

الصفحة الجديدة

# مختارات الصحف

NRP Juin 2024 N° 71

## LA NOUVELLE REVUE DE PRESSE

Édition française

### «Créateurs de Contenu en Algérie : Inspirations et Impact»

#### ÉCONOMIE

L'Algérie devrait exhorter des startups à développer et lancer des réseaux sociaux

*Ali Kahlane*

#### DROIT

Code pénal :

Les nouvelles dispositions publiées au journal officiel

#### Société

Agriculture: les indicateurs clés du 3e recensement général

#### Histoire/Mémoire

Naâma : Ksar « Tounzmer »

un patrimoine architectural amazigh en quête de valorisation

*Jassem Kouiret*



# Sommaire

N° 71, Juin 2024

## Dossier

« Créateurs de Contenu en Algérie Inspirations et Impact »

Les influenceurs algériens : portrait d'une jeunesse dorée, P.4-5

«Les influenceurs bénéficient désormais d'un statut légal reconnu»,selon des experts, *Ferhat Zafane*, P.5

Marché du E-influence : La révolution digitale a bouleversé nos habitudes et modes de consommation,*Amel Saher*,P.6

Influenceurs en Algérie : La face cachée d'un business «virtuel»,  
*Kamel Benelkadi*,P.7

Dangers liés à l'utilisation des réseaux sociaux : Lancement d'une large campagne de sensibilisation,*Kamel Benelkadi* P.8

Faire le buzz en parlant de l'Algérie : la nouvelle astuce des influenceurs étrangers ? *B Helali* , P.9

En Algérie, les réseaux sociaux se mettent au vert , *Zohra Souames*. P.10

## Économie

L'Algérie devrait exhorter des startups à développer et lancer des réseaux sociaux, *Ali Kahlane* P.11

Algérie : 4,1% de croissance économique en 2023,P.11

## Droit

Code pénal : Les nouvelles dispositions publiées au journal officiel, P.12

## Société

Agriculture: les indicateurs clés du 3e recensement général ,P.13

Surexposition des enfants aux écrans : des experts algériens tirent la sonnette d'alarme ,P.13

## Histoire/Mémoire

Naâma : Ksar « Tounzmer » un patrimoine architectural amazigh en quête de valorisation,*Jassem Kouiret*, P.14

Patrimoine culturel Algérien : Les femmes éternelles protectrices. , *Anais Ourlis* . P.15

## Bibliographie

La NRP est la nouvelle formule de la « Revue de presse », créée en 1956 par le centre des Glycines d'Alger.  
[Attestation du ministère de l'information: A1 23, 7 février 1977]  
Revue bimensuelle réalisée en collaboration avec le :

[cdesoran@yahoo.fr](mailto:cdesoran@yahoo.fr)

CENTRE DE DOCUMENTATION ECONOMIQUE ET SOCIALE  
3, rue Kadiri Sid Ahmed, Oran • Tel: +213 41 40 85 83 •  
Site web: [www.cdesoran.org](http://www.cdesoran.org) / Facebook : Cdes Oran

**Bonnes vacances et prochain numéro fin Octobre**

*Ont collaboré à ce numéro*

Bernard JANICOT, Leila TENNCI, Ghalem DOUAR, Omar AOUAB, Yassine BENOUSSAD  
Sid Ahmed ABED, Adnane BELAIDOUNI, Sofiane BELKACEM,

# Créateurs de Contenu en Algérie

## Inspirations et Impact

### Editorial



*Nous vivons dans l'ère de l'hyper connectivité et l'Algérie comme d'autres pays abrite une communauté dynamique d'influenceurs et créateurs de contenu qui façonnent l'opinion publique, inspirent la créativité et élargissent les horizons. Que ce soit à travers des vidéos, des articles, des photographies ou des podcasts, ces talents locaux ont un impact significatif.*

*Ces créateurs de contenu reflètent la diversité du pays. Des vidéastes engagés aux artistes visuels, chacun apporte son regard unique. Certains se concentrent sur l'histoire, d'autres sur la cuisine, la mode, la technologie ou l'humour. Ensemble, ils tissent une toile riche et colorée.*

*L'influence des créateurs de contenu se remarque à travers les chiffres qui parlent d'eux-mêmes : des millions de vues, des milliers d'abonnés et des interactions constantes avec leur public. Les créateurs de contenu algériens sont des influenceurs authentiques, capables de mobiliser et d'éduquer. Leurs messages touchent des sujets variés tels que la culture, la politique, l'environnement et le bien-être.*

*Raison pour laquelle le gouvernement Algérien a mis en place un statut juridique pour réglementer ce métier qui prend une place aussi importante que les institutions de l'état ainsi que la presse.*

*Créer du contenu n'est pas sans défis. Les ressources limitées et les préjugés sont des obstacles fréquents. Pourtant, ces créateurs persévèrent, trouvant des moyens innovants de partager leurs histoires. Les plateformes numériques offrent des opportunités de croissance, mais aussi des responsabilités qui engagent chacun à assumer ses propos sur la toile d'internet.*

*Sans oublier l'impact social : les créateurs de contenu en Algérie ne se contentent pas de divertir les internautes. Ils suscitent des conversations, remettent en question les normes et encouragent le changement. Leur impact va au-delà des écrans, influençant la société et inspirant la prochaine génération.*

*Pour cela, notre équipe de la nouvelle revue de presse a bien travaillé sur ce sujet pour vous offrir ce dossier et nos souhaits de bonne lecture.*

**Omar AOUAB**

## Les influenceurs algériens : portrait d'une jeunesse dorée

Ils réinventent à leur façon la bonne vieille réclame, révolutionnant les codes publicitaires et le marketing numérique. Les influenceurs algériens s'épanouissent dans un pays à la jeunesse ultraconnectée. Twala a ausculté un phénomène qui reflète les contrastes générationnels et aussi les aspérités sociales de l'Algérie...

Le gros de leurs followers ont entre 15 et 45 ans, mais tous sont appelés les "loulous", les "fraises" ou encore les "bébés d'amouh". Avec leurs millions d'abonnés, ils sont devenus



groupe de communication MediAlgeria]. "Les comportements changent aussi vite que la technologie le leur permet. Tout va plus vite parce que ces nouvelles technologies ont boosté la créativité d'une façon remarquable. L'année passée, le marché des influenceurs a pesé aux alentours de 2 milliards de dollars uniquement sur Instagram. Il est possible que sa croissance soit moins rapide dans les années à venir en atteignant une certaine maturité, mais va-t-il disparaître pour autant ? C'est possible mais difficile à affirmer. En



d'indispensables relais de communication, vantant à longueur de stories des produits en tout genre (vêtements, cosmétiques, objets de décoration, hôtels, restaurants, produits alimentaires, etc.) contre rémunération en espèces ou en nature...

### Pouvoir d'achat

Or les influenceurs donnent l'impression d'enchaîner les partenariats, les posts sponsorisés et les "codes promos". Mais force est de constater qu'un premier essoufflement de la tendance, à travers une certaine méfiance à l'égard des influenceurs, se voit désormais dans les commentaires de leurs followers...

Le sentiment croissant de frustration de certains s'ajoute à un mal-être par rapport à l'érosion du pouvoir d'achat des Algériens ces deux dernières années : "Avez-vous conscience que la majorité des gens arrivent à peine à payer le loyer ? Venir sur YouTube et voir une fille d'à peine 25 ans dépenser l'équivalent de leurs mensualités dans un seul magasin, ça irrite."

La fin des influenceurs serait-elle alors envisageable ? "Pas si vite", répond Riad Aït Aoudia [responsable du

revanche, il est certain qu'il va muter de manière créative et peut-être inattendue", explique-t-il.

### Une publicité déguisée

Le monde digital a toujours pris de court la législation algérienne. Ce n'est que le 17 avril 2021 qu'un statut légal a été mis en place par le ministère du Commerce, permettant aux influenceuses et influenceurs d'exercer leur activité sur les réseaux sociaux dans un cadre légal. En quelques années, ils sont passés de "blogueurs" à "youtubeurs", puis à "influenceurs", et ont inventé une nouvelle manière de faire de la publicité.

"Les entreprises ont de tout temps cherché à toucher leurs clients de façon efficace. Cette recherche allait de pair avec l'évolution technologique. Nous sommes passés de l'insertion presse sur papier au marketing digital et sa capacité formidable à créer un lien direct avec le client. Cette 'invention' suit donc un processus naturel qui se poursuivra tant que notre façon de communiquer évolue", explique ainsi à Twala Riad Aït Aoudia.

D'ores et déjà, une partie des budgets marketing autrefois destinés aux médias dits traditionnels est transférée aux réseaux sociaux. La loi algérienne reste néanmoins muette sur bien d'autres aspects du domaine. Force est de remarquer que plusieurs influenceurs ne font aucune référence au caractère publicitaire de leur message qui s'apparente à une publicité déguisée. Mais en l'absence d'une réglementation claire, les influenceurs sont libres de vanter les mérites d'un produit sur les réseaux sociaux, sans toujours préciser qu'ils avaient contracté un partenariat avec la marque qui les rémunère.

Ces dérives sont rendues possibles à cause d'un vide juridique. Le fait est que les influenceurs ne sont en réalité qu'une version modernisée du téléachat, à la différence près que cela n'est pas dit clairement. Autrefois crédules, les consommateurs qui suivaient ce genre d'émission avaient tendance à accorder leur confiance plus aisément qu'aujourd'hui. Plus mûrs et plus informés, les followers peuvent devenir – à terme – moins réceptifs aux campagnes de communication digitale.

### Rémunérations

La question de l'argent reste taboue chez la plupart d'entre eux. Sur ce point, il est utile de souligner que les influenceurs que nous avons contactés pour l'élaboration de cet article n'ont pas souhaité répondre à nos questions.

Dans l'une de ses vidéos adressées à ses followers, la youtubeuse et instagrammeuse Ines Beauty en a évoqué quelques aspects sous forme de mea-culpa : "Avant, j'avais tellement peur que mon image soit écornée auprès de mes followers que je ne disais pas forcément que je collaborais avec des marques. Mais je sais bien que la majorité s'en est aperçue."

Et de poursuivre : "Mon but n'était pas de cacher le fait que je collaborais avec des marques, mais je faisais mon maximum pour que cela ne soit pas trop visible. Cela ne veut pas dire que je n'ai pas été sincère, je n'ai jamais fait la promotion d'un mauvais produit juste pour la collaboration."

Comment sait-elle que c'est un bon ou mauvais produit ? On n'en sait rien. Ines Beauty souligne : "Celui qui vous dira que cela ne rapporte pas de l'argent vous raconte des salades. J'ai

moi-même gagné de l'argent dans ce domaine. J'ai fait des collaborations, j'ai évolué, mais cela ne doit pas me changer et que cela devienne un métier. Ce n'est pas les deux sous que je gagne grâce à YouTube qui feront de moi la vendue des marques comme certains peuvent penser." ...

Les rémunérations varient beaucoup selon les influenceurs, leur nombre d'abonnés, l'entreprise doit prendre en compte la qualité des contenus publiés et l'engagement généré par l'influenceur, c'est-à-dire le nombre de likes, de partages et de commentaires sur ses publications. Dans les faits, un placement de produit via un influenceur tourne autour de 300 000 dinars [1 900 euros] en moyenne. La rémunération de l'influenceur dépend le plus souvent du nombre de ses followers, de leur taux d'engagement, de l'originalité de son profil ou encore la durée de la campagne...

### Une explosion du phénomène

Dans une étude sur l'écosystème des influenceurs en Algérie s'intéressant aux influenceurs avec plus de 10 000 abonnés ayant une communauté localisée en Algérie à plus de 50 %, il est possible d'en établir un portrait-robot.

L'on peut lire que les influenceurs algériens sont assez jeunes (86 % ayant entre 18 et 34 ans). "À titre de comparaison, les influenceurs algériens sont plus jeunes qu'en France", explique-t-on. La parité est plutôt respectée dans la mesure où il y a autant de jeunes femmes (49,9 %) que de jeunes hommes (50,1 %) qui s'affichent sur les réseaux sociaux, dont la majorité vit à Alger. "En France, souligne encore l'étude, 75 % des influenceurs sont des femmes."

Pour ce qui est de leurs followers, il est à remarquer que 87 % de l'audience est également jeune, ayant entre 18 et 35 ans. La parité est,

là encore, respectée puisqu'il y a 52,6 % de femmes pour 47,4 % d'hommes. "Même si les influenceurs ont de fortes communautés résidant en Algérie, souligne MediAlgeria, une part non négligeable de leurs audiences réside dans les pays limitrophes. L'influence des Algériens est donc réelle sur tout le Maghreb et la France." ...

Le nombre d'utilisateurs de médias sociaux (Facebook, YouTube, Instagram, Twitter...) en Algérie a également évolué, selon la même source. Si l'on en croit les chiffres, tous les indicateurs penchent vers une explosion du phénomène. Quelque 3 millions de nouveaux utilisateurs de médias sociaux ont été enregistrés durant la même période, soit une augmentation de 13,6 % en une année, portant le nombre total d'utilisateurs de ces applications à 25 millions, soit 56,5 % de la pop

23 février 2022 **Courrier**  
international

## «Les influenceurs bénéficient désormais d'un statut légal reconnu»,

### selon des experts

En vogue depuis quelques années, désormais le métier d'influenceur et de créateur de contenus sur les plateformes en ligne soulève de nombreuses problématiques sociales, économiques et légales.

Selon la définition en vogue la plus partagée, est considéré comme influenceur toute personne physique ou morale qui, à titre onéreux ou en échange d'un avantage en nature, produit et diffuse par un moyen de communication électronique des contenus qui visent, à l'occasion de l'expression de sa personnalité, à promouvoir des biens, services ou une cause quelconque...

«L'activité d'influenceur est, désormais, soumise à un registre de commerce» Or, depuis quelque temps, l'activité d'influenceur est soumise à un registre de commerce, au même titre que les autres activités commerciales.

En effet, le Centre national du registre de Commerce a ajouté un nouveau code d'activité permettant à cette catégorie de créateurs de contenus sur le Web, notamment les différents réseaux sociaux, d'exercer leur activité dans un cadre légal régi par les lois en vigueur du secteur commercial en Algérie...

«Il existe des lois sanctionnant les activités illégales ou illicites de l'influenceur»

Poursuivant son argumentaire, notre interlocuteur a indiqué : «Si effectivement il n'existe pas de loi ou de réglementation spécifique à l'activité d'influenceur, il n'en demeure pas moins qu'il existe des lois sanction-

dial d'un point de vue juridique, pour plusieurs raisons, comme par exemple la détermination du régime de sécurité sociale». Par conséquent, «en ne déterminant pas ce régime, l'influenceur ne saurait être affilié. Or, la loi locale ne précise pas le fait de savoir si ce contrat est une pres-



nant les activités illégales ou illicites applicables sans distinction aux actes propres à l'influenceur.»...

«Le métier d'influenceur reste insuffisamment régi par la loi»

D'autre part, selon toujours notre interlocuteur, «lorsqu'un influenceur signe un contrat avec une marque afin d'en faire la promotion, connaître la nature de ce contrat est primor-

dition de services ou un contrat de travail», dit-il avant de conclure : «Le métier d'influenceur reste donc insuffisamment régi par la loi algérienne. En effet, il existe des lacunes juridiques qui facilitent l'exercice de cette activité en dehors du cadre légal.»

Ferhat Zafane

18 Mars 2023



## Marché du E-influence : La révolution digitale a bouleversé nos habitudes et modes de consommation

En Algérie comme ailleurs, l'arrivée des réseaux sociaux a carrément bouleversé les habitudes de leurs utilisateurs, façonné le fonctionnement de leur vie professionnelle et privée, modifié, voire influé sur leurs relations interpersonnelles, familiales et sociales, mais pas seulement. La révolution des réseaux sociaux a contribué à l'émergence de nouveaux métiers, dont la mission est tout simplement de nous influencer, dicter leur volonté, orienter nos choix de consommation, mais aussi culturels, politiques, sociaux et sociétaux. Influencer est devenu un métier à part entière, dont la réussite se mesure par le nombre d'abonnés, de vues et de likes, que le e-

### Métier d'influenceur, que dit la loi ?

Depuis avril 2021, l'activité d'influenceur figure officiellement sur la nomenclature des activités économiques du CNRC inscrite sous le code « 617040 », attribuant ainsi un statut légal à cette profession. Selon la start-up algérienne « Legal Doctrine », editrice de la plateforme spécialisée, notamment dans la collecte, la numérisation et la mise en ligne des législations, « il est difficile de déterminer à partir de combien de "vues" ou de "j'aime" ou d'abonnés une personne peut être qualifiée d'influenceur devant répondre à un régime particulier



marketing considère systématiquement comme paramètres d'influence et d'efficacité. Ainsi, les professionnels de ce nouveau métier recourent à tous les moyens, pour faire grimper le compteur de leurs abonnés, des likes et des vues. En Algérie, et en l'absence de sondage répondant aux critères scientifiques, il est difficile de mesurer l'impact et l'efficacité réelle du marché de l'influence en Algérie. On indique par ailleurs qu'un Algérien sur deux est abonné à un influenceur sur les réseaux sociaux, selon les chiffres révélés par la 2e édition d'Algeria Digital Trend, dont les résultats ont été publiés mardi 15 février 2022. Le responsable de l'agence conseil en communication, Amachal, qui a réalisé cette étude, M. Khaled Djeboun, a indiqué, au journal El Moudjahid, que plus 11.000 personnes ont participé à cette étude, dont les données ont été récoltées sur une durée d'un mois. Le même document porte à notre connaissance que ce sont les influenceurs activant sur Youtube, Facebook, Instagram et Tiktok qui intéressent le plus les internautes algériens. Ces derniers sont inspirés, selon la même source, « par les personnages, qui partagent leur quotidien, alliant les recettes aux bons plans, make-up, voyage (...) 51% les personnes révèlent suivre les influenceurs pour découvrir de nouvelles choses. 44% les suivent pour apprendre, 25% pour se divertir et 18% par curiosité ». Par ailleurs, force est de constater que dans le domaine du marketing digital, les règles définissant les rapports entre l'entreprise et les influenceurs semblent plus ou moins claires et définies. Par ailleurs, lorsqu'il s'agit d'autres cibles d'influence, notamment d'ordre social, politique, social ou sociétal, les règles du jeu sont loin d'être claires ou même connues.

qui le différenciera d'un simple internaute lambda ». Selon le même organisme, la loi algérienne ne détermine pas encore de seuil. Il explique cependant qu'en « pratique, le statut d'influenceur est traditionnellement obtenu à partir de 1.000 à 10.000 followers (internautes suivants) sur le profil de la personne suivie ».

### Des célébrités gagnent plus d'argent sur les réseaux sociaux que par leur profession

La monétisation du contenu digital a ouvert la voie à toute sorte d'excès. Les sommes astronomiques générées, grâce à l'exposition de soi permanente sur internet, a poussé certaines stars, pourtant riches et célèbres, à conquérir le marché du e-influence, où elles gagnent plus d'argent qu'en exerçant leurs métiers de comédiens, sportifs, chanteurs, etc. En effet, selon le magazine Capital, grâce à leurs partenariats avec de grandes marques, les revenus de certaines stars, dont le nombre d'abonnés se chiffre par millions, sont juste pharaoniques ! En tête du top 5 des personnalités les mieux payées sur les réseaux sociaux pour l'année 2021, le footballeur portugais Cristiano Ronaldo qui gagne jusqu'à 1,6 million de dollars par post sponsorisé, suivi de l'acteur Dwayne Johnson (1,52 million de dollars), la chanteuse américaine Ariana Grande (1,51 million de dollars), le mannequin et star de la télé-réalité Kylie Jenner (1,49 million de dollars) et la chanteuse Selena Gomez (1,46 million de dollars).

Amel Saher

09 Décembre 2023

**EL MOUDJAHID**  
QUOTIDIEN NATIONAL D'INFORMATION

## Influenceurs en Algérie : La face cachée d'un business «virtuel»

Le métier d'influenceur tend à se professionnaliser dans le monde à l'heure de l'essor du marché d'influence marketing. Coup de projecteur sur un phénomène à régler. Il convient de s'interroger entre autres sur la nature contractuelle de la relation entre l'influenceur et la marque qu'il promeut.

L'affaire d'escroquerie de «Future Gate», qui a arnaqué pas moins de 75 étudiants algériens, a fait la une de nombreux journaux algériens et étrangers, et est devenue le sujet le plus controversé sur les réseaux sociaux. Des dizaines d'entre ces derniers, croyant aveuglement en leurs influenceurs préférés, se sont retrouvés abandonnés, errants dans les aéroports ou les rues de Kiev, d'Istanbul ou de Moscou !...

En Algérie, cela a commencé avec les podcasters (petites vidéos assez humoristiques). Lorsqu'ils sont ramenés à des événements, ils interviennent en général en direct et instantanément pour faire passer des messages. Plusieurs entreprises y ont recours, telles que Jumbo, Coca-Cola, Fanta, Amor Benamor, Afia, Bel Algérie, Lotus Conseil, Oppo, Samsung et MediAlgeria...



trice de la plateforme legaldoctrine.com.

Il est difficile de déterminer à partir de combien de «vues» ou de «likes» ou d'abonnés une personne peut être qualifiée d'influenceur devant répondre à un régime particulier qui le différenciera d'un simple internaute lambda. La loi algérienne ne détermine pas non plus de seuil et reste muette sur ce sujet pour le moment. Cependant, en pratique, le statut d'influenceur est traditionnellement obtenu à partir de 1000 à 10

l'audience de la télévision et de la radio, la publicité via ce média est devenue quelque peu inutile, en particulier les produits destinés aux jeunes et aux adolescents qui ont tendance à utiliser le multimédia, les appareils intelligents et internet, et à partir de là, de nombreuses entreprises ont eu tendance à faire de la publicité via les réseaux sociaux.

L'influenceur teste directement le produit et tente de convaincre ses followers de sa qualité et de la nécessité de l'acheter. Certains pensent que l'influenceur numérique est désormais en concurrence illégale avec les agences de publicité, légalement actives, qui paient des impôts et disposent d'un registre du commerce, et en concurrence avec les chaînes médiatiques qui sont les premières touchées par le phénomène.

La publicité doit passer par des étapes juridiques, dont la première est la signature d'un contrat légal entre la société propriétaire du produit et l'influenceur numérique, contenant le sceau des deux parties et si le montant est important, il doit être payé via un compte bancaire ou postal, pour contrôler les transactions et en déduire la taxe.

L'activité de l'influenceur sur les réseaux sociaux est une profession encadrée légalement, mais seulement en théorie. Les vides juridiques existants favorisent la circulation de fonds importants en dehors des cadres légaux.

**Kamel Benelkadi**

**El Watan**  
LE QUOTIDIEN INDÉPENDANT

06 Février 2022



Partenariat avec les influenceurs : que dit la loi ?

«Le marketing d'influence est une pratique très vaguement abordée par la loi algérienne, comme dans beaucoup d'autres législations. Elle est cependant reconnue comme un métier à part entière. Cette activité répandue aujourd'hui dans tous les pays du monde, est assimilée à celle de l'entrepreneuriat, puisqu'elle induit une véritable stratégie de communication et surtout de marketing», souligne la start-up Legaltech, édi-

000 followers (internautes suiveurs) sur le profil de la personne suivie, précise la même source...

Les lois américaines obligent les influenceurs à divulguer combien ils sont payés et à écrire que le contenu qu'ils diffusent est sponsorisé par telle ou telle entreprise, tandis qu'en Grande-Bretagne, il existe un accord volontaire pour que les influenceurs se conforment aux règles en vigueur sur «la protection des consommateurs»...

Compte tenu de la baisse de

## Dangers liés à l'utilisation des réseaux sociaux : Lancement d'une large campagne de sensibilisation



suspects et surtout ne pas payer d'avance des dépenses suspectes liées par exemple à des offres d'emploi ou à l'obtention de visas.

Soyez prudent et méfiez-vous des e-mails et des offres qui ont tendance à être urgentes». Les escrocs et les fraudeurs utilisent un certain nombre de techniques et de méthodes pour escroquer et tromper les citoyens lors de leurs achats en ligne, comme «copier des pages».

Duper les citoyens lors des achats en ligne

Le fraudeur l'utilise pour tromper le consommateur et le convaincre de communiquer avec des parties connues et de confiance ou avec des fournisseurs électroniques légitimes. Il utilise l'état d'urgence pour tromper le consommateur en soulignant l'importance de l'offre et sa courte durée et demande, pour ne pas perdre l'opportunité de lui envoyer de l'argent, de fournir des informations personnelles ou de cliquer sur des liens malveillants.

Il y a aussi le recours à la contrefaçon et à la fraude via des messages trompeurs : ce procédé consiste à usurper l'identité d'une institution ou d'un organisme et à l'exploiter pour tromper les victimes en envoyant des SMS ou des liens frauduleux.

Afin d'atteindre les objectifs de cette campagne, de riches programmes ont été mis en place comprenant un certain nombre d'activités et d'événements de proximité, notamment au niveau des universités, des écoles, des instituts supérieurs, des établissements d'enseignement, centres de formation professionnelle, centres culturels islamiques, écoles coraniques et maisons de jeunes. Des espaces seront également dédiés au niveau des lieux publics.

En 2023, la Gendarmerie nationale a traité 375 affaires. Selon un bilan du premier trimestre de l'année en cours, il a été procédé au traitement de pas moins de 202 affaires.

Le ministère de la Poste et des Télécommunications a lancé, hier, en collaboration avec l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information, une campagne de sensibilisation sur les dangers liés à l'utilisation des réseaux sociaux au niveau de différentes wilayas.

Elle s'étalera jusqu'à vendredi 10 mai 2024 avec la contribution des ministères de la Défense nationale, de l'Intérieur, des Collectivités locales et de l'Aménagement du territoire, des Affaires religieuses, de l'Education nationale, de l'Enseignement supérieur et de la recherche scientifique, de la Formation et de l'Enseignement professionnels, de la Culture et des Arts, de la Jeunesse et des Sports, de l'Observatoire national de la société civile, du Conseil supérieur de la jeunesse, du Haut commissariat à la numérisation aux côtés du com-

mandement de la Gendarmerie nationale et de la Direction générale de la Sécurité nationale.

L'objectif est de fournir aux utilisateurs des réseaux sociaux des recommandations préventives et de bonnes pratiques pour réduire la gravité des risques auxquels ils sont confrontés dans ces espaces virtuels.

Surtout ceux liés à la fraude et aux escroqueries, en plus de contribuer à éviter leurs effets néfastes sur la formation de l'individu, sur les valeurs de la société et la cohésion du tissu familial et communautaire en général. Dans ce cadre, il faut savoir que la Gendarmerie nationale a traité 375 affaires en 2023 et leur nombre a déjà atteint 202 affaires selon un bilan du premier trimestre 2024.

Elle recommande «de ne pas se laisser influencer par les offres alléchantes visant à attirer les victimes, ne payer aucun montant avant de recevoir le produit commandé, ne pas partager d'informations personnelles concernant les cartes bancaires ou postales, éviter l'accès à des sites

Kamel Benelkadi

**El Watan**  
LE QUOTIDIEN INDÉPENDANT

05 Mai 2024

## Faire le buzz en parlant de l'Algérie : la nouvelle astuce des influenceurs étrangers ?

Il suffit de parler de l'Algérie, de ses traditions, ses coutumes et des habitudes du peuple algérien pour avoir de l'audience. C'est le constat que beaucoup d'internautes algériens partagent.

En effet, de plus en plus d'influenceurs étrangers et autres créateurs de contenu sur les réseaux sociaux évoquent l'Algérie sous différents aspects.

En scrollant sur nos écrans le fil d'actualité des différentes applications de la toile, une multitude de vidéos et d'expériences sociales nous est proposée.

Qui d'entre nous n'est pas resté scotché devant une vidéo d'étrangers qui sillonnent les rues algériennes à la

étrangers (de pays arabes ou même occidentaux) s'empressent à utiliser pour gagner plus de vues, de likes, de réactions et d'abonnés. Voilà ce que pensent certains internautes de ces vidéos qui mettent en avant des aspects de la culture algérienne.

« Dans cette course acharnée pour faire asseoir sa notoriété sur les réseaux sociaux, certains n'hésitent pas à jouer sur la corde de l'émotion et l'amour que les Algériens éprouvent pour leur pays afin de se hisser aux premiers rangs » dit un internaute en commentant le sujet.

Parler de l'Algérie sur la toile : une tentative de corrompre les Algériens ?

Connu pour être très actif sur les différentes plateformes



recherche d'endroit particulier à visiter ou à la découverte de certaines de nos habitudes.

Désormais sujet préférentiel pour de nombreux créateurs de contenu, l'Algérie est la nouvelle destination des influenceurs du monde entier. Regorgeant de trésors matériels et immatériels, notre pays paraît comme le nouveau monde qu'il fait découvrir à tout prix pour certains leaders de la toile.

Si une catégorie du public algérien apprécie ce contenu dédié à l'Algérie et profitent pour faire la découverte de certains endroits qui leur était méconnue jusqu'alors, d'autre se montrent plus sceptique quant à ces escapades des influenceurs étrangers en Algérie.

Ainsi, beaucoup d'internautes signalent « une recherche obsessionnelle et malintentionnée de faire le buzz et d'augmenter les audiences en évoquant l'Algérie ».

L'Algérie, le nouvel eldorado des influenceurs à la recherche de notoriété ?

« J'ai visité l'Algérie et je ne peux que vous conseiller cette destination » c'est la formule magique, Abracadabrantésque que beaucoup d'influenceurs

sociales, le public algérien est servi avec ce contenu et s'en donne à cœur joie à chaque fois qu'un influenceur étranger fait valoir les richesses de l'Algérie. « Les influenceurs ont conscience que s'ils veulent faire le buzz, ils doivent impérativement évoquer l'Algérie. Ils ne s'en privent pas. » ajoute un créateur de contenu algérien. Énumérant les bizarreries qu'il a vues sur la toile, un autre internaute algérien a dit, « J'ai regardé une vidéo d'une femme américaine qui cousinait la Chekchouka. Avant, elle avait un nombre insignifiant d'abonnés. Depuis qu'elle a partagé cette vidéo, elle compte un nombre très important d'abonnés. C'est leur astuce pour faire le buzz : évoquer l'Algérie. » explique-t-il.

Loin de tout procès d'intention, des internautes dénoncent « une tentative de corrompre l'amour et l'attachement des Algériens à leur pays ». Cette nouvelle vague n'est, finalement, pas réservée à ces « étrangers amoureux de l'Algérie ». Un internaute ironise, « Si tu es avec ou contre nous, tu vas faire du buzz rien qu'en parlant de l'Algérie. »

B Helali  
06 mai 2023

Algérie 360°

## EN ALGÉRIE, LES RÉSEAUX SOCIAUX SE METTENT AU VERT



compréhension pour le lecteur.

On y trouve plein d'informations sur la faune et la flore - vous connaissez les vertus du pistachier de l'Atlas? -, les techniques de recyclage, les modes de construction écologique, les dangers de la pollution sur les animaux, dans un langage à la portée de tous.

« Ecologiadeyalna » veut aussi débattre sur les questions environnementales. La page a initié des workshops en ligne sur inscription et avec un nombre limité de places. Parmi les thèmes abordés : « Les dangers du plastique et les solutions », « L'agriculture durable » ou encore « Les changements climatiques ». Les intervenants sont souvent des membres de la société civile, des instagrameurs ou des étudiants dans le domaine environnemental...

D'autres ont parié sur la sensibilisation tout en pratiquant du sport. C'est le cas de l'association Plogging Algérie, suivie par plus de 14 000 abonnés sur Instagram et Facebook. L'idée est de combiner l'activité physique, principalement le jogging, et celle du nettoyage.

Cette association fait la promotion de ses événements, principalement sur ses réseaux sociaux, en publiant les formulaires d'inscription sur ses pages. Selon la chargée des relations extérieures de l'association, les participants « sont souvent des personnes qui ne sont pas particulièrement impliquées dans la question environnementale », un public que Plogging Algérie cherche à sensibiliser.

Challenger, sensibiliser et débattre de l'environnement sur les réseaux sociaux est visiblement un concept qui marche en Algérie. Ces militants écolos ont conquis le net et tissé des liens directs avec le grand public ; ils occupent désormais le terrain avec des activités pour le bien de la planète.

Zohra Souames



18 juillet 2020

Ramasser les masques jetés dans la nature, organiser des workshops en ligne, faire la promotion du tourisme solidaire : les Algériens rivalisent d'imagination pour appeler à prendre soin de la planète

La question de l'environnement gagne du terrain sur les réseaux sociaux. Challenge écolo, pages dédiées à l'environnement ou encore émergence des green influencers, cette tendance semble intéresser les internautes. Pour preuve, des initiatives se multiplient pour une Algérie propre.

Le meilleur exemple de cet engouement est le « Trash Challenge ». Le défi lancé par l'Algérien Drici Tani Younes s'est propagé dans le monde entier. À l'origine : deux photos d'une rivière qu'il avait nettoyée, postées sur sa page Facebook, le 28 mars 2018. Un an plus tard, un Américain basé en Arizona, Byron Román, partage la publication de Drici Tani Younes en écrivant : « Voici un nouveau challenge pour tous les adolescents qui s'ennuient. » La photo de l'activiste algérien est alors partagée plus de 332 000 fois.

L'objectif de « Trash Challenge » : trouver un endroit pollué, le photographier avant et après le nettoyage et partager les deux photos sur les

réseaux sociaux.

Parmi ces influenceurs, Ihcene (ihcene the algenturous, sur Instagram), une jeune femme amoureuse de la nature, fait la promotion du tourisme local et du tourisme responsable. Elle fait découvrir à sa communauté des endroits à travers le pays tout en l'incitant à prendre soin de son environnement.

Dans chaque ville qu'elle visite, elle organise des sorties « nettoyage » avec la population locale. Elle lance des appels à participation à travers sa page, suivie par 163 000 abonnés.

Les deux sœurs de Tlemcen, animatrices de la page Clean Fory, se font remarquer grâce aux vidéos « Réels » qu'elles réalisent pendant une opération de nettoyage. Elles utilisent ce nouveau format vidéo d'Instagram pour montrer un lieu avant le nettoyage et le résultat d'après.

Pour être sensible à une cause, « il faut d'abord simplifier le message », estime l'animatrice de la page « Ecologiadeyalna » (Notre écologie). Cette page Instagram explique l'écologie en dialecte algérien. En effet, de nombreux noms scientifiques ont leur équivalent dans le dialecte algérien, ce qui permet une meilleure

## L'Algérie devrait exhorter des startups à développer et lancer des réseaux sociaux

Nous explorons dans cet article la notion de souveraineté numérique à travers l'initiative de l'Algérie pour encourager le développement de réseaux sociaux dans le pays. Il est essentiel de préciser que l'intention n'est pas de promouvoir un réseau social étatique pouvant



conduire à un contrôle administratif ni de soutenir une quelconque forme de limitation de la liberté d'expression. Au contraire, nous nous concentrons sur l'importance de la souveraineté numérique, de la liberté d'expression, et de la lutte contre la désinformation et les fake news. Dans une ère où les réseaux sociaux internationaux dominent largement, cette initiative algérienne vise à offrir une alternative qui respecte les valeurs culturelles et sociales algériennes, tout en étant consciente des risques de censure et de restriction des libertés individuelles. L'objectif est de trouver un équilibre entre l'autonomie numérique et le respect des droits fondamentaux des utilisateurs.

### Impact sur la souveraineté numérique et l'économie

L'initiative algérienne pour développer des réseaux sociaux locaux présente des avantages significatifs en termes de souveraineté numérique et d'impact économique. En promouvant des plateformes nationales, l'Algérie vise à renforcer son autonomie dans le cyberspace tout en stimulant l'économie locale. Cette démarche encourage l'acquisition de compétences numériques et favorise le développement d'infrastructures technologiques robustes. Cela fera évoluer son paysage numérique, en cherchant l'équilibre et la préservation de l'identité culturelle avec les impératifs de la mondialisation, tout en visant une intégration économique accrue. Avec près de 60% de la population connectée, majoritairement jeune, l'Algérie reconnaît l'importance vitale des réseaux sociaux pour informer et influencer positivement l'opinion publique et ainsi contrecarrer les conflits idéologiques qui nous ont fait tant de mal par le passé. Nous nous devons de trouver des parades face aux tentatives étrangères de manipulation médiatique, comme celles observées durant les événements de Gaza. Nous constatons jour après jour et heure après heure que des canaux, qui nous sont étrangers, distillent des informations largement biaisées favorisant une partie spécifique, qui n'est pas celle de l'Algérie...

Ali Kahlane

15 Novembre 2023

**El Watan**  
LE QUOTIDIEN INDÉPENDANT

## Algérie : 4,1% de croissance économique en 2023

ALGER - L'Algérie a réalisé une croissance économique de 4,1% en 2023, a annoncé samedi le ministre des Finances, Laaziz Faïd, attribuant ce taux à la performance robuste de plusieurs secteurs économiques nationaux.

S'exprimant lors d'une conférence de presse, animée au siège du ministère, sur les conclusions des Réunions de printemps 2024 du Groupe de la Banque mondiale (BM) et du Fonds monétaire international (FMI), auxquelles il avait pris part la semaine dernière à Washington (Etats-Unis), à la tête d'une délégation de son département ministériel, M. Faïd a précisé que "l'économie algérienne a réalisé une croissance de 4,1% en 2023", ce qui "correspond presque aux prévisions du FMI", a-t-il dit. Cette croissance résulte de la performance robuste de plusieurs secteurs économiques nationaux, a estimé M. Faïd, mettant en avant les bons indicateurs réalisés grâce aux "efforts consentis par les pouvoirs publics".



Il a, dans ce cadre, indiqué que le solde de la balance des paiements avait affiché un excédent de 6,53 milliards USD en 2023 et que les réserves de change avaient progressé de 61 milliards USD en 2022 à 69 milliards USD en 2023, soit l'équivalent de 16 mois d'importations de marchandises. Les exportations, quant à elles, ont reculé à 49 milliards USD en 2023, contre 56 milliards USD en 2022, sous l'effet de la baisse des prix du pétrole sur les marchés internationaux, a ajouté le ministre, faisant état d'une dette publique quasi stable ne dépassant pas 48% du PIB en 2023.

S'agissant de l'inflation, M. Faïd a fait savoir qu'elle avait enregistré un ralentissement du fait de la baisse des prix des produits frais, soulignant que les pouvoirs publics s'employaient à stabiliser l'indicateur de l'inflation. Il a affirmé que ces résultats avaient été évalués de manière positive par la Banque mondiale et le Fond monétaire international, ce qui atteste, a-t-il dit, de "l'efficacité de la politique économique nationale".

Pour 2024, le ministre des Finances prévoit une croissance économique de 3,8%, soutenue par l'augmentation des dépenses publiques.

27 Avril 2024

وكالة الأنباء الجزائرية  
Algérie Presse Service

## Les nouvelles dispositions publiées au journal officiel

La loi n° 24-06 du 28 avril 2024 modifiant et complétant l'ordonnance n° 66-156 du 8 juin 1966 portant code pénal est entrée en vigueur après sa publication au Journal officiel N° 30.

Ainsi, parmi les amendements introduits, on notera le placement sous surveillance électronique. En effet, l'article 5 bis 7 stipule que la juridiction peut remplacer la peine d'emprisonnement prononcée, par le placement du condamné sous surveillance électronique, lorsque les conditions sui-

Le placement sous surveillance électronique consiste en le port par le condamné définitivement d'un bracelet électronique, durant toute la période de la peine à laquelle il a été condamné, qui permet de détecter sa présence au lieu de son assignation fixe par le juge d'application des peines, qu'il ne doit quitter que sur autorisation de ce dernier.

### Divulgence des informations confidentielles à travers les réseaux sociaux

L'article 63 bis 1 stipule : « Est puni de la réclusion à temps de vingt (20) ans à trente (30) ans, quiconque divulgue des informations ou des documents confidentiels relatifs à la sécurité nationale et/ou à la défense nationale et/ou à l'économie nationale à travers les réseaux sociaux en vue de nuire aux intérêts de l'Etat algérien ou à la stabilité de ses institutions. »

Aussi, la provocation d'un attroupement non armé par l'utilisation des technologies de l'information

الجمهورية الجزائرية  
الديمقراطية الشعبية

الجريدة الرسمية

اتفاقات دولية، قوانين، ومراسيم

قرارات وآراء، مقررات، منشور، إعلانات وبلاعات

vantes sont réunies :

Le prévenu n'a pas été condamné auparavant à une peine de placement sous surveillance électronique dont il n'a pas respecté les obligations qui en découlent ;

Si la peine prévue par la loi pour l'infraction commise ne dépasse pas cinq (5) ans d'emprisonnement ;

Si la peine prononcée ne dépasse pas trois (3) ans d'emprisonnement.

La divulgation des informations confidentielles à travers les réseaux sociaux est considérée comme une trahison et est punie par des peines allant jusqu'à la réclusion à perpétuité. L'article 63 bis dispose : « Est coupable de trahison et est puni de la réclusion à perpétuité, tout algérien qui divulgue des informations ou des documents confidentiels relatifs à la sécurité nationale et/ou à la défense nationale et/ou à l'économie nationale à travers les réseaux sociaux au profit d'un pays étranger ou de l'un de ses agents. »

est prévue dans l'article 100, qui dispose : « Toute provocation directe à un attroupement non armé, soit par discours proférés publiquement, soit par écrit ou imprimés, affichés ou distribués, soit par l'utilisation des technologies de l'information et de la communication ..... (Le reste sans changement) .... ».....

## Agriculture: les indicateurs clés du 3e recensement général

ALGER - Le troisième recensement général de l'agriculture 2024, qui sera lancé demain dimanche, et devra se poursuivre jusqu'au 17/07 prochain, constitue une opération nationale d'envergure.

Le RGA 2024, mené sous le slogan: "Information fiable...développement durable", a nécessité des mois de minutieuse préparation et une coordination pluridisciplinaire et multisectorielle mobilisant également des moyens considérables dont, pour la première fois, l'utilisation des outils technologiques et numériques.

Voici les indicateurs clés du RGA 2024:

- Le RGA mobilise 7. 349 recenseurs, contrôleurs et superviseurs répartis comme suit:

- 6.000 agents recenseurs répartis en adéquation avec la densité des exploitations agricoles. Chaque agent recense en moyenne entre 220 et 250 exploitations par jour.

- 1.200 contrôleurs chargés de vérifier le travail des agents recenseurs.

- 120 superviseurs de wilayas, à raison de deux par wilaya, voire trois dans certaines régions où l'activité agricole est intense.

- 29 superviseurs nationaux en charge de superviser deux wilayas chacun. La priorité dans le choix des recenseurs, contrôleurs et superviseurs du RGA 2024 est donnée au personnel de ministère de l'Agriculture avec ses déclinaisons locales et institutions sous tutelle en contact permanent avec le monde rural.

- L'installation de 500 centres de saisie des données rapportées dans les questionnaires, répartis sur le territoire du pays, le plus proche possible des sites de recensement

- L'ensemble des catégories participantes au RGA 2024 est astreinte, par un engagement signé, à l'obligation de garder la confidentialité de l'opération.

- Le questionnaire passe par quatre niveaux de contrôle, avant que les données y figurant ne soient retransmises au niveau des serveurs centraux et versées dans la base de données de la plateforme.

- Un numéro d'identification national pour chaque questionnaire est généré par la plateforme, ce qui en découle l'établissement d'une attestation de recensement portant les données de l'exploitant et son numéro d'identification nationale qui sera délivrée par les services locaux de l'agriculture. Pour rappel, le RGA 2024 est régit par le décret exécutif n 23-291 du 14 août 2023 modifiant et complétant le décret exécutif n 01-114 du 7 mai 2001 portant recensement général de l'agriculture. Conformément à ce texte, le comité national du RGA, présidé par le ministre de l'Agriculture et du Développement rural, est l'organe de pilotage,

de suivi et de prise en charge de l'ensemble des actions. Il est composé de 19 membres représentant les secteurs ministériels concernés et les instances nationales en rapport avec le recensement. Le comité national du RGA est marqué par la participation, pour la première fois, du Haut-commissariat à la numérisation, la Haut-commissaire à la numérisation avec rang de ministre siégeant en qualité de vice-président du comité, ainsi que de l'Agence spatiale algérienne (ASAL). Un comité technique opérationnel a été créé afin d'arrêter l'ensemble des propositions à formuler au comité national, relatives aux aspects techniques et opérationnels inhérents à l'opération.

Il a été créé aussi un sous-comité dédié à la communication et la sensibilisation ciblant les agents recenseurs, les agriculteurs, les éleveurs et les maquignons ainsi que les collectivités locales, les représentants de la société civile et les associations en relation avec le secteur agricole.

En cible tertiaire, le sous-comité sensibilise les futurs utilisateurs des résultats du RGA 2024 (administrations, opérateurs économiques, communauté scientifique et instances internationales concernées par les objectifs du développement durable).

Une opération pilote, pour tester l'adéquation de la formulation des questions, a été menée en février dernier, dans six communes: In Zeghmir (Adrar), Ain Naga (Biskra), Dreaan (El Tarf), Ain El Ibl (Djelfa), Hamr El Ain (Tipasa) et Oued Taghia (Mascara), représentantes de l'ensemble des filières et modes d'agriculture.

Le RGA 2024 qui se déroule du 19 mai au 17 juillet, peut être prolongé, si nécessaire, de pas plus de 15 jours.



18 Mai 2024

## Surexposition des enfants aux écrans :

### des experts algériens tirent la sonnette d'alarme

Nous vivons à une époque « connectée », où la majorité des foyers, bureaux, locaux dans ce monde ont accès à internet. Difficile alors de restreindre l'usage de ce dernier aux jeunes enfants qui sont nés en plein boom technologique. Cette nouvelle génération qui n'a pas connu le monde sans smartphones ni réseaux sociaux se détache difficilement des appareils connectés.

Pourtant, le danger de la surexposition est bel et bien là. Une étude menée récemment a démontré un lien de corrélation entre résultats scolaires médiocres et exposition prolongée aux smartphones.

Être trop « connecté » nuit à la santé des élèves, les résultats scolaires en pâtissent

Toujours plongés dans leurs smartphones, les jeunes de nos jours sont loin de l'époque où l'on lisait pour passer le temps. Ainsi, le bookinage est passé de mode, et aujourd'hui, on préfère surfer sur les réseaux qui ont la cote pour se tenir informé. Tiktok, Instagram et Snapchat en sont de parfaits exemples.

..., vu le caractère addictif de la chose, les plus jeunes ont souvent du mal à décrocher du monde virtuel. Passant parfois des heures entières consécutives devant les écrans, ces derniers développent des troubles de la concentration. On a dénoté chez plusieurs élèves des manques de concentration subites, des oublis répétitifs et un manque d'assiduité en général. Le point commun entre ces cas ? Tous ont été exposés à une fréquence élevée aux jeux, vidéos, films et au phénomène de « fast information ».

Le flux d'information trop important engrangé trouble le cerveau, encore en

développement, des enfants et des adolescents. La mémoire est accaparée par les informations trop nombreuses que l'enfant reçoit en faisant défiler son écran.

Le résultat est un état de fatigue mentale extrême, selon Abdellah Salhi, pédagogue et président du bureau de l'association Al-Maali pour les sciences et l'éducation d'Oran, « l'utilisation excessive des smartphones et des jeux vidéo entraîne chez les élèves une monopolisation de la pensée, un manque de concentration, une grande irritabilité et de la fatigue. »

La GN s'associe à la DGSN pour sensibiliser les parents quant aux dangers d'Internet

L'exposition prolongée aux écrans peut nuire grandement au sommeil de l'enfant, provoquant à la fois des troubles mentaux et physiques chez ce dernier, indique pour sa part Boubaker Mansour, spécialiste en psychologie de l'Université d'el Oued. Une instabilité psychologique peut s'installer, ainsi que les symptômes de la fatigue chronique (baisse d'énergie sur le long terme).

Pour prévenir ces symptômes et aider les parents à gérer au mieux le temps d'écran de leurs enfants, la DGSN et la Gendarmerie nationale se sont unis lors d'une campagne. Le but étant de sensibiliser au maximum les parents quant aux dangers d'Internet pour les plus jeunes en présentant des cas pratiques où des mineurs se sont fait exploiter en ligne.

Algérie 360°

23 Avril 2023

# Naâma : Ksar « Tounzmer » un patrimoine architectural amazigh

## en quête de valorisation

Le ksar «Tounzmer», au sud-Est de Nâama, un patrimoine architectural amazigh d'une valeur historique inestimable, nécessite une étude archéologique et his-

en coordination avec d'autres instances, notamment des laboratoires universitaires et des associations, organise des forums et des séminaires sur les méthodes

en ce qui concerne les matières premières locales utilisées dans la construction des maisons et les couloirs qui les relient, sachant que des preuves de chacun d'eux existent encore, aujourd'hui, résistant aux facteurs du temps et de la nature rude. Il est à noter que la population amazighe de la région a innové dans les techniques des arts urbains, en s'appuyant sur l'exploitation des matériaux locaux dont elle disposait et en utilisant les compétences des artisans et constructeurs venus dans la région, qui ont beaucoup ajouté à ces ksour, sachant que leur aspect esthétique met en valeur leurs appartenances sociales et culturelles. Des sources indiquent que le ksar de «Tounzmer» a été construit entre le Xème et XIème siècles après JC par les tribus Berbères «Zenata». Un mode architectural aux accents amazighs. Le ksar de «Tounzmer», dont certains éléments (fondations et vestiges de murs, tours et ruelles), qui résistent encore aux outrages du temps, a été construit sur un haut plateau de calcaire connu localement sous le nom de «Kadan» sans être poli. Ses résidences sont reliées par un mur extérieur, tandis que la plupart des unités intérieures du ksar sont recouvertes de pierres, qui se sont effondrées de manière à suggérer qu'il a été exposé à un moment donné à des actes de vandalisme. Ce qui attire l'attention est que ce ksar a été construit dans un endroit qui lui permet d'être protégé des inondations des oueds et de préserver les terres agricoles au sol argileux. Au sommet, des ruines ont été trouvées ressemblant à une mosquée qui formait le noyau central et spirituel du ksar. A sa proximité, se trouvaient des habitations entrelacées, dont aucune n'était plus haute que l'autre le long de la colline, qui se termine par un groupe de tours défensives et une muraille extérieure. Quant aux ruelles, leur planification a pris en compte la résistance aux vents et aux tempêtes de sable, la protection contre les canicules, ainsi que la modération de leur pente pour permettre l'utilisation des bestiaux pour le déplacement et le transport, ont souligné les mêmes sources historiques.



torique approfondie pour sa protection et valorisation, selon des chercheurs et des responsables du secteur. Des vestiges ont été, récemment, découverts au niveau de ce ksar, considéré comme l'un des authentiques patrimoines architecturaux amazighs, dont la région des oasis de l'Atlas saharien, au Sud de la wilaya regorge. Le ksar se distingue par une technique de construction à base de roches, d'argile, des plafonds planes et des tours à base carrée, a souligné le chercheur spécialiste du patrimoine et de la culture amazighe, acteur du mouvement associatif, Ahmed Aggoune. Ces sites archéologiques sont sujets à une détérioration due à des facteurs naturels et humains, ce qui nécessite «de toute urgence» l'élaboration d'études et de recherches sur le terrain, qui mettent en lumière son histoire et ses particularités par des spécialistes en archéologie, anthropologie, urbanisme et architecture, a-t-il souligné. La protection de ce patrimoine matériel constitue l'une des priorités du secteur culturel de la wilaya, qui a pris des mesures concrètes d'accompagnement d'une équipe de recherche spécialisée, en coordination avec le Centre universitaire de Nâama et l'Université de Tlemcen, qui va mettre en place une banque de données pour répertorier ces biens culturels, y compris les ksours, les sites et les monuments bâtis, dans un répertoire de photos et les inclure dans le portail électronique du ministère de tutelle. La même direction,

et moyens de préservation, de documentation et d'entretien de ce patrimoine ancien, en plus de mener des visites de terrain et des études pour initier ces opérations de restauration et contribuer à la production de films documentaires présentant ce patrimoine, a-t-on appris du chef du service du patrimoine à la direction de la Culture et des Arts, Larbi Mansour. La mémoire collective préserve cet héritage. Certains cheikhs de la zone de «Ain Ouarka» de la commune d'Asla conservent encore le nom berbère du ksar «Tounzmer», édifié à proximité d'une oasis de palmiers d'ombrage dans une zone montagneuse difficile d'accès et entourée des monts «Chamarikh», «Boulegfhad Chamla» et «Medour». Le chercheur Labter Kada, coordinateur du département d'archéologie à l'Institut des sciences humaines et sociales du Centre universitaire de Nâama, estime que le style architectural amazigh du ksar «Tounzmer» et d'autres comme le ksar de «Boussemgoun», celui du «Roi Souleimene» dans la commune d'«El Bnou» (El-Bayadh), le «ksar Hadjadj» au Nord de la commune de «Tiout» (Nâama), les palais de «Fandi» et «Bouiali» au Sud de la commune de Beni Ouenif (Bechar), témoignent d'une ancienne civilisation connue dans le Sud-ouest du pays, ce qui nécessite, a-t-il dit, davantage d'efforts pour la protéger et la valoriser. Ces ksour de style architectural amazigh partagent un caractère urbain traditionnel commun

Jassem Kouiret

10 Mai 2024



## Patrimoine culturel Algérien : Les femmes éternelles protectrices.

Reconnu pour sa richesse et ses racines historiques, le patrimoine culturel algérien est régulièrement confronté à des tentatives de spoliation par certaines communautés. Un exemple récent de cette problématique est l'affaire du cafetan d'El Kadi, nouvellement ciblé par de telles pratiques inadmissibles. En réponse, le gouvernement algérien déploie plusieurs initiatives visant non seulement à protéger son patrimoine culturel mais également à promouvoir la valeur à l'échelle internationale. Il est 10h au palais de la Culture Moufdi Zakaria. Artisans, couturiers, joailliers, tapissiers, maroquinières et bien d'autres talents viennent tout juste d'arriver. Ils débattent encore une fois leurs créations tirées d'un livre d'histoire racontant la richesse du patrimoine algérien. C'est le festival national de la création féminine. Une rencontre annuelle qui met en lumière la contribution significative des femmes algériennes dans la préservation et la création du patrimoine culturel. « La femme algérienne a beaucoup de volonté. Elle perce et se défie dans tout ce qu'elle entreprend », a déclaré Semrouni Nasro, artiste créateur de sacs, abat-jours et tableaux en cuir. Nadia en est une. Créatrice de l'association « Tirsalte Aghilane » à Ghardaïa, Nadia a transformé sa passion pour le tissage en un véritable métier. Son objectif : enrichir du patrimoine culturel algérien. Cette profession lui permet de transmettre son savoir-faire et son expérience à toutes ces femmes désireuses d'apprendre cet art.

L'association « Tirsalte Aghilane » a pour but de former au tissage non seulement les femmes du territoire national à travers des collaborations avec des agences de tourisme. Ce voyage s'inscrit dans une culture touristique pour découvrir le désert algérien et apprendre certaines de ces célèbres activités culturelles. « Ces efforts rentrent tous dans une logique de rapprochement culturel entre le Nord et le Sud d'un pays dit « continent ». Le domaine de l'art ne connaît pas de barrière d'âge : aussi bien les fillettes que les dames de 70 ans peuvent s'y intéresser, pourvu qu'elles soient passionnées et patientes », témoigne fièrement Nadia en plaçant soigneusement ces sacs traditionnels et tapis faits main... Ses apprenties sont une source d'inspiration, chacune intégrant ses propres expériences dans ses créations. Pour valoriser ces œuvres d'art reflétant la riche culture algérienne, Nadia participe également à plusieurs concours internationaux où elle a déjà été récompensée pour sa créativité et ses pièces uniques. L'originalité de chaque pièce exposée réside dans le choix des couleurs, ajoutant une touche moderne qui répond aux goûts des consommateurs contemporains tout en pré-

servant l'aspect traditionnel à travers des motifs tels que l'homme, le feu, les outils de chasse, etc... Elle s'appelle Ward. Elle est jeune créatrice de costumes. Elle trouve son inspiration dans les tableaux de Baya Haddad Mahieddine pour réaliser des chefs-d'œuvre. « Qui ne connaît pas la grande Baya ? Peintre autodidacte algérienne, elle est née en 1931 à Bordj El Kiffan (Alger) et décédée en 1998. Elle est devenue célèbre pour ses peintures colorées et vibrantes qui illustrent souvent des scènes de vie quotidienne, peuplées de femmes, d'animaux et de plantes stylisées. J'apprécie l'œuvre de Baya non seulement pour son esthétique unique, mais aussi pour la manière dont elle

sensibiliser à la promotion et valorisation de notre joli patrimoine », explique-t-il. Le sourire de fierté sur le visage, il raconte son expérience lors de la Foire de Paris qui regroupait des exposants du monde entier. Iyas s'est rendu au stand "Algérie" pour couvrir l'événement. Il a partagé une vidéo mettant en avant les différents artisans participants sur ses réseaux sociaux. « Cependant, mon acte de bonne foi a pris une tournure malheureuse "ou heureuse" lorsque Lyna Couture, une créatrice algérienne, a été victime de lynchage et de menaces. Aujourd'hui, une certaine communauté tente de piller notre patrimoine. Nous sommes aujourd'hui de plus en plus nom-



reflète les traditions et la culture algérienne. Chaque détail de ma tenue a un sens : les courbes illustrent la morphologie de la femme algérienne, souvent représentée avec des formes volumineuses. Le choix des matériaux et des couleurs est également significatif. La robe kabyle a été une de mes principales sources d'inspiration », explique Ward. Pour elle, Baya a contribué de manière significative à la scène artistique nord-africaine et reste une figure inspirante pour de nombreux artistes contemporains. Le festival a également permis à de jeunes influenceurs de partager la richesse du patrimoine culturel algérien à travers les réseaux sociaux, devenus des vecteurs clés dans la diffusion de l'art algérien auprès d'un public international. Parmi eux, Iyas Begriche, alias "iyasooon", est un créateur de contenu dédié à la promotion et à la protection de la richesse culturelle algérienne. À travers ses vidéos attrayantes, Iyas partage avec sa communauté les aspects de la gastronomie, du patrimoine et de la musique algérienne. « J'essaie de créer des vidéos cool pour attirer les gens, surtout les jeunes et les

breux à vouloir le protéger. Je pense qu'il y a de la place pour tout le monde et que chacun peut briller avec son propre patrimoine », déclare Iyas qui salut la communauté algérienne et notre représentation diplomatique qui ont réussi à protéger la jeune styliste. « La fierté des Algériens est incomparable. En geste de soutien et de solidarité, ils ont vidé le stand de la jeune styliste. Toutes ses créations ont été achetées », raconte d'un air amusé notre jeune influenceur. Pour ses projets à venir Iyas dévoile un scoop : "Le guide DZ", qui est en phase finale de production, sera bientôt lancé. Ce manuel recensera toutes les activités algériennes à travers le monde entier. En d'autres termes, toutes les activités couvrant les domaines de la gastronomie, de l'événementiel, de la musique et bien plus encore y seront placées. Pour rappel, le festival de la création féminine se tient cette année sous le thème « Costumes et parures : un patrimoine à travers l'histoire »...

Anais Ourlis

13 mai 2024

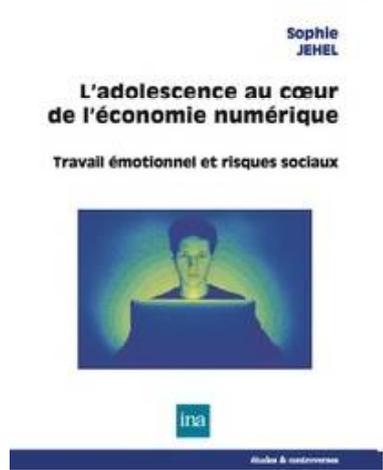
**El Watan**  
LE QUOTIDIEN INDÉPENDANT

# [BIBLIOGRAPHIE]

Sophie Jehel

## L'adolescence au cœur de l'économie numérique

Edition Institut National de l'Audiovisuel (INA), 2022

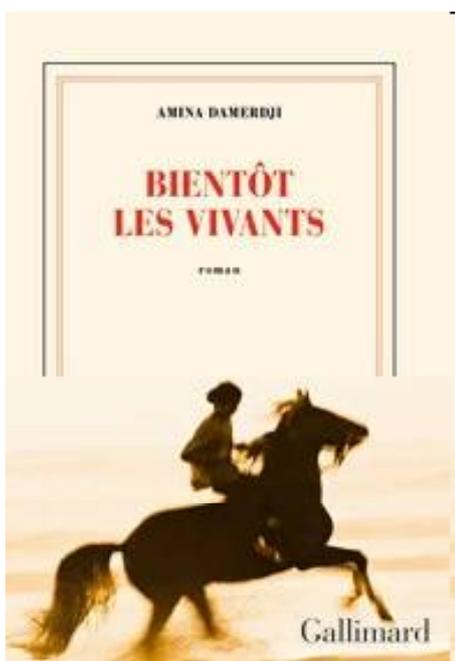


La conquête des adolescents fait partie des objectifs majeurs des industries numériques. Les réseaux sociaux numériques se sont calés sur leurs caractéristiques pulsionnelles en privilégiant une communication par l'image, rapide, éphémère et continue

Amina Damerджи

## Bientôt les vivants

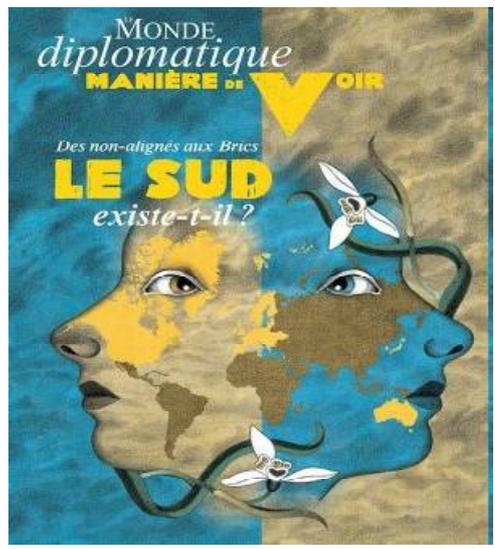
éditons GALLIMARD, 2024



La jeune Selma vit dans la proche banlieue d'Alger. Elle n'a qu'une passion, l'équitation, qu'elle pratique dans un centre non loin du village de Sidi Youcef, Elle consacre tout son temps libre au dressage d'un cheval que tout le monde craint, tandis que les déchirements de l'histoire traversent sa famille

# [REVUE]

## Manière de voir n°195 : Des non-alignés aux Brics, le Sud existe-t-il ? - Juin-Juillet 2024

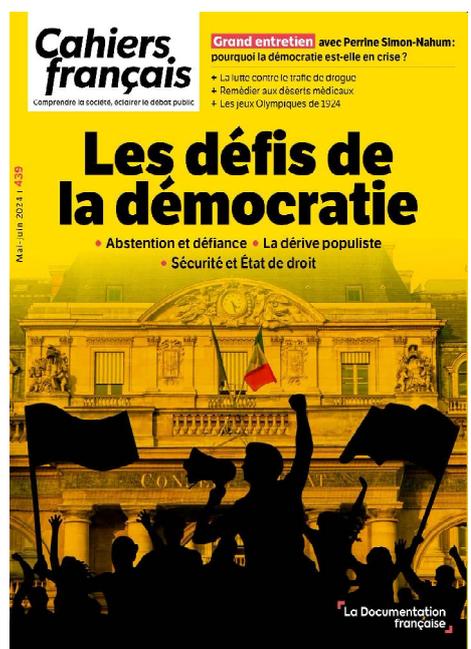


De toute évidence, le Sud est de retour. Mais quel Sud ? Celui d'hier, autour des non-alignés, recherchait l'union pour tracer la voie d'une autre forme de développement. Qu'en est-il aujourd'hui ?

Cahiers français

## Les défis de la démocratie

N° 439 Mai-juin 2024



De nombreux facteurs sont avancés pour fournir une explication à ce malaise démocratique : essoufflement des institutions, radicalisation du débat public, perte d'un référentiel culturel commun, creusement des inégalités sociales... Ce numéro de Cahiers français propose d'analyser les principaux défis auxquels notre démocratie doit aujourd'hui faire face.