

IMPACT DE L'USAGE DES RESEAUX SOCIAUX DANS L'EVENEMENTIEL A L'ERE DU NUMERIQUE SUR LE DEVELOPPEMENT TERRITORIAL EN KABYLIE (ALGERIE)

Bélaïd ABRIKA

Professeur à l'UMMTO, Algérie

Email : abrikamazigh@yahoo.fr

Amina SMADI

Maitre de Conférences à l'UMMTO, Algérie

Résumé

L'article traite de l'usage des innovations numériques dans l'événementiel vecteur du développement territorial. Il cherche à déterminer en termes d'impact les implications entraînées sur l'espace local à travers l'usage des réseaux sociaux des institutions de la région de Tizi-Ouzou. Le sujet aborde d'abord l'évolution des mutations que connaît le monde du digital en Algérie ; puis il dresse un état des lieux des typologies des multiples événementiels organisés par les institutions dans un contexte marquant le développement territorial sous une forme hybride combinant concurremment le numérique et l'espace physique ; pour enfin se terminer par l'analyse et la discussion des résultats de l'enquête.

Afin de situer l'évolution de l'usage du numérique la recherche a adopté une méthodologie quantitative à l'aide d'un questionnaire à deux tours entre 2018 et 2020. Les conclusions de la recherche montrent que l'Algérie accuse un retard dans l'utilisation du numérique ce qui peut provoquer une double fracture territoriale. La stratégie adoptée ne semble apporter ses fruits au regard des indicateurs logeant l'Algérie au rang des retardataires en matière du développement du numérique.

Les conclusions mettent en exergue le déphasage existant entre les attentes des usagers du numérique dans l'événementiel et l'action des pouvoirs publics en ce qui concerne son amélioration multidimensionnelle.

Mots-clés : réseaux sociaux, numérique, événementiel, marketing stratégique, développement territorial.

Abstract

The article deals with the use of digital innovations in event management as a vehicle for territorial development. It seeks to determine in terms of impact the implications for the local space through the use of social networks of institutions in the Tizi-Ouzou region. The subject first addresses the evolution of changes in the digital world in Algeria; then it draws up an inventory of the typologies of the multiple events organized by the institutions in a context marking territorial development in a hybrid form concurrently combining digital and physical space; and finally concludes with the analysis and discussion of the survey results.

In order to situate the evolution of the use of digital technology, the research adopted a quantitative methodology using a two-round questionnaire between 2018 and 2020.

Research findings show that Algeria lags behind in the use of digital technology, which can cause a double territorial divide. The adopted strategy does not seem to be bearing fruit with regard to the indicators which place Algeria among the laggards in digital development.

The conclusions make it possible to detect the phase difference or the existing gap between the expectations of digital users in events and the action of public authorities with regard to its multidimensional improvement.

Keywords: *social networks, digital, events, strategic marketing, territorial development.*

Classification JEL : *L86 ; L88 ; O 33 ; Q55*

Introduction

Le débat sur l'importance du numérique depuis l'avènement des réseaux sociaux est récent ; il s'est imposé avec les innovations que connaissent les nouvelles TIC et la captation des bouleversements découlant de l'accroissement des consommations de ces nouvelles techniques. En effet, de nos jours, les réseaux sociaux, qui connaissent une évolution fulgurante ces dernières années au point de devenir incontournables au regard de leurs capacités d'influence, occupent une place importante dans le développement territorial.

Le numérique permet de partager en temps réel un événement qui peut faire le tour des communautés de groupes ou d'individus interconnectés ; ce qui conditionne le comportement, les réactions et incite les choix des consommateurs dans le futur.

La recherche s'inscrit dans un contexte d'évolution exponentielle des TIC, car les innovations qu'apporte la révolution numérique incitent les usagers à passer vers un nouveau mode de production et de consommation, elle traite de l'intronisation du numérique par les institutions déconcentrées et analyse leurs exploitations dans les événementiels locaux et leurs impacts territoriaux. Comment les acteurs publics du territoire font l'usage du numérique à travers les réseaux sociaux dans l'événementiel vecteur du développement territorial ? Le traitement du sujet revêt un double intérêt. D'abord, il consiste à saisir les mutations du monde digital au plan local en Algérie et ensuite à explorer l'usage des innovations numériques dans l'organisation des manifestations publiques. L'objectif de cette recherche est de faire un état des lieux, en commençant d'abord par l'établissement d'un recensement par typologie les événementiels dans la région de Tizi-Ouzou (Département de Kabylie en Algérie) qui est connue par son dynamisme, la multitude et la diversité des manifestations qu'elle abrite, puis de s'intéresser aux pratiques ou à l'usage des supports des réseaux sociaux numériques et de déterminer les impacts de leur utilisation sur les événementiels traités dans la perspective de déduire les effets d'entraînement induits en matière de développement territorial. Les hypothèses émises considèrent que l'usage novateur du numérique n'a pas supplanté l'événementiel mais conduit plutôt vers une forme hybride combinant le déroulement des manifestations en ligne simultanément à celles se déroulant sur les territoires physiques. Dans ce domaine, l'Algérie accuse un retard dans l'utilisation des TIC et en matière de numérisation et la qualité de la connexion qui freinent le développement du numérique.

La méthodologie adoptée est qualitative. L'enquête menée à l'aide d'un questionnaire entre 2018 et 2020 s'articule sur 2 tours. Le premier tour nous a permis d'établir un état des lieux de l'intronisation du numérique et de voir leur usage dans l'événementiel organisé par six institutions de la wilaya de Tizi-Ouzou à savoir : l'Université Mouloud Mammeri (UMM), la

Direction du Tourisme et de l'Artisanat (DTA), la Direction de la Culture (DC), la Direction de la Jeunesse et Sport (DJS), la Direction des Services Agricole (DSA), l'Assemblée Populaire de Wilaya (APW) et la Radio Locale. Le second tour, mené durant la période de la Covid19, situe les évolutions et les avancées enregistrées corrélativement à leur utilisation dans les multiples événementiels. Les résultats de la recherche déclinent des conclusions permettant de déterminer les supports utilisés, la dimension, la place, le rôle et l'impact du recours aux réseaux sociaux (avant, pendant et après) à travers les événements organisés sur le développement des territoires. L'article est structuré en trois points. Le premier point présente les différents concepts mobilisés pour l'objet de la recherche ; le second point donne un aperçu sur le numérique et l'usage des réseaux sociaux en Algérie ; enfin, le troisième point examine les résultats de l'enquête menée à l'aide d'un questionnaire, portant sur la stratégie marketing, menée auprès des acteurs institutionnels locaux.

1. Le numérique et l'événementiel vecteurs du développement territorial

L'analyse territoriale dépasse le caractère tangible, matériel ou physique du territoire, en intégrant les éléments constitutifs de son histoire, culture et des modes de vie et des savoirs productifs générationnels évoluant dans une sphère sociale associée à l'espace géographique ; considérant ainsi le territoire comme une ressource du développement Claude LACOUR (2000).

Le développement territorial multiscalaire, qu'il soit à l'échelon infranational ou supranational, s'identifie par le volume des richesses qu'il génère et l'évolution du niveau de vie des populations. Le développement territorial dépend des processus des changements qui s'y opèrent sur les systèmes productifs localisés et des évolutions de l'environnement institutionnel ainsi que les changements sociétaux observables. Un ensemble de mutations innovantes qui touche les mentalités, les structures sociales, économiques, technologiques, politiques et culturelles, un cadre offrant les possibilités à tirer des avantages introduits par la dématérialisation : mettre le numérique au service du développement territorial.

Il s'articule selon [André Torre](#) (2018) autour de deux grands moteurs « la production et la gouvernance » permettant de saisir « *l'innovation territoriale* », donnant lieu à des mutations territoriales permanentes découlant des influences endogènes et exogènes (Storper, 1997), des interactions des réseaux systémiques innovants spécifiques à l'échelon territorial visé. Les processus de développement dépendent des modes de production et de l'environnement politique, socioéconomique et culturel propre à chaque entité territoriale : il s'agit des modalités de gouvernance locale, où, par exemple, les populations s'impliquent à travers les mécanismes des structures dédiées à la société civile dans des projets de développement territorial au niveau régional ou local ; car la problématique du développement territorial s'intéresse « *avant tout des aires géographiques de taille plutôt restreinte* » (André Torre, 2015, 279). De plus, il s'appuie sur les potentialités en termes de ressources spécifiques, facteur de différenciation à exploiter. Dans ce sens, l'ossature des fondations du territoire qui forme la force d'un ancrage territorial repose sur ce qui la distingue des autres territoires semblables. En effet, selon Pecqueur (2005) qui décrit deux types de ressources (génériques et spécifiques), la ressource spécifique qui a un caractère non transférable est déterminante pour le développement territorial (Campagne P, Pecqueur B, 2014). Considérant qu'elle s'inscrit dans une démarche ou vision qui ne peut pas être généralisée à tous les territoires, elle découle d'une sorte de « *combinaison territoriale des*

facteurs et des ressources devenant source de synergie et facteur de développement en créant la spécificité non transférable » (Amor Belhedi, 3, 2018, 7).

L'implication d'acteurs territoriaux à travers des stratégies adéquates dans des processus de construction de dynamiques territoriales de production à l'échelon local est le facteur déclencheur des processus du développement territorial. Des processus bâtis sur l'exploitation des ressources territoriales spécifiques ; dans cet esprit « *la dynamique territoriale de développement vise à révéler des ressources inédites et c'est en cela qu'elle constitue une innovation* » Bernard Pecqueur (2005).

Cependant, les technologies du numérique, tout en suscitant de l'espoir, impactent différemment, en fonction du degré de leur appropriation et de leur propagation, le développement des territoires. En effet, le manque d'infrastructures numériques accentue et ou crée des disparités en termes d'aménagement du territoire appelées « fractures numériques »¹ ; elles sont un outil stratégique vecteur du développement territorial dans le futur de par les capacités d'interconnexion et de mise en réseaux qu'il est capable d'esquisser entre les institutions et les organisations de la société civile interagissant sur le territoire. Ceci a donné lieu à l'émergence du concept de territoire numérique qui se décline par l'utilisation des acteurs locaux des TIC, notamment en matière de modernisation de l'administration des collectivités locales. L'adoption de la stratégie numérique devient un levier du développement territorial dans la perspective consiste en la résorption des écarts flagrants qui séparent certains territoires.

1.1. Le numérique au service du territoire

Le développement numérique marque-t-il une évolution décisive des territoires ? (Sophie Houzet, 2013, 5). La révolution numérique est au cœur du développement territorial, elle a amplifié la diffusion de l'information, par conséquent, elle participe à la reconfiguration des distances, multiplie les proximités entre les territoires et réduit le temps des communications. L'aménagement numérique des territoires consiste à permettre l'accès à internet et à la téléphonie via les structures disposant de réseaux fixes (fibre optique) et réseaux mobiles (4G). L'aménagement classique des territoires infranationaux à la recherche d'un meilleur équilibre et d'une équité des régions pose une problématique d'une nouvelle fracture en termes d'aménagement numérique que certains territoires supportent. Ceci est perceptible au regard alambiqué des rapports qu'implique l'usage de l'aménagement numérique sur le territoire. Il est considéré comme facteur d'inclusion sociale et économique et de propagation d'un environnement favorable ou défavorable au développement territorial des pays. De par les transformations structurelles qu'il entraîne dans son sillage, ce dernier influence le niveau de la croissance économique qui est un facteur déterminant dans les programmes de développement mis en œuvre par les pouvoirs publics.

La gouvernance des territoires à l'ère du numérique se pose avec acuité ; les acteurs institutionnels et ceux de la société civile sont concernés au premier chef dans cette révolution qui s'opère au niveau local. Les programmes et les actions (investissements et formations) se mettent en place partout pour surpasser la double fracture en matière d'aménagement du

¹ Il s'agit de « *l'écart entre les individus, les foyers, les entreprises, les espaces géographiques et les différences socio-économiques concernant leurs opportunités d'accès aux technologies de l'information et de la communication et de l'usage d'Internet pour l'ensemble de leurs activités* » (OCDE, 2001).

territoire. La propagation des usages des outils numériques qui évoluent à une vitesse vertigineuse impulse les changements remarquables qui affectent les territoires. En sus, avec l'intronisation du numérique, il est question de repenser la place des innovations dans le développement. En effet, les intervenants relevant de la sphère décisionnelle des pouvoirs publics influencent d'une manière ou d'une autre les processus d'usage de l'innovation sociale et la diffusion du numérique. La démocratisation de la propagation de l'adoption des TIC par de nombreux individus issus de franges sociales diverses de la société participe tacitement par les innovations technologiques aux contours du développement territorial ; ceci permet « *de lancer les nouveaux chemins de développement* » [André Torre](#) (2020).

La pluralité territoriale constitue l'espace de vie des individus à l'ère de la numérisation. Le territoire est l'espace du « bien chez soi et bien être ensemble » (Di Méo G, 2001, p.35). L'aménagement numérique du territoire devient un enjeu voire une priorité d'attractivité territoriale pour les décideurs des collectivités locales. Avec le travail à domicile, les loisirs virtuels, l'entretien des relations des réseaux familiaux et amicaux, l'individu se déplace virtuellement au même instant, grâce aux réseaux sociaux, d'un lieu à un autre. La numérisation territoriale reconfigure la problématique du développement du territoire à partir de « *ses ressources, ses contraintes et ses spécificités matérielles et immatérielles (les acteurs et leur mode de fonctionnement)* » (Amor Belhedi, 2018, 6).

1.2. L'impulsion des réseaux sociaux sur le nouvel essor de l'événementiel

L'événementiel est un instrument de marketing territorial, alimentant les activités économiques en participant à la vulgarisation de l'image d'une destination, un moyen de promotion soutenant les dynamiques territoriales. Il est au cœur des stratégies du développement territorial, particulièrement lorsqu'il est fondé sur les ressources locales. C'est le vecteur de la perception positive de la représentation du territoire. L'image véhiculée par les réseaux sociaux sur un territoire est révélatrice de la stratégie du marketing territorial. Au regard de la place qu'occupe l'événementiel organisé par les institutions locales et les acteurs de la société civile, la région de Tizi-Ouzou (Kabylie, Algérie) s'inscrit dans cette logique. Elle construit son image sur les multiples événements qui regorgent sur ce territoire.

Avec l'intrusion du digital, de nouvelles habitudes se manifestent par une quasi omniprésence du numérique chez les consommateurs. Les réseaux sociaux développent des capacités inouïes qui forcent les opérateurs économiques à revoir leur stratégie marketing en tenant compte des attentes des consommateurs. Les bouleversements que connaît à titre illustratif le secteur du tourisme incitent les nouveaux acteurs de la distribution des produits touristiques à « *s'intéresser au phénomène des agences virtuelles* » (Cacomo et Solonandrasna, 2001). A l'ère du monde virtuel, les touristes abolissent les frontières des intermédiaires, ils peuvent rentrer directement en contact avec les fabricants de séjours touristiques. La désintermédiation entraîne une dématérialisation territoriale.

L'événementiel fait partie des stratégies de marketing innovantes des territoires, voire une nouvelle forme d'intermédiation des prestations économiques qui combinent les promotions via les média et hors média. L'événementiel renvoie à « *l'ensemble des actes, manifestations et phénomènes liés aux divers événements à la fois notables, volontairement organisés et à caractère touristique* » (Spindler, 2009), ils peuvent concerner des rencontres diverses (congrès, conventions, sommets...) à caractères scientifique, culturel (festival, fête, braderies...), sportif

(local, national ou international) ; la recherche consacrée à l'événementiel connaît « *une évolution significative* » (Houanti, 2015, 83) sans pour autant s'intéresser aux réseaux sociaux. Cependant, en Algérie, les pouvoirs publics ne semblent pas prendre conscience de la force de pénétration du marché en recourant aux réseaux sociaux, car cela requiert un changement radical de la stratégie marketing et de veille numérique (processus stratégique de surveillance du marché par le repérage, la collecte, l'analyse, l'exploitation et la diffusion de l'information) qui impliquent un investissement dans la ressource humaine afin de tirer profit des campagnes d'information, d'enranger des avantages en diversifiant la clientèle...

2. Etat des lieux du numérique en Algérie

L'Algérie a raté la révolution du numérique ; la manne financière engrangée durant les années 2000 n'a pas permis d'actionner les leviers d'un aménagement numérique et la mise en place d'une stratégie adéquate à la dématérialisation des services publics. Le programme e-Algérie (2008-2013), conçu dans cette optique en 2008, n'a pas été mené jusqu'au bout. Cet état de fait traduit-il l'insouciance ou un niveau d'inconscience des pouvoirs publics quant aux effets bénéfiques de la généralisation de l'usage d'internet et ce en termes de limitation du gaspillage, de gain de temps, de valeur ajoutée économique, de frein à la bureaucratisation et la connexion au progrès et au monde moderne ? Quels sont les facteurs explicatifs de ce retard ? Hadeef Abderrahmane (2020), PDG de Intelligence Vector Consulting, invoque plusieurs raisons qui freine le développement du numérique en Algérie, dont celles inhérentes au « *facteur humain à travers une forte résistance au changement* » et celle « *de l'ordre législatif avec une réglementation peu encourageante* ». Un constat qui illustre les résultats mitigés de l'action des pouvoirs publics en matière de modernisation et de numérisation, tel qu'il est développé ci-dessous au regard des indicateurs et des indices de classification de l'Algérie.

2.1. De l'action des pouvoirs publics : Une modernisation et une numérisation contrastées

Les récentes déclarations des pouvoirs publics en Algérie¹, précédées par celles des années 2000 matérialisant l'ouverture du marché à la concurrence aux services des télécommunications mené particulièrement dans la téléphonie mobile, inscrivent la nécessité du développement du numérique parmi les priorités dans les programmes et l'action gouvernementale et ce dans la perspective de rendre les territoires attractifs. A partir de 2008 la réflexion a été engagée dans le cadre d'une stratégie d'e-Algérie 2013². L'amélioration de la performance des territoires infranationaux en matière d'aménagement numérique est pensée dans l'optique d'atteindre un niveau de croissance économique inclusif. La digitalisation consacrant certains services publics des collectivités locales (numérisation de l'état civil, fourniture de pièces d'identité ou de

¹ En 2020 le conseil des ministres a adopté « *L'initiative pour la transition numérique* » visant la transformation du numérique de l'Etat et de la société a été initié.

² Programmé pour la période 2009-2013 visé entre autre l'accélération de l'usage des TIC dans l'administration et dans les entreprises ; l'impulsion du développement de l'économie numérique ; le renforcement de l'infrastructure des télécommunications à haut et très haut débit ; le développement des compétences humaines ; et la mise à niveau du cadre juridique national (extrait de la synthèse <http://www.algerianembassy.ru/pdf/e-algerie2013.pdf>). Ce programme, réalisé partiellement, fut abandonné avant terme.

circulation biométriques), de la justice (retrait à distance du casier judiciaire national), la santé en épurant le fichier des assurés sociaux (Carte chiffo), etc... illustre la modernisation de l'administration publique en Algérie.

Le contraste e-Algérie dans l'« économie numérique », concept basé sur la couverture des « secteurs des activités économiques liées au numérique » Nassima Bouri (2018, 210), apparaît dans les prestations commerciales, les transactions bancaires qui enregistrent un grand retard comparativement aux deux voisins frontaliers (Maroc et Tunisie) ; les opérations de paiement à distance sont très limitées et ce, malgré la promulgation de la loi sur le Commerce électronique. Les transactions électroniques sont dérisoires ; la faible implantation des TPE auprès des commerçants traduit l'incapacité des pouvoirs publics à incorporer l'activité économique dominée par la sphère des activités informelles dans les circuits financiers formels. La saisine de l'opportunité de l'introduction du numérique comme un levier stratégique dans la sphère économique passe par la volonté des pouvoirs publics à engager un processus des réformes structurelles dans une logique d'impulsion d'une ressource humaine formée, maîtrisant les procédés de la digitalisation de l'économie, aptes à résorber l'informalité et à intégrer l'entreprise économiquement viable dans la chaîne de valeur de l'économie mondiale. En effet, le numérique qui a révolutionné des pans entiers des secteurs économiques dans le monde n'a pas encore atteint sa vitesse de croisière en Algérie. Ce constat est partagé par KHENFRI Kheider et BOURNISSA Meriem (2018, 267) pour qui « *l'Economie numérique en Algérie connaît plusieurs défis* ». Ils suggèrent de ne pas limiter l'usage du numérique uniquement aux TIC, mais de la rendre effective en l'élargissant à tous les secteurs économiques.

2.2. Evolution mitigée du numérique en Algérie

Les indicateurs internationaux de l'évolution du numérique en Algérie durant la dernière décennie sont variables, ils dévoilent des progressions mitigées. L'accès large à l'usage de la téléphonie mobile, en migrant tardivement vers 3G en 2014, au moment où le monde est passé vers la 4G voire la 5G, a permis l'amélioration de la performance réalisée en ce qui concerne l'indice de développement des TIC, en passant de la 112^{ème} à la 103^{ème} place en 2016. L'Algérie a réussi à démocratiser l'accès à la téléphonie mobile grâce au dynamisme relatif des opérateurs mobiles. Plus de 90% du parc téléphonique relève des réseaux mobiles, le reste sont des réseaux fixes. Par contre, l'indice de préparation du réseau 2019, qui classe un total de 121 économies (Portulans Institute, 2019), classe l'Algérie qui a un Revenu Moyen Supérieur à la 98^{ème} place loin derrière les pays du continent africains qui ont un Revenu Moyen Inférieur classé entre la 53^{ème} et la 92^{ème} place : par ordre décroissant l'Ile Maurice, l'Afrique du Sud, la Tunisie, le Maroc et l'Egypte. L'Algérie a amélioré son classement en matière d'administration électronique en enregistrant le score de 0.4227 dans l'édition de l'enquête bisannuelle de l'Organisation des Nations Unies de 2018 sur [l'indice de développement l'E-Gouvernement dans le monde](#). Un résultat inférieur au score moyen de l'indice de 0.55 l'EGDI (E-Gouvernement Data Index).

Tableau 1 : *Indice de développement de l'administration électronique en Algérie (2003-2020)*

Indice de développement de l'administration électronique	2020	2018	2016	2014	2012	2010	2008	2005	2004	2003
Algérie (Rang)	120	130	150	136	132	131	121	123	118	91
Algérie (Valeur)	0,51730	0,42270	0,29991	0,31064	0,36077	0,31810	0,35150	0,32423	0,32476	0,36993

Source : Nations Unies 2020 Un E-Government Survey :

<https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Data/Country-Information/id/3-Algeria>.

D'après cette enquête, l'Algérie est classée à la 130^{ème} place sur 193 pays et à la 14^{ème} place sur 54 pays en Afrique (Nassima Bouri, 2018). En 2020, cet indice a progressé pour atteindre le score de 0.5173, en gagnant 10 places comparativement à 2018, le tableau 1 ci-dessus montre la progression des valeurs enregistrées de 2003 à 2020. Par ailleurs, l'Indice de participation électronique classe l'Algérie à la 183^{ème} place avec un score de 0.1548 ; le tableau 2 suivant montre la progression des valeurs enregistrées de 2003 à 2020.

Tableau 2 : *Indice de participation électronique*

Indice de participation électronique	2020	2018	2016	2014	2012	2010	2008	2005	2004	2003
Algérie (Rang)	183	165	167	172	124	157	152	105	97	91
Algérie (Valeur)	0,15480	0,20220	0,11864	0,07843	0,05260	0,01428	0,02272	0,03174	0,03278	0,05170

Source : Nations Unies 2020 Un E-Government

Survey : <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Data/Country-Information/id/3-Algeria>.

L'Algérie occupe la 113^{ème} position sur 167 pays du classement de l'Union Internationale des Télécommunications (ITU) en matière d'indice de développement des TIC. Au moment où la moyenne mondiale de téléchargement est passée de près de 9 mégabits en 2017 à plus de 11 mégabits en 2019, celle de l'Algérie ne dépasse pas 2 mégabits, selon le [magazine New-Yorkais Ceoworld](#), classant l'Algérie parmi ceux qui ont les vitesses Internet les moins rapides au monde, soit à la 182^{ème} place sur 207 pays. Les pouvoirs publics visent l'objectif d'un débit minimum de 4 à 8 mégabits à court terme. La vitesse de connexion en Algérie est l'une des plus mauvaises au monde d'après le site spécialisé *Speedtest Global Index* (2019), classant l'Algérie à la 135^{ème} place sur 137 pays par rapport à la vitesse de la connexion internet mobile, et à la 173^{ème} position sur 177 pays testés concernant l'internet fixe. Par contre, en ce qui concerne l'infrastructure de base, l'Algérie dispose du plus grand réseau de fibre optique d'Afrique en passant de 60 800km en 2013 à 81 872 kms en 2017, raccordant la totalité des communes. Les bandes passantes internet passent pour la nationale à 801 000 Mbit/s et à l'international à 810160 Mbit/s.

Le cadre législatif régissant les TIC et le numérique n'est pas adapté, ce qui cause des désagréments aux usagers du numérique et le développement du numérique économique, notamment en ce qui concerne la protection des données personnelles et du consommateur, le commerce électronique, la généralisation des modes de paiement électronique. Le nombre d'entreprises connectées à internet est minoritaire et très peu sont celles qui disposent d'un site qui catalogue leurs produits en ligne ; le e-commerce est dérisoire avec un nombre de sites marchands insignifiants. Le manque de confiance explique que la majorité des sites web algériens sont hébergés à l'étranger. De ce fait, la contribution des TIC au PIB national est de

moins de 3% en 2013. La part du numérique est de moins de 5% du PIB. Enfin, les prix d'accès aux réseaux numériques ne sont pas accessibles aux consommateurs.

3. Discussion des résultats de l'usage institutionnel du numérique à Tizi-Ouzou

Dans cette partie empirique, nous allons illustrer les développements des points précédents à travers l'analyse et la discussion des résultats de l'enquête. Le premier point permet de présenter les données collectées auprès des institutions organisatrices des événementiels à Tizi-Ouzou ; suivi par un point consacré à leur ampleur, et enfin, un dernier point analyse l'impact de l'usage des réseaux sociaux sur l'événementiel vecteur d'un développement territorial.

3.1. Structures et formes d'utilisations des supports employés

Les institutions couvertes par l'enquête sont toutes passées vers la 4G en 2020, alors qu'en 2018 elles avaient uniquement la 3G. En matière d'équipement utilisés, en plus des ordinateurs de bureau et portables, des Smartphones et des appareils photos numériques, certaines institutions se sont dotées de tablettes et de Netbook. La majorité, soit 5 institutions sur 6, dispose d'un site internet, depuis moins de 5 ans, conçu et géré par des ingénieurs en informatique en interne à l'exception de la DC qui fait appel à une agence de communication digitale. Il n'y a que deux sites, celui de l'APW et de la DC qui utilisent plusieurs langues.

La majorité ne dispose pas d'un service dédié au numérique et signalent un manque de qualification du personnel dans l'utilisation du web 2.0 et la totalité ne suit pas l'évolution du numérique. Ces supports constituent un espace de diffusion d'informations couvrant les activités et les événementiels relevant directement de leurs institutions. Les enquêtés situent la part ou la contribution des supports numériques dans la communication entre 40% et 90% ; et pour assurer la visibilité de leurs activités la majorité n'investit pas dans des moteurs de recherche (pas de mots clés, ni d'achats publicitaires, ni flyers...), ils exploitent les référencement gratuits et, dans la totalité, ils optent pour les réseaux sociaux. D'ailleurs, une partie d'entre eux n'utilise pas d'outils de suivi de la fréquentation de leurs sites ; ceux qui le font utilisent le compteur du nombre de visiteurs du site, WP Statistics, Facebook insights.

La création et l'usage d'adresse mail professionnelle a évolué pour gagner la totalité des institutions enquêtées en 2020 ; par conséquent, les campagnes d'e-mailing ne sont menées que par une partie qui répond instantanément, pour le reste ils ne consultent pas régulièrement leurs courriels. En ce qui concerne la Newsletter, la majorité ne la diffuse pas, y compris pour l'UMM ; l'APW l'édite régulièrement et la DTA ne l'édite qu'à l'occasion de l'événementiel. Les institutions enquêtées ont saisi l'importance et ressentent la nécessité de marquer leur présence via les réseaux sociaux. Ce fait confirme la nouvelle tendance par la présence et le suivi de l'usage des réseaux sociaux qui ont nettement évolué de 2018 à 2020 en passant d'une absence à quasi-présence sur essentiellement les réseaux Facebook, YouTube et Twitter. Les autres réseaux comme LinkedIn, Instagram et Snapchat ne sont pas exploités par les institutions enquêtées. Par contre la fréquence de publication des informations sur ces réseaux n'a pas connu la même trajectoire comme le montre le tableau 3 suivant.

Tableau 3 : La fréquence des publications sur les réseaux sociaux

Degrés de fréquence des réseaux	Les réseaux sociaux utilisés		
	Facebook	YouTube	Twitter
Plusieurs fois par jour	X		
Une fois par jour			
Une fois pas semaine			X
Plusieurs fois par mois		X	X
A l'occasion des événements	X	X	

Source : Les résultats de l'enquête

Facebook est utilisé par la totalité des enquêtés régulièrement plusieurs fois par jour et à l'occasion des événements (en général, l'usage de YouTube suit l'événementiel, en diffusant des vidéos et des interviews), ceci confirme la tendance mondiale, selon l'enquête menée par le *Event Manger*, 88% des professionnels de l'événementiel utilisent ce réseau. La majorité des enquêtés affirment ne pas développer une stratégie de E-Réputation et attestent ne pas analyser le profil des internautes postant des commentaires. La faiblesse de l'utilisation de la veille stratégique numérique traduit un défaut de considération quant à l'apport du numérique dans l'événementiel, réduisant ainsi sa portée ou son degré d'influence.

3.2. L'ampleur des événementiels organisés par les enquêtés

Les institutions enquêtées organisent une multitude d'événementiels durant l'année. Des manifestations multiformes regroupées en 3 catégories : la première est restreinte, elle cible les individus ou les organisations par des invitations ; la seconde est ouverte au grand public, informé par les supports classiques et les sites internet ou les réseaux sociaux ; enfin, la troisième vise un public mixte qui utilise les deux canaux de communication. Le tableau 4 suivant nous donne par ordre de grandeur l'ampleur par types d'événementiels qu'organisent annuellement les institutions enquêtées. En ce concerne les dimensions, on constate la domination du niveau national, suivi par ordre par les niveaux local et international. Le type local est quasi présent, suivi uniquement par le type Phare. Les enquêtés visent souvent le grand public, suivi proportionnellement par les publics restreints et mixtes.

Tableau numéro n°04 : Nombre d'événementiels et leurs dimensions par institution enquêtée

Institutions ENQUÊTES DE LA WILAYA DE TIZI- OUZOU	Nombre	Dimensions			Types			Publics visés		
		international	national	local	Méga	Phare	Local	Restreint	Mixte	Grand public
UMM	100	X	X			X	X	X	X	X
DTA	52		X	X		X	X	X	X	X
DCT	30		X	X		X	X	X	X	X
APW	30	X	X	X		X	X		X	X
DJS	25	X	X	X		X	X	X		X
RADIO	10		X	X			X			X
DSA	-		X	X			X	X	X	X

Source : résultats de notre enquête : activités organisées annuellement avant COVID19.

3.3. De l'impact de l'usage des réseaux sociaux dans l'événementiel vecteur du développement territorial

L'événementiel qui rythme les multiples rencontres humaines vise le contact, l'échange, la découverte, les nouveautés. L'usage des réseaux sociaux répond à une double préoccupation : d'abord, elle accentue la cadence et renforce la consistance des objectifs visés par l'événementiel ; puis la multiplication du partage avec les personnes qui ne peuvent prendre part à ces rencontres et une opportunité pour atteindre un public large qui n'est pas informé par les canaux de communication traditionnels. L'événementiel virtuel est perçu comme une nouvelle option qui renforce les liens sociaux classiques. Il participe activement à la transformation des offres en ciblant davantage les attentes des consommateurs. Au-delà des résultats palpables de ces rencontres sociales, ceci influence les comportements des acteurs concernés par l'objet de l'événementiel et lui confère dans le futur un caractère hybride : produit du croisement des deux sphères (physique et virtuelle) autour d'un événementiel via les différents supports exploités. Il s'agira de la mise en synergie des deux mondes. Le recours aux réseaux sociaux participe à la promotion des objectifs de l'événementiel et permet d'avoir un feedback instantané et les appréciations après la clôture des festivités. Lors des bilans d'évaluation, il sert d'indicateur de mesure de réussite, en termes d'impacts engendrés, d'objectifs atteints et d'améliorations à faire aux faiblesses signalées et détectées. Grâce au numérique, les participants à l'événementiel deviennent de véritables ambassadeurs vulgarisant l'image de marque perçue lors des festivités, ils deviennent des acteurs de la stratégie marketing.

Les résultats de l'enquête montrent que l'usage du numérique dans l'événementiel transfère l'image du territoire au-delà de l'espace géographique abritant les festivités. Il contribue à la mise en réseaux, au décloisonnement et extirpe les individus et les territoires de leur isolement. En renforçant les liens entre les populations locales et en développant la proximité territoriale il facilite l'échange et le débat d'idées, qui stimulent la créativité. Le numérique consolide et conforte les liens sociaux des parties prenantes de l'événementiel et son public, il devient un véritable levier du développement territorial durable, car le dynamisme des réseaux sociaux rend pérenne la vie d'un événementiel qui se conjugue dans les trois temps : avant, pendant et après. Plus l'événementiel est associé à l'usage des réseaux sociaux, plus il permet d'atteindre des externalités positives : gain de temps ; éviter le gaspillage des énergies et des supports papiers ; maximiser le partage via la stratégie marketing menée via les supports de digitalisation ; et enfin, cibler davantage les besoins et répondre aux attentes des parties prenantes avec beaucoup plus de précisions.

Conclusion

L'innovation numérique est au centre des préoccupations du développement territorial. L'action de l'aménagement numérique du territoire pose la question du comment éviter la double fracture numérique. Le développement d'une économie numérique passe par la mise en place d'un cadre réglementaire balisant un environnement favorable au développement territorial. La transformation numérique en Algérie est conditionnée par la volonté politique et l'adoption d'une stratégie basée sur la maîtrise des TIC ouverte à toutes les franges de la société, formant un capital humain capable à assurer la transition vers la société de l'information. Pour se faire, la décision de l'investissement public passe inlassablement par un aménagement numérique

fiable, transparent, fluide en exploitant et renforçant les différents réseaux existants, aptes à catalyser l'insatisfaction exprimée par les internautes dans les réseaux sociaux.

En bref, il s'agit de démocratiser davantage l'accès à l'usage des réseaux sociaux et de réduire le contrôle restrictif des pouvoirs publics ; de développer les valeurs de la citoyenneté et de renforcer la confiance des usagers ; de prendre en considération l'effet de mode : mutations, transformation des habitudes et comportements des consommateurs ; d'examiner le degré d'influence des réseaux communautaires et de mettre en place des outils E-réputation.

L'évolution perçue lors du deuxième tour de l'enquête en 2020 est accélérée par la conjoncture sanitaire de la Covid19 qui a ouvert la voie à l'organisation et à la couverture de l'événementiel par les réseaux numériques. L'inclusion numérique passe par un processus de digitalisation sans restriction. Dans le futur, l'hybridation de l'événementiel territorialisé et digital s'avère incontournable. Le processus de numérisation ne risque-t-il pas de supplanter l'événementiel physique ? La problématique de l'évaluation de l'influence des réseaux sociaux dans l'événementiel demeure posée.

Les conclusions de la recherche montrent que l'Algérie accuse un retard dans l'utilisation des TIC et en matière de numérisation ce qui peut provoquer une double fracture territoriale. La stratégie adoptée ne semble pas apporter des fruits au regard des indicateurs logeant l'Algérie au rang des pays retardataires en matière du développement du numérique. Les conclusions permettent de détecter le déphasage existant entre les attentes des usagers du numérique dans l'événementiel et l'action des pouvoirs publics en matière d'effort à fluidifier son développement.

Bibliographie

- Amor Belhedi (2018). « Le développement territorial : fondements et pertinence ». Revue des Régions Arides, 2018, n° 44, 1. <http://amorbelhedi.m.a.f.unblog.fr/files/2018/05/le-developpement-territorial.pdf>
- André Torre (2015) « Théorie du développement territorial ». « Géographie, économie, société » 2015/3 Vol. 17 | pages 273 à 288. <https://www.cairn.info/revue-geographie-economie-societe-2015-3-page-273.htm>
- André Torre (2020) « Comprendre le développement territorial », in Magazine de sciences humaines et sociales, mis à jour le 24 juin 2020. <HTTPS://SMS.HYPOTHESES.ORG/6456>
- André Torre (2018) « Les moteurs du développement territorial », In Revue d'Économie Régionale & Urbaine 2018/4 (Octobre). <https://www.cairn.info/revue-d-economie-regionale-et-urbaine-2018-4-page-711.htm>
- Bernard Pecqueur (2005) *Le développement territorial : une nouvelle approche des processus de développement pour les économies du Sud*. IRD Éditions, 2005, p. 295-316 <https://books.openedition.org/irdeditions/3408?lang=fr>
- Campagne P, Pecqueur B (2014). *Le développement territorial. Une réponse émergente à la mondialisation*. Editions Charles Léopold Mayer, 267 pages.
- DI MEO G – (2001). *Géographie sociale et territoire Noisy le Grand*, Edition Nathan Université, 303p

- e-Algérie 2013 SYNTHÈSE Décembre 2008 <http://www.algerianembassy.ru/pdf/e-algerie2013.pdf>
- Hadeb Abderrahmane (2020) « Pourquoi le numérique ne démarre pas en Algérie ? ». In *Casbah Tribune* : <http://casbah-tribune.com/entretien-pourquoi-le-numerique-ne-demarre-pas-en-algerie-la-reponse-dun-expert/>
- KHENFRI Kheider BOURNISSA Meriem (2018) « L'économie numérique en Algérie réalité Et perspective ». *Revue Economie financière et des affaires*, vol III, N°02, 2018.
- LACOUR, Claude (2000) « Les territoires, nouvelles ressources du développement », dans : INRA, *Recherches pour et sur le développement territorial*, Symposium de Montpellier, 11-12 janvier.
- Nassima Bouri (2018) « L'éco-numérique en Algérie : Quelle part pour la société algérienne ? » *Journal des Etudes Economiques Contemporaines* Volume 30 / N°: 30 (2018), p 932-219
- Nations Unies (2020) Un E-Government Survey : Enquête des Nations Unies sur l'administration électronique des nations. [https://publicadministration.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2020-Survey/2020%20UN%20E-Government%20Survey%20\(Full%20Report\).pdf](https://publicadministration.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2020-Survey/2020%20UN%20E-Government%20Survey%20(Full%20Report).pdf)
- Portulans Institute (2019): Network Readiness Index 2019, Washington D.C., USA. <https://networkreadinessindex.org/wp-content/uploads/2020/03/The-Network-Readiness-Index-2019-New-version-March-2020.pdf>
- Sophie Houzet (2013) Développement numérique, territoires et collectivités : vers un modèle ouvert. Géographie. Université d'Avignon, 2013. Français. ffNNT : 2013AVIG1118ff. ffTel-00931217v2f
- Spindler, S. (2009). Introduction, in Jacques Spindler et David Huron, *L'évaluation de l'événementiel touristique*, Collection tourisme et sociétés, Paris : L'Harmattan
- STORPER M (1997) "The Regional World, Territorial Development". In a Global Economy. The Guilford Press.