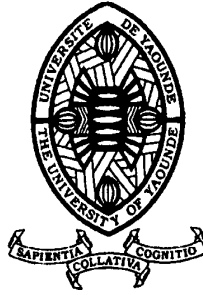


REPUBLIQUE DU CAMEROUN

Paix – Travail – Patrie

UNIVERSITE DE YAOUNDE I
ECOLE NORMALE SUPERIEURE
DEPARTEMENT DE GEOGRAPHIE



REPUBLIC OF CAMEROUN

Peace – Work – Fatherland

UNIVERSITY OF YAOUNDE I
HIGHER TEACHER TRAINING COLLEGE
DEPARTMENT OF GEOGRAPHY

CULTURE TOURISTIQUE ET INTEGRATION NATIONALE: CAS DES POPULATIONS DE LA VILLE DE YAOUNDE

Mémoire Présenté en vue de l'obtention du Diplôme de Professeur de
L'Enseignement
Secondaire Générale Deuxième Grade (DIPES II)

Par :

TSIMI TABI Yannick Franck
Licencié en Géographie

Sous la direction
NDI Humphrey NGALA
Maître de Conférences

Année Académique
2015-2016





AVERTISSEMENT

Ce document est le fruit d'un long travail approuvé par le jury de soutenance et mis à disposition de l'ensemble de la communauté universitaire de Yaoundé I. Il est soumis à la propriété intellectuelle de l'auteur. Ceci implique une obligation de citation et de référencement lors de l'utilisation de ce document.

D'autre part, toute contrefaçon, plagiat, reproduction illicite encourt une poursuite pénale.

Contact : biblio.centrale.uyi@gmail.com

WARNING

This document is the fruit of an intense hard work defended and accepted before a jury and made available to the entire University of Yaounde I community. All intellectual property rights are reserved to the author. This implies proper citation and referencing when using this document.

On the other hand, any unlawful act, plagiarism, unauthorized duplication will lead to Penal pursuits.

Contact: biblio.centrale.uyi@gmail.com

ABSTRACT

The present study considers tourism culture from the point of view of national integration. It considers the role of the ministries in charge of implementing the policy of the state as regards tourism, culture and also the private actors who intervene in this domain. The study posits that internal tourism is very little developed in Cameroon leading to inter-ethnic mistrust, feelings of xenophobia, ethnic prejudices, all things which are incompatible with the idea of national integration. Consequently, the study objective is to produce knowledge which should encourage internal tourism within the cameroonian population in general and that of Yaounde in particular. In terms of methodology, we combined documentary research and fields surveys. Fields surveys involved probabilistic sampling that provided the basis for the administration of questionnaires. Native households as well as those of in-migrants into the city of Yaounde. In addition, we also had discussions with resources people knowledgeable in this field. The results which we got show that the tourist culture is very little developed in Yaounde in spite of a diversity of resources with which the city is endowed. This situation is due mainly to the fact that practice of tourism is not part of the culture of these populations. The study concludes on the premise that cultural tourism can grow in Yaounde if the state reduces its level of control activities linked to tourism and by leaving more space for the related private sectors to operate

Key words : Touristic Culture, National Integration, Hospitality, Intercultural Exchange, Tourist, Touristic Product

DEDICACE

A Mes parents, ma très chère « Ma'an », Madame s'il vous plait, Onguegne Marie épouse Tabi et à mon père Mr Tabi Tsimi Jean Paul, qui m'ont montré que la force d'un homme réside dans sa capacité à se relever même des épreuves les plus difficiles.

REMERCIEMENTS

Qu'il me soit permis au début de ces remerciements de rendre grâce à l'éternel pour la force dont il nous a ceint et des amis dont il a su nous entouré afin que ce travail arrive à échéance. Eternel, soit glorifié ?

Mes remerciements vont ensuite à toute l'équipe d'enseignants des départements de géographie, d'histoire et des sciences de l'éducation de l'école normale supérieure de Yaoundé qui pendant 5 années ont, par leurs conseils, leurs enseignements et surtout par leurs disponibilités contribué à faire de nous des enseignants professionnels des lycées et collèges du Cameroun. Mention spéciale à mon directeur de mémoire, le professeur Ndi, « Pa'a Ndi » comme nous l'appelons affectueusement. Sa disponibilité, sa rigueur au travail et surtout son organisation auront permis que ce travail soit livré à temps

Je remercie également ma fiancée Evina Pricile Sandrine ainsi que tous mes frères et sœurs : Massa Tabi Wilfried Anicet, Tagne Michel Dieudonné, Abena Tabi Rosalie Nadège, Engoung Marie Corine, Ngadza Maxime Ondo Mengue Helene Christel, Bekono Tabi Renaud, Bengue Martial, Onguegne Tabi Marie Paule, Gabriel Lefort Nkoumou, Tchissabou Kouoh Morin, Omgba Tabi Claude Ulrich, Mahend Angoni Myriam, Makou Simone Laure, Bendie Marius, Owona Martin Sylvain, Gueyong Annine Mesmyne. Les gars sans vous je ne suis rien et c'est peu de le dire ! Sans vos critiques, sans nos moments de détente, ce travail ne se serait pas déroulé dans des conditions aussi agréables.

Cette longue liste démontre s'il en était besoin que nous sommes des enfants du monde, les enfants issus de ce qu'il est convenu d'appeler la famille Africaine : longue, grande et la plus chaleureuse et la plus solidaire possible : de ce fait, l'aide matérielle, financière et surtout psychologique des personnes suivantes aura été d'un grand secours : Mme Nnanga Agnès, M. Assimba, M. et Mme Tabi Onguene (Nkukuma), M. Edoa Martin.

Qui a dit que nous avons fini alors que nous ne sommes qu'au début ! Un gros merci à notre père, notre beau-père, Mr bela Andela Jean pour ses conseils et ses encouragements et surtout son soutien au moment où il fallait définir des stratégies à même d'impulser la culture touristique

Dans la même veine, je remercie Mr Mbohou Souleymane du Ministère du tourisme et des loisirs qui s'est comporté comme un véritable encadreur professionnel tout au long de notre travail.

A ma belle-mère Dame Eboutou Minette pour la confiance sans limite dont elle a su me gratifier et qui nous a souvent poussés à nous surpasser quand cela était nécessaire.

A tous ceux qui m'ont soutenu, de près ou de loin, par leurs prières, par leurs encouragements, Madame Abena Rose et dont je n'ai pas pu citer les noms ici, trouver en ce travail l'aboutissement de tous vos efforts et de toute votre confiance placé en moi.

TABLE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Les étapes clés de l'intégration nationale au Cameroun	3
Tableau 2 : Opérationnalisation de la variable indépendante	19
Tableau 3 : Opérationnalisation de la variable dépendante.....	20
Tableau 4 : Caractéristiques des guides d'entretien.....	31
Tableau 5 : Tableau du nombre de questionnaires collectés par zones d'enquête.....	35
Tableau 6 : Tableau synoptique de la recherche	38
Tableau 7 : Transit journaliers sur les principales routes du Cameroun et recettes générés ...	52
Tableau 8 : Tableau croisé revenu mensuel*motif du voyage	61
Tableau 9 : tableau croisé profession*raison de la faible culture touristique	74
Tableau 10 : Ressources transférées par ministère entre 2010 et 2014.....	76
Tableau 11 : prix moyen en FCFA des chambres dans les établissements d'hébergement classés du Cameroun en 2005.	78
Tableau 12 : Nuitées dans les établissements d'hébergement nationalité et de résidence entre 2005 et 2008	79
Tableau 13 : Part du tourisme dans la production nationale au Cameroun entre 1994 et 2003	80
Tableau 14 : Répartition des accidents selon les régions en 2009	81
Tableau 15 : Etat des routes en 2002.....	82
Tableau 16 : Effectif des établissements de restauration autorisés par région au Cameroun en 2010.....	83
Tableau 17 : Budget promotionnel du tourisme dans quelques pays Africains	84
Tableau 18 : Budget du MINTOUR entre 2001 et 2005.....	85

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Carte de localisation de la ville de Yaoundé.....	5
Figure 2 : Schématisation de la culture touristique selon Trottier.....	12
Figure 3 : Quartier à dominantes ethniques à Yaoundé.....	17
Figure 4 : Conceptualisation culture touristique et intégration nationale.....	18
FIGURE 5 : Le modèle du touriste de Jafar.....	24
Figure 6 : Schéma du système touristique	29
Figure 7 : Carte oro hydrographique de la ville de Yaoundé	41

Figure 8 : Mobile du voyage	58
Figure 9 : Croisement sexe*mobile du voyage	59
Figure 10 : Diagramme en bâton des lieux de résidence des touristes	60
Figure 11 : Importance de voyager	61
Figure 12 : attraction des lieux visités	62
Figure 12 : Croisement qualité du ménage*attraction des lieux visités	63
Figure 14 : Choix de la destination	64
Figure 14 : Moyen de transport préféré (en %)	65
Figure 16 : fréquence des déplacements	67
Figure 17 : temps du voyage	67
Figure 18 : Raisons de la répétition des voyages au même lieu	68
Figure 19 : raisons de la faible culture touristique	78
Figure 19 : Raisons de la faible culture touristique	91
Figure 20 : Proposition d'une carte géoculturelle du Cameroun.....	101
Figure 15 : Dynamique de l'offre et de la demande touristique	104
Figure 22 : Développement de la culture touristique.....	105

LISTE DES PHOTOS

Photo 1 : Logo de célébration de la journée des nations-Unies dédiée au tourisme et au 8	8
Rapprochement des cultures..... 8	8
Photo 2 : Lac municipal de Yaoundé : un pôle touristique futuriste 42	42
Photo 3 : Le palais des sports de Yaoundé 50	50
Photo 4 : Agence de transport en commun Yaoundé-Ebolowa 53	53
Photo 5 : Un hôtel noté cinq étoiles en plein centre-ville..... 54	54
Photo 6 : Route dégradé en plein centre de ville de Yaoundé 83	83

TABLE DES PLANCHES PHOTOGRAPHIQUES

Planche No 1 : Yaoundé la verte	43
Planche N°2 : Architecture de Yaoundé, entre tradition et modernité	44
Planche N°3 : Monument et musée : Des lieux chargés d’histoire	46
Planche N°4 : Lieux de culte à Yaoundé : En avant la laïcité	47
Planche N°5 : Ici c’est YAFE	48
Planche N°6 : Foire d’exposition artisanale à Yaoundé, un secteur en manque de public	49

LISTE DES SIGLES

CAMAIR-CO	:	Cameroon Airlines-Corporation
CAMRAIL	:	Cameroon railway
CAN	:	Coupe d’Afrique des Nations
CAF	:	Confédération Africaine de Football
CECA	:	Communauté Economique du Charbon et de l’Acier
CEMAC	:	Communauté Economique des Etats de l’Afrique Centrale
CIDE	:	Consortium International de Développement en Education
CNT	:	Conseil National du Tourisme
CRTV	:	Cameroon Radio Television
CSPRO	:	Census and Survey Processing System
DIPES II	:	Diplôme Professionnel des Enseignements Secondaires Second Grade
ENS	:	Ecole Normale Supérieur
FCFA	:	Franc de la Communauté Financière Africaine
ICOMOS	:	International Council on Monuments and Sites
IDE	:	Investissement Direct Etranger
INS	:	Institut National de la Statistique
IRIC	:	Institut des Relations Internationales du Cameroun
ISTAM	:	Institut Supérieur de Tourisme des Arts et Métiers
MINCULT	:	Ministère de la Culture
MINRESI	:	Ministère de la Recherche Scientifique et de l’Innovation
MINTOUL	:	Ministère du Tourisme et des Loisirs
OMT	:	Organisation Mondiale du Tourisme
RDPC	:	Rassemblement Démocratique du Peuple Camerounais
SIAC	:	Salon International de l’Artisanat du Cameroun
SOTUC	:	Société de transport urbain du Cameroun
SPSS	:	Statistical Package for Social Science
TO	:	Tour Opérateur
UNESCO	:	United Nations Educational Scientific and Cultural Organization
YAFE	:	Yaoundé en fête

TABLE DES MATIERES

LISTES DES ENSEIGNANTS DU DEPARTEMENT	i
ABSTRACT	ii
DEDICACE	iii
REMERCIEMENTS	iv
TABLE DES TABLEAUX	v
LISTE DES FIGURES	v
LISTE DES PHOTOS	vii
TABLE DES PLANCHES PHOTOGRAPHIQUES	viii
LISTE DES SIGLES	ix
TABLE DES MATIERES	x
INTRODUCTION GENERALE	1
CHAPITRE I : EXPLORATION DU SUJET	2
I. CADRE GENERAL DE LA RECHERCHE	3
1. Contexte général de l'étude	3
2. Revue de littérature	6
3. Problématique	8
4. Justification du choix du sujet	9
5. Questions, objectifs et hypothèses de recherche	10
II. CADRE CONCEPTUEL ET OPERATIONNEL DE LA RECHERCHE	11
1. Cadre conceptuel	11
2. Conceptualisation	16
3. Opérationnalisation	19
III. CADRE THEORIQUE DE LA RECHERCHE	21
1. La théorie de l'attractivité de Gagnon	21
2. La théorie du touriste de Jafari	24
3. La théorie du risque de Kahneman et Tversky	25
4. La théorie de l'acteur stratégique de Crozier et Friedberg	26
CONCLUSION	27
CHAPITRE 2 : METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE	28
I. LA PHASE DE REVUE DOCUMENTAIRE ET DE RENCONTRE AVEC LES RESPONSABLES	30
1. La phase de rencontre avec les responsables	30

2. La phase de revue documentaire	30
II. LA PHASE DU DEROULEMENT DES ENQUETES	30
1. Les instruments de collecte de données	30
2. La collecte des données.....	36
III. LE TRAITEMENT DES DONNEES	36
1. Le traitement des données qualitatives.....	37
2. Le traitement des données quantitatives.....	37
3. Le traitement des images et des illustrations.....	37
IV. LES DIFFICULTES RENCONTREES	37
CHAPITRE 3 : YAOUNDE, UNE TERRE D’ACCUEIL PROPICE AU DEVELOPPEMENT DE LA CULTURE TOURISTIQUE	39
I. DES ATOUTS NATURELS INDENIABLES	40
1. Des collines à perte de vue	40
2. Un réseau hydrographique dense	40
3. Une végétation luxuriante dans l’ensemble.....	42
II. DES ATOUTS HUMAINS A LA HAUTEUR D’UNE TERRE LEGENDAIRE D’HOSPITALITE	44
1. Une architecture alliant tradition et modernité.....	44
2. Des monuments et musées parmi les plus prestigieux du pays	45
3. Un folklore révélateur d’un puissant cosmopolitisme.....	47
4. L’art : un secteur en perte de vitesse	49
5. Des complexes et des édifices propices au sport et aux affaires	50
6. La nature en héritage	51
III. DES INFRASTRUCTURES DIVERSIFIEES D’ACCOMPAGNEMENT AU TOURISME A YAOUNDE	51
1. Une pluralité des moyens de transport	51
2. Les réseaux de communication et de télécommunication en quête permanente de modernité .	53
3. Des infrastructures d’hébergement et de restauration en manque de qualité	54
CONCLUSION	56
CHAPITRE 4 : LA CULTURE TOURISTIQUE DES POPULATIONS DE LA VILLE DE YAOUNDE ; UN CONCEPT A GEOMETRIE VARIABLE	57
I. DES DEPLACEMENTS GUIDES PAR L’EMPLOI	58
1. Les raisons professionnelles.....	58
2. Les contraintes sociales et familiales	59
3. Le repos.....	59
4. Le divertissement et la découverte	61
II. UN GOUT PRONONCE POUR LA NATURE, LA CULTURE ET LA CUISINE	62

1. La nature comme attraction touristique majeur.....	62
2. L'aspect culturel négligé	62
3. La cuisine, un élément fort apprécié des touristes.....	63
4. Les autres attractions des lieux visités	64
III. CHOIX DES DESTINATIONS ET MODE DE TRANSPORT PREFERE	64
1. Un choix des destinations guidés par les sollicitations professionnelles.....	64
2. La route : principal moyen de transport	65
IV. FREQUENCE ET TEMPS DU VOYAGE.....	66
1. L'accueil et l'hospitalité en tant que critère majeur de la répétitivité du voyage au même lieu	68
2. La gastronomie : un élément incontournable de la répétitivité du voyage au même lieu	69
CONCLUSION	70
CHAPITRE 5 : LES ENTRAVES AU DEVELOPPEMENT DE LA CULTURE TOURISTIQUE DES POPULATIONS DE LA VILLE DE YAOUNDE : ENTRE FAIBLE NIVEAU CULTUREL ET NOUVEAU DEFI SECURITAIRE	71
I. AU PLAN SOCIOCULTUREL.....	72
1. Le tourisme et la culture touristique au Cameroun : une affaire des « autres »	72
2. La vulgarisation des mass média : une autre entrave à la culture touristique	73
3. L'enracinement des préjugés au sein de la population : une autre menace à la culture touristique.....	73
4. Le manque de temps comme entrave à la culture touristique	74
II. AU PLAN INSTITUTIONNEL	75
1. Des politiques lâches en matière de formation en tourisme	75
2. Les lenteurs paralysantes du processus de décentralisation	76
3. Les problèmes de gouvernance	77
III. AU PLAN ECONOMIQUE.....	77
1. L'absence des moyens financiers.....	78
2. Le caractère extraverti de l'activité.....	79
3. L'inexistence d'un compte satellite du tourisme.....	80
4. La mauvaise qualité et le manque infrastructurel.....	81
IV. AU PLAN SECURITAIRE : LE TOURISME EN BERNE DANS LE SEPTENTRION..	85
1. La culture touristique et le spectre des attentats terroristes	85
2. La culture touristique face à la piraterie maritime	86
3. La culture touristique à l'épreuve de la petite délinquance.....	86
CONCLUSION	87
CHAPITRE 6 : VERIFICATION ET CRITIQUE DES RESULTATS.....	88
I. VERIFICATION DES RESULTATS.....	89

1. Rappel des hypothèses	89
II. CRITIQUE DES RESULTATS	91
1. L'orientation du sujet	92
2. Les manquements méthodologiques	92
CONCLUSION GENERALE	94
RECOMMANDATION	95
1. Le rôle de l'Etat : Encadrer et impulser la culture touristique	95
2. Le rôle des grandes entreprises touristiques : Assurer les fonctions dynamiques du tourisme .	99
3. La cellule familiale : Consolider et pérenniser les acquis	105
BIBLIOGRAPHIE	106
ABSTRACT	0

INTRODUCTION GENERALE

Selon Mebada (2002), le tourisme est devenu la première industrie du monde devant l'automobile et le pétrole. C'est bien évidemment une révolution qui démontre que sur un plan strictement économique, le tourisme est devenu au fil des ans une filière porteuse de développement. De ce fait, de nombreux pays développés à l'instar de la France, de l'Espagne ou des Etats-Unis en ont même fait une priorité. Mais, il serait réducteur de ne voir les avantages du tourisme que sur le plan économique. En effet, cette activité a des effets induits qui vont bien au-delà des simples recettes engrangés pour toucher aux modes de vie, à la culture, aux systèmes de pensée bref à la société toute entière dans ce qu'elle a de plus essentielle. Il s'agit en réalité bien plus qu'un slogan ou une simple vue de l'esprit du rôle socialisateur du tourisme, en tant que facteur du rapprochement des peuples. Cette fonction unificatrice du tourisme prend tout son sens au Cameroun, un pays multiethnique, aux atouts touristiques diversifiés mais en proie à des divisions profondes nées des inégalités criardes dans la société. Conscients de cet état des choses, l'ENS de Yaoundé et en particulier le département de Géographie s'est positionné par rapport à l'émergence à l'horizon 2035. De fait, comme à l'accoutumée, un thème central devant guider les travaux de mémoire de soutenance des élèves professeurs de la 55^{ème} promotion de géographie de l'institution a été arrêté : tourisme et développement au Cameroun. Tout un concept, tout un programme pour qui connaît les difficultés actuelles du Cameroun en matière de développement et les espoirs que le tourisme suscite dans le monde. Et justement, l'une des difficultés que connaît le Cameroun, et non des moindres, à l'heure actuelle est l'enracinement des préjugés au sein de la société qui menace la stabilité et l'unité nationale du pays. Malgré les nombreuses initiatives qui sont prises au niveau central pour lutter contre ce fléau, il existe en permanence des événements qui viennent démontrer que l'édification d'une nation camerounaise est encore lointaine. Dès lors, il se pose une interrogation qui vaut son pesant d'or : les initiatives actuelles en faveur de l'intégration nationale du Cameroun sont-elles les bonnes ? En d'autres termes, la culture touristique ne serait-elle pas la solution la plus à même de résoudre durablement le problème de l'intégration nationale au Cameroun ? Dans le sens de vérifier cette éventualité, nous nous sommes positionnés sur l'axe des politiques qui découlent de notre thématique centrale et nous avons formulé notre sujet de mémoire ainsi qu'il suit : « Culture touristique et intégration nationale : cas des populations de la ville de Yaoundé ».

CHAPITRE I : EXPLORATION DU SUJET

L'exploration du sujet est la partie d'un mémoire qui se donne pour objectif de faire le tour du travail afin d'en comprendre les tenants et même d'envisager les aboutissants. Il s'agit en réalité à travers le contexte général de l'étude, la délimitation du sujet, la problématique, la justification du choix du sujet, les questions, les objectifs, les hypothèses et l'intérêt de la recherche, le cadre conceptuel et théorique, d'envisager les différents angles sous lesquels un travail peut être abordé et ainsi de mieux définir la méthodologie de la recherche.

I. CADRE GENERAL DE LA RECHERCHE

C'est la première partie d'un travail de recherche. Il consiste à situer et à traiter le thème de recherche à travers un développement riche en arguments mais qui reste purement théoriques. C'est donc un travail préparatoire à la descente de terrain proprement dite.

1. Contexte général de l'étude

La construction d'un Etat-Nation au Cameroun date des années d'avant les indépendances. C'est donc une lutte permanente que mènent les autorités Camerounaises pour susciter en chaque Camerounais le « désir du vivre ensemble ». Cela s'est notamment observé au travers de quelques dates clés de l'histoire.

Tableau 1 : Les étapes clés de l'intégration nationale au Cameroun

1884	Traité Germano-Duala
1916	Partage du Cameroun entre la France et l'Angleterre
1957	Formation du 1 ^{er} gouvernement Camerounais de la partie Française
1960	Indépendance du Cameroun Français
1961	Réunification des deux Cameroun
1972	Avènement de la république Unie du Cameroun
1984	Le pays devient république du Cameroun

Source : Mbiok, 2011

Ainsi, ce sentiment d'appartenance des Camerounais à une même nation s'est souvent manifesté lors des victoires des lions indomptables du football notamment pendant les décennies 80, 90 et 2000. Les mauvaises performances actuelles de l'équipe nationale ont vite fait oublier ces scènes de joies où les Camerounais du Nord au Sud, de l'Est à l'Ouest se retrouvaient tous dans la rue s'embrassant, scandant l'hymne nationale « O Cameroun berceau de nos ancêtres » et exprimant leurs fiertés d'appartenir à la nation Camerounaise.

De nos jours, ce regain d'unité nationale s'est déporté vers les forces de défense et de sécurité qui obtiennent des victoires encourageantes et réussissent à préserver l'intégrité territoriale du Cameroun déployées qu'elles sont dans la région de l'extrême nord Cameroun face à la secte terroriste Boko Haram venue du Nigéria voisin et à l'est pour contenir les assauts Centrafricains des rebelles de la Séléka.

On le voit donc, c'est un contexte qui est marqué par la montée de l'insécurité à nos frontières. Cependant une question demeure : Après cette période trouble passée, vers quoi vont se tourner les Camerounais pour s'identifier par rapport aux autres Camerounais ?

A cette question, bien malin celui qui pourrait avancer un début de réponse pour le moment. Pourtant à la réalité, le Cameroun dispose d'un riche potentiel touristique tant naturel que culturel et dont une exploitation intelligente pourrait contribuer significativement à rapprocher les peuples. En effet, dans le contexte de l'émergence dans lequel le Pays s'est résolument lancé, les Camerounais ne se connaissent pas, les idées reçues sont les mieux partagés dans la rue. Des caractérisations négatives du genre : « il est rusé ou cupide comme un Bami », « instable comme une Bamoun », « assoiffé de pouvoir comme un Béti », « rancunier comme un Bassa », « sauvage et brutal comme un Eton », « oisif comme un Douala » (Choingui, 2010) sont légions. Tout ceci exprime un manque de connaissance de l'autre, de sa culture.

Par ailleurs, l'arrivée des nouvelles technologies de l'information et de la communication incarnées par les réseaux sociaux comme twitter, Facebook ou WhatsApp sont venus aggraver une situation où les camerounais ne se parlaient pas déjà assez. De nos jours en effet, même au sein des familles, les gens ne se parlent plus que par réseaux sociaux interposés : c'est la génération web 2.0, la génération « tête baissée », la génération « Facebook », « WhatsApp » et autres. Pourtant à bien observer la situation, les Camerounais n'ont jamais eu autant besoin de se parler pour mieux se comprendre. De fait, même si le tourisme de par sa nature même, ne permet que des rencontres sans lendemain, il demeure sous sa forme la plus basique un moyen essentiel pour les peuples d'entrer en contact, d'échanger des récits, des idées ou des objets et d'éprouver un sentiment partagé d'appartenance à la famille humaine (UNESCO, 2006). L'ICOMOS (1999) voit même d'ailleurs au tourisme un des « *principaux véhicules d'échanges culturels* ».

Or l'émergence n'est pas qu'économique, elle est aussi sociale, la culture touristique apparaît dès lors comme la solution miracle qui viendrait rassembler tous les Camerounais autour du même idéal, celui du « *vivre ensemble* ».

1.1. Délimitation du sujet

Notre thème s'inscrit dans un cadre thématique, spatiale et temporel bien déterminé.

1.1.1. Délimitation thématique

Notre thème de mémoire de soutenance de DIPES II de fin de formation à l'ENS de Yaoundé : « *culture touristique et intégration nationale au Cameroun : cas des populations de la ville de Yaoundé* » s'inscrit dans un cadre systémique. En effet, il s'agit d'interroger les habitudes touristiques des populations de la ville de Yaoundé afin de voir si le tourisme peut réellement contribuer au rapprochement des cultures et donc à l'intégration nationale du Cameroun. La culture touristique étant envisagée dans ce travail comme une habitude, une envie irrésistible qui pousse les personnes à voyager, les contraintes d'ordre professionnelles et familiales n'entrent donc pas logiquement dans notre compréhension et notre définition de ce que représente pour nous ce concept.

1.1.2. Délimitation spatiale

Encore appelé « ville aux 7 collines », Yaoundé est avec Douala la seconde ville Camerounaise et le siège des institutions. Situé dans la région du centre Cameroun, en pleine forêt équatoriale, la cité capitale politique du Cameroun se localise dans les 3^{047'} et le 3^{056'} de latitude Nord et entre le 11^{010'} et le 14^{045'} (Ateba, 2011) de longitude Est. La ville est limitée au nord par le département de la Lékié, au sud par le département de la Mefou Akono, à l'est par le département de la Mefou et Afamba et à l'ouest par le département du Nyong et Kellé (voir Figure 1). Ville cosmopolite, Yaoundé est un vrai « Melting pot » où toutes les tribus du Cameroun sont représentées. C'est donc un véritable « bouillon culturel » mais aussi un

laboratoire approprié si l'on veut mesurer l'intégration nationale au Cameroun par le truchement de la culture touristique.

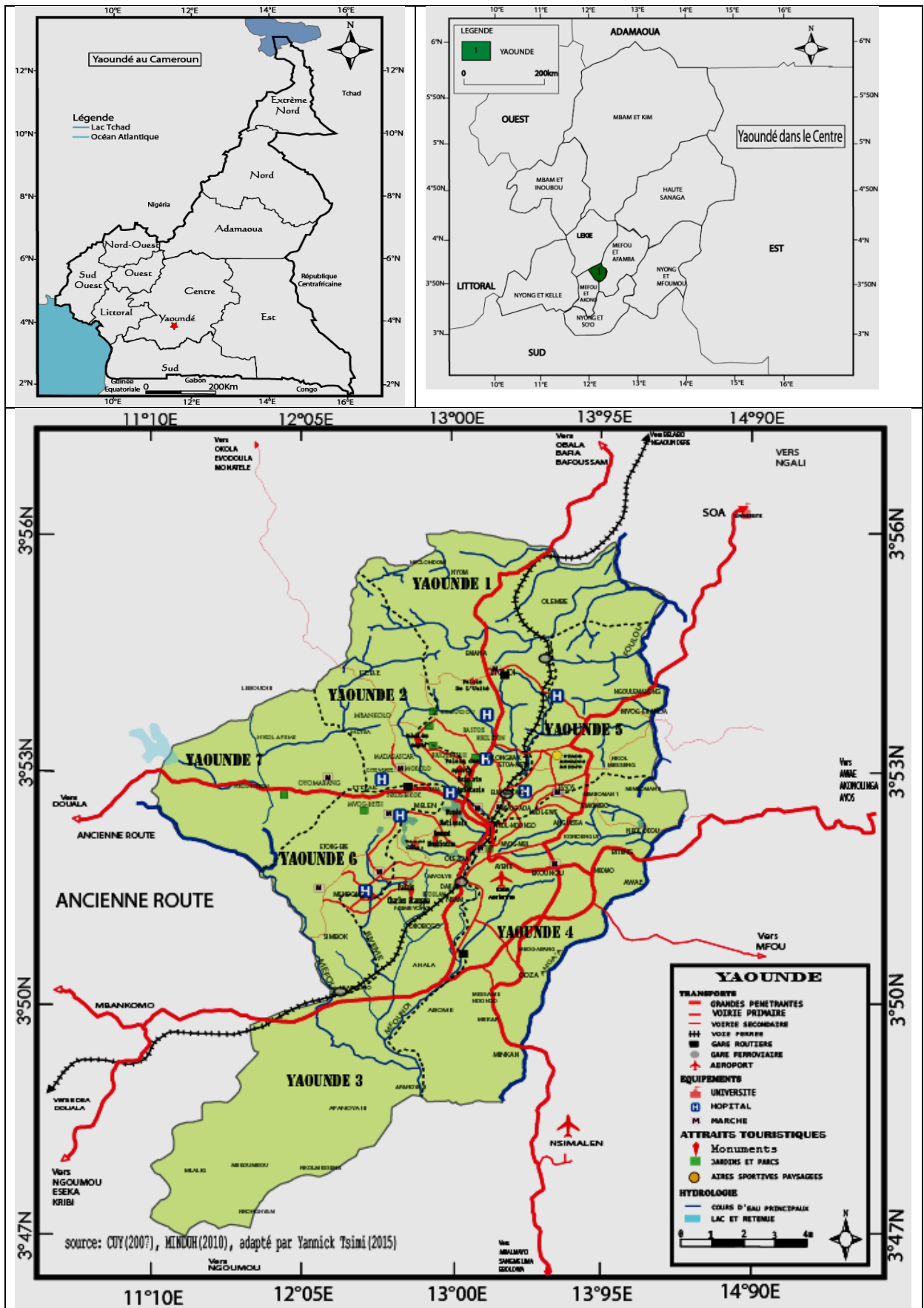


Figure 1 : Carte de localisation de la ville de Yaoundé

1.1.3. Délimitation temporelle

En devenant une destination touristique en 2010, on se serait attendu à ce que le tourisme domestique camerounais soit le maillon fort de ce secteur d'activité économique qui a une forte dimension sociale. Mais il n'en a rien été car les actes d'hostilité envers les étrangers ont continué, le désintéressement quant à ce qui arrivent aux autres camerounais n'a pas cessé et pire encore, le débat s'est déporté dans les salons feutrés du parlement au moment où la secte terroriste Boko Haram a commencé à sévir et qu'il fallait trouver un responsable désigné à cette forfaiture. Ainsi, bon an mal an, jusqu'en mi 2016, le fait que les camerounais ne se déplacent pas pour connaître les modes de vie et les habitudes des autres camerounais n'a pas aidé à renforcer l'unité nationale et à concrétiser l'idée même de nation camerounaise. C'est donc de manière logique que notre étude va s'étendre de la période 2010 à la période 2016.

2. Revue de littérature

La question de l'intégration nationale est fort préoccupante au Cameroun. En effet, les autorités en charge de la gestion des affaires de l'Etat ont fait du maintien de la paix et de la stabilité leur leitmotiv. Il n'est donc point surprenant de voir les nombreux travaux de recherche qui prolifèrent autour de ce thème tant les moyens les plus efficaces à même d'assurer une intégration nationale pérenne au Cameroun sont recherchés.

Ainsi, cette quête permanente est parfaitement manifeste dans l'ouvrage de Bopda (2003) qui traite de la question de l'intégration nationale en Afrique à partir des grandes métropoles à l'instar de Yaoundé. En effet, pour l'auteur, les capitales sont des « *cadres emblématiques par excellence...dans l'espace et dans le temps du sort des sociétés et des personnes qui s'y retrouvent au détour de mille parcours individuels et collectifs. Tantôt muraille de protection, tantôt clôture d'internement, leurs frontières jamais véritablement acquises rappellent qu'en matière de géographie et de dynamique sociale, les équilibres connus ne sont que des équilibres sous-tendus. Leur pérennité ne relève que d'une perpétuelle renégociation où, derrière d'apparentes constantes, nombre d'hommes et de choses changent ou s'échangent.* Il ressort clairement de cette réflexion du chercheur que l'intégration nationale n'est pas encore à proprement parler une réalité au Cameroun et plus particulièrement à Yaoundé. Les personnes ou alors les ethnies cohabitent ou alors essayent de le faire dans une sorte d'équilibre précaire qui ne dit pas son nom.

D'ailleurs, en parlant d'équilibre et notamment d'équilibre régional, Fogui (1990) pense que la politique de l'équilibre régional telle qu'elle est pratiquée jusqu'à nos jours est « *une sage décision politique* » car elle a permis selon lui d'éviter une situation « *à la burundaise* » ou à la « *rwandaise* ». Il reconnaît tout de même qu'elle a comporté et comporte toujours *le lourd handicap de retarder l'avènement d'une conscience nationale chez tous les Camerounais* ».

Face donc à la politique d'équilibre régionale qui semble représenter une menace à l'intégration nationale et au développement du Cameroun, Toukam (2011) s'interroge sur le meilleur système politique à même de garantir l'unité nationale du Cameroun : Fédéralisme ou régionalisme ? Ce questionnement trouve toute sa justification au moment où des revendications fédéralistes d'une partie du Cameroun anglophone battent leurs pleins.

Dès lors, Tabi Manga (2000) pense avoir décelé l'origine de ce mal. En effet pour lui, la marginalisation des langues nationales au dépend des langues officielles (Français et Anglais) compromet sérieusement le rapprochement des cultures au Cameroun. Face à cela, il propose une tryptique Français/Anglais/Langues maternelles pour le développement et l'intégration des cultures au Cameroun. Cependant, la solution préconisée par le chercheur pourrait plutôt conduire à une régionalisation, chaque individu s'identifiant aux membres de sa communauté.

Cependant, Coleman et Rosberg (1966) pense que l'intégration nationale n'est pas tant une affaire d'équilibre régional, ni de système politique et encore moins de langues. Elle est avant tout l'affaire des parties politiques en tant que leaders d'opinion qui devraient par conséquent dans leurs discours et dans leurs meetings militer en faveur du rapprochement des peuples, en faveur de l'intégration nationale. Pour que cela soit une réalité au Cameroun, il faudrait peut-être que les partis politiques Camerounais, exception faite du parti au pouvoir qui a une assise nationale, se départissent de leurs caractères ethniques.

Contrairement à la thèse développée par Coleman et Rosberg, François-Xavier Nssi Essono, Diacre Camerounais (2008) pense que le Cameroun en mettant en place la politique de l'équilibre régional, en promouvant la santé et l'éducation pour tous, en impliquant les deux religions dominantes que sont le christianisme et l'islam, en devenant une terre d'asile pour les immigrés et en comptant sur le pouvoir fédérateur du football incarné par son équipe nationale a su bâtir une intégration sociale qui s'érige en modèle en Afrique. Cependant, il note que cette intégration repose sur un équilibre fragile menacé qu'elle est par des fléaux tels la corruption et les égoïsmes.

Et la part du tourisme et plus spécifiquement de la culture touristique qui en est une émanation dans tout ça ? La question pourrait bien se poser au vu de cette abondante littérature qui ne mentionne nulle part la culture touristique. A cette question, la réponse paraît mitigée au vu de la quasi ignorance de la culture touristique en tant que facteur d'intégration nationale.

Citons tout de même Picard (1993) qui considère le tourisme comme un « *phénomène social total* » qui touche à tous les niveaux de la socialité et se propage dans toutes les régions en instituant entre elles de nouveaux liens sociaux. Même si l'auteur n'en fait pas mention, on peut aisément deviner le poids de la culture touristique dans le rapprochement et la consolidation des liens entre les peuples.

Ce lien est parfaitement illustré dans une publication de l'UNESCO datant de 2006 ou il est rappelé que le tourisme et par là la culture touristique qui lui est lié sert à « *édifier la paix dans l'esprit des hommes* » en ce sens que le dialogue qu'il véhicule contribue « *de façon décisive à la création des conditions de la compréhension mutuelle, de la connaissance et de l'acceptation des cultures dans leur diversité et de la lutte contre les préjugés culturels* ». Poursuivant la même idée Koffi Annan (2001, cité par UNESCO, 2006) ajoutera au moment de la célébration de l'année des nations-unies pour un dialogue entre les civilisations (voir photo 2) que « *Je pense que le dialogue offrira à des personnes de cultures et de traditions différentes, qu'elles vivent aux antipodes les unes des autres ou dans la même rue, la possibilité de mieux se connaître* ». Seulement, il faut le noter pour le déplorer que cette publication de l'UNESCO est resté trop superficielle dans ses analyses, elle qui attribue la faible culture touristique des populations des pays pauvres au manque d'infrastructures en comparaison avec ce qui existe dans les pays développés et constatent juste que cette situation tient à « *des raisons complexes* » sans plus s'avancer.

Pour revenir au Cameroun, les bienfaits de la culture touristique sont observés par Cameroon-Tribune (2 Janvier et 23 Octobre 2014) en termes d'amélioration des statistiques du tourisme et de rentrée économiques subséquentes. A aucun moment, il n'est fait état de l'énorme potentialité que représente la culture touristique prit dans son volet de rapprochement des peuples.



source: Google image

Photo 1 : Logo de célébration de la journée des nations-Unies dédiée au tourisme et au Rapprochement des cultures.

3. Problématique

Le Cameroun dispose d'un riche potentiel touristique. Si l'on excepte ces atouts naturels qui sont considérables (837 sites répertoriés par le MINTOUL), il existe au Cameroun environ 240 ethnies qui représentent autant de raisons de faire du tourisme, de découvrir les modes de vie des autres peuples, de se connaître, de s'imprégner des réalités multiculturelles bref de s'accepter dans nos différences. Malheureusement comme l'a titré Cameroon-Tribune dans sa 10701^{ième} livraison en date du 23 Octobre 2014, « *Cameroon largely unknown to nationals* » (Le Cameroun largement méconnu des Nationaux), les Camerounais ne se déplacent pas à la découverte de leurs pays.

Cette situation fait le lit de l'augmentation des préjugés au sein de la population et surtout d'une certaine passivité quant à ce qui peut arriver dans un coin du Cameroun. Ainsi en 2013, au moment où la communauté internationale était émue au sujet du braconnage sauvage dont les éléphants pourtant espèces en voie de disparition étaient victimes dans le parc de Waza au nord Cameroun, cela a semblé ne pas toucher les Camerounais. Il a fallu une grande campagne médiatique pour que les uns et les autres comprennent qu'il s'agissait en fait du patrimoine du Cameroun qui était entrain d'être spoliés sous leurs yeux. Dès lors une question surgit : Peut-on véritablement défendre ce dont on n'a pas idée ?

Parlons de défense, le Cameroun y est confronté actuellement dans l'extrême nord de son territoire avec les hordes de terroriste de Boko Haram qui sèment morts et désolation dans les contrées de cette partie du pays. Conséquence, des familles entières fuient leurs villages venant augmenter le phénomène de migration interne. Malgré ces déplacements qui ont favorisé les contacts entre les différentes composantes sociologiques du pays, il ne s'est opéré aucune intégration inter-ethnique. Ce phénomène a plutôt conduit à une juxtaposition d'entités ethniques les unes à côté des autres repliées chacune sur son identité et entretenant peu ou presque pas de commerce culturel entre elles (Mouiche, 1995). Face à ce constat qui voudrait que les Camerounais se côtoient mais se méconnaissent, surgit une autre question : Le Cameroun serait-il un « village » dont les habitants s'ignorent et cohabitent dans une sorte de calme qui annonce la tempête ?

Voilà donc un formidable moyen de rapprochement des peuples qui est tout simplement ignoré au Cameroun. Chaque jour, on parle d'équilibre régional, on s'extasie sur les performances ou non des lions indomptables et la dernière trouvaille en date est la vaillance des forces de défenses et de sécurité engagés au front. Cependant, force est de constater que tous ces éléments utilisés dans le cadre de l'intégration nationale repose sur un équilibre précaire : Les lions ne gagnent plus, l'équilibre régional est contesté au fil de l'actualité (affaire des deux listes lors du concours de l'IRIC en 2015) et si l'on s'en tient aux déclarations des autorités la secte terroriste

Boko Haram est affaibli et sa fin est plus qu'imminente. Avec ces constats, nous pourrions bien nous poser la question anglo-saxonne « What's next ? » (C'est quoi la suite ?).

Bien qu'elle soit un combat de tous les jours, une quête permanente, l'intégration nationale au Cameroun est encore loin d'être une réalité. Ses manifestations sont épisodiques et reposent sur des bases fragiles. En effet, le champ d'investigation scientifique jusqu'à nos jours ne s'est pas encore déporté vers l'analyse de la culture touristique en tant que facteur d'intégration nationale. Nous allons donc nous y atteler afin de vérifier si le fait de voyager peut rapprocher les peuples.

Des exemples ne manquent pas pour illustrer des cas de rapprochement des peuples par le voyage : le Honduras a fait du tourisme une priorité nationale devenant de l'avis de Taleb Rifai secrétaire général de l'OMT « *Un connecteur entre le nord et le sud, entre les différentes cultures de l'Amérique centrale et comme faisant partie de ce vaste continent ou se rejoignent toutes les Amériques* ». Autre exemple : Bali en Indonésie profitant de sa vaste mosaïque culturelle a fait du tourisme un moyen de communication et donc de rapprochement entre les peuples au point de se porter même à l'international. On voit mal de nos jours comment les Indonésiens pourraient se passer de cette fierté nationale. L'intégration nationale par le tourisme et partant par la culture touristique est donc possible, notre problème de recherche sera donc celui de l'inexistence d'une véritable politique capable d'encourager le développement du tourisme domestique au Cameroun. En effet, en dehors de quelques initiatives et manifestations sporadiques qui connaissent des succès mitigés et des échecs retentissants, le gouvernement ne s'investit pas réellement dans la promotion du tourisme interne, à croire que ce formidable moyen d'intégration nationale est complètement ignoré d'où la question centrale qui va guider notre réflexion tout au long de cette recherche : **comment développer la culture touristique au Cameroun dans une perspective d'intégration nationale ?**

4. Justification du choix du sujet

La loi N⁰98/006 du 14 Avril 1998 relative à l'activité touristique précise en son article 1^{er} que les activités touristiques visent entre autres « *l'intégration nationale et le brassage des peuples* ». Or à l'observation, le tourisme ne fait pas partie des préoccupations premières des Camerounais embourbés qu'ils sont dans les problèmes d'accès à l'eau potable, à l'énergie et à la cherté de la vie. Il apparaît donc clair que l'application de cette loi peut paraître utopique dans une société où la culture touristique ne fait pas encore partie des habitudes sociétales. Partant de ce constat, notre travail s'inscrit en droite ligne du thème central « *Tourisme et développement* » choisi pour la rédaction de nos mémoires de fin de formation. En effet, la mission première du tourisme est le rapprochement des peuples. L'OMT (1999) y voit d'ailleurs « *Un facteur d'amitié et de compréhension entre les peuples* ». A partir de là, la récurrence des actes de xénophobie, de tribalisme, d'exclusion sociale avec leurs conséquences parfois dramatiques sur l'individu et la société en terme de traumatisme et de frein au développement nous a longuement interpellés et conduit à la formulation de notre sujet : « *Culture touristique et Intégration nationale au Cameroun : Cas des populations de la ville de Yaoundé* ».

4.1. Intérêt de l'étude

Si la raison d'être de toute recherche scientifique est de résoudre les problèmes qui se posent à l'homme dans sa vie de tous les jours, ce travail hautement intellectuel a aussi des intérêts scientifique et académique tout aussi important.

4.1.1. L'intérêt académique

Dans le cadre de la formation à L'ENS de Yaoundé, la recherche scientifique a un double intérêt.

D'abord, elle initie le jeune élève-professeur des lycées d'enseignement général du Cameroun à la recherche c'est-à-dire à la recherche des moyens qui permettent de résoudre non seulement les problèmes qui se posent dans son quotidien de tous les jours mais aussi à celui de ses semblables. En effet, c'est un premier pas qui est fait vers une éventualité de poursuites des études dans le supérieur en vue d'obtenir des diplômes universitaires plus élevés.

Ensuite, le mémoire fait partie d'une unité d'enseignement qui sanctionne la fin de formation des élèves professeur de second grade à l'ENS de Yaoundé. Il devient donc impératif pour chaque étudiant d'y consacrer du sérieux dans l'optique de l'obtention du DIPES II qui ouvre définitivement les portes à la profession de professeur des lycées d'enseignement général du Cameroun.

4.1.2. L'intérêt scientifique

Le champ de la recherche est prolifique en ce qui concerne les moyens d'atteindre l'intégration nationale. Tout y passe. Mais jusqu'au présent mémoire, aucun de ces travaux ne s'était encore appesanti sur le rôle central que pouvait être celui du tourisme en général et de la culture touristique en particulier, en tant que facteur de rapprochement des peuples et des cultures. Notre recherche a donc le mérite loin de venir compléter des travaux existants, d'initier le débat et la discussion, scientifiquement s'entendant parler, sur le rôle qui est celui de la culture touristique à l'intégration nationale.

4.1.3. L'intérêt pratique

Cette recherche se positionne en tant qu'une force de proposition pour les décideurs engagés dans la définition des politiques touristiques et des politiques qui gouvernent à la cohésion et à la stabilité des différents peuples et tribus du Cameroun. Elle vient remettre en question les orientations traditionnelles du tourisme camerounais tourné essentiellement vers l'extérieur. Grâce à cette recherche et aux recommandations qui en émanent, le tourisme domestique au Cameroun pourra prendre un nouvel envol et devenir pourquoi pas le ciment sur lequel va se forger l'intégration nationale et l'émergence sociale du Cameroun.

5. Questions, objectifs et hypothèses de recherche

5.1. Question de recherches

5.1.1. Question centrale

Comment développer la culture touristique au Cameroun dans une perspective d'intégration nationale durable ?

5.1.2. Questions spécifiques

5.1.2.1. Question spécifique 1 : Quel est l'état des lieux et la contribution de la culture touristique à l'intégration nationale durable à Yaoundé ?

5.1.2.2. Question spécifique 2 : Quels sont les problèmes qui entravent le développement de la culture touristique à Yaoundé ?

5.1.2.3. Question spécifique 3 : Quelles solutions peut-on envisager pour développer la culture touristique au sein des populations de la ville de Yaoundé ?

5.2. Objectifs de recherche

5.2.1. Objectif principal

Cette recherche entend produire des connaissances qui aideront à développer la culture touristique au sein des populations Camerounaises dans une perspective d'intégration nationale.

5.2.2. Objectifs spécifiques

5.2.2.1. Objectif spécifique 1 : Faire un état des lieux de la culture touristique des populations de la ville de Yaoundé et de sa contribution à une intégration nationale durable au Cameroun

5.2.2.2. Objectif spécifique 2 : Identifier les freins au développement de la culture touristique au Cameroun ;

5.2.2.3. Objectif spécifique 3 : Faire des propositions pour un développement de la culture touristique au sein des populations de la ville de Yaoundé

5.3. Hypothèses de recherche

5.3.1. Hypothèse principale

Le développement de la culture touristique au sein de la population Camerounaise dans une perspective d'intégration nationale passe par la vulgarisation du tourisme de masse.

5.3.2. Hypothèses spécifiques

5.3.2.1. Hypothèse spécifique 1 : Yaoundé est un territoire attractif, mais la faible culture touristique de ses populations ne peut contribuer à garantir l'intégration nationale du Cameroun

5.3.2.2. Hypothèse spécifique 2 : La faible attractivité des autres territoires et les considérations d'ordre ethniques et financières expliquent le faible niveau de culture touristique des Yaoundéens.

5.3.2.3. Hypothèse spécifique 3 : Une définition claire du champ de compétence de chaque intervenant de la chaîne touristique permettra de développer la culture touristique chez bon nombre de camerounais

II. CADRE CONCEPTUEL ET OPERATIONNEL DE LA RECHERCHE

Le cadre conceptuel et opérationnel de la recherche est cette partie du travail qui consiste à définir les termes clés de la recherche, à conceptualiser c'est-à-dire à matérialiser sous la forme d'une figure ce que notre thème représente pour nous. C'est en d'autres termes l'idée première que l'on se fait du travail scientifique que nous menons. L'opérationnalisation quant à elle, consiste à décomposer les variables de l'étude en dimension en vue d'en indiquer les indicateurs qui serviront au recueil des données sur le terrain.

1. Cadre conceptuel

La culture touristique et l'intégration nationale sont des termes qui au premier abord semblent compréhensibles. Mais dans la réalité, ils sont d'une complexité certaine. Afin d'avoir une idée d'ensemble de ces deux notions, nous les définirons ainsi que les termes qui leurs sont associés.

1.1. Culture touristique

Pour mieux comprendre à quoi renvoie la culture touristique, il nous faut d'abord éclaircir le terme de « Culture » qui lui est associé.

A l'origine, **la culture** signifiait un champ labouré et ensemencé (Deymard 2014). Par la suite, Tylor (1874) dira d'elle que c'est un « *ensemble complexe qui comprend les connaissances et les croyances, l'art, le droit, la morale et toutes autres aptitudes et habitudes qu'acquiert l'homme en tant que membre d'une société* ».

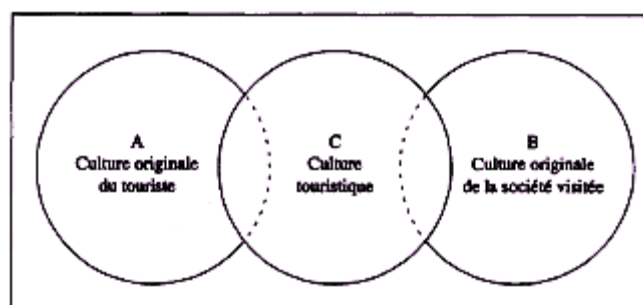
Quelques années après, Kluckhohn (1962), un anthropologue va établir la définition de la culture la plus communément utilisée en disant d'elle qu'elle est : « *La manière de penser, de sentir et de réagir d'un groupe humain surtout acquise et transmise par des symboles et qui représente son identité spécifique* ». c'est en d'autres termes selon L'UNESCO (2001) « *un ensemble de signes distinctifs, spirituels, matériels, intellectuels et affectifs qui caractérisent une société ou un groupe social et qui englobent, outre l'art et la littérature, les modes de vie, les façons de vivre ensemble, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances* ».

A ce stade de la définition de la culture, nous pourrions dire d'elle qu'elle est « *Le mode de vie développé par un groupe d'êtres humains et transmis aux générations suivantes consciemment ou non* » (Deymard 2014). Celle-ci est donc partagée par un grand nombre de personnes, elle s'intègre à toute activité humaine, on l'appelle encore « Culture action », elle n'est pas héritée biologiquement ou génétiquement mais s'acquiert par un apprentissage (Rocher, 1992).

La culture n'est donc pas la même en fonction du milieu dans lequel on se trouve. Les comportements, la façon d'agir, de penser sont différents en fonction des cultures. Néanmoins, il est important de préciser qu'une culture ne peut survivre sans la rencontre avec d'autres cultures, car elle ne s'intègre pas et cesse donc d'exister.

Si l'on s'en tient à cette réflexion, il nous apparaît aisé d'affirmer que le tourisme est le moyen par lequel la sauvegarde des cultures passent, car c'est elle qui permet « *à toutes les cultures de s'exprimer, de se faire connaître, et d'instaurer ainsi une forme de dialogue interculturel qui débouche sur la paix et facilite le développement durable* » (UNESCO 2004) : **C'est la culture touristique**. Trottier (1993) la voit d'ailleurs : « *comme un interstice dans la vie réelle des individus qui se déguisent en touristes et en hôtes pour jouer à la rencontre interculturelle sur une scène éphémère. Les masques des uns et des autres cependant ne trompent personne mais donnent du piquant à la rencontre, comme au bal masqué* ».

Nous retiendrons de cette affirmation de Trottier en plus du schéma ci-dessous qu'il a proposé de la culture touristique que celle-ci est une rencontre interculturelle s'établissant entre le visiteur et ses hôtes.



Source : Laplante, 1996

Figure 2 : Schématisation de la culture touristique selon Trottier

A ce niveau de notre analyse, nous pouvons déceler 4 dimensions de la culture touristique qu'il nous faut préciser : Le voyage, l'accueil, l'hospitalité, l'interculturalité.

1.2. Le touriste:

Le touriste renvoi ici à celui qui réalise le voyage. Selon l'OMT (2014) le Visiteur ou Touriste est « *toute personne qui se déplace vers un lieu situé en dehors de son environnement habituel pour une durée inférieure à 12 mois et dont le motif principal est autre que celui d'exercer une activité rémunérée dans le lieu visité* ».

La culture touristique retient uniquement le motif d'agrément (vacances au soleil, visites culturelles, pratiques sportives...) comme motif principal de voyage. Seront donc exclues de notre cadre d'analyse les personnes qui voyagent pour des motifs professionnels, de santé, de pèlerinage, des visites aux parents et amis. Bref des voyages réalisés sous contrainte.

Dès lors seront considérés comme visiteurs « *Les gens qui voyagent pour le plaisir de voyager* » (Larousse, 1992)

Le plaisir ici implique l'envie de découvrir l'autre dans son identité, de partager son expérience, d'apprendre des autres, bref de se connaître et donc d'accroître sa socialité.

1.3. Hospitalité et accueil :

Hospitalité et accueil sont deux concepts à ne pas confondre. Selon Cynotti (2009), l'hospitalité désigne l'action d'un individu qui dans le cadre des rencontres interculturelles se soumet au « *partage du chez soi* ». Il continue en disant que c'est une « *attitude que chaque individu est sensé avoir lorsqu'il rencontre un individu* ». L'hospitalité se traduit par un ensemble de gestes et de paroles qui font que l'étranger ou visiteur se sente bien. Elle désigne aussi les efforts linguistiques, le fait que l'autochtone essaie de dire quelques mots dans la langue de l'étranger qu'il accueille dans son pays ou sa région (Deymar, 2014). Contrairement, l'accueil est pratiqué seulement lors d'un échange, d'un contact avec du personnel. J.F. Crola soutient d'ailleurs que l'accueil permet de comprendre les rapports qui existent entre les membres d'une société.

On peut donc finir par dire que c'est l'hospitalité des lieux et des personnes qui contribuent à l'interculturalité, à l'échange entre deux ou plusieurs cultures. Et c'est aussi la culture touristique des autochtones d'une localité qui contribue au développement de l'hospitalité d'un territoire.

1.4. La rencontre interculturelle :

L'OMT (1999) voit dans le tourisme « *Un facteur d'amitié et de compréhension entre les peuples* ». C'est en effet essentiellement par le tourisme que l'on retrouve la différence culturelle par rapport à autrui et dont l'acte de rencontre est appelé l'« *interculturalité* »

La différence culturelle chez l'autre devient un facteur d'enrichissement mutuel pour l'étranger comme pour l'autochtone ainsi que d'un épanouissement personnel lors de la rencontre et des échanges qui ont lieu entre ces deux individus.

On le voit, la culture touristique qui permet le rapprochement des cultures est un véritable gage d'amour, de paix, de tolérance et d'amitié entre les peuples car après tout, l'homme se construit dans la différence. Qu'en est-il de l'intégration nationale ?

1.5. Intégration nationale

A l'origine, le mot « intégration » a d'abord été employé par les sociologues. Emile Durkheim (sociologue français du 19^e siècle) pense que c'est : « La propriété d'une société dont les relations entre les membres sont intenses ».

Le mot est lâché : l'intensité des rapports. Mais à quoi donc renvoi cette intensité ? Interrogeons pour le comprendre l'étymologie du mot.

Etymologiquement, le mot intégration vient du latin « Integrare » qui veut dire renouveler, rendre entier. De fait, l'intégration désigne donc l'action d'entrer dans un tout. Nous pouvons donc retenir avec le dictionnaire en ligne la toupie que l'intégration en sociologie est un processus ethnologique qui permet à une personne ou à un groupe de personnes de se rapprocher et de devenir membre d'un autre groupe plus vaste par l'adoption de ses valeurs et des normes de son système social.

Dans le cas particulier du Cameroun, l'intégration nationale vise à susciter en chaque Camerounais « Le désir du vivre ensemble ». Pour reprendre un slogan politique en vogue, c'est : « Réunir les Camerounais du nord au sud, de l'est à l'ouest ». Ce principe est d'ailleurs consacré par le préambule de la constitution qui stipule que « *Tout homme a le droit de se fixer en tout lieu et de se déplacer librement* ».

1.6. Socialité

La socialité pourrait être assimilée à une intégration nationale parfaite. D'autre la verrait comme le stade ultime de l'intégration nationale. En effet, elle désigne selon le mot de Gilles Paquet, professeur à la faculté d'administration de l'université d'Ottawa au Canada : « *la capacité humaine à inventer des morphologies, des ciments sociaux qui fassent tenir les individus, les réseaux et les groupes en ensemble stables et fonctionnels* ». Il poursuit en disant que la socialité se distingue de la solidarité qui désigne « *la capacité humaine à former des groupes... des unités d'action collectives* » et de la sociabilité qui elle est « *la capacité humaine à tisser des réseaux d'échange d'idées, de mots...* »).

Ciments sociaux, le mot est bien fort et révélateur des liens qui unit les personnes dans le cadre de la socialité. Paquet pense d'ailleurs que cette notion n'est pas cristalline et aurait ses origines dans des registres forts différents. Ainsi, un anglicisme fort à propos parle de « *bonding* » en référence aux liens extra-rationnels par lesquels on se rattache à l'autre affectivement, par lesquels on réduit l'autre à autrui. « *Ce qui est différent de moi mais que je peux comprendre voire assimiler* » (Guillaume, 1989).

La socialité avec les ciments sociaux nouveaux qu'elle met en place ne s'accommode donc pas des considérations ethniques, ni territoriales. La composante affective y est inévitable. Cet affect selon Darwin tire sa source de l'instinct que l'auteur qualifie de « social ». Pour lui, on « *a souvent affirmé que les animaux sont d'abord devenus sociables, et que, en conséquence, ils éprouvent du chagrin lorsqu'ils sont séparés les uns des autres, et ressentent de la joie lorsqu'ils sont réunis ; il est bien plus probable que ces sensations se sont développées les premières, pour déterminer les animaux qui pouvaient tirer un parti avantageux de la vie en société à s'associer les uns aux autres* ». Avec Darwin, nous pouvons retenir que la socialité est précédée d'instincts sociaux se manifestant sous la forme de plaisirs relatifs au « vivre ensemble ».

La socialité désigne de ce fait dans notre étude portant sur la « culture touristique et l'intégration nationale : cas des populations de la ville de Yaoundé », le ciment social qui

viendra consolider l'intégration nationale qui aura été rendue possible au préalable par la culture touristique. Parler de consolidation renvoyant bien évidemment à une intégration nationale durable.

1.7. Produit touristique

D'entrée de jeu de cette définition, il ne serait pas usurper de partir du postulat que sans produit touristique, pas de tourisme et de culture touristique possible. Le produit touristique est en effet ce qui donne sa raison d'être au tourisme, c'est l'élément qui pousse au déplacement, à la découverte. Notion composite, le produit touristique peut revêtir plusieurs aspects. Krippendorf (1971) y décèle deux dimensions dominantes : celle des prestations de service et celle de facteurs originels à l'offre (tels que les paysages). Ceux-ci englobent les facteurs naturels (situation géographique, topographie, paysage, végétation, faune, climat), les facteurs généraux de l'activité humaine (langue, mentalité, hospitalité, coutumes, folklore, culture, politique, économie), l'infrastructure générale (électricité, routes, télécommunication...) et l'équipement touristique (superstructures spécifiques à l'hébergement, à la restauration, aux installations sportives...).

Ainsi, pour Krippendorf, le produit touristique renvoi principalement aux atouts touristiques et aux infrastructures d'accompagnement qui sont réalisés dans le but de valoriser la ressource. La question de l'identification de ce que c'est qu'un produit touristique, il se pose dès lors la question de savoir qui doit élaborer les produits touristiques et les mettre à la disposition des consommateurs. De Grandpré (2005) semble avoir la réponse à cette interrogation, il signale à ce propos que les ressources naturelles et culturelles peuvent être mises en valeur par des gestionnaires, pour devenir une attraction touristique. Citons en exemple: les montagnes qui deviennent des stations de ski et les événements culturels qui deviennent des festivals ou des carnivals. L'auteur s'inspire d'une approche par produit pour modéliser l'offre touristique régionale qui peut être transposée dans notre cas sur le système d'offre nationale d'une destination touristique. Au centre de son modèle, de Grandpré (2005) présente le voyageur, la promotion et le produit. Ces composantes constituent le système de la demande; celui-ci étant entouré du système de l'offre (constitué par le transport, les structures d'accueil et les attractions). Le transport occupe une place très importante dans le système de l'offre. Il fait partie intégrante de l'expérience touristique. Cette composante semble incontournable car, par définition, chaque voyageur est appelé à se déplacer pour devenir touriste. La structure d'accueil regroupe l'hébergement, la restauration, les stations-service, les commerces de détail... Les attractions touristiques présentent les projets qui commercialisent les attraits naturels, facilitant ainsi l'exploitation et l'interaction entre nature, culture et tourisme. Ce système de l'offre est entouré, en périphérie, par quatre catégories de facteurs externes: les facteurs de base (ressources naturelles, ressources culturelles, volonté locale), les facteurs entrepreneuriaux (entrepreneurship, main-d'œuvre, financement), les facteurs stratégiques (concurrence, alliances, leadership, organisation, politique d'aide au développement) et les facteurs contextuels (maturité, variation accidentelle) qui façonnent l'offre touristique.

Mais pour Gunn (2002), il ne s'agit pas de laisser aux privés toute la latitude dans l'élaboration des produits touristiques. Les dérives mercantilistes propres aux industries n'étant jamais loin lorsque les grands enjeux économiques entrent en ligne de compte, l'Etat devrait, notamment à travers le gouvernement « *mettre en place une politique de développement d'un produit touristique qui englobe les recommandations d'un plan de développement qui préservera le patrimoine culturel et naturel de la destination et encouragera des processus qui incluent la recherche, la création de plans d'usage des terres, la formation d'une main-d'œuvre qualifiée, collaboration avec le secteur privé et l'intégration des plans gouvernementaux* ».

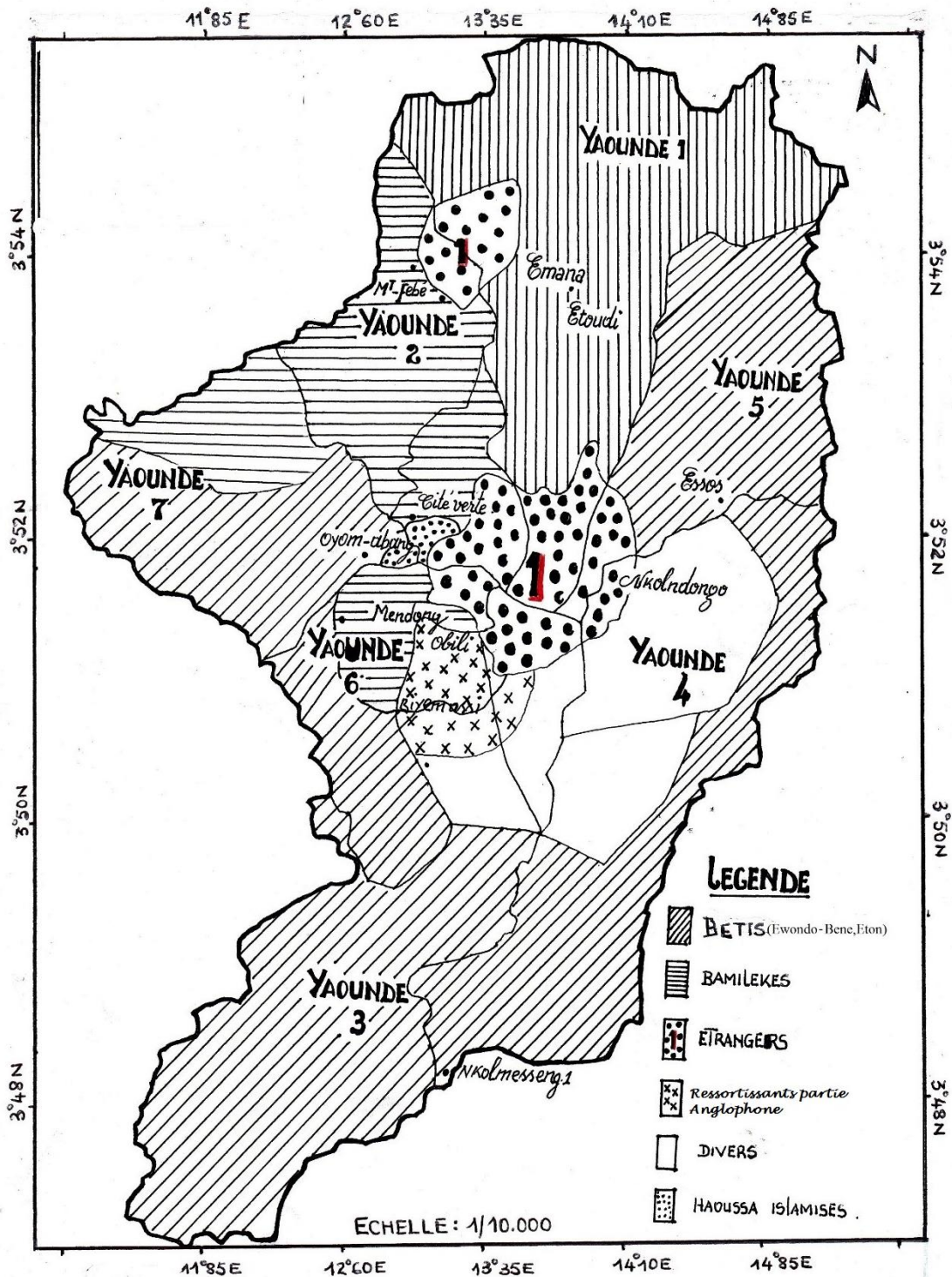
En résumé, le produit touristique est l'élément final que le touriste consomme sur son lieu de séjour. Il intègre non seulement les atouts naturels et ou culturels qui poussent au déplacement, mais aussi les infrastructures qui sont nécessaires pour une meilleure exploitation de ceux-ci.

2. Conceptualisation

De prime abord reprenons à nouveau la citation de l'OMT (1999) que nous avons déjà évoqués plus haut : « *Le tourisme est un facteur d'amitié et de compréhension des peuples* ». Cette citation marque le lien filial qui existe entre le tourisme et l'intégration nationale. Ainsi, les opinions et les modèles comportementaux des sociétés d'accueil sont des facteurs déterminants de l'intégration nationale parce qu'ils influencent puissamment sur les efforts d'insertion des nouveaux venus.

A titre d'exemple, dans une société d'accueil hostile aux étrangers, les allogènes ont tendance à se regrouper dans les même quartiers et à réduire au strict minimum leurs contacts avec le monde « extérieur » (voir figure 3). Ils s'enferment dans un « système parallèle » et ne s'intègrent pas. A l'inverse dans une société d'accueil ouverte aux stratifications sociales perméables et à la vie culturelle diversifiée, les étrangers trouvent plus facilement leurs places.

Ce développement nous permet de conceptualiser culture touristique et intégration nationale (figure 4).



Source : Données : A. Franqueville, 1987
 Fond de carte : CUY, 2007
 Réalisé par : S. Betsi

Figure 3 : Quartier à dominantes ethniques à Yaoundé

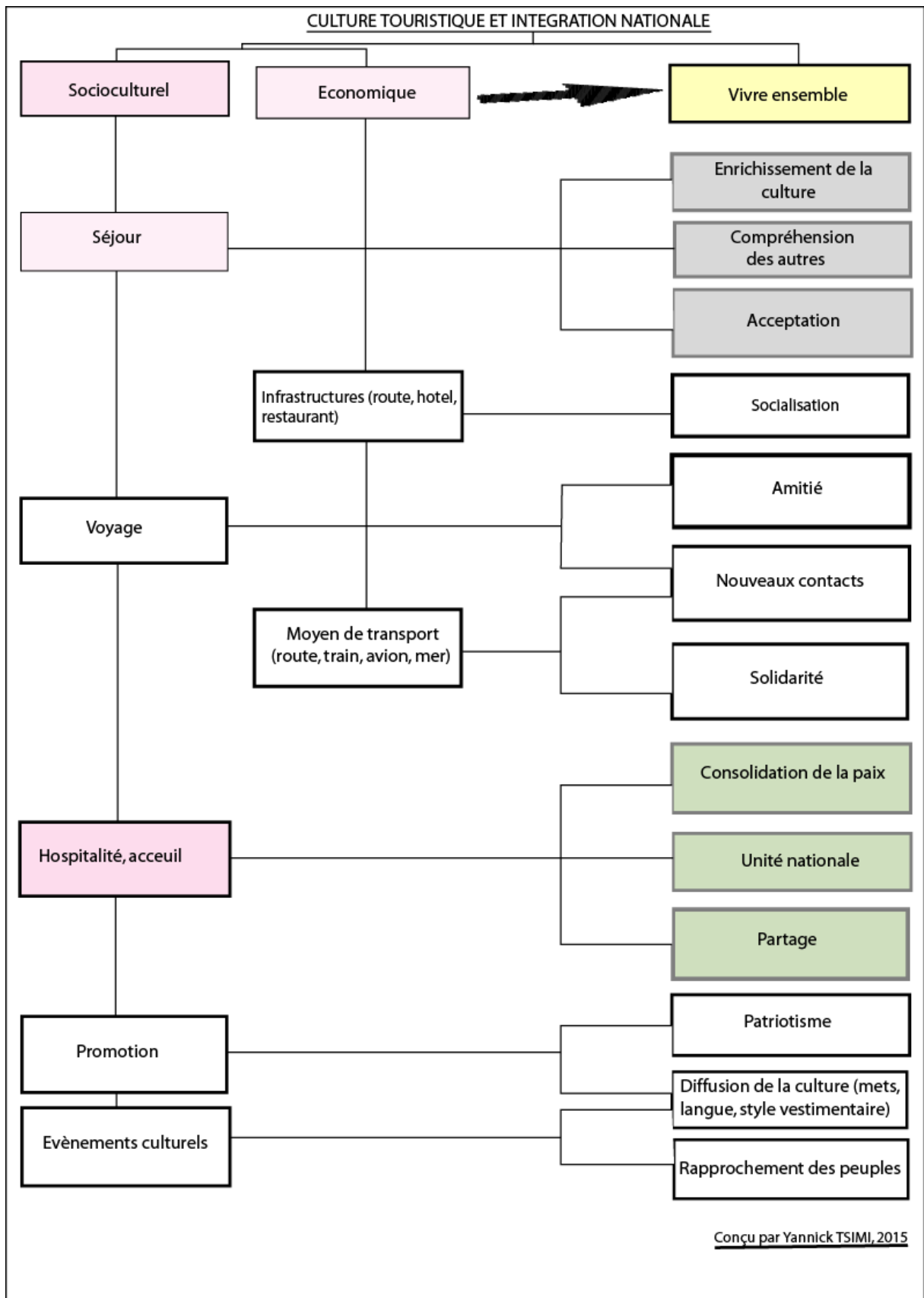


Figure 4 : Conceptualisation culture touristique et intégration nationale

3. Opérationnalisation

3.1. Opérationnalisation de la variable indépendante

Tableau 2 : Opérationnalisation de la variable indépendante

<i>Concept</i>	Variables	Indicateurs
<i>Culture touristique</i>	Voyage	Moyen de transport emprunté (train, avion, voiture, bateau) Nombres de tickets vendus Nuitées Types de plats vendus Durée du voyage Fréquence des voyages Nombres de sites touristiques visités Nombres d'évènements culturels auquel on a participé
	Accueil	Nombres de langues parlées Nombres de services offerts
	Hospitalité	Nombres de visiteurs reçus Fréquence des visites Durée des séjours Nombres de plaintes d'étrangers enregistrés
	Interculturalité	Nombres d'échanges de présents Nombres d'objets d'arts achetés Nombres d'objets d'arts vendus Nombres de mariages interethniques célébrés Nombres d'amis d'autres ethnies Nombres de mets d'autres ethnies consommés Style vestimentaire adopté
	Spatiale	Nombres de régions visitées Fréquence des déplacements Types de Produits ou Spécialités touristiques par régions

3.2. Opérationnalisation de la variable dépendante

Les indicateurs qui permettent d'évaluer l'ampleur du changement dans la société majoritaire sont essentiellement liés aux attitudes d'acceptation d'un groupe d'immigrés (allochtones dans notre cas) en particulier (conseil de l'Europe, 1991).

Tableau 3 : Opérationnalisation de la variable dépendante

<i>Variable dépendante</i>	Dimension	Indicateurs
<i>Intégration Nationale</i>	Politique	<ul style="list-style-type: none"> -Taux d'allogènes inscrits sur les listes électorales -Proportion d'allogènes désignés comme candidats -Proportion d'allogènes élus -Nombres d'allogène participant aux institutions et organisations clés (chefferies...)
	Economique	<ul style="list-style-type: none"> -Taux d'emploi des allogènes -Durée de l'emploi des allogènes -Taux de chômage des allogènes -Proportion d'allogènes accomplissant un travail sale ou dangereux -Pourcentage des allogènes dans les professions clé (enseignant, architecte, avocat...) -Salaire relatif -Travail indépendant
	Sociale	<ul style="list-style-type: none"> -Concentration dans certains quartiers (ségrégation) -Proportion d'étrangers (immigrés) dans les logements sociaux -Proportion d'immigrés propriétaires de leur logement -Répartition dans les divers types d'établissement scolaire
	Spatiale	<ul style="list-style-type: none"> -Nombres d'immigrés au km² -Nombres d'ethnies différentes présentes sur un territoire

III. CADRE THEORIQUE DE LA RECHERCHE

Le développement de la culture touristique dans une perspective d'intégration nationale n'est pas une sinécure. C'est un travail compliqué qui nécessite la combinaison de plusieurs approches ou de travaux de plusieurs auteurs afin de voir si les travaux de bibliothèque et de salons feutrés rencontrent la réalité du terrain : c'est le cadre théorique dans lequel nous allons explorer la théorie de l'attractivité de Gagnon qui nous permettra de mesurer le niveau d'attractivité des territoires, la théorie du touriste de Jafari afin de déterminer qui est touriste ou qui est censé avoir la culture touristique et enfin la théorie du risque qui nous permettra de tester notre hypothèse qui soutient que c'est la peur du risque qui serait à l'origine de la faible culture touristique des Yaoundéens.

1. La théorie de l'attractivité de Gagnon

La théorie de l'attractivité a été développée par Serges Gagnon, professeur au département de travail social et de science social de l'université du Québec à Outaouais au Canada. Cette théorie tente d'apporter une explication à ce qui va faire qu'un territoire attire plus de touristes qu'un autre. Elle vient en opposition à une certaine façon de faire des acteurs du tourisme qui appuient leurs actions en ce qui concerne l'attractivité des destinations touristiques, à une vision strictement émettrice de l'image des destinations sans prendre en compte la nécessité d'évaluer les composantes de cette image dans l'esprit des destinataires de messages. En d'autres termes, l'image projetée prend le pas sur l'image émergente qui renvoie bien souvent à une réalité que l'on souhaite cacher.

Or pour Gagnon, l'attractivité d'un territoire va au-delà de l'image projetée, c'est une réalité complexe qui nécessite bien plus d'attention que cela car c'est une notion centrale en tourisme. Ainsi, l'auteur part du postulat que l'attractivité d'un lieu ne serait pas donnée par la nature ni par la culture. Elle serait engendrée. Elle procéderait d'une émergence corrélée à un investissement de valeur de nature identitaire. Si l'on est attiré par un panorama, un paysage, il y a lieu de penser que le spectacle qui attire a été auparavant engendré par autre chose que les données naturelles et culturelles qu'il contient. Un paysage attire, par exemple, dans la mesure où quelque chose de plus, par rapport à ses contenus tangibles, a été investi. Ce quelque chose de plus, c'est une représentation symbolique, la plus généralement offerte par un ou des artistes.

L'approche préconisée établit une distance par rapport aux interprétations usuelles qui réduisent explicitement ou implicitement l'attractivité des lieux à une spatialisation de contenus économiques contraints par les conditions naturelles ou anthropiques. L'objectif visé par ce texte consiste à ne pas fragmenter le regard porté sur l'attractivité des positions et ainsi à transcender les descriptions et les explications sectorielles qui se sont multipliées ces dernières années, sans pour autant parvenir à constituer l'assise d'une véritable interprétation des processus qui sont à l'origine de l'attrait d'un lieu.

Pour parvenir à des conclusions concernant l'attractivité touristiques d'un territoire, Gagnon se base sur la catégorisation de Lew (1987) qui propose trois démarches typologiques utilisées pour distinguer l'attractivité touristique d'un territoire : l'approche géographique, l'approche aménagiste et l'approche sociologique

1.1. L'approche géographique

La géographie classique d'inspiration vidalienne a reconnu le rôle des attractions dans l'organisation des sites et des territoires touristiques. Selon Raoul Blanchard (1960) et Roger Brière (1961-1962), les positions attractives jouent un rôle de premier plan dans l'organisation spatiale des territoires. Ceux-ci s'organiseraient à partir de pôles attractifs sur lesquels vient se brancher l'activité économique qui rentabilise les sites choisis. Chez Blanchard, les critères

pour déterminer les localités touristiques passent d'abord par une identification des attractions naturelles et culturelles, pour ensuite prendre acte des infrastructures en place (1960).

Brière soutient que les déplacements « ne se font pas dans n'importe quelle direction ni vers n'importe quel site » ; ils doivent être considérés « comme la réponse à une attraction ». Cet auteur établit d'ailleurs une distinction entre les sites qui attirent et ceux qui repoussent (1961-1962). Brière précise en outre que les « attractions d'ordre physique » priment sur celles « d'ordre culturel », ces dernières étant trop nombreuses pour être classées. L'approche empiriste d'un site attractif fait donc référence à ses qualités naturelles (panorama, faune, flore, climat, etc.) et culturelles (histoire, population, monument, institution, etc.). Le géographe Jean-Pierre Lozato-Giotart nomme « sitologie touristique » l'opération qui consiste à détecter les attraits. Il pose comme étant crucial le rôle des « faits naturels, [des] faits de civilisations et économiques [qui seraient] à l'origine de la motivation touristique tandis que les facteurs techniques [auraient] contribué à l'élargissement social et spatial du tourisme » (1993). Lozato-Giotart s'appuie sur des propositions élaborées en 1972 par Pierre Defert (1972) : « Nous entendons par ressources tout élément naturel, toute activité humaine ou tout produit de l'activité humaine qui [peut] motiver un déplacement désintéressé. » À partir de cette prémisse, Defert classe les attractions, qu'il nomme ressources et activités touristiques, selon quatre thèmes (hydrôme, phytôme, lithôme et anthropôme). Après avoir analysé les propositions de Defert, Marc Laplante (1983) souligne que les efforts pour établir le « coefficient attractif d'une ressource » n'ont pas permis de définir l'attractivité des lieux.

1.2. L'approche aménagiste

L'approche aménagiste, qui remonte aux années 1970, concerne moins les caractères des sites que les attraits en soi. Le recours à l'échelle en constitue le fondement (Wall, 1996). En fonction des différentes échelles (locale, régionale, etc.), les types d'attraits touristiques sont rapportés à des conditions de possibilité, voire à des contextes : originalité, accessibilité, positionnement à l'égard de l'offre comparable, aménagement, planification, capacité de support du milieu, disponibilité en services, etc. Ce qui fonde l'attractivité du produit est alors lié à l'organisation de l'espace, à ce qui permet la mise en valeur d'un contenu préalablement évalué comme potentiel, quels que soient le lieu et les qualités naturelles ou culturelles de celui-ci.

Normand Cazalais (1999) propose une lecture « volontaire ou aménagiste » de l'espace touristique québécois. Selon lui, les déplacements touristiques représentent un désir de se joindre avec un ailleurs attractif. Son argument se résume ainsi : tout peut être un attrait et provoquer des déplacements, par exemple la mer, une église, etc., cependant, ces phénomènes ont une « fonction première » qui n'est pas touristique. Le fait d'organiser un phénomène géographique peut lui permettre de devenir une attraction touristique, mais lui confère en l'occurrence une « fonction seconde » qui surdétermine la « fonction première ». Mais que signifient « attrait » et « attraction » touristiques ? Selon Cazalais, l'attrait dépend de l'intention et de la portée donnée à un événement ou à un site, tandis que l'attraction réfère à un lieu aménagé et pensé dans le but déclaré d'attirer les gens. Tout peut être touristique, donc, mais, d'une part, le potentiel d'attractivité ne pourra se réaliser qu'en fonction de la distance des foyers émetteurs ou de l'accessibilité du site et, d'autre part, un signal, une marque humaine doit afficher l'intérêt. La distribution des usages, des infrastructures et des équipements répond du principe de rendement optimal. L'accent est mis sur les utilisations, les activités subordonnées et les aménagements qui les appuient. On réfère habituellement à la compatibilité des occupations, des usages et des activités strictement sous l'angle des nuisances. C'est le cas, entre autres, de la capacité de charge assujettie à des seuils destinés à préserver les équilibres écosystémiques (Thurot, 1980 ; Nadeau, 1999 ; Deprest, 1997). Un ensemble de normes conforte progressivement cette approche, de même que le savoir et les savoir-faire des aménagistes (Archambault, 1983 ; Gunn, 1988 ; 1997). On arrive même à donner le mode d'emploi pour créer une attraction (Gunn, 1997).

Du point de vue de la typologie aménagiste, la satisfaction des différents marchés, en particulier métropolitains, comme l'équité en matière de desserte et d'investissements, constituent des paramètres de base. Deux grandes catégories d'équipements touristiques sont envisagées : les uns sont tributaires de l'existence d'une ressource (centre de ski alpin, station balnéaire, lieu du patrimoine), tandis que les autres, qualifiés de *footloose*, sont liés à la proximité d'un marché (terrain de golf, parc thématique, casino). Les plans de développement des associations touristiques régionales témoignent de cette approche. L'analyse des encadrements administratifs et des potentiels conduit à un schéma directeur d'organisation territoriale qui répond à un certain nombre d'objectifs se rapportant aux particularités du milieu, de même qu'aux anticipations et aux attentes des acteurs. L'identification des aménagements et des équipements projetés ou souhaitables, l'élaboration d'un plan de commercialisation et l'esquisse de montages financiers complètent l'exercice de planification. Celui-ci donne lieu à d'importants travaux de cartographie des potentiels touristiques, comme à de nombreuses études sectorielles d'aménagement de stations et de régions touristiques, ainsi qu'à l'adoption, à la fin des années 1980, de plans de développement par chacune des associations touristiques régionales au Québec.

1.3. L'approche socio-anthropologique

Le troisième type d'approche en vue de discerner la valeur attractive des sites touristiques fait référence aux perceptions et aux expériences des touristes. L'attractivité dépend d'une quasi-connaissance de l'objet acquise par le touriste : « *les inventeurs du tourisme moderne, dit MacCannell, ont emprunté aux religions l'essentiel de leurs technologies. Ils ont procédé, d'une part, à la sacralisation des sites et, d'autre part, ils ont mis au point des rituels d'approche [...] de façon telle que la progression vers l'attraction s'apparente à la montée vers un sommet, vers le temps fort recherché par le touriste : sa rencontre avec l'attraction* » (Laplante, 1983).

L'approche perceptuelle est fondée en partie sur une étude de Dean MacCannell, qui définit une attraction touristique comme « *an empirical relationship between a tourist, a sight, and a marker* » (MacCannell, 1989). Marc Laplante et Louise Trottier (1985 voir aussi Laplante, 1983) expérimentent cette méthodologie dans un ouvrage consacré aux attractions touristiques du Québec. Une attraction pourrait devenir effective à la condition qu'il y ait, d'une part, une « sacralisation » des lieux en cinq étapes marquage, évaluation, enchâssement, reproduction mécanique et sociale et, d'autre part, l'établissement d'un rituel d'approche de ces mêmes lieux. À la fin de leur analyse, les auteurs montrent que la « mécanique de base » du système de MacCannell est constituée par « *l'interaction entre Marker, Sight et Tourist [...] le concept central de Sacralisation étant sous-jacent à cette interaction* » (Laplante et Trottier, 1983).

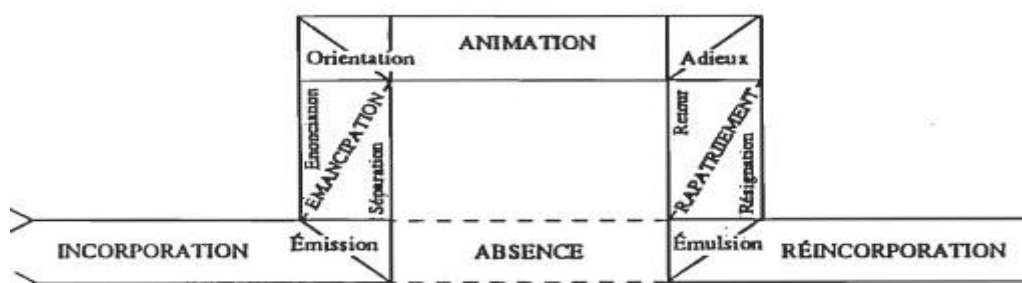
La théorie de l'attractivité nous permet de comprendre qu'un territoire n'est pas attractif parce qu'ils disposent d'atouts naturels ou culturels. En effet, un certain nombre d'aménagement, d'infrastructure, d'équipement et surtout beaucoup d'ingéniosité sont nécessaires afin de rendre les destinations touristiques les plus attractives possibles, uniques, authentiques et inoubliables aux yeux des visiteurs.

Cette théorie apparaît indispensable et même incontournable dans notre étude en ce sens qu'elle va nous permettre, non seulement d'évaluer le niveau d'attractivité de notre zone d'étude (chapitre 3), de voir si la culture touristique est faiblement développée au Cameroun à cause de la faible attractivité des territoires mais aussi de faire des propositions en vue de rendre les destinations touristiques du Cameroun les plus attractives possibles.

2. La théorie du touriste de Jafari

Au cours de la décennie 80, Jafari Jafar, Professeur d'hospitalité et de tourisme à l'université du Wisconsin aux Etats-Unis fait le constat qu'il n'existe pas un cadre d'analyse qui permettrait une meilleure compréhension du phénomène touristique et de ses différentes relations. S'appuyant sur des travaux d'anthropologie, il élabore donc un modèle général du touriste dans lequel les principaux concepts utilisés sont : **La culture locale** (Culture propre à chaque destination), **la culture touristique** (Culture propre aux touristes c'est-à-dire le mode de vie des touristes sur le lieu du séjour), **la culture résiduelle** (Culture d'origine qui diffère d'un touriste à l'autre. Exemple : la culture Béti différente de la culture Bamiléké) et la **culture mixte** (Culture qui émerge de l'interaction entre la culture locale, touristique et résiduelle).

Jafari s'intéresse tout particulièrement à la culture touristique qui selon lui permet de mieux comprendre le touriste à partir de son comportement. De ce fait, s'appuyant sur l'univers du jeu et du non ordinaire qui est la vraie raison d'être du tourisme, il met en place un modèle du touriste à 3 temps forts (L'avant voyage, Le temps du Voyage proprement dit, L'après voyage) et qui offre une compréhension générale de « l'individu-touriste ». Ci-dessous le modèle du touriste de Jafari



Source : Jafari, cité par Beaudoin 1998

FIGURE 5 : Le modèle du touriste de Jafar

L'incorporation : Il correspond au temps de l'avant voyage, c'est la période pendant laquelle l'on s'informe sur la destination, ou l'on fait des réservations. C'est aussi de l'avis de Jafari la période de la vie ordinaire qui correspond à un quotidien routinier dans lequel l'envie de « décrocher » est omniprésente.

L'animation : Elle correspond au temps du voyage proprement dit, c'est aussi pour Jafari la période au cours de laquelle : « l'individu échappe aux limites de l'ordinaire pour entrer dans la réalité, sans limites, du non ordinaire: il est métamorphosé en touriste », il poursuit en disant que : « Le touriste peut faire fi non seulement des normes culturelles de chez lui, mais aussi de celles de sa destination. Briser les règles est, en fait, un des principes de la touristicité et le touriste se trouve rapidement des excuses ou est excusé ».

La réincorporation, c'est le temps de l'après voyage. C'est à ce stade que l'individu-touriste délaisse la tunique du non ordinaire pour se replonger dans son quotidien. Cette phase est très déterminante pour Jafari car Elle peut permettre non seulement l'analyse de l'impact du tourisme dans la vie ordinaire, mais également celle du processus qui amène l'individu à prendre la décision de partir à nouveau.

Le modèle du touriste de Jafari nous permet de comprendre que la culture touristique n'est pas seulement l'affaire des individu-touristes. En réalité, c'est un vaste concept qui va de celui qui réalise le voyage à la société qui l'accueille. L'interculturalité qui est consacré lors de la rencontre interculturelle qui a lieu entre la culture locale et la culture résiduelle est de nature à resserrer les liens et donc à consolider l'intégration nationale.

Cette théorie est importante dans le cadre de notre étude car c'est elle qui va nous permettre de faire une classification qui s'appuie sur les personnes qui réalisent des voyages et de déterminer celles de ces personnes qui ont la culture touristique et celles qui ne l'ont pas. Cependant, nous tenons tout de même à lever une équivoque quant à cette théorie : le postulat de Jafar qui voudrait que le touriste fasse fi des normes culturelles de chez lui et de celles de sa destination n'est pas à même de garantir l'intégration nationale qui est l'objectif poursuivi par notre étude. Par conséquent, nous ne retiendrons de la phase d'animation définie par Jafar que c'est la phase qui consacre l'interculturalité c'est-à-dire la rencontre entre la culture du visiteur et celle de ses hôtes.

3. La théorie du risque de Kahneman et Tversky

Le concept de risque est apparu pour la première fois dans une théorie économique en 1920 (Knight, 1948) : c'est un facteur déterminant dans le processus qui conduit à la prise d'une décision (Dowling & Staelin, 1994). Dans ce sens, la théorie de l'utilité espérée de Von Neumann et Morgenstern (1947) reconnaît le rôle central que le risque joue dans la prise d'une décision. Pour elle, l'utilité est subjective en matière de choix dans un contexte d'incertitude et de risque. Une variante de la théorie de l'utilité espérée (TUE) est la théorie de la prospective développée par Kahneman et Tversky en 1979. L'idée centrale qui se dégage de cette théorie est que les individus perçoivent souvent les options qui se présentent à eux en termes de gains et/ou de pertes. Cette théorie a introduit la notion de valeur et soutenu que les décisions ne sont pas toujours rationnelles. En effet, les individus ont tendance à plus considérer les pertes que les gains en termes de comportement qui implique la prise de risque.

Les résultats des travaux de Kahneman et Tversky démontrent que les attitudes des personnes envers les risques qui impliquent des gains peuvent être très différentes quand des possibilités de perte entre en ligne de compte. Par exemple, une fois donnée le choix entre obtenir 1000 FCFA avec certitude ou avoir une probabilité de 50% de chance de les perdre ou de les doubler à 2500 FCFA, la plupart des personnes choisiront de préférence les 1000 FCFA à la probabilité incertaine d'obtenir 2500 FCFA et de perdre par la même occasion leurs gains. C'est une attitude parfaitement rationnelle que les deux auteurs ont définis comme étant le risque craint. Cependant, Kahneman et Tversky constatent que si les mêmes personnes sont confrontées à des options différentes, par exemple gagner 1000 FCFA sans possibilité de perte ou essayer avec une chance de 50% de doubler ces gains à 2500 FCFA, les personnes dès lors choisiront l'alternative risquée. Il s'agit dans ce cas pour les auteurs cités plus haut du risque recherché.

Le concept de risque est largement appliqué dans le domaine du marketing. Cependant son recours dans les études qui concernent le tourisme ne s'est pas encore à proprement parlé vulgarisé. Tsaur et al (1997) ont d'ailleurs défini le risque en tourisme comme la probabilité de survenu d'évènement malheureux pendant un séjour. Il s'agit en réalité de la manière avec laquelle les individus souhaitant réaliser des voyages les perçoivent : c'est le risque perçu dans lequel les considérations d'ordre psycho-social, financières, la recherche de la nouveauté et des sensations fortes interviennent pour conditionner les décisions présentes et futures de voyager.

Ainsi, malgré qu'elle soit teintée de subjectivité, la perception du risque est un élément important pouvant expliquer le niveau de culture touristique des individus. Il s'agira donc pour nous de tester cette théorie afin de vérifier si la peur du risque limite les possibilités de voyage des populations de la ville de Yaoundé.

4. La théorie de l'acteur stratégique de Crozier et Friedberg

Ce courant a été développé originellement dans le cadre des organisations. Œuvre de Crozier et Friedberg et Friedberg (1987), cette théorie peut globalement être résumée en 4 points :

- En premier lieu, M. Crozier et E. Friedberg considèrent que les acteurs sociaux disposent toujours d'une marge de liberté. Au sein d'une organisation, ceux-ci n'acceptent jamais d'être traités comme des moyens au service de buts fixés par la direction. Ils poursuivent leurs propres objectifs, lesquels ne sont pas nécessairement compatibles avec ceux de l'organisation. Aussi contraignante soit-elle, celle-ci ne parvient jamais à réduire totalement la marge de jeu des acteurs. L'analyse stratégique va donc braquer le projecteur sur ce que les acteurs font de cette liberté relative.
- En second lieu, qui dit marge de liberté dit clairement que cette liberté n'est pas absolue. Elle est soumise à des contingences et des contraintes. Les acteurs règlent leur coopération en construisant des moyens (principes, lois, réglementations, hiérarchisation, etc.) qui structurent le champ de l'action et la rendent possible. L'analyse stratégique va s'interroger sur les mécanismes à travers lesquels cette structuration opère.
- En troisième lieu, les acteurs utilisent leur marge de liberté à acquérir du pouvoir au sein des organisations. L'analyse stratégique considère que ce qui motive les acteurs à agir, c'est d'acquérir du pouvoir sur d'autres acteurs. Le pouvoir apparaît comme l'élément clé de la dynamique de l'action collective et, ce faisant, des organisations.
- Enfin, la rationalité des acteurs est une rationalité limitée. La démonstration de March et Simon les départements se limitent aux tâches qui leur sont allouées en ignorant souvent les autres est considérée comme définitivement acquise et l'analyse stratégique va se focaliser sur le repérage des conditions matérielles, structurelles et humaines du contexte qui limitent et définissent tant la liberté des acteurs que leur rationalité (Oberson, 2009).

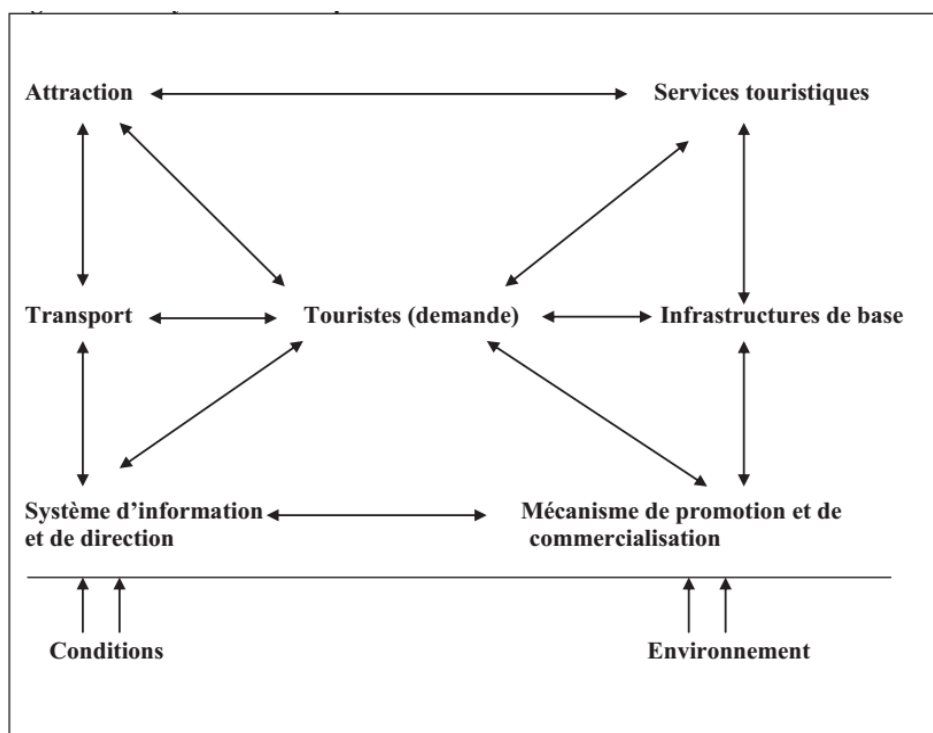
La théorie de l'acteur stratégique permet que nous intégrions dans notre étude qui porte sur la culture touristique en tant que système ou notion centrale un concept d'une importance capitale : le pouvoir. En effet en tant qu'organisation dans lequel interagissent plusieurs éléments, le tourisme et partant la culture touristique fait intervenir un certain nombre d'acteurs qui ont des compétences à faire valoir. Pour faire fonctionner l'ensemble de l'organisation, il faut donc clairement définir le rôle de chaque intervenant et établir une relation de complémentarité ou de dialogue entre les acteurs afin d'optimiser les résultats.

CONCLUSION

Au terme de ce chapitre consacré à l'exploration de notre sujet, la culture touristique apparaît comme un moyen de rapprochement des cultures, des peuples bref un moyen d'intégration nationale. Les nombreux exemples que nous avons pris à travers le monde le prouvent à suffisance. Le fait que le Cameroun piétine encore en matière d'intégration nationale suscite donc le débat et impose que l'on explore d'autres options, que l'on adopte une approche nouvelle de rapprochement des camerounais par le biais du tourisme. C'est une tâche bien évidemment exaltante qui mérite que l'on adopte une démarche appropriée afin d'avoir accès à des résultats qui cadre le plus possible avec la réalité des faits.

CHAPITRE 2 : METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

Pour mener à bien cette étude portant sur la « *culture touristique et l'intégration nationale au Cameroun : cas des populations de la ville de Yaoundé* », nous avons fait le choix d'une méthodologie qui allie exploitation documentaire (investigation documentaire) et collecte des données sur le terrain (investigation de terrain). De ce fait, afin de rendre compte de la réalité qui nous intéresse, nous avons opté pour l'approche fonctionnaliste qui part du postulat qu'« à tout élément de toute culture correspond une fonction et à toute fonction correspond un élément » (Aktouf, 1987). C'est en d'autres termes l'approche systémique qui consiste à considérer la culture touristique et l'intégration nationale comme des processus complexes ayant divers composantes interconnectées d'une part et en relation avec un environnement externe d'autre part : c'est le système touristique qui est matérialisé dans le schéma ci-après :



Source : Cuvelier & al, 1994

Figure 6 : Schéma du système touristique

Au centre de ce système nous voyons bien que c'est l'individu touriste qui est représentée. Ce n'est pas un fait de hasard car le touriste est celui-là qui donne sa raison d'être au tourisme. Cependant, comme dans le cas d'un écosystème ou de tout autre système qui existe sur la terre, le système touristique entretient des rapports avec l'environnement externe. Il peut donc arriver que suite à l'introduction d'un nouvel élément dans le système, des processus se mettent en place et aboutissent à des perturbations ou dysfonctionnements du système qui dès lors se trouve déséquilibré. Ce déséquilibre bien évidemment va produire des résultats négatifs qui ne sont pas ceux qui sont attendus quand le système fonctionne normalement. L'approche systémique que nous avons adopté dans ce travail nous impose donc de faire un état des lieux des atouts touristiques de la ville de Yaoundé, de mesurer le niveau de culture touristique des populations de la ville de Yaoundé et éventuellement d'identifier les freins au développement de la culture touristique et d'en proposer quelques solutions pour y remédier.

La méthode inductive auquel cette approche sied particulièrement nous a permis de faire des généralisations à partir d'un échantillon représentatif de la population mère (sondage).

Ainsi, lors de sa réalisation, notre mémoire a connu 3 phases : la phase de revue documentaire et de rencontre avec les responsables, la phase du déroulement des enquêtes et la phase de traitement et de production des résultats provisoires.

I. LA PHASE DE REVUE DOCUMENTAIRE ET DE RENCONTRE AVEC LES RESPONSABLES

Notre travail a commencé par une revue documentaire et une série de rencontres avec le directeur des infrastructures touristiques au MINTOUL et un expert en tourisme travaillant en freelance dans l'organisation des voyages à travers le Cameroun.

1. La phase de rencontre avec les responsables

Dès l'instant où le thème central devant guider nos travaux de recherche pour la soutenance des mémoires de fin de formation à l'ENS, nous nous sommes tout d'abord rapprochés des responsables qui sont impliqués à différents niveaux à la conduite administrative du tourisme et les experts qui vivent de cette activité. Cette démarche nous a conduits respectivement auprès du directeur des infrastructures touristiques au ministère du tourisme et des loisirs et auprès d'un ancien député qui s'est reconverti dans l'organisation des voyages à travers le Cameroun. Au terme des entretiens forts en enseignement que nous avons eu avec ces personnes, nous avons pu avoir une idée toute fraîche des problèmes actuels que connaît le tourisme camerounais et ceci de la part des voix les plus autorisés.

Les informations que nous avons glanés auprès de ces responsables nous ont par la suite permis d'orienter notre thème de recherche, d'en fixer l'objectif et de définir une méthodologie préalable de travail.

2. La phase de revue documentaire

Par la suite, nous avons procédé à une investigation documentaire pour comprendre et analyser ce qui a déjà été réalisé sur le thème de l'étude. Cette phase a permis de construire le cadre théorique, le cadre conceptuel et la bibliographie. Elle a permis également de circonscrire la revue de littérature en nous référant aux études, documents officiels et données numériques disponibles sur le sujet de l'étude. D'un autre côté, la revue documentaire nous a aussi permis de faire l'état des lieux de la culture touristique au Cameroun notamment à travers les statistiques officielles publiées par l'INS sur les nuitées et les entrées des nationaux dans les parcs et réserves de leur pays. Bien plus elle nous a été d'un grand secours dans le cadre de nos recommandations qui se sont en général appuyées sur les études portant sur les pays qui ont su développées leur tourisme domestique.

II. LA PHASE DU DEROULEMENT DES ENQUETES

Après la phase de revue documentaire et de rencontre avec les responsables qui nous a permis de finaliser notre 1^{er} chapitre consacré à l'exploration du thème, nous nous sommes déportés sur le terrain afin de recueillir les données qui allaient nous permettre de vérifier nos hypothèses de départ.

1. Les instruments de collecte de données

Nous avons eu recours 4 types d'instruments pour collecter nos données sur le terrain.

1.1. Le guide d'entretien

Le principal intérêt de cet instrument de collecte de données est qu'il permet d'interviewer les personnes ressources qui interviennent dans le champ du tourisme et de la culture et qui en raison de cette qualité sont chargées chacun en ce qui le concerne d'impulser la culture touristique au sein de la population. Cette démarche trouve sa justification dans le fait que les documents qui existent en l'état actuel traitent partiellement du tourisme et encore moins de la culture touristique au Cameroun. De ce fait, ils ne contribuent pas aux objectifs de notre étude.

Ainsi, pour produire des données qui ne se trouvent encore sur aucun document, à savoir les opinions des experts ou leur prise de position par rapport à un thème particulier, l'instrument le plus approprié est l'entretien semi-directif. L'entretien semi-directif se différencie des

interviews standardisés qui elle portent sur des échantillons représentatifs d'une population (sondage).). En effet, tandis que les interviews standardisées se prêtent la plupart du temps à une analyse principalement quantitative des données, la méthode choisie dans cette partie requiert une approche bien plus qualitative du matériau recueilli (Sma, 2009). Dès lors, par le choix de nos interlocuteurs, nous recherchions moins une représentation quantitative des propositions que l'exemplarité des opinions émises par ns vis-à-vis.

1.1.1. Grille d'entretien semi-directive

L'objectif général de nos entretiens était de voir les possibilités qui s'offrent au Cameroun en matière de développement de la culture touristique. Plus spécifiquement, il s'agissait de :

- Dresser un état de lieu de la culture touristique à Yaoundé
- Identifier les entraves au développement de la culture touristique des populations de la ville de Yaoundé
- Répertorier les initiatives actuellement mises en œuvre en matière de développement de la culture touristique au sein de la population et s'informer sur les perspectives envisagées.

1.1.2. Caractéristiques des interlocuteurs et des interviews

Au total, 4 interviews d'une durée moyenne d'une heure ont été menées. L'entretien le plus court a duré 50 minutes et le plus long 2 heures de temps. Ces entretiens ont été menés entre les 25 et 27 Janvier 2016 au ministère du tourisme et des loisirs, au monument de la réunification de Yaoundé et dans un domicile privé à Nkolbisson. Les personnes interviewées sont identifiées comme appartenant à 4 catégories socioprofessionnelles (voir tableau 4)

Tableau 4 : Caractéristiques des guides d’entretien

N°	Catégorie socioprofessionnel enquêté	Qualité de l’enquête	Nombre d’enquête	Objectif visé
1	MINTOUL	Directeur infrastructure touristique	01	<ul style="list-style-type: none"> - Inventaire des infrastructures touristiques de la ville de Yaoundé et du Cameroun. - Evaluation du niveau d’attractivité des infrastructures touristiques au plan national - Problèmes liés à la faible attractivité des infrastructures touristiques - Action du ministère en faveur du développement de la culture touristique au Cameroun
		Sous-direction des sites touristiques	05	<ul style="list-style-type: none"> - Inventaire des sites touristiques au plan national et local - Inventaire des entrées des nationaux dans ces sites - Raisons de la faible fréquentation des sites touristiques par les nationaux - Action du ministère en faveur du développement de la culture touristique
2	MINCULT	Commissaire d’exposition	02	<ul style="list-style-type: none"> - Inventaire des évènements culturels organisés par le ministère - Evaluation du niveau d’attractivité des nationaux lors de ces évènements - Problèmes rencontrés - Action entreprise par le ministère pour attirer plus de monde.
4	Homme politique	Président section RDPC Yaoundé 7	01	<ul style="list-style-type: none"> - Action entreprise pour développer la culture touristique chez les militants
5	Homme d’affaire	Organisateur de voyages	01	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluation du niveau de culture touristique des Yaoundéens - Inventaire des obstacles au développement de la culture touristique - Proposition pour un développement de la culture touristique
TOTAL			10	

Source : Yannick Tsimi, 2016

L’ensemble de nos entretiens s’est déroulé en français. Ces entretiens se sont déroulés au lieu de service en ce qui concerne le directeur des infrastructures touristiques et les membres de la sous-direction des sites touristiques au sein du même ministère, l’entretien avec le commissaire des expositions au MINCULT s’est déroulé sur le site du monument de la réunification et l’entretien avec le président de la section RDPC de Yaoundé VII s’est déroulé dans son domicile.

1.2. Les observations directes

La connaissance que nous avons de la ville de Yaoundé, qui est notre cadre d’étude, nous a permis de faire les premiers constats de ce qu’est la culture touristique au sein de la population de la ville de Yaoundé.

1.3. L’enquête par questionnaire

Un questionnaire a été élaboré afin de recueillir l’avis des populations elle-même sur ce qu’elle pense de la culture touristique et de son impact sur l’intégration nationale. Le questionnaire

fermé était à réponse fermée. Nous avons fait ce choix pour avoir des réponses précises aux questions posées et un traitement plus aisé de nos données.

Cet instrument compte 4 parties : En premier lieu, il procède à une identification de la personne interviewée : l'âge, le sexe, le statut matrimonial, la région d'origine, la profession, le nombre d'enfants à charge, le revenu mensuel. En deuxième lieu, le questionnaire permet de dresser un état des lieux de la culture touristique au sein de la population et d'évaluer son apport à l'intégration nationale. Des questions qui portent sur la pratique du tourisme, le nombre de régions visitées, les motifs des visites, les attractions des lieux visités, les habitudes de voyage et l'importance de voyager sont ainsi tour à tour passés en revue. La troisième section du questionnaire quant à elle se consacre à l'identification des obstacles au développement de la culture ; des questions portant sur les raisons de la faible culture touristique et les problèmes rencontrés lors des voyages sont alors mentionnés. La dernière section entend quant à elle recueillir les avis des populations sur les facteurs qui peuvent permettre de développer la culture touristique au sein de la population.

Voici de suite les étapes qui ont conduit à l'élaboration de notre questionnaire d'enquête :

1.3.1. La population de l'étude

La population de l'étude était répartie sur les 7 arrondissements que compte la ville de Yaoundé. Le choix de la population de l'enquête a été déterminé en fonction de l'objet de l'étude et des moyens humains, financiers et matériels nécessaires pour la réaliser, conformément aux hypothèses et objectifs de départ. Cette population est constituée des ménages autochtones d'une part et des ménages allochtones d'autres parts. En effet, le fait que nous associons la culture touristique à l'intégration nationale a exigé de nous que nous tenions compte des différentes ethnies qui sont présentes dans la ville de Yaoundé et par lesquelles s'expriment le vivre ensemble.

La taille de l'échantillon a été déterminée de manière à maximiser les résultats tout en respectant les limitations de l'enquête. Compte tenu de ces contraintes, nous avons retenu un échantillon de 172 ménages dont 78 autochtones et 94 allochtones.

Le questionnaire élaboré comportait exclusivement des questions fermées. L'administration des questionnaires s'est faite en deux temps ; une partie a été confiée à nos camarades dont les familles résident dans la ville de Yaoundé et en fonction de leur localisation géographique (40), nous avons joint directement l'autre partie des ménages de notre échantillon par la technique du porte à porte.

Nous avons fait que les éléments enquêtés représentent autant que possible la configuration géographique et ethnique de tout le Cameroun.

1.3.2. Echantillonnage

1.3.2.1. Base de sondage

Notre base de sondage est constituée des ménages autochtones et allochtones des 7 arrondissements de la ville de Yaoundé.

1.3.2.2. Taille et répartition de l'échantillon

La taille de notre échantillon a été déterminée de manière à maximiser les résultats tout en respectant les limitations de notre enquête. La loi normale centrée réduite ou loi de Laplace-Gauss des noms de Laplace (1749-1827) et Gauss (1777-1855), deux mathématiciens, physiciens et astronomes qui l'ont étudiée a été utilisée à cet effet. En voici la formule :

$$n = \frac{t^2 \times N}{t^2 + (2 \times e)^2 (N - 1)}$$

n = taille de l'échantillon requis

N= taille de la population mère = 406614 ménages dans notre étude

t = seuil de confiance (dans notre travail, t = 93% = 1,834 selon la loi normale centrée réduite)

e = marge d'erreur = 7% dans notre travail.

Après calcul, nous n'obtenons que **n=172** questionnaires à administrer. Il ne nous restait plus dès lors qu'à attribuer un nombre de questionnaires aux ménages autochtones et allochtones de la ville. Les statistiques sur cette répartition n'étant pas disponibles, Nous nous sommes inspiré de travaux d'auteurs ayant travaillé dans le champ de la sociologie ethnique de Yaoundé. Ainsi, la plupart de ces travaux révèlent que les allochtones sont majoritaires dans la ville de Yaoundé. Dongmo (cité par Franqueville, 1987) fait même des estimations ou il ressort que : « *Les Bamiléké seraient, en 1976 l'ethnie majoritaire à Yaoundé avec 27.8% du total, suivis des Ewondos (25.2%) et des Eton (10%).* Cependant, il faudrait souligner que c'est une domination toute relative. Tenant compte de tous ces paramètres et dans le souci de nous rapprocher le plus possible de la réalité de notre étude, nous avons décidé d'accorder 55% des questionnaires aux allochtones soit 95 et 45% aux autochtones soit 77.

Notre échantillonnage étant avant tout probabiliste (tous les ménages-ont la même chance d'être sélectionné dans l'échantillon), nous avons décidé d'appliquer un pas à l'intérieur de chaque strate (échantillonnage systématique). Nous avons effectivement placés 172 questionnaires, parmi lesquels, à l'issue de l'enquête, seulement 144 étaient exploitables soit un taux de collecte de 88,54%. Voici de suite la répartition des questionnaires en fonction des quartiers choisis

Tableau 5 : Tableau du nombre de questionnaires collectés par zones d'enquête

Arrondissement de l'étude	Quartier concerné	Nombres de questionnaires placés		Nombres de questionnaires récoltés		Pas correspondant	Pourcentage de collecte
		Aut	Allo	Aut	Allo		
Yaoundé I	Emana-centre	14	16	13	14	1/163	90%
Yaoundé II	Madagascar I	4	2	4	2	1/138	100%
Yaoundé III	Ngoa-Ekellé III	20	24	8	22	1/215	68.1%
Yaoundé IV	Mimboman plateau	9	12	8	12	1/157	95.2%
Yaoundé V	Mvog-Ada	10	14	10	12	1/163	91.6%
Yaoundé VI	Melen VI	10	12	8	16	1/133	90.9%
Yaoundé VII	Etetak	11	14	7	10	1/213	84%
TOTAL	78	94	56	88	88.54%

Source : Enquête de terrain 2016

Aut : Autochtone

Allo : Allochtone

Dans l'impossibilité de couvrir toute notre zone d'étude, nous avons choisi certains quartiers dans lesquels nous avons administrés nos questionnaires. Notre choix s'est porté principalement

dans les quartiers de ville de Yaoundé disséminés dans les 7 arrondissements et dans lesquels on retrouve une mixité du point de vue ethnique (confère tableau 4).

1.4. Les prises de vue

Des prises de vue de quelques sites touristiques et manifestations culturelles qu'abrite la ville de Yaoundé ont aussi été réalisés à l'aide d'un appareil photo numérique de marque canon A2500 HD.

2. La collecte des données

La collecte des données s'est faite sur deux périodes distinctes en ce qui concerne les données qualitatives et quantitatives. Auparavant, nous nous sommes prémunis de l'attestation de recherche délivrée par le département de géographie de l'ENS afin de faciliter notre travail sur le terrain.

2.1. La collecte des données quantitatives

2.1.1. La préenquête

Avant de lancer l'enquête proprement dite, nous avons d'abord testé notre questionnaire lors d'une enquête pilote d'une durée de 3 jours au quartier Anguissa à Yaoundé avec une représentativité de toutes les unités statistiques retenues dans le cadre de notre travail. Cette opération nous a permis de vérifier et de valider l'intelligibilité des questions qui ont été élaborées. Elle a donné lieu à la réévaluation de la méthodologie, à la reformulation et à l'ajout de certaines questions, à l'annulation de quelques-unes jugées peu pertinentes ou redondantes, à développer de nouvelles techniques et à faire appel à des solutions de rechange quand les circonstances l'ont exigés.

2.1.2. Choix et formation des enquêteurs

Nous avons eu recours à 3 enquêteurs dont le niveau minimum d'étude était le probatoire et la formation a duré 2 jours au cours desquels il leur a été expliqué les difficultés auxquelles ils pourraient faire face une fois sur le terrain et la manière de les contourner. Par ailleurs, nous avons informé nos camarades des attentes qui étaient les nôtres et du sérieux qu'ils devaient par conséquent accorder à notre travail.

2.1.3. Durée de la collecte

La collecte des données a commencé le 10 novembre 2015, elle s'est achevée le 16 novembre de la même année.

2.2. La collecte des données qualitatives

Les données qualitatives ont été collectées sur plusieurs périodes : les prises de vue par exemple ont été réalisées entre le mois de novembre 2015 et mars 2016. Les entretiens quant à eux ont été menés entre le 25 et le 27 janvier 2016.

III. LE TRAITEMENT DES DONNEES

Le traitement des données à l'issue duquel le chercheur obtient les résultats provisoires concernent les données qualitatives, quantitatives, les images et les figures.

1. Le traitement des données qualitatives

Pour analyser les données qualitatives issues des entretiens semi-directifs que nous avons eus avec les personnes ressources, nous avons recouru à la technique thématique de l'analyse de contenu. Cette technique nous a notamment permis d'exploiter les entretiens en dégagant les thèmes essentiels et en tenant compte des éléments relatifs au discours qui pouvait faire apparaître l'identité professionnelle des interviewés.

2. Le traitement des données quantitatives

Le traitement des données issues du questionnaire d'enquête a nécessité leur saisie dans le logiciel approprié CSPRO puis leur exportation vers la plateforme d'analyse statistique SPSS.

2.1. La saisie des données

Avant qu'elle ne débute, la saisie des données a été précédée de 2 jours de formation des agents enquêteurs. Auparavant, une équipe constituée de deux personnes avait déjà procédé au dépouillement de tous les questionnaires. La saisie des données s'est faite sur une machine et a nécessité deux agents de saisie et de codification.

L'exploitation des données a été réalisée avec le logiciel CSPRO. Les données saisies à partir des questionnaires l'ont été par la méthode de double saisie dans le but de limiter les erreurs et d'effectuer des vérifications et des contrôles de cohérences internes. La saisie des données a débuté le 22 novembre 2015 et s'est achevée le 30 novembre 2015 soit 9 jours de travail.

2.2. Traitement des données statistiques à l'aide de SPSS

Après avoir monté notre masque de saisie sous CSPRO, nous l'avons exporté vers la plateforme d'analyse statistique SPSS qui nous a permis de réaliser des statistiques descriptives et bivariées et de produire des tableaux croisés.

3. Le traitement des images et des illustrations

Nos illustrations ont été réalisées à partir du logiciel de dessin Adobe Illustrator CS 11.0.0. En effet, Adobe Illustrator permet de digitaliser tout objet de la surface de la terre à partir d'un fond de carte disponible ou non. Il permet aussi grâce à la palette de couleurs et des symboles disponibles de représenter tous les phénomènes ou objets ponctuels qu'on retrouve à la surface de la terre.

Par la suite le traitement de nos images a été fait à partir du logiciel PhotoSnap viewer de la gamme Microsoft. Cet outil a notamment permis de rehausser la qualité de nos photos et de nos illustrations et de faire une correction des couleurs.

IV. LES DIFFICULTES RENCONTREES

Au cours de notre enquête, nous avons eu à faire face à bons nombres de difficultés qui à termes pouvaient entacher la qualité de notre enquête. Dans cet ordre d'idées citons :

- Le mauvais report de la réponse de l'enquêté (e) par l'enquêteur ;
- L'oubli de reporter la réponse de l'enquêté ;
- L'inexactitude des réponses du répondant ;
- La susceptibilité des enquêtés ;
- Les questionnaires égarés par certains enquêtés ;
- L'interdiction d'accès à certains sites pour réaliser des prises de vue.

Tableau 6 : Tableau synoptique de la recherche

Question générale de recherche	Objectif général	Hypothèse générale	Cadre théorique et méthodologique	Chapitres spécifiques
QG : Comment développer la culture touristique au Cameroun dans une perspective d'intégration nationale ?	OG : Cette recherche entend produire des connaissances qui aideront à développer la culture touristique au sein de la population Camerounaise.	HG : Le développement de la culture touristique au Cameroun dans une perspective d'intégration nationale passe par la vulgarisation du tourisme de masse.	-La théorie du touriste de Jafari Jafar -La théorie du risque de Tversky et Kahneman -La théorie de l'attractivité de Serges Gagnon Méthodologie : Systémique, recherche qualitative et quantitative	Chapitre 1 : Cadre général, conceptuel et théorique de la recherche. Chapitre 2 : Méthodologie de la recherche.
Question spécifiques	Objectifs spécifiques	Hypothèses spécifiques	Méthodologies spécifiques	Chapitres spécifiques
QS1 : Quel est l'état des lieux et la contribution de la culture touristique à l'intégration nationale à Yaoundé ?	OS1 : Faire un état des lieux de la culture touristique et de sa contribution à l'intégration nationale au Cameroun	HS1 : Yaoundé est un territoire attractif mais la culture touristique de ces populations est faible et ne peut contribuer à garantir l'intégration nationale durable	-Recherche documentaire -Enquête de terrain : questionnaire -Enquête de terrain : observation in situ -Enquête de terrain : entretien semi directif	Chapitre 3 : Yaoundé, une terre d'accueil propice au développement de la culture touristique Chapitre 4, La culture touristique des populations de la ville de Yaoundé : Un concept à géométrie variable
QS2 : Quels sont les problèmes qui entravent la culture touristique à Yaoundé ?	OS2 : Identifier les freins au développement de la culture touristique au Cameroun.	HS2 : La faible attractivité des autres territoires et les considérations d'ordre ethniques et financières expliquent le faible niveau de culture touristique des Yaoundéens.	-Recherche documentaire -Enquête de terrain : questionnaire -Enquête de terrain : observation in situ -Enquête de terrain : entretien semi directif	Chapitre 5 : Les entraves au développement de la culture touristique des populations de la ville de Yaoundé : Entre faible niveau culturel et nouveau défi sécuritaire Chapitre 6 : Présentation, critique des résultats et recommandation.

Source : Ndock Ndock, 2013. Adapté par Yannick Tsimi, 2016

**CHAPITRE 3 : YAOUNDE, UNE TERRE D'ACCUEIL PROPICE AU
DEVELOPPEMENT DE LA CULTURE TOURISTIQUE**

La ville de Yaoundé telle qu'elle se présente de nos jours s'inscrit dans un cadre historique et culturel bien particulier. La dynamique urbaine que cette métropole a connue au cours du temps a conduit à un brassage interculturel unique en son genre. De manière logique, on s'attendrait que naisse de ce bouillonnement de cultures une nouvelle forme d'habitudes largement répandue au sein de la population : la culture touristique.

I. DES ATOUS NATURELS INDENIABLES

Connu également sous le nom « D'Ongola » qui signifie clôture en langue « Ewondo » en référence au mur de l'ancien poste allemand (Mbelek, 2015), Yaoundé est la capitale politique du Cameroun depuis 1909. C'est aussi le chef-lieu de la région du centre et du département du Mfoundi. Le choix de ce site qui s'est opéré sur la base de ses atouts naturels et humains en fait de nos jours l'une des villes les plus visitées du Cameroun

De manière générale, le relief contrasté et le climat favorable sont les atouts naturels majeurs du tourisme dans la ville de Yaoundé.

1. Des collines à perte de vue

Encore appelée « la ville aux sept collines », Yaoundé est implantée dans un réseau de collines traversées par de petits cours d'eau. Plusieurs monts la dominent (Voir figure 7) dont le Mbam Minkom culminant à 1295 mètres, le mont Nkolondom (1221 mètres), le mont Eloumden (1159 mètres).

Ce relief accidenté permet à la ville de Yaoundé de développer des formes particulières de tourisme. Ainsi le mont Eloumden situé à la limite des arrondissements de Yaoundé 6 et 7 est dédié au tourisme religieux et notamment au pèlerinage. Il accueille à cet effet de milliers de pèlerins tout au long de l'année et même des curieux partis découvrir l'histoire de ce site mythique ou la légende raconte que Marie la mère de Jésus y serait apparue. Par ailleurs, les habitants de la ville de Yaoundé se donnent souvent rendez-vous sur les hauteurs du mont Fébé, situé à la limite de Yaoundé avec le département de la Lékié, pour des séances de remise en forme pratiquant du coup une sorte de tourisme sportif. Il faudrait aussi préciser qu'un parcours de golf, très couru par les adeptes de cette discipline, grâce aux prédispositions naturelles du relief est installé au niveau de l'hôtel.

2. Un réseau hydrographique dense

La ville de Yaoundé est arrosée par de nombreux petits cours d'eau. Quelques-uns parmi les plus importants sont la rivière Mfoundi, Ekozoa, Biyeme, Mefou (voir figure 7). Près du centre administratif de Yaoundé, se trouve un lac appelé « Lac municipal ». la volonté du chef de L'Etat de faire de ce lac un haut pôle touristique et un lieu de plaisance unique dans la capitale s'est matérialisée en 2015 par l'octroi de financements de l'ordre de 21 milliards de FCFA pour la réalisation d'infrastructures touristiques autour de cette place dont un hôtel 5 étoiles (Voir photo 6).

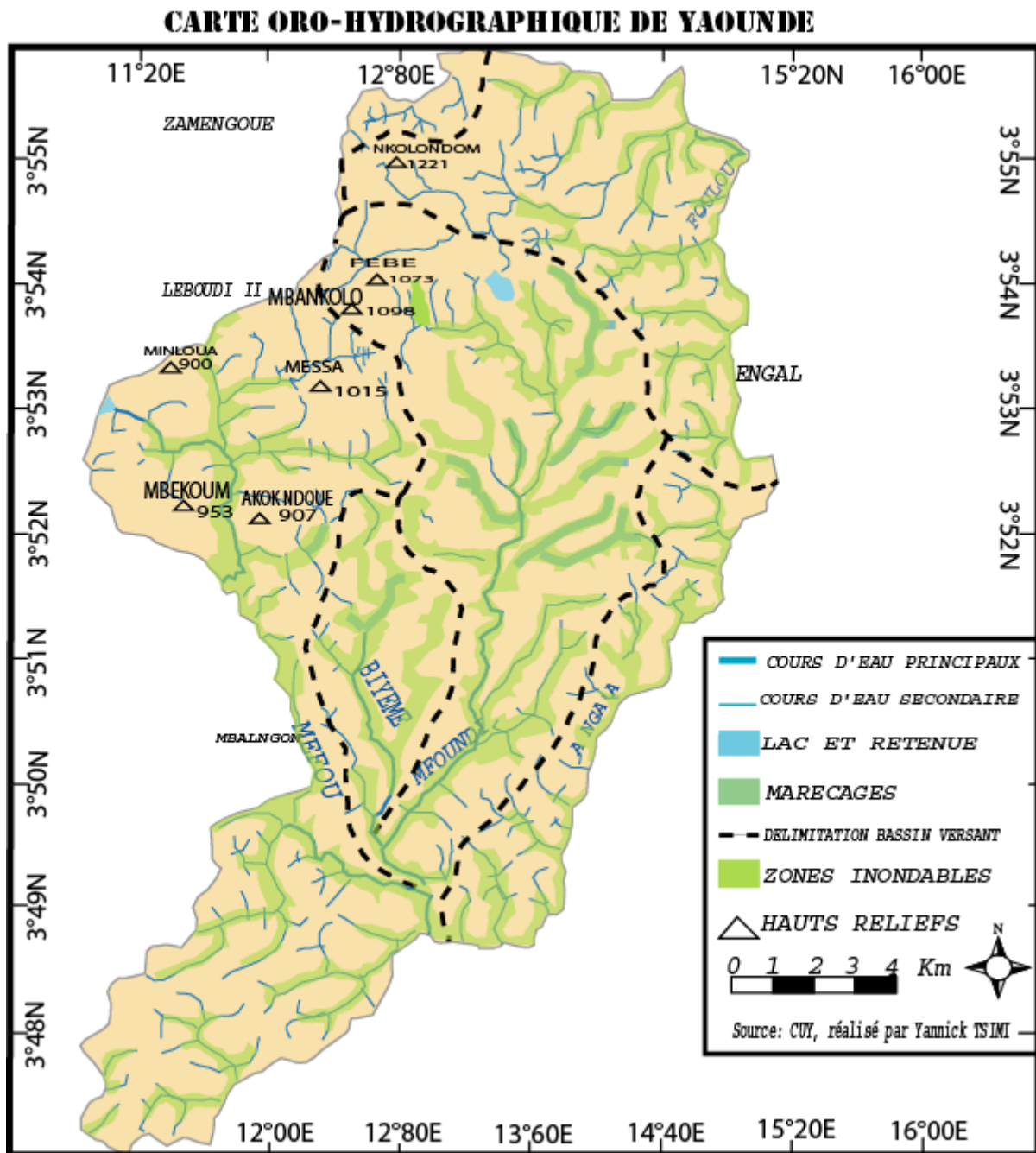


Figure 7 : Carte oro hydrographique de la ville de Yaoundé

Les collines de la ville de Yaoundé sont prisées car elles permettent aux populations de s'adonner au tourisme sportif. Ainsi, tous les versants de ces collines sont envahis chaque samedi et dimanche par les populations qui y pratiquent des exercices de remise en forme. En outre, les autorités en charge de l'aménagement de la ville, notamment la communauté urbaine, ont souvent tirée profit des bas-fonds de vallée arrosée par un réseau de cours d'eau pour aménager des forêts communautaires. C'est de ce type d'initiative qu'est née le bois sainte Anastasie qui s'est très vite imposée comme l'espace de loisir le plus fréquenté de la ville.



Photo 2 : Lac municipal de Yaoundé : un pôle touristique futuriste

Ce lac offre une vue unique sur le quartier des ministères. Situé à quelques encablures de la résidence du premier ministre, l'espace a été rendu tristement célèbre par le nombre de suicides qu'il enregistre. Mais sa portée esthétique est telle qu'un plan de réhabilitation a été élaboré en 2015.

© Yannick TSIMI, 2016

3. Une végétation luxuriante dans l'ensemble

Situé en plein cœur de la forêt équatoriale, le climat de Yaoundé se caractérise par la constance de l'humidité et de la chaleur. Il en résulte une végétation luxuriante qui s'étend sur les collines environnantes et sur les bas-fonds marécageux.

Profitant de cette particularité du climat Yaoundéen, les autorités en charge de l'aménagement de la ville et du développement du tourisme ont pu créer des jardins publics à l'instar du Bois sainte Anastasie située en plein centre-ville (Voir planche No 1), des forêts communautaires disséminés partout dans la ville et des espaces verts.

Par ailleurs, l'impact de l'urbanisation n'a pas laissé une grande place à une faune qui est pourtant spécifique à ce type de climat. Mais les autorités de la ville ainsi que les populations n'ont pas oubliés qu'ils sont avant tout des Bantous. Rattrapés par une nature héréditaire de peuples de la forêt, le zoo de Mvog bété a été créé (1951-1952) afin de conserver l'identité même de cette ville.

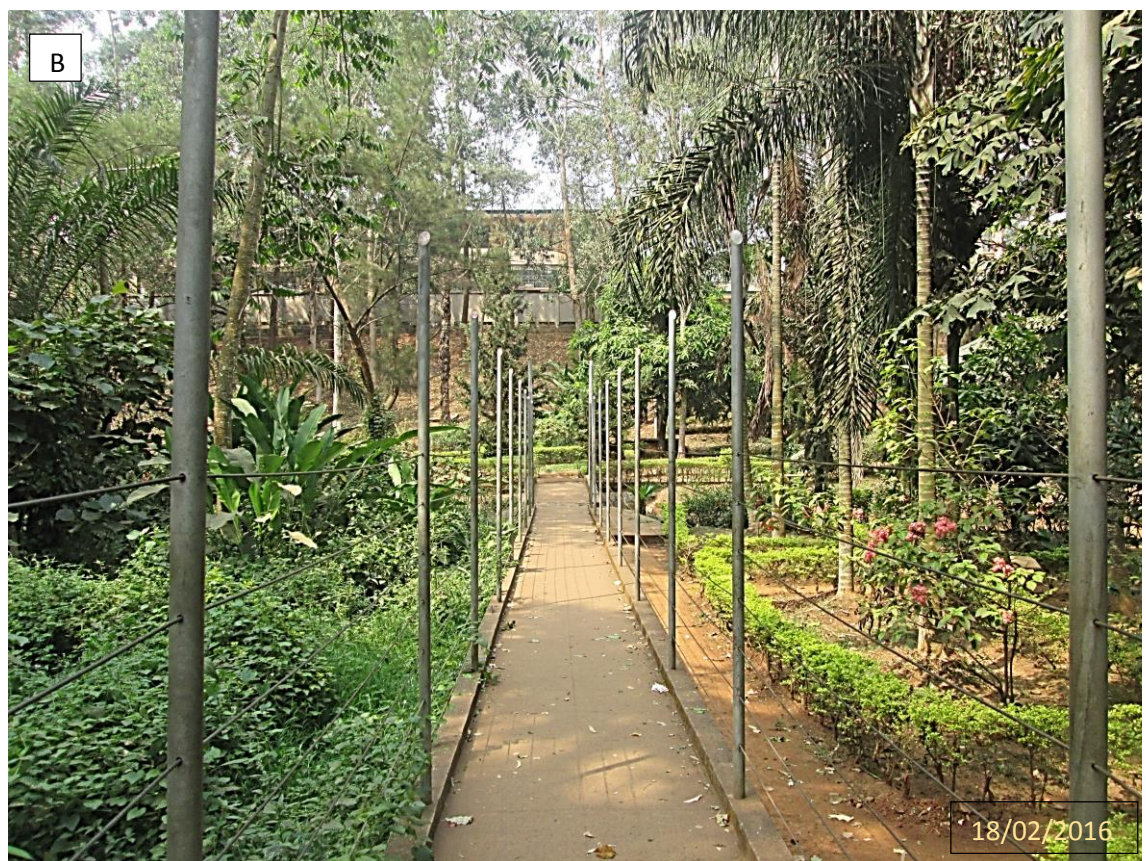
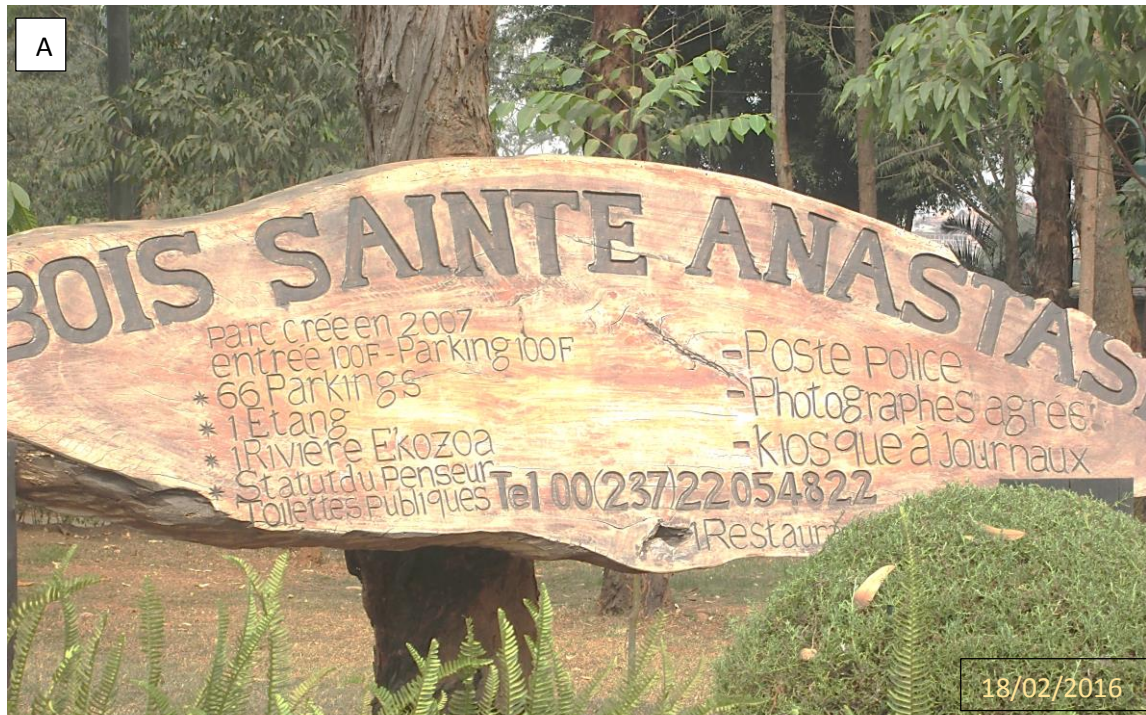


Planche No 1 : Yaoundé la verte

A : Plaque à l'entrée du bois Ste Anastasie **B** : Piste de promenade à l'intérieur du bois Ste Anastasie.

Le bois Sainte Anastasie a été inauguré le 23 décembre 2007. Initiative du délégué du gouvernement auprès de la communauté urbaine de Yaoundé, Gilbert Tsimi Evouna, le site a rapidement atteint une grande renommée quand 3 jours après son inauguration, il a reçu la visite du chef de l'Etat et de sa famille. Lieu incontournable du tourisme à Yaoundé, le bois Sainte Anastasie accueille de nombreuses familles et des couples qui y viennent pour se détendre et admirer le paysage.

© Yannick Tsimi, 2016

II. DES ATOUTS HUMAINS A LA HAUTEUR D'UNE TERRE LEGENDAIRE D'HOSPITALITE

Du haut de sa situation de capitale politique du Cameroun, Yaoundé abrite une population nombreuse, 2.8 millions en 2015 (uy1.uninet.cm). Ces gens venus de tous les coins du Cameroun cohabitent pacifiquement avec les Bétis, notamment les Ewondos dont l'hospitalité est légendaire. Cette grande diversité culturelle se manifeste à travers l'architecture, l'art, les musées et monuments, le folklore, le sport et les affaires.

1. Une architecture alliant tradition et modernité

Bien que ne disposant pas de fêtes traditionnelles à proprement parler comme cela est le cas du Ngondo dans la région du Littoral ou du Ngouon chez les Bamoun de l'ouest Cameroun, les Ewondos, tribus dominantes de la ville de Yaoundé ont hérité tout de même des chefferies traditionnelles dont certaines représentent même des patrimoines. Il s'agit notamment du palais de Charles Atangana, ancien chef des Bétis-Bene et Mbida Ambani dont l'architecture imposante invite au tourisme, à la découverte de cette formidable civilisation des peuples de la forêt et de son organisation sociale et politique millénaire (voir photo)



Planche N°2 : Architecture de Yaoundé, entre tradition et modernité

A : Photo de l'ancien palais Charles Atangana avant les réfections de 2012 B : Nouveau palais Charles Atangana après les réfections de 2012 C : Maison traditionnelle du centre en terre battue D : Maison traditionnelle du centre revêtue d'une couche de ciment.

De manière traditionnelle, l'habitat à Yaoundé est fait de terre battue avec des bambous comme poteau. L'impact de la modernité a fait en sorte que ces habitats soient désormais revêtus de ciment. Ce savoir-faire est particulièrement apprécié des visiteurs à qui il arrive souvent de copier l'exemple dans leur localité.

© Yannick Tsimi & Google image 2016

Ce palais qui a bénéficié d'un certain nombre d'aménagement en 2000 n'est pas accessible (voir planche 2B) de nos jours. La clôture qui l'entoure et qui est toujours close n'invite pas à la visite de ce haut lieu de l'héritage culturel Béti. Il faut dire qu'au centre ou l'on retrouve des sociétés traditionnellement égalitaires, le chef ne jouit que d'un prestige limité auprès des populations locales. Mis à part cette bâtisse qui abrite le palais de l'ancien chef des Ewondos, La plupart des constructions sont faites en matériaux locaux (planche 2C), terre battue soutenue par des poteaux en bambou, même si le modernisme veut qu'aujourd'hui, ces maisons soient revêtus de ciment (planche 2D).

2. Des monuments et musées parmi les plus prestigieux du pays

Yaoundé abrite le plus grand musée nationale du Cameroun. Il s'agit en fait de l'ancien palais présidentiel qui a été transformé en musée. On y trouve notamment des peintures qui retracent l'histoire du pays dès ses origines et les grandes figures qui ont contribué à l'édification de la nation camerounaise. Le musée ouvre souvent à l'occasion de journées portes ouvertes et gratuites, ce qui permet à un large public de découvrir l'histoire du Cameroun sous la conduite de guides expérimentés mobilisés en ces occasions. Cependant, le musée ne ferme pas ses portes et il est possible pour les curieux, amoureux de l'histoire du Cameroun de déboursier la modique somme de 5000 FCFA pour une visite complète du musée.

Le côté historique de la ville de Yaoundé n'est pas seulement porté par le musée national. Des monuments historiques qui sont autant de témoignages vivants de l'histoire du Cameroun y sont présents. Citons le cas du plus célèbre d'entre tous, le monument de la réunification situé à 2 pas du quartier général à Yaoundé. On y trouve notamment une fresque artistique qui représente les aspirations du Cameroun en tant que nation symbolisée par un vieillard tenant les enfants de toutes les aires culturelles du Cameroun avec une torche qui est tournée vers des lendemains qui brillent. Le monument ouvre à certaines occasions comme cela a été le cas lors de la rentrée culturelle organisée en Janvier 2016 par le ministère de la culture.

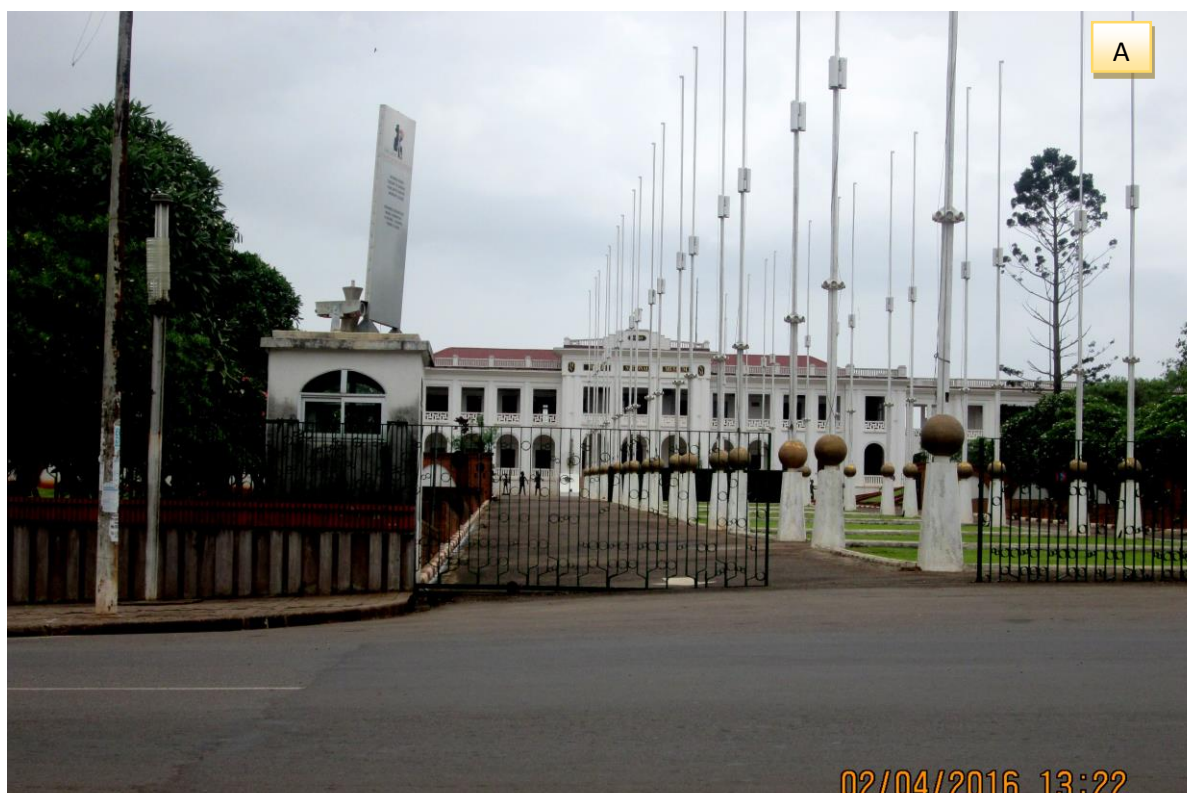


Planche N°3 : Monument et musée : Des lieux chargés d'histoire

A : Musée Nationale du Cameroun **B** : Monument de la réunification

C : Fresque représentant la nouvelle place de l'indépendance au niveau de l'hôtel de ville de Yaoundé

Ces lieux sont des symboles de la longue histoire politique et socioculturelle du Cameroun. Ils sont particulièrement fréquentés par les Camerounais qui désirent connaître l'histoire de leurs pays et des hommes qui l'ont marqué.

© Yannick Tsimi 2016

A Yaoundé, il n’y a pas que les monuments qui témoignent du passé historique et politique du Cameroun. La vie culturelle et notamment religieuse n’est pas en reste. Le cosmopolitisme de Yaoundé est d’ailleurs confirmé et conforté par la présence sur son sol de grandes bâtisses représentant toutes les obédiences religieuses du pays. La laïcité de l’Etat est ainsi garantie et ne saurait souffrir d’aucune contestation. Tenez à titre d’exemple, Yaoundé abrite une mosquée centrale, une cathédrale, une basilique, des conservatoires (voir planche 4).

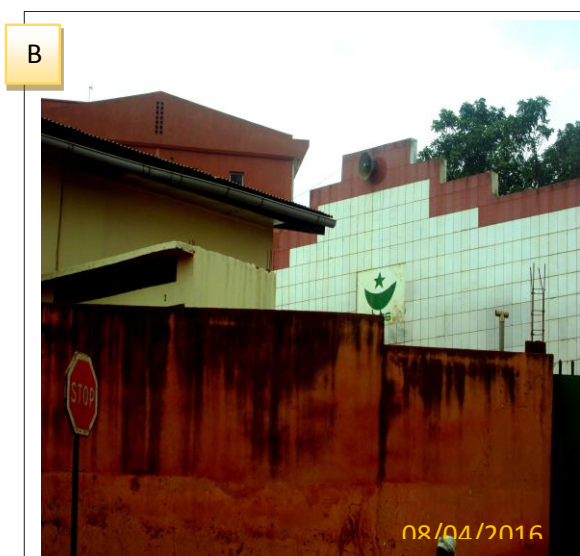


Planche N°4 : Lieux de culte à Yaoundé : En avant la laïcité

A : Cathédrale notre dame des victoires de Yaoundé B : Une vue extérieure de la mosquée d’Essos C : Eglise réveillée à Essos

La constitution garantit la laïcité de l’Etat au Cameroun. Cette disposition constitutionnelle se manifeste sur le terrain à travers un foisonnement des églises qui accueillent un public hétéroclite de fidèles.

© Yannick Tsimi 2016

3. Un folklore révélateur d’un puissant cosmopolitisme

En décembre, lorsque vous évoquez le mot Yaoundé à quelqu’un, irrémédiablement la réponse qu’il vous donne est YAFE. En effet, YAFE entendez par là Yaoundé en Fête est l’un des rendez-vous les plus courus non pas seulement par les Yaoundéens mais par tous les

camerounais qui affluent des différentes régions du Cameroun pour venir voir de leurs yeux et célébrer la communion des peuples qui est prônée lors de ce festival culturel grandeur nature. Initiative du délégué du gouvernement près la communauté urbaine de Yaoundé, cette idée de rassembler en un même lieu la culture (art, cuisine, sport, divertissement) est aujourd'hui reprise dans bon nombre de régions du Cameroun avec plus ou moins de succès.



Planche N°5 : Ici c'est YAFE

A : Panneau publicitaire à l'entrée de YAFE **B :** Spectacle donné par un groupe de danse à YAFE

Yaoundé en fête est certainement le plus grand festival organisé au Cameroun en fin d'année. Cette initiative du délégué du gouvernement auprès de la communauté urbaine de Yaoundé mobilise chaque année un public impressionnant d'enfants, de jeunes et d'adultes venus des 4 coins du Cameroun

4. L'art : un secteur en perte de vitesse

Même si les Ewondo-Bene n'ont jamais été comme l'ont été d'autres peuples des grands artisans, de grands peintres, la cosmopolité de Yaoundé et les opportunités qu'elle offre fait que de nos jours l'art est vivant dans la ville notamment à travers le SIAC qui a ouvert ses portes en 2016. Ce salon dont le coût estimatif des travaux se situe à environ offre la possibilité aux artisans dont la plupart sont souvent démunis d'exposer leurs savoir-faire dans les différents stands aménagés à cet effet et à un public d'amateur et d'expert féru d'art de pouvoir contempler, rêver, acheter et faire des commandes pour faire vivre ce secteur.

Né de la volonté de l'Etat et notamment du Ministère des petites et moyennes entreprises, ce salon vient redonner un second souffle à un secteur qui a trop longtemps souffert de la navigation à vue et de la paupérisation des acteurs. En effet, c'est lors des petites foires d'exposition qui brillaient plus par les échecs retentissants au vu du nombre réduit de participants et de visiteurs que ces acteurs évoluaient jusqu'à lors. Un parfait exemple nous a été donné par les universiades du tourisme et de la culture organisée par le MINTOUL et par le MINAC (voir planche N°6) et qui brillaient par l'amateurisme qui était la mode sur le lieu des expositions et un public clairsemé.



Planche N°6 : Foire d'exposition artisanale à Yaoundé, un secteur en manque de public

A : Stand d'exposition du journal Diapason lors des universiades du tourisme et de la culture B : Une vue quasi déserte de l'avenue d'exposition C : Stand d'exposition des produits artisanaux

L'artisanat est à n'en point douter le parent pauvre de la culture à Yaoundé. Malgré de nombreuses initiatives, ce secteur n'arrive pas encore à mobiliser grand monde.

5. Des complexes et des édifices propices au sport et aux affaires

Capitale politique du Cameroun et principal centre administratif, Yaoundé abrite des immeubles et des complexes qui font la fierté du Cameroun sur le plan national et international. Citons à cet effet, le célèbre palais des congrès construit sur les hauteurs du mont Nkomnyada, le palais des sports situé au quartier briqueterie à 2 pas de la poste centrale (Photo 6). Ces édifices et bien d'autres qui sont autant de vitrines du Cameroun à l'intérieur et à l'extérieur abritent et ont abrités de grands événements nationaux et internationaux qui réunissent souvent des chefs d'Etats venus de la sous-région et du monde. De ce fait, le palais des congrès a célébré l'amitié franco-africaine lors du sommet Afrique-France tenu en ces lieux en 2000.

D'un autre côté, comme énoncé plus haut (des collines à perte de vue), le tourisme sportif à Yaoundé va de pair avec la nature généreuse de ce relief collinaire qui permet des courses à pied, l'aménagement des terrains de golf pour amateur et professionnel et la création des circuits de Karting. Cette forme de tourisme va prendre un tout autre visage dans la cité capitale en 2016 et 2019 à l'occasion des CAN féminine et masculine que le Cameroun va organiser. En effet, avec un stade de renommée internationale (le stade Ahmadou Ahidjo, du nom du tout premier président du Cameroun) et le centre technique de la CAF à Odza, Yaoundé devient la pierre angulaire où se cristalliseront tous les regards pendant ces deux événements sportifs majeurs.



Photo 3 : Le palais des sports de Yaoundé

Le palais des sports de Yaoundé est devenu avec le temps l'une des places fortes de la culture et du sport au Cameroun. En effet, cet édifice multisport qui accueille grands nombres d'évènement culturel et sportif est né de la coopération sino camerounaise. Son architecture en forme de soucoupe attire de nombreux visiteurs qui y viennent pour se détendre ou supporter leurs équipes engagés dans des compétitions internationales.

© Yannick Tsimi 2015

6. La nature en héritage

La situation de Yaoundé en plein cœur de la forêt équatoriale ne peut vouloir signifier que la nature. Cependant la très forte urbanisation et ses conséquences dévastatrices sur l'environnement n'ont pas laissés de grandes places à la création des parcs et réserves dignes de ce nom pour préserver la vie faunique et végétale. Seule a survécu à ces travaux de l'homme sur son milieu le parc zoo-botanique de Mvog-Betsi qui bon an mal an continue de résister à tous les plans directeurs d'urbanisme lui qui est situé en plein cœur de la ville. Cependant, il ne faudrait pas avoir la faiblesse de penser que le touriste qui arrive à Yaoundé sera en manque de nature. En effet, juste à 25 et à 40 km de la ville de Yaoundé, le département du Nyong-et-So'o qui est limitrophe à celui du Mfoundi abrite deux complexes écotouristiques de premier plan au Cameroun : il s'agit notamment du parc national de la Mefou qui abrite des espèces de chimpanzé parmi les plus rares de la planète, les chimpanzés gris et le site touristique d'Ebogo qui offre un cadre idéal propice aux ballades en pirogue et à la visite d'un village des pêcheurs.

III. DES INFRASTRUCTURES DIVERSIFIÉES D'ACCOMPAGNEMENT AU TOURISME A YAOUNDE

Tous les atouts touristiques précédemment cités ne vont pas sans infrastructures d'accompagnement. Et là encore, la ville de Yaoundé se singularise de toutes les autres villes du Cameroun en ce sens qu'elle dispose de moyens de transports, de réseau de communication et de télécommunication, d'infrastructures d'hébergement et de restauration propice au développement de ce secteur d'activité.

1. Une pluralité des moyens de transport

Ainsi par les airs, l'aéroport de Yaoundé-Nsimalen est devenu dès février 2015 la seule porte d'entrée et de sortie du Cameroun après la fermeture temporaire de l'aéroport de Douala pour cause de rénovation. Il a donc fallu pour gérer le transit important faire des aménagements qui font que de nos jours, l'aéroport international de Yaoundé-Nsimalen n'a plus rien à envier aux aéroports de même rang disséminés à travers le monde. On imagine donc très bien le nombre de passagers et partant de touristes qui devront transiter par Yaoundé pendant cette période et l'impact que cela pourrait avoir sur le tourisme local. Sur le même ordre d'idée, l'acquisition récente de 3 avions MA60 par la compagnie aérienne nationale Camair-co vient donner un coup de fouet salvateur à une desserte nationale par les airs qui était devenue une lointaine réalité. Espérons que la toute la communication sur la fiabilité de ces avions et les prix concurrentiels pratiqués vont drainer de plus en plus de foule au niveau des aéroports et permettre ainsi un essor nouveau du tourisme interne et par conséquent l'intégration nationale.

De l'aéroport et pour rallier le centre-ville situé à 27 kilomètres, des taxis villes reconnaissables par leurs couleurs jaunes assurent la desserte. Malgré le manque de route qui occasionne souvent des bouchons aux heures dites de « pointe » (06 heures à 10 heures et de 16 heures à 21 heures), ces professionnels, aux bruits des klaxons et des imprécations lancés çà et là réussissent toujours à se frayer un chemin dans ce méli-mélo constitué de bus, de « pousse pousse », « de gros porteur » et des « motos » pour atteindre leurs destinations.

Et justement les motos sont une autre composante du transport interurbain dans la ville de Yaoundé. Interdite de circuler dans les grands centres, elles sont par contre d'une grande utilité quand il s'agit de rallier les zones de brousse constituées de pistes moutonnières et où de grands atouts touristiques sont souvent dissimulés (grottes, barrages, collines).

L'autre atout maître du tourisme à Yaoundé au début des années 2010 et qui a périclité au cours du temps est la société de transport interurbain « le Bus » née des cendres de la défunte SOTUC. Très utile en tant que moyen de transport collectif et qui palliait à coups sûr le manque de véhicules de transport dans les quartiers dits populeux de la ville (Nkolbisson, Mendong, Messasi), la société le « Bus » est finalement arrivé à bout de souffle dans les années 2014-

2015, la faute à une flotte très mal entretenue et vieillit par le nombre d'année de services et l'état des routes. Même si elle joue encore des prolongations de nos jours, le « bus » ne convainc plus et il est désormais rare de voir des files interminables se former au niveau des arrêts bus.

Par ailleurs, Yaoundé dispose de plusieurs gares voyageurs qui permettent de connecter la capitale politique du Cameroun avec le reste du pays. La plus célèbre d'entre toutes, la gare voyageur de Mvan couvre à elle seule la quasi-totalité de toutes les régions du pays. De nombreuses agences de transport sont présentes sur ce site et assure le transit quotidien de milliers de passagers (voir tableau 6)

Tableau 7 : Transit journaliers sur les principales routes du Cameroun et recettes générés

Destination	ETE ou EBE/départ/jour	Nbre moyen de départs/jour	ETE ou EBE hebdomadaire
Yaoundé – Douala			
Service VIP			
bus de 70 places	360 000	8	20.160.000
Service classique			
bus de 70 places	185 000	9	11.655.000
bus de 40 places (Coaster)	95 000		5.985.000
Yaoundé – Bafoussam			
Service classique			
bus de 70 places	220 000	6	9.240.000
bus de 40 places (Coaster)	115 000		4.830.000
Douala – Bafoussam			
Service classique			
bus de 70 places	220 000	6	9.240.000
bus de 40 places (Coaster)	115 000		4.830.000

ETE = Recettes d'exploitation – Dépenses d'exploitation

EBE = Produits d'exploitation – Charges d'exploitation consommées

Source : ACA Expertise, 2013

Au vu de ce tableau, plus du million de personne se déplace chaque jour sur le plus grand corridor routier du Cameroun : l'axe Yaoundé-Douala-Bafoussam. C'est un trafic intense qui ne signifie pas forcément que la culture touristique est développée au sein de la population (nous le verrons plus loin). Principale concernée par cette activité, les agences de transport foisonnent à Mvan et leurs qualités et le professionnalisme des conducteurs varient en fonction des agences (voir photo 5).



Photo 4 : Agence de transport en commun Yaoundé-Ebolowa

A l'instar de cette agence de voyage, de nombreuses autres assurent la desserte de Yaoundé avec les autres régions du Cameroun. Lorsque les colis des voyageurs ne sont pas rangés dans la soute, c'est sur le toit des voitures qu'ils sont entassés.

© Yannick Tsimi 2016

Pour compléter cette large gamme de moyen de transport, Yaoundé dispose en outre d'une ligne de chemin de fer géré par CAMRAIL et dont les itinéraires sont Yaoundé-Ngaoundéré dans la région de l'Adamaoua et Yaoundé-Douala dans la région du Littoral. La quête permanente d'un souci de modernité du groupe Bolloré qui est l'actionnaire majoritaire, aux côtés de l'Etat, de cette structure s'est matérialisé par l'acquisition de nouveaux trains « Inter-city » dont le confort, le prix, la vitesse (exemple Yaoundé-Douala en 3h30 minutes) et la vue imprenable qu'ils offrent sur la verdure et les peuples du Cameroun fait du « tourisme de nature à grande vitesse » une réalité palpable au Cameroun.

2. Les réseaux de communication et de télécommunication en quête permanente de modernité

Si l'on les compare aux routes qui existent ailleurs sur l'ensemble du territoire national, Yaoundé dispose tout de même des axes routiers plus ou moins en bonne état. Plus ou moins, tel est le diagnostic le plus objectif que l'on puisse poser à l'endroit des routes qui sont parfois d'une excellente qualité (axe reliant la poste centrale au palais présidentiel), mais d'autres qui le sont moins et qui sont constitués de nids de poules et parfois de borbier (Abattoir à Yaoundé). Mis à part leur qualité qui reste à parfaire, il faut dire que Yaoundé fait face à une insuffisance quantitative de routes. En effet, la forte urbanisation couplée à une augmentation croissante du parc automobile fait que de nos jours les embouteillages soient le lot quotidien de tous les usagers de la route. Il est donc plus qu'urgent dans un souci de modernité et d'amélioration du cadre de vie des populations qu'un plan directeur d'urbanisme soit rapidement mis sur pied.

Sur un tout autre aspect, Yaoundé vit de nos jours au rythme de la « 4G », la quatrième génération de la téléphonie mobile. Vraie ou fausse, c'est en tout cas une véritable lutte par média, affiches publicitaires et relations publiques interposées que les deux opérateurs privés traditionnels de téléphonie mobile au Cameroun, MTN et Orange se livrent. C'est bien évidemment un bond technologique qui fait du numérique de nos jours au Cameroun un facteur

important d'émergence. Qu'on le veuille ou pas, internet et la gamme des produits qu'elle véhicule font désormais partie du décor dans la société camerounaise. Cette nouvelle technologie relègue même derrière elle les médias traditionnels que sont la télévision, la radio et la presse écrite. Signalons à toutes fin utiles que Yaoundé abrite tout de même le siège social de la télévision nationale (CRTV), de nombreuses chaînes de télévision privées (vision 4, Atv...), les radios privées (Radio Tiemni Siantou, Magic Fm...), de nombreuses entreprises de presses publiques et privées (Cameroon-Tribune, Mutations, le Jour...)

3. Des infrastructures d'hébergement et de restauration en manque de qualité

En 2011, le MINTOUL recensait un total national de 476 hôtels classés avec une capacité de 13 925 chambres. Encourageant malgré le nombre encore insuffisant si selon les mêmes sources, le Cameroun souhaite accueillir près de 2 millions de touristes d'ici à 2020. Là où le bât blesse avec ces chiffres c'est l'illégalité qui semble s'être érigé en règle dans le secteur hôtelier au Cameroun. En effet, mis à part le non-respect des normes et standards internationaux qui fait que la plupart des visiteurs trouvent à redire sur la présentation physique et la qualité souvent approximative des prestations dans les établissements hôteliers, le plus grand mal reste et demeure encore la clandestinité. Ainsi dans le département du Mfoundi qui abrite la ville de Yaoundé, 120 hôtels classés et agréés subissent la concurrence de 400 hôtels établissements clandestins disséminés dans les quartiers peuplés (MINTOUL, 2011). Ces établissements, tenus par des commerçants portés par le gain facile n'accorde donc aucune place à la satisfaction de la clientèle et représente donc par conséquent une entrave sérieuse aux politiques touristiques mises sur pied. Félicitons tout de même des établissements d'hébergement de classe internationale que Yaoundé abrite sur son sol et qui font le prestige de l'Etat camerounais tant à l'intérieur qu'à l'extérieur, il s'agit notamment : de l'hôtel Hilton situé en plein centre-ville de Yaoundé. Cet établissement classé 5 étoiles (l'un des deux du Cameroun) abritent la majorité des hôtes de prestige du chef de l'Etat et les grandes conférences et débats (voir photo 5).



Photo 5 : Un hôtel noté cinq étoiles en plein centre-ville

A l'instar du Hilton Hôtel, Yaoundé abrite de nombreux établissements d'hébergement de qualité. Les prix pratiqués dans ces établissements sont en général au-dessus du Camerounais moyen. Ils sont donc par conséquent désertés au profit des auberges et des établissements clandestins jugés plus accessibles

© Yannick Tsimi 2016

A côté des établissements d'hébergement, le secteur de la restauration ne se porte pas plus mieux. Entre les établissements qui offrent des mets locaux et ceux qui sont plus portés vers les mets venus d'occident, la cacophonie est grande. Cependant, certains de ces établissements sont devenus de vrais coins de rendez-vous pour amoureux des mets du terroir. Citons pour s'en convaincre le restaurant « La maison blanche » à la montée Mvog-ada un quartier très connu de Yaoundé à 100 FCFA de la poste centrale ou des femmes proposent à une clientèle hétéroclite de choisir des poissons qui seront plus tard passé à la braise façon camerounaise. Plus loin dans l'arrondissement de Yaoundé 2, le restaurant « Couscous de la mosquée de Yaoundé » est une adresse qui attire les citoyens qui recherchent les spécialités culinaires du nord Cameroun. Dans ce restaurant ou souffle un vent du Sahel, vous trouverez du couscous camerounais à toutes les sauces.

CONCLUSION

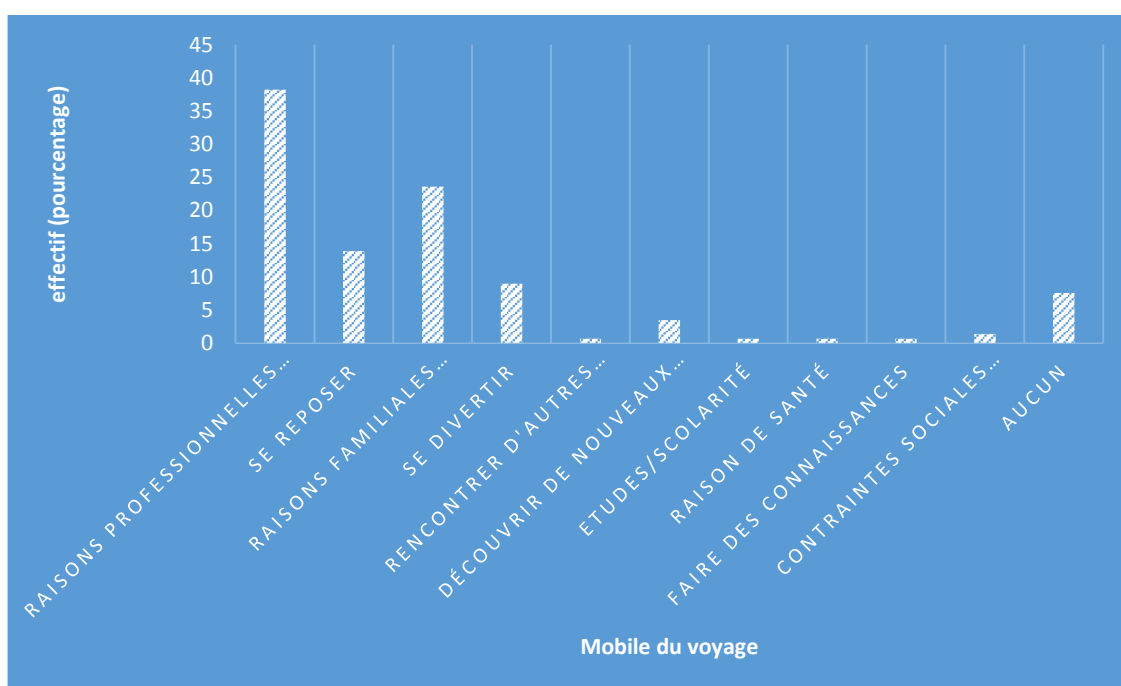
Pour parler comme on le dit trivialement au quartier, en matière de tourisme, les Yaoundéens sont « gâtés ». L'hospitalité légendaire de cette ville, sa situation géographique et son statut particulier de capitale politique de la république du Cameroun font qu'elle bénéficie des aménagements, des infrastructures et qu'elle abrite des événements grandeur nature que l'on ne retrouve nul par ailleurs dans le pays. On devrait donc s'attendre logiquement à ce que ce décor unique auquel les Yaoundéens sont habitués les pousse vers l'envie de mieux connaître leurs pays et de découvrir les autres richesses et les modes de vie des autres peuples et des autres ethnies du Cameroun. En deux mots comme en mille, ceci voudrait tout simplement dire que, plus que les populations de tout autre coin du Cameroun, les populations de la ville de Yaoundé doivent avoir la culture touristique. Cependant, devant ce qui paraît une évidence, posons-nous tout de même la question somme toute idiote de savoir si la fiction dans notre cas ne dépasse pas la réalité ? Plus clairement, la culture touristique est-elle développée au sein des populations de la ville de Yaoundé ? Nous nous attèlerons à répondre à cette question dans le chapitre suivant.

**CHAPITRE 4 : LA CULTURE TOURISTIQUE DES POPULATIONS DE
LA VILLE DE YAOUNDE ; UN CONCEPT A GEOMETRIE VARIABLE**

Avec tous les atouts touristiques dont elles disposent sur leur territoire, les populations de la ville de Yaoundé sont donc d'une certaine manière « gâtée » pour le tourisme. Mais la culture touristique ne se limite pas au fait d'assister à toutes les manifestations qui se passent sur son aire de résidence : le fait de se déplacer est l'une de ses composantes les plus essentielles car c'est lui qui permet de sortir de son cadre habituel, de ses certitudes et d'aller vers l'inconnu, vers l'autre. Dès lors la question se pose de savoir si les Yaoundéens ont inscrits dans leurs habitudes la culture du tourisme, de la découverte des autres cultures ? La réponse à une telle interrogation passe forcément par l'analyse de leur goût en matière de voyage, pour faire plus simple, de leurs habitudes touristiques.

I. DES DEPLACEMENTS GUIDES PAR L'EMPLOI

D'entrée de jeu, on pourrait bien se poser la question de savoir ce qui pousse les Yaoundéens au voyage ? La réponse à cette question est contenue dans ce tableau issu de l'enquête que nous avons réalisé auprès de ces populations.



Enquête de terrain 2015

Figure 8 : Mobile du voyage

De ce tableau, il ressort que sur les 144 personnes interrogées, 55 disent voyager pour des raisons professionnelles, 38 pour des contraintes sociales et familiales, 21.5% pour se divertir, rencontrer d'autres cultures, découvrir de nouveaux lieux et faire des connaissances.

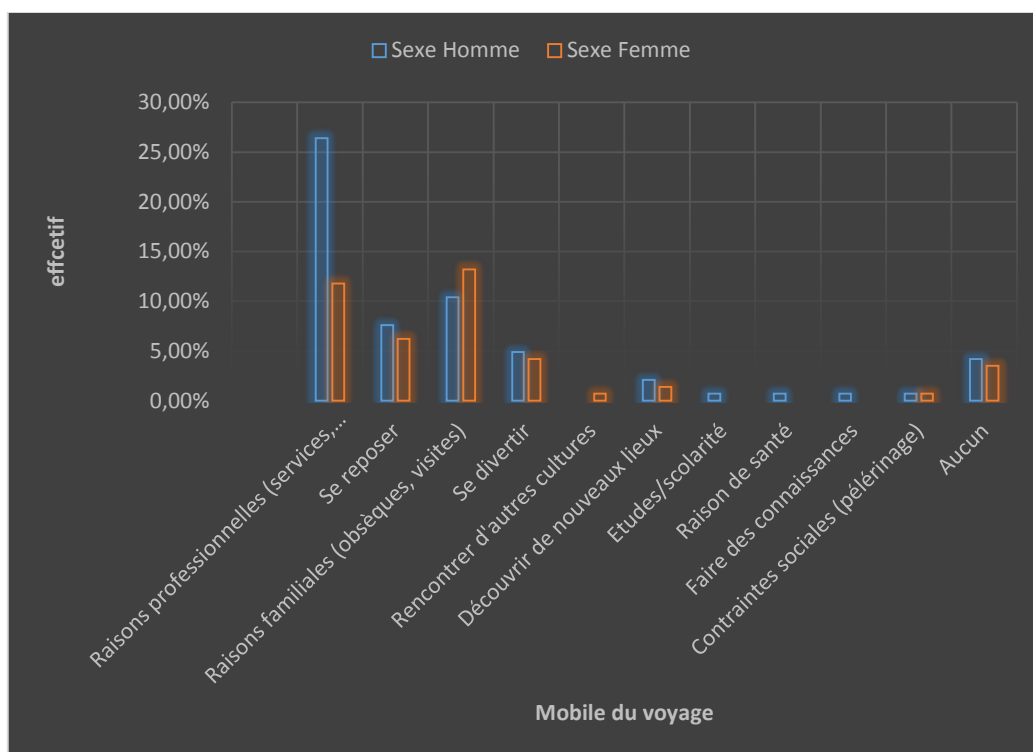
1. Les raisons professionnelles

C'est la principale raison de se déplacer d'une région à une autre des populations de la ville de Yaoundé. Ainsi, que l'on soit fonctionnaire, employé du secteur privé, militaire ou même indépendant, le fait de partir de Yaoundé pour se rendre dans une autre région du Cameroun est souvent conditionné par des raisons d'ordre professionnel. D'ailleurs à ce propos, les fonctionnaires sont ceux qui se déplacent le plus pour les raisons sus-évoquées (21.5% du total des personnes interrogées) suivies des employés du secteur privé (9.7% du total des personnes interrogées).

Lorsqu'on poursuit les analyses, on se rend compte que ce sont les hommes (26.4% des interrogés) dont l'âge est compris dans la tranche 30-40 ans qui se déplacent le plus pour raisons professionnelles tandis que les femmes elles se déplacent en général pour des contraintes familiales (13.2%). Ces résultats impliquent déjà le fait que la majorité de la population de la ville de Yaoundé n'a pas de culture touristique. En effet, si l'on s'arrête seulement à la définition donnée par l'OMT, est considéré comme touriste celui qui voyage pour des raisons autres que celles d'exercer une activité rémunérée sur le lieu de séjour. D'un autre côté, la théorie du touriste à laquelle nous avons eu recours dans cette étude considère le touriste comme celui qui prend une pause dans sa vie pour rompre avec un quotidien devenu ordinaire et entrer dans l'univers sans limite du monde du non ordinaire et du jeu c'est-à-dire du tourisme.

2. Les contraintes sociales et familiales

Les contraintes sociales et familiales constituent la deuxième raison qui pousse les résidents de la ville de Yaoundé au voyage. Il s'agit principalement des deuils, des raisons de santé, la poursuite des études. A Yaoundé comme partout au Cameroun les ressortissants de la région de l'ouest sont ceux dont les déplacements sont les plus visibles notamment pour les obsèques. Notons tout de même que les femmes dont l'âge est compris dans la tranche 30-40 ans représentent le genre qui se déplace le plus pour ses raisons (voir tableau 6).



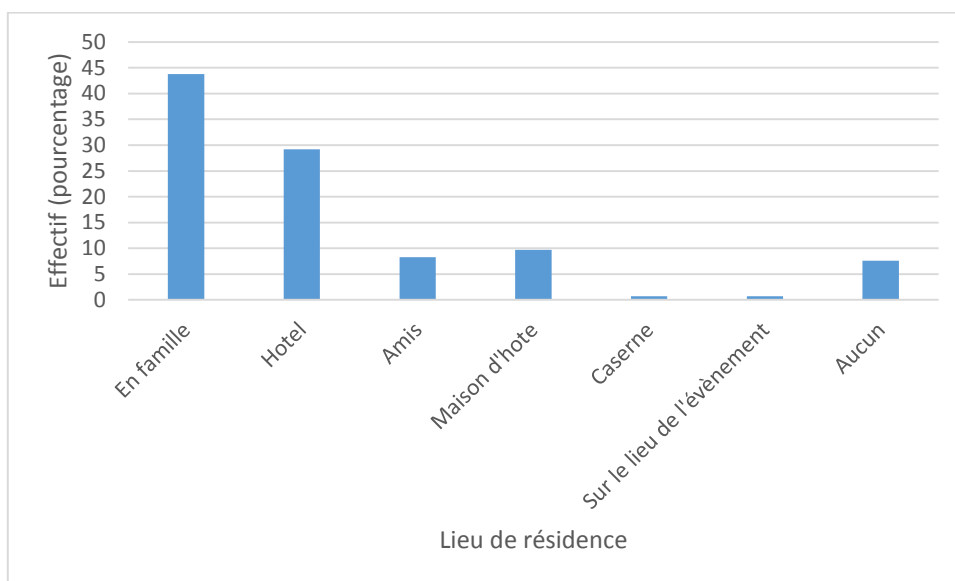
Enquête de terrain 2015

Figure 9 : Croisement sexe*mobile du voyage

3. Le repos

Au Cameroun, le travail commence à 7h30 minutes et s'achève à 15h30 minutes. Cela fait 40 heures hebdomadaires au boulot. C'est un rythme bien évidemment épuisant quand on tient compte des débats qui secouent la France au sujet des 35 heures de travail que les français estiment exagérés. Ainsi pour « recharger les batteries », s'évader et rompre avec un quotidien

devenu lourd voire oppressant, la plupart des Yaoundéens qui le peuvent optent souvent pour des vacances dans les 9 autres régions que compte le pays. Cependant, l'erreur serait de croire que ce sont des localités ou ces personnes n'ont pas d'attache. En effet, à la question de savoir où résidez-vous lors de vos déplacements, la plupart des répondants diront en famille (voir figure 10)

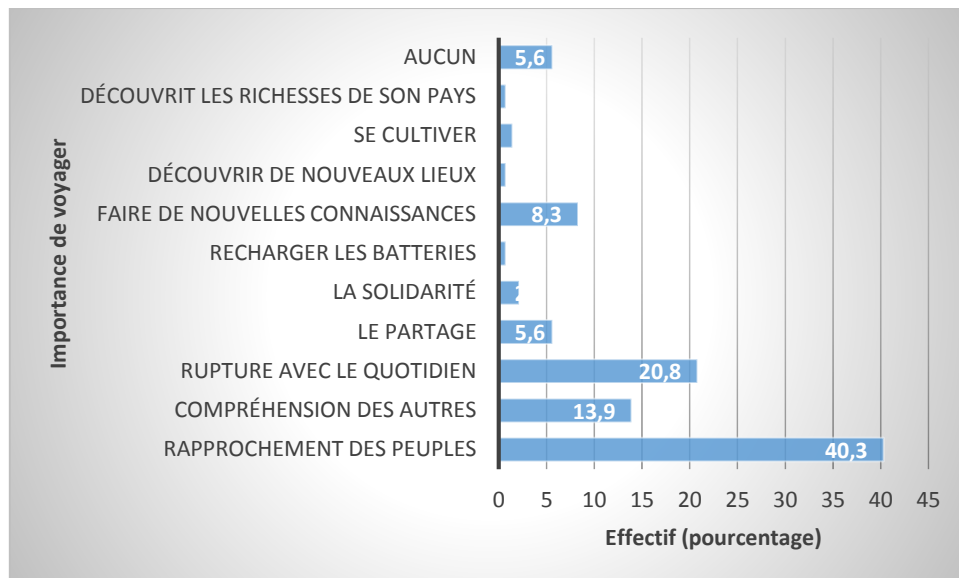


Enquête de terrain 2015

Figure 10 : Diagramme en bâton des lieux de résidence des touristes

Selon cette figure, il apparaît clair que même lorsque les populations de la ville de Yaoundé se déplacent dans d'autres régions du pays, c'est en famille que la plupart réside. Cependant, la proportion de ceux qui résident dans les hôtels (environ 30% de répondants) montrent qu'il y a une évolution dans ce sens et que de plus en plus, les camerounais vont dans des destinations qui leur sont inconnues. Cette catégorie de voyageurs est intéressante pour notre étude car malgré le fait que ces personnes voyagent en premier lieu pour se reposer, sur les lieux de séjour, il est possible que des contacts puissent se créer, des amitiés se nouer, et que l'intégration nationale, l'amour, la compréhension entre les peuples en sortent renforcées.

Pour avoir une idée plus claire capable de soutenir notre argumentaire, nous avons posé la question aux personnes intervenant dans notre échantillon de savoir ce que signifiait in fine le fait de voyager pour eux. Les statistiques qui en découlent sont contenues dans la figure suivante :



Enquête de terrain 2015

Figure 11 : Importance de voyager

Les réponses contenues dans ce tableau sont édifiantes : quand seulement 21.5% des enquêtés estiment que voyager permet de rompre avec le quotidien et de recharger les batteries, 72.8%, autant dire l'entière population pense que voyager permet le rapprochement des peuples, la compréhension des autres, la solidarité, l'enrichissement de la culture. Ainsi, le rôle du tourisme en tant que moteur phare de l'intégration nationale n'est plus à démontrer.

4. Le divertissement et la découverte

20% des répondants estiment qu'ils voyagent en général pour se divertir, rencontrer d'autres cultures, faire de nouvelles connaissances et découvrir de nouveaux lieux. Cette catégorie d'enquêté est la plus intéressante pour nous car c'est elle qui contribue le plus à l'intégration nationale et au rapprochement des cultures. Les hommes sont ceux qui se déplacent le plus pour ces raisons. Mais contrairement à certaines idées reçues, ce ne sont pas ceux des ménages qui disposent de revenus élevés qui se déplacent pour ces motifs : il s'agit principalement des personnes disposant de revenus moyens compris entre 50 000 FCFA et 100 000FCFA.

Tableau 8 : Tableau croisé revenu mensuel*motif du voyage

Tableau croisé Revenu mensuel * Motifs du voyage

	Motifs du voyage											
	Raisons professionnelles (services, affaire)	Se reposer	Raisons familiales (obsèques, visites)	Se divertir	Rencontrer d'autres cultures	Découvrir de nouveaux lieux	Etudes/scolarité	Raison de santé	Faire des connaissances	Contraintes sociales (pèlerinage)	Aucun	
Revenu mensuel 0	0,7%	2,1%	2,8%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%
50000	10,4%	4,2%	8,3%	1,4%	0,7%	1,4%	0,7%	0,7%	0,7%	0,7%	0,7%	3,5%
100000	11,8%	1,4%	6,2%	4,9%	0,0%	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,7%	2,1%
200000	9,0%	4,9%	4,2%	0,7%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%
300000	6,2%	1,4%	2,1%	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

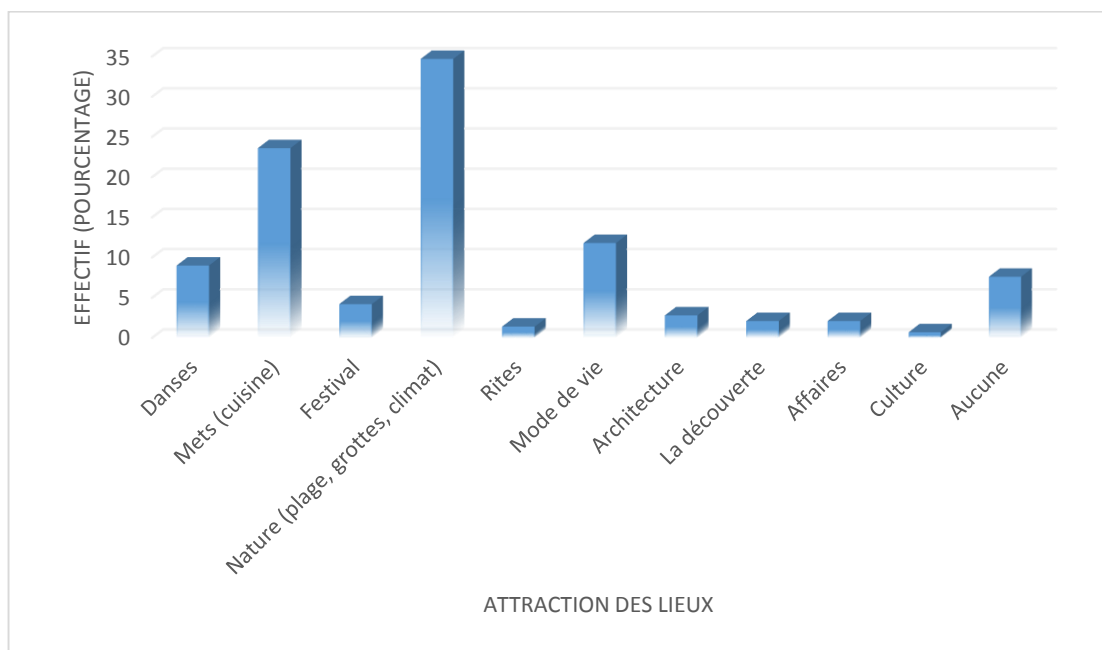
Ce tableau démontre tout simplement que ceux qui ont des gros revenus à Yaoundé voyagent presque toujours pour répondre à des sollicitations professionnelles : l'explication tient au fait que la plupart des personnes qui se recrutent dans cette catégorie préfère souvent aller passer

des vacances en occident. C'est la raison pour laquelle ce sont les revenus moyens qui sont le plus concerné par le tourisme domestique au Cameroun.

II. UN GOUT PRONONCE POUR LA NATURE, LA CULTURE ET LA CUISINE

Le Cameroun est l' « Afrique en miniature », nous ne cesserons jamais de le rappeler : près de 250 ethnies, 837 sites touristiques répertoriés à travers le pays (MINTOUL, 2016). Pour faire simple, certains voient en ce pays « le résumé de toute l'Afrique dans un seul pays ». Cette observation faite nous permet de comprendre qu'en matière de tourisme au Cameroun, il y a le choix : entre les paysages magnifiques des steppes du nord, les plages ensoleillées de la bande côtière, les festivals et la tradition originale des régions de l'ouest Cameroun et les mets à faire pâlir les palais les plus exigeants dans les régions du centre, sud et est..

Les populations de la ville de Yaoundé qui ne manquent pas d'atouts touristiques sur leurs territoires (Voir chapitre 3) sont attirées dans les autres régions du Cameroun par toutes les autres richesses et particularités (voir figure 9).



Enquête de terrain 2015

Figure 12 : attraction des lieux visités

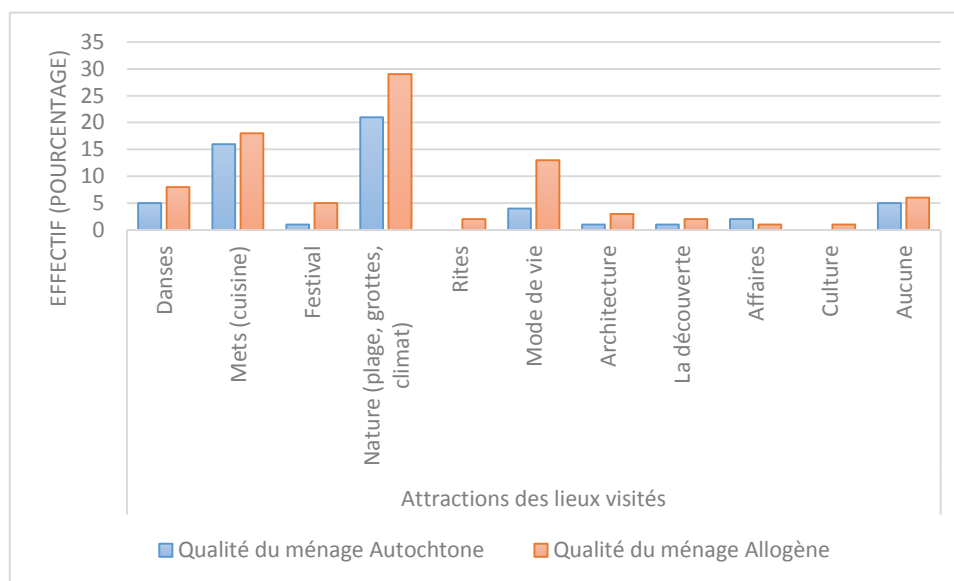
1. La nature comme attraction touristique majeur

34.7% des personnes ayant participé à notre enquête (figure 12) disent être surtout intéressés par la nature qu'offre les lieux visités avec une préférence prononcée pour la plage. Ceci voudrait dire que la plupart des touristes qui partent de Yaoundé prennent en général la direction de la région du sud à Kribi et Limbé dans le sud-ouest. Dans cette catégorie, les couples mariés arrivent en première position (19.4% des personnes interrogées) suivies des célibataires (13.2%). les couples en union libres quant à eux ne sont pas intéressés par la nature (0.7%), eux qui préfèrent les restaurants (1.4%).

2. L'aspect culturel négligé

Aussi surprenant que cela puisse paraître, la culture (danse, rites, festival, mode de vie) arrive loin derrière la nature au rang des richesses qui attirent les Yaoundéens dans d'autres régions du Cameroun. Cela tient certainement au fait que l'ethnie dominante (Bétis) n'a pas su développer une culture originale à l'instar de celle des régions de l'ouest, ou du septentrion.

Conséquence de tout cela, la culture intéresse trop peu de monde à Yaoundé (27.1% du total des personnes interrogées). Lorsqu'on va plus loin dans les analyses, le tableau croisé qualité du ménage (autochtone, allochtone) et attraction des lieux visités ci-dessus nous permet de comprendre que ce sont les allochtones (ceux qui ne sont pas originaires de la région du centre) qui sont le plus intéressés par le tourisme culturel :



Enquête de terrain 2015

Figure 12 : Croisement qualité du ménage*attraction des lieux visités

De ce tableau, il ressort que 20.1% sur les 27.1% du total des personnes intéressés par le tourisme culturel à Yaoundé sont des allochtones. Cependant, ces statistiques ne pourraient en aucun cas signifier que Yaoundé ne dispose pas d'atouts culturels à faire valoir, nous l'avons d'ailleurs vu au chapitre précédent. Il s'agit tout simplement d'une situation qui fait que la culture de la région du centre n'est pas trop vivace comparé au dynamisme observé dans la région de l'ouest. Du coup, de nombreux Yaoundéens ne s'intéressent pas aux festivals culturels d'autres localités du Cameroun.

3. La cuisine, un élément fort apprécié des touristes

L'art, représenté majoritairement par la cuisine arrive en troisième position des attractions qui sont forts appréciés des visiteurs ou étrangers sur les lieux de séjour. Il faut dire que dans ce domaine, le Cameroun n'a rien à envier aux cuisines africaines et même mondiale au vu de sa riche diversité culinaire présente sur toute son aire géographique : quand vous partez dans la région des grassfields, vous pouvez manger du Eru (feuille d'Okok et d'épinard que l'on mélange avec beaucoup d'huile rouge et des peaux de bœuf) accompagné du Wata fufu (sorte de couscous locale), arrivé dans le littoral, du bon Ndolè accompagné de Miondo (Bâton de manioc fait de manière très artistique) ou de l'Ebandja (sorte de poisson grillé très pimenté) plus au sud vers Kribi. La liste n'est pas exhaustive et au fur et à mesure de vos déplacements, vous découvrirez des mets inédits capables d'aiguiser l'appétit et surtout la gourmandise des palais les plus exigeants et de vous faire sinon restés définitivement sur ces lieux, tout au moins être un adepte de visites répétées.

Pour confirmer une telle affirmation, nous avons posé la question aux intervenants dans notre enquête de savoir ce qui pourrait les pousser à revenir sur un lieu qu'ils avaient déjà visités auparavant. 18.1% des répondants avouent que la cuisine en constitue le motif principal (voir tableau 11).

Par ailleurs, l'architecture qui concerne ici les modes de construction des habitats qui sont spécifiques aussi à chaque aire géographique du Cameroun n'attire pas grand monde et ils sont peu à avouer que lorsqu'ils se déplacent dans d'autres lieux que leurs résidences habituelles, ils accordent une grande importance à ce genre d'attraits touristiques (2.8% des personnes interrogées).

4. Les autres attractions des lieux visités

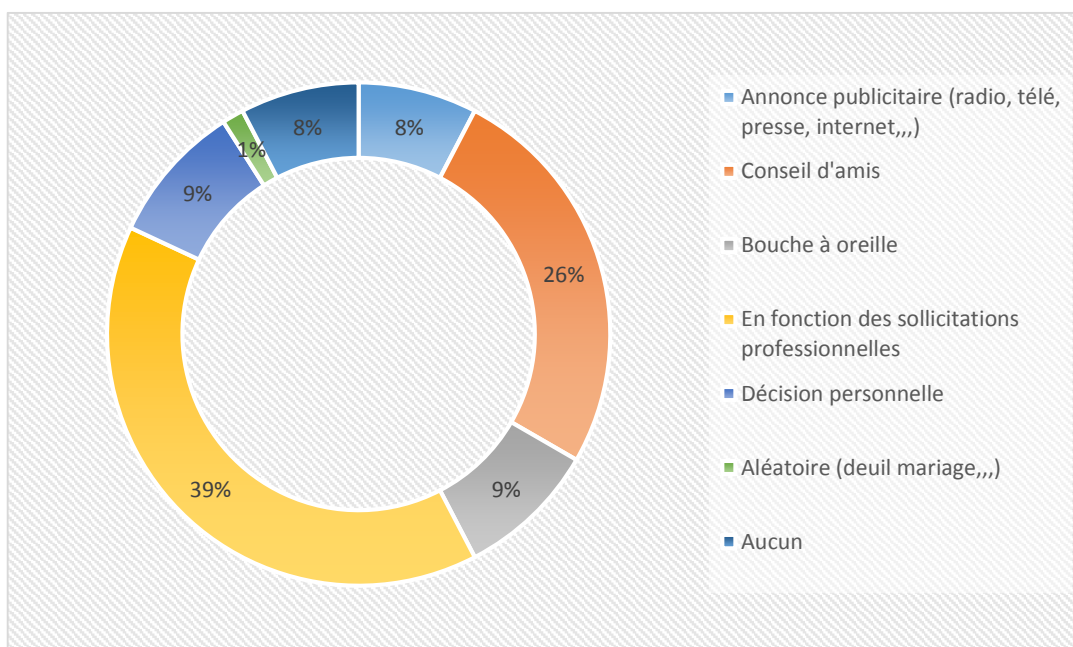
Les populations de la ville de Yaoundé sont intéressées par d'autres richesses dont regorgent l'ensemble des régions du Cameroun : il s'agit notamment des possibilités d'affaire capable de se développer entre les différentes parties du pays. Ces affaires concernent surtout l'achat et la vente des produits agricoles. Ces échanges qui s'établissent souvent entre des personnes d'origine différentes permettent souvent de créer les bases d'une entente et d'une compréhension mutuelle entre les peuples.

III. CHOIX DES DESTINATIONS ET MODE DE TRANSPORT PREFERE

Les habitudes des populations de la ville de Yaoundé semblent être uniformes en ce qui concerne le choix des destinations et le mode de transport devant accompagner la matérialisation de ces choix.

1. Un choix des destinations guidés par les sollicitations professionnelles

Le déplacement des populations de la ville de Yaoundé étant avant tout guidé par des sollicitations d'ordre professionnelles, ce n'est pas une surprise que la figure suivante en soit une illustration.



Enquête de terrain 2015

Figure 14 : Choix de la destination

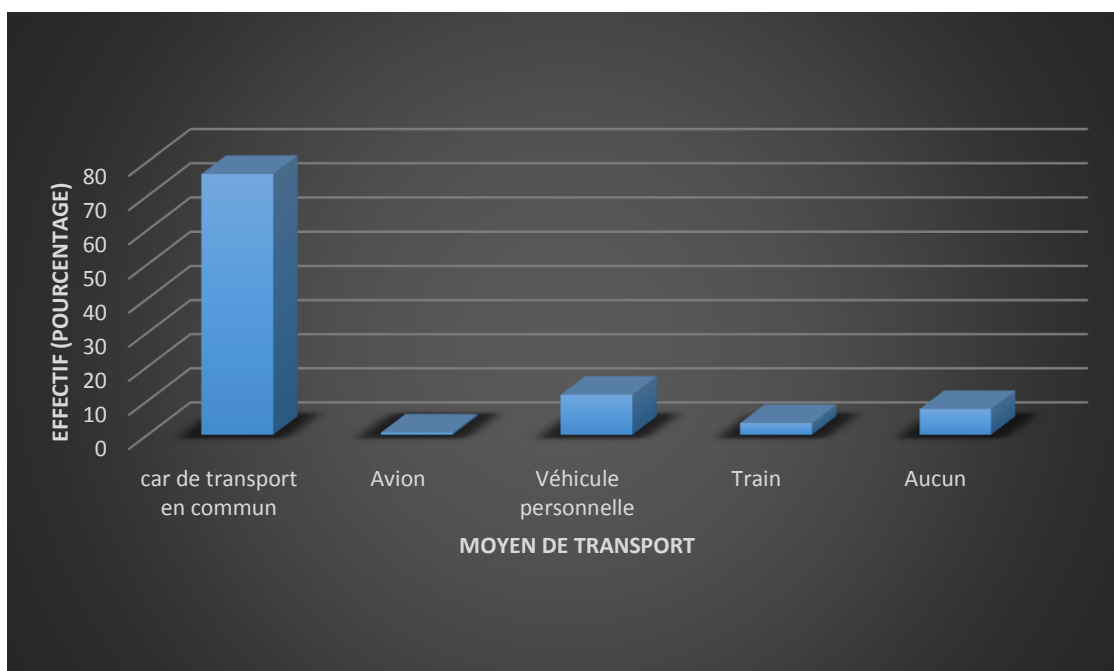
Les sollicitations professionnelles président donc à la décision (si l'on peut s'exprimer ainsi) de voyager des Yaoundéens, mais il y a d'autres canaux que ces populations utilisent lorsqu'ils veulent voyager.

Mis à part les sollicitations professionnelles, le bouche à oreille est un instrument puissant généralement utilisé par les Yaoundéens dans le choix des destinations de voyage. En règle générale au Cameroun, il est compris dans ce qu'il est convenu d'appeler le téléphone arabe qui fonctionne d'une manière très simple : vous avez un ami qui a visité un endroit. De retour, il vous raconte son expérience. Si ça été une expérience marquante, vous serez tentés d'y aller à votre tour et vous en parlerez du même coup autour de vous. Ainsi de fil en aiguille, la formidable chaîne d'information qui va se créer autour d'une seule expérience vécue va toucher tellement de personnes que toutes les publicités véhiculés par les médias traditionnels ne l'aurait fait.

Le pourcentage de personnes (7.6%) qui ont dit consultés les annonces publicitaires et les émissions télé pour voyager démontrent à suffisance le retard pris par le secteur de la communication dans la promotion des sites et l'éducation des masses au tourisme.

2. La route : principal moyen de transport

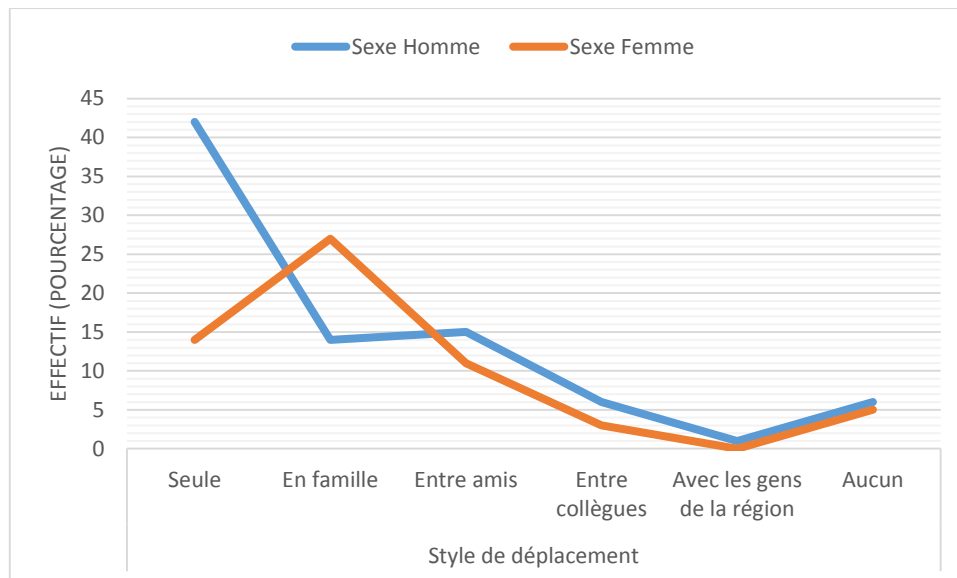
Comme nous l'avons vu au chapitre 3, les populations de la ville de Yaoundé disposent de toute la gamme des moyens de transport à l'exception du transport maritime. Mais pour rallier les différentes parties du Cameroun ils ont des choix préférentiels (figure 11).



Enquête de terrain 2015

Figure 14 : Moyen de transport préféré

Cette figure démontre que les transports en commun (voir photo 7) sont le principal moyen de transport que les Yaoundéens utilisent pour se rendre dans tous les coins du Cameroun. Contrairement aux véhicules personnels qui sont le deuxième moyen de transport le plus utilisé, les cars de transport en commun sont de véritables outils de l'intégration nationale dans la mesure où ils mettent en relation les personnes d'origines diverses unies par le même destin le temps d'un voyage : par leur intermédiaire, des amitiés se forment et il s'établit souvent une sorte de solidarité entre passagers. A ce propos, les hommes sont le genre qui se déplace en général seul ou entre collègues et amis, les femmes elles se déplacent le plus souvent en famille (voir figure 15)



Enquête de terrain 2015

Figure 15 : tableau croisé sexe*style de déplacement

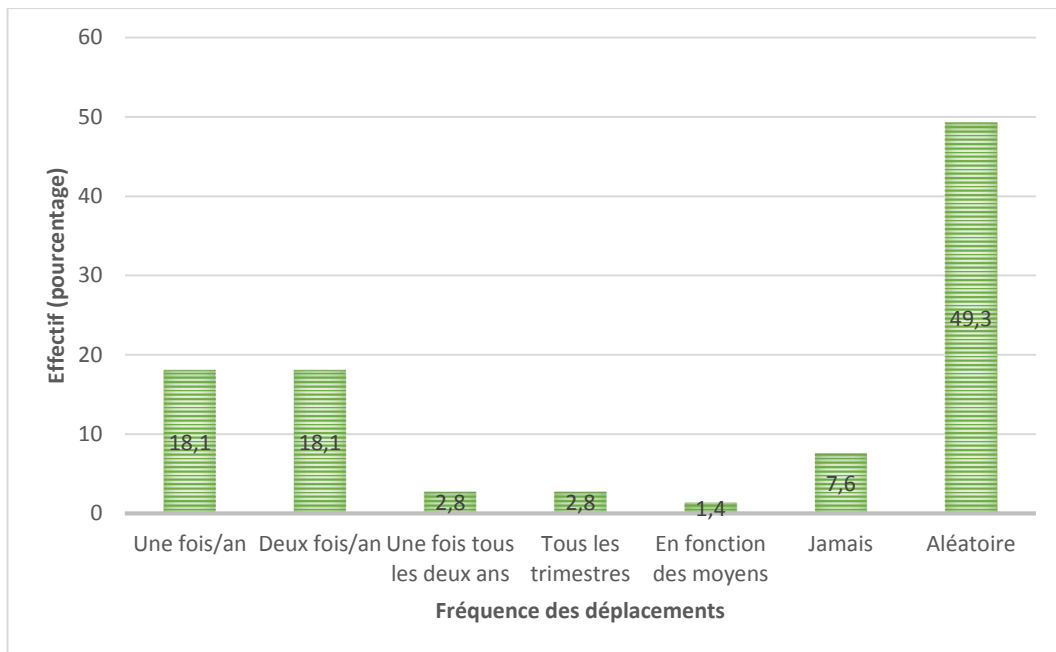
Le pourcentage des hommes (29.2%) qui se déplacent seuls à l'occasion de voyages représente une menace à la culture touristique car cela suppose que les enfants et les femmes ne voyagent pas souvent en leurs compagnies et ne peuvent par conséquent pas s'intégrer aux cultures et au peuple dont ils n'ont aucune idée.

Le recours au train semble ne pas encore s'être généralisé : cela s'explique peut-être par le fait que les camerounais à l'instar de toutes les sociétés de consommation considèrent que le train perd trop de temps. Cependant, l'arrivée d'intercity, le nouvel appareil de CAMRAIL va venir bousculer les habitudes en la matière. En effet désormais, les passagers à bord du train « intercity » partant de Yaoundé pour Douala ne mettent plus que 3h30 minutes. Cela fait une différence de 30 minutes avec les cars de transport en commun, autant dire rien quand on sait que le train reste et demeure le moyen de transport le plus sûr.

La part très marginale de la population qui a recours à l'avion pour se rendre dans les régions du Cameroun s'expliquent d'abord par le fait que ce ne sont pas toutes les régions du Cameroun qui dispose d'aérodrome. Par ailleurs, il est fortement répandu au sein de la population que l'avion est fait pour les gens d'une certaine classe, pour faire simple pour les riches. Ainsi pour éviter des comparaisons désagréables, même ceux des voyageurs pouvant s'offrir un billet d'avion dans le cadre d'un déplacement préfère souvent soit prendre un car de transport en commun ou le train.

IV. FREQUENCE ET TEMPS DU VOYAGE

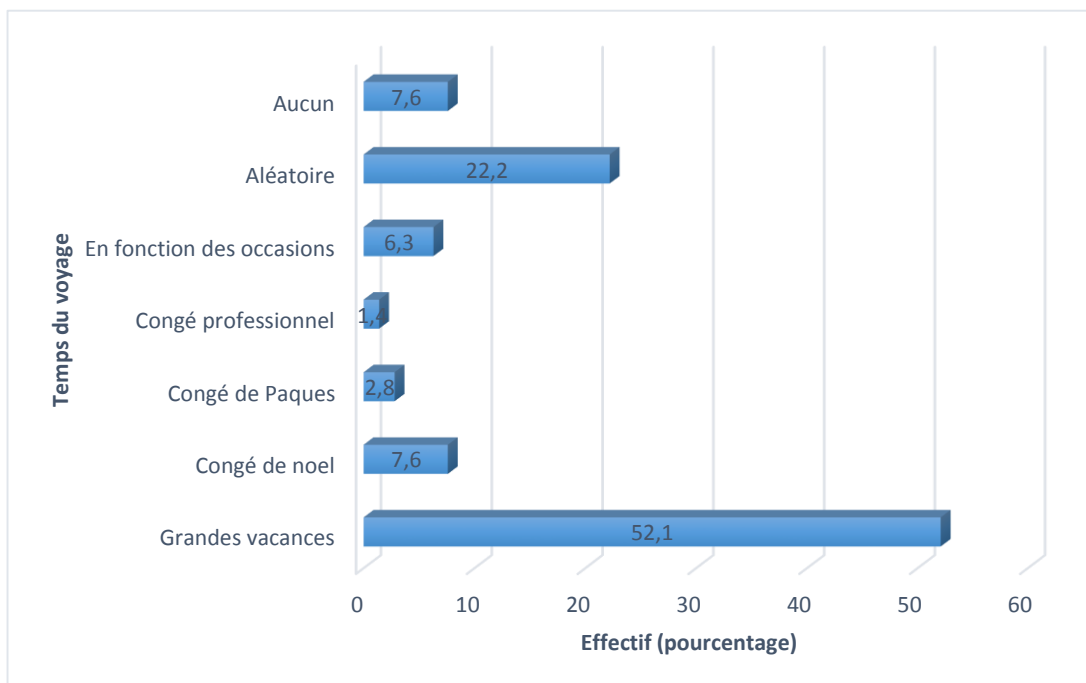
Le point commun que nous avons pu établir entre le mobile du déplacement et le choix de la destination se poursuit logiquement avec la fréquence et le temps du voyage. Ainsi, la fréquence de voyage des Yaoundéens est fortement corrélée à celle du mobile et du choix de la destination. Toutes ces variables tournent autour des sollicitations professionnelles (voir tableau 8 et 14)



Enquête de terrain 2015

Figure 16 : fréquence des déplacements

Le caractère aléatoire de la fréquence des déplacements véhiculés par cette figure démontre que les personnes interrogées se déplacent en cas de sollicitation professionnelle ou lors d'un évènement auquel leur présence est requise. Cependant le temps du voyage que ces personnes ont choisi pour illustrer ces fréquences démontrent à suffisance qu'il s'agit de déplacement rythmé par le travail (voir figure 17).



Enquête de terrain 2015

Figure 17 : temps du voyage

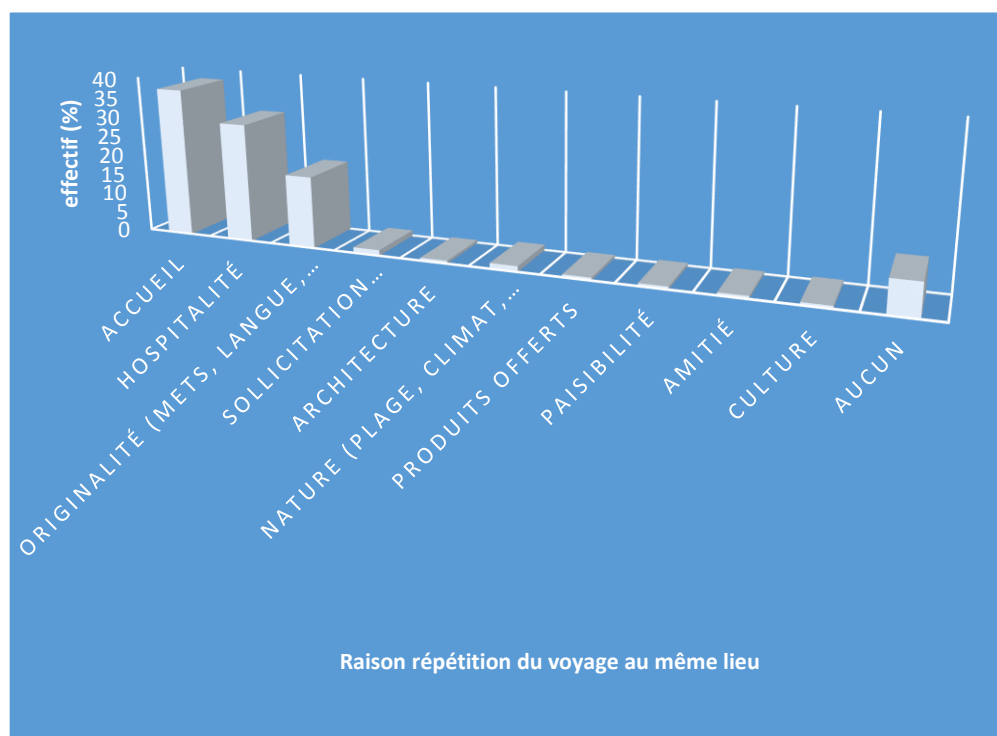
Plus de la moitié des personnes interrogées dans notre étude avoue voyager pendant les grandes vacances. Or pour qui observe attentivement les mouvements de la population au Cameroun,

c'est la période pendant laquelle il y a un certain renouvellement des locataires dans les chambres et maison à louer. L'explication est toute simple, l'Etat a compris que pour ne pas désorganiser la cellule de base de la société constituée par la famille, il valait mieux procéder aux affectations de son personnel pendant les grandes vacances. Cela donne bien évidemment le temps aux familles de ne pas être dispersé et aux parents d'avoir le temps de prendre les dispositions qui s'imposent pour la scolarité de leurs progénitures.

Même si le temps, le mobile, le choix des voyages sont rythmés par les sollicitations d'ordre professionnelles, il existe tout de même des facteurs qui vont faire qu'un étranger revienne sur les lieux qu'il avait déjà fréquenté auparavant. Il s'agit en premier de l'accueil et de l'hospitalité mais aussi des mets proposés.

1. L'accueil et l'hospitalité en tant que critère majeur de la répétitivité du voyage au même lieu

Comme nous l'avons vu au chapitre 1 (exploration du sujet), l'accueil et l'hospitalité sont 2 éléments indissociables de la culture touristique. Ce sont eux en effet, qui font qu'une personne va s'attacher à un lieu et souhaiter y revenir à l'occasion. Une formidable illustration qui démontre que nos propos ne sont pas une simple vue de l'esprit nous est d'ailleurs donné par la figure suivante :



Enquête de terrain 2015

Figure 18 : Raisons de la répétition des voyages au même lieu

Ainsi, 67.4% des personnes interrogées avouent revenir au même endroit à cause de l'accueil et de l'hospitalité. Ce résultat signifie que les populations locales ont un grand rôle à jouer en ce qui concerne le développement de la culture touristique au Cameroun. C'est elle qui par leur amabilité, leur chaleur, leur dynamisme doivent pousser les personnes au déplacement.

2. La gastronomie : un élément incontournable de la répétitivité du voyage au même lieu

Un adage plein de sagesse chez les Bétis dit que « l'homme c'est son ventre ». Nous nous sommes largement étendus dans ce chapitre (un gout prononcé pour la nature, la culture et la cuisine) sur le rôle central qui est celui de la gastronomie.

CONCLUSION

Le fait que les Yaoundéens se déplacent encore majoritairement de nos jours vers les autres régions du pays pour répondre à des sollicitations professionnelles ou à des contraintes familiales démontre bien que la culture touristique n'est pas encore à proprement parler ancrée dans les mœurs sociétales du pays. Cependant, le nombre de personnes (30% des répondants) qui résident dans les hôtels est encourageant et prouvent que tout n'est pas perdu en matière de développement de la culture touristique au Cameroun. Afin de résoudre ce problème qui est vital pour l'unité et la stabilité du pays, il faut d'abord identifier les facteurs qui limitent les déplacements des camerounais à l'intérieur de leurs pays.

**CHAPITRE 5 : LES ENTRAVES AU DEVELOPPEMENT DE LA
CULTURE TOURISTIQUE DES POPULATIONS DE LA VILLE DE
YAOUNDE : ENTRE FAIBLE NIVEAU CULTUREL ET NOUVEAU
DEFI SECURITAIRE**

La culture touristique n'est pas suffisamment développée au sein de la population de la ville de Yaoundé. Le fait que la majorité des personnes qui composent cette population voyage principalement pour répondre à des sollicitations professionnelles le démontre suffisamment. A croire que les camerounais n'ont pas besoin de repos au vu des rythmes contraignants qu'imposent la recherche des conditions de vie meilleure au Cameroun. Faux rétorque Lee et Crompton (1992, cité par Arch G. Woodside) qui pense que les membres d'une société de consommation pour atteindre une pleine efficacité doivent s'adonner au tourisme pour six raisons : changer de routine, s'évader, l'excitation, l'aventure, la surprise et la diminution du stress quotidien. Dès lors, cette réflexion qui détaille l'importance que revêt le tourisme pour un homme nous conduit à nous poser cette question : pour quelles raisons les populations de la ville de Yaoundé pratiquent-elles trop peu le tourisme ? Lepp et Gibson (2003, cité par Arch G. Woodside) pense dans une étude que les gens ne voyagent pas à cause des risques liés au voyage et qui peuvent être des risques financiers, des risques physiques, des risques de non satisfaction, des risques terroristes, des risques psychologiques et des risques sociaux. Tout au long de ce chapitre, nous focaliserons notre attention sur les risques pour déterminer s'ils représentent au plan social, économique, infrastructurel, institutionnel, sécuritaire le principal obstacle au manque de culture touristique des populations de la ville de Yaoundé.

I. AU PLAN SOCIOCULTUREL

Le fait que nous choissions délibérément de commencer par les entraves d'ordre socioculturelles n'est pas un hasard. En effet, puisque notre thème porte sur la culture, cela concerne principalement les individus. Or l'étiquette revêtu par le Cameroun de pays en développement mais profondément ancré dans l'ère de la mondialisation a un impact négatif sur la culture touristique des populations en termes de perception.

1. Le tourisme et la culture touristique au Cameroun : une affaire des « autres »

« *Nous manquons d'eau, d'électricité, nous ne pouvons même pas envoyer nos enfants à l'école et vous venez nous parler de tourisme ?* ». Cette phrase nous l'avons entendu et encore même dans les couches sociales les plus insoupçonnés au cours de notre enquête. Elle résume à elle seule le rapport qui unit les camerounais au tourisme. Pour la plupart des personnes rencontrées, lorsque vous évoquez le mot tourisme, cela renvoie immédiatement au « blanc », « *ce sont les pratiques de blanc, ça n'a rien à voir avec nous* ». Ainsi lors d'un entretien que nous avons eu avec un professeur d'université il est revenu à chaque fois à nous parler de tourisme comme une activité essentiellement extravertie dont les infrastructures et les aménagements obéissaient aux desideratas des occidentaux afin de pouvoir un jour espérer avoir une industrie touristique digne de ce nom. En aucun moment il n'a mentionné le tourisme interne comme un pan important de cette activité et digne d'intérêt.

Cette situation fait dire à un responsable de la sous-direction des sites touristiques au MINTOUL que « *les camerounais ont encore des problèmes de nombril* ». Pour lui, la culture touristique est très peu développée au sein de la population camerounaise parce que la plupart des personnes n'ont pas encore pu satisfaire au besoin les plus basiques de l'existence (manger, s'abriter, se vêtir). Par ailleurs, il pense que cette situation n'est pas seulement le fait des personnes qui se recrutent dans les classes défavorisées du Cameroun (notre enquête nous a d'ailleurs démontré que ce sont les personnes avec des revenus modestes qui voyageaient le plus à travers le pays). En effet, même au sein du ministère du tourisme en charge d'impulser et de promouvoir le tourisme interne, des responsables hauts placés ont encore beaucoup de mal à se faire à cette pratique d'un « autre genre » et d'une autre civilisation. Notre interlocuteur raconte à cet effet l'histoire d'une mission qu'il a eu à effectuer avec des collègues dans une

région du Cameroun. A la fin de ce séjour de 3 jours, un collègue va s'exprimer : « 300 000 FCFA en 3 jours, quel gâchis ! ».

Il apparaît donc clair que pour de nombreux camerounais, le tourisme ne fait pas partie des préoccupations premières et représente une activité destinée à ceux qui ont du temps et de l'argent à « gaspiller ».

2. La vulgarisation des mass média : une autre entrave à la culture touristique

Le directeur des entreprises touristiques au MINTOUL a une autre définition du tourisme. Pour lui, le tourisme n'est plus seulement le fait de se déplacer physiquement d'un endroit à un autre pour une durée d'au moins 24 heures. La vulgarisation des mass-médias : internet, les réseaux sociaux, la télévision par satellite fait que de nos jours, on a plus besoin de se déplacer physiquement pour visiter un lieu. Il suffit pour cela d'avoir une télé câblée ou un accès à internet pour faire des visites guidées de tous les coins du globe.

Cette affirmation de ce haut cadre du MINTOUL n'est bien sûr pas usurpée dans la mesure où des applications comme Google Street View de la gamme des produits Google permettent de visiter les rues des différentes villes du monde. Cela voudrait dire qu'étant chez vous à Maga dans l'extrême nord du Cameroun, vous pouvez voir en temps réel ce qui se passe dans une rue de Paris ou New York.

Si c'est une avancée technologique majeure, cela représente aussi une entrave majeure au développement de la culture touristique au sein des populations camerounaises qui souffrent déjà d'un grave problème de mimétisme. La vulgarisation des mass médias vient donc aggraver un problème d'acculturation qui existait déjà auparavant. Avec toutes les images que les chaînes et les réseaux sociaux véhiculent à longueur de journée, c'est tout le monde en commençant par les hauts cadres de la république qui veut voyager pour aller à « Mbeng » (chez les blancs) comme cela se dit trivialement au pays.

Il n'est donc point surprenant de voir un Bété qui ne peut prononcer un seul mot en Ewondo ou un Bamiléké qui n'a aucune idée du culte des crânes. La question qui semble toute bête mais qui pourrait découler de cette observation est celle de savoir : qu'est ce qui peut pousser quelqu'un qui ne s'intéresse pas du tout à sa propre culture à aller visiter la culture de quelqu'un d'autre qui se trouve sur sa même aire géographique ? A première vue, la réponse à cette question paraît rien !

Et si l'on prend la question dans l'autre sens, elle pourrait bien donner ceci : quelqu'un peut-il valoriser ce dont il n'a pas connaissance ?

Loin d'être une sinécure, le problème de la connaissance et de la valorisation des cultures est un véritable obstacle au développement de la culture touristique car le tourisme c'est d'abord du « donner à voir » et lorsqu'il n'existe pas, aucun déplacement n'est envisageable.

3. L'enracinement des préjugés au sein de la population : une autre menace à la culture touristique

Les préjugés que nous avons décriés à l'entame du chapitre 1 sont des obstacles majeurs à prendre en considération lorsqu'on veut analyser la faible culture touristique des populations de Yaoundé en particulier et du Cameroun en général. En effet, le simple fait de penser que les Bétés encore appelés « Nkouack » chez les Bamiléké sont « dépensiers » limite à coups sur les possibilités de rapprochement entre ces deux ethnies. Voici à ce propos une analyse du Pr

Ferdinand Chindji-Koulevu (cité par l'effort camerounais en 2015) sur le tribalisme : « *entre 1991 et 1994, l'on a assisté au Cameroun à une véritable explosion inter-ethnique qui s'est manifestée de plusieurs manières. Et d'abord par une sorte de débridement du discours ethno centré avec des invectives à caractère tribalistes dans les lieux publics (marchés, services publics, bars, école...) : 'toujours ces Bamiléké (...), vous les Bassa ! Encore des Bétis ! Et les Anglo alors ! Quant aux Nordistes ! Tout un discours agrémenté d'expressions les plus injurieuses qui faisaient que le locuteur se comporte toujours en agresseur... ».*

Parfois ces préjugés tiennent même du mythe. Ainsi par exemple il est fortement répandu au sein de la population camerounaise que les Eton, l'une des principales tribus de la région du centre Cameroun « mangent le savon » et que ces ressortissants ont « 5 minutes de folie ». Des vues de l'esprit qui nourrissent les commentaires de toutes sorte et qui font qu'il serait très rare qu'un camerounais « sain d'esprit » décide alors d'aller découvrir la culture et le mode de vie de ce peuple pourtant travailleur et dont le dynamisme fait la fierté de la région tout entière. Le président de la section RDPC de Yaoundé 7^{ème} lui a eu à faire un déplacement dans la région du nord-ouest pour répondre à une sollicitation professionnelle. Il a toujours eu peur des ressortissants de la partie Anglophone du pays au vu des informations qui circulaient et qui disaient que ces gens étaient « à gauches » (entendez par là que leur comportement étaient à l'opposé de ce que la société considère comme la norme en d'autres termes et pour faire simple que les Anglophones sont des « fous »). Son témoignage est édifiant « *Quand j'arrive au nord-ouest j'ai peur de ce que je vais y trouver. Grande est ma surprise de me confronter à un peuple accueillant et chaleureux. Je dois bien avouer que mes certitudes se sont écroulées dès cet instant là et j'ai compris pourquoi cette croyance populaire sur les Anglophones. La raison tient tout simplement au fait que ces gens ont trop de problèmes en termes de routes et d'accès aux infrastructures socialisantes. Ils éprouvent donc des difficultés quotidiennes pour survivre, ce qui les pousse à poser des revendications de manière permanente et ont dit donc qu'ils sont « à gauches ».*

Ce témoignage est capital parce qu'il démontre que les préjugés ne sont pas toujours vraies, la seule manière d'en avoir le cœur net c'est de se déplacer et d'entrer en contact avec les personnes concernées.

4. Le manque de temps comme entrave à la culture touristique

27.1% des personnes que nous avons interrogés disent ne pas voyager parce qu'ils n'ont pas de temps pour le faire. Nous nous sommes donc intéressés à la catégorie socioprofessionnelle qui est la plus affectée par ce facteur. En voici les résultats

Tableau 9 : tableau croisé profession*raison de la faible culture touristique

		Raisons de la faible culture touristique							
		Manque d'argent	Manque de temps	Tribalisme	Responsabilités familiales	Peur des autres ethnies	Problème de santé	Manque de route	Aucun
Profession	Fonctionnaire	18,8%	8,3%	0,0%	6,2%	0,0%	0,0%	0,7%	2,8%
	Employé secteur privé	14,6%	7,6%	0,7%	2,8%	0,7%	0,0%	0,0%	0,7%
	Indépendant	12,5%	9,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,7%	0,7%
	Ouvrier	1,4%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Militaire	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Contractuel	0,7%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Temporaire	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Hotellier	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Etudiant	6,2%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Enquête de terrain 2015

Il ressort clairement de ce tableau que ce sont les indépendants (moto-taximan, coiffeur, mécanicien, call-boxeur...) qui sont le plus concerné par les problèmes de manque de temps (soit 9% du total des interviewés). Cela s'explique par les rythmes de travail parfois déments de cette catégorie socioprofessionnelle. Tenez par exemple, un moto-taximan est tenu de verser une recette journalière de 3000 FCFA à son patron. Il travaille pour lui même le samedi et doit rivaliser d'astuces et surtout de force de travail pour pouvoir avoir de quoi nourrir sa famille. Le dimanche, la recette du jour est consacrée à faire le plein de la moto et à la vidange de celle-ci. Au vu d'un tel rythme de travail, le moto-taximan n'a pas la possibilité même s'il le souhaite de faire du tourisme.

Or la convention collective (décret N°75/28 du 10/01/1975) signée entre l'Etat et les syndicats reconnaît à chaque travailleur le droit à la jouissance au congé payé après un an de service effectif. Osez donc demander à un patron de garder sa moto le temps pour vous moto-taximan de prendre quelques jours de congé, il vous aura remplacer avant que vous ne franchissiez sa porte.

II. AU PLAN INSTITUTIONNEL

Si les populations n'ont pas de culture touristique à la base au Cameroun, c'est parce que l'Etat ne fait pas assez pour promouvoir le tourisme interne. Cela tient aux politiques qui sont mises en place en matière de formation, d'administration et du climat des affaires.

1. Des politiques lâches en matière de formation en tourisme

L'enfant qui naît et qui suit tout son cursus scolaire au Cameroun est confronté pour la première fois au tourisme seulement au supérieur. En effet, il n'existe aucune matière au niveau de la maternelle, du primaire et du secondaire qui accorde un tant soit peu une certaine attention au tourisme. Cette situation est renforcé par les manuels scolaires qui pour la plupart n'ont aucun contenu sur le tourisme. En dehors de la géographie et de l'histoire qui sans être exhaustif font tout de même mention du tourisme dans certains de leurs chapitres (notamment dans les classes de 5^{ème} et terminale), le tourisme reste une inconnue dans les autres matières du système éducatif au Cameroun.

Il n'est donc point rare de rencontrer bon nombre de camerounais qui pense que les personnes qui font des formations en restauration ou en hôtellerie dans les centres de formation, dont la plupart ne sont pas agréés, sont des rejetés du système scolaire.

Cependant, la situation devient inverse dans le supérieur où l'on note un début de reformes avec la création des instituts de formation privés spécialisés en tourisme comme l'institut Siantou de Yaoundé, l'ISTAM à Douala. L'Etat n'est pas en reste dans cette mouvance, elle qui a créé à N'Gaoundéré dans la région de l'Adamaoua l'Ecole en Hôtellerie et Tourisme de la CEMAC qui forme les ingénieurs en hôtellerie et restauration et qui a doté l'université de Yaoundé I à Ngoa Ekelle d'un département de tourisme qui forme les étudiants à l'obtention d'un master professionnel en tourisme.

Cette stratégie de l'Etat qui consiste en la formation par le haut pose un certain nombre de questions : comment quelqu'un qui n'a pas été formé dès la base en tourisme, qui ne sait même pas ce que c'est que le tourisme peut-il subitement s'intéresser au tourisme arrivé au supérieur et après avoir mené des études en mathématique, en science de la vie et de la terre, en français, en anglais, en espagnol, en histoire, en géographie ? Les intentions de l'Etat sont-elles vraiment celles de développer une culture touristique au sein de la population camerounaise ou alors de

se doter d'un personnel qualifié capable de répondre aux exigences d'une clientèle essentiellement occidentalisée ?

Autant de question les unes plus importantes que les autres et qui ne manquent pas d'intérêt. L'orientation de l'Etat en matière de formation en tourisme nous semble belliqueuse et ne saurait en aucun cas contribuer à développer le gout du voyage au sein d'une population qui souffre déjà d'un manque de moyens existentiels.

2. Les lenteurs paralysantes du processus de décentralisation

Avec le processus de décentralisation consacré par la loi fondamentale du 18 Janvier 1996 et institué en 2004 par la loi sur la décentralisation, les collectivités territoriales décentralisées que sont les mairies et les régions constituent désormais le maillon essentiel sur lequel doit s'appuyer le tourisme tant au plan national qu'au plan international. Cela voudrait dire en des termes plus clairs que ce sont les mairies et les régions qui ont désormais la charge de définir des stratégies à même d'attirer le plus grand nombres de visiteurs sur leur territoire.

Cela représente une innovation dans le sens où il va s'établir une certaine concurrence entre ces collectivités. Cela se matérialise notamment par la mise sur pied des offices de tourisme au niveau communal chargé d'aménager les sites, vendre l'image des localités, accueillir et entretenir les visiteurs pendant toute la durée de leurs séjours.

Pour que de tels programmes soit possible, il faut bien évidemment transférées des compétences mais surtout des ressources aux communes et dans cette optique, le MINTOUL fait montre de mauvais élève comme le démontre le tableau suivant :

Tableau 10 : Ressources transférées par ministère entre 2010 et 2014

<i>MINISTERE CONCERNE</i>	RESSOURCES TRANSFEREES (En milliers de FCFA)
1. <i>Ministère des arts et de la culture</i>	90 000 FCFA
2. <i>Ministère de l'agriculture et du développement rural</i>	8. 280. 700 FCFA
3. <i>Ministère des affaires sociales</i>	751. 915 FCFA
4. <i>Ministère du commerce</i>	1.140.000 FCFA
5. <i>Ministère de l'éducation de base</i>	23. 863 FCFA
6. <i>Ministère de l'énergie et de l'eau</i>	5.691.150 FCFA
7. <i>Ministère de l'emploi et de la formation professionnelle</i>	580.240 FCFA
8. <i>Ministère de l'élevage des pêches et des industries animales</i>	6.199.100 FCFA
9. <i>Ministère des forêts et de la faune</i>	726.000 FCFA
10. <i>Ministère de l'habitat et du développement urbain</i>	1.460.000 FCFA
11. <i>Ministère des petites et moyennes entreprises</i>	150.000 FCFA
12. <i>Ministère de la promotion de la femme et de la famille</i>	2.081.766 FCFA
13. <i>Ministère de la santé publique</i>	23.053.700 FCFA
14. <i>Ministère du tourisme et des loisirs</i>	670.000 FCFA
15. <i>Ministère des travaux publics</i>	7.441.000 FCFA

Source : Cameroon-tribune, aout 2014

Sur 360 communes que compte le Cameroun, 670 000 de FCFA paraissent bien dérisoires. En effet, un calcul vite fait nous révèle que chaque commune du Cameroun bénéficie d'à peine 1900 FCFA pour développer le tourisme au niveau local. Quand on connaît les besoins de celles-ci en équipement et en infrastructures de socialisation tels que les parcs et les aires de jeu, une telle somme peut signifier au mieux de la rigolade au pire une volonté manifeste que les choses n'avancent pas dans le sens souhaité.

3. Les problèmes de gouvernance

Pour organiser un grand évènement culturel comme YAFE (Yaoundé en Fête) qui draine des foules importantes de visiteurs, cela nécessite de mobiliser d'énormes moyens financiers. La plupart du temps, il faut aller chercher ces fonds auprès d'investisseurs convaincus de faire de bonnes affaires en engageant leurs fonds dans de tels projets. Or si l'on s'en tient au dernier classement Doing Business du mois d'octobre 2015 qui mesure le climat des affaires dans un pays, le Cameroun est classé 172^{ème} sur 189 pays.

C'est une place bien évidemment déshonorante qui a souvent été rappelée même dans les discours officiels. Tenez par exemple cette attitude de l'ancien ministre du tourisme Baba Hamadou dans un document intitulé *présentation de la situation touristique du Cameroun*, divulgué en 2005. Le ministre pense en cette occasion que les principaux facteurs qui empêchent l'expansion du secteur touristique sont entre autres « *une image négative due aux tracasseries et aux difficultés rencontrées par les touristes* ».

Les tracasseries, parlons-en ! Ce mot est devenu un véritable serpent de mer au Cameroun tant il est décrié au quotidien sans véritable solution. Ces dérivés sont bien connus : procédures complexes, délais longs, corruption, clientélisme, couts élevés des procédures, c'est le pays deux fois champion mondial de la corruption ou la mauvaise gouvernance s'est érigé en règle au point de pousser le président de la république lors d'un discours officiel, après avoir fait un inventaire des richesses dont dispose le pays à se poser la question : « *Qu'est-ce qui nous manque ?* ».

Constituer un dossier pour faire des affaires au Cameroun relève souvent du véritable parcours du combattant. Les procédures administratives sont tellement longues et couteuses que cela découragent souvent même les investisseurs les plus motivés. Conséquence, c'est l'Etat qui investit encore le plus dans le tourisme quand c'est le privé qui devrait le faire comme cela se passe dans les grandes destinations touristiques mondiales.

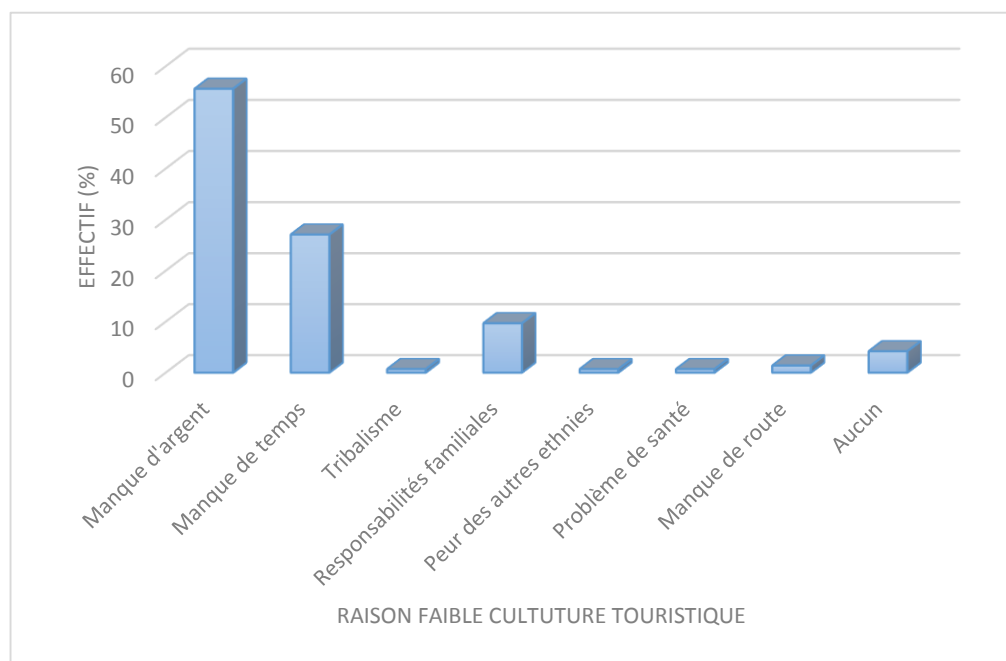
De ce fait, il existe très peu d'évènement culturel comme YAFE capable de drainer des foules importantes et de contribuer en un seul lieu et pour un même évènement au brassage des cultures et à l'intégration nationale.

III. AU PLAN ECONOMIQUE

La seule évocation des qualificatifs souvent utilisés lorsqu'on veut faire référence au Cameroun : pays pauvre et très endetté, pays sous développé, pays en voie de développement, champion de la corruption suffit pour comprendre les difficultés du pays en termes de réalisation économiques et les liens qui unissent les camerounais à l'argent. De ce fait, la culture touristique tout comme l'ensemble des activités qui requièrent de sortir de l'argent au Cameroun souffre du manque des moyens financiers des usagers, de l'extraversion de l'économie, du manque de statistiques disponibles, de la mauvaise qualité et du manque des infrastructures.

1. L'absence des moyens financiers

Au-delà du fait qu'à Yaoundé comme partout au Cameroun il y a une bonne frange de la population qui estime que le tourisme est une affaire des « autres » en référence aux occidentaux, il y a bien évidemment une partie qui connaît les bienfaits que procurent les voyages et qui souhaitent pratiquer cette activité constamment. Cependant, cette frange de la population fait face à un problème et non des moindres : le manque d'argent. La figure suivante en est une parfaite illustration :



Enquête de terrain 2015

Figure 19 : raisons de la faible culture touristique

Cette figure nous révèle que si 55.6% des populations de la ville de Yaoundé ne voyagent pas, c'est à cause du manque de moyens financiers. Pour comprendre les raisons de ce mal profond, allons interroger le prix moyen d'un séjour au Cameroun. A ce propos, le premier constat est que les prix ne sont pas uniformes, ils varient en fonction de l'agence choisie, du nombre de jours et de la destination. Selon le site internet Alter Enga spécialisé dans l'organisation des voyages au Cameroun, il faut compter au minimum 1980 euros pour une personne soit à peu près 1.100.000 FCFA pour un séjour de 12 jours 11 nuits. Cette statistique concerne les touristes qui voyagent dans les agences. Mais lorsqu'on prend le cas des personnes qui voyagent seul sans passer par ces agences, il est important qu'on se réfère au prix d'une nuitée dans les établissements d'hébergement (voir tableau)

Tableau 11: prix moyen en FCFA des chambres dans les établissements d'hébergement classés du Cameroun en 2005.

Categorie	Prix TTC petit déjeuner compris
Hotel 1 étoile	17 500
Hotel 2 étoiles	25 000
Hotel 3 étoiles	40 000
Hotel 4 étoiles	86 500
Hotel 5 étoiles	145 000

Source : MINTOUL

Arrêtons-nous à ce niveau : 1.100.000 FCFA pour un séjour de 12 jours, 17500 FCFA pour une nuit dans un hôtel classé ! A première vue, ces sommes ne représentent pas à proprement parler les 10 travaux d'hercules pour une personne qui connaît les bienfaits du tourisme dans la vie d'un homme. Mais poursuivons tout de même notre analyse pour s'intéresser aux salaires des camerounais : selon des statistiques publiées par l'INS en 2011, le SMIC est de 45 644 FCFA tandis que le salaire le plus élevé concerne les fonctionnaires de la catégorie A2 indice 1140, il est de 280 140 FCFA (annuaire statistique du Cameroun 2011). Les personnes que nous avons interrogées ont en moyenne 3 enfants.

Avec ces salaires et le cout des voyages, il devient dès lors très difficile d'envisager des voyages et encore moins en famille. C'est la raison pour laquelle la plupart des personnes interrogées (38.9%) disent voyager seul en général. Par ailleurs, le Cameroun n'échappe pas à la règle qui dit qu'en Afrique, la famille c'est sacré. Il est donc très répandu lorsqu'un membre d'une famille a eu « la chance » d'avoir un emploi, qu'il s'occupe du reste de la famille : frères, sœurs, cousins, tantes, neveux. Avec toutes ces charges induites, dépenser pour faire du tourisme est considéré comme ce qui relève du superflu et dans certains cas est assimilé à du snobisme.

2. Le caractère extraverti de l'activité

Comme nous avons déjà eu à le dire plus haut (voir le tourisme et la culture touristique : une affaire des autres), le tourisme est une activité économique essentiellement extravertie c'est-à-dire orienté vers une clientèle en grande majorité occidentalisée. En effet, l'Etat concentre ses efforts vers cette clientèle car c'est elle qui est la plus pourvoyeuse de devises. Ainsi lorsqu'on consulte les statistiques disponibles en matière de nuitées dans les établissements d'hébergement on comprend mieux pourquoi (tableau 16)

Tableau 12 : Nuitées dans les établissements d'hébergement nationalité et de résidence entre 2005 et 2008

Statut de résidence	Nationalité	2005	2006	2007	2008
Non résident	Camerounaise	27902	39481	52627	69796
	Autres nationalités CEMAC	52580	69692	94683	101792
	Autres nationalités africaines	74627	85218	95566	95360
	Allemande	11266	14809	14488	17230
	Française	80057	99389	103735	105759
	Britannique	11618	13698	24686	20962
	Italienne	8915	9399	8175	8203
	Suédoise	2239	2898	2882	4693

Source : MINTOUL

La différence est énorme, quand en 2008 il n'y avait que 69796 touristes de nationalité camerounaise qui ont été enregistrés dans les établissements d'hébergement du Cameroun, dans le même temps, il y avait 156.847 touristes occidentaux.

Ce chiffre de 69796 touristes camerounais qui fréquente les hôtels est encourageant car il vient mettre en mal le manque de moyens financiers pour expliquer la faible culture touristique des camerounais. Il montre aussi que si l'Etat déployait les mêmes efforts qu'il déploie au niveau international pour vendre l'image du pays, le tourisme interne ne s'en porterait que mieux.

Il serait tout de même de bon ton que l'on souligne les efforts de promotion qui sont déployés çà et là pour faire voyager les camerounais à l'intérieur de leurs pays : l'une de ces initiatives, la plus originale à notre avis est celle de la chaîne de télévision Canal 2 international installé à Douala qui se propose à travers l'émission Camer vision diffusée tous les mardis lorsqu'il est 18h30 minutes de présenter les différents richesses dont regorgent le Cameroun afin de susciter en chaque téléspectateur l'envie de voyager.

3. L'inexistence d'un compte satellite du tourisme

L'un des problèmes dont souffre le plus la culture touristique au Cameroun est l'absence d'instruments susceptibles de mettre en évidence l'impact de cette industrie dans l'économie nationale : il s'agit des comptes satellites. En effet, si le tourisme et partant la culture touristique qui est la première industrie mondiale pourvoyeuse d'emplois et génératrices de revenus marque le pas au Cameroun, c'est parce que l'Etat et les populations n'ont pas encore pris la pleine mesure de ce que représente cette activité dans le processus de développement des Etats. La faute au Cameroun à un manque criard de statistiques disponibles sur les recettes directes et indirectes générés par cette activité. En effet, la contribution du tourisme même au plan économique n'est évaluée qu'à partir de statistiques publiées par les établissements d'hébergement et de restauration. En témoigne le tableau suivant qui donne la part du tourisme dans la production nationale du Cameroun entre 1994 et 2003.

Tableau 13 : Part du tourisme dans la production nationale au Cameroun entre 1994 et 2003

Année	Production (restaurants et hôtels)	Production totale	% par rapport à la Production totale
1994	273,09	6234,92	4,38
1995	328,41	7289,06	4,51
1996	349,15	7710,46	4,53
1997	374,98	8385,83	4,47
1998	402,10	8829,02	4,55
1999	439,06	9797,99	4,48
2000	445,89	10232,28	4,36
2001	496,50	11202,70	4,43
2002	510,51	11761,03	4,340
2003	558,42	12531,74	4,46

Source : INS

Il ressort de ce tableau que l'impact du tourisme sur le développement du Cameroun n'est mesuré qu'à partir de la production des hôtels et des restaurants. C'est une vue trop parcellaire, même du point de vue économique, qui ne saurait faire foi. En effet, si l'on excepte le plan économique, le tourisme est une activité transversale qui touche dans les domaines du social, du culturel et même l'environnement. On ne saurait donc en aucun cas n'y voir que des enjeux économiques.

S'il avait existé, un tel compte aurait permis de faire écrouler la croyance très fortement ancrée dans les mémoires collectives au Cameroun et qui ne voit au tourisme qu'une activité « élitiste ».

Si au ministère du tourisme on se défend qu'un tel compte existe bel et bien, il faut tout de même dire qu'il n'est pas actualisé et souvent hors de propos. Tenez par exemple, l'annuaire statistique du tourisme auquel nous avons eu recours au cours de ce travail a été publié en 2013. Il répertorie pourtant les statistiques de 2005 à 2008. Nous sommes en 2016, en quelle année seront disponibles les statistiques de cette année ? A ce niveau l'expression anglo-saxonne « just wait and see » nous semble la plus appropriée.

4. La mauvaise qualité et le manque infrastructurel

Au Cameroun, il est prouvé que « la route tue plus que le sida ». En effet, selon des statistiques officielles recueillies auprès du ministère du transport, 3000 personnes meurent au Cameroun chaque année de suite d'un accident de la circulation (journal du Cameroun.com, mars 2016). C'est un chiffre proche de l'horreur quand on sait le nombre de personnes qui empruntent la route tous les jours. Ainsi sur l'axe Yaoundé-Douala-Bafoussam encore appelé « le triangle de la mort », il n'est pas rare de voir des hommes et des femmes tenir des chapelets et récitant secrètement une prière pour ne pas faire partie de la longue liste des personnes mortes de suite d'un accident de la circulation.

Tableau 14 : Répartition des accidents selon les régions en 2009

Régions	Accidents corporels		Accidents mortels		Accidents matériels	Total (1+2+3)
	Nombre (1)	Blessés	Nombre (2)	Tués	Nombre (3)	
Adamaoua	120	275	55	66	84	259
Centre	400	900	130	165	396	926
Est	136	264	67	72	102	305
Extreme-Nord	78	249	42	70	17	137
Littoral	377	859	105	151	422	904
Nord	98	202	100	100	70	268
Nord-Ouest	128	331	63	89	51	242
Ouest	241	680	144	151	92	477
Sud	46	145	10	32	27	83
Sud-Ouest	114	114	23	40	98	235
Ensemble	1738	4019	739	936	1359	3836

Source : MINDEF, 2009

Selon ce tableau les zones les plus accidentogènes du Cameroun sont localisées dans la région du centre, du littoral et dans la région de l'ouest. Cela confirme la thèse de triangle de la mort généralement utilisé pour qualifier l'axe Yaoundé-Douala-Bafoussam. Bien que le fait parait banal de nos jours au Cameroun et suscite au mieux que de l'indignation, il ressort, de l'attitude que les camerounais ont lors de leurs voyages, qu'ils ne le font pas par pur plaisir mais par contrainte.

Première incriminée lors des accidents, la route ou alors son mauvais état parait être la cause majeure qui explique le plus les accidents au Cameroun. Le tableau suivant donne d'ailleurs une idée assez claire de ce que sont les routes au Cameroun.

Tableau 15 : Etat des routes en 2002

Réseau	Type de route	Etat	Longueur en Km	Pourcentage
PRIORITAIRE	BITUMEE	Bon	909	21%
		Médiocre	1603	37%
		Très mauvais	1819	42%
		Total	4331	100%
	EN TERRE	Bon	2084	21%
		Médiocre	6253	63%
		Très mauvais	1588	16%
		Total	9925	100%
	RURALE	Bon	361	3%
		Médiocre	3500	29%
		Très mauvais	8249	68%
		Total	12110	100%
TOTAL PRIORITAIRE			26366	
NON PRIORITAIRE	BITUMEE	Bon	0	0%
		Médiocre	0	0%
		Très mauvais	0	0%
		Total	0	0%
	EN TERRE ET RURALE	Bon	0	0%
		Médiocre	0	0%
		Très mauvais	23634	100%
		Total	23634	100%
TOTAL NON PRIORITAIRE			23634	
ENSEMBLE DU RESEAU		Bon	3354	7%
		Médiocre	11356	23%
		Très mauvais	35290	70%
		Total	50000	100%

Source : MINTP, 2002

Il ressort globalement de ce tableau que sur les 50000 km de route que compte le Cameroun, 7% seulement sont en bonne état quand 70% soit 35290 km sont en très mauvais état. Ainsi, dans les faits, la route limite sérieusement les probabilités de voyage au Cameroun : trous en pleine chaussée de la taille d'un « éléphant » (voir photo 9), absence de panneaux de signalisation, absence d'éclairage pour ne citer que ces quelques cas. D'ailleurs 64.6% des personnes ayant participés à notre enquête disent que c'est le mauvais état des routes qui est le problème majeur à affronter lorsque vous devez vous déplacer au Cameroun.



Photo 6 : Route dégradé en plein centre de ville de Yaoundé

Cette route dégradée en plein centre ville de Yaoundé n'est que l'arbre qui cache la forêt. Les routes sont en très mauvais état au Cameroun et il n'est pas rare de rencontrer des voyageurs qui se plaignent de courbatures après des soubresauts vécus lors de voyages éprouvants.

© Yannick Tsimi 2016

Pour le ministère du transport, ce n'est pas tant l'état des routes qui pose un problème au Cameroun, c'est l'état des voitures et le manque de professionnalisme de certains conducteurs qui ne respecte pas les conseils de sécurité pourtant mis à leurs dispositions lors des multiples séminaires organisés par le ministère. Ils rejoignent ainsi la thèse d'un célèbre musicien des années 90-2000 qui disaient dans l'une de ces chansons que : « *la route ne tue pas mais c'est nous qui tuons à cause de nombreuses maladdresses* ».

A côté de la route, les hôtels et les restaurants sont une autre catégorie d'infrastructures qui sont non seulement insuffisants du point de vue quantitatifs (voir tableau 17) mais aussi de mauvaise qualité. En effet, le Cameroun ne dispose que de deux hôtels 5 étoiles : l'hôtel Hilton de Yaoundé et le mont Fébé toujours à Yaoundé.

Tableau 16 : Effectif des établissements de restauration autorisés par région au Cameroun en 2010.

Région	Catégories				Total
	1F	2F	3F	NC	
Adamoua	5	0	0	14	19
Centre	34	18	6	32	90
Est	14	2	3	4	23
Ext nord	2	0	1	15	18
Littoral	18	5	2	100	125
Nord	2	0	0	4	6
Nord-ouest	12	0	0	17	29
Ouest	0	0	0	17	17
Sud	4	0	0	40	44
Sud ouest	1	0	0	2	3
Ensemble	92	25	12	245	374

Source : MINTOUL F = Fourchette NC = Non Classés

Le Cameroun au vu de ces statistiques ne dispose que de 374 établissements de restauration. Si l'on prend seulement le ratio des 20 millions d'habitants définies par la dernière enquête démographique de 2005, on peut dire que ce n'est pas demain la veille que chaque camerounais trouvera une place dans un restaurant. Par ailleurs, la qualité du service, malgré les prix qui sont souvent exorbitants dans ces établissements, est à revoir et poussent souvent bon nombre de personne à préférer « les tournes dos » ou restaurants à ciel ouvert qui sont plus conviviaux.

Par ailleurs, selon des statistiques publiés par le MINTOUL et repris par le site en ligne 237online.com, le Cameroun disposait en 2011 de 476 hôtels classés avec une capacité de 13 925 chambres : insuffisants. De plus ces établissements sont pour la plupart dans un état de vétusté très avancé. A ce propos, le secrétaire permanent du CNT repris par la même source confiait déjà : « *toutes ces structures sont déjà vétustes et nécessitent d'importants investissements pour leur remise à niveau. La situation de ces établissements en déshérence sur l'ensemble du territoire national préoccupe le gouvernement au plus haut point* ». cet argumentaire teinté d'optimisme développé par ce haut responsable de la conduite du tourisme au Cameroun est cependant modéré voire même remis en question par un autre responsable proche du dossier qui pense que : « *la vétusté de ces établissements est telle que les fonds à mobiliser pour leur réhabilitation sont si importants qu'il vaudrait mieux les investir dans la construction de nouveaux hôtels* ».

Et si l'on se posait la question de savoir pourquoi le Cameroun, pourtant plaque tournante de la sous-région Afrique centrale a si mal à ses infrastructures d'hébergement et de restauration ? Un début de réponse à cette question d'une importance capitale nous est donné par le délégué départemental du tourisme pour le Mfoundi. En effet pour le délégué cité par le même journal, « *la grande masse des hôtels fonctionnent dans l'illégalité...rien que dans le département du Mfoundi qui abrite Yaoundé, les estimations font état de 120 hôtels classés et agréés qui subissent la concurrence de 400 établissements clandestins disséminés dans les quartiers peuplés* ». Le délégué poursuit quelques lignes plus loin en ajoutant que ces établissements sont quasiment abandonnés entre les « *mains des commerçants essentiellement portés par le gain facile* ».

Le Cameroun qui s'apprête à accueillir deux grands événements d'envergure a donc du pain sur la planche en ce qui concerne ses infrastructures et c'est peu de le dire.

On pourrait bien se poser la question de savoir ce que fait le ministère au vu de tous ces problèmes ? Lorsque vous interrogez un responsable au MINTOUL, il vous dira sous cape : « *regardez le budget du ministère, c'est moins que le budget dédié à la promotion du tourisme en Tanzanie, qu'est-ce que vous voulez qu'on fasse ?* ».

Tableau 17 : Budget promotionnel du tourisme dans quelques pays Africains

Pays	Budget promotionnel (en millions USD)	Visiteurs
Botswana	7	1 523 000
Namibie	6	700 000
Afrique du Sud	180	6 815 000
Tanzanie	18	566 000
Zambie	1,5	515 000*

Source : OMT, 2004

Ce tableau nous révèle qu'il existe une forte corrélation entre le budget investi pour la promotion et le nombre de touristes qui visitent un pays : Plus ce budget est important, plus le pays ou la localité reçoit des visiteurs et moins il est important, moins la destination recevra des visiteurs sur son territoire. En jetant un coup d'œil au budget d'investissement du MINTOUR au cours de la période 2001/2005, on se rend qu'on n'est pas si loin que ça de la thèse développée par ces responsables.

Tableau 18 : Budget du MINTOUR entre 2001 et 2005

Années	Budget de fonctionnement	Budget d'investissement	Total
2001 / 2002	1 979	1 119	2 798
2003	1 606	1 500	3 106
2004	1 723	1 300	3 023
2005	1 546	1 300	2 846

Source : MINTOUR

Au vu de ce tableau, le budget d'investissement du MINTOUR ressemble à s'y méprendre au budget consacré au seul volet promotionnel dans d'autres destinations africaines plus huppé en termes d'arrivées de touristes. Et qu'on ne s'y trompe pas ; ce ne sont certainement pas les 19 milliards de FCFA votés dans la loi des finances 2016 et alloué à ce département ministériel qui vont venir radicalement changer la donne. Bien qu'elle soit inédite, 12 milliards de cette somme sont consacrées à la réfection des établissements d'hébergement en vue des CAN féminines et masculines 2016 et 2019 que le pays aura abrité. Il est évident que le tourisme au vu de tous ces constats n'est pas encore un axe prioritaire dans les politiques de développement définis par l'Etat central au Cameroun.

IV. AU PLAN SECURITAIRE : LE TOURISME EN BERNE DANS LE SEPTENTRION

Nous ne saurions terminer ce chapitre dédié aux causes de la faible culture touristique des populations de la ville de Yaoundé en particulier et des Camerounais en général sans toutefois parler de la situation sécuritaire du Cameroun au niveau de ses frontières terrestres et maritimes qui ont une incidence sur le tourisme et la culture touristique.

1. La culture touristique et le spectre des attentats terroristes

Pour avoir une idée de ce que la culture touristique ne s'accommode pas du terrorisme, reportons nous au bilan fait par le ministre de la communication du Cameroun, porte-parole du gouvernement et repris par le site internet de la télévision nationale crtv.cm. selon le ministre : « ...depuis le début de l'année 2016, les statistiques officielles font état de 15 attaques terroristes perpétrées par Boko Haram contre les intérêts et les populations camerounaises sur le territoire national, au nombre desquelles 2 attaques suicides avec 10 personnes tuées, 11 blessés, 9 personnes enlevées et 6 cas d'incendies d'habitations et de concessions...Depuis 2013, au total 1098 civils camerounais, 67 de nos militaires et 03 de nos policiers ont à ce jour perdu la vie à la suite des agressions barbares dirigées par la secte terroriste Boko Haram contre notre pays ».

Selon le site en ligne journalducameroun.com (2016), le tourisme est désormais « en berne » dans cette partie du Cameroun au grand désarroi des populations qui vivaient pourtant de cette activité. Leur gêne est perceptible : « Depuis un an, aucun touriste blanc n'est plus venu ici et depuis 6 mois, même les touristes camerounais et africains ne viennent plus ».

Les exactions barbares ont donc comme conséquence de limiter significativement l'afflux des visiteurs dans l'extrême nord. Le parc national de Waza qui faisait jadis la fierté de ce bout de territoire est aujourd'hui fermé et les camerounais ne cachent plus leurs peurs à la seule évocation des localités comme Kolofata, Mogode, Kousséri. Cependant, le terrorisme n'est pas

la seule menace sécuritaire qui entrave la culture touristique au Cameroun. Il y a aussi la piraterie maritime.

2. La culture touristique face à la piraterie maritime

Après une longue bataille militaire et diplomatique, le Cameroun a pu récupérer la pleine souveraineté de la presqu'île de Bakassi jadis occupée par le Nigéria. Ce fut bien évidemment un grand moment d'histoire que tous les Camerounais ont pu célébrés avec faste. Cependant, il se pose la question de savoir combien de camerounais connaissent ce bout de territoire riche en ressources halieutiques et en pétrole ? Pas beaucoup dirions-nous. La faute à une insécurité maritime entretenue par les pirates venus du Nigéria et qui opèrent en bandes armées kidnappant, tuant et braquant à leurs passages. Le souvenir du braquage spectaculaire de quatre établissements bancaires en une seule nuit dans la ville côtière de Limbé par des hommes lourdement armés arrivés dans la ville par la mer reste encore vivace dans les mémoires.

3. La culture touristique à l'épreuve de la petite délinquance

La culture touristique est aussi mise à mal par des pratiques telles que les vols à l'arrachée, les agressions et le racket. Par ces actions, il n'est pas rare de rencontrer des touristes dans nos villes et villages qui quémangent de l'argent pour repartir vers leur point de départ parce que leurs portefeuilles ou leurs bagages ont été subrepticement dérobés. 2.8% des personnes interrogés disent d'ailleurs avoir été victimes de cas de vols au cours de leur déplacement.

CONCLUSION

Les attentats terroristes sont venus compliquer une situation qui était déjà fort complexe auparavant. En effet, bien avant ces exactions les populations de la ville de Yaoundé en particulier et celles du Cameroun en général souffraient déjà d'une faible culture touristique du fait d'abord que le tourisme ne fait pas partie des habitudes les plus répandues au sein de la population. Par ailleurs, la défaillance du cadre institutionnel, le faible niveau de vie des populations et les problèmes de mimétisme occidental ne sont pas là pour arranger les choses. De fait, Même s'il n'aura qu'égratigner la culture touristique en tant que véhicule de l'intégration nationale, ces mots du délégué régional du tourisme pour le littoral, monsieur Eitel Akame, interrogé par le site en ligne journalducameroun.com (mars 2016) sur l'importance de faire du tourisme nous semble d'une pertinence certaine. Monsieur le délégué dit : « *Que l'on comprenne que le tourisme est une activité vitale, indispensable pour tout le monde. C'est-à-dire que ne pas pratiquer le tourisme c'est resté un personnage borné. C'est quelque chose que tout le monde doit pratiquer, à la fois pour soi-même et pour son pays. Parce que les avantages économiques sont nombreux, les emplois directs et indirects, les revenus et le PIB du pays augmentent. Et pour soi-même, ça permet une récupération physico mentale, vous vous déplacez, vous ne faites plus ce que vous avez l'habitude de faire, donc vous vous régénérez. C'est indispensable pour la santé. Autant il faut faire du sport, autant il faut faire du tourisme* ». Au vu de tous ces arguments développés par le délégué, il apparaît donc nécessaire que l'on trouva des stratégies à même de diffuser la culture touristique au sein de la population camerounaise.

CHAPITRE 6 : VERIFICATION ET CRITIQUE DES RESULTATS

« *Autant il faut faire du sport, autant il faut faire du tourisme* ». Cela est une question de santé publique, d'économie et...d'intégration nationale rajouterions nous. Il faut donc trouver des solutions, faire des propositions pour diffuser au sein de la population camerounaise le gout du voyage, de la découverte et in fine garantir une intégration nationale durable. Mais la recherche scientifique a ses règles, elle procède d'une démarche cohérente, logique et rigoureuse, il est donc nécessaire que nous marquions un temps d'arrêt afin de vérifier et critiquer nos résultats. Cette étape de la recherche est d'importance car c'est elle qui permettra à nos recommandations d'être des forces de proposition débarrassée d'éléments qui pourrait nuire à leur objectivité et à leur pertinence scientifique.

I. VERIFICATION DES RESULTATS

Nous allons au cours de cette partie rappeler nos hypothèses et les vérifier sur la base des résultats issus de notre enquête de terrain et de notre recherche documentaire.

1. Rappel des hypothèses

Lorsque nous commençons cette recherche, nous avons émis deux hypothèses :

1.1. Hypothèse spécifique 1 : Yaoundé est un territoire attractif, mais la culture touristique de ses populations est faible et ne peut contribuer à garantir l'intégration nationale durable du Cameroun

1.2. Hypothèse spécifique 2 : La faible attractivité des autres territoires et les considérations d'ordre ethniques et financières expliquent le faible niveau de culture touristique des populations de la ville de Yaoundé ;

2. Vérification des hypothèses

La vérification des hypothèses permet de confirmer ou d'infirmer les hypothèses que nous nous sommes fixés dès le départ et par la même occasion de justifier ou non la pertinence de la théorie à laquelle nous avons eu recours pour émettre une telle hypothèse.

2.1. Hypothèse spécifique 1

Notre hypothèse 1 soutenait qu'à cause de sa très forte attractivité, les populations de la ville de Yaoundé n'ont pas su développés une culture touristique capable de garantir l'intégration nationale.

Cette hypothèse est vérifiée entièrement pour deux principales raisons :

Au chapitre 3, nous avons pu faire la démonstration à travers forces arguments et images que Yaoundé est un territoire attractif dans le contexte camerounais. En effet, si l'on considère la théorie de l'attractivité auquel nous avons eu recours pour développer nos idées, Yaoundé bénéficie des atouts naturels, c'est le lieu d'un fort bouillonnement culturel. De plus les aménagements, les infrastructures, les équipements et sa ressource humaine de qualité font de la cité capitale un haut lieu touristique qui voit arriver chaque année des milliers de visiteurs en provenance du Cameroun et d'ailleurs.

Cependant, nous avons pu établir un paradoxe entre le fait que Yaoundé soit une zone attractive au sens de la théorie de l'attractivité et le fait que les populations qui y vivent n'ont pas de culture touristique (chapitre 4). En effet, le pourcentage des personnes qui voyagent à cause des contraintes sociales et professionnelles est de 64.6% (voir figure 8). Par ailleurs, 7.6% des répondants n'avaient aucun avis quant à la raison qui les pousserait à voyager pour but de tourisme. Si on rajoute ce pourcentage à ceux qui voyagent sous contrainte sociale et professionnelle, cela nous fait un total de 72.2% de personnes dans la ville de Yaoundé qui n'ont pas de culture touristique.

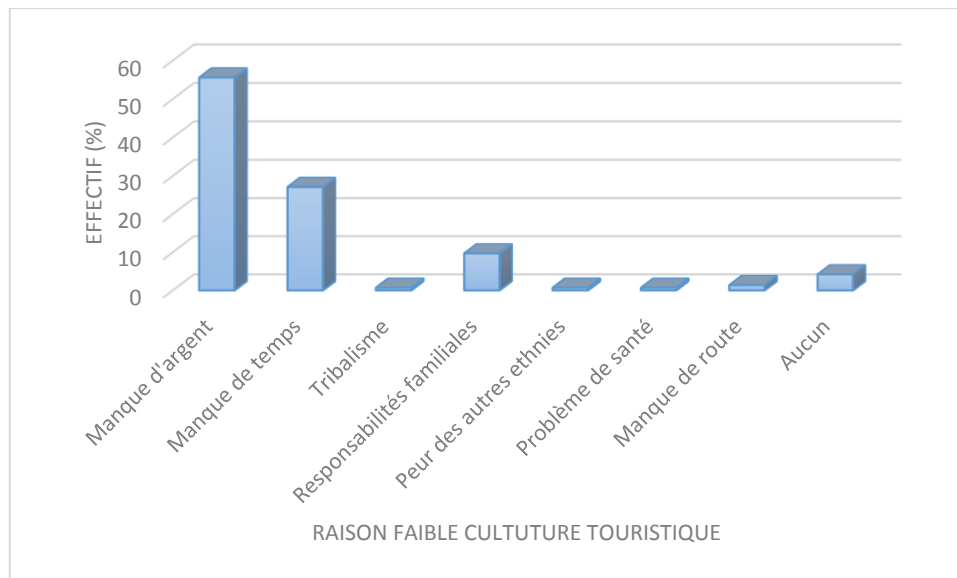
Par ailleurs, le choix de la destination, le temps du voyage et le lieu de résidence sont fortement corrélées à ces motifs, ce qui entre en totale contradiction avec la théorie du touriste auquel nous avons eu recours dans cette partie. Du même coup, la théorie du touriste de Jafari Jafar apparaît comme incontournable dans les études qui tendent à faire la différence entre les voyageurs ordinaires et les touristes. En effet, cette théorie et les résultats que nous avons obtenus sur le terrain nous permettent d'arriver à la conclusion que les camerounais voyagent plus pour des motifs d'ordre professionnels et familiaux : ils ne sont pas des touristes au sens de la théorie du touriste de Jafari et sont par conséquent loin d'avoir la culture touristique. Cela s'observe clairement dans leurs habitudes de voyage (mode de transport, hébergement, restauration). En effet, la culture touristique retient comme critère essentiel l'animation c'est-à-dire le loisir, le jeu, la détente. Termes qui sont la plupart du temps ignorés par les camerounais.

Avec un niveau aussi bas de culture touristique malgré l'abondance des ressources et la qualité des aménagements et des infrastructures disponibles, il est aisé d'affirmer que la culture touristique des populations à la base ne provient pas de l'attractivité des lieux dans lesquelles ils résident.

2.2. Hypothèse spécifique 2

Selon notre hypothèse 2, c'est la faible attractivité des autres territoires et les considérations d'ordre ethniques et financières qui seraient à l'origine du faible niveau de culture touristique des populations de la ville de Yaoundé.

Cette hypothèse est vérifiée à 25% et rejetée à 75%. D'abord parce que la faible attractivité des territoires n'est pas au sens de nos enquêtés la raison qui explique leur faible culture touristique. Une telle explication aurait d'ailleurs été surprenante car le Cameroun est vu par certains analystes comme un « concentré de l'Afrique dans un pays », 837 sites touristiques répertoriés par le MINTOUL, plus de 250 ethnies réparties à travers les 10 régions du triangle national. Les raisons qui peuvent donc pousser les camerounais au voyage sont nombreuses et diversifiées. Dès lors, de la figure 14, il ressort que 55.6% de nos répondants expliquent leur faible pratique du tourisme par le fait qu'ils n'ont pas d'argent et 27.1% par le fait qu'ils manquent de temps.



Enquête de terrain 2015

Figure 19 : Raisons de la faible culture touristique

L'argent et le temps apparaissent donc comme les véritables freins à la culture touristique des populations de la ville de Yaoundé. Cependant, une telle vue reste fortement à modérer dans la mesure où notre enquête de terrain nous a permis d'établir une réalité bien ancrée dans les mœurs sociétales au Cameroun. En effet, le contact que nous avons eu avec les personnes lors de notre enquête de terrain nous a permis de comprendre que c'est bien plus, au-delà du manque d'argent et de temps, le manque de la culture des loisirs qui explique le faible niveau de culture touristique des populations de la ville de Yaoundé. Il est ressorti des différents contacts que nous avons eu avec nos répondants que ceux-ci n'accordaient pas une grande place au tourisme dans leurs vies parce qu'ils considèrent d'une part que ce mode de vie ne fait pas partie de leurs cultures et d'autres parts que c'est encore une idée futile des « blancs » qui ont tout fait dans leurs vies et qui peuvent maintenant perdre du temps et « jeter » l'argent par les fenêtres.

Dès lors que ce n'est pas forcément de manque d'argent et la peur des autres ethnies qui expliquent principalement le manque de culture touristique des populations de la ville de Yaoundé, la théorie du risque de Tversky et Kanheman est vérifiée partiellement en ce qui concerne l'étude des facteurs qui limitent les voyages au sein des populations de la ville de Yaoundé. Ce constat nous permet d'arriver à la conclusion que même si on donnait suffisamment d'argent et de temps libre aux populations de la ville de Yaoundé, ces derniers n'iraient pas « dépenser » ou mieux encore « gaspiller » ces ressources dans le tourisme eux qui considèrent que c'est une affaire des autres qui n'ont plus rien à faire dans leurs vies. Cette réflexion appelle bien évidemment la mise en place des stratégies à même d'inverser la tendance ou la relation que les camerounais entretiennent avec les loisirs et partant avec le tourisme.

II. CRITIQUE DES RESULTATS

Toutes les œuvres humaines aussi irréprochables soient-elles sont perfectibles. Conscientes de cela, la recherche scientifique consacre dans l'un de ses principes directeurs le caractère provisoire des résultats. Ceci en réalité voudrait dire que dans tout travail scientifique, il faut marquer un temps d'arrêt pour voir ce qui n'a pas été fait selon les règles, cette étape fait appel à la probité du chercheur. Dans le présent travail, des critiques peuvent être faites en ce qui concerne l'orientation du sujet et sa méthodologie.

1. L'orientation du sujet

Notre mémoire de DIPES II s'est appuyé sur un angle à partir duquel nous avons orienté nos travaux. En effet, notre thème de recherche, « *culture touristique et intégration nationale : cas des populations de la ville de Yaoundé* », comportait deux variables principales à savoir : la culture touristique en tant que variable dépendante et l'intégration nationale en tant que variable indépendante. Cependant, nous avons circonscrit notre étude en nous concentrant beaucoup plus sur la culture touristique mettant du même coup de côté l'intégration nationale qui en est pourtant l'émanation. Bien que les résultats obtenus soient intéressants, ils auraient dû l'être encore plus si nous avions développé les deux concepts en profondeur.

2. Les manquements méthodologiques

Plusieurs manquements d'ordre méthodologiques pas à même de remettre en cause les résultats de cette recherche peuvent être relevés.

2.1. La recherche documentaire

La recherche documentaire que nous avons menée nous a conduits dans les bibliothèques de l'Ecole Normale Supérieure de Yaoundé (ENS), la bibliothèque de l'université de Yaoundé I, le Consortium International de Développement en Education (CIDE), le MINTOUL, le MINRESI et sur internet. L'ensemble des ouvrages consultés dans ces différents endroits nous a permis de faire le constat qu'il existe une abondante littérature en ce qui concerne l'intégration nationale et les moyens d'y parvenir. Cependant, aucune d'elle, exception faite de quelques publications d'opinion, n'évoque le tourisme en tant que moteur de cette intégration. Bien plus encore, il n'existe pas encore à proprement parler des ouvrages qui traitent spécifiquement du thème de la culture touristique. Ces deux hauts faits ne nous ont pas permis de faire une revue croisée de la littérature comme nous l'aurions souhaité. Bien évidemment, ce manquement constitue l'une des faiblesses de notre travail.

2.2. L'échantillonnage

La première difficulté à laquelle s'est confrontée la définition de notre échantillon est le manque de statistiques concernant les groupes ethniques présents à Yaoundé. Nous nous sommes donc repliés sur les travaux d'auteurs qui sans donner de chiffres précis pensent que les allogènes sont les plus nombreux à Yaoundé (Dongmo 1976 ; Franqueville 1987 ; Kamga 2009). Cette réalité a fait en sorte que nous fassions une répartition très estimative des proportions autochtones-allogènes afin d'attribuer à chaque catégorie un nombre de questionnaires correspondants.

Par ailleurs, nos résultats auraient été encore plus intéressants si nous avions pris la marge d'erreur recommandée de 5% pour un seuil de confiance de 95% comme cela est le cas dans la plupart des recherches scientifiques. Nous aurions dans ce cas obtenu un échantillon représentatif plus vaste de 384 ménages au lieu de 172 comme nous l'avons obtenu avec notre marge d'erreur de 7% pour un seuil de confiance de 93%.

2.3. Les moyens de collecte des données

Pour la collecte de nos données primaires, nous avons prévu d'utiliser outre le questionnaire d'enquête et un appareil photo numérique, un enregistreur sonore dans le cadre de nos

interviews. Malheureusement, la plupart de nos personnes ressources pour ne pas dire toutes ont refusés de se soumettre à cet exercice en présence de cet outil. Ce manquement à la méthodologie que nous nous étions fixé dès le départ a fait que nous perdions certaines informations que nous aurions peut-être pu exploiter dans le cadre de nos travaux.

CONCLUSION GENERALE

En l'état actuel des choses, les nombreux mouvements de personne observés entre les différentes régions du Cameroun ne signifient en rien qu'il existe la culture touristique au sein de la population camerounaise. C'est au plus la culture du voyage qui n'est en rien comparable à la culture touristique qui intègre 3 phases dont la plus importante est celle de l'animation pendant laquelle le visiteur ou touriste se métamorphose et entre dans l'univers sans limite du non ordinaire. Ainsi, ces notions de jeu et de rencontre interculturelle (qui n'a pas un caractère formel dès cet instant), qui sont propres à la culture touristique et à l'intégration nationale, ne sont pas trop présentes dans la société camerounaise qui connaît encore de nombreux problèmes de développement. Et justement, cette notion de développement ou de sous-développement est fortement à relativiser dans notre étude. En effet, même si le manque de moyens financiers est la raison principale évoquée par la majorité de la population pour expliquer le faible niveau de culture touristique, c'est d'abord l'absence d'une réelle culture du loisir à la base qui en est la raison véritable. Cet état des choses qui est entretenue par une politique de l'Etat lâche en matière de développement du tourisme et partant de la culture touristique est immuable. Pour ce faire, des solutions, qui ne relèvent pas du miracle, existent et ne demandent qu'à être implémentés.

RECOMMANDATION

La culture touristique finalement n'est pas selon l'expression consacrée « la mer à boire ». Ce n'est rien de plus qu'un comportement, une habitude que l'on adopte et qui finit par devenir comme une seconde nature, quelque chose qui vous colle à la peau. Parvenu à ce stade de notre travail, il est opportun que l'on rappelle qu'avoir la culture touristique ce n'est pas voyager tous les jours, tous les mois ou toutes les années. La culture touristique c'est le fait de planifier un voyage à motif touristique même pendant des années, c'est le réaliser effectivement et de retour de celui-ci, commencer déjà à envisager la prochaine destination. Pour parvenir à une telle société dite de « loisirs » au Cameroun, cela appelle bien évidemment la mobilisation de tous et de chacun en partant de l'Etat, le secteur privé pour atteindre finalement la cellule de base de la société qu'est la famille.

1. Le rôle de l'Etat : Encadrer et impulser la culture touristique

Lorsqu'on prend le temps d'observer la manière dont est gérée l'activité touristique dans les grandes destinations touristiques mondiales (France, Espagne, Etats-Unis, Maurice, Maroc, Tunisie, Sénégal, Tanzanie...), il se dégage un constat : L'Etat dans ces pays s'est désengagé du secteur pour n'assurer que ses fonctions régaliennes d'encadrement et d'impulsion de l'activité. Au Cameroun, pour développer la culture touristique et garantir une intégration nationale durable, l'Etat devrait construire des infrastructures, stimuler l'investissement, encadrer administrativement le secteur, assurer la formation et contribuer à la publicité.

1.1. Mettre en place les infrastructures d'accompagnement du tourisme

Nous l'avons dit et redit dans ce travail, l'un des problèmes qui freinent le développement de la culture touristique au Cameroun est celui du manque de route. Monsieur Léopold Akono Mvondo, directeur de l'entretien routier au ministère des travaux publics, a d'ailleurs affirmé lors d'une interview donnée à la chaîne de télévision nationale (CRTV) le 26 janvier 2016 que je cite : « *sur les 50 000 km de routes dont dispose le Cameroun, 35290 sont en très mauvais état* ». Le problème des routes en mauvais état qui provoquent continuellement des hécatombes est suffisamment grave au Cameroun. Quand on sait que c'est le principal moyen de transport emprunté par les touristes pour se rendre dans les différents coins du Cameroun, il devient urgent si l'on veut assurer un avenir à la culture touristique que le gouvernement prenne ce problème à bras le corps et construise des routes qui répondent aux standards internationaux en matière de sécurité et de confort du voyage.

Dans l'optique où il faudrait encourager le tourisme de masse, la dissémination des aéroports dans les différents coins et recoins de la république afin d'encourager l'installation des compagnies charters ne serait pas une mauvaise idée. Nous développerons cet aspect plus loin.

En ce qui concerne le transport ferroviaire, l'Etat doit songer à étendre son réseau de voies ferrées à travers tout le Cameroun afin de permettre aux amoureux de la nature de pouvoir admirer confortablement installé dans la cabine d'un wagon toute la beauté qu'offre la diversité des paysages du Cameroun mais surtout d'avoir une idée sur la vie des différents peuples des régions traversées.

La modernisation et l'extension des infrastructures d'accompagnement à l'activité touristique va encourager à coup sûr les camerounais à plus voyager pour découvrir leur pays.

1.2. Stimuler l'investissement

En vue d'attirer le plus d'investisseur possible et permettre ainsi à l'activité touristique de décoller sur le plan interne, l'Etat doit améliorer son climat des affaires. Cette amélioration passe notamment par celle de son système de gouvernance. Le mal est connu (corruption, clientélisme, favoritisme, détournement...) et des solutions existent qui ne demandent qu'à être implémentées. Par exemple, la corruption qui est devenu congénital chez tous les camerounais doit être éradiqué dès la base. Comme cela est impossible dès le sein maternel, il faudrait tout de même que des structures existent à partir du moment où l'enfant prononce ses premiers mots afin de l'inculquer les notions de probité morale et d'amour de sa patrie : il est ici question du retour des cours d'éducation civique et morale qui doivent être systématisés de la maternelle au supérieur.

Ce qui manque le plus aux camerounais, c'est le sens de l'intérêt commun, il faudrait donc rappeler à chaque fois, que ce soit dans les discours officiels, dans la presse, sur internet que le Cameroun est notre pays à tous. Tout cela doit s'accompagner de l'exemple : l'exemple donné par les hommes politiques par leur comportement irréprochable, exemple donné par les membres du gouvernement par leur efficacité et leur ardeur au travail, l'exemple donné par les hommes d'église lors de leur prêche. Pour faire plus simple et parler de manière rhétorique, la corruption va s'arrêter et la gouvernance s'améliorer quand les injustices politiques, économiques et sociales vont se réduire à un niveau considérable.

Dans le sens de l'investissement, la conférence organisée par le gouvernement de la république entre les 16 et 17 mai 2016 fait partie des initiatives à encourager. Intitulé « Cameroun, terre d'attractivité », cette conférence a réuni les investisseurs venus du monde entier et venus s'enquérir des possibilités que leur offre le Cameroun. La conférence a été un grand succès qu'il faudrait pérenniser par l'application des conclusions issues des travaux.

1.3. Encadrer administrativement le secteur

Tout ou presque est clandestin au Cameroun et fonctionne sous le régime de « la tolérance administrative » : hôtels, restaurants, agence de voyage, agence de tourisme, sites touristiques. Dans le Chapitre 5 (voir la mauvaise qualité et le manque infrastructurel), nous avons pu démontrer que la mauvaise qualité de la plupart des établissements d'hébergement et de restauration agréés du Cameroun était due en grande partie à la concurrence déloyale qu'ils subissent de la part des établissements clandestins qui ne respectent pas les normes et standards internationaux en la matière.

C'est le lieu de dénoncer le laxisme de l'Etat qui laisse faire se défendant d'encourager l'initiative privée. Cette situation qui n'honore pas le Cameroun porte atteinte en même temps aux IDE et à la culture touristique. En effet, la façade que ces établissements présentent peut pousser à la découverte, à l'envie de passer une ou quelques nuits. Mais grande est votre surprise quand vous subissez l'accueil et les services que ces établissements proposent malgré les prix pratiqués et qui sont souvent très en dessus du camerounais moyen. Il est donc compréhensible que la plupart des personnes qui voyagent préfèrent passer la nuit dans les auberges malgré les risques d'insécurité car la différence n'est pas grande.

Il est donc plus que temps si l'on veut développer la culture touristique au Cameroun que l'Etat prenne ses responsabilités et sifflent la fin de la récréation dans un secteur aussi sensible et concurrentiel que le tourisme qui ne laisse aucune place à l'improvisation et à l'amateurisme.

Concernant l'autre pan important de l'encadrement administrative du secteur que représente la sécurité, force est tout de même de reconnaître que l'Etat fait déjà beaucoup en la matière, lui qui est engagé sur le front de la guerre contre les islamistes de Boko Haram qui ont mis à genoux l'activité touristique dans le septentrion. Nous adressons une prière silencieuse à l'éternel afin que cette région retrouve sa stabilité pour que les camerounais qui n'ont pas encore eu l'occasion de visiter cette belle région et toutes les richesses dont elle regorge puisse le faire.

Nous ne pourrions terminer cette partie sans parler de l'une des conclusions issues de la conférence « Cameroun : terre d'attractivité » que nous avons évoqués plus haut. En effet, il a été démontré au cours de cette conférence que les investissements sont moindre au Cameroun parce que selon les mots du président de la chambre de commerce, « *le Cameroun ne va pas assez vite* », la faute à trop d'administration. Les investisseurs ont donc plaidés à cette occasion à moins d'administration dans les procédures et à une libération des forces du marché seules capables de faire d'une destination une véritable terre d'attractivité pour les investissements.

1.4. Assurer la formation

A l'entame de cette partie, nous pouvons l'affirmer sans risques de nous tromper : si l'on gagne le pari de la formation des masses au tourisme et aux loisirs, on gagne le pari du développement de la culture touristique au Cameroun.

En effet, la formation en tourisme est le nœud gordien qui conditionne la réussite de toutes les autres initiatives qui pourraient être envisagées dans l'optique d'encourager les populations au tourisme. Lors de l'enquête que nous avons mené auprès des populations de la ville de Yaoundé, il est clairement ressorti que ces populations ne s'intéressent pas au tourisme parce qu'ils considèrent cette activité comme étant une affaire des « autres » (voir Chapitre 5, le tourisme et la culture touristique au Cameroun : une affaire des « autres »).

Dans la réalité, la société camerounaise tout entière vit une crise profonde d'identité qu'on ne pourra renverser que si l'on dispose des structures et des programmes scolaires appropriés.

Nous proposons donc à cet effet de relever le niveau culturel de chaque élève qui entre à la maternelle, de le poursuivre au primaire, au secondaire et d'en faire des filières professionnalisantes au supérieur.

Notre idée est simple, elle part du constat que le tourisme ne devient réellement une matière académique que lorsqu'on arrive au supérieur et encore. Il faut donc intéresser le jeune élève qui fait ses premiers pas à la maternelle en mettant en place un système d'excursion scolaire mensuelle qui va faire en sorte que s'il y a une rupture dans un maillon de la chaîne qui va conduire cet enfant à la culture touristique, qu'il ressente un manque et le besoin même inconscient de s'évader. En outre, toujours au niveau maternel, pourquoi ne pas organiser chaque semaine des ateliers de culture nationale qui vont amener les enfants au travers des histoires et des contes proposées par les maitresses à entrer de manière très subtil en contact avec l'histoire de leurs pays et surtout celles des autres ethnies. Il y aura à coup sûr parmi ces enfants si ce n'est pour la totalité, des émulations qui vont les conduire à la découverte physique et effective des modes de vie des peuples du Cameroun. Cela va nécessiter des frais supplémentaires pour le recyclage des formateurs et l'organisation des voyages. Mais aucun effort ne doit être ménagé dans ce sens.

Les établissements scolaires doivent donc pouvoir bénéficier des subventions de la part de l'Etat et des appuis des partenaires au développement du système éducatif des pays comme l'UNESCO.

Les acquis engrangés à la maternelle doivent être pérennisés au primaire et au supérieur, mais ici, il faudrait préciser que le tourisme doit être omniprésent dans le cursus scolaire des élèves non seulement à travers les excursions scolaires et les ateliers culturels, mais aussi dans les programmes. L'innovation majeure étant ici la mise en place au sein de ces établissements des « clubs tourisme » qui vont fonctionner à l'identique des « clubs scouts » qui existaient auparavant et qui aidaient les élèves à travers des exercices pratiques et des excursions à développer des attitudes de premier secours. Avec le soutien des chefs d'établissement et de l'Etat, les « clubs tourisme » vont certainement avec le temps se transformer en interlocuteur de premier plan en ce qui concerne le développement durable de la culture touristique au Cameroun.

Comme nous l'a révélé le sous-directeur des sites touristiques au MINTOUL, « *les pauvres ne font pas des études en tourisme* ». En effet, selon ce haut cadre, les études en tourisme coutent énormément chers de nos jours entre le matériel requis dans les salles de classe et l'organisation des voyages pratiques, cela devient impossible pour les enfants de bourse modeste.

L'Etat doit donc accorder des subventions pour changer la donne et démocratiser l'accès des camerounais aux instituts de formation en tourisme. Toutes ces initiatives doivent être guidées par une politique volontariste de l'Etat qui aura auparavant pris conscience des énormes enjeux économiques et sociaux que représente le développement de la culture touristique au sein de la population.

Cependant, le rôle de l'Etat en tant qu'institution devant garantir la formation scolaire et académique des jeunes camerounais au tourisme ne s'arrête pas seulement à ses missions. L'Etat doit aussi, au travers de certaines émissions et campagne de sensibilisation diffusé à la télévision, sur internet ou dans la presse écrite, l'Etat disions-nous doit inculquer aux camerounais la culture de la planification des voyages comme cela se fait actuellement pour le planning familial. En effet, l'un des problèmes soulevés par la plupart des personnes interrogées est celui du manque de moyens financiers. Cette difficulté s'explique surtout par le fait que la plupart des camerounais ne savent pas planifier c'est-à-dire programmer des dépenses à l'avance : tout se passe comme si les situations vous surprenaient et que vous les subissez plus que vous n'y faites face. Il revient donc à l'Etat de faire comprendre aux populations que même en occident, les voyages se préparent souvent à l'avance, des mois durant voire des années. Il faut donc à cet effet épargner pour se faire plaisir soi-même et faire plaisir à ceux qu'on aime en contribuant à leur enrichissement culturel et en augmentant leur socialité.

1.5. Contribuer à la publicité

En contribuant à la publicité, il ne s'agit pas pour l'Etat d'empiéter dans le domaine réservé des entreprises privées. Il ne s'agit de rien de plus que pour l'Etat de proposer son image afin d'encourager les personnes à voyager, à découvrir leurs pays et à s'intégrer.

Il est commode au Cameroun que lorsque les grandes personnalités de la république prennent des vacances, c'est à l'extérieur qu'ils vont et notamment en occident. C'est une image et un message bien évidemment très négatif qu'ils véhiculent à l'endroit de la population qui pense désormais que c'est à l'extérieur qu'il y a à voir et à découvrir. C'est avec de telles comportements que prospèrent l'acculturation et le mimétisme qui sont des maux graves qui

entravent la culture touristique et rendent caduques toutes les campagnes de promotion qui pourront être faites dans ce sens.

Ernst HASS, a d'ailleurs développé une théorie concernant l'intégration de l'Union Européenne et qui démontre que l'image véhiculée par les personnalités politiques et les leaders d'opinion influencent grandement le comportement de l'ensemble de la population. En effet, l'auteur pense que l'intégration est d'abord une affaire des hommes politiques et des leaders d'opinion qui par leurs comportements doivent entraîner les masses vers les idéaux qu'ils défendent. Comme pour faire écho à cette théorie, au cours de l'été 2015, le président français, François Hollande, lors de ses vacances s'est rendu dans le Var (région Provence-Alpes-Côte-D'azur) dans une plage paumée en Aiguines aux portes des gorges du Verdon qui n'arrivait plus à accueillir de touristes. Il a suffi que les médias diffusent l'image du président en maillot de bain sur la plage en train de se récréer pour que quelques jours plus tard des centaines de touristes prennent d'assaut cet endroit qui ne faisait plus recette.

L'apport de l'Etat ou de ceux qui l'incarnent est donc plus que capital pour susciter l'envie de voyager dans un pays. Plus proche de nous au Cameroun, le bois sainte Anastasie (espace récréatif situé en plein cœur de la ville, voir planche photo N° 1) a acquis une renommée nouvelle et explosé en nombres de touristes après la visite du chef de l'Etat et de sa famille dans cet espace.

Il faut le dire et cela est important, les camerounais aiment s'identifier par rapport à des modèles : il ne serait donc point surprenant de voir des milliers de camerounais se déplacer à Lolodorf dans la forêt du sud Cameroun aller découvrir le mode de vie des pygmées parce qu'ils auront vus à la télé, le président de la république assis en tenue traditionnelle au milieu de cette tribu. Vous verrez des camerounais dire : « je vais moi aussi aller danser avec les Kirdis (une ethnie de la région de l'extrême nord Cameroun) » parce les médias auront pris le soin auparavant de diffuser un sujet où l'on voit clairement le secrétaire général adjoint du comité central du RDPC (parti au pouvoir) Mr. Grégoire Owona esquissé des pas de danse endiablé à l'occasion d'un festival traditionnel tenu en ces lieux.

2. Le rôle des grandes entreprises touristiques : Assurer les fonctions dynamiques du tourisme

Les grandes entreprises touristiques que sont les compagnies de transport, les chaînes hôtelières, les agences de voyage et les tours opérateurs sont les unités économiques dont le rôle consiste à faire vivre le tourisme, à le rendre dynamique. Gazes (cité par Kasse, 1976) note à ce propos qu'elle joue un rôle en tous points comparables à celui des grandes firmes industrielles. Dans cette perspective, les tours opérateurs (TO) représentent l'un des maillons intermédiaires essentiels puisqu'ils organisent et pilotent à travers une relation contractuelle, la collaboration entre ces différents intervenants. Le terme « tour opérateur » désigne littéralement un fabricant de voyage (AFD, 2008). Encore appelé « voyageur », les tours opérateurs fabriquent les produits touristiques et les revendent soit directement soit dans les agences de voyage. Par ces fonctions, il ressort que l'intervention des grandes entreprises touristiques se situe à trois niveaux : elles élaborent les produits touristiques, se chargent de leurs promotions et de leurs commercialisations.

2.1. L'élaboration de modèle touristique

Le qualificatif donné au Cameroun d' « Afrique en miniature » n'est pas usurpé. Il y a tellement à voir : 837 sites touristiques répertoriés, environ 250 ethnies d'une riche diversité. Dans ce melting-pot où la nature rencontre la culture, l'élaboration d'un modèle touristique, c'est-à-dire

la fabrication des produits destinés à la consommation et qui motivent le déplacement (Kasse, 1976) n'est pas aisée, elle passe par un travail en amont et en aval :

En amont, il faut procéder à un listing des lieux culturels les plus significatifs. En d'autres termes, cela signifie qu'il faut répertorier les événements culturels d'importance présents sur l'ensemble du territoire national. A ce propos, le commissaire des expositions au ministère de la culture, monsieur Michel Ndoh, que nous avons rencontré sur le site du monument de la réunification plaide pour l'établissement d'une carte géoculturelle. Celle-ci part des quelques 250 groupes ethniques que compte le Cameroun pour parvenir à une répartition en cinq grandes régions culturelles (wikipedia.org) : les peuples des hauts plateaux de l'ouest (Bamiléké, Bamoun, Tikar), les peuples des forêts tropicales côtières (Bassa, Douala), les peuples des forêts tropicales du sud (Béti, Boulou, Fang, pygmées Baka), les peuples des régions semi arides du nord (peuls), les Kirdis dans le désert et les terres centrales. Ce travail est fait dans l'optique de déterminer les spécificités culturelles dominantes de chaque aire afin de les mettre en avant lors des foires, festivals et autres événements culturels. Ainsi, on pourra par exemple établir que les hauts plateaux abriteront la plupart des événements qui concernent la valorisation des traditions parce qu'ils se singularisent dans ce domaine (voir figure 12). In fine, la répartition ainsi faite contribuera à enrichir la culture des autres peuples qui seront plus en retard dans certains domaines par rapport aux autres. Voici de suite la proposition d'une carte géoculturelle qui pourra faire, le besoin s'imposant, l'objet d'amélioration ultérieure.

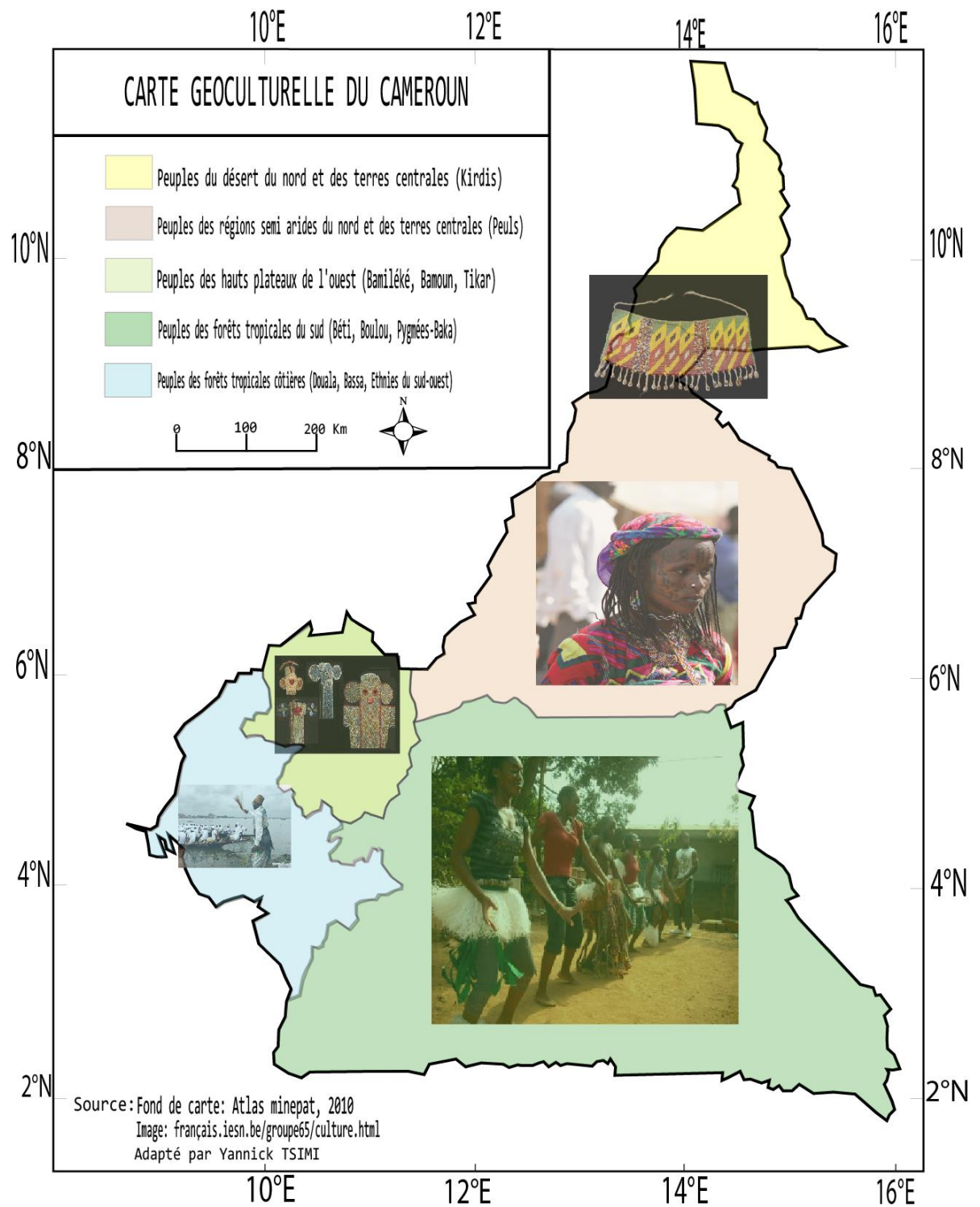


Figure 20 : Proposition d'une carte géoculturelle du Cameroun

En aval, l'élaboration d'un modèle touristique devra intégrer l'adoption d'un calendrier géoculturel afin que les événements ne se chevauchent pas et qu'on donne la possibilité au maximum de personnes de pouvoir assister à toutes les manifestations. Ce calendrier géoculturel doit nécessairement bénéficier de la mise en place de la rentrée culturelle initiée par le MINCULT.

La mise sur pied d'un modèle ou produit touristique s'accompagne d'un ensemble de sous-produits (transport, hébergement, restauration, animation...) et des caractéristiques diverses incorporées directement ou indirectement au produit et qui peuvent satisfaire la clientèle et augmenter la plus-value de ce dernier : compétence et professionnalisme du personnel, installations de loisirs, commerces, environnement, architecture, paysages, climat, culture locale, infrastructures de transport, considération politique, sécuritaires... L'absence ou l'insuffisance de l'une de ces caractéristiques peut affecter l'appréciation par le touriste de la qualité du produit final (AFD, 2008).

2.2. La promotion

La publicité est incontournable dans le conditionnement des choix de consommation. C'est elle qui par les moyens de plus en plus modernes et sophistiqués permet au consommateur c'est-à-dire au touriste de faire un choix entre les différents produits qui lui sont proposés. C'est à ce niveau que les défaillances de l'Etat en matière de financement de l'industrie touristique sont visibles. En effet, le budget d'investissement du MINTOUR sur la période 2001-2005 se situe en moyenne autour de 1.3 milliards de FCFA (MINTOUR) ce qui correspond au chiffre près au budget alloué à la promotion du tourisme au Sénégal.

Il ressort de cette évaluation que l'Etat n'a pas d'argent à consacrer au développement du tourisme (encore plus interne) ou alors que le tourisme n'est pas un secteur prioritaire. Mais au vu de la formidable opportunité qu'elle représente, il faut faire quelque chose, c'est pour cette raison qu'il faut aller vers ceux qui ont de l'argent, du capital c'est-à-dire le secteur privé.

Face à une société hermétique à toute idée de loisir, il ne faut pas penser que les changements vont se faire d'eux même. Les entreprises touristiques pour avoir une clientèle nationale de plus en plus nombreuse au Cameroun se doivent donc de bousculer les choses pour inverser la tendance à la sous consommation des produits touristiques camerounais et contribuer en tant qu'entreprise citoyenne à une intégration nationale durable. Cela passe bien évidemment par les messages qui seront véhiculés dans les encarts publicitaires et dans les supports utilisés à cet effet.

D'abord les messages, il faudrait qu'ils soient assez évocateurs, qu'ils poussent à la réflexion, à une remise en cause du public cible qui pourrait être ici la société camerounaise dans son ensemble. Il s'agit en réalité ici plus que de tout autre chose de présenter les bienfaits que peut avoir la pratique du tourisme dans la vie de tous les jours. Salles (cité par Kasse, 1976) en donne d'ailleurs une parfaite illustration. Il dit : « *Que nous le voulions ou non, nous sommes tous embarqués. Et tandis que les rives paisibles du passé s'éloignent très vite, l'avenir pèse lourdement sur un présent qui n'arrive pas à se fixer sur un monde devenu mobile. Une seule issue est ouverte, vivre en robot comblé et repu et se laisser aller à l'angoisse...* ». Dans un tel contexte, il s'opère selon le mot G. Friedmann « *un élan désespéré vers le loisir* » qui s'offre comme un facteur d'équilibre, de compensation et d'intégration.

Kasse (1976) poursuit dans la même logique : « *les structures industrielles conduisent par les formes de travail qu'elles imposent à une demande de masse de loisirs pour faire contrepoids au rythme de travail, à la cadence des machines, à la fatigue nerveuse. Le loisir devient un*

élément de redynamisation, de reconstitution des fores physiques. Il est alors un moyen de stabilisation de la productivité du travail ». Plus loin il ajoute : « la seconde fonction de loisir, de plus loin la plus importante est la fonction d'intégration sociale. Le tourisme sera dans ce cas d'autant plus encouragé que dans le jeu complexe des rapports sociaux, il va exercer une certaine fonction libératrice des structures sociales trop souvent hiérarchisées. Une terminologie d'usage presque universelle confirme cette idée : on parle du tourisme des allemands, des français, des américains au lieu et place du tourisme des classes ou des couches sociales ayant des intérêts et des situations différentes ».

Le mot est lâché dans ce développement de Kasse, la fonction la plus importante du tourisme est celle d'intégration, plus qu'une Lapalisse, c'est une vérité qui découle du bon sens. Erhard Lehmkuhl (cité par Kasse, 1976) montrent d'ailleurs à ce propos que « *les différences s'évanouissent au moment où les gens s'entrecroisent en maillot de bain ou dans leurs uniformes de vacance, ce qui signifie que les différences objectives sont oubliées ou surmontées* ». Les messages portés par les publicités et qui invitent les personnes au déplacement doivent donc être le plus explicite possible et à chaque fois présenté le côté hospitalier et accueillant des différentes régions et peuples du Cameroun. En général le message doit être court mais profond. Ainsi, à l'occasion de la CAN 2000 organisé par le Ghana et le Nigéria, l'expression « Jabama » (bienvenue) utilisé par les organisateurs pour inviter les gens au voyage a été tellement porteuse que les spectateurs en provenance des quatre coins du continent ont afflué vers le lieu de l'évènement pour venir partager la chaleur véhiculée par ce message.

Le deuxième arrêt en ce qui concerne la promotion des produits touristiques est celui lié aux supports de diffusion. A ce niveau, même s'il faut reconnaître que ces supports sont nombreux et variés, il faut aussi tenir compte du fait que le bouche à oreille est encore de nos jours d'une redoutable efficacité au sein de la population.

En effet, 34.7% des personnes que nous avons interrogé disent recourir à ce système pour voyager. Nous nous sommes largement étendus sur la question du bouche à oreille dans le choix de la destination du voyage (voir chapitre 4). Par contre nous dirons ici que parce que ce choix part de la confiance que leur inspirent leurs semblables dans la société, il y a un préalable à respecter, si ce système qui marche bien et qui ne coute pas de l'argent veut être pérennisé : C'est celui de la satisfaction des touristes. Il faut en effet marquer ceux-ci pour qu'ils gardent un souvenir indélébile de leur séjour et qu'ils puissent être les principaux véhicules de la promotion dans leur environnement.

Le fait qu'il n'y ait que 7.6% de nos répondants qui ont avoué consulter les annonces publicitaires véhiculés au niveau des chaînes de télé, de radio et de la presse écrite montre bien le désamour teinté de soupçons qui unit les camerounais aux médias traditionnels. En effet, la plupart des camerounais pensent que les médias diffusent souvent des informations erronées juste pour se faire de l'argent. Cependant, les encarts publicitaires dans les grands carrefours et axes majeurs peuvent faire l'affaire. C'est le lieu ici pour les grandes entreprises touristiques afin de susciter la confiance du public de recourir à l'image des leaders politiques et d'opinion qui jouissent pour la plupart encore de nos jours, à tort ou à raison, d'une certaine aura et d'une certaine crédibilité auprès de « Mr tout le monde ».

Nous ne saurions terminer cette partie consacrée à la promotion des produits touristiques à travers les supports médiatiques sans toutefois parler des réseaux sociaux. Le chef de l'Etat l'a reconnu à l'occasion de son discours prononcé à la jeunesse le 10 février 2016, le Cameroun vit désormais sous l'ère de la « génération androïde ». C'est la génération web 2.0 connecté à Facebook, twitter, WhatsApp...Partout où vous allez passer dans une rue de Yaoundé, vous

verrez un jeune, tête baissée concentrée sur son téléphone androïde (smartphone). Le Cameroun ne saurait donc rester en marge de l'histoire et la culture touristique non plus. Il est donc plus que temps que l'on profite de cette formidable opportunité que nous offre les réseaux sociaux afin de rapprocher les camerounais du nord au sud, de l'est à l'ouest. Pas seulement via la toile mais surtout physiquement à travers l'organisation des rencontres surprises entre les personnes de culture différentes qui se rencontre afin de partager leurs cultures. Ce système fonctionne déjà très bien en France, il s'agit d'un service gratuit qu'un site de voyage propose en ligne. Il consiste à faire découvrir les différentes cultures de France aux personnes éloignées géographiquement. Le site organise la rencontre et le voyage, l'hôte de la rencontre est chargée de faire découvrir un pan de sa culture au visiteur. Par ce système, les préjugés s'écroulent et ils s'installent une certaine entente entre les cultures qui au départ étaient opposées.

2.3. La commercialisation

Afin d'entrer dans les frais qu'ils auront engagés et de faire les bénéfiques, les grandes entreprises touristiques doivent faire en sorte au moment de la commercialisation de leurs produits de donner la possibilité au plus grand nombre de la population de pouvoir réaliser des voyages : c'est l'économie d'échelle et pour parler avec un aspect plus social la démocratisation du tourisme, la culture touristique à la portée de tous (voir figure 21).

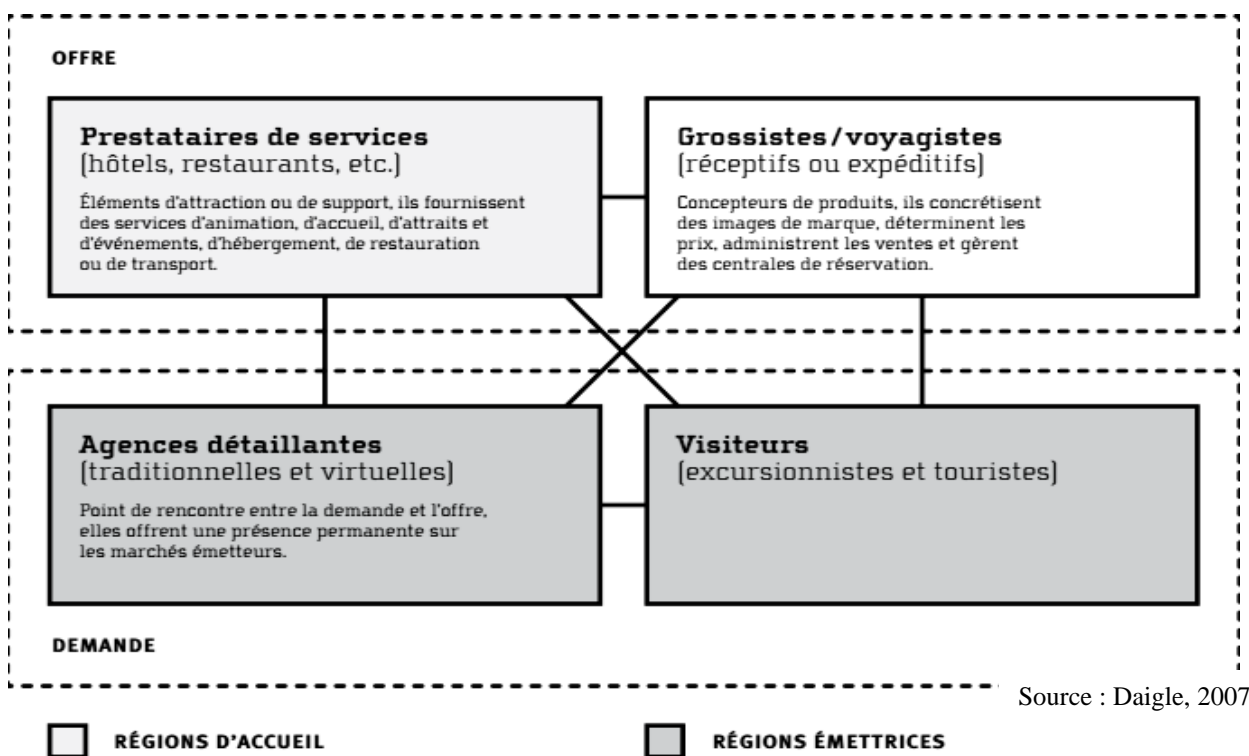


Figure 15 : Dynamique de l'offre et de la demande touristique

Pour Mr Michel Ndoh, commissaire d'exposition au MINCULT, ce schéma n'est efficace que lorsqu'un certain nombre de paramètres sont pris en compte :

Premièrement, il faudrait pratiquer une politique des prix c'est-à-dire fixer les prix d'entrée dans les lieux de diffusion culturelle en fonction du camerounais moyen.

Deuxièmement, il faut faire une politique des publics c'est-à-dire qu'il faut s'appuyer sur la jeunesse de la population et organiser des visites guidées et gratuites sur les sites culturelles. Pour notre expert, cette technique est la meilleure en matière de marketing d'approche. Elle permet à cette frange de la population qui ne s'est pas encore familiarisé à ce type de loisirs d'en faire la première expérience qui pourra par la suite être consolidé.

Par ailleurs cette politique des prix et des publics va avec celle du prix des transports qui sont exorbitants de nos jours au vu de l'Etat des routes. A la question de savoir quelle est la mesure qui pourrait les amener à faire du tourisme le plus souvent, la plupart des personnes interrogées disent la réduction des prix de transport (voir figure 22)

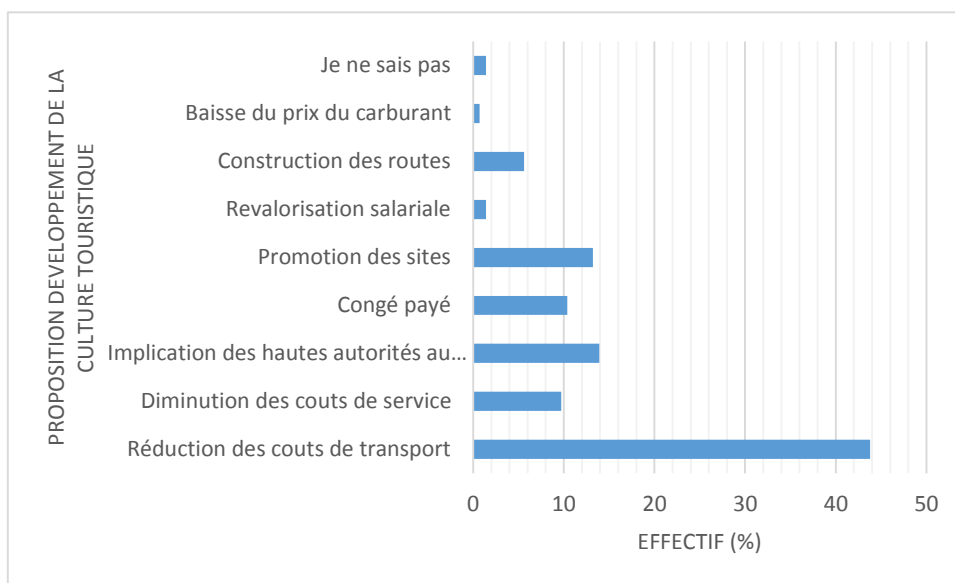


Figure 22 : Développement de la culture touristique

Enquête de terrain 2015

Le prix élevé des tickets de voyage est effectivement un problème épineux qui limite ou annihile la plupart des intentions de voyage. Pour y remédier, rien de plus sûr que la vulgarisation du tourisme de masse à travers l'avènement des compagnies charters qui sont souvent vus comme de vrais « pirates de l'air » (Kasse, 1976). En effet, les charters, par leurs faibles coûts de production, peuvent présenter une politique de prix bien souples qui s'adapte parfaitement au tourisme de masse. C'est bien évidemment une manne à nulle autre pareille lorsqu'on veut proposer des prix d'« amis » à une clientèle trop souvent démunie et à des familles nombreuses.

3. La cellule familiale : Consolider et pérenniser les acquis

Toutes les initiatives prises en amont ne peuvent véritablement pas être efficaces sans une réelle implication des familles et notamment des parents. Il apparait au vu de nos enquêtes que la plupart des chefs de famille et notamment les hommes voyagent seuls lorsqu'ils vont faire du tourisme (voir tableau 10). C'est une tendance qu'il faut bien évidemment inversée, c'est la raison pour laquelle toute la batterie de mesures proposées en amont ont été prises afin de faciliter et d'aider les parents à mieux s'organiser et à mieux planifier leurs voyages et celui de leurs familles. L'entreprise ou alors le lieu de travail étant aussi considéré comme une famille, cette remarque est aussi valable pour tous les membres qui la constitue. L'idée étant ici d'organiser et de vulgariser les colonies de vacances et les voyages d'excursion et de découverte.

BIBLIOGRAPHIE

1. Ouvrages et documents spécialisés

- Amirou. R** (1995), Imaginaire touristique et sociabilités du voyage, en ligne : http://www.classiques.uqac.ca/contemporains/.../imaginaire_tour_sociabilites.doc, consulté le 12 novembre 2015
- Beaudoin. A** (1998), Temps et tourisme, en ligne : <http://www.depote.uqtr.ca/3350/1/000658942.pdf> (consulté le 5 Aout 2015)
- Berriane. M** (1993), Le tourisme des nationaux au Maroc (une nouvelle approche du tourisme dans les pays en développement), en ligne : http://www.persee.fr/doc/geo_0003_4010_1993_num_102_570_21134. (Consulté le 20 novembre 2015).
- Bopda A.** (2003), Yaoundé et le défi camerounais de l'intégration. A quoi sert une capitale d'Afrique tropicale ? Paris, CNRS éditions, 422 p.
- Conseil l'Europe** (1991), Les mesures et indicateurs d'intégration, en ligne : http://www.coe.int/t/dg3/migration/archives/documentation/series_community_relation/measurement_indicators_integration_fr.pdf (consulté le 10 avril 2016)
- Daigle. P** (2008), culture et tourisme au cœur de l'identité urbaine, en ligne : http://www.culturalamontreal.com/docs/Colloque2008_tourisme_et_culture.pdf (consulté le 2 mars 2016)
- Deynard. A** (2014), Tourisme et interculturalité : un management de la diversité en agence Receptive, en ligne : <http://www.isthia.fr/core/modules/download/download.php> (consulté le 13 octobre 2015)
- ESSONO. A** (2000), *Le Tourisme au Cameroun : régions et pôles de développement*, (première édition), Yaoundé-Cameroun, les Presses offset de l'imprimerie Saint Paul, 259p.
- Hoerner, J-M.** (1997), Géographie de l'industrie touristique, Paris, Ellipse édition.
- Lanquar. R** (1985), Sociologie du tourisme et des voyages, Paris, Presse Universitaire de France, Coll, Que sais-je ?, N°2213
- Lanquar R. et Hollier. R** (1981), « *Le marketing touristique* », PUF, Que sais-je ? Paris, p73
- Laplante. M** (1996), L'expérience touristique contemporaine : fondements sociaux et culturels, En ligne : <http://www.ir.nmu.org.ua/bitstream.pdf>. (Consulté le 20 novembre 2015)
- Mouiche. I** (1995), La question nationale, l'ethnicité et l'Etat en Afrique : le cas du Cameroun, UNESCO management of social transformations, en ligne : <http://www.ethnonet-africa.org/pubs/p95cir8.htm> (consulté le Mercredi 5 Aout 2015)
- Sabourin V.** (2000), L'industrie touristique : Stratégie concurrentielle des entreprises, Presse Universitaire du Quebec, 164 p.
- Tchindjang. M ET Kamdem. P** (2011), « *Repenser la promotion du tourisme au Cameroun ; Approche pour une redynamisation stratégique* », IRESMA KARTHALA, 360 Pages
- UNESCO** (2006), Tourisme, culture et développement durable, en ligne : <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001475/147578f.pdf> (consulté le 5 décembre 2015)
- Schnapper D.** (2007), Qu'est-ce que l'intégration ?, en ligne : <http://www.robert-schuman.eu/fr/doc/questions-d-europe/qe-90-fr.pdf> (consulté le 15 novembre 2016)
- Woodside. A** (2007), Advance in culture, tourism and hospitality research, en ligne : http://gen.lib.rus.ec/search.php?req=tourism&lg_topic=libgen&open/ (consulté le 15 avril

2016)

2. Ouvrages et documents généraux

- AFD** (2008), Politique publique, stratégie des acteurs et qualité du tourisme Sud méditerranéen : Apport de l'économie industrielle, en ligne : <http://www.afd.fr/jahia/webdav/site/afd/shared/>
- Blanget. S.** (1997), *Quelques concepts et définitions*, Naturopa, 84p
- Dia, Mougondo, Pouye** (2012), Quelles stratégies marketing pour la relance du secteur touristique au Sénégal, en ligne : http://www.groupeiambibli.com/opac_css/doc_num.php (consulté le 20 mars 2016)
- Franqueville. A** (1987), une Afrique entre le village et la ville : Les migrations dans le sud Cameroun, en ligne : <http://www.documentation.ird.fr/hor/fdi:24847> (consulté le 30 mars 2016)
- Gagnon. S** (2007), L'attractivité touristique des territoires, en ligne : <http://teoros.revues.org/786?file=1> (consulté le 18 mars 2016)
- INS** (2013), annuaire statistique 2013, en ligne : http://www.stat.cm/downloads/annuaire/2013/Annuaire_statistique_2013.pdf (consulté le 30 mars 2016)
- Kasse. M** (1976), Tourisme international : Evaluation de l'impact sur les économies Africaines, en ligne : <http://www.sist.sn/gsd/collect/butravau/index/assoc/HASH0174.../THD-38.pdf> (consulté le 10 janvier 2016)
- Mbiok. M** (2011), Education à la citoyenneté, afredit, 213p.
- Mebada. G** (2002), le tourisme au Cameroun atouts compétitifs contraintes et politiques de développement, en ligne : <https://yepesblog.files.wordpress.com/2013/09/turismo.pdf> (consulté le 20 juillet 2015)
- MINEPAT** (2014), Assistance technique pour la réalisation d'une étude diagnostique de la formation technique et professionnelle et la présentation d'un plan d'action dans les métiers du tourisme au Cameroun, en ligne : <http://docplayer.fr/4204450-Republique-du-cameroun.html> (consulté le 10 décembre 2015)
- MINDUH, CUY** (2008), Yaoundé 2020 : Plan directeur d'urbanisme, en ligne : <http://www.ccr-rac.pfbc-cbfp.org/proceedings-of-the-4th-cbfp-plenary-meeting/> (consulté le 13 mars 2016)
- LOI N°98/006** (1998), loi relative à l'activité touristique, en ligne : <http://www.cvuc-uccc.com/minat/textes/19.pdf> (consulté le 5 février 2015)
- PNUD** (2010), Rapport régional de progrès des objectifs du millénaire pour le développement-région du Centre. MINEPAT. 28p.
- Tchitou. J** (2005) « *Analyse de la politique de promotion touristique au Sénégal* », 82 Pages.
- Tchindjang. M et al** (2003), « *Le Cameroun, un pays aux potentialités touristiques sous Exploitées* », Instituto de Estudos Socio-Ambientais/geographia Artigos Vol 23 NO 1, 23 pages.
- UNESCO** (2004), tourisme, culture et développement en Afrique de l'ouest, en ligne : <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001588/158820f.pdf> (consulté le 2 janvier 2016)

3. Ouvrages méthodologiques

- Aktouf. O** (1987), méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations, une introduction à la démarche classique et une critique, en ligne : <http://classiques.uqac.ca/contemporains/> (consulté le 18 mai 2016)

Antonius. R (2007), ce que doit inclure un projet de mémoire ou de thèse, en ligne :

<http://www.uqac.ca/jmt-sociologue/> (consulté le 16 mars 2016)

Beaud M. (2006), « *L'art de la thèse* ». La découverte, Paris 202 pages.

Giezendanner. F. (2012), Taille d'un échantillon aléatoire et marge d'erreur, en ligne :

<http://icp.ge.ch/cem/cms-spip.php?article1641> (consulté le 20 juillet 2015)

Loubet J-L. (2000), *Initiation aux méthodes des sciences sociales*. Paris-Montréal, L'Harmattan, 272 p.

4. Périodiques et journaux en ligne

Cameroon-tribune spécial N°10701/6900 du 23 octobre 2014

Cameroon-tribune N°10513/6714 du 22 janvier 2014

Cameroon-tribune N°10685/6884 du 1^{er} octobre 2014

Ndoumou. S (2011), Regards : Quand l'injustice et le favoritisme menacent la paix, en ligne :

<http://www.leffortcamerounais.info/2011/04/regards-quand-linjustice-et-le-favoritisme-menacent-la-paix-.html> (consulté le 10 août 2015)

Tasse. E (2001), Les politiques jouent avec le feu ethnique, en ligne :

http://www.africanindependent.com/cam_tribalisme_politique031805.html (consulté le 15 novembre 2015)

ABSTRACT

The present study considers tourism culture from the point of view of national integration. It considers the role of the ministries in charge of implementing the policy of the state as regards tourism, culture and also the private actors who intervene in this domain. The study posits that internal tourism is very little developed in Cameroon leading to inter-ethnic mistrust, feelings of xenophobia, ethnic prejudices, all things which are incompatible with the idea of national integration. Consequently, the study objective is to produce knowledge which should encourage internal tourism within the cameronian population in general and that of Yaounde in particular. In terms of methodology, we combined documentary research and fields surveys. Fields surveys involved probabilistic sampling that provided the basis for the administration of questionnaires. Native households as well as those of in-migrants into the city of Yaounde. In addition, we also had discussions with resources people knowledgeable in this field. The results which we got show that the tourist culture is very little developed in Yaounde in spite of a diversity of resources with which the city is endowed. This situation is due mainly to the fact that practice of tourism is not part of the culture of these populations. The study concludes on the premise that cultural tourism can grow in Yaounde if the state reduces its level of control activities linked to tourism and by leaving more space for the related private sectors to operate

Key words : Touristic Culture, National Integration, Hospitality, Intercultural Exchange, Tourist, Touristic Product

Résumé

La présente étude entend développer la culture touristique dans une perspective d'intégration nationale. Elle s'adresse aux ministères en charges d'implémenter la politique de l'Etat en matière de tourisme, de culture et aux acteurs privés qui interviennent dans ces domaines. Elle part du constat que le tourisme interne est très peu développé au Cameroun, ce qui alimente les attitudes de méfiance des ethnies les unes envers les autres, la xénophobie, les préjugés, toutes choses qui sont incompatibles avec l'idée même du vivre ensemble véhiculée par l'intégration nationale. Dès lors, notre objectif est de produire des connaissances qui aideront à mieux asseoir le goût du tourisme au sein de la population camerounaise en générale et celle de Yaoundé en particulier. En termes de méthodologie, nous partons d'une approche systémique qui est combiné à la recherche documentaire et aux investigations de terrain. Afin que nos résultats collent le plus possible à la réalité, nous avons eu recours à un échantillonnage probabiliste (sondage) et interroger les ménages autochtones et allochènes de la ville de Yaoundé. Par ailleurs, nous avons aussi eu des entretiens avec des personnes ressources intervenant dans les domaines suscités. Les résultats que nous avons obtenus montrent qu'effectivement, la culture touristique est très peu développée à Yaoundé malgré une diversité d'atouts. Cette situation tient principalement au fait que la pratique du tourisme ne fait pas partie de la culture de ces populations. La résolution de ce problème passe par une diminution du rôle de l'Etat dans la conduite et l'exécution des activités liées au tourisme et par de plus grande responsabilités accordées au secteur privé.

Mots clés : Culture touristique, intégration nationale, Hospitalité, Rencontre Interculturelle, touriste, Produit touristique.