

L'Algérie face aux enjeux géopolitiques de la télécommunication spatiale

Algeria facing the geopolitical challenges of space telecommunications

LALAOUI Khaled

Ecole Nationale Supérieure de Journalisme
et des Sciences de l'Information ENSJSI / Laboratoire MUSC
lalaoui.khaled@ensjsi.dz

Date de réception:04/11/2021 Date d'acceptation: 18/11/2021 Date de publication :16/12/2021

Résumé :

Les satellites de télécommunication représentent un pilier essentiel dans l'univers médiatique à l'échelle mondiale. Et l'industrie spatiale est étroitement liée à la révolution numérique, en offrant le plus large espace d'échange et de production médiatique, dans le cadre d'une dématérialisation totale, et à partir de réseaux d'exploitation, dont les traits se dessinent de manière directe par les grandes puissances économiques et médiatiques. Le rapport d'influence entre ces différents acteurs trace la lignée des poids que prennent les produits médiatiques, et dessine les traits d'une nouvelle hégémonie médiatique, en accentuant la consécration du principe du soft power. Et l'Algérie qui occupe une position stratégique au nord de l'Afrique, non seulement par rapport à la zone de Maghreb Arabe, mais aussi au niveau du bassin méditerranéen, a pris la décision de faire son entrée dans ce monde de la télécommunication spatiale avec le lancement de son premier satellite des télécommunications «Alcomsat-1», et ce, dans le cadre d'une feuille de route élaborée par le programme spatial algérien. L'exploitation totale de ce satellite de télécommunications, devra répondre à des attentes nationales qui sont importantes et stratégiques.

Mots clés : Géopolitique des médias, télécommunications spatiales, société de l'information, satellites.

Abstract:

Telecommunications satellites represent an essential pillar in the global media universe. And the space industry is closely linked to the digital revolution, by offering the largest space for exchange and media production, within the framework of total dematerialization, and from operating networks, whose features are emerging directly by the major economic and media powers. The relationship of influence between these different actors traces the line of weight assumed by media products, and outlines the features of new media hegemony, by emphasizing the consecration of the principle of soft power. And Algeria, which occupies a strategic position in the north of Africa, not only in relation to the Arab Maghreb area, but also in the Mediterranean basin, has made the decision to enter this world of space telecommunications with the launch of its first telecommunications satellite “Alcomsat-1”, within the framework of a roadmap drawn up by the Algerian space program. The full operation of this telecommunications satellite will have to meet national expectations which are important and strategic.

Keywords: Media geopolitics, space telecommunications, information society, satellites

Auteur expéditeur :Lalaoui Khaled

Introduction :

La position géographique du Maghreb Arabe a la particularité d’avoir une position riche, en croisant trois appartenances, d’abord pays africains d’excellence, considérés comme entrée au grand continent africain, les pays du Maghreb reliés par un grand passif historique et aussi de résidus de la colonisation et appartenance au monde Arabe par la religion et l’idéologie, et aussi l’appartenance géographique au grand bassin méditerranéen, sur lequel se partagent beaucoup d’éléments géographiques et stratégiques.

L'Algérie face aux enjeux géopolitiques de la télécommunication spatiale

Cette position d'excellence que possède le Maghreb Arabe peut faire de ses pays, des acteurs principaux dans le monde médiatique, et si encore aujourd'hui, à l'ère du grand développement de la communication satellitaire, cette zone s'est contenté de se réduire au rôle de récepteur, et de grand terrain fertile pour consommation et zone d'influence et rivalité des médias transnationaux de différentes rives, l'avenir pourrait se tracer autrement, en annonçant déjà des indicateurs de prise de conscience dans ces pays, du rôle et des enjeux des télécommunications spatiales dans le Maghreb, en essayant d'y prendre part et s'ouvrant sur ce grand monde de technologie. Et donc la question centrale de l'étude se présente ainsi :

Comment s'expriment les enjeux médiatiques et géopolitiques que portent les satellites de télécommunication, dans le Maghreb arabe ?

L'objectif de cette étude consiste, dans une démarche scientifique, à apporter une analyse qui puisse contribuer à l'enrichissement du domaine de recherche en géopolitique des médias, surtout dans l'environnement immédiat qui est le Maghreb et l'Algérie, à travers une description des multiples acteurs et élément essentiels, en prenant en compte tous les traits de mutations récentes, avec une mise à jour relative à un domaine de haute technologie de pointe tel que les satellites de télécommunications, et aussi toutes les démarches en perspective d'une réelle percée de ces pays dans le domaine des télécommunications spatiales.

I. Exploits des télécommunications spatiales et société de l'information

La tendance mondiale à la déréglementation a marqué de grands progrès technologiques et une concurrence croissante entre les opérateurs du satellite, ce qui a donné une grande évolution à la baisse des coûts d'accès à la capacité spatiale (SCOBLE, 2014, p.129).

Les systèmes de télécommunication par satellite assurent une complémentarité entre les réseaux terrestres et les services de télécommunications, que ce soit au niveau mondial ou régional, dans des contextes économiques plus avantageux que les moyens terrestres.

«les satellites offrent l'avantage d'une couverture étendue, favorisant les liaisons à longues distances, les liaisons entre sites multiples, et la radiodiffusion» (JAUREGUIBERRY, 2003, p.73) ; en donnant un accès facile aux zones déshéritées, et permet de dépasser les obstacles géographiques par l'immatérialité des ondes.

I.1. Transmutation numérique et médiatique :

a) L'industrie satellitaire et la révolution numérique :

Le secteur des télécommunications spatiales est en pleine évolution. Cette évolution touche aussi bien les services fournis aux utilisateurs que les techniques utilisées. «On assiste à une croissance très importante de la complexité des systèmes de future génération» (LAROSE, 2008, p.107) ; Ils devront en effet accroître leurs performances tout en restant compétitifs par rapport aux réseaux terrestres, et souvent complémentaires ou hybridés à ces derniers (LAROSE, 2008, p.109). Ils se caractériseront par un accès direct à l'utilisateur final, des capacités de transmission importantes, une

grande efficacité spectrale, une qualité de service garantie, et une grande flexibilité pour s'adapter aux besoins et contraintes en constante évolution. «Ils utiliseront pour cela des techniques et technologies sophistiquées (antennes multi-spots, régénération bord, commutation embarquée, plates formes de forte masse et consommation, protocoles de communication adaptés, protocoles d'accès à la ressource performants, etc) et auront de plus recours à des bandes de fréquences nouvelles et contraignantes (Ka/Q/V pour les systèmes multimédias)» (JAUREGUIBERRY et PROULY, 2003, p.123). La tendance actuelle est un retour en force des projets de satellites géostationnaires dans un contexte fortement concurrentiel, et leur succès passe essentiellement par l'amélioration du service rendu aux usagers, «et que les principaux objectifs à atteindre se résument en quelques mots : capacité, flexibilité et accessibilité» (FREITAG, 2013, p. 83).

- **La capacité** : est requise pour faire face à l'évolution des besoins de la société de l'information et en particulier à la nécessité « de disposer des services large bande, diffusés ou interactifs, à moindre coût, dans toutes les régions du monde» (GINGRAS, 2009, p.65).
- **La flexibilité** : aussi indispensable pour permettre aux satellites conçus pour 15 ans de durée de vie de suivre en orbite l'évolution des services et des besoins.
- **L'accessibilité** : concerne tout ce qui permettra aux satellites de télécommunications de fournir de plus grands services au plus grand nombre d'utilisateurs finaux.

b) Révolution numérique et société de l'information :

La société de l'information est l'un des résultats direct de la révolution numérique, elle se définit par plusieurs caractéristiques :

- Le caractère économique de l'information qui devient une source de richesse financière. «Les entreprises recourent davantage à l'information pour accroître leur efficacité, leur compétitivité, stimuler l'innovation et obtenir les meilleurs résultats» (LAROSE 2008, p.92) ces entreprises qui sont à plus forte valeur ajoutée profitent donc à l'économie générale d'un pays. Donc qu'ils soient développés ou pauvres, «les pays qui se transforment en société de l'information sont assurés d'être présents sur un marché international qui ne cesse d'évoluer» (SCOBLE, 2014, p.144).
- Une plus grande utilisation de l'information par le grand public. «Les gens recourent plus intensivement à l'information dans leurs activités de consommateurs» (ALLEMAND, 2005, p.113), que ce soit pour faire un choix avisé entre différents produits, connaître leurs droits aux services publics ou mieux prendre leur vie en main, «ou bien encore pour exercer leurs responsabilités civiques et s'ouvrir plus largement à l'accès à l'éducation au savoir et à la culture et d'en profiter pour meubler leur temps de loisirs ou vaquer à leur hobby préféré» (TARDIF et FARCHY. 2006, p.39). grâce à la convergence des réseaux et aux technologies interactives.
- L'économie de ces sociétés assiste au développement d'un secteur de l'information «ayant pour fonction de répondre à la demande générale de moyens et de services d'information» (JAUREGUIBERRY et PROULY, 2003, p.107). Ce secteur cible à

la fois l'infrastructure (réseaux de télécommunications et d'ordinateurs) mais également «l'industrie créatrice de l'information circulant dans ces réseaux» (SCOBLE, 2014, p.151) et les fournisseurs de contenu informationnel.

Ce secteur qui se développe rapidement et s'accroît beaucoup plus vite que l'ensemble de l'économie par l'aide de l'avènement de la mondialisation et la globalisation, se base sur l'internet, «comme instrument idéal de traitement de l'information, et les satellites, comme puissants moyens de sa diffusion» (SCOBLE, 2014, p.147).

I.2. Nouvelles échelles pour industries culturelles en mutation

La révolution numérique a conduit à «l'expansion de la consommation de culture et d'information via le marché» (SENARCIENS, 2006, p.82), ce qui a donné naissance à de nouvelles échelles et de nouveaux phénomènes qui sont les suivants :

- La dominance croissante des industries des «communications» sur les industries de «Contenu»
- Le pouvoir des technologies de l'information et la communication (numériques) sur les pratiques culturelles et informationnelles
- Le maintien des industries de contenu, mais «l'émergence de caractéristiques Communes interindustrielles» (FREITAG, 2013, p.97)
- Les difficultés et pressions croissantes affrontées par les acteurs sociaux (HAMDOUCH, 2002, p.77), les producteur et en particulier

les artistes dans les diverses catégories des industries culturelles et informationnelles.

II. Répartition des grands axes médiatiques et réalité médiatique algérienne :

II.1. Les médias globaux et le public global :

Il faut bien rappeler que les pays qui ne profitent pas des opportunités qu'offrent les TIC, et les infrastructures des télécommunications et les techniques informatiques disponibles, risqueront de connaître de grands ralentissements au niveau des actions qu'ils mènent pour une relance de leur développement et ne seront pas de ce fait présents dans le nouveau paysage mondial de la communication. Alors que les pays capables de s'insérer dans ce paysage en se soumettant uniquement aux seuls mécanismes du «marché global» seront menacés de perdre leur valeur identitaire et culturelle. Aussi, «les enjeux ne sont-ils pas seulement technologiques et économiques mais également identitaires et culturels» (TARDIF et FARCHY. 2006, p.67).

Les ordinateurs, qui sont d'importants instruments des mutations du siècle naissant, quand ils sont connectés en réseaux, «ne transmettent pas seulement des signaux et des messages mais également une idéologie qui est celle des navigateurs du web» (SENARCIENS, 2006, p.133). Cette idéologie risque d'aliéner et de déraciner les diversités nationales et les spécificités culturelles.

Et l'une des solutions recherchées pour relever ces défis objectifs n'est plus de contrôler le flux d'informations, mais de prendre part à la construction

du public global, que le consommateur de ces médias globaux : internet, web, et audiovisuel

«L'information se développe à un rythme très accéléré et les innovations se succèdent sous l'action de la concurrence et des batailles de normes que se livrent les grandes firmes occidentales pour leur survie» (LAROSE, 2008, p.119), ce qui rend la notion du village planétaire de plus en plus concrète, «à l'heure où la bataille de la communication exige la mobilisation de capitaux pour l'acquisition de droits de diffusion» (SCOBLE, 2014, p.83). L'information est devenue une marchandise coûteuse et précieuse. Car la mondialisation de l'économie de l'information est soutenue par l'économie du marché, « par la libéralisation contrôlée par l'Organisation mondiale du commerce et par la généralisation des réseaux planétaires» (LAROSE, 2008, p.114).

II.2. Nouvelle hégémonie et consécration du principe du Soft Power :

La société de l'information est favorisée par «la nouvelle galaxie cyber qui s'est progressivement organisée grâce à la conjoncture des progrès technologiques réalisés dans le domaine des TIC» (JAUREGUIBERRY et PROULY, 2003, p.136), entre la numérisation, le stockage et le traitement de l'information, d'une part, et la convergence des technologies, d'autre part. Ce processus a favorisé le renforcement des réseaux de satellites, de câbles ainsi que la technologie de compression numérique, accélérant du coup la création de nouveaux réseaux à haut débit et «permettant de combiner complémentirement les TIC et l'industrie des télécommunications spatiales» (SCOBLE, 2014, p.201).

D'où la prolifération des réseaux de télédiffusion, soit par satellites, par câbles, hertziens numériques ou mobiles et la bataille des normes qui les accompagnés ou suivis. «Les enjeux économiques étant tels qu'un énorme potentiel de croissance, donnant lieu à un combat de survie» (TAYLOR, 2014, p. 88) qui devient bien féroce.

C'est ainsi que chaque technologie, soutenue par des pays et des entreprises en puissance, redouble de férocité pour prouver sa supériorité. Les terrains de ce combat débordent leur cadre d'origine, USA ou Europe, pour se déplacer dans le reste du monde où les marchés ne sont pas exploités.

Cette nouvelle galaxie va très vite enjamber les continents, contourner les législations et créer de nouveaux repères politiques et culturels risquant de modifier les rapports de pouvoir et échappant ainsi aux contrôles des Etats.

«Elle s'approprie le rôle annonciateur d'une nouvelle culture fondée principalement sur le virtuel et le planétaire et qui se réfère désormais au multidimensionnel et à la transdisciplinarité» (SENARCIENS, 2006, p.161)

Cela porte des conséquences assez profondes dans «l'uniformisation des cultures, la banalisation des rôles, l'appauvrissement d'ordre juridique, ethnique et politique» (TARDIF et FARCHY. 2006, p.87), et aussi l'appauvrissement de l'identité linguistique et nationale, et peut arriver au risque d'atteindre les symboles de la souveraineté nationale des états.

II.3. L'Algérie dans l'univers médiatique :

L'Algérie est, formellement, riche d'une centaine de titres de presse écrite, de dizaines de sites d'information électroniques, de plusieurs chaînes de télévision et d'une cinquantaine de radios publiques.

L'Algérie face aux enjeux géopolitiques de la télécommunication spatiale

Cette richesse qui demeure formelle et incertaine, malgré que les réseaux sociaux et les réseaux informels traditionnels et socialement classiques, continue d'avoir une place d'excellence, dans une scène médiatique pauvre et fébrile.

Cela témoigne, d'une part, d'une certaine défaillance des canaux officiels publiques, et d'autre part, d'une mutation profonde des canaux et supports de l'information.

Sur une palette de plusieurs dizaines de chaînes de télévisions algériennes, seules cinq disposent d'un agrément provisoire de l'administration.

La scène médiatique en Algérie, est caractérisée par une situation des plus critiques où des chaînes de télévisions privées émettent depuis plusieurs années en direction du téléspectateur algérien, via le satellite, sans qu'une loi encadre leurs activités, et puisque l'audiovisuel privé informel est imprégné dans l'anarchie, il ne peut être garant de la fourniture d'un service neutre et de qualité, ou de servir d'outil de transmission d'une pédagogie culturelle.

Au moment où plusieurs interrogations pèsent sur la presse écrite et sur les chaînes de télévision sans statut, le paysage médiatique algérien ne s'est pas figé. La multiplication des sites électroniques et l'extension de la communication sur les réseaux sociaux sont en train de chambouler le mode et le rythme de transmission de la communication ainsi que le public ciblé.

Néanmoins, il est plus que regrettable que le secteur public de la communication, principalement les médias lourds, ne s'adapte pas à la nouvelle situation et un fossé immense les séparent de la nouvelle communication vivante, instantanée et proche des préoccupations du public, fourni par les nouvelles technologie de l'information et de la

communication, ce qui a fait de l'Algérie jusqu'à présent, un territoire de réception et zone de consommation par excellence des autres présences médiatiques en force dans la région, en affichant une politique de passivité totale, loin de toutes puissance où même de production médiatique, qui soit au niveau de qualité des contenus diffusés sur son territoire via les multiples canaux et réseaux de communication.

III. L'Algérie, acteur principal dans la course aux satellites au Maghreb :

L'Algérie, par le lancement de son premier satellite de télécommunication, s'inscrit dans le rang des pays précurseurs dans le monde de l'industrie spatiale en Afrique et notamment au Maghreb Arabe.

L'anticipation de l'Algérie dans ce domaine, par rapport au pays voisins s'est inscrite à travers l'élaboration d'une feuille de route, dans le cadre de programme spatial algérien, qui a été concrétisé en grande partie, par le lancement du satellite de télécommunication Alcomsat-1

Le lancement du satellite Alcomsat-1 traduit une profonde volonté politique, d'optimiser l'investissement opéré dans cette technologie spatiale, afin d'en tirer le plus grand apport, non seulement au niveau médiatique et économique, mais aussi au niveau politique et stratégique.

III.1. Programme spatiale algérien et engagement de l'Etat :

a) Elaboration de la feuille de route :

L'élaboration de la feuille de route de l'engagement s'est faite à travers la mise place du Programme spatial national (PSN) par l'Agence Spatiale Algérienne (ASAL), qui est un Etablissement public national à caractère spécifique, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Elle

L'Algérie face aux enjeux géopolitiques de la télécommunication spatiale

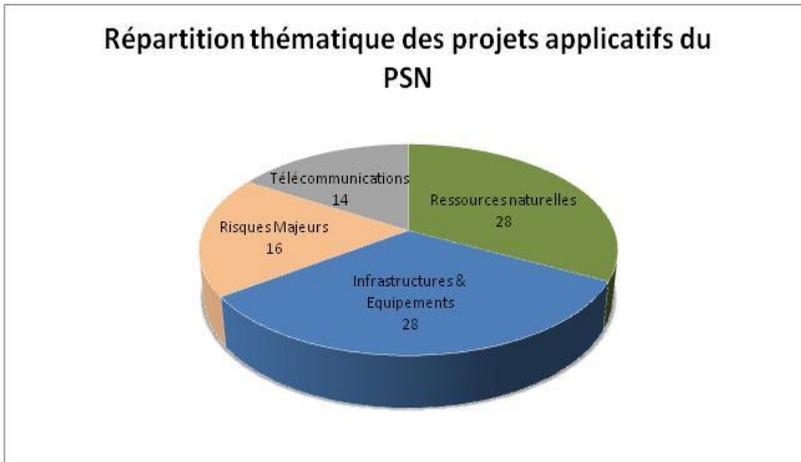
a été créée auprès du chef du gouvernement par décret présidentiel n°02-48 du 16 janvier 2002. L'ASAL est l'instrument de conception et de mise en œuvre de la politique nationale de promotion et de développement de l'activité spatiale.

Son objectif principal est de faire de l'outil spatial un vecteur performant de développement économique, social et culturel du pays et d'assurer la sécurité et le bien-être de la communauté nationale.

«Le programme spatial national a été adopté par le Gouvernement le 28 novembre 2006 et s'étalant sur 15 ans (2006 – 2020) avec une révision tous les 5 ans. le PSN est l'instrument de référence en matière de politique spatiale : il constitue ainsi pour le gouvernement un instrument d'appui au développement durable et de renforcement de la souveraineté nationale, et qui a pour objectif stratégique le développement des capacités industrielles et la satisfaction des besoins nationaux par la maîtrise des connaissances et du savoir faire» (<http://www.asal.dz/cooperationb.php>)

Programme d'actions applicatives du PSN :

Quatre vingt six (86) projets ont été retenus. Ils font appel essentiellement à l'utilisation de la télédétection satellitaire, de la localisation par satellites (GPS, Glonas, Galiléo en perspective), des services des télécommunications spatiales, et des Systèmes d'Information Géographique (SIG), offrant aux différents secteurs nationaux des outils puissants d'aide à la décision» (<http://www.asal.dz/cooperationb.php>)



Source : Site officiel de l'ASAL

Pour la concrétisation des objectifs inscrits au titre du Programme Spatial National, l'Agence Spatiale Algérienne a mené des actions de coopération déployées sous les formes bilatérale et multilatérale avec d'une part, les puissances spatiales et, d'autre part, les pays émergents et en développement.

Concernant la coopération bilatérale, l'Agence Spatiale Algérienne a signé:

- Trois (03) accords gouvernementaux de coopération signés avec l'Argentine l'agence spatiale argentine (CONAE), la France (agence spatiale française : CNES), et l'Ukraine (agence spatiale ukrainienne NSAU);
- Sept (07) mémorandums d'entente et de coopération avec les agences et organismes chargés du spatial de la Russie (Roscosmos), de la Chine (CNSA), du Royaume Uni (UK Space Agency), d'Allemagne (DLR), de l'inde (IIRS), de la Syrie (GORS) et l'Argentine (CONAE).

L'Algérie face aux enjeux géopolitiques de la télécommunication spatiale

Par ailleurs, trois (03) accords gouvernementaux sont en cours de finalisation, avec la Russie (Roscosmos), l'Afrique du Sud (SANSA) et la Chine (CNSA) ;

Pour la concrétisation des objectifs inscrits au titre du Programme Spatial National, l'Agence Spatiale Algérienne a mené des actions de coopération déployées sous les formes bilatérale et multilatérale avec d'une part, les puissances spatiales et, d'autre part, les pays émergents et en développement» (<http://www.asal.dz/cooperationb.php>)

Concernant la coopération multilatérale, l'Agence Spatiale Algérienne a engagé les actions suivantes:

Dans le cadre des Nations Unies :

«Depuis adhésion de l'Algérie au Comité des Utilisations Pacifiques de l'Espace Extra-atmosphérique (COPUOS) des Nations en 2002, l'Algérie a procédé à la ratification de trois accords à savoir : le Traité sur l'espace atmosphérique, la Convention sur la responsabilité et la Convention sur l'immatriculation» (<http://www.asal.dz/cooperationb.php>)

Dans le cadre Africain :

«L'Algérie, représentée par l'agence spatiale algérienne, est invitée à toutes les conférences et débats autour de l'utilisation des technologies spatiales au service du développement durable»

(<http://www.asal.dz/cooperationb.php>)

b) Lancement du premier satellite de télécommunications Alcomsat-1

Le premier satellite de télécommunication algérien a été lancé le 11 décembre 2017, par le lanceur chinois Long March-3B (LM-3B), depuis la base de lancement de Xichang en Chine. ALCOMSAT-1 permet d'assurer une couverture nationale et régionale (Afrique du nord et Sahel). Il

contribuera, entre autres, à l'amélioration des communications pour le désenclavement des régions reculées, en plus de la fourniture d'une gamme de services commerciaux allant de la diffusion de bouquets d'émissions TV et Radio à la transmission de données, au télé-enseignement, à la télémédecine, à la visioconférence etc.

(<http://www.asal.dz/cooperationb.php>)

Ce système spatial permettra également à l'Algérie :

- La mise en place d'un réseau de transmissions performant et sécurisé;
- L'augmentation de la capacité du réseau national de télécommunications;
- L'accès à l'information aux opérateurs économiques et aux citoyens ;
- La continuité de fonctionnement des services de télécommunications en cas de catastrophe majeure ;
- L'appropriation du savoir et du savoir-faire technologique dans les domaines des télécommunications spatiales.

«Durant sa première année et après avoir atteint le 18 décembre 2017 sa position orbitale 24,8° Ouest à 36000 Km, à l'issue de six (06) manœuvres, plusieurs actions ont été réalisées avant la phase d'exploitation optimale.

Parmi ces actions :

- la finalisation de la phase des tests en orbite et de la vérification des fonctionnalités du système;
- la réalisation du premier test en condition réelle du premier transpondeur activé en bande Ku, le 21 Février 2018;

L'Algérie face aux enjeux géopolitiques de la télécommunication spatiale

- la réalisation des tests de fonctionnement des Vsat de Télédiffusion d'Algérie "TDA" pour la retransmission des chaînes Radios et Télévisions, ainsi que le lancement des essais de radio et télédiffusion des chaînes publiques algériennes (5 chaînes SD, 5 chaînes HD et 57 radios), en date du 26 Février 2018;
- la signature d'une convention cadre avec Télédiffusion d'Algérie "TDA" le 21 mai 2018, visant l'exploitation commerciale du système Alcomsat-1 à des fins de télédiffusion;

Le lancement le 15 novembre 2018 à partir d'Adrar, de l'opération d'interconnexion via Alcomsat-1 entre les établissements de l'éducation nationale et de la santé de la wilaya d'Adrar et ceux de la wilaya d'Alger» (<http://www.asal.dz/cooperationb.php>)

b) Engagement politique de l'état algérien :

Le lancement du premier satellite algérien des télécommunications en date du 17 Décembre 2017, fût une consécration des efforts attribués à la réalisation du projet essentiel qui a été élaboré par le programme spatial algérien (PSA).

Il s'agit donc d'un événement historique, qui a été célébré par toute la classe politique le 08 Janvier 2018, lors d'une cérémonie qui a célébré les efforts du staff technique et logistique, et l'ensemble du personnel de l'agence National Spatiale (ASAL), ayant contribué à l'aboutissement du projet.

La cérémonie a été marquée par le discours du président de la république de l'époque, l'ex-président Monsieur Abdelaziz Bouteflika.

Un discours basé sur le fait qu'il s'agissait d'une allocution qui se voulait très représentative dans la traduction de la détermination et de la volonté

politique de l'Etat algérien de rejoindre le monde des télécommunications spatiales, en mettant en avant les grands enjeux stratégiques qu'elles peuvent représenter pour l'Algérie.

Les objectifs et les enjeux de ces télécommunications spatiales pour l'Algérie peuvent se centraliser sur plusieurs niveaux, à savoir :

L'enjeu Politique :

- Caractérisé par le renforcement de la souveraineté nationale en matière de télécommunications, à travers :
- La mise en place d'un réseau de transmissions approprié, performant et sécurisé
- La continuité de fonctionnement des services de télécommunications en cas de catastrophes majeures ;
- L'augmentation de la capacité du réseau national de télécommunications
- La délocalisation des activités et services concentrés au Nord grâce à un réseau de télécommunications optimisé
- La réduction des coûts d'exploitation actuels liée à l'utilisation de la capacité spatiale fournie par des systèmes de télécommunications internationaux ;
- Le transfert technologique et de savoir-faire.

L'enjeu Economique :

- Le Business plan en cours d'élaboration, doit permettre :
- Une rentabilité de l'investissement,
- Une satisfaction optimale des besoins nationaux avec un impact direct sur le bien-être des citoyens,
- Une compétitivité par rapport à l'international,

L'Algérie face aux enjeux géopolitiques de la télécommunication spatiale

- Un amortissement de l'investissement en moins de 10 ans (durée de vie du satellite de 15 ans)

L'enjeu Médiatique :

Il s'agit d'un grand support technologique qui va permettre de :

- Compléter la chaîne des valeurs, ou la chaîne des métiers de l'audiovisuelle en algérien,
- Assurer un environnement favorable pour développer une industrie audiovisuelle
- Développer la production nationale en termes de volume et qualité de contenu
- Avoir une présence médiatique pertinente au niveau local et régional à dimension stratégique et géopolitique pour l'Algérie (à l'instar de la chaîne TV Algérie 24 qui a commencé à diffuser à partir du 01/11/2021).

Conclusion:

Les satellites de télécommunications sont utilisés comme instruments de puissance, et représentent un enjeu de souveraineté, où le rapport de force est tracé entre diffuseurs et récepteur, parce qu'ils fournissent des services qui conjuguent une dimension géopolitique importante et une portée culturelle qui est très forte.

Et les réseaux de développement des satellites de communication deviennent un nouvel espace des rivalités et des jeux de force, puisque ces satellites participent à l'effacement des frontières.

Le modèle de la société de l'information se répand dans tous les Etats à travers le monde, et en parallèle avec les enjeux de la télécommunication spatiale.

Mais cette dynamique de globalisation médiatique se confronte souvent aux intérêts politiques, stratégiques et culturels des états qui se limitent à la réception et dépendance médiatique.

L'environnement global comporte les différents acteurs, dans le cadre d'un mouvement complexe, qui se joue entre les flux des communications par satellites dont la puissance ne cesse d'augmenter, à travers l'infrastructure globale de l'information, et les territoires étatiques du Maghreb et pays africains qui restent dans la réception et la passivité.

La démarche de l'Algérie à travers le lancement du satellite Alcomsat-1, est une réelle prise de conscience des enjeux des télécommunications spatiales qui sont énormes, puisqu'elles donnent autant de flexibilité et de précision dans la couverture et la diffusion, qu'elles deviennent directement impliquées dans les politiques nationales d'affirmation d'identités culturelles, et dans toute démarche d'ouverture de toute perspective.

Bibliographie :

I- Livres :

- ALLEMAND, Laetitia, et Jean-Michel OULLION (2005), Les grandes questions des médias : Enjeux et stratégies des médias contemporains, L'Etudiant (Ed), France.
- FREITAG, Michel (2013), L'impasse de la globalisation, Une histoire sociologique et philosophique du capitalisme, Les Editions Ecosociété, Canada
- GINGRAS, Anne-marie (2009), Médias et démocratie : Le grand malentendu 3^{ème} édition, Presses de l'Université du Québec (Ed), Canada.

L'Algérie face aux enjeux géopolitiques de la télécommunication spatiale

- HAMDOUCH, Abdelillah (2002), Coalitions et réseaux de firmes : les nouvelles stratégies concurrentielles dans la globalisation, N.C, Lille, France.
- JAUREGUIBERRY, Francis (2003), PROULY Serge, Internet, nouvel espace citoyen, Coll Logiques sociales, L'Harmattan, France.
- LAROSE, Chalmers (2008), L'odyssée transnationale : Enjeux, acteurs, sites- une perspective minimaliste, Presses de l'Université du Québec (Ed), Canada.
- SCOBLE, Robert (2014), L'ère du contexte : ces nouvelles technologies qui bouleversent notre environnement, Les Editions Diateino, France.
- SENARCIENS, Pierre et Yohan ARIFFIN (2006), La politique internationale. Théories et enjeux contemporains. Armand Colin (Ed), 5^{ème} édition, Paris, France.
- TARDIF, Jean et Joelle FARCHY (2006), Les enjeux de la mondialisation culturelle. Edt Hors commerce, Paris, France
- TAYLOR, Astra (2014), Démocratie.com : Pouvoir, culture et résistance à l'ère des géants de la Silicon Valley, Lux Editeur, Canada.

2- Webographie :

www.asal.dz