

Analyse de l'importance des innovations technologiques dans la promotion du patrimoine culturel et touristique en Côte d'Ivoire

Analysis of the importance of technological innovations in the promotion of cultural and tourism heritage in Côte d'Ivoire

KONE Saindou

Enseignant-chercheur

Unité de Formation et de Recherche des Sciences Economiques et de Gestion

Université Félix HOUPHOUËT-BOIGNY/Cocody

Laboratoire des Sciences de l'Organisation (LSO)

Côte d'Ivoire

Date de soumission : 20/06/2026

Date d'acceptation : 21/07/2026

Pour citer cet article :

KONE S. (2026) «Analyse de l'importance des innovations technologiques dans la promotion du patrimoine culturel et touristique en Côte d'Ivoire», Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 9 : Numéro 3 » pp : 666 – 689

Résumé

À l'image des autres secteurs économiques en Afrique (télécoms, transport, banque, etc.), celui du tourisme et de la culture a connu des bouleversements importants à partir des années 2000 en raison de la pénétration du numérique et des technologies de l'information et de la communication (TIC). C'est pourquoi cette étude cherche à analyser l'effet des innovations technologiques sur la promotion du patrimoine touristique et culturel en Côte d'Ivoire. Pour ce faire, une démarche à la fois qualitative et quantitative a été adoptée dans le cadre de deux études. Il ressort des résultats que les principales composantes des innovations technologiques que sont la digitalisation, les réseaux sociaux, l'intelligence artificielle, les applications mobiles et les plateformes numériques impactent positivement la promotion du patrimoine touristique et culturel en Côte d'Ivoire. En effet le recours aux innovations technologiques sur une période de deux ans accroît en moyenne le chiffre d'affaires des industries touristiques et culturelles de 35,57%. Toutefois face aux défis économiques, sécuritaires et géopolitiques, les innovations technologiques doivent faire l'objet de mécanismes robustes d'encadrement en vue de réduire leur impact négatif sur l'industrie touristique et culturelle en Côte d'Ivoire.

Mots clés : tourisme, culture, promotion, innovations technologiques, cybercriminalité.

Abstract

Like other economic sectors in Africa (telecommunications, transport, banking, etc.), the tourism and culture sector underwent significant transformations starting in the 2000s due to the penetration of digital technology and information and communication technologies (ICTs). This study therefore seeks to analyze the impact of technological innovations on the promotion of tourism and cultural heritage in Côte d'Ivoire. To this end, a combined qualitative and quantitative approach was adopted within the framework of two studies. The results show that the main components of technological innovations the digitalization, the social networks, the artificial intelligence, the mobile applications and digital platforms positively impact the promotion of tourism and cultural heritage in Côte d'Ivoire. In fact, the use of technological innovations over a two years period increased the revenue of tourism and cultural industries by an average of 35.57%. However, in the face of economic, security, and geopolitical challenges, technological innovations must be subject to robust regulatory mechanisms to mitigate their negative impact on the tourism and cultural industries in Côte d'Ivoire.

Keywords : tourism, culture, promotion, technological innovations, cybercrime.

Introduction

A l'image des autres secteurs économiques en Afrique (télécoms, transport, banque, etc.), celui du tourisme a connu des bouleversements importants à partir des années 2000 en raison de la pénétration du numérique et des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans l'industrie touristique (Bowden, 2007). Ainsi, en moins de deux décennies, le tourisme est devenu l'un des principaux utilisateurs des TIC, par le biais des services Internet et d'applications mobiles, transformant considérablement les habitudes de consommation en termes de réservations, d'e-paiement, d'évaluation, de plateformes, etc.

Les secteurs touristique et culturel ont toutefois connu un ralentissement important consécutif à l'avènement de la COVID-19. Néanmoins, au-delà de cette période difficile, l'industrie touristique et culturelle n'a cessé d'enregistrer un développement soutenu à travers le monde à partir de l'année 2023. Une reprise sensiblement identique à celle d'avant la pandémie est observée avec des arrivées de touristes internationaux qui ont atteint 97 % des niveaux de 2019 (Baromètre ONU tourisme, 2024). Les Amériques ont pratiquement atteint les chiffres d'avant la pandémie (99 %) tandis que l'Afrique a accueilli 5 % d'arrivées de plus au premier trimestre 2024 qu'à la même période en 2019.

Cette reprise des activités touristiques joue positivement sur le plan socio-économique dans les pays concernés. En effet, les recettes d'exportation générées par le tourisme international, y compris les recettes et le transport de passagers, ont atteint 1.700 milliards de dollars en 2023, soit environ 96 % des niveaux d'avant la pandémie en termes réels ; hors inflation (Akossi, 2023). Ainsi, le PIB direct du tourisme a retrouvé ses niveaux d'avant la pandémie en 2023, pour atteindre environ 3.300 milliards de dollars, soit l'équivalent de 3 % du PIB mondial (Dussol, 2021). Cette embellie du secteur touristique est largement tributaire du développement et du recours des différents acteurs aux innovations technologiques qui contribuent à la création de plus-value à travers l'e-tourisme.

Plusieurs études soulignent l'impact positif des innovations technologiques sur le développement du tourisme et du patrimoine culturel. L'intégration de la technologie numérique dans le tourisme culturel offre une nouvelle dimension à l'expérience du visiteur avec la réalité augmentée (Elmadhi, Ez-Zahrany et Mokarij, 2024 : 11 ; Rakki & Gmira, 2026 : 71). Pour Ruan (2025), la technologie numérique peut élargir les canaux de diffusion de l'information touristique, augmenter la visibilité des destinations, attirer davantage de touristes et promouvoir la croissance de l'économie touristique. Par ailleurs l'approche expérientielle débouche sur des

expériences globales génératrices d'émotions positives créant des liens solides entre le territoire et les visiteurs (Amillat & Moubchir, 2025 : 262).

En dépit des retombées positives des technologies dans la promotion du patrimoine culturel et le tourisme, d'autres études mitigent toutefois leur portée. En effet, la révolution numérique démocratise certes l'accès à la culture, mais elle soulève également des questions liées à l'authenticité, à la pérennité des supports, à la hiérarchisation des contenus et met en exergue des questions juridiques sur les droits d'auteur, le risque de déconnexion avec l'expérience physique (Cheriet, 2025 : 388-391). Selon De Freminville (2019) et Townsend (2017), avec l'essor du digital, les entreprises touristiques sont de plus en plus exposées aux risques liés à la cyber sécurité, aux fraudes en ligne et à l'exclusion numérique. Dès lors, il ne faut pas occulter le risque de propriété intellectuelle, le risque sociétal, les incertitudes réglementaires, politiques et sociales inhérents aux innovations technologiques (Lharti et Charef, 2024 : 887).

La Côte d'Ivoire, pays phare en Afrique de l'ouest n'échappe pas au phénomène de la cybercriminalité qui lui a fait subir au premier semestre de 2025, des préjudices financiers directs qui se sont élevés à 5,46 milliards de F.CFA pour 878 affaires suivies (Agence Nationale de la Sécurité des Systèmes d'Information : ANSSI, 2025). Entre autres secteurs, ceux du tourisme et de la culture sont impactés, limitant ainsi leur croissance. Dans un tel contexte, la problématique de l'usage des innovations technologiques en tant que catalyseurs de développement se pose avec acuité en général, et en particulier dans le secteur du tourisme et de la culture. Ces constats nous amènent à nous interroger sur le lien entre les innovations technologiques et le développement de l'industrie touristique et culturelle en Côte d'Ivoire. Ainsi, face aux défis économiques, sécuritaires et géopolitiques, les innovations technologiques peuvent-elles contribuer à la promotion de l'industrie touristique et culturelle en Côte d'Ivoire ? Comment les acteurs du tourisme et de la culture peuvent-ils faire face aux différents défis inhérents à l'usage massif des TIC dans leur domaine d'activité ? Ces préoccupations interrogent sur les mécanismes d'encadrement de l'utilisation des innovations technologiques pour renforcer leur contribution au développement en général, et en particulier à celui du tourisme et de la culture.

A travers cet article, il s'agit d'analyser l'effet des innovations technologiques sur la promotion du patrimoine touristique et culturel de la Côte d'Ivoire.

L'article est organisé autour de quatre parties. Outre l'introduction, suivront 1) le cadre théorique et conceptuel, 2) l'approche méthodologique, 3) la présentation des résultats, et avant de conclure, on aura en 4) la discussion des résultats.

1. Cadre théorique et conceptuel

Le cadre théorique et conceptuel va porter dans un premier temps sur les analyses théoriques du lien entre les innovations technologiques et la promotion du patrimoine touristique et culturel puis dans un deuxième temps sur la revue empirique. Dans un troisième temps, il s'agira de présenter le cadre conceptuel de la relation entre l'usage des innovations technologiques et la promotion du tourisme et de la culture.

1.1. Analyses théoriques du lien entre innovations technologiques et promotion du patrimoine touristique et culturel

Terme polysémique et complexe qui s'étend à plusieurs domaines, l'innovation technologique a fait l'objet de plusieurs approches définitionnelles. Elle est appréhendée comme la création et l'application de technologies, d'outils, de systèmes et de processus nouveaux ou améliorés qui entraînent des avancées significatives dans divers domaines. Il s'agit d'exploiter les connaissances, l'expertise et les ressources pour élaborer des solutions innovantes qui résolvent les problèmes, améliorent l'efficacité, stimulent le progrès et apportent de la valeur (Nick Jain, 2023). C'est « la mise en œuvre d'un produit ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures » (OCDE, 2005 : 54). Selon Baregheh et al. (2009) il s'agit d'un processus en plusieurs étapes par lequel les organisations transforment des idées en produits, services ou processus nouveaux/améliorés, afin de progresser, d'être compétitives et de se différencier avec succès sur leur marché.

Le concept d'innovation technologique renvoie à un ensemble de techniques et de nouveaux procédés, qui sont le résultat d'une technologie nouvelle ou l'avancement de technologies déjà existantes. Ce concept représente donc le résultat issu d'un processus de création qui vise avant tout la croissance des différentes organisations auxquelles il s'applique avec un ancrage sur la mise en œuvre d'un système de management de la qualité (SMQ).

Quant au tourisme, il recouvre trois types d'intentions : se recréer, jouer et découvrir. Dans cette nouvelle perspective, quatre critères permettent de qualifier le tourisme : une mobilité à travers un déplacement (un changement de lieu), un espace-temps (hors-quotidien), un déplacement intentionnel et un projet porté par le touriste (Équipe MIT, 2002).

D'après la définition adoptée par l'Assemblée générale d'ONU Tourisme à sa vingt-deuxième session (2017), le tourisme culturel est « un type d'activité touristique dans lequel la motivation

essentielle du visiteur est d'apprendre à connaître, de découvrir et de consommer les attractions/produits culturels d'une destination touristique, matériels et immatériels, et d'en faire l'expérience. Ces attractions/produits se rapportent à un ensemble de caractères distinctifs d'une société – d'ordre matériel, intellectuel, spirituel et émotionnel – recouvrant les arts et l'architecture, le patrimoine historique et culturel, le patrimoine culinaire, la littérature, la musique, les industries créatives et les cultures vivantes avec leurs styles de vie, leurs systèmes de valeurs, leurs croyances et leurs traditions » (ONU Tourisme, 2017).

Dans la littérature, plusieurs théories et modèles ont été développés sur l'application des innovations technologiques dans l'industrie touristique et culturel. Pour notre étude deux théories ont retenu notre attention : la théorie de la « diffusion of innovations » : diffusion des innovations de Rogers (1995) et celle des « Dynamic Capabilities » ; capacités dynamiques de David, Gary et Shuen (1997). Ces deux modèles théoriques semblent pertinents dans l'analyse des motifs et de l'effet de l'application des innovations technologiques dans la promotion du patrimoine touristique et culturel.

1.1.1. La théorie de la diffusion des innovations

Cette théorie a été développée par Rogers en 1995 selon qui, l'innovation est définie comme « le processus par lequel une innovation est communiquée, à travers certains canaux, dans la durée, parmi les membres d'un système social ». Ce modèle définit les éléments qui agissent sur la rapidité avec laquelle une innovation est adoptée dans un groupe social. L'approche ne s'intéresse pas aux conditions ou aux modalités de la création d'une innovation (ici l'innovation elle-même est achevée), il s'agit plutôt d'expliquer comment elle peut alors se diffuser auprès des utilisateurs, comme une sorte d'épidémie. L'adoption du modèle de la diffusion des innovations dans le temps par les utilisateurs se déroule en cinq étapes.

- la connaissance : l'individu est exposé à l'innovation, il réagit en fonction de son profil personnel et du système social dans lequel il évolue ;
- la persuasion : c'est l'étape cruciale du modèle de Rogers, celle où l'individu amorce une prise de position au sujet de l'innovation, il réagit ici en fonction de cinq grandes caractéristiques perçues d'une innovation notamment son avantage relatif en termes économique et social, sa compatibilité avec les valeurs du groupe d'appartenance, sa complexité, la possibilité de la tester et sa visibilité pour montrer les résultats aux autres.

- la décision : l'individu s'engage dans des activités d'utilisation/évaluation, lui permettant d'adopter ou de rejeter l'innovation ;
- l'implantation : ici, l'individu a besoin d'assistance pour réduire les incertitudes sur les conséquences ;
- la confirmation : l'individu tente d'obtenir des informations venant, a posteriori, renforcer son choix.

Dans le domaine du tourisme et de la culture, la diffusion des innovations est un levier d'analyse des conditions d'adoption de l'innovation technologique par les acteurs du secteur. Elle décrit les caractéristiques perçues d'une innovation tout en permettant à l'entreprise et ou aux utilisateurs de s'inscrire dans une dynamique de persuasion et de « disruption » en vue d'agir efficacement sur de nouveaux clients/marchés. Cette diffusion au sein de l'entreprise est motivée entre autres par une concurrence acerbée, l'évolution technique et technologique et une clientèle de plus en plus exigeante.

1.1.2. La théorie des capacités dynamiques

La capacité dynamique est la capacité d'une organisation à adapter délibérément sa base de ressources. Le modèle a été défini par David Teece, Gary Pisano et Amy Shuen, en 1997. Selon eux, la théorie des capacités dynamiques peut être définie comme « la capacité de l'entreprise à intégrer, développer et reconfigurer ses compétences internes et externes pour faire face à un environnement en évolution rapide » (Teece, Pisano et Shuen, 1997 : 516). Ce modèle théorique s'apparente au concept de capacités opérationnelles, aux opérations courantes d'une organisation et à sa capacité à produire les résultats exigés de chaque processus afin d'atteindre les objectifs attendus. Teece, Pisano et Shuen (1997) ont proposé trois capacités dynamiques nécessaires pour qu'une organisation puisse relever de nouveaux défis. Il y a d'abord la capacité des employés à apprendre rapidement et à construire de nouveaux actifs stratégiques. Ensuite, il y a l'intégration de ces nouveaux actifs stratégiques, y compris la capacité, la technologie et les commentaires des clients, dans les processus d'entreprise. Enfin la transformation ou la réutilisation des actifs existants qui se sont dépréciés. Teece désigne la réalisation réussie de ces trois étapes par le biais « d'agilité organisationnelle ».

Concept de management stratégique, les capacités dynamiques comprennent trois piliers:

- détection : l'identification et la compréhension des opportunités et des menaces de l'environnement (marché, innovations, nouvelles réglementations).

- saisie : la mobilisation des ressources pour capter la valeur de ces opportunités via de nouveaux modèles économiques ou investissements.
- transformation : la reconfiguration et l'alignement continu des actifs, des processus et des routines organisationnelles.

Dans la promotion du secteur touristique et culturel, les compétences de base de l'entreprise doivent être utilisées pour créer non seulement à court terme des positions concurrentielles, mais aussi et surtout servir à développer à long terme un avantage concurrentiel (Tywoniak, & Groupe, H. E. C., 1998). Cette théorie est un outil essentiel pour analyser la capacité d'appropriation, d'adaptation, de résilience et de compétitivité de l'entreprise dans un environnement en butte à des mutations rapides. Elle permet aux entreprises modernes, notamment celles du secteur touristique, dans un contexte de gestion axée sur les résultats, de développer des compétences distinctives et de concevoir des solutions technologiques à même de répondre de façon optimale et durable aux attentes des utilisateurs en termes d'efficacité, de sûreté et de convivialité.

Le recours aux deux théories susmentionnées peut permettre une meilleure compréhension des enjeux de l'adoption des innovations technologiques et la mise en oeuvre de stratégies managériales résilientes répondant aux attentes des clients qui se préoccupent avant tout de la confidentialité et de la sécurité des données.

1.2. Des innovations technologiques à la promotion du patrimoine touristique et culturel : une revue de littérature empirique

Plusieurs études mettent en exergue l'apport des innovations technologiques à la performance des entreprises en général et à la promotion touristique et culturel en particulier.

Les nouvelles technologies offrent des opportunités de performance, de compétitivité et d'amélioration de la productivité en matière d'accès à des produits et services, et permettent d'optimiser les processus et production, de réduire les coûts de transaction et de transformer les chaînes d'approvisionnement. Leur adoption dans les économies émergentes permet aux entreprises de participer aux chaînes de valeur mondiales et d'accéder directement aux clients sur les marchés étrangers (Bouri, 2021 : 26). En outre, l'innovation technologique est un élément clé pour maintenir la compétitivité des entreprises et assurer leur survie à long terme (Tidd & Bessant, 2018). Selon les études menées par Tidd & Bessant (2018), les entreprises qui gèrent efficacement l'innovation obtiennent des résultats supérieurs en termes de croissance, de performance financière et d'emploi.

En deux décennies, les technologies numériques, c'est-à-dire celles qui traitent des contenus numériques via des contenants, des protocoles et des chartes informatiques (Thenoz, 2020), se sont imposées comme l'un des facteurs clés de la performance des entreprises, mais également des destinations touristiques (Paquerot et al., 2011 ; Lemoine et Salvatore, 2018). Leur développement, leur usage et les données captées, traitées et mises en réseau bouleversent les paradigmes économiques et sociétaux et remettent en question la conception classique du phénomène touristique (Safaa, Oruezabala & Bidan, 2021 : 4). Selon les travaux de Karoui et Dudézert (2012), les technologies et les outils matériels et logiciels qu'elles imposent – au premier rang desquels le téléphone intelligent ou multifonction – questionnent les usagers, les cibles et les collectivités sur les enjeux de pouvoir autour de leurs appropriation, routinisation et contournements. D'après les études menées par Marcotte et al. (2020), les technologies et ses outils instaurent un nouvel ordre touristique et culturel mondial qui semble avoir été largement confirmé par la pandémie de COVID-19 et ses disruptions majeures, notamment sur les mobilités et les territoires.

A la croisée de la recherche et de l'action, entre inventaire et éducation artistique et culturelle, appropriation des ressources par les artistes et acteurs de terrain et appropriation des fonctions collaboratives de ces médias par les individus et les communautés, le numérique occupe, dans la chaîne patrimoniale, une position médiane (Catéret, 2017 : 13). Centre de ressources et courroie d'entraînement dans le cadre de médiations et d'animations de réseaux, ce simple élément de la chaîne est pourtant aujourd'hui stratégique dans le contexte mondial où tend à dominer la culture numérique (Doueïhi, 2008). Ainsi, le numérique tend à devenir un « lieu » du dialogue entre l'État ou les collectivités territoriales et les associations, les acteurs culturels et les chercheurs, le lieu d'une « sauvegarde immatérielle », dans le sens d'un service public pour le patrimoine culturel immatériel et la diversité culturelle (Heinich, 2007).

Les technologies numériques ont contribué à plusieurs phases de la transformation diachronique de l'écosystème touristique. La première phase s'articule autour de la conception des technologies numériques comme nouveau canal de distribution dans une ère de post-déréglementation de la chaîne de distribution fordiste (Saffa, Oruezabala et Bidan, 2021). Cette période fut marquée par l'accroissement du phénomène de dématérialisation, puis de déforfaitisation accélérée du produit touristique dans un schéma de renversement de la chaîne de valeur classique et de migration progressive vers l'e-tourisme. Selon les travaux de Bédard et Kadri (2004), la désintermédiation a permis aux prestataires locaux de produire un avantage,

temporaire certes, mais suffisamment important en faveur de leur autonomisation et celle des destinations, notamment dans les pays du Sud.

Le processus d'implantation des technologies informatiques centrées sur l'expérience d'authenticité peut contribuer à rendre accessibles et attrayants des sites touristiques géographiquement isolés en Afrique. En effet, la plupart des pays africains sont dotés de sites naturels et culturels inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO, mais leur valorisation reste faible, inexistante même, du fait de leur manque de visibilité sur les scènes touristiques nationale et internationale. Ainsi, la valorisation grâce à des outils liés aux technologies de numérisation, à la réalité virtuelle et à la réalité augmentée reste une piste optimale (Tapsoba, 2021). Selon les travaux de Rakki & Gmira (2026 : 71-72), la numérisation, la réalité virtuelle, les applications mobiles sont des leviers de valorisation des sites touristiques qui réduisent l'impact physique des visiteurs tout en proposant des expériences de pré-visite pour désengorger les sites sensibles. Du coup, les outils technologiques ne sont plus de simples supports de marketing touristique, mais des leviers stratégiques pour la gestion, la documentation, la restauration et la valorisation des sites patrimoniaux.

Cependant au regard des résultats de plusieurs études et travaux, les innovations technologiques constituent à bien des égards une source de risques certains pour les acteurs du secteur touristique. Rien qu'en se référant à la panne informatique mondiale de Microsoft en date du 17 juillet 2024 qui a paralysé des aéroports, des commerces, des banques, les transports à travers le monde, on se rend compte de plus en plus que les activités économiques sont tributaires des innovations technologiques. Cet incident rappelle la dépendance et la fragilité des systèmes d'exploitation économiques face aux aléas des innovations technologiques. Ainsi, les recherches menées par De Freminville (2019) révèlent qu'avec l'essor du digital, les entreprises touristiques sont de plus en plus exposées aux risques liés à la cyber sécurité, tels que les cyberattaques, le vol de données personnelles des clients et les fraudes en ligne.

Derrière le discours louant les côtés positifs du « tout technologique » se cachent d'autres vérités qui peuvent inclure des problèmes de confidentialité, d'inefficacité/défaillance des systèmes, d'exclusion numérique, de perte d'informations et de menace pour les cultures et le patrimoine (Townsend, 2017). La révolution numérique soulève des questions d'authenticité, de pérennité des supports, de hiérarchisation des contenus tout en mettant en exergue des questions juridiques sur les droits d'auteur et le risque de déconnexion avec l'expérience physique (Cheriet, 2025 : 388-391). D'autres limites des innovations technologiques ont trait

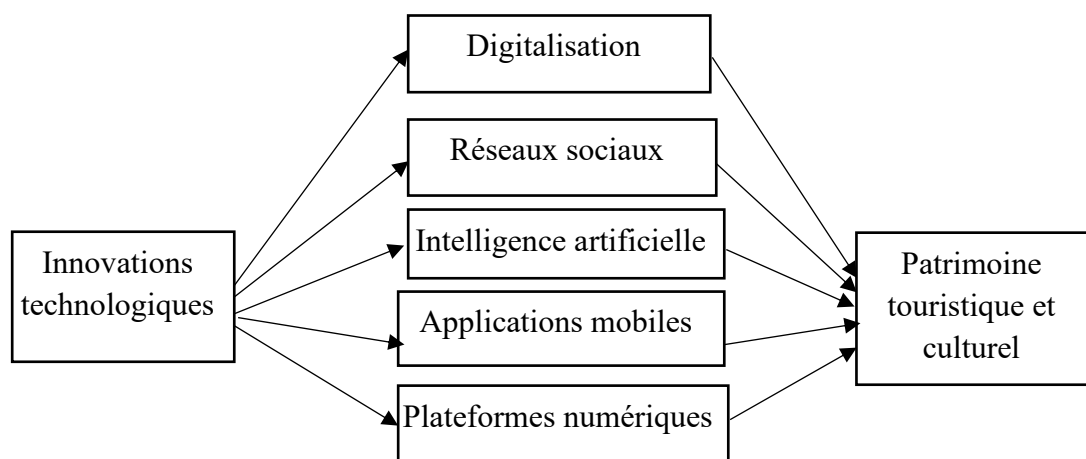
au risque de propriété intellectuelle, au risque sociétal, aux incertitudes réglementaires, politiques et sociales (Lharti et Charef, 2024 : 887).

En dépit des débats divergents issus des différentes études, l'analyse du cadre conceptuel nous permettra de mieux situer la place des innovations technologiques dans la promotion du patrimoine touristique et culturel en Côte d'Ivoire.

1.3. Le cadre conceptuel

Le modèle conceptuel de notre étude (figure 1) nous permettra d'analyser l'impact des innovations technologiques (variable indépendante) à travers ses composantes/construits sur la promotion du patrimoine touristique et culturel en Côte d'Ivoire. En effet, l'application des innovations technologiques peut être mieux appréhendée à travers des construits comme la digitalisation des services, la promotion sur les réseaux sociaux, le recours à l'intelligence artificielle, aux applications mobiles et aux plateformes numériques.

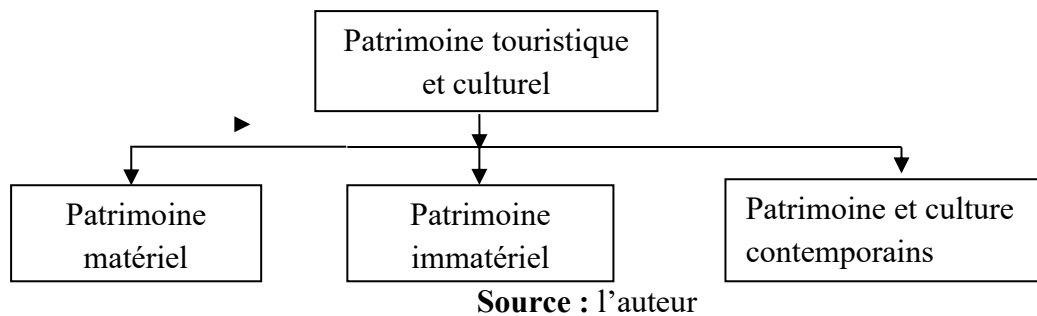
Figure N°1 : Modèle conceptuel de l'étude



Source : élaboration de l'auteur

Le patrimoine touristique et culturel est multidimensionnel avec trois composantes essentielles à savoir, le patrimoine matériel, le patrimoine immatériel, le patrimoine et la culture contemporains (figure 2).

- Le patrimoine matériel : il est représenté par un site du patrimoine mondial et national, un monument, un lieu et bâtiment historique, un itinéraire culturel, etc.
- Le patrimoine immatériel : il renvoie à l'artisanat, à la gastronomie, aux fêtes traditionnelles, à la musique, aux traditions orales, au tourisme religieux / spirituel, etc.
- Le patrimoine et la culture contemporains : ils ont trait aux films, aux arts de la scène, au design, à la mode, aux nouveaux médias, etc.

Figure N° 2 : Les composantes du patrimoine touristique et culturel

Les différentes composantes des innovations technologiques agissent sur la promotion du patrimoine touristique et culturel (variable dépendante) à travers plusieurs actions et leviers. Ainsi, nous pouvons formuler l'hypothèse principale comme suit : les innovations technologiques impactent positivement et significativement la promotion du patrimoine touristique et culturel en Côte d'Ivoire. Cette hypothèse peut être scindée en trois sous-hypothèses à savoir :

- * le rayonnement du patrimoine touristique et culturel est tributaire de la digitalisation de ses activités ;
- * le recours aux réseaux sociaux et à l'intelligence artificielle valorise le patrimoine touristique et culturel ivoirien ;
- * les applications mobiles et les plateformes numériques favorisent une meilleure visibilité du patrimoine touristique et culturel de la Côte d'Ivoire.

En vue de mieux analyser l'importance des innovations technologiques sur la promotion du patrimoine touristique et culturel ivoirien, une méthodologie de recherche a été adoptée.

2. La méthodologie de recherche

Nous présenterons d'abord la nature et la collecte de données, puis les méthodes d'analyse des données recueillies.

2.1. La nature et la collecte des données

Nous avons opté pour deux enquêtes : une qualitative et une quantitative. Les enquêtes ont duré un mois, soit du 15 juin au 15 juillet 2025 et ce auprès de divers acteurs de l'industrie touristique et culturelle. L'étude qualitative a porté sur 18 acteurs après atteinte de la saturation, l'étude quantitative a concerné 44 acteurs dans deux districts autonomes (Abidjan et Yamoussoukro) et dans quatre régions (Poro, Tonkpi, Gbêkè, San-Pedro).

Les 18 acteurs retenus pour l'enquête qualitative ont suffisamment permis de collecter des données variées, riches et pertinentes. En effet la qualité des acteurs notamment, les directeurs

régionaux du tourisme, les présidents de la chambre des métiers et les responsables de troupes artistiques sont des personnes ressources au cœur du management touristique et culturel en Côte d'Ivoire qui constituent des points focaux incontournables ayant fourni les informations nécessaires et utiles à notre enquête. Ainsi la collecte et l'analyse de données supplémentaires ne produisant plus d'idées et de thèmes inédits, l'étude qualitative a porté sur 18 personnes ; saturation théorique. La méthode de convenance a été retenue dans le cadre de l'étude qualitative pour des raisons pratiques. Ainsi un guide d'entretien a permis de collecter les données. Des entretiens (de trente minutes) en face à face avec les principaux acteurs de la gestion touristique et culturelle (tableau 1). Pour les deux approches, nous avons retenu trois types d'acteurs à savoir les directeurs régionaux du ministère du Tourisme et des Loisirs, les présidents de la chambre des métiers et les gestionnaires de troupes artistiques.

Tableau N° 1 : Répartition des unités de sondage

Elément		Acteur interrogé	Effectif
District autonome	Abidjan	Directeur régional du Tourisme	01
		Président de la chambre des métiers	01
		Troupes artistiques	16
	Yamoussoukro	Directeur régional du Tourisme	01
		Président de la chambre des métiers	01
		Troupes artistiques	06
Région	Poro	Directeur régional du Tourisme	01
		Président de la chambre des métiers	01
		Troupes artistiques	08
	Gbêkè	Directeur régional du Tourisme	01
		Président de la chambre des métiers	01
		Troupes artistiques	06
	Tonkpi	Directeur régional du Tourisme	01
		Président de la chambre des métiers	01
		Troupes artistiques	08
	San-Pedro	Directeur régional du Tourisme	01
		Président de la chambre des métiers	01
		Troupes artistiques	06
Total	-----	-----	62

Source : notre enquête, juin-juillet 2025

Nous avons eu recours à l'échantillonnage empirique pour l'étude quantitative car nous ne maîtrisons pas la liste de la base de sondage.

Différents items ont été abordés dans le guide d'entretien utilisé lors de l'enquête qualitative. Il s'est agi de collecter des informations sur la connaissance des composantes des innovations technologiques notamment la digitalisation de la gestion, l'utilisation des réseaux sociaux, de l'intelligence artificielle, les applications mobiles et les plateformes numériques en rapport avec le patrimoine touristique et culturel ivoirien. Quant au questionnaire, composé de quinze (15) questions, il a été administré via Google Forms à 44 personnes à travers deux districts et quatre régions ivoiriennes. Le questionnaire, bâti autour des variables de l'étude, a intégré différents indicateurs de mesure (tableau 2).

Tableau N° 2 : Variables de l'étude et les indicateurs de mesure correspondants

Variable d'étude	Indicateur	Abréviation
Digitalisation	Formation des acteurs culturels	I1
	Impact de la digitalisation sur les activités touristiques	I2
	Ressenti des touristes vis-à-vis des offres de l'e-tourisme	I3
Réseaux sociaux	L'usage des réseaux sociaux/pénétration dans le secteur	I4
	Impact des réseaux sociaux sur la visibilité des entreprises	I5
	Réseaux sociaux et performance des activités touristiques	I6
Intelligence artificielle (IA)	Adoption et usage de l'IA dans la gestion	I7
	Taux de réduction de la pénibilité des tâches	I8
	Degré d'utilisation de l'IA générative/perception	I9
Applications mobiles	Les applications les plus téléchargées par les clients	I10
	L'accès aux services, aux informations et aux fonctionnalités	I11
	Retombées des applications mobiles pour le secteur	I12
Plateformes numériques	Les plateformes usuelles des touristes et des gestionnaires	I13
	La qualité des relations entre acteurs touristiques et touristes	I14
	Les opportunités commerciales et débats réglementaires	I15

Source : notre enquête, juin-juillet 2025

Les informations collectées lors des deux enquêtes ont fait l'objet d'analyse.

2.2. Les méthodes d'analyse des données

Pour les données qualitatives, une analyse systématique et objective de contenu a été menée en vue de répertorier les sentiments et perceptions des différents acteurs enquêtés sur l'impact des innovations technologiques sur la promotion du patrimoine touristique et culturel. Dès lors pour tirer le sens des données collectées, des verbatim représentatifs ont été regroupés par thème. Les résultats des enquêtes s'articulent autour de cinq (5) thématiques ; les composantes des innovations technologiques. Ainsi, les thématiques ont été identifiées par des vocables ou de courtes expressions exprimant les relations entre innovations technologiques et promotion de l'industrie touristique et culturelle. Les thématiques retenues sont entre autres, la digitalisation de la gestion du patrimoine culturel et touristique, la communication sur les réseaux sociaux, l'utilisation de l'intelligence artificielle, le recours aux applications mobiles et aux plateformes numériques. Ces construits ont permis de mettre en évidence l'efficacité des actions menées, l'efficience dans l'utilisation des ressources mises à disposition et la pertinence des offres, des projets et des activités du secteur vis-à-vis de son environnement et des parties prenantes. Les statistiques descriptives ont été utilisées pour traiter les données quantitatives issues de l'enquête par sondage. Ainsi on a eu recours aux tris à plat, aux tris croisés et aux tris filtrés afin d'analyser le rapport entre l'utilisation des différents outils des innovations technologiques et la promotion des atouts touristiques et culturels ivoiriens.

L'analyse des données qualitatives et quantitatives a abouti à plusieurs résultats.

3. Résultats

L'analyse des résultats de l'enquête qualitative révèlent la primauté de l'usage des innovations technologiques par les différents acteurs de l'industrie touristique et culturelle en Côte d'Ivoire. En effet, il ressort des entretiens des expressions fortes qui mettent en exergue la place prépondérante des innovations technologiques dans la gestion de l'industrie touristique et culturelle : « *La digitalisation de notre gestion et la numérisation de nos supports, des objets et des sites ont facilité notre travail, amélioré notre réactivité et notre efficacité* ». « *J'ai recours aux réseaux sociaux plusieurs fois dans la journée dans le cadre de mes activités professionnelles et non professionnelles. Quand je suis hors réseau, je ressens un manque : je me sens coupé du monde !* ». « *Les applications mobiles et les plateformes numériques nous permettent de nous faire connaître et surtout d'échanger avec les touristes et potentiels touristes en Côte d'Ivoire et à l'étranger en temps réel* ». D'autres acteurs soutiennent que : « *Les innovations technologiques nous facilitent la tâche en étant une réelle courroie de*

transmission entre nous et nos différents publics (clients, fournisseurs, prospects, administrations, partenaires) ». Dans le cadre des activités de communication et de sensibilisation, les acteurs disent recourir systématiquement à des supports de communication comme les sites web ([www. oipr.ci](http://www.oipr.ci) et www.parcnationaltai.com), les réseaux sociaux tels que Facebook, Twiter, Tik Tok, You Tube, WhatsApp à travers les applications mobiles. Ces résultats sont conformes à ceux obtenus par Yao (2019). Pour ce dernier, l'analyse des résultats issus des entretiens et enquêtes par questionnaire dans le cadre d'une étude sur les relations publiques et promotion de l'écotourisme, le recours aux relations publiques présente de nombreux enjeux tels que la visibilité, la recherche de réseaux, de performance relationnelle et de dialogue (Yao, 2019 : 314).

L'analyse des différents résultats de l'enquête quantitative montrent la pluralité des supports issus des technologies modernes dans la gestion culturelle et touristique (tableau 3).

Tableau N° 3 : L'usage des supports technologiques par les acteurs

Supports issus d'innovations technologiques		Pourcentage
Les innovations technologiques	Site web: www. oipr.ci et www.parcnationaltai.com	10
	Smartphones/applications mobiles	32
	Groupes WhatsApp, Instagram, Tik Tok, Twitter	21
	Facebook, Facebook Messenger, You Tube, X	25
	e-mail, flyers.	4
	Médias : TV, presse en ligne, affichage numérique.	8
Total	-----	100

Source : notre enquête, juin-juillet 2025

Il ressort du tableau 3 que les acteurs intervenant dans la gestion et la valorisation du patrimoine culturel et touristique ivoirien ont recours aux innovations technologiques comme moyens de promotion. En effet, les résultats montrent que le recours à divers moyens issus des technologies dans les activités touristiques et culturelles est une réalité. Dans le cadre de la promotion du patrimoine en question, les innovations sont utilisées au moins à 92% (10%+32%+21%+25%+4%) à travers les sites web, les Smartphones/applications mobiles, les réseaux sociaux, les flyers, et divers médias numériques. De tels résultats sont en conformité avec ceux de Fabrice (2024) ; Kaboré et Zagré (2022) ; Yao (2019). Les études menées par ces auteurs révèlent que la promotion touristique et culturelle est faite par l'intermédiaire de sites

web, des réseaux sociaux (You tube, Facebook), des gadgets, des panneaux urbains et périurbains, la radio, la télévision, la presse, les agences de voyage, prospectus, journées de sensibilisation.

En outre les composantes principales des innovations technologiques se révèlent être des outils incontournables de promotion des activités culturelles et touristiques (tableau 4).

Tableau N° 4 : Composantes des innovations technologiques et promotion touristique et culturelle

Variable	Digitalisation	Réseaux sociaux	Intelligence artificielle	Applications mobiles	Plateformes numériques
Effectif	40	35	10	21	29
Pourcentage	90,90	79,54	22,72	47,73	65,90

Source : notre enquête, juin-juillet 2025

Il ressort des résultats du tableau 4 que les composantes digitalisation, réseaux sociaux et plateformes numériques influencent le plus la promotion des patrimoines culturel et touristique en Côte d'Ivoire avec des pourcentages respectifs de 90,90%, 79,54% et 65,90%. Viennent ensuite les variables applications numériques et intelligence artificielle avec des impacts en pourcentages respectifs de 47,73% et 22,72%. Ces résultats montrent que les innovations technologiques à travers ses différentes applications impactent positivement la gestion du patrimoine culturel et touristique.

Une comparaison des chiffres d'affaires de certaines activités culturelles et touristiques avant et après le recours aux innovations technologiques sur une période de deux ans (2023 et 2024) montre des écarts édifiants (tableau 5).

Tableau N° 5 : Comparaison entre chiffre d'affaires avant et après recours aux TIC

Activité	Chiffre d'affaires avant 2022	Chiffre d'affaires après 2024	Ecart (%)
Hôtellerie	512.856.540	745.365.880	+45,33
Restauration	37.532.860	58.615.410	+56,17
Spectacles	12.389.450	13.895.540	+12,15
Agences de voyage	154.876.650	185.546.750	+19,80
Visites de sites	5.005.640	6.048.210	+20,83
Achats de souvenirs	1.578.630	2.160.545	+36,86
Artisanat	3.245.680	5.214.870	+57,89

Source : notre enquête, juin-juillet 2025

Il ressort des données du tableau 5 que l'utilisation des innovations technologiques entraîne une plus-value des activités menées au plan touristique et culturel en Côte d'Ivoire. L'accroissement du chiffre d'affaires consécutif au recours aux technologies de l'information après deux années se situe entre 12,15% et 57,89%. On note un accroissement moyen de 35,57% $((45,33 + 56,17 + 12,15 + 19,80 + 20,83 + 36,86 + 57,89) / 7)$ du chiffre d'affaires avec l'utilisation des innovations technologiques. Ces résultats montrent bien l'importance des innovations technologiques dans la promotion et l'accroissement des activités menées en termes de tourisme et loisirs, de culture. Ces résultats sont conformes à ceux de Fabrice (2024) où il conclut après une étude sur l'impact du digital sur le secteur touristique en Côte d'Ivoire qu'en s'adaptant aux nouvelles tendances et en investissant dans les technologies numériques, les entreprises touristiques ivoiriennes tirent parti de cette révolution numérique pour attirer davantage de visiteurs et promouvoir les merveilles de la Côte d'Ivoire à travers le monde.

En vue d'approfondir l'analyse sur l'importance des innovations technologiques sur la promotion du patrimoine touristique et culturel en Côte d'Ivoire, la discussion des différents résultats issus de nos enquêtes s'impose.

4- Discussion

A travers cet article, il s'est agi d'analyser l'effet des innovations technologiques sur la promotion du patrimoine touristique et culturel en Côte d'Ivoire. Une démarche à la fois qualitative et quantitative a été utilisée pour évaluer les liens entre les innovations technologiques et la promotion des activités touristiques et culturelles. Les résultats des enquêtes montrent que l'utilisation des innovations technologiques par les principaux acteurs favorise une plus grande visibilité et une meilleure attraction du patrimoine culturel et touristique ivoirien. Ainsi l'industrie touristique et par ricochet celle de la culture connaissent une évolution significative en se faisant mieux connaître auprès des clients et clients potentiels. De nouvelles opportunités d'affaires induites par la promotion, la résilience dans le management, l'efficacité dans la gestion des ressources, l'e-marketing et l'expérience client sont offertes via les technologies de l'information et de la communication.

Au plan culturel, les résultats de l'étude montrent que les composantes de l'innovation technologiques contribuent à plus de visibilité et d'attractivité du secteur culturel et touristique. Ces résultats sont conformes à ceux de Kaboré et Zagré (2022) et de Tapsoba (2021) selon qui, les innovations technologiques promeuvent le patrimoine culturel (à travers les réseaux sociaux et supports connexes) qui est mieux connu tant au plan national qu'au plan international.

L'application de la technologie numérique dans le tourisme culturel offre une nouvelle dimension à l'expérience du visiteur avec la réalité augmentée (Elmadhi, Ez-Zahrany et Mokarij, 2024 : 11 ; Rakki & Gmira, 2026 : 71). D'autre part, des expériences génératrices d'émotions positives créant des liens solides entre le territoire et les visiteurs sont possibles grâce à l'approche expérientielle (Amillat & Moubchir, 2025 : 262). Les acteurs de l'industrie culturelle et créative ont ainsi plus de visibilité dans leur métier et la conduite de leurs affaires. Les activités s'inscrivent désormais dans une dynamique de professionnalisation avec à la clef leur formalisation débouchant sur la création de startups de l'industrie culturelle et créative. Cette professionnalisation conduit à de meilleurs résultats garantissant ainsi la pérennité du secteur et surtout une insertion socioprofessionnelle des acteurs qui quittent progressivement la précarité.

Au plan socio-économique, l'étude montre que les innovations technologiques contribuent significativement à un changement qualitatif dans le système de management des acteurs ce qui conduit à plus d'efficacité, d'efficience et de résilience. Du coup, on note une nette amélioration dans la gouvernance de l'industrie culturelle et touristique avec un accroissement moyen de chiffre d'affaires de l'ordre de 35,57% pour les différentes activités sur une période de deux ans. La création de richesses permet d'offrir des emplois pérennes dans le secteur contribuant ainsi à la réduction du chômage tout en mettant en lumière le rôle socio-économique des industries touristique et culturelle qui amorcent un nouveau paradigme (Yao, 2019). La technologie numérique promeut la croissance de l'économie touristique à travers l'élargissement des canaux de diffusion, une plus grande visibilité des produits touristiques et une meilleure attraction des touristes (Ruan, 2025).

Toutefois, le recours massif aux innovations technologiques expose les acteurs des secteurs du tourisme et de la culture à divers risques, notamment les risques opérationnels, les risques commerciaux, les risques financiers Dupont (2024). L'usage malveillant des technologies présente des défis certains pour les usagers en général et en particulier ceux de l'industrie touristique et culturelle avec la problématique de la cyber sécurité qui conduit à des cyberattaques, au vol de données personnelles des clients, au harcèlement/chantage et à des fraudes en ligne (Ashta et Mogha, 2022). Parfois le manque de sécurité perçu ou la perte potentielle de la vie privée lors de l'utilisation de technologies intelligentes est une préoccupation pour les voyageurs et a un impact négatif sur l'expérience touristique (Sustacha Inés et al., 2023). L'application du numérique met en lumière des préoccupations de propriété intellectuelle, de risque sociétal, d'incertitudes sociopolitiques, d'authenticité, de pérennité des

supports, de droits d'auteurs et de risque de déconnexion avec l'expérience physique (Lharti et Charef, 2024 : 887 ; Cheriet, 2025 : 388-391).

En dépit de certains risques inhérents à l'utilisation malveillante des innovations technologiques, les résultats de nos études montrent bien que ces technologies contribuent de façon significative à la promotion du patrimoine culturel et touristique en Côte d'Ivoire. Ces résultats encourageants observés sur l'échantillon étudié dans nos recherches devraient interpeller les différentes parties prenantes de l'industrie culturelle et touristique pour une meilleure appropriation des innovations technologiques.

Conclusion

Il s'agissait à travers cette recherche d'analyser l'effet des innovations technologiques sur la promotion du patrimoine culturel et touristique de la Côte d'Ivoire.

Les résultats issus des études qualitative et quantitative montrent que les innovations technologiques (variable indépendante) sont caractérisées par cinq composantes principales : la digitalisation, les réseaux sociaux, l'intelligence artificielle, les applications mobiles et les plateformes numériques. A partir des entretiens menés, il ressort que les acteurs utilisent des supports issus d'innovations technologiques dans le cadre de leurs activités de gestion et de promotion de l'industrie touristique et culturelle. Ces supports jouent ainsi un rôle de premier plan dans la mise en valeur du patrimoine géré. Quant aux résultats des statistiques descriptives, ils révèlent également une forte prégnance des innovations technologiques sur la visibilité, la notoriété et l'efficacité de l'industrie des loisirs et du tourisme. Cet impact est dû essentiellement à la digitalisation de la gestion, aux communications sur les réseaux sociaux, l'utilisation de l'intelligence artificielle, le recours aux applications mobiles et aux plateformes numériques qui optimisent les activités touristiques en termes de gouvernance, de crédibilité, d'expérience client et d'attractivité. Les résultats de l'étude quantitative montrent par ailleurs que l'appropriation des innovations technologiques aboutit à un accroissement moyen de l'ordre de 35,57% du chiffre d'affaires des activités du secteur au bout de deux ans.

En vue de capitaliser les résultats positifs de cette étude, les différentes parties prenantes sous l'impulsion du ministère en charge du tourisme et des loisirs doivent mutualiser les efforts en matière de formation et d'encadrement pour permettre au secteur de jouer pleinement sa partition dans le développement socio-économique de la Côte d'Ivoire.

Toutefois pour juguler les menaces que font planer les innovations technologiques sur la promotion des industries touristiques et culturelles, il est impératif pour les principaux acteurs

de mettre en place des mesures robustes de sécurité de sorte à mieux protéger les acquis du secteur. Ces mesures permettraient de protéger les différents acteurs du secteur en garantissant l'accessibilité, la confidentialité et l'intégrité des informations.

L'étude présente des limites ayant trait à la taille limitée de l'échantillon de l'étude quantitative. Ainsi, la recherche menée sur l'analyse de l'importance des innovations technologiques dans la promotion du patrimoine touristique et culturel en Côte d'Ivoire reste une contribution à la question. C'est pourquoi, dans la perspective de recherches futures, on pourrait réfléchir sur les mécanismes de protection de l'industrie du tourisme et des loisirs contre l'usage malveillant des innovations technologiques ou la problématique de la sécurité des touristes et du patrimoine touristique et culturel dans un contexte de montée en puissance de l'extrémisme dans plusieurs pays de l'Afrique de l'Ouest.

BIBLIOGRAPHIE

- Akossi, A. P. (2023). *Le tourisme en Côte d'Ivoire : un projet inachevé*, Paris, L'Harmattan.
- Amillat, A., & Moubchir, W. (2025). La Médina de Marrakech à l'ère numérique entre innovation technologique et préservation du patrimoine mondial. *Revue du LaRSLAME: Société, Langage, Art, Médias et Education*, 12(11).
- Ashta, A. & Mogha, V. (2022). Les risques liés à l'innovation : le cas de l'intelligence artificielle The risks of innovation : artificial intelligence ISTE OpenScience – Published by ISTE Ltd. London, UK – openscience.fr.
- Baregheh, A., Rowley, J., & Sambrook, S. (2009). Towards a multidisciplinary definition of innovation. *Management decision*, 47(8), 1323-1339.
- Bédard, F. et Kadri, B. (2004). « Les technologies de l'information comme facteur d'autonomie des destinations touristiques du Sud », *Téoros*, 23(2), pp. 68-72.
DOI : 10.7202/1071313ar
- Bidan, M. (2020), « La renaissance de Mark Zuckerberg via le vrai-faux projet Libra », *Management et Datascience*, (4)1, n.p., <https://doi.org/10.36863/mds.a.9856>. Bidan, M., Biot-Paquerot, Chaboud, M-C et Lentz, F-M. (2020), « Inversion du domaine de l'adoption : les technologies latentes », *Management et Datascience*, (4)2, n.p., <<https://doi.org/10.36863/mds.a.12835>>.
- Bouri, N. (2021). *Innovation technologique et Performance des firmes*. Oran, ESE.
- Castéret, J-J. (2017). « Le numérique comme « lieu » de la sauvegarde du Patrimoine culturel immatériel », In *Situ Revue des patrimoines*, Vol. 33. DOI : 10.4000/insitu.15478 (p. 13).
- Chapelain, B. (2011). « De nouvelles médiations numériques au service de la culture augmentée », *Hermès, La Revue*, (61)3, pp. 106-108. DOI : 10.3917/herm.061.0106.
- Cheriet, N. (2025). L'impact du numérique sur la transmission du patrimoine culturel : entre opportunités et défis, *ZAOULI*, N° 9, Vol. 1, pp. 367-414, ISSN : 2788-9343.
- De Freminville, M. (2019). *La cybersécurité et les décideurs : Sécurité des données et confiance numérique*. ISTE Group.
- Doueih, M. (2008). *La Grande conversion numérique*. Paris : Éd. du Seuil, 2008.
- Équipe MIT (2002). *Tourismes 1, lieux communs*. Paris, Belin.
- Dupont, B. (2024). Chapitre 4. Révolution numérique, compétition extrême et reconfiguration des modes de gestion des risques. *Collection U*, 71-88.
- Dussol, A. (2021). *Covid-19 la guerre contre l'invincible virus*. Paris : Fauves Éditions.

Elmadhi, A., Ez-Zahrany, C., et Mokarij, K. (2024). L'Impact des Technologies Numériques sur le Tourisme Culturel et la Valorisation du Patrimoine au Maroc, LARSLAM , 12(12).

Heinich, N. (2007). « Synthèse et débats : un inventaire pour l'Europe ? ». Dans Le Patrimoine culturel immatériel de l'Europe : inventer son inventaire. Journée d'étude du 30 novembre 2007, Institut national du Patrimoine.

Jean-Jacques et Heiniger-Castéret, P. (2013). « Un exemple de PCI des communautés culturelles françaises : L'Inventaire pilote du PCI d'expression occitane en Région Aquitaine ». Dans LANKARANI, Leila et FINES, Francette (dir.). Patrimoine culturel immatériel et collectivités infraétatiques. Dimensions juridiques et régulation. Paris : Pedone, p. 41-54.

Karoui, M. et Dudézert, A. (2012). « Capital social et enjeux de pouvoir : une perspective socio-politique de l'appropriation d'une technologie de réseaux sociaux au sein d'une collectivité territoriale », Systèmes d'information & management, (1)1, pp. 49-80.

DOI : 10.3917/sim.121.0049.

Lharti, R. & Charef, F. (2024), « Les incertitudes et risques dans l'innovation organisationnelle : une perspective pour le Management Public », Revue Internationale des Sciences de Gestion « Volume 7 : Numéro 3 » pp : 885 – 911.

Lemoine, J.-F. et Salvatore, M. (2018). « L'impact des usages du Smartphone sur l'expérience touristique : le cas de la découverte d'une destination », Management & Avenir, (99)1, pp. 165-189. DOI : 10.3917/mav.099.0165.

Marcotte, P., Reda Khomsi, M., Falardeau, I., Roullet, R. et Lapointe, D. (2020). « Tourisme et COVID-19, Arrêts sur image et réflexions », Téoros, (39)3, <<https://www.erudit.org/fr/revues/teoros/2020-v39-n3-teoros05803/1074896ar/>>.

Murphy, J., Gretzel, U., & Hofacker, C. (2017, May). Service robots in hospitality and tourism: investigating anthropomorphism. In 15th APacCHRIE conference, Vol. 31.

OCDE (2005), Manuel d'Oslo : principes directeurs pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation, 3e édition, OCDE, Paris.

Paquerot, M., Quéffelec, A. et Sueur, I. (2011). « L'e-réputation ou le renforcement de la gouvernance par le marché de l'hôtellerie ? », Management & Avenir, (45)5, pp. 280-296. DOI : 10.3917/mav.045.0280.

Rakki, S., & Gmira, F. (2026). Concilier innovation et préservation pour une gestion durable du patrimoine culturel : Une revue de littérature. Revue Internationale de Management et d'Économie, 1(Spécial).

Ruan, J., et al. (2025). Impact of Digital Technology on Tourism Growth. *Tourism and Hospitality*, 6(2).

Sustacha I et al. (2023). « The Role of Technology in Enhancing the Tourism Experience in Smart Destinations : A Meta-Analysis». *Journal of Destination Marketing & Management*, Vol. 30, 100817. Récupéré de <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100817>.

Tapsoba, L. (2021). Technologies de l'information et valorisation du patrimoine culturel et touristique africain : le cas du site classé UNESCO des « ruines de Loropéni » au sud-ouest du Burkina Faso. *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, (40)40-2.

Thenoz, E. (2020). « Gestion des usages des technologies numériques dans les organisations : une approche qualitative par le contrôle organisationnel et les chartes informatiques », *Systèmes d'information & management*, (3)3, pp. 51-86.

DOI : 10.3917/sim.203.0051

Tidd, J., & Bessant, J. (2018). Innovation management challenges: From fads to fundamentals. *International Journal of Innovation Management*, (22)05.

Townsend, P. (2017). *The Dark Side of Technology*, Oxford, Oxford University Press.

DOI: 10.1093/acprof : oso/9780198790532.001.0001 .

Tywoniak, S. A., & Groupe, H. E. C. (1998). Le Modèle des Ressources et des Compétences : Un Nouveau Paradigme pour le Management Stratégique. Laroche H. et Nioche JP (dir), *Repenser la stratégie—Fondements et Perspectives*, Vuibert, 166-204.

Yao, K. G. (2019). Relations publiques et promotion de l'écotourisme en Côte d'Ivoire : Analyse des dispositifs de sensibilisation de l'OIPR (Doctoral dissertation, Sciences de l'information et de la communication, Université Alassane OUATTARA-Bouaké (Côte d'Ivoire)).