

Communiquer sur l'authenticité d'un patrimoine architectural : le cas du grand ksar de Temacine dans le Sud-Est algérien

Communicate About the Authenticity of Architectural Heritage: The Case of the Ksar of Temacine, South East of Algeria

Aissa Merah et Ismail Bendebili



Édition électronique

URL : <http://communiquer.revues.org/1851>

DOI : 10.4000/communiquer.1851

ISSN : 2368-9587

Éditeur

Département de communication sociale et publique - UQAM

Édition imprimée

Date de publication : 1 septembre 2016

Pagination : 9-23

Référence électronique

Aissa Merah et Ismail Bendebili, « Communiquer sur l'authenticité d'un patrimoine architectural : le cas du grand ksar de Temacine dans le Sud-Est algérien », *Communiquer* [En ligne], 16 | 2016, mis en ligne le 01 septembre 2016, consulté le 08 avril 2017. URL : <http://communiquer.revues.org/1851> ; DOI : 10.4000/communiquer.1851

Communiquer sur l'authenticité d'un patrimoine architectural : le cas du grand ksar de Temacine dans le Sud-Est algérien

Aissa Merah, Ph. D.

Maître de Conférences HDR
Université de Béjaïa, Algérie
LabURPMC Alger 3

Ismail Bendebili

Doctorant en SIC
LabURPMC Alger 3
Université d'Alger 3, Algérie

Résumé

À l'heure où le tourisme et la culture sont fortement affectés par la croissance d'informations en ligne, la valorisation de sites architecturaux – de surcroît classés secteurs sauvegardés – se pose plus que jamais. Comment valoriser un patrimoine architectural en tant que « produit touristique » tout en respectant sa préservation et son authenticité ? Au prisme de la communication publique et territoriale, nous nous concentrerons sur la valorisation du site du ksar de Temacine, situé au bord de l'Oued Righ dans le bas Sahara algérien. Dans un premier temps, il s'agira d'analyser les différents supports et les différentes actions de communication réalisés par les acteurs institutionnels et associatifs visant la préservation et la promotion dudit site patrimonial. Dans un deuxième temps, deux aspects des objectifs de la communication sur l'authenticité du patrimoine seront abordés : la création de sens et la valorisation économique. Enfin, dans un troisième temps, nous préconiserons une stratégie de communication conjuguant la notion de patrimonialisation et la mise en tourisme du patrimoine culturel.

Mots-clés : patrimoine culturel, développement du patrimoine, authenticité, communication territoriale, développement touristique, ksour, Algérie.

Communicate About the Authenticity of Architectural Heritage: The Case of the Ksar of Temacine, South East of Algeria

Abstract

At a time when tourism and/or culture are strongly affected by online information growth, enhancement of architectural sites—in addition classified protected sectors—arises more than ever. How to develop an architectural heritage as “tourism product” while respecting its preservation and authenticity? Through public and territorial communication, we will focus on enhancing the Temacine ksar, located near the Oued Righ in the Algerian Sahara. First, we will analyze the different communication actions of institutions and associations for the preservation and promotion of that heritage site. Then, two aspects of the communication objectives of the heritage of authenticity will be discussed: the creation of meaning and economic value. Finally, we will advocate a communication strategy combining patrimonial and tourist development of cultural heritage.

Keywords: cultural heritage, heritage development, authenticity, territorial communication, tourism development, ksour, Algeria.

Introduction

Nous introduisons cette contribution sur le patrimoine culturel en Algérie par deux citations d'un spécialiste du secteur portant deux casquettes, scientifique et institutionnelle, soit le directeur central de la Protection légale des biens culturels et de la valorisation du patrimoine culturel au ministère de la Culture. Elles renseignent sur des constats qu'il a tant déplorés. En critiquant l'approche de thésaurisation du patrimoine, cet auteur écrit : « Le principe établi de la permanence des actes de préservation, de protection et de conservation, n'est, [sic] cependant pas suffisant en soi, s'il n'est pas sous-tendu par une vision intégrale et totale du patrimoine » (Betrouni, 2000, p. 164). Dans cette vision, il regrette la démarche de patrimonialisation en Algérie initiée et réalisée dans l'approximation et sans une véritable stratégie. À ce propos, il déplore que « [l]a richesse contenue dans notre patrimoine est, hélas, demeurée à l'état brut, rendant difficile, sinon aléatoire la naissance d'un *humus* susceptible de promouvoir l'expression artistique [...]. Seuls ont été dépoussiérés de ce patrimoine, [sic] les contours formels, qui ont font [sic] un patrimoine chosifié et sans contenu » (Betrouni, 2000, p. 163).

Par ce texte, nous envisageons de proposer des éléments pour l'essai d'une communication territoriale portant sur la valorisation d'un site patrimonial culturel, le ksar¹ de Temacine dans le Sud-Est algérien. Cette valorisation par la communication entend conjuguer les notions de la patrimonialisation, de la mise en tourisme et de l'authenticité du patrimoine culturel. Notre travail a consisté en l'analyse des différents supports et actions de communication réalisés par les acteurs institutionnels et associatifs visant la préservation et la promotion d'un site déclaré secteur protégé par décret. Dans un premier temps, notre étude est descriptive : elle approche la communication à travers les étapes du processus de la patrimonialisation. Dans un second temps, notre intérêt porte sur les aspects des objectifs de la communication sur l'authenticité du patrimoine : création de sens et valorisation économique. Dans un troisième temps, sur la base d'une mise en relief des résultats obtenus de l'analyse de la communication sur le ksar aux données empiriques, juridiques et contextuelles caractérisant ce site et le tourisme culturel, nous tentons une stratégie plausible. Cette proposition s'inspire des fondements théoriques et des conclusions de recherche en communication publique pour le développement des territoires dans les zones fragiles.

Problématiser la valorisation de patrimoine des ksour

La valorisation du patrimoine culturel (monuments, objets d'art ou d'archéologie, objets d'art et traditions populaires, savoir-faire, etc.) ne peut déroger, même avec ses spécificités, aux autres objets de valorisation et de promotion de richesse en matière d'objectifs et d'actions. C'est pourquoi tout projet de valorisation signifie et vise une exploitation et une rentabilisation rationnelles de ses ressources matérielles et symboliques. D'ailleurs, les expériences similaires visant le développement du tourisme culturel et du tourisme durable ont toujours nécessité des réaménagements et des innovations dans le territoire et dans le site à valoriser pour permettre sa promotion en destination et produits touristiques. Ces valorisations, aboutissant souvent à une mise en tourisme du patrimoine architectural, ont impliqué des interventions de transformation et d'adaptation propres à répondre aux

1. Signifie « Palais » en arabe. *Ksar* au singulier et *ksour* ou *ksours* au pluriel. Il est aussi prononcé et écrit *gsar* et *gsour* et *gsours* au pluriel, dans les régions internes de la Tunisie.

attentes et aux caractéristiques d'une activité touristique professionnalisée, exigeante et concurrentielle.

Ce regain d'intérêt « pour la réhabilitation et la sauvegarde de ce qui est désormais considéré comme "patrimoine" semble traduire la volonté de réinvestir les lieux patrimoniaux en conciliant tradition et modernité » (Frérot, 2005, p. 414). Pour paraphraser Loudiyi (2005), nous interrogeons le mouvement de patrimonialisation en le reliant à celui de la mise en tourisme en analysant comment s'opère cette conciliation négociée : est-il facile de réussir un projet de valorisation d'un patrimoine architectural sans perdre son authenticité et sans bousculer les substrats socioculturels des populations autochtones attachées à leur héritage ? Devant cette difficulté, la communication publique et territoriale (au sens où l'emploie Vincent Meyer, 2012 ; cf., aussi, la présentation du dossier) appliquée au patrimoine a été privilégiée pour réussir la conciliation de la patrimonialisation des sites avec leur valorisation. Dans cette démarche pragmatique, les actions de communication de proximité avec les populations et leurs acteurs visent l'amélioration du rapport avec le patrimoine, l'intensification de la concertation des acteurs, la mise en confiance des populations, le marketing des territoires, la mobilisation des ressources locales et l'utilité publique.

L'objectif de ce texte vise à interroger le patrimoine des ksour² dans le Sud algérien, et ce, compte tenu de ses valeurs culturelles et historiques authentiques et de ses potentialités touristiques. L'analyse des textes juridiques régissant ce patrimoine et l'exploration du terrain nous ont permis de constater que les ksour sont envisagés selon une vision muséale de protection et de préservation des sites patrimoniaux. Par ailleurs, la vision utilitariste et marchande de leur réhabilitation fondée sur la promotion et la rentabilisation de leurs ressources spécifiques est occultée. Autrement dit, la démarche suivie par les acteurs chargés de leur gestion, soit le législateur, les institutionnels de tutelle, les élus locaux et les animateurs associatifs, se limitent aux actions de classement, de délimitation des espaces protégés et de clôture.

C'est d'ailleurs ce que nous avons vérifié en étudiant l'aspect communicationnel dans l'exposé des objectifs, des activités et des résultats de nombreux projets de restauration et de réhabilitation des ksour, reconnus par décret comme des secteurs protégés. Les mêmes résultats ont été obtenus après notre analyse de l'ambitieux projet onusien « Les routes des ksour », financé par l'UNESCO. Nous envisageons de montrer l'apport de la communication publique et territoriale dans le processus de valorisation et de promotion du patrimoine architectural en produit touristique tout en conciliant la logique commerciale et celle de la préservation de son authenticité.

Notre question est : comment la communication peut-elle valoriser le patrimoine architectural des ksour dans le Sud-Est algérien en tant que produit touristique tout en préservant son authenticité ?

Privilégier la proximité en méthodologie

Pour réaliser cette étude, nous avons mobilisé les éléments méthodologiques privilégiés par les travaux de recherche de la communication publique et territoriale en les appliquant au projet de valorisation du ksar de Temacine dans le Sud-Est algérien. Dans notre démarche

2. Compte tenu des objectifs du texte et des éléments contextuels, nous envisageons les ksour comme « ces imprenables forteresses érigées sur les grands parcours caravaniers qui relient le Nord au Sud de l'Afrique sub-saharienne. Leurs différents dispositifs défensifs ont suscité l'intérêt des chercheurs quant à leurs origines historiques, leurs modes de construction et les coutumes des groupes ethniques qui les créèrent » (Mahrouf, 2011, p. 198).

empirique, nous avons bénéficié des résultats de projets de réhabilitation et de restauration des ksour réalisés dans le Sud algérien. Nous avons principalement mobilisé les résultats et les fondements théoriques désormais stabilisés de la recherche en communication territoriale, notamment les travaux qui ont porté sur la valorisation du patrimoine culturel et écotouristique dans les zones arides et fragilisées au Maghreb (Merah et Meyer, 2015; Meyer et Smati, 2014; Meyer, Sghaïer et Smati, 2012; Sghaier 2012)³.

Comme notre recherche vise à prendre en considération les éléments contextuels et socioculturels des populations et des acteurs intervenant sur le terrain, nous avons privilégié une démarche méthodologique interactionniste et ethnographique appropriée aux enquêtes empiriques sur l'écotourisme et le développement local (El Gaied et Meyer, 2014). Une pré-enquête sur le terrain a été réalisée durant le mois de décembre 2014 sur la base d'une observation non participante dans l'enceinte du ksar, de ses composantes et de son environnement immédiat et élargi : la ville de Temacine. Cette observation a abouti à la réalisation d'une série de douze entretiens exploratoires avec la population, ses acteurs et ses représentants. Nous avons effectué un travail d'analyse d'un corpus de textes juridiques régissant le patrimoine matériel. Notre intérêt s'est porté sur ceux traitant des sites historiques et archéologiques classés et délimités comme secteurs protégés, dont les ksour. Notre analyse thématique a été axée sur l'importance accordée par le législateur au bâti ancien du Sud. Par cette analyse, nous avons cherché à comprendre comment ce patrimoine a été perçu par le législateur du secteur de la culture. Les perceptions dégagées ont été recoupées par les résultats des communications et des publications de nombreux chercheurs sur la thématique et des rapports des différents projets réalisés sur les ksour (Nasri, 2007; Hammoudi, 2008; Hachicha et Mathieu, 2009, 2012; Haoui-Bensaada, 2010; El Gaied et Meyer, 2014). Par ailleurs, nous avons effectué une série de visites de terrain⁴ durant lesquelles nous avons réalisé des entretiens de recherche semi-directifs avec les acteurs et les représentants locaux de la ville, impliqués et concernés par le projet de valorisation du ksar de Temacine. Le guide d'entretien est constitué de quatre parties : le profil de l'acteur, la représentation du ksar comme héritage à patrimonialiser, la représentation du ksar comme patrimoine à préserver et la représentation du ksar patrimoine à valoriser. Les propos recueillis ont été soutenus par les documents fournis par les différents acteurs associatifs, institutionnels, professionnels et élus interviewés : procès-verbaux de réunion, correspondances, requêtes, délibérations, statuts d'associations et documentations sur l'histoire et l'état.

Nous avons interrogé la capacité de la communication publique et territoriale portant sur le patrimoine à concilier la vision de sa réhabilitation, fondée sur l'authenticité du site, avec la vision de sa valorisation, fondée sur sa mise en tourisme. Cette conciliation est observée à travers un ensemble d'indicateurs correspondant aux principaux enjeux de cette pratique communicationnelle, dont le sentiment d'appartenance, la concertation des acteurs locaux, la mise en confiance des populations, le marketing des territoires, la mobilisation des ressources locales et l'utilité publique.

3. Cf. les publications du programme franco-algérien « Langages, objets, territoires et hospitalités » (LOTH) (<https://loth.hypotheses.org/category/publications>).

4. Notre travail de terrain a été réalisé en plusieurs étapes, de décembre 2014 à juillet 2016 : exploration première, pré-enquête, enquête définitive et retours pour vérification de certains éléments demandés. D'ailleurs, un des auteurs est natif de la région et entretient de bonnes relations avec les acteurs associatifs.

Communication et valorisation du patrimoine : éléments de théorie

Nous avons mobilisé l'approche communicationnelle de la patrimonialisation proposée par Jean Davallon (2006). Cet auteur envisage le patrimoine du côté des publics/usagers plutôt que du côté de sa conservation. L'attitude de la population locale habitant ou utilisant les sites patrimoniaux est privilégiée pour sa ressemblance avec celle des touristes, car cette attitude renseigne sur le rapport au patrimoine qu'entretiennent les touristes. Pour développer son approche, Davallon interroge le statut du patrimoine, qu'il considère comme étant une construction sociale dans une société donnée pour sa dimension symbolique et authentique, laquelle est constituée dans les valeurs historique, artistique, ancienne, remémorative, pratique qui lui sont attribuées.

Tout en mettant en avant la notion de valorisation du patrimoine, Davallon (2006) accorde un rôle prépondérant à la communication. C'est pourquoi il construit une approche processuelle en trois opérations complémentaires explicitant la manière efficace de communiquer le patrimoine : sa mise en communication, sa mise en exposition et sa mise en exploitation. Cette vision de valoriser un patrimoine insiste sur la nécessité de préserver, ou plutôt de médiatiser, son aspect symbolique et spécifique qui constitue sa valeur et son atout pour une potentielle mise en tourisme. Pour cette approche, la mise en tourisme du patrimoine doit prendre en considération deux logiques concomitantes régissant le tourisme culturel ou celui du tourisme durable. La première logique, patrimoniale, est associée à la notion d'attachement au patrimoine, fondée sur la préservation de l'authenticité et de la spécificité du patrimoine. La seconde logique, économique, est fondée sur la rentabilisation du patrimoine devenu un produit touristique exploitable à la limite du maintien d'un juste équilibre entre la mise en support et la mise en service du patrimoine (Davallon, 2006).

La mobilisation de cette approche communicationnelle s'explique par son appropriation de la valorisation du patrimoine à travers plusieurs angles complémentaires : développement de territoire, exploitation et mise en tourisme. En effet, en accordant de l'importance au contexte spatial, soit le territoire abritant le patrimoine à valoriser, l'approche adoptée témoigne de « la diversité des formes de communication publique couplée à des logiques de développement territorial » (Meyer et Smati, 2014, p. 7). Par ailleurs, en empruntant sa notion de « médiatisation », l'approche met l'accent sur l'apport de la communication dans la démarche de la patrimonialisation. Celle-ci permet de justifier sa capacité de mieux comprendre le processus de valorisation du patrimoine associant des objectifs de sauvegarde et de rentabilité. Dans cette logique de patrimonialisation pragmatique, basée sur la mobilisation des ressources authentiques et spécifiques d'un territoire, Françoise Choay (2007) souligne que « la restauration, la réutilisation, la mise en scène et l'animation peuvent être des opérations qui permettent la mise en valeur du monument historique » (p. 158). Quant à la mise en tourisme du patrimoine, l'approche de Davallon est suffisamment pertinente pour expliquer le fondement de la communication touristique dont les principaux objectifs sont l'amélioration de l'image d'un produit/service touristique et l'augmentation des fréquentations d'une destination. Ces objectifs cadrent avec la définition d'une communication de promotion touristique proposée par Jane Voisin et Pierre Frustier (2004). Pour eux, cette forme de communication présente « un ensemble de moyens et de supports qui diffusent les images des territoires. Il s'agit donc d'un espace privilégié de mise en scène patrimoniale et identitaire des destinations touristiques » (p. 1).

État des lieux des ksour en Algérie

La spécialiste des monuments et des sites historiques protégés, Samira Haoui-Bensaada (2010), distingue quatre sous-régions sahariennes abritant la majorité des ksour en Algérie : le bas Sahara, la dorsale centrale, l'Ouest saharien et le Grand Sud. Quant aux ksour, objet de notre étude, ils sont situés dans le bas Sahara dans le Sud-Est algérien, l'Oued-Rhir entre Touggourt et Ouargla.

En établissant un état des lieux de la situation des ksour, la spécialiste regrette que les actions d'intégration et de modernisation de ces ensembles d'habitation se soient déroulées de manière rapide et approximative. Ces démarches, inscrites dans des plans de développement communal et sectoriel, ont négligé les caractéristiques spécifiques de l'architecture locale de l'habitat et du substrat culturel des habitants. Cette situation est la résultante des contraintes contextuelles imposant l'accélération des réalisations des infrastructures de manière à répondre aux attentes pressantes des populations. Ces pratiques de développement local ont été aggravées par les politiques nationales de développement basées sur des plans nationaux considérant l'Algérie comme étant un territoire unique et non des territoires spécifiques. Les principes régissant ces politiques ont défavorisé les ksour dans les programmes de développement. Tirant la sonnette d'alarme sur leur dégradation, Samira Haoui-Bensaada (2010) souligne que le ksar « se délite, se paupérise. Il est abandonné ou subit une transformation incontrôlée : cette attitude a été nuisible à sa préservation en rompant un équilibre socioculturel et en mettant en péril l'écosystème oasien » (p. 15). Ainsi, cette situation fournit trois formes marquées : 1) un ksar en ruine, isolé et totalement abandonné ; 2) un ksar totalement abandonné à proximité de village habité, comme le cas de Temacine ; et 3) un ksar partiellement habité, formant une composante urbaine d'une ville saharienne (par exemple les cas Ouargla, Timimoun, Adrar).

La dégradation des ksour est visible à travers plusieurs indicateurs dévalorisants : exclusion des plans de développement local, changement d'usage en habitation et activités économiques, travaux de transformation et de reconstruction non intégrés, espaces publics non entretenus, structures communes délaissées, aménagements défigurant et abandon. Ces conditions ont aggravé les différents facteurs de dégradation, participant ainsi à l'altération de l'environnement et du cachet architectural ksouriens.

Les architectes du patrimoine énumèrent plusieurs facteurs de dégradation qui fragilisent la stabilité structurelle des sites et de leurs aspects architecturaux. Les principaux facteurs cités sont : les facteurs techniques (liés aux matières de construction) ; les facteurs naturels (liés au climat rude surtout les grandes chaleurs, pluies et tempêtes) ; les facteurs humains (à travers ses travaux de transformations) ; et les facteurs politiques (à travers l'exclusion du patrimoine des programmes communaux et sectoriels de développement local). D'ailleurs, à ce propos, Nadia Assam Baloul et Mohamed Dhli (2015), dans leur diagnostic du patrimoine ksourien, estiment qu'il « fait face de nos jours à de sérieuses menaces liées de prime abord à des facteurs techniques, socio-économiques et politiques non maîtrisés et à l'absence d'approche patrimoniale globale » (p. 2).

Nos constats *de visu*, recoupsés par des entretiens avec des personnes ressources et des acteurs locaux de la région, nous ont fourni plusieurs éléments d'information caractérisant la réalité du ksar. Plusieurs indicateurs renseignent sur la situation de perte dans un site patrimonial ou dans son environnement immédiat : absence de fréquentation touristique locale et étrangère, disparition des activités artisanales, absence des pratiques du savoir-faire local, rareté des produits de terroir, etc. Les lieux communautaires et les composantes des ksour ayant souvent perdu leurs fonctions et leurs vocations sont aussi abandonnés, tels

que les mausolées, les mosquées, les souks, les ateliers, les placettes, les murs de rempart, les tours, les forteresses, les portes urbaines, les tours de guet, les greniers collectifs et les fours publics.

Valorisation du patrimoine des ksour dans les textes juridiques

Conscient de l'importance du patrimoine matériel architectural désigné « monuments et sites archéologiques et historiques », à partir de 1998, le législateur algérien a établi une batterie de textes juridiques régissant sa protection et sa valorisation. Dans cette vision, qui se veut stratégique, la Loi O1-20 du 12 décembre 2001 relative à l'aménagement et au développement durable du territoire a porté sur la réalisation du schéma national d'aménagement du territoire pour 2025. Pour codifier cet ambitieux schéma, cette loi portant sur l'élaboration de plusieurs schémas directeurs sectoriels a été mise en application par un décret exécutif en 2005.

Parmi les objectifs de ladite loi, nous retrouvons « la protection, la mise en valeur et l'utilisation rationnelle des ressources patrimoniales, naturelles et culturelles et leur préservation pour les générations futures » (Ministère de la culture, 2007, p. 7). Elle a également institué pour chaque région un programme spécial désigné « Schéma régional d'aménagement du territoire » (SNAT), qui précise les orientations et les prescriptions spécifiques à chaque région-programme. Ce schéma prévoit pour chaque région-programme, entre autres, « les actions de préservation et de valorisation des patrimoines culturel, historique et archéologique, à travers la promotion de pôles de développement culturel et des activités liées à la création artistique et à l'exploitation adaptée des richesses culturelles » (*ibid.*, p. 8).

En guise d'instruments de mise en œuvre de la Loi O1-20 du 12 décembre 2001 relative à l'aménagement et au développement durable du territoire, plusieurs textes d'application, le SNAT et une série de schémas régionaux d'aménagement du Territoire (SRAT), ont été décidés. Ces schémas régissent les grandes orientations et les prescriptions stratégiques de la politique nationale d'aménagement et de développement du territoire ainsi que le plan directeur des zones archéologiques et historiques. Le parachèvement de l'arsenal des textes réglementaires relatifs à la protection du patrimoine culturel a été considéré par le législateur nécessaire pour asseoir la politique patrimoniale, tel que le trace la Loi 98-04 portant sur la restructuration des instruments de prise en charge du patrimoine culturel. Dans cette vision intervient la création d'un Office de gestion et d'exploitation des biens culturels. Ainsi, deux directions ont été créées et installées au niveau des services centraux au ministère de la Culture, à savoir : la direction de la Protection légale des Biens culturels et de la Valorisation du patrimoine culturel et la direction de la Conservation et de la Restauration du patrimoine culturel.

Les ksour du Sud ont été reconnus comme patrimoine par le législateur algérien selon la Loi n° 98-04 du 15 juin 1998 relative à la protection du patrimoine culturel. Cette loi classe les ksour dans la catégorie des secteurs sauvegardés. Selon l'esprit de l'article 41 de cette loi, les ksour comme ensemble immobilier traditionnel sont des zones d'habitat caractérisées par leur homogénéité et leur esthétique architecturale. Ils présentent un intérêt historique, architectural, artistique ou traditionnel de nature à en justifier la protection, la restauration, la réhabilitation et la mise en valeur. En application des dispositions de l'article 42 de la loi n° 98-04, plusieurs secteurs sauvegardés des ksour ont été créés, dont les vieux ksour de Temacine, de Tamerna, d'Ouargla et de Laghouat.

Ksar de Témacine : de la restauration à la valorisation

Le vieux ksar de Temacine est situé à proximité de l'actuelle ville qui porte le même nom, à 630 km au sud-est d'Alger⁵. Cette ancienne ville du bas Sahara algérien constitue un véritable centre à fondement historique. Ce passé prestigieux lui a permis un rayonnement sur la partie sud de la région de l'Oued-Rhir (Alkama, 2005). Il est rattaché administrativement à la wilaya d'Ouargla. Il s'étend sur une superficie de douze hectares et est entouré d'une palmeraie. Ce site, classé patrimoine national en 2013⁶, est considéré l'un des plus beaux sites archéologiques du Sahara algérien pour ses valeurs patrimoniales, vu son ancienneté, son histoire, son architecture et son authenticité. Ce ksar, qui date de l'an 782, a été construit par la dynastie des Righas de la tribu berbère des Zenata. Ce royaume était organisé autour d'un ksar situé sur un plateau haut de huit mètres et formé d'une épaisse couche de troncs de palmier. Cela représente une architecture unique dans le Sahara. Le site a été édifié sur un petit monticule surplombant la palmeraie. Par le passé, ce ksar était entouré d'une tranchée de près de six mètres de large destinée à le protéger des attaques des tribus rivales. Le ksar compte quatre accès, dont le principal, situé sur le flanc sud, mène directement au souk par une voie contournant la cité par souci de préserver les secrets de la ville et l'intimité de ses populations autochtones des commerçants étrangers. Il est aussi le fief de la Zaouïa Tidjania, la plus puissante autorité religieuse de toute l'Afrique.

Parmi les importants monuments que recèle ce ksar, le minaret de sa grande mosquée, d'une hauteur de 22 mètres et construit en 1196, témoigne d'un passé prestigieux de la région tant sur les plans civilisationnel et architectural. Il est à signaler que la région de Ouargla compte cinquante-sept sites historiques et culturels, dont dix-huit ksour, quatre sites classés patrimoine national et neuf zones humides, dont trois classées Ramsar. La situation d'abandon actuelle au ksar nécessite tout un programme stratégique et global visant sa revalorisation, et ce, comme les interventions occasionnelles, même volontaristes et sincères, sont entachées par l'approximation et l'improvisation. Dans cette logique, le site a bénéficié de plusieurs opérations pour sa réhabilitation, tout en essayant de garder l'authenticité de son architecture et de ses matériaux⁷. Ces réhabilitations sont le fruit de la mobilisation de plusieurs acteurs associatifs et institutionnels. Le problème de dégradation et de perte du ksar a abouti à sa patrimonialisation par son classement et sa déclaration comme secteur protégé. Dans cette vision de préservation du cachet architectural, les travaux de restauration de cet ancien bâti ont permis la réalisation, à l'aide de matériaux de construction locaux, d'une habitation traditionnelle modèle à l'intérieur du ksar. Par souci de préserver l'authenticité des lieux et du savoir-faire artisanal, les interventions ont été effectuées dans le respect des caractéristiques des ksour sahariens et des éléments architecturaux spécifiques.

Ksar de Temacine : la patrimonialisation en attendant la... rentabilisation

Notre travail porte sur la communication sur le ksar, laquelle se concentre sur deux aspects principaux de l'approche communicationnelle de patrimonialisation développée par Davallon (2006). Le premier aspect consiste à analyser la communication sur le ksar visant sa patrimonialisation et le second consiste à évaluer l'effet de la valorisation

5. Cette présentation est inspirée d'un blog dédié au ksar et à sa population animé par l'association Schams Temacine (<http://tidjaniaschamstemacine.blogspot.com/>).

6. Décret exécutif no 13-184 du 6 mai 2013 portant création et délimitation du secteur sauvegardé du ksar de Tamacine.

7. Notamment celle du programme des Nations unies pour le développement dans le cadre de son projet « des routes des ksour ».

sur sa rentabilisation. Le travail de recensement et d'observation sur le terrain portant sur les actions et les supports de communications sur le ksar nous permet de constater le regain d'intérêt et l'importance des efforts fournis. Ces deux indicateurs témoignent de l'attachement de la population et de ses acteurs au ksar de Temacine.

En effet, nos résultats de l'analyse des actions de communication recoupés par des propos de personnes ressources nous renseignent sur l'exercice d'une communication à deux niveaux. Le premier est professionnel, la communication y est conçue et réalisée sur la base d'une stratégie étudiée : elle est réfléchie par les acteurs. Quant au deuxième niveau, sa communication est approximative et réalisée selon des pratiques en amateur : elle est non réfléchie. Ces conclusions s'expliquent par rapport aux statuts des acteurs engagés dans ce processus de valorisation, par les compétences professionnelles dans le domaine mobilisées et par les objectifs généraux et spécifiques attendus. L'analyse de cette communication démontre aussi que cette double logique de patrimonialisation du ksar, adoptée sciemment ou non, a privilégié les éléments constituant la spécificité et l'authenticité des lieux et des habitants.

Logique de patrimonialisation privilégiée

L'analyse thématique des entretiens réalisés et celle des contenus des supports de communication diffusés sur le ksar permettent de vérifier la domination de l'approche patrimoniale. Les termes, les notions, les expressions et les images utilisés constituent des champs lexical et sémantique du thème de patrimoine à préserver : réhabilitation, préservation, prise de conscience, mémoire collective, élément d'identité, authenticité, réappropriation, héritage, revisiter, etc. D'ailleurs, ces notions, explicitement et intentionnellement exprimées ou non, correspondent à la définition de la patrimonialisation comme « processus de transmission et d'interprétation par un ensemble d'acteurs d'objets et de pratiques venant du passé, et aussi d'appropriation de cet héritage, notamment, par la communauté détentrice de ce patrimoine » (Zerouali, 2014, p. 97).

Cette vision patrimoniale a été mise en avant dans tous les entretiens réalisés avec les acteurs territoriaux du patrimoine. Une enseignante⁸ d'archéologie dans une université du Sud algérien conçoit le ksar comme une constante de l'identité de la région. Pour elle, ce « site architectural à préserver et à restaurer jouit d'une charge symbolique intimement liée aux éléments composant l'identité, l'appartenance et la référence de la population ». Dans cette conception toujours, une architecte⁹ spécialisée dans la sauvegarde des monuments et des sites historiques représente le ksar comme un témoignage de l'éternel combat opposant l'homme à la nature, difficile dans un territoire défavorisé. Dans ses propos, elle s'est focalisée sur les éléments culturels et civilisationnels renseignant sur le mode de vie et les traditions visibles à travers les aspects liés au savoir-faire architectural. Pour un autre acteur associatif¹⁰ et enfant du ksar, « ce site est l'âme et le synonyme de l'histoire authentique de nos aïeux et de notre région. Le ksar ne se résume pas à ses murs et composantes et c'est une question d'une âme vivante en nous ».

8. Ayant exercé au service du patrimoine à la direction de la culture d'Ourgala et activé au sein de l'association du ksar Temacine pour la culture.

9. Elle est détentrice d'un magister en architecture, option restauration des monuments et des sites historiques, présidente d'une association de préservation du patrimoine architectural du Sud et l'une des architectes ayant dirigé les travaux de restauration du ksar de Temacine.

10. Enseignant universitaire et ancien membre de la commission de la culture à l'assemblée départementale.

Approche communicationnelle de la patrimonialisation du ksar de Temacine

L'analyse des différentes formes et démarches d'une communication de valorisation du ksar permet de les inscrire dans la logique d'approche communicationnelle suivie. Les trois formes et étapes de communication sur le patrimoine, telles qu'elles sont proposées par Jean Davallon, sont mobilisables. D'ailleurs, les actions menées et les supports produits et diffusés sont aussi faciles à catégoriser parmi les trois démarches de valorisation visant la mise en tourisme du patrimoine du ksar : mise en communication, en exposition et en exploitation. Si cette inscription est perceptible et appréciable, il est difficile de prouver qu'il s'agit d'une démarche intelligible et consciente de patrimonialisation par la communication pensée et réalisée par les promoteurs du site.

Mise en communication du ksar

Selon le schéma de Davallon (2006), en matière d'effet par rapport aux messages diffusés et aux objectifs attendus, la réalisation de l'étape de la mise en communication est relativement vérifiée. Les entretiens réalisés nous ont permis de constater que les différents supports de communication ont atteint leurs objectifs en matière d'information sur le site et de sensibilisation sur sa préservation et sa réhabilitation. Les supports produits et diffusés sur le ksar (cartes postales, dépliants, guides, fiches signalétiques, et affiches) sont dominés par des photographies du site et constitués de longues légendes écrites dans un discours nostalgique. Celui-ci est alimenté par des souvenirs marquant la mémoire collective des populations : des images de convivialité communautaire, des sensations des cérémonies traditionnelles, des détails de l'organisation des structures sociales, de l'ambiance des marchés populaires et de l'enchantement des rites religieux. Les angles privilégiés dans les prises d'images portent sur des bâtis, des objets artisanaux, des motifs architecturaux et des décors demeurant authentiques. Les concepteurs n'ont permis aucune présence d'éléments de modernité et aucune transformation déformante n'est visible. La documentation produite est imprégnée par deux idées dominantes : l'authenticité des lieux et le sentiment de nostalgie. Les répondants expliquent que leur adhésion à la défense du patrimoine du ksar intervient après avoir acquis et développé des connaissances sur l'histoire du site et par une prise de conscience de la nécessité de le préserver.

Mise en exposition du ksar

Quant aux actions de communication, elles sont beaucoup axées sur l'exposition visant la valorisation du rapport entre la population locale avec un patrimoine légué par ses aïeux pour sa redécouverte et sa réappropriation. Il est à souligner que la mise en exposition du ksar vise des situations de « retrouvailles » avec un patrimoine immatériel et symbolique plus qu'avec un patrimoine matériel architectural. Les répondants insistent sur l'importance des activités de sensibilisation de proximité réalisées sur et pour le site : prières à la mosquée du ksar, rites religieux et saisonniers, sorties pédagogiques, journées d'étude, associations de protection, communiqués de presse, requêtes des associations, délibérations des élus, opérations de restauration, etc. Le processus de mise en exposition du ksar comme site physique a été transformé en la mise en exposition d'une cause patrimoniale à problématiser, à reconnaître et à légitimer. Ainsi, les supports et les actions de communication de la mise en exposition promeuvent l'appel pour une intervention publique et urgente pour la sauvegarde du ksar. La démarche suivie pour ce faire est d'exposer des images décrivant des cas de dégradation et de désolation : un ksar en ruine et en situation d'abandon.

Mise en exploitation du ksar

Si les procédés des deux premières étapes (mise en exposition et mise en communication du ksar) de l'approche communicationnelle de la patrimonialisation ont été vérifiés, ceux de la troisième étape sont quasi inexistantes : la logique de rentabilisation du ksar par sa mise en exploitation est négligée. En effet, l'analyse thématique des différents supports recensés sur le ksar n'a relevé aucun thème portant sur les éléments de sa mise en exploitation. Ici, nous entendons par la mise en exploitation du ksar sa rentabilisation et son intégration dans l'activité touristique par la transformation du lieu historique de Temacine en une destination touristique : le site architectural en bâti réutilisé en structure d'accueil et son patrimoine matériel et immatériel en produits et services touristiques. En recoupant ce constat avec une analyse lexicale, l'examen des mots utilisés n'a aussi relevé aucun terme issu du lexique du tourisme. D'ailleurs, notre dépouillement des documents nous a permis de constater que les messages sont adressés aux populations autochtones et toujours dans une vision de la nécessité de préserver le site légué par les aïeux.

Les réponses des acteurs à une question sur la faisabilité de la promotion du ksar en une destination touristique sont de grande pertinence. Leurs propos convergent sur les atouts du site en matière de potentialités patrimoniales à mobiliser et à valoriser en produits et services touristiques. Développant leur vision, ils citent les cas des anciennes villes composant désormais les étapes de prédilection des circuits touristiques culturels au Maghreb : Fès, Marrakech, Kairouan, etc. Certes, certains acteurs ne nient pas la nécessité de passer à l'étape de la mise en exploitation du ksar classé comme secteur culturel protégé, mais leur communication diffusée se limite toujours à sa muséification et à sa thésaurification. Dans leurs explications, la thématique de l'authenticité du ksar axée sur les valeurs de l'ancienneté et de l'histoire est mise en exergue. D'autres acteurs ont discuté de la question de la valorisation avec beaucoup d'appréhensions. Pour eux, la communication sur le ksar s'arrête à sa préservation et toute démarche de promotion en destination touristique est considérée comme un risque pour la population et pour le site. Nous avons enquêté sur l'existence d'éventuels projets institutionnels ou associatifs de mise en valeur visant son exploitation marchande et les acteurs interviewés ne nous ont signalé aucune initiative dans ce sens.

Pour une communication publique et territoriale sur l'authenticité du ksar

Les nouvelles tendances de l'économie de développement dans les zones fragiles convergent vers deux aspects pertinents à interroger : l'inscription des questions de valorisation de patrimoine dans le champ de recherche de l'aménagement des territoires et l'apport de la communication publique et territoriale dans la mise en valeur des ressources matérielles et immatérielles des territoires. Cette double convergence légitime l'apport de la communication territoriale dans la valorisation du patrimoine culturel en ouvrant des pistes convoquant des éléments du marketing territorial et du marketing culturel. Dans cette vision, Dominique Mégard (2012) écrit que « la promotion et le marketing des territoires, à l'échelle régionale, nationale voire internationale, sont devenus nécessaires pour soutenir le développement économique et touristique » (p. 37).

En mobilisant les fondements théoriques et les résultats de la communication territoriale¹¹ pour la valorisation du patrimoine, une expression phare de Sfez mérite d'être

11. Les principaux fondements privilégient la proximité avec les populations locales, la mise en confiance, l'implication des acteurs sociaux, le développement intégré des territoires, la mobilisation des ressources des territoires, le respect l'éco-tourisme et économie et développement durables.

citée : « ce qui n'est pas communiqué n'existe pas » (cité dans Duyck et Riondet, 2008, p. 178). Donc le ksar de Temacine, actuellement perçu comme patrimoine à exploiter, ne peut pas être envisagé dans l'espace public sans dépasser le cercle des acteurs par des actions de mise en communication et de mise en valeur. Dans cette vision économique du patrimoine, la « communication agit dans ce cas comme une des variables d'un marketing mix assorti des spécificités du champ culturel » (Duyck et Riondet, 2008, p. 280) et deux rôles lui sont assignés dans le cadre de la valorisation du patrimoine : création de sens et création de produits. Autrement dit, comment communiquer sur/le ksar de manière à lui attribuer un sens issu de sa valeur et de son authenticité spécifiques et comment le transformer en un produit touristique ? Et comment communiquer sur/le ksar de manière à le promouvoir et à le transformer en un produit marchand impliquant la rencontre de deux logiques de quête d'authenticité : l'offre des acteurs locaux et de la demande de potentiels touristes locaux et étrangers ?

Communication sur le ksar comme image patrimoniale

Tout d'abord, pour Aloïs Riegl (cité dans Duyck et Riondet, 2008, p. 180), la communication doit la valeur et la spécificité d'un patrimoine comme trace du passé au sens qui lui est actuellement attribué. Cette attribution de sens est coconstruite par les différents acteurs (professionnels, associatifs, institutionnels et scientifiques) intervenant et interagissant dans les processus de sa patrimonialisation et de sa mise en tourisme. Donc, le ksar comme patrimoine ne peut pas être une donnée préexistante, et ce, pour ses habitants ordinaires, même s'ils sont des autochtones, et pour de potentiels touristes. Les acteurs mobilisés pour la valorisation du ksar auront à choisir parmi plusieurs sens et l'image du sens, ou plutôt l'image symbolique, à lui attribuer, en le puisant dans les valeurs particulières qui font son authenticité et justifient sa valorisation : le passé glorieux de ses fondateurs, les valeurs de ses populations, les caractéristiques architecturales, le savoir-faire de ses artisans, les traditions sociales, les arts anciens, les mythes des caravanes et des routes du désert, la dimension spirituelle des lieux, etc. Cette construction de sens s'effectue sur la base des conceptions et des projections des promoteurs du ksar, lesquelles sont déterminées par leurs expériences et leurs rapports au site. À ce propos, nous recourons à la vision développée par Aloïs Riegl (2001) selon laquelle le ou les sens existent déjà et qu'il suffit de les identifier, de les inventorier et de les évaluer de manière à choisir et à promouvoir les plus significatifs pour les acteurs et les promoteurs culturels et touristiques. Cette démarche de quête de promotion de sens authentique privilégie donc un travail de réinvention et de valorisation en mettant en lien la mémoire collective tournée vers le passé et le rapport d'usage actuel tourné vers l'avenir. C'est pourquoi, dans cette comparaison, Riegl distingue cinq dimensions portant sur la notion de la valeur d'un patrimoine, dont trois (l'histoire, l'histoire de l'art et l'ancienneté du site) sont liées au passé et deux autres (de l'art comme expression et pratique artistiques actuelles et de l'usage continu sous forme de tradition et d'artisanat) liées au présent.

Dans le cas de la communication pratiquée sur le ksar de Temacine, cette question de sens, sa création, sa promotion et son partage, est absente. La communication devant promouvoir le sens réel (acceptation démontrée et défendue par la science, l'histoire et l'expertise culturelle) ou voulu (mise en discours des valeurs et des démarches) sur le ksar par l'explication et la motivation de la patrimonialisation est remplacée par une logique d'évidence. Ce partage fondé sur la valorisation des rôles vise à initier une représentation collective et un cadre d'action nécessaire à la valorisation. Les acteurs actifs dans le domaine considèrent la notion de l'authenticité comme étant une donnée évidente. D'ailleurs, leur regard sur le ksar patrimonialisé correspond au sens voulu et non construit ou, plutôt, au sens à construire chez les populations locales et les potentiels touristes locaux ou étrangers.

Les acteurs n'ont pas visé, dans leur communication sur le patrimoine, la création de sens à attribuer au patrimoine du ksar de Temacine. Ce travail de communication devait expliquer et partager les valeurs symboliques et utilitaires constituant son authenticité. Les acteurs l'envisagent selon leur vision idéale et leur démarche engagée. Il est à relever que les promoteurs du site sous-estiment le rapport entre leur logique d'offre de sens voulu et les logiques de demandes des sens attendus par les populations locales et les touristes nationaux et étrangers.

Communication sur le ksar comme produit patrimonial

Pour reprendre l'expression de Duyck et Riondet (2008), le « patrimoine en lui-même n'est pas un bien culturel » (p. 177). Pour l'appliquer au terrain d'étude, le ksar de Temacine ne peut être reconnu comme patrimoine par les non-autochtones sur indication ou proposition de la communication de ses acteurs, autrement dit parce que ces derniers le déclarent comme patrimoine « naturellement » culturel. Pour qu'il le devienne et suscite la curiosité de larges publics, « il doit [plutôt] subir un processus de transformation et de patrimonialisation pour constituer un produit "consommable" » (*op. cit.*).

Nous considérons que le ksar nécessite un travail de mobilisation afin de le transformer en un produit, un bien culturel, constituant une ressource pour les habitations et une destination à visiter. Autrement dit, il doit fournir une offre de services touristiques. Cette transformation ne peut être envisagée que par un processus de communication sur le ksar axé sur la promotion de ses atouts en les exposant et en les exploitant comme produit touristique, donc jouissant et pourvu de valeurs marchandes. Cette démarche pragmatique de la valorisation du patrimoine constitue ainsi la caractéristique de l'économie du patrimoine. Pour qu'il y ait patrimonialisation, il ne suffit généralement pas que l'héritage ciblé ait acquis du sens pour un groupe, une collectivité et qu'il y ait une légitimation « scientifique » par les spécialistes du patrimoine, il faut également que l'objet patrimonial puisse acquérir une valeur économique. Les acteurs mobilisés peuvent saisir ou provoquer des événements déclencheurs de débat et de mobilisation collective qui problématisent l'état et le statut du ksar et son usage actuel et futur. L'opposition de logiques et d'intérêts des acteurs suscite des polémiques et des débats sur la légitimation de sa patrimonialisation.

Conclusion

Les résultats de l'analyse de communication sur le patrimoine du ksar de Temacine nous ont permis de démontrer que la démarche souffre de plusieurs lacunes relevant de la méthodologie du projet. Les actions de communication réalisées se caractérisent par une conception simpliste et linéaire des contenus. C'est pourquoi le processus de patrimonialisation du ksar éprouve, à travers ses trois étapes de mise en communication, de mise en exposition et de mise en exploitation, de nombreuses difficultés compromettant sa réhabilitation et sa valorisation. Il est à souligner que cette situation caractérisant la communication sur et pour le patrimoine subit aussi les contraintes du contexte sociopolitique non maîtrisable par les acteurs de la patrimonialisation. D'ailleurs, à travers leurs actions de communication, ces acteurs interviennent séparément sans un travail de concertation et de coordination. Ce travail, qui devait être essentiellement de communication, n'aboutit pas sur une démarche multisectorielle et pensée de coconstruction de la vision patrimoniale.

Nous considérons que communiquer sur et pour le ksar dépend de la capacité des acteurs en intervention de communiquer sur son authenticité, constituant ses spécificités, légitimant sa patrimonialisation et justifiant sa promotion marchande. Cette coconstruction de vision fondée sur une communication sur l'objet à patrimonialiser commence par une

communication sur le sens à lui attribuer ou à promouvoir. Autrement dit, l'offre des acteurs mise en communication doit être signifiante pour susciter l'intérêt et la demande de l'autre, ici le touriste potentiel, et elle doit être basée sur la quête de l'authenticité. La coconstruction de sens attribué au patrimoine déterminera sa valeur culturelle et symbolique, fondée surtout sur l'ancienneté, l'histoire, l'art et l'usage de l'objet à patrimonialiser que les acteurs mettent en communication et en exposition. Puis, la rencontre de l'objet patrimonialisé porteur de sens authentique et de valeur culturelle constituant l'offre avec l'autre « quêteur » de l'authenticité (populations locales, nationales et étrangères) constituant la demande lui attribue une valeur marchande. Cette capacité à promouvoir l'objet patrimonialisé et à le transformer en un produit marchand impliquant la rencontre de deux logiques de quête d'authenticité, celles de l'offre des acteurs locaux et de la demande des touristes, constituera la mise en exploitation du patrimoine fondée sur sa valorisation et sa rentabilisation.

Références

- Baloula, N. A. et Dahli, M. (2011, mars). *Conservation et valorisation du patrimoine ksourien pour un développement durable de la région du Tatgourar : cas du ksar de Tmassekht*. Communication présentée au colloque Le patrimoine bâti et naturel au regard de la question du développement durable et du lien social : ressources, pratiques, représentations, Rouen, France.
- Betrouni, M. (2000). Conscience d'une dimension patrimoniale. Quatre réflexions. *Insaniyat*, 12, 163-167. Repéré à <http://insaniyat.revues.org/7920>
- Choay, F. (2007). *L'Allégorie du patrimoine*. Paris, France : Seuil.
- Davallon, J. (2000). Le patrimoine : « une filiation inversée » ? *Espaces Temps*, 74(1), 6-16.
- Davallon, J. (2006). *Le Don du patrimoine : une approche communicationnelle de la patrimonialisation*. Paris, France : Hermes Science-Lavoisier.
- Duyck, J. Y. et Riondet, J. D. (2008). Communiquer un patrimoine culturel : le cas de la commercialisation de la Corderie Royale de Rochefort. *Management & Avenir*, (15), 174-196.
- El Gaied, M. et Meyer, V. (2014). Communication, tourisme et développement territorial : l'exemple des GSOURS du sud-est tunisien. *Les Enjeux de l'information et de la communication*, (15), 5-15. Repéré à <http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2014/01-El-Gaied-Meyer/index.html>
- Fréro, A. M. (2005). Ksour sahariens. Une société de l'éphémère réinvestit son patrimoine. Dans M. Gravari-Barbas (dir.), *Habiter le patrimoine : enjeux, approches, vécu* (p. 413-428). Rennes, France : Presses universitaires de Rennes.
- Frustier, P. et Voisin, J. (2004, août). *Culture, communication, tourisme : la mise en scène patrimoniale des territoires*. Communication présentée au Colloque franco-brésilien de sciences de la communication/XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Porto Alegre, Brésil.
- Hachicha, I. et Mathieu, J. P. (2009, novembre). *Le patrimoine ksourien : un bel objet de recherche pour le « marketing-design » touristique*. Communication présentée au Colloque international « *Tourisme et objectifs du millénaire pour le développement* », Sousse, Tunisie.
- Hachicha, I. et Mathieu, J. P. (2012). Représentations cognitives des potentialités d'innovation dans le design des services touristiques autour des ksour du Sud-est tunisien. Dans P. Morelli et M. Sghaïer (dir.), *Communication et développement territorial en zones fragiles au Maghreb* (p. 227-242). Paris, France : L'Harmattan.
- Hammoudi, A. (2008). Le patrimoine ksourien, mutation et devenir. Le cas du Zab El Gherbi-Tolga (Mémoire de magister). Université Mohamed Khider, Algérie.
- Haoui-Bensaada, S. (2010, juillet). *Contribution à la connaissance et à la préservation des architectures ksouriennes. Cas : le Touât Gourara (Sud-Ouest de l'Algérie)*. Communication présentée au Congrès mondial des études sur le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord, Barcelone, Espagne.

- Laplante, M. (1992). Le patrimoine en tant qu'attraction touristique : histoire, possibilités et limites. Dans R. Neyret (dir.), *Le patrimoine, atout du développement* (p. 49-61). Lyon, France : Presses universitaires de Lyon.
- Loudiyi, S. (2005). Tourisme et patrimoine : dynamique de conflit et de cohésion. Cas de La Chaise-Dieu. Dans M. Gravari-Barbas (dir.), *Habiter le patrimoine : enjeux, approches, vécu* (p. 479-494). Rennes, France : Presses universitaires de Rennes.
- Mahrouf, I. (2011). Contribution à l'élaboration d'une typologie « *umraniq* » des ksour dans le Gourara. *Insaniyat*, (51-52), 197-219. Repéré à <http://insaniyat.revues.org/12766>
- Mégard, D. (2012). *La communication publique et territoriale*. Paris, France : Dunod.
- Merah, A. et Meyer, V. (2015). *Communication publique et territoriale au Maghreb : enjeux d'une valorisation et défis pour les acteurs*. Paris, France : L'Harmattan.
- Meyer, V. et Smati, N. (2014). Maghreb et territoires en communication. *Revue Tunisienne de Communication*, (62), 7-14.
- Meyer, V., Sghaïer, M. et Smati, N. (dir.) (2012). Développement territorial, patrimoine et tourisme en zones fragiles et menacées : entre dynamiques économiques, démocratie participative et communication. Actes du colloque international LOTH, Djerba novembre 2012. *Revue des Régions Arides*, (28).
- Ministère de la Culture de la République algérienne démocratique et populaire. (2007). *Le schéma directeur des zones archéologiques et historiques*. Repéré à <http://www.m-culture.gov.dz/mc2/pdf/Schema%20directeur%20des%20zones%20archeologiques%20et%20historiques.pdf>
- Morelli, P. et Sghaïer, M. (2012). *Communication et développement territorial en zones fragiles au Maghreb*. Paris, France : L'Harmattan.
- Nasri, M. (2007). Détérioration du patrimoine architectural des ksour. Cas du ksar de du Ksar de Khanguet Sidi Nadji (Mémoire de magister). Université de Biskra, Algérie.
- Recherche associée à l'Organisation mondiale du tourisme (OMT). (1998). *Guide à l'intervention des autorités locales. Développement du tourisme durable*. Paris, France : Collectif-Éditions.
- Riegl, A. (2001). Le culte moderne des monuments. *Socio-anthropologie*, (9). Repéré à <http://socio-anthropologie.revues.org/5>
- Sadorge, J. (1996). *Quand le patrimoine fait vivre les territoires*. Paris, France : Éditions du Centre national de la Fonction publique territoriale.
- Zerouali, H. (2014). Patrimonialiser un héritage culturel local : quel dispositif de qualification ? Le cas de la province du Nador. *Revue tunisienne de la communication*, (62), 97-112.