | Oran Voyages (succursale) | 44Rue Matlaa El fadjr point du jour | |
| 095 | Adam voyages et tourisme | Avenue de l'ALN N° 06 cité el amîr | Tel /Fax : 041338766 |
| 096 | For winds Travels | Hai El-Emir Rue latreche Med n° 5 MIRAMAR | Email : khaledkhoufache@yahoo.fr |
| 097 | Services Logistiques Et Commerciaux Tourisme Et Voyages | Hai Othmania, Rue Yakoub Abdelkader N°03-Oran- | |
| 098 | Abou amine | Hai ibn sina (ex Victor Hugo) sur Rue Lekehal Omar N° 29, local n° 01 | Tel/fax : Email : Mob : 0667 14 38 21 |
| 099 | Bernaoui Tourisme et voyages | Hai el yasmine POS 52 Résidence el mordjane lot E 14 | Tel/fax : Email : bernaouimiloud@gmail.com |

| | | | |
|-----|--|---|--|
| | | BT A 4 Bir el djir-Oran- | |
| 100 | Bensalem Tourisme et voyages | Centre ville Rue de la gare N°08 Gdyel-Oran- | |
| 101 | Esprit Tourism and Events | Hai el mactâa, Coopérative Immobilière « belhadj »Rue,boukkari Khelifa N°90bis,lot N°01-Oran- | Tel/fax :041/53/77/70 Mob : 0541/69/21/97 Email : esprit.tourismevents@gmail.com |
| 102 | Towers Travel | Es-senia en face coopérative Essadaka. | Tel/fax : Mob : 0770/81/65 Email : |
| 103 | Loubna safar | Batiment bloc C n°03 oued tllét | Tel/fax : Mob : 0770949155/0560993806 Email :fati513@live.fr |
| 104 | El baroudi safar | Hai el makkari (ex st Eugène), Rue youbi moussa et rue bouadjmi mimoun n°65, local n°02-Oran- | Mob : 0556 58 42 30 Email : ahiban.ruorhat@gmail.com |
| 105 | Paloma Tourisme Et Voyages | Hai cheikh bouamama, ilot N°147 plan cadastral n°135 N°01- | |
| 106 | Amis doux voyages | Coopérative immobilière el miah,n°07, bir el djir-oran- | |
| 107 | AL Ahila | Hai Seddikia ,Façade de la rue mohamed ben tayeb-Oran- | |
| 108 | AL AWALI Tourisme Et Voyages (succursale) | Hai Khmisti, coopérative 2000 logements, Bâtiment D11 entrée D11 A –Oran- | |
| 109 | Belkaid | Hai Belgaid BIR EL Djir | |
| 110 | Doha Travel Hai sâada, Avenue Mustapha Ben boulaïd, N°75 –Oran- | | |

قائمة الجمعيات ذات الطابع السياحي

| N° | Association / Office | EN Arabe | Adresse |
|----|---|--|---|
| 01 | Office du Tourisme Mesrghine | الديوان المحلي لمسرغين | Centre culturel de la commune de Mesrghine |
| 02 | Association Touristique Echanges des Jeunes | الجمعية السياحية للتبادل الشبابي | 03,Rue Belejna Houari (Auberge des Jeunes) |
| 03 | Nessma d'Oran | نسمة وهران | Cité 350 logt Bt A porte n° 4 maraval |
| 04 | ACHEBAL ELMOUTAWASIT | أشبال المتوسط | Maison des jeunes Hassi Mafessoukh |
| 05 | Manara d'Oran | منارة وهران | Maison des jeunes El Barki Fellaoucene |
| 06 | SOLEIL des activités Artisanales et des métiers | شمس الصناعات التقليدية والحرف | 91 , Rue El Arabi ben Mehidi |
| 07 | Le littoral Oranais | الساحل الوهراني | camping des jeunes la madrague Ain El Turck |
| 08 | El -Acil | الأصيل | Cité 500 logt Bt B 2 ème Etage porte D – Gdyel |
| 09 | Association Touristique Educatif & Echanges des Jeunes Belgaid | الجمعية السياحية التربوية والتبادل الشبابي بلقايد | Auberge Belgaid Bir el Djir |
| 10 | Office du tourisme de la ville d'Oran | الديوان السياحي لمدينة وهران | 22, Rue El-Emir abdelkader – hôtel Timgad |
| 11 | Association des activités animés et artistique et touristique pour les Jeunes | جمعية النشاطات الترفيهية الفنية والسياحية للشباب | 03 Rue Med kassani cap falcon Ain el Turck |
| 12 | Ajiel el Mostakbel | أجيال المستقبل | 82Rue fares el-Houari HAI EL BADR |