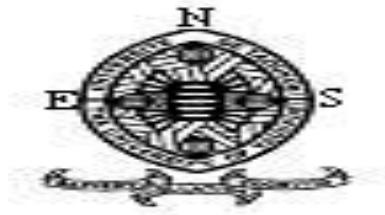


UNIVERSITE DE YAOUNDE I

UNIVERSITY OF YAOUNDE I

ECOLE NORMALE SUPERIEURE

DEPARTEMENT DE GEOGRAPHIE



HIGHER TEACHERS TRAINING
COLLEGE

DEPARTMENT OF GEOGRAPHY

THEME :

**MISE EN TOURISME DU PATRIMOINE CULTUREL ET DEVELOPPEMENT
LOCAL DE L'ARRONDISSEMENT DE BABADJOU (FLANC EST DES MONTS
BAMBOUTOS, OUEST-CAMEROUN)**

*Mémoire présenté en vue de l'obtention du Diplôme de Professeur d'enseignement
secondaire II^e Grade,*

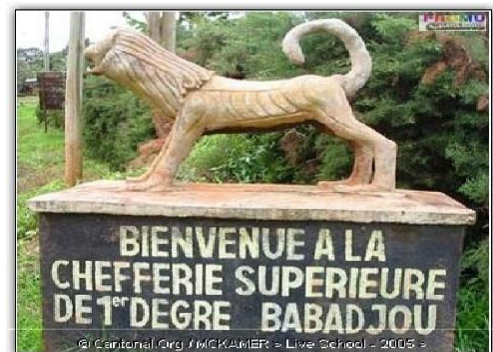
Par :

LACMAGO Guy Merlin

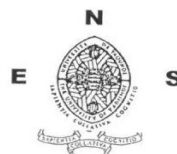
Licencié en géographie physique

Sous la direction de :

Dr MBAHA Joseph Pascal,
Chargé des cours, université de Douala



Année académique 2015-2016



LISTE DES ENSEIGNANTS DU DEPARTEMENT DE GEOGRAPHIE DE L'ENS DE YAOUNDE POUR LE COMPTE DE L'ANNEE ACADEMIQUE 2015-2016

A. ENSEIGNANTS PERMANENTS

1. Pr. ASSAKO ASSAKO René Joly, Professeur titulaire des Universités
2. Pr. LIEUGOMG Médard, Maître de Conférences
3. Pr. PRISO Daniel Dickens, Maître de Conférences
4. Pr. NDI Humphrey NGALA, Maître de Conférences
5. Pr. NGAPGUE Jean Noel, Maître de Conférences
6. Dr. MENGUE MBOM Alex, Chargé de Cours
7. Dr. Eleno MANKA'A FUBE, Chargée de Cours
8. Dr. TCHUIKOUA Louis Bernard, Chargé de Cours
9. Dr. NDOCK NDOCK Gaston, Chargé de Cours
10. Dr. NDZIE SOUGA Clotaire, Chargé de Cours
11. M. FEUMBA Rodrigue Aimé, Assistant
12. Mlle PIEPPOU GNIGNI NSANGOUI Louissette, Assistante

B. ENSEIGNANTS VACATAIRES

1. Pr. TCHAWA Paul, Professeur titulaire des Universités, FALSH, Université de Yaoundé I
2. Dr. SIMEU KAMDEM Michel, Directeur de recherche, INC
3. Dr. ETOUNA Joachim, Chargé de recherche, INC
4. Dr NSEGBE Antoine de Padoue, Assistant, Université de Douala
5. M. NGOUCHEME MONGBET Ibrahim, Ingénieur informaticien, MINFOPRA

Yaoundé, le 06 Mai 2016

LE CHEF DE DEPARTEMENT DE GEOGRAPHIE



René Joly ASSAKO ASSAKO
Professeur titulaire des Universités

ABSTRACT

This study focuses on the "Implementation of cultural heritage tourism and local development of Babadjou subdivision (eastern flank of Mount Bamboutos, west-Cameroon)". In sectoral development policies of Cameroon, the tourism sector still presents itself as a shortfall both nationally and locally and whose district of Babadjou does not stand out. The central question of this study is that of exploitation of cultural heritage of the study area for tourism and thus, this work is intended as a contribution to broad visibility of the cultural potential of the Babadjou district highlighting the rich cultural heritage and alternative valuation and tourism development. The materialization of that research work is based on systemic methods, statistics and hypothetical-deductive. The systemic approach has enabled us to take the elements into account that they are not isolated entities but inter-linked. The statistical method in turn allowed us to quantify our indicators based on data from the field survey. Finally, the hypothetical-deductive method was to issue a priori assumptions that we tested during multiple investigations. So we made four assumptions whose principal is "the preservation, promotion and sale of cultural achievements of the district of Babadjou first pass through the identification of key cultural resources of the area, then their valuation and better dissemination for a wide visibility to promote better tourism development. Babadjou can therefore be a tourist destination. This would contribute to local development. "

Investigations in the field have led us to the following results: first, Babadjou is marked by the exclusive originality of its art, its traditions, dances and festivities, its sartorial fashion, culinary arts, its artistic and historical heritage that fall within the spirit of knowledge, expertise and fascination of the customs of his people; climate favorable to the tourist attraction despite some weaknesses such as inadequate tourism infrastructure, low inclusion of tourism in local development policies. A plurality of actors with intertwined actions and sometimes competing strategies is involved in tourism in the locality. Logical referred by each of them and give rise to various socio-cultural and territorial practices that contribute to local development. Tourism actions envisaged in the field are organizing the festival Lehre, Babadjou community conference etc. Through this work, we show prospective alternative tourism development of cultural heritage of Babadjou by strengthening tourism ties Lehre festival, operation funeral for tourism and the creation of Babadjou cultural complex that would be a kind showcase of cultural expressions of Mbasso. This tourism development of cultural heritage will have notorious socioeconomic implications including the creation of jobs, the development of basic social infrastructure, improving the standard of living via the subsidiary income etc. To boost sufficiency in the tourism sector in Cameroon both nationally and locally, innovative policies must be practiced like the strengthening of communication of heritage and promote the image of Cameroon in general and its main in particular areas, the synergy between the main actors and their professionalism, etc.

Keywords: tourism development, cultural heritage, local development, actors, tourism strategies, Mbasso

DEDICACE

Je dédie ce travail à mes parents : mon papa Koulého Etienne et ma maman chérie Makouété Yvonne qui m'ont mis au monde et qui sont mes principaux leviers dans l'accomplissement de cette tâche.

REMERCIEMENTS

La réalisation de ce travail a été rendu possible grâce aux concours et soutiens de plusieurs personnes à qui nous adressons nos sincères remerciements.

Nous tenons d'abord à remercier notre directeur Dr Joseph Pascal MBAHA qui a bien voulu diriger ce travail et qui nous a soutenu pendant son élaboration.

Nous tenons également à exprimer notre gratitude à nos enseignants du Département de Géographie de l'ENS et de l'université de Yaoundé I qui ont contribué à notre formation de géographe

Nous remercions nos informateurs pour leur courtoisie, leur disponibilité et l'incalculable concours sans lequel ce mémoire aurait manqué de témoignage pertinent.

Nous remercions tous les membres de notre famille et nos proches dont l'amour et l'affection ne nous ont à aucun moment fait défaut. Notamment ma tendre et douce chérie Mme Lacmago née Tameching Léopoldine falonne pour son soutien moral et affectif, mon bébé Matho Lacmago Lana Bella, Mme Ngouéni Berline, Mr Nkeuho Armand, Mme Mbougna Chimène, Mme Tchoffo Charlotte, Mme Nzéfo Octavie, Mme Ndougmo Huguette, Mlle Yemata Doriane, Mr Lemoubou Idrick Mirand, ma nourrice maman Notsa Anne qui m'a logé et nourrit chez elle pendant près de 06 ans, ma grand-mère maman Maffo Christine et à tous mes petits frères et sœurs dont la liste est très large.

A toutes les personnes qui nous ont aidé lors de la collecte des données : Mr Lemoubou Idrick Mirand, Yemata Doriane etc.

Que ceux et celles qui ont participé, de près ou de loin à la réalisation de ce travail et que nous n'avons pas nommément cités, ne trouvent pas en cela l'expression de notre ingratitude, mais qu'ils soient rassurés de notre estime et de notre reconnaissance pour leur contribution à l'aboutissement de ce travail.

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1: les principales ressources floristique de Babadjou.....	7
Tableau 2: la biodiversité faunique de Babadjou.....	8
Tableau 3: Tableau synoptique du cadrage de la recherche.....	10
Tableau 4: Opérationnalisation de la variable indépendante	21
Tableau 5: Opérationnalisation des variables intermédiaire et dépendante	22
Tableau 6: calendrier des activités de terrain	25
Tableau 7: tableau synoptique de l'enquête de terrain (Août -Septembre 2015).....	27
Tableau 8: Les chefferies de troisième degré en 2015	39
Tableau 9: les principales structures d'hébergement à Babadjou	57
Tableau 10: les principales agences de voyage présentes à Babadjou	58
Tableau 11: structures de loisir et d'animation	59
Tableau 12: arrivée des touristes dans la région de l'Ouest.....	89

LISTES DES FIGURES

Figure 1: Localisation de la zone d'étude	4
Figure 2: répartition de la population par tranche d'âge	5
Figure 3: répartition de la population par secteur d'activité.....	5
Figure 4: Vue Synoptique de recherche.....	23
Figure 5: Carte d'enquête de terrain.....	28
Figure 6 : Schéma synoptique de la méthodologie de recherche	31
Figure 7: Les potentialités culturelles du peuple Babadjou	33
Figure 8: Structuration du pouvoir dans la chefferie Babadjou.....	38
Figure 9: Niveau d'hospitalité de la population locale	54
Figure 10: Les principaux obstacles au tourisme à Babadjou	55
Figure 11: Les principaux lieux de distraction et de loisir de Babadjou	60
Figure 12: perception des principaux évènements à vacation touristique à Babadjou	63
Figure 13: les principaux acteurs des évènements culturels.....	64
Figure 14: Les principaux acteurs du tourisme dans l'arrondissement de Babadjou	64
Figure 15: provenances des visiteurs du festival Lehre.....	67
Figure 16: la part des manifestations des populations de la diaspora dans les moyens de visibilité de la culture Babadjou à l'extérieur.	73
Figure 17: moyens d'information sollicités par les populations locales.....	82
Figure 18: estimation du revenu mensuel par les personnes exerçant une activité ayant trait au tourisme.....	90
Figure 19: Proposition d'un schéma organique et fonctionnel de la gestion concertée du tourisme au Cameroun	100

LISTES DES PHOTOS ET PLANCHES

❖ LISTE DES PHOTOS

Photo 1: la zone des monts Bamboutos	6
Photo 2: La chute de Ngong dans les monts Bamboutos	36
Photo 3: un vigneron recueillant du vin de raphia.....	46
Photo 4: un chef bamiléké sortant du lah-kam	50
Photo 5: Le chef supérieur Sambankeing Tamgoua Bertrand.	66
Photo 6: Réunion de l'AMEESBA de Yaoundé du dimanche 03/04/2016.....	71
Photo 7: Représentant du chef supérieur de Babadjou en Europe.....	74
Photo 8: les danseurs de Mbaya lors des cérémonies funéraires	89

❖ LISTES DES PLANCHES PHOTOGRAPHIQUES

Planche 1: La physionomie et les qualités touristiques des monts Bamboutos.....	35
Planche 2: les symboles de prestige de la chefferie supérieure de Babadjou.....	40
Planche 3: les espaces mystico-traditionnels et sacrés	42
Planche 4: offres artisanales de Babadjou	43
Planche 5: Le taro de Babadjou.....	45
Planche 6: Folklore funéraire riche en spectacle et en couleurs.....	48
Planche 7: Les successeurs en pleine consultation des ancêtres	52
Planche 8: Illustration des danses traditionnelles à Babadjou.....	52
Planche 9: Structures d'animation et de loisirs à Babadjou	61
Planche 10: La cathédrale centrale de Babadjou King-Place et ses structures annexes.....	62
Planche 11: Les danses traditionnelles au festival culturel Lehre.....	65
Planche 12: Les locaux de la mairie de Babadjou et le jardin public de Toumaka.....	74
Planche 13: salon communal de l'artisanat de Babadjou 2015 à la tribune de fête de Bamedouso.....	75

LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS

- AGR** : Activités génératrices de revenus
- MINTOUL** : Ministère du tourisme et des loisirs
- CCF** : Centre culturel français
- BCB** : Bibliothèque communautaire de Babadjou
- AFCD** : Alliance franco-camerounaise de Dschang
- TFC** : Tourisme Sans Frontières
- ONG** : Organisation non gouvernementale
- RDC** : Route Des Chefferie
- SDRTOC** : Schéma directeur Régional du Tourisme de l'Ouest Cameroun
- CVUC** : Communes et Villes Unies du Cameroun
- AMEESBA** : Amicale des élèves, étudiants et sympathisants Babadjou
- COMLANGO** : Comité de langue Ngombalé
- MINTOUR** : Ministère du tourisme
- MINEF** : Ministère des eaux et forêts
- MINADER** : Ministère de l'agriculture et du développement rural
- DGSN** : Délégation générale à la Sûreté nationale
- CSI** : Centres de santé intégrés
- CMA** : Centre médical d'arrondissement
- MC²** : Mutuelle Communautaire de Croissance
- UIOOT** : Union internationale des organismes officiels du tourisme
- ENS** : Ecole normale supérieure
- UNESCO** : Organisation des nations unies pour l'éducation, la science et la culture
- OMT** : Organisation mondiale du tourisme
- ICOMOS** : Conseil international des monuments et des sites
- OCDE** : Organisation de Coopération et de Développement Economiques.
- PNUD** : Programme des Nations-Unies pour le développement
- CNUCED** : Conférence des Nations-Unies sur le commerce et le développement

TABLE DES MATIERES

ABSTRACT.....	ii
DEDICACE.....	iii
REMERCIEMENTS.....	iv
LISTE DES TABLEAUX.....	v
LISTES DES FIGURES.....	vi
LISTES DES PHOTOS ET PLANCHES PHOTOGRAPHIQUES.....	vi
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS.....	viii
TABLE DES MATIERES.....	ix
INTRODUCTION GENERALE.....	xv
PREMIERE PARTIE : CADRAGE GENERAL DE L'ETUDE ET APPROCHE METHODOLOGIQUE.....	2
CHAPITRE I : EXPLORATION ET CADRAGE SCIENTIFIQUE DU SUJET.....	2
I.1. RAISONS DU CHOIX DU THEME :.....	2
I.2. DEFINITION ET DELIMITATION DU SUJET.....	2
I.2.1. DEFINITION DU SUJET.....	2
I.2.2. DELIMITATION THEMATIQUE.....	2
I.2.3. DELIMITATION SPATIALE DE LA ZONE D'ETUDE.....	3
I.2.4. DELIMITATION TEMPORELLE DU THEME.....	5
I.2.5. BREVE PRESENTATION DE LA ZONE D'ETUDE.....	5
I.3. PROBLEMATIQUE DE RECHERCHE.....	8
I.4. QUESTIONS DE RECHERCHE.....	9
I.4.1. Question générale de recherche.....	9
I.4.2. Questions spécifiques de recherche.....	9
I.5. OBJECTIFS DE RECHERCHE :.....	9
I.5.1. Objectif principal de recherche.....	9
I.5.2. Objectifs spécifiques de recherche.....	9
I.6. HYPOTHESES DE RECHERCHE.....	10
I.6.1. Hypothèse principale de recherche.....	10
I.6.2. Hypothèses spécifiques.....	10
I.7. CONTEXTE SCIENTIFIQUE (REVUE DE LA LITTERATURE).....	10
I.7.1. L'approche basée sur les différentes composantes du patrimoine culturel.....	11
I.7.2. L'approche basée sur les forces, les faiblesses, les menaces et les opportunités ainsi que les incidences du tourisme culturel sur le développement local.....	12
I.7.3. L'approche basée sur les stratégies et les perspectives de mise en tourisme du patrimoine culturel.....	13
I.8. INTERET DE L'ETUDE.....	15
CHAPITRE II: CADRE CONCEPTUEL ET THEORIQUE.....	15
II.1. CADRE CONCEPTUEL ET THEORIQUE.....	16
II.1.1. Cadre théorique.....	16

II.1.1.1. La théorie de la diversité et de la complexité de l'objet touristique de Cazes.....	16
II.1.1.2. La théorie de l'attractivité de Serge Gagnon	16
II.1.1.3. La théorie de l'acte d'image d'Horst Bredekamp (2003).	16
II.1.2. CADRE CONCEPTUEL.....	18
II.1.2.1. Patrimoine culturel	18
II.1.2.2. Tourisme culturel	18
II.1.2.3. Stratégie touristiques.....	18
II.1.2.4. Acteur touristique	19
II.1.2.5. Développement local	20
II.1.2.6. Gestion participative et communautaire des ressources touristiques.....	20
II.1.3. CADRE OPERATOIRE.....	21
II.1.3.1. Opérationnalisation de la variable indépendante : patrimoine culturel	21
II.1.3.2. Opérationnalisation des variables intermédiaire et dépendante : stratégies touristiques, développement local.....	22
II.2. METHODOLOGIE DE RECHERCHE.....	24
II.2.1. La collecte des données	24
II.2.2. Traitement et analyse des données	29
DEUXIEME PARTIE : CONTEXTE SOCIAL, PATRIMOINE CULTUREL, ACTEURS ET STRATEGIES TOURISTIQUES A L'ŒUVRE DANS L'ARRONDISSEMENT DE BABADJOU.	
33	
CHAPITRE III: ETAT DES LIEUX DU CONTEXTE SOCIAL ET DU PATRIMOINE CULTUREL DE L'ARRONDISSEMENT DE BABADJOU.....	
32	
III.1. A la découverte des merveilles du patrimoine culturel du peuple Babadjou	33
III.1.1. Le patrimoine culturel matériel riche et diversifié	34
III.1.1.1. Les relations nature/culture dans l'arrondissement de Babadjou	34
III.1.1.1.1. Les monts Bamboutos : moins un espace naturel qu'une réalité socioculturelle.	34
III.1.1.1.2. Les chutes, les grottes et les rochers : les aspects mythologiques au cœur des facettes des potentialités touristiques à Babadjou.....	35
III.1.1.2. Les véritables maillons du patrimoine culturel matériel de Babadjou	37
III.1.1.2.1. Les chefferies traditionnelles et les forêts sacrées.....	37
III.1.1.2.1.1. Les chefferies traditionnelles : tout le village en miniature	37
III.1.1.2.1.2. Les forêts et /ou les lieux sacrées : des espaces de communication avec les divinités invisibles et des pratiques magico-traditionnelles.....	41
III.1.1.2.2. L'architecture traditionnelle : une merveille au touriste surtout étranger	42
III.1.1.2.3. L'art Babadjou au service de la satisfaction intrinsèque et extrinsèque des potentiels touristes.	42
III.1.1.2.3.1. Le génie de l'artisanat et des œuvres artistiques à Babadjou	42
III.1.1.2.3.2. Les symboles de culte et de prestige : quelle curiosité !	44
III.1.1.2.3.3. L'art culinaire : les délices dans les plats et dans les verres au service du bon appétit des visiteurs à Babadjou	45
III.1.2. Un patrimoine culturel immatériel riche et à plusieurs facettes	46
III.1.2.1. La langue « Ngombalé ou encore le Mbafung » : vecteur de la promotion culturelle	46

III.1.2.2. L’histoire du peuple Mbasso : un véritable cordon ombilical entre son passé, son présent et son avenir.....	47
III.1.2.3. Les funérailles et les obsèques au cœur des coutumes Babadjou.....	47
III.1.2.4. Intronisation des chefs à Babadjou aux rites sacrés, riches en symboles	49
III.1.2.4.1. Le choix et les rites d'arrestation du chef et de son adjoint	49
III.1.2.4.2. Le séjour et la sortie du « La’a-Kam »	49
III.1.2.5. Les rites de veuvage en honneur du mémoire de l’illustre disparu	50
III.1.2.6. Le culte des ancêtres et des crânes : une véritable communion entre les visibles et les invisibles.	51
III.1.2.7. Les danses et les festivals.....	52
III.1.2.7.1. Les danses traditionnelles : les jeux de corps, le son et les belles chorégraphies au plaisir des touristes.	52
III.1.2.7.2. les festivals riches en couleurs : une sorte d’exode urbaine.....	53
III.2. Situation actuelle du tourisme dans l’arrondissement de Babadjou : analyse SWOT OU AFOM	52
III.2.1. Analyse des atouts et faiblesses du tourisme à Babadjou.....	53
III.2.1.1. Babadjou : les atouts touristiques indéniables.....	53
III.2.1.2. Le poids des faiblesses dans la valorisation touristique du patrimoine Babadjou.....	54
III.2.2. Analyse des menaces et les opportunités à la mise en touristique du patrimoine culturel Babadjou	55
III.2.2.1. La mise en touristique du patrimoine culturel Babadjou : une initiative sous l’emprise des menaces.....	55
III.2.2.2 Une foule d’opportunités touristiques du patrimoine culturel Babadjou malgré les faiblesses et les menaces	56
CHAPITRE IV : ACTEURS ET STRATEGIES TOURISTIQUES AUTOUR DES ELEMENTS DU MILIEU SOCIOCULTUREL DANS L’ARRONDISSEMENT DE BABADJOU.	57
IV.1. Existants en matière de tourisme dans l’arrondissement de Babadjou	57
IV.1.1. Les structures d’hébergement : la problématique de qualité des prestations	57
IV.1.2. Les structures de restauration marquées par des tournes dos.....	58
IV.1.3. les structures de transport et organisation des voyages.....	58
IV.1.4. Les structures de loisir et d’animation	59
IV.1.5. Autres structures existantes.....	61
IV.2. Les stratégies touristiques dans l’arrondissement de Babadjou : une mobilisation d’acteurs aux logiques parfois concurrentielles	63
IV.2.1. Les autorités traditionnelles et religieuses	64
IV.2.1.1. Les autorités traditionnelles : un acteur phare de la mise en tourisme du patrimoine culturel à Babadjou.....	64
IV.2.1.1.1. Le chef supérieur Babadjou au cœur du grand festival « Lehre » du peuple Babadjou et du congrès général du peuple Babadjou.....	65
IV.2.1.1.1.1. Le grand festival « Lehre »	65
IV.2.1.1.1.1.1. Genèse et évolution : le passage d’une simple danse à un grand festival aux objectifs économiques et socioculturels encourageants	65
IV.2.1.1.1.1.2. Les mérites du Festival Lehre	66

IV.2.1.1.1.2. L'organisation du congrès populaire de la communauté Babadjou	67
IV.2.1.1.2. Les sous-chefferies de Babadjou et l'avènement touristique : les congrès des quartiers en image	68
IV.2.1.2. Les autorités religieuses	68
IV.2.2. Les acteurs du secteur privé et de la société civile.....	68
IV.2.2.1. Les opérateurs touristiques et autres prestataires	68
IV.2.2.2. Les associations socioculturelles.....	69
IV.2.2.2.1. Les groupes de danses traditionnelles	69
IV.2.2.2.2. Les groupes de promotion culturelle.....	69
IV.2.2.2.2.1. Le comité de langue Ngombale (COMLANGO)	69
IV.2.2.2.2.1.1 Le statut du COMLANGO.....	69
IV.2.2.2.2.1.2. Des dispositions générales du COMLANGO	70
IV.2.2.2.2.2. Amicale des élèves, étudiants et sympathisants Babadjou(AMEESBA)	70
IV.2.2.2.2.3. La Route Des Chefferies (RDC) et ses partenaires	71
IV.2.2.3. Les élites et les populations.....	72
IV.2.2.3.1. Les élites locales et de la diaspora : les véritables poches financières concurrentes et des cerveaux des projets de développement à Babadjou.....	72
IV.2.2.3.2. Les populations locales et celles de la diaspora : des acteurs non négligeables du tourisme à Babadjou.....	73
IV.2.3. L'Etat et la collectivité locale : une complémentarité des rôles.....	74
IV.2.3.1. La commune de Babadjou en œuvre ou à pied d'œuvre ?	74
IV.2.3.2. L'administration Etatique.....	76
TROISIEME PARTIE : PRESENTATION CRITIQUE DES RESULTATS, ET RECOMMANDATIONS	77
CHAPITRE V : ALTERNATIVES PROSPECTIVES DE MISE EN TOURISME DU PATRIMOINE CULTUREL DE L'ARRONDISSEMENT DE BABADJOU ET LES INCIDENCES POTENTIELLES	76
V.1. Cadre réglementaire et juridique du patrimoine culturel et du tourisme au Cameroun ainsi que les exigences du touriste culturel.....	76
V.1.1. Cadre réglementaire et juridique du tourisme au Cameroun.....	76
V.1.1.1. Les activités touristiques au Cameroun.....	76
V.1.1.2. Des conditions d'exercice des activités touristiques au Cameroun.....	76
V.1.1.3. Des dispositions pénales.....	77
V.1.2. Cadre réglementaire et juridique du patrimoine culturel.....	77
V.1.2.1. Reconnaissance et gestion des biens du patrimoine culturel	77
V.1.2.2. Création des produits dérivés, valorisation et promotion des biens du patrimoine culturel.....	78
V.1.2.3. Régime fiscal et douanier applicable à la production et les fonds de protection et de valorisation du patrimoine culturel au Cameroun	78
V.1.2.4. Des dispositions pénales et de la responsabilité civile découlant des atteintes au patrimoine culturel	78
V.1.3. Les exigences du touriste culturel	79
V.1.3.1. Les touristes culturels motivés	79

V.1.3.2. Les touristes culturels occasionnels.....	79
V.2. La mise en tourisme du patrimoine culturel de l'arrondissement de Babadjou : une locomotive de développement local ?.....	80
V.2.1. Les alternatives prospectives de mise en tourisme du patrimoine culturel de l'arrondissement de Babadjou.....	80
V.2.1.1. Le grand festival « Lehre » des peuples Babadjou : un évènementiel touristique qui nécessite de l'innovation.....	80
V.2.1.1.1. La diversification des offres et l'amélioration des qualités organisationnelles du Lehre.....	81
V.2.1.1.2. Le renforcement du niveau de communication.....	81
V.2.1.2. L'exploitation des funérailles à des fins touristiques dans l'arrondissement de Babadjou.....	82
V.2.1.2.1. Liens entre tourisme et funérailles.....	83
V.2.1.2.2. Atouts des funérailles permettant leur exploitation à des fins touristiques dans l'arrondissement de Babadjou.....	83
V.2.1.2.3. Les alternatives nécessaires à l'exploitation des funérailles à des fins touristiques dans l'arrondissement de Babadjou.....	83
V.2.1.2.3.1. Amélioration de la programmation des funérailles par les organisateurs.....	84
V.2.1.2.3.2. Amélioration de la culture touristique des organisateurs, des opérateurs du secteur touristique et leur sensibilisation sur les enjeux du tourisme culturel.....	84
V.2.1.2.3.3. Renforcement du professionnalisme et du dynamisme des acteurs publics et privés du tourisme culturel.....	84
V.2.1.3. La création d'un complexe culturel : un moyen de mise en tourisme du patrimoine culturel dans l'arrondissement de Babadjou.....	85
V.2.1.3.1. L'étude du marché.....	85
V.2.1.3.2. La stratégie de distribution et de communication.....	86
V.2.1.3.3. Le yield management.....	87
V.2.2. Les implications de la mise en tourisme du patrimoine culturel dans le développement local.....	87
V.2.2.1. Le tourisme culturel : une nouvelle sphère de création des entreprises et un véritable pourvoyeur d'emplois.....	87
V.2.2.1.1. Les emplois directs.....	87
V.2.2.1.2. Les emplois indirects.....	87
V.2.2.1.3. Les emplois induits.....	88
V.2.2.2. Le tourisme culturel comme sources des plus-values.....	88
V.2.2.2.1. La mise en tourisme du patrimoine culturel : traduction d'une image positive du territoire et la génération des revenus.....	88
V.2.2.2.2. Les évènements culturels et les activités satellites dans l'arrondissement de Babadjou.....	90
V.2.2.2.3. La mise en tourisme et aménagement du terroir.....	90
V.2.2.2.4. le tourisme culturel comme facteur de l'extension et de préservation du patrimoine.....	91
V.2.2.2.4.1. L'encouragement des initiatives et des investissements.....	91
V.2.2.2.4.2. La promotion des monuments privés.....	91

V.2.2.2.4.3. La sensibilisation du public et l'implication des habitants.....	91
VI.1. VERIFICATION DES HYPOTHESES.....	93
VI.1.1. Vérification de la première hypothèse	93
VI.1.2. Vérification de la deuxième hypothèse	94
VI.1.3. Vérification de la troisième hypothèse.....	95
VI.2. Critique des résultats	97
VI.2.1. Orientation du sujet.....	97
VI.2.2. Limites méthodologiques.....	98
VI.2.2.1. L'échantillonnage.....	98
VI.2.2.2. Les moyens de collecte et de traitement des données	98
VI.3. Recommandations	98
VI.3.1. Le renforcement de la communication du patrimoine et la promotion de l'image du Cameroun en général et de ses principales régions en particulier	98
VI.3.2. Le rôle du marketing du patrimoine.....	98
VI.3.3. Les besoins de l'innovation et de la formation pour renforcer la professionnalisation et améliorer la compétitivité des acteurs publics et privés du tourisme au Cameroun.....	99
VI.3.4. La nécessaire adaptation des conditions et infrastructures d'accueil aux touristes visés ..	99
VI.3.5. la mise en place des Bouquets culturels : alternatives de mise en tourisme du patrimoine culturel.....	108
VI.3.6. La nécessité de package touristique de l'offre culturelle et de la mise en réseau des acteurs du tourisme.....	99
CONCLUSION GENERALE.....	102
BIBLIOGRAPHIE	103
ANNEXES	a

INTRODUCTION GENERALE

Les territoires camerounais, urbains ou ruraux, constituent un des noyaux de l'identité culturelle camerounaise à travers les échanges sociaux, spirituels, culturels et économiques qui s'y sont déroulés au fil du temps, et qui ont donné naissance à des créations uniques au monde qui s'expriment à travers leurs patrimoines immatériels et matériels. La valorisation de ces richesses culturelles à l'intérieur des unités administratives ou communales qui représentent de nouveaux espaces de cohérence, renforcerait la dimension culturelle de celles-ci, et apportera sans aucun doute, une amélioration aux conditions de vie des populations camerounaises. En outre, force est de constater que le tourisme, de par son impact direct ou induit sur des segments entiers de l'économie, est un secteur stratégique en vue de contribuer à l'émergence du Cameroun telle qu'escomptée à l'horizon 2035. Pour qu'il joue pleinement son rôle d'un maillon de la locomotive de la croissance camerounaise, le tourisme doit bénéficier d'un environnement favorable, qui permet de valoriser les énormes potentialités du pays tant à l'échelle locale qu'à l'échelle nationale et de rompre avec les freins du passé. Pourtant, les ressources touristiques matérielles et immatérielles dont disposent le pays en général et les hauts plateaux de l'ouest comme berceau du potentiel touristique culturel en particulier sont aujourd'hui confrontées des défis majeurs liés aux besoins du développement humain. En effet, on leur accorde peu d'intérêt ; leur valorisation ne reçoit pas la priorité requise.

Les interrogations que suscitent la place du tourisme et les enjeux de ce dernier dans le processus d'émergence du Cameroun sont sans aucun doute les raisons qui ont poussé le département de Géographie de l'Ecole Normale Supérieure de Yaoundé à développer des réflexions sur cette thématique. De ce fait, dans le souci d'analyser la contribution du tourisme dans le processus d'émergence du Cameroun escomptée à l'horizon 2035, les étudiants de la 55^{ème} promotion DIPES II de Géographie ont mené des recherches sur la thématique centrale qui s'intitule « tourisme et développement » afin de déceler les atouts, mais également les freins à la mise en tourisme du patrimoine naturel et culturel du Cameroun en vue d'optimiser les opportunités pour une meilleure contribution du tourisme à l'économie locale et nationale. Notre thème de recherche intitulé « **Mise en tourisme du patrimoine culturel et développement local de l'arrondissement de Babadjou (flanc Est des monts Bamboutos, Ouest-Cameroun)** » s'inscrit dans le troisième axe de la thématique centrale, axe relatif au potentiel touristique.

Notre étude est une contribution à une large visibilité du potentiel culturel de l'arrondissement de Babadjou en mettant en lumière la richesse de son patrimoine culturel et des perspectives de valorisation à des fins touristiques. Plus spécifiquement, il est question de dresser l'état des lieux du contexte social et du patrimoine culturel dans l'arrondissement de Babadjou, d'identifier les différents acteurs ainsi que leurs stratégies touristiques autour des éléments du milieu socioculturel, de faire une évaluation des incidences du tourisme dans l'arrondissement de Babadjou, et enfin après avoir mis en lumière les limites touristiques dans notre localité, nous plancherons par la suite sur l'opportunité ou la nécessité de proposition des alternatives prospectives afin de mieux gérer et de rentabiliser le patrimoine culturel Babadjou pour des fins touristiques.

Cette étude se présente en 06 chapitres qui sont les suivants :

Chapitre I : Exploration et cadrage scientifique du Sujet

Chapitre II : Approche conceptuelle, théorique et méthodologique

Chapitre III: Etat des lieux du contexte social et du patrimoine culturel de l'arrondissement de Babadjou

Chapitre IV : Acteurs et stratégies touristiques autour des éléments du milieu socioculturel dans l'arrondissement de Babadjou.

Chapitre V : Alternatives prospectives de mise en tourisme du patrimoine culturel de l'arrondissement de Babadjou et les incidences potentielles

Chapitre VI : Vérification des hypothèses, critiques des résultats et recommandations

PREMIERE PARTIE : CADRAGE GENERAL DE L'ETUDE ET APPROCHE METHODOLOGIQUE

Cette partie présente le cadrage général du sujet et l'approche méthodologique. Le premier chapitre est intitulé exploration et cadrage scientifique du sujet. Il a consisté à faire un décryptage du sujet pour mieux le comprendre. Après le décryptage du sujet, nous l'avons présenté, justifié avant de procéder à une délimitation au triple plan à savoir : thématique, spatiale et temporel. Le deuxième chapitre s'intitule Cadre conceptuel, théorique et méthodologique. Ce chapitre présente de façon succincte les concepts clés de cette étude, les théories et modèles utilisés, les étapes de collecte des données, ainsi que les outils de traitement de ces dernières afin d'assurer l'objectivité et la généralisation des résultats obtenus

CHAPITRE I : EXPLORATION ET CADRAGE SCIENTIFIQUE DU SUJET

Toute recherche s'insère dans un contexte bien précis. Sa compréhension et son assimilation sont fonction du travail d'exploration et du cadrage scientifique du sujet. Le présent chapitre traite à cet effet de la justification du choix du sujet ; de la définition du sujet à l'étude ; de la délimitation du sujet ; de la problématique de l'étude et de son questionnement ; de la revue de la littérature ; des objectifs ; des hypothèses et de l'intérêt de notre étude.

I.1. RAISONS DU CHOIX DU THEME :

L'arrondissement de Babadjou renferme un patrimoine culturel riche et diversifié tant matériel qu'immatériel susceptible d'attirer la convoitise et la curiosité des amoureux touristiques et de loisir. La valorisation touristique du patrimoine culturel du peuple Babadjou (les Mbasso) serait l'une des panacées pour la réduction de la pauvreté et le décollage d'un développement typiquement durable dans ladite localité. Le patrimoine culturel pourrait être un des facteurs fondamentaux du développement de l'arrondissement de Babadjou. Cependant la maîtrise du terrain et du sujet en question y compris la pertinence du patrimoine culturel de notre zone d'étude sont entre autre les mobiles du choix du thème d'une part et de la localité d'autre part.

I.2. DEFINITION ET DELIMITATION DU SUJET

I.2.1. DEFINITION DU SUJET

Mettre en valeur le patrimoine est dans nos sociétés un objectif reconnu par tous les acteurs. Pour les propriétaires des biens patrimoniaux, privés ou publics, c'est le moyen de mobiliser les ressources nécessaires à leur conservation. Pour beaucoup d'entreprises, c'est la possibilité d'en retirer des retombées ou d'y puiser les savoir-faire et les références nécessaires à l'innovation. Pour les collectivités territoriales, ça peut être une façon de donner une image positive à leur territoire et d'améliorer le cadre de vie. Pour l'État enfin, c'est le moyen d'affirmer une identité qui est plus que jamais source de cohésion. Ainsi le patrimoine se retrouve-t-il aujourd'hui au carrefour de multiples attentes. Il est donc nécessaire d'étudier les potentialités culturelles de Babadjou ainsi que les stratégies touristiques des principaux acteurs afin de voir à quel degré le patrimoine culturel de cette localité peut faire ou fait l'objet d'une convoitise et d'une curiosité pour des amoureux touristiques et de loisir. D'où l'intérêt de cette étude qui porte sur «**Mise en tourisme du patrimoine culturel et développement local de l'arrondissement de Babadjou (flanc Est des monts Bamboutos, ouest-Cameroun)**». Il s'agit dans le contexte actuel de valorisation et ou de revalorisation des ressources touristiques notamment celles culturelles comme alternative pour le développement local, de mettre en lumière les éléments du patrimoine culturel des peuples « Mbasso », les stratégies touristiques déployées par les acteurs en place et les meilleures alternatives de valorisation du patrimoine culturel de l'arrondissement de Babadjou pour des fins touristiques.

I.2.2. DELIMITATION THEMATIQUE

L'idée que chacune des personnes ressources se fait de la relation qu'il peut y avoir entre le patrimoine culturel, le système de production touristique et le développement local est le fondement de notre appréhension. Nous nous proposons de déterminer l'importance du patrimoine culturel comme perspective de développement de notre zone d'étude. Il s'agira après avoir exposé le contexte socio-humain, de mettre en évidence l'état des lieux du patrimoine culturel de l'arrondissement de Babadjou. Ensuite, il sera question tout d'abord, de ressortir les activités touristiques gravitant autour des éléments du patrimoine culturel, puis mettre en exergue

les principaux acteurs et les principales stratégies touristiques en œuvre dans notre localité d'étude ainsi que les limites touristiques dans ladite localité et en fin, nous plancherons par la suite sur l'opportunité ou la nécessité de proposition des alternatives prospectives afin de mieux gérer et de rentabiliser le patrimoine culturel Babadjou au travers d'une meilleure mise en tourisme responsable et durable.

I.2.3.DELIMITATION SPATIALE DE LA ZONE D'ETUDE

Le Cameroun est subdivisé en circonscription administratives hiérarchisées en trois niveaux : région, département, arrondissement. Situé alors dans la région de l'ouest Cameroun, dans le département des Bamoutos, l'arrondissement de Babadjou a été créé par le décret n° 92 / 187 du 01/09/1992. C'est donc un jeune arrondissement. Au Nord de sa région, entre 5° 30' et 5° 45' de latitude Nord et entre 10° 12' et 10° 20' de longitude Est, l'arrondissement de Babadjou qui épouse les limites du village éponyme fait partie des quatre arrondissements qui constituent le département des Bamoutos. Il couvre une superficie de 160 km² et compte une vingtaine de quartiers. Il est limité au Sud par les villages Bangang, Balatchi ; à l'Est par le village Baméssingué ; à l'Ouest par la région du Sud-ouest et au Nord par la région du Nord-ouest (fig1).

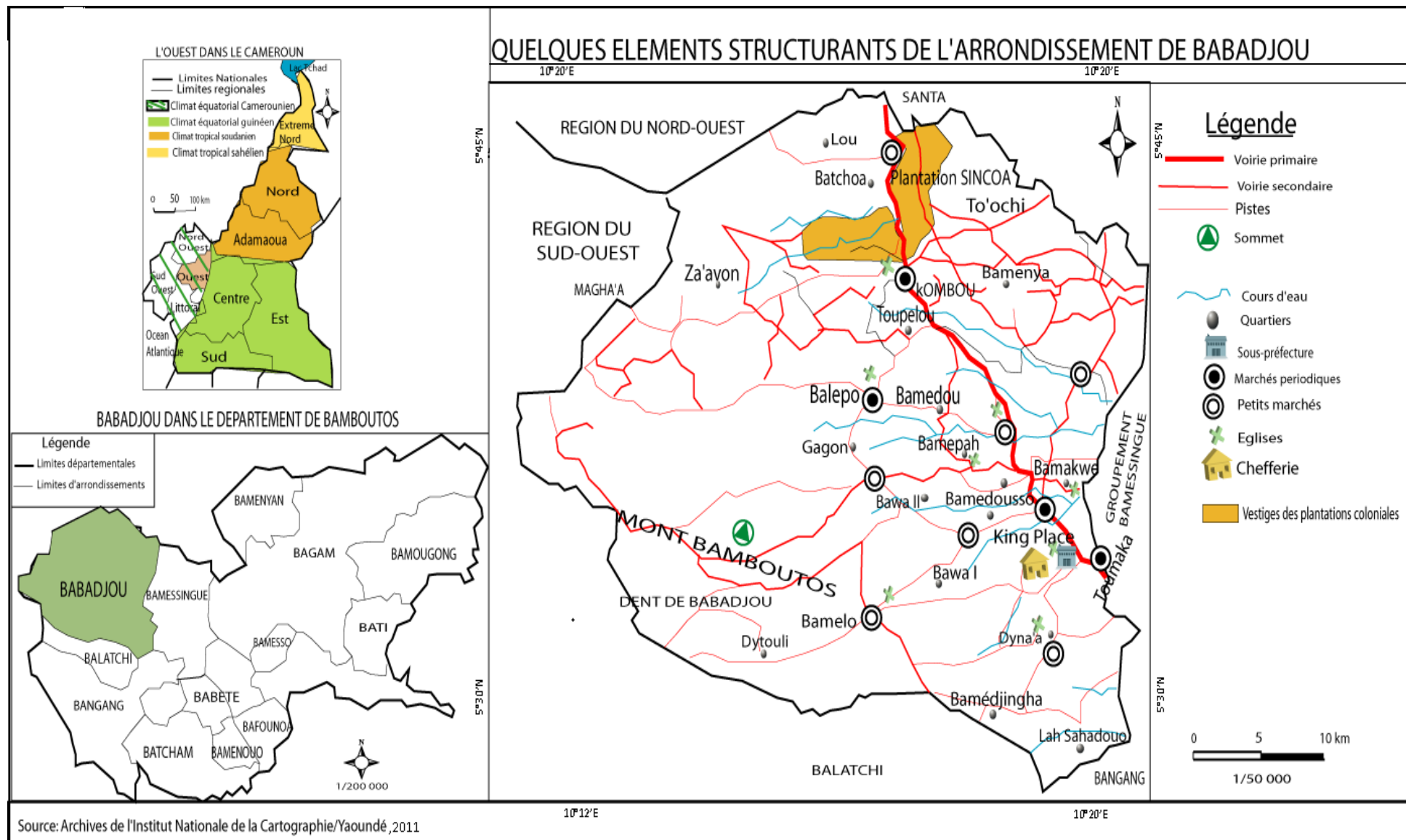


Figure 1: Localisation de la zone d'étude

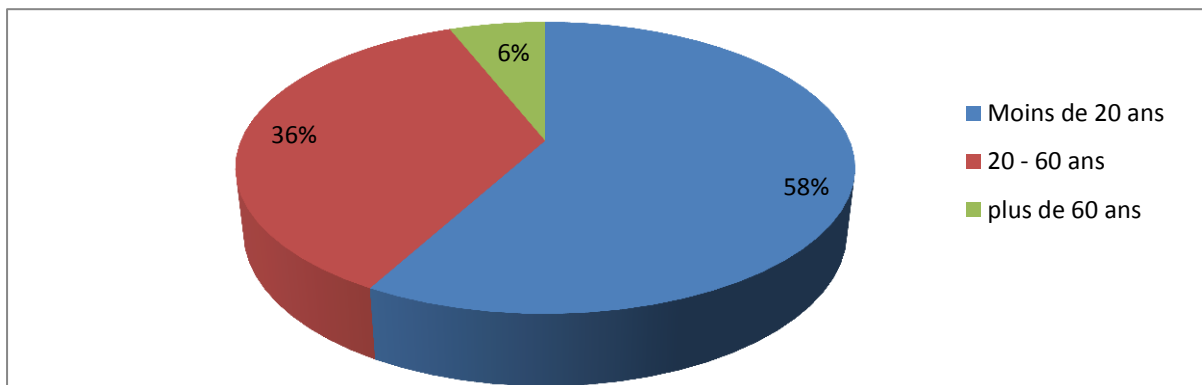
I.2.4. DELIMITATION TEMPORELLE DU SUJET

L'arrondissement de Babadjou est donc un jeune arrondissement qui a été créé par décret n° 92 / 187 du 01/09/1992. Nous prenons alors l'année 1992 comme la borne inférieure de notre délimitation temporelle.

I.2.5. BREVE PRESENTATION DE LA ZONE D'ETUDE

❖ Taille de la population et nuptialité.

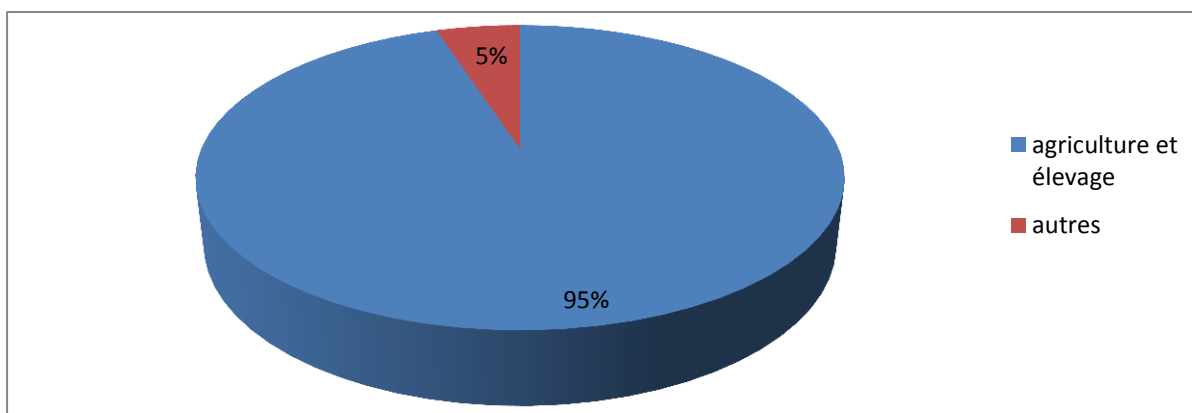
La population est estimée à environ 36000 âmes en 2011 selon le dernier recensement général de la population humaine (RGPH). Avec un taux d'accroissement pour ce village à 2,8 % par an, la population de 2015 s'estime à environ 55000 habitants essentiellement rurale d'après Délego, le Maire de la commune rurale de Babadjou. La densité moyenne cette population est estimée à environ 279 habitants au km². La structure démographique présente environ 58 % des jeunes de moins de 20 ans, environ 6 % de la population âgée de plus de 60 ans et donc 36 % de la population considérée comme la frange des grands actifs économiques (figure 2).



Source : RGPH 2011

Figure 2: répartition de la population par tranche d'âge

Dans l'arrondissement de Babadjou, Plus de 95 % de sa population adulte vivent de l'agriculture et de l'élevage. Le reste, et donc moins de 5 % font uniquement le métier de commerce, administration, chauffeur, artisanat etc. C'est donc un arrondissement essentiellement agricole mais qui peut compléter ses revenus via le développement du tourisme culturel (figure 3).



Source : RGPH 2011

Figure 3:répartition de la population par secteur d'activité.

L'âge pour le mariage des filles à Babadjou se situe entre 16 et 18 ans contre 22 ans chez les garçons. La tendance à la monogamie y est observée de nos jours.

❖ **La topographie et les carrières.**

Le relief Babadjou laisse voir 4 unités de paysages : les collines nombreuses aux pentes plus ou moins abruptes, les vallées étroites et abondantes plus ou moins profondes, les plateaux peu étendus et moins nombreux (Zavion) et les basses terres (plaines) rares plus ou moins marécageuses (Darmagnac, Tootap, Sincoa). Notons qu'à Babadjou quel qu'en soit la direction empruntée, on sera soit en train de monter, soit en train de descendre. Dans l'ensemble, ce relief est orienté dans le sens Ouest (monts Bamboutos à 2740m d'altitude) vers l'Est (Bamessingué à 1400m). Babadjou abrite la dent des monts Bamboutos communément appelée Mangwa. Les chaînes des monts Bamboutos constituent un site touristique principal du département en général et de l'arrondissement de Babadjou en particulier. Comme l'illustre l'image ci-dessous, la zone de Mangwa est d'un paysage pittoresque fruit de la diversité des configurations physiologiques et physiques qui suscite de l'admiration.



Source : <http://www.btoshessen.com/image/Mbouda/crater mt bamboutos.JPG>

Photo 1: la zone des monts Bamboutos

En plus d'une topographie admirable, les roches dominant le territoire. Les plus observées sont le basalte, le granite et le trachyte qui affleurent par endroit. On observe à Babadjou 4 principales carrières de sables (Doji, Though, Dovou et Ndou) et une panoplie de carrière de pierres basaltiques, granitiques et trachytes dont des valeurs touristiques sont indubitables.

❖ **Présentation hydro-climatique, de flore et de la faune**

L'hydrographie est constituée en totalité de cours d'eau qui prennent leurs sources vers les monts. Ces derniers traversent le territoire en s'enrichissant de nombreuses sources d'eau qui naissent dans le village pour se verser loin dans le Noun. Ce qui confère à ce réseau la forme dendritique. Le réseau est dense et constitué des cours d'eau tarissables ou non alimentant l'ensemble des quartiers de la localité. La zone des monts Bamboutos est le premier château d'eau de l'Ouest Cameroun renfermant en son sein plus de 40 sources d'eau potable exploitables et donc bon nombre par système gravitaire. Parmi les cours d'eau important de Babadjou, on peut citer entre autre : Thi Matezam, Thi Doji, Thi Fahfo, Thi Ngong, Thi Kookwate, Thi Tousson (mazeu), Thi Meloung, Thi Malou, Thi Madjui, Thi Meju, Thi To'odzo aux cascades, chutes et rapides constituant un paysage éco touristique impressionnant.

Climat de l'Ouest Cameroun, le climat de l'arrondissement de Babadjou est équatorial de nuance camerounien d'altitude semblable à un climat tempéré propice pour les activités de découverte et de repos. Plus précisément, c'est un climat à deux saisons ; 8 mois pour la saison de pluies (mi-mars à mi-novembre) et 4 mois pour la saison sèche (mi-novembre à mi-mars). Rappelons tout de même que la saison sèche correspond à la période de la plupart des manifestations culturelles à Babadjou et en même temps à la période touristique du Cameroun. En effet, la période où il existe un ensoleillement convenable et une quasi-absence des précipitations ; ce qui permet la pratique des activités en plein air.

Comme ressources floristiques le territoire est couvert par la savane arbustive colonisée par l'homme. La végétation est au 4/5 le résultat de l'activité humaine (avec les cultures vivrières, maraichères et les rentes). Donc le paysage est essentiellement agraire, dynamique et instable suivant les cycles agricoles et davantage marqué par de magnifiques bocages qui captent l'attention des visiteurs. Le reste de la flore sauvage au 1/5 est retrouvé dans les forêts sacrées, galeries forestières et surtout vers les monts Bamboutos loin des zones à forte densité des populations. Les vallées d'une manière générale sont couvertes d'une végétation de raphias. Les ressources floristiques de Babadjou sont diversifiées.

Voici les noms scientifiques de quelques plantes présentent dans Babadjou dans le tableau ci-dessous :

Tableau 1: les principales ressources floristique de Babadjou

Noms communs	Noms locaux	Noms scientifiques
Café	<i>Tæu coffei</i>	<i>Cafféa arabica</i>
Manguier	<i>Tæu magwere</i>	<i>Mangifera indica</i>
Oranger	<i>Tæu lamassæu</i>	<i>Citrus senensis</i>
Papayer	<i>Tæu powpow</i>	<i>Carica papaya</i>
Palmier à huile	<i>Tæu letouoh</i>	<i>palmiers</i>
Kolattier	<i>Tæu lepie</i>	<i>Cola acuminata</i>
Eucalyptus	<i>Tæu fosæugar</i>	<i>Eucalyptus saligna</i>
Safoutier	<i>Tæu zool</i>	<i>Dacryodes edulis</i>
Avocatier	<i>Tæu pieh</i>	<i>Persea americana</i>
Goyavier	<i>Tæu ngouayah</i>	<i>Psidium goyava</i>
Arbre de la paix	<i>Tæu ngue nko, 'he</i>	<i>Dravania deisteliana</i>

Source : rapport du DAADER de Babadjou 2012 et adaptation Lacmago 2016

Concernant la faune de Babadjou, elle est presque inexistante car beaucoup d'espèces animales ont disparu en même temps que les forêts ; raison pour laquelle la faune n'est pas riche en animaux sauvages. On peut citer néanmoins quelques gibiers rares, des oiseaux, des reptiles et insectes comme l'illustre le tableau ci-dessus ainsi qu'une panoplie des espèces domestiques :

Tableau 2: la biodiversité faunique de Babadjou.

Gibiers rares		Oiseaux		Reptiles et insectes	
Noms communs	Noms locaux	Noms communs	Noms locaux	Noms communs	Noms locaux
Panthères	<i>Calepan</i>	Perdrix	<i>Shieungoueh</i>	Serpents	<i>Nooh</i>
Singes	<i>Nka'a</i>	Moineaux	<i>Tsogore</i>	Lézards	<i>Ndeuelougot</i>
Porc-épic	<i>Ngnar metæu</i>	Corbeaux	<i>Nguehghar</i>	Caméléons	<i>Nkeunyanmadon</i>
Chats-tigres	<i>Nkah</i>	Hiboux	<i>Mvæuh</i>	Criquets	<i>Nkeuzah</i>
rats	<i>Ndeou</i>	Eperviers	<i>Maghoue</i>	Abeilles	<i>Nwaah</i>
Chauve-souris	<i>Ndeuedouoh</i>				
Ecureuils	<i>Peueh</i>				

Source : rapport du DAADER de Babadjou 2012 et adaptation Lacmago 2016

I.3. PROBLEMATIQUE DE RECHERCHE.

Longtemps, le tourisme s'est vu opposé à la culture. En effet, selon le philosophe Yves Michaud cité par Benjamin Roux et al (2005), le tourisme fut le responsable d'une rupture dans la culture. A cause de lui, elle est passée de la « sacralisation culturelle » qui a prédominé pendant deux siècles, au « divertissement culturel. » Aujourd'hui encore, le touriste n'a pas toujours bonne presse dans le milieu culturel. Il est souvent caricaturé et perçu comme un destructeur qui use les monuments qu'il visite, génère des équipements coûteux, pollue et ne comprend pas ce qu'il voit.

Pour nous, Il s'agit là d'une fausse opposition, entre une certaine définition de la culture, à vocation noble, préférant son public traditionnel cultivé et résistent aux masses éphémères saisonnières ne disposant pas du bagage culturel nécessaire. Or, le philosophe souligne que le tourisme est profondément protéiforme et que tout un chacun peut être amené à le pratiquer. Contrairement aux idées reçues, le touriste n'est pas toujours l'autre. Percevant ce phénomène, Jean-Didier Urbain (2002) pour sa part publiait un livre intitulé L'idiote du voyage, non pas pour affirmer le mépris vis-à-vis du touriste, mais pour tenter de le réhabiliter.

Si on peut concevoir les contradictions qui existent entre souci de conservation et volonté d'attirer un maximum de visiteurs, ces oppositions ne résistent pas au fait que sans visiteurs, les lieux culturels n'ont pas lieu d'être. On ne peut nier que le tourisme a dopé les fréquentations de ces lieux. De nombreux sites de gestion privée font la preuve que les bénéfices touristiques et commerciaux ne se font pas toujours au détriment des bénéfices culturels. En évitant le double écueil de la muséification et de la massification, entre le respect du touriste et de l'œuvre, l'offre existante montre que l'on peut aisément « mettre en tourisme » la culture ou « culturaliser » le tourisme.

Nous soutenons alors que le tourisme et la culture ont un point commun : le territoire dans lequel ils s'inscrivent tous deux. Le tourisme est en effet orienté vers une destination, un lieu. L'offre culturelle, quant à elle, est implantée sur un territoire. Le lien entre culture et territoire prend tout son sens lorsqu'on aborde les notions de patrimoine ou d'identité locale. Le tourisme doit s'appuyer sur les atouts du territoire pour le promouvoir. Dans le même ordre d'idée, Philippe Violier (1999), stipulait déjà que l'activité touristique comporte une forte spécificité spatiale car « le local est le lieu du gisement touristique et l'affirmation sans cesse renouvelée de l'identité. ». Le territoire est véritablement le lieu de rencontre d'acteurs appartenant à des domaines différents mais interdépendants l'un de l'autre. Le tourisme culturel est donc étroitement lié au territoire, à ses acteurs et à son développement. Les territoires ne peuvent plus oublier la culture dans leur stratégie de développement.

D'ailleurs, de nos jours, le tourisme est devenu un phénomène complexe en plein développement. Il joue un rôle essentiel dans les domaines économiques, sociaux, éducatifs, scientifiques, écologiques et esthétiques. La modernité, les nouvelles technologies auxquelles aucune société n'échappe ne doivent pas occulter ou dérober l'intérêt que présente le patrimoine culturel comme vecteur de développement et de stabilité, tant pour les générations actuelles que futuristes. En ce sens, l'arrondissement de Babadjou renferme un potentiel culturel riche et diversifié susceptible de constituer un des facteurs de développement au travers d'une valorisation rationnelle de son patrimoine culturel à des fins touristiques. Mais, il est avéré que le potentiel culturel et partant l'atout touristique n'a pas une valorisation optimale tant dans sa dimension matérielle qu'immatérielle. Il manque de meilleures stratégies de mise en tourisme du patrimoine culturel Babadjou et il se pose aussi le problème d'une réelle absence d'action concertée dans ce sens. Dans cette optique, pour que n'entre en perdition l'héritage ou le patrimoine culturel des peuples « Mbasso » (de Babadjou), une série de questions d'ordre stratégique nous interpelle.

I.4. QUESTIONS DE RECHERCHE

I.4.1. Question générale de recherche (QP)

- Comment la valorisation du patrimoine culturel de l'arrondissement de Babadjou peut-elle contribuer à son développement local ?

I.4.2. Questions spécifiques opérationnelles de recherche (QSO)

- L'héritage socioculturel est-il de nature à déclencher l'activité touristique dans l'arrondissement de Babadjou ?

- Qui sont les acteurs et quelles stratégies touristiques développent-ils autour des éléments du milieu socioculturel ?

- Quelles alternatives prospectives pouvons-nous engager en vue de booster l'activité touristique dans l'arrondissement de Babadjou et quelles peuvent en être les incidences ?

I.5. OBJECTIFS DE RECHERCHE :

I.5.1. Objectif principal de recherche (OP)

Cette étude entend proposer des stratégies de mise en tourisme du patrimoine culturel de l'arrondissement de Babadjou, pouvant assurer le développement local.

I.5.2. Objectifs spécifiques opérationnels de recherche (OSO)

- Faire un inventaire du patrimoine culturel dans l'arrondissement de Babadjou,
- Identifier les principaux acteurs ainsi que leurs stratégies touristiques autour des éléments du milieu socioculturel,
- mettre en relief des alternatives prospectives afin de mieux gérer et de rentabiliser le patrimoine culturel Babadjou pour des fins touristiques et d'en évaluer les incidences.

I.6. HYPOTHESES DE RECHERCHE

I.6.1. Hypothèse principale de recherche

Une gestion participative et rationnelle du patrimoine culturel des peuples Mbasso permettra de faire du tourisme un levier pour le développement local.

I.6.2. Hypothèses spécifiques opérationnelles (HSO)

- le patrimoine culturel de l'arrondissement de Babadjou est très riche et diversifié, mais peu valorisé.

- A Babadjou, plusieurs catégories d'acteurs développent diverses stratégies touristiques autour des éléments du milieu socioculturel aux logiques parfois divergentes et concurrentielles.

- la mise en tourisme du patrimoine culturel de l'arrondissement de Babadjou contribuerait à coup sûr au développement local

Tableau 3: Tableau synoptique du cadrage de la recherche

Problème de l'étude : Le manque de meilleures stratégies de mise en tourisme du patrimoine culturel Babadjou pourtant riche et diversifié et il se pose aussi le problème d'une réelle absence d'action concertée dans ce sens.		
Questions de recherche	Objectifs de recherche	Hypothèses de recherche
Q : Comment la valorisation du patrimoine culturel de l'arrondissement de Babadjou peut-elle contribuer à son développement local	O : Cette étude entend proposer des stratégies de mise en tourisme du patrimoine culturel de l'arrondissement de Babadjou, pouvant assurer le développement local.	H : Une gestion participative et rationnelle du patrimoine culturel des peuples Mbasso permettra de faire du tourisme un levier pour le développement local
Q1 : - L'héritage socioculturel est-il de nature à déclencher l'activité touristique dans l'arrondissement de Babadjou ?	O1 : - Faire un inventaire du patrimoine culturel dans l'arrondissement de Babadjou,	H1 : - le patrimoine culturel de l'arrondissement de Babadjou est très riche et diversifié, mais peu valorisé.
Q2 : - Qui sont les acteurs et quelles stratégies touristiques développent-ils autour des éléments du milieu socioculturel ?	- Identifier les principaux acteurs ainsi que leurs stratégies touristiques autour des éléments du milieu socioculturel,	H2 : - A Babadjou, plusieurs catégories d'acteurs développent diverses stratégies touristiques autour des éléments du milieu socioculturel aux logiques parfois divergentes et concurrentielles.
Q3 : quelles alternatives prospectives pouvons-nous engager en vue de booster l'activité touristique dans l'arrondissement de Babadjou et quelles peuvent en être les incidences ?	O3 : - mettre en relief des alternatives prospectives afin de mieux gérer et de rentabiliser le patrimoine culturel Babadjou pour des fins touristiques et d'en évaluer les incidences.	H3 : - la mise en tourisme du patrimoine culturel de l'arrondissement de Babadjou contribuerait à coup sûr au développement local

Source : LACMAGO 2016

I.7. CONTEXTE SCIENTIFIQUE (REVUE DE LA LITTERATURE)

Depuis plusieurs années, de nombreux organismes nationaux, internationaux et même des chercheurs se sont intéressés à l'aspect culturel du tourisme. Ces recherches ont conduit à plusieurs thématiques complémentaires. Ainsi, nous distinguons trois grands groupes de chercheurs correspondant aux approches basées sur les composantes du patrimoine culturel, les forces, les faiblesses, les menaces et les opportunités ainsi que les incidences du tourisme culturel sur le niveau de développement local et en fin l'approche basée sur les stratégies et les perspectives de mise en tourisme du patrimoine culturel. Peu de ces écrits scientifiques concernant notre problématique, encore moins notre zone d'étude qui ne laisse aucune trace scientifique sur le sujet. Mais nous avons quand même fait une rétrospection des écrits scientifiques à partir des auteurs suivant les approches ci-dessous :

I.7.1. L'approche basée sur les différentes composantes du patrimoine culturel

Ici, nous notons les œuvres des auteurs à l'instar de J. Hurault, Roger Onomo E., Yonkeu (2010), Nganté (2005), Jeannette D. (2008), Gadrey J. (1994), Ollagnon (1984)

Jean Gadrey parle de patrimoine culturel d'une collectivité. Il en donne la définition suivante : *« ensemble d'objets et de produits auxquels cette collectivité ou une proportion suffisante de ses membres attache de la valeur, parce qu'il s'agit de réalités qui témoignent de l'identité de cette collectivité en établissant un lien temporel entre le passé, et/ou entre son présent et ce qu'elle imagine de son avenir (témoignage projeté) »*. Dans le même ordre d'idée, Henry Ollagnon. Pour lui, définit le patrimoine culturel comme étant : *« l'ensemble des éléments matériels et immatériels qui concourent à maintenir et à développer l'identité et l'autonomie de son titulaire dans le temps et dans l'espace par adaptation en milieu évolutif »*.

Dans son ouvrage intitulé « la structure sociale des Bamiléké », J. Hurault étudie le fonctionnement de la chefferie chez les Bamiléké tel que : son organisation traditionnelle et le rôle des édifices traditionnelles. Il est nécessaire pour notre étude dans la mesure où il a permis de ressortir le mode fonctionnel de la chefferie chez les Bamiléké ainsi que la place des édifices traditionnels.

Roger Onomo ETABA pour sa part dans « Le tourisme culturel au Cameroun » inventorie le patrimoine culturel du Cameroun et le localise pour sa mise en valeur. Ce livre met plus particulièrement en lumière le patrimoine culturel du centre. Par transposition à notre zone d'étude, les éléments du patrimoine culturel seront facilement identifiés.

Du travail d'Alain Joël Y. à travers son projet tutoré de licence professionnelle en tourisme et hôtellerie intitulé « mise en tourisme durable du festival Medumba », l'auteur essaye d'inventorier le patrimoine culturel et naturel dans le Ndé. Cette étude met en exergue le rôle du tourisme culturel dans sa dimension festivalière. Il en est de même des travaux de Nganté (2005) avec ces « rencontres culturelles et développement du tourisme festivalier au Cameroun : cas du Ngondo » Par transposition à notre zone d'étude, nous verrons facilement comment mettre valablement en tourisme le festival royal « Lehre » des Babadjou.

Au travers des écrits de Jeannette D. dans son projet tutoré de licence professionnelle en tourisme et hôtellerie intitulé « mise en tourisme du patrimoine culturel de la chefferie de Bandjoun », nous avons pu distinguer les méandres du patrimoine culturel de l'arrondissement de Babadjou tant dans sa dimension matérielle qu'immatérielle.

I.7.2. L'approche basée sur les forces, les faiblesses, les menaces et les opportunités ainsi que les incidences du tourisme culturel sur le niveau de développement local

Cette méandre de l'étude est élucidée par les auteurs tels que : Fanga (2011), Grégoire (2004), Yossa (2009), Tatiezé (2005), Christian B. et al (2006), Nganté (2005), UNESCO et UIOOT (1951), Alberto Sessa (1967), Michel Picard (1992), Juanchich (2007), CRC de France (2011), Chetima M. (2016).

Ainsi, Fanga (2011) à travers son projet tutoré de licence professionnelle en tourisme et hôtellerie intitulé « Valorisation du patrimoine culturel de Bangoulap », l'auteur après avoir inventorier le patrimoine culturel de Bangoulap, met en évidence l'existant en matière de tourisme, les forces et les faiblesse des activités touristiques dans sa zone d'étude. Il projette les retombées opportunes.

Au travers des écrits portant sur « tourisme et mutations socio-économiques dans le département du Mayo-Tsanaga », Grégoire (2004) met en lumière retombées du tourisme tant dans le domaine social qu'économique. Pour lui, ces retombées se font ressentir dans le social (infrastructure sociale, la réduction de l'état de paupérisation ambiant), dans l'agriculture, le commerce et notamment dans le secteur des arts. Il élucide également les obstacles au décollage du tourisme dans la localité.

Dans « Organisation des funérailles dans l'arrondissement de Dschang et leur exploitation à des fins touristiques : cas du groupement Foto », Tatiezé (2005) met en relief les fondements des funérailles chez les Bamiléké, l'organisation et la célébration dans le groupement Foto mais le plus important est le lien que l'auteur fait entre le tourisme et les funérailles. Il met en exergue l'impact des funérailles sur le développement local ainsi que les risques potentiels qui peuvent être entre autres la prostitution, la mendicité, la pédophilie etc.

Juanchich (2007) dans son mémoire intitulé « Culture, tourisme et territoire : les apports du tourisme culturel au développement local » démontre que le tourisme culturel a des conséquences positives et négatives le territoire. Il s'agit de retombées économiques, mais aussi culturelles et sociales qui concernent les acteurs culturels et économiques du territoire, mais aussi sa population. Elles se traduisent par la création de ressources nouvelles, d'emplois, d'activités et de lien social.

Christian B. et al (2006), la mise en valeur touristique est une source de recettes financières multiples : droits d'entrée des sites visitables et des musées, vente de visites guidées, d'objets dérivés, documents et photos, artisanat. Elle est aussi l'occasion de retombées économiques induites bien plus importantes : dépenses effectuées par les visiteurs pour l'hébergement, la restauration, les transports. Pour les collectivités, elle est encore une source de revenus par les taxes perceptibles (sur le séjour, les transports, les sociétés de tourisme).

L'exploitation de la revue de la littérature dans le cadre de la bonne orientation et le meilleur recentrage de notre étude dans notre zone d'étude est très loin d'être exhaustive. A la suite de ces travaux, nous allons examiner similairement les cas dans l'arrondissement de Babadjou.

L'Unesco et l'Union internationale des organismes officiels de tourisme (UIOOT) présentent un rapport sur « les facteurs culturels dans le tourisme ». Alberto Sessa (1967), qui affirme que « la culture et l'économie touristique, au lieu de se tenir en opposition, dérivent d'un avantage réciproque l'une de l'autre ». Pour Michel Picard « le tourisme se traduit en définitive par un double courant d'échanges, de valeurs économiques vers les pays récepteurs et de valeurs culturelles vers les pays émetteurs » (Picard 1992).

D'après le rapport du conseil régional du centre (France 2011) portant sur « Stratégie Régionale de Tourisme Durable, le tourisme est une activité essentielle au rayonnement de la région à l'échelle nationale et internationale. Facteur de développement économique et social, ce secteur représente 28 600 emplois salariés et 3 milliards d'euros de retombées économiques par

an sur le territoire français. Selon ledit rapport, le tourisme contribue aussi fortement à l'aménagement et à la structuration du territoire ; Il permet de créer du lien et de faire émerger une identité régionale. Un territoire « désirable » pour les touristes est avant tout un territoire de qualité pour ses habitants. Le tourisme en région Centre s'appuie sur le patrimoine naturel et culturel exceptionnel qu'il convient de préserver.

Cité par Chetima M. (2016), le tourisme est devenu un phénomène complexe aux dimensions économique, sociale et culturelle d'une ampleur sans précédente (Koussoula 2009) Pendant que certains voient en lui un risque pour le patrimoine culturel, d'autres par contre estiment qu'il représente un moyen pour valoriser ledit patrimoine. Malgré ces divergences de points de vue sur les impacts du tourisme, tous s'accordent néanmoins sur l'influence qu'exerce le patrimoine sur les flux touristiques. Selon une étude menée par Europa Nostra (2005), plus de 50 % de l'activité touristique en Europe est générée par le patrimoine. Aux États-Unis, les enquêtes consacrées aux «voyageurs amateurs d'histoire/de culture » montrent que 30 % des touristes américains sont influencés par le patrimoine lorsqu'ils choisissent une destination (Koussoula 2009). D'autres estimations, notamment celles de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), indiquent que le tourisme culturel représente à lui seul 40 % du tourisme international (Richards 2007). A partir des années 1980, le diptyque tourisme/patrimoine s'affirmera par ailleurs comme un moteur économique extrêmement puissant (OCDE 2009). C'est ainsi que le «tourisme culturel » va être considéré comme une panacée pour le développement économique des pays du tiers-monde, surtout dans un contexte où le développement par le haut semblait désuet (Mathis 2003). Cette approche sera particulièrement relayée par le Programme des Nations-Unies pour le développement (PNUD), la Conférence des Nations-Unies sur le commerce et le développement (CNUCED) et la Banque mondiale. Pour ces organismes, le tourisme s'il est bien maîtrisé, peut être une activité viable et durable, pouvant favoriser le développement durable des communautés d'accueil tout en valorisant les ressources naturelles et culturelles disponibles. Dans cette perspective, le tourisme va être intégré dans les stratégies de développement culturel afin de soutenir la production culturelle et de valoriser le patrimoine.

Parallèlement à notre sujet de recherche, nous nous servirons de cette articulation de la présente revue de la littérature afin d'identifier les principaux atouts, les faiblesses, les menaces et les opportunités de mise en valeur des potentialités culturelles de l'arrondissement de Babadjou à des fins touristiques. Il en est de même des incidences potentielles que cela peut engranger.

I.7.3. L'approche basée les stratégies et les perspectives de mise en tourisme du patrimoine culturel.

Les auteurs ont d'une manière ou d'une autre mis en lumière quelques stratégies et perspectives de la mise en tourisme du patrimoine culturel. On reprend ici les travaux de Fanga (2011), Yossa (2009), Tatiezé (2005), Nganté (2005), Alain Joël YONKEU (2009-2010), Juanchich (2007), CRC de France (2011).

Fanga (2011) propose la mise en place d'un complexe culturel à Bangoulap ainsi que le mode de fonctionnement, les stratégies de communication et de marketing de l'entreprise. Pour lui ce complexe est un outil valable de la mise en tourisme du patrimoine culturel Bangoulap. Dans le même ordre d'idée, Yossa (2009) fait un projet tutoré de licence professionnelle en tourisme et hôtellerie intitulé « Création d'une agence de tourisme de 2^e catégorie à Bafang » à la lumière duquel il définit les mécanismes de création, le mode de fonctionnement, un exemple type de circuit touristique et les stratégies de communication et marketing.

Tatiezé (2005) met en relief les conditions nécessaires à l'exploitation des funérailles à des fins touristiques, les recommandations pour un meilleur développement du tourisme culturel. Il préconise l'amélioration des programmations des funérailles par les organisateurs, l'amélioration

de culture touristique des organisateurs, des opérateurs du secteur touristique et la sensibilisation sur les enjeux du tourisme culturel. Il recommande aussi le renforcement du professionnalisme des acteurs publics et privés du tourisme culturel ainsi que le dynamisme des opérateurs, la promotion du tourisme intérieure, la formation des guides, et enfin, la préservation des funérailles en tant que activité du tourisme intérieur.

Nganté (2005) met en évidence les stratégies et les actions pour la rentabilisation touristique du Ngondo. Il prône à ce sujet la professionnalisation de l'évènement, met en branle les stratégies d'organisation, de communication et de promotion à savoir la publicité, la médiatisation et la sensibilisation pour une bonne implication des locaux. C'est également dans le même sens qu'a travaillé Alain Joël YOMKEU (2009-2010),

Juanchich (2007) expose les conditions nécessaires à la réalisation de projets et à la création de flux de tourisme culturel durables et solides aptes à développer le territoire. Ces conditions sont la délimitation géographique du territoire, la définition de son image, l'adaptation de son offre culturelle à la clientèle touristique et la mise en réseau des acteurs du tourisme culturel.

Le rapport adopté par le conseil régional du centre (CRC de France) le 21 octobre 2011 dans le cadre de la mise en tourisme durable du territoire centre, met en branle les orientations stratégiques : renforcer l'attractivité des sites patrimoniaux et culturels en misant sur la qualité, l'innovation et la diversification des activités et des produits ; organiser un réseau des acteurs du tourisme patrimonial autour de projets collectifs et d démarches Qualité ; soutenir les offres touristiques combinant Nature et Culture, et encourager des partenariats entre les sites patrimoniaux et les prestataires touristiques (hébergements, restauration, transporteurs, loueurs de vélo, caves de dégustation, tourisme de nature....) ainsi que les agences réceptives en région ; soutenir en priorité au titre de la politique culturelle régionale, les expositions, et événementiels (concerts, danse, festivals, spectacles) prenant appui sur la valorisation des sites et lieux de visites patrimoniaux. Comme perspectives, le rapport CRC fait des recommandations suivantes :

- **Mettre en avant le producteur avant le produit**, dans la rencontre entre amateurs et professionnels, et la dimension humaine de l'art de vivre, lors des moments collectifs de convivialité, à destination des habitants et des touristes mais aussi dans les supports de promotion (sites internet...)

-**Inciter davantage les restaurateurs à l'utilisation de produits locaux.**

Par des Chartes de qualité, des menus spéciaux, des formules du marché, les restaurateurs peuvent contribuer à valoriser les producteurs et les produits locaux de qualité, dans l'assiette et le verre. La valorisation des produits inscrits à l'inventaire du patrimoine gastronomique sera prioritaire.

-**Promouvoir les démarches qualitatives** de la filière art de vivre (agriculture biologique, label rouge, autres signes d'identification de la qualité et de l'origine), et les produits et spécialités identitaires des territoires.

L'analyse de cette revue de littérature nous permet de nous recentrer sur le sujet et de proposer des stratégies fiables et efficaces pour la valorisation du patrimoine culturel de Babadjou à des fins touristiques. Cependant, l'originalité de cette étude est que nous ne nous attarderons pas uniquement sur ce que les principaux acteurs font sur le terrain comme beaucoup d'auteurs du présent contexte scientifique l'ont fait, mais bien plus sur des stratégies novatrices de valorisation touristique du patrimoine culturel de Babadjou axées sur trois principaux projets à savoir la valorisation touristique du festival culturel Lehre, l'exploitation des funérailles à des fins touristiques et enfin le projet de création d'un complexe culturel de l'arrondissement de Babadjou qui serait une vitrine de la culture Mbasso.

I.8. INTERET DE L'ETUDE

Ce travail présente pour nous un triple intérêt : Socioculturel, scientifique et académique.

Sur le plan socioculturel, ce travail se présente comme une sorte de géomarketing du potentiel culturel des peuples Babadjou. Ce qui contribuera indubitablement à la visibilité et à la diffusion de ce dernier. Ainsi, Babadjou pourra devenir une bonne destination touristique une fois que son patrimoine culturel sera valablement diffusé et mise en tourisme. Ce gros village arrondissement aura beaucoup à tirer des retombées des activités touristiques qui peuvent graviter autour de son potentiel culturel.

Sur le plan scientifique, cette étude suscite une prise de conscience de la part des acteurs en charge du développement en général et ceux du développement rural en particulier du grand intérêt à valoriser ou à revaloriser économiquement le patrimoine culturel. Aussi ce travail entend ouvrir une fois de plus, en plus des travaux qui l'ont précédé une piste à tous les chercheurs désireux de mener une réflexion sur la valorisation du patrimoine pour des fins touristiques.

Sur le plan académique, notre travail s'inscrit dans la continuité des travaux menés au département de géographie de l'ENS et partant de l'Université de Yaoundé I sur la problématique du potentiel touristique et le développement au Cameroun. Mais aussi, il est question de rédiger notre mémoire qui nous permettra d'obtenir notre DIPES II. En dernier ressort, notre souhait premier est que ce document serve de support pour des générations à venir en particulier et pour tout chercheur en général.

En somme, il était question d'explorer le sujet et de le cadrer scientifiquement. Nous l'avons fait dans les différentes parties que sont la justification du choix du sujet ; la justification du sujet, la délimitation du sujet ; la problématique de l'étude et son questionnement ; les objectifs ; les hypothèses, l'intérêt de notre étude et la revue de la littérature. De cette dernière, il ressort qu'il existe des innombrables écrits sur le patrimoine culturel et tourisme mais très peu proposent des stratégies concertées de mise en tourisme du patrimoine culturel impliquant véritablement tous les acteurs du secteur, encore moins au Cameroun en général, sur les hautes terres de l'ouest en particulier. Cette étude se propose donc d'y remédier en mettant à la disposition des acteurs du tourisme une alternative prospective de mise en tourisme du patrimoine culturel Bamiléké en général et plus particulièrement celui des peuples « Mbasso ».

CHAPITRE II : APPROCHE CONCEPTUELLE, THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE

D'une manière générale, la méthodologie renvoie à une procédure logique comprenant un ensemble de pratiques et méthodes mises en application pour atteindre un résultat de recherche. Dans le cadre de notre travail, la vérification de nos hypothèses de recherche nous aura amené à mettre en évidence un cadre conceptuel, théorique et opératoire secondé par une méthodologie spécifique pour la collecte et le traitement de nos données.

II.1. CADRE CONCEPTUEL ET THEORIQUE

Dans l'optique de faciliter la compréhension de notre travail, il est impératif de mettre en relief certaines théories et d'explicitier un certain nombre de concepts ou expressions sur le patrimoine culturel et les stratégies touristiques y afférentes.

II.1.1. Cadre théorique

Plusieurs théories ont été élaborées et sont en rapport avec notre thème. Entre autre on a :

II.1.1.1. La théorie de la diversité et de la complexité de l'objet touristique de Cazes.

Par cette théorie, Cazes (1992) suggère d'appréhender le tourisme comme un « paramètre » comprenant une juxtaposition de huit éléments :

- Les activités
- Les fonctions thérapeutiques du loisir et du tourisme pour lesquels J. Dumazedier identifie les trois fonctions libératrices, les trois D (Boyer 2003) en parlant du délasserement, de distraction et de développement.
- Les fonctions sociales du tourisme
- Le rôle social du tourisme
- L'identification du tourisme par la migration
- L'identification par le statut social ou le type de société
- L'identification par la distance parcourue
- Les équipements touristiques

Soulignons que cette approche de la complexité et de la diversité du tourisme rejoint celle de Williams (2004) qui préconisait de prendre en compte tous les éléments depuis la planification du voyage jusqu'à la partie post voyage (photo, home cinéma, etc.) incluant l'expérience.

Dans notre travail, cette théorie nous favorise une ouverture d'esprit sur l'étendue de l'activité touristique et les implications potentielles.

II.1.1.2. Théorie de l'attractivité de Serge Gagnon

D'après cette théorie, la première difficulté en tourisme concerne l'attractivité des localités. Cependant, l'attractivité d'un milieu ne serait pas le fruit de la nature ni celui de la culture ; elle serait engendrée. L'action des acteurs du tourisme est fondée sur un certain nombre d'appréciations notamment l'attractivité des destinations touristiques. Egalement, l'attraction touristique d'un territoire renvoie généralement à une diversité d'équipements, d'acteurs, d'actions, d'événements qui provoquent des déplacements. Cette attraction ne se borne pas aux données naturelles et culturelles qu'il contient, Mais aussi et surtout aux

investissements, à l'aménagement du territoire. En appui à la pensée de Serges Gagnon, nous faisons appel à l'approche géographique illustrée par **BLANCHARD** et **BRIERER** et l'approche aménagiste telle que développée par **Wall** et **GAZELAIS**.

Chez Blanchard (1960), 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. **BRIERER (1962)** pour sa part 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* ».

Suivant l'approche aménagiste, **Wall (1996)** rapporte les types d'attraits touristiques 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, quels que soient le lieu et les qualités naturelles ou culturelles de celui-ci. Selon **GAZELAIS (1999)**, les déplacements touristiques représentent un désir de se joindre avec un ailleurs attractif. Pour lui, 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 d'attirer les gens. Tout peut être touristique donc, mais, d'une part, le potentiel d'attractivité est fonction de l'accessibilité du site et, d'autre part, une marque humaine doit afficher l'intérêt. L'accent est mis sur les utilisations, les activités subordonnées et les aménagements qui les appuient.

Dans notre travail, la théorie de l'attractivité nous permettra de faire une identification des éléments qui constituent le patrimoine culturel susceptible d'attirer les gens à Babadjou, ensuite de présenter les équipements qui les accompagnent. L'approche aménagiste va nous permettre de voir comment les acteurs se déploient sur le terrain pour rendre attractif le patrimoine culturel des peuples Mbasso

II.1.1.3. La théorie de l'acte d'image d'Horst Bredekamp (2003).

Dans son ouvrage intitulé **Stratégies visuelles de Thomas Hobbes** (éd. La Découverte, 2003), Horst Bredekamp, professeur émérite à l'université Humboldt de Berlin, tente de comprendre un paradoxe qui hante la pensée de l'image depuis toujours. Pour cet auteur, l'image, en tant qu'artefact créé par les humains, développe une présence, une puissance, qui emporte celui qui la regarde. Il met sur pied la théorie de l'acte d'image. Cette théorie est donc conçue pour faire écho et contrepoint à la célèbre théorie de l'acte de langage, initiée par Searle et Austin. Elle analyse la puissance spécifique recelée par l'image. Pour Horst, il n'y a alors pas d'autre choix que de replacer l'image au même niveau que le langage et l'écriture dans notre pensée de l'humain et de son histoire, de ses origines à nos jours. Traduit dans plusieurs langues, le livre de Horst Bredekamp est déjà une référence incontournable dans des disciplines aussi variées que la philosophie, la théorie esthétique, l'histoire de l'art et les études culturelles. L'auteur continue et prouve l'intensité si particulière des images, capables de susciter notre effroi ou notre adoration, elles peuvent frapper, faire réfléchir. Il recommande d'ailleurs de faire attention où l'on pose les yeux car une image peut capturer, fixer, inspirer dans sa vision même un artefact de mouvement, une potentialité à agir. Les images sont donc des actes à part entière.

Dans le cadre de notre étude, cette théorie est une porte ouverte sur l'examen de la place des publicités sous forme audio-visuelle dans les stratégies de communication et de vente des produits du tourisme culturel dans l'arrondissement de Babadjou pour une large visibilité. Elle justifie également le poids des images dans notre mémoire.

II.1.2. CADRE CONCEPTUEL

Pour une meilleure compréhension de notre thème et pour éviter les incompréhensions possibles liées à la polysémie, il nous semble utile de mettre en lumière les concepts et ou expressions qui sont les clés de notre thématique. Il s'agit des concepts et expressions tels que patrimoine culturel, tourisme, Acteurs touristiques, stratégies touristiques, développement local, développement participatif.

II.1.2.1. Patrimoine culturel

Pour l'UNESCO et l'Union internationale des organismes officiels de tourisme (UIOOT) 1997, le patrimoine culturel est l'ensemble des biens culturels caractérisés par le mode de vie, les valeurs matérielles et / ou immatérielles, les traditions et croyances, les coutumes, des acquis intellectuels et des savoir-faire propres à une société humaine. Le patrimoine culturel est constitué de toutes les œuvres artistiques mais aussi toutes les traditions, les pratiques issues de la culture populaire qui nous viennent de nos descendants. Le patrimoine culturel d'un peuple représente une grande partie de son identité. Il fournit des références communes à un même groupe d'individus et renforce pour chacun le sentiment d'appartenance à ce groupe.

Un bien patrimonial est donc tout bien ou l'héritage commun à un groupe ou une collectivité. Il est irremplaçable et ne peut appartenir à une seule personne.

Dans cette étude nous maintenons la définition du patrimoine culturel tel que définie par l'UNESCO et l'Union internationale des organismes officiels de tourisme (UIOOT) tant dans sa dimension matériel qu'immatériel.

II.1.2.2. Tourisme culturel

D'après l'Unesco, l'Organisation mondiale du tourisme (OMT/WTO) et le Conseil international des monuments et des sites (ICOMOS) en 2005, le tourisme désigne l'ensemble des techniques et des mécanismes mis en œuvre par les touristes ou les voyageurs, les opérateurs en tourisme, pour les déplacements, les séjours d'agrément d'une durée supérieure ou égale à 24 heures et inférieure à 12 mois ayant pour but la découverte, les recherches, les loisirs, les attractions ou encore les distractions tout en s'hébergeant, en se restaurant, et en se transportant. Il exclut toute activité rémunérée.

Le tourisme culturel désigne donc tout déplacement dont la motivation principale est d'élargir ses horizons, de rechercher des connaissances et des émotions au travers de la découverte d'un patrimoine et de son territoire. Par extension, on y inclut les autres formes bien connues de tourisme où interviennent des séquences culturelles, sans en être une motivation principale, mais où le fait d'être en vacances en favorise une pratique occasionnelle. Là encore, il est impératif de relayer la nuance entre un touriste et un visiteur : le touriste est toute personne qui séjourne en dehors de sa résidence habituelle pour une durée d'au moins 24 heures (ou une nuit) et de douze mois au plus pour l'un des motifs suivants : agrément (vacances et séjours de fin de semaine), santé (thermalisme, thalassothérapie...), missions ou réunions de toutes sortes (congrès, séminaires, pèlerinage, manifestations sportives...), voyages d'affaires, déplacements professionnels scolaires...) et donnant lieu à une nuit é dans un lieu d'hébergement de la localité d'accueil. Le visiteur par contre est toute personne qui se rend, pour une période inférieure ou égale à 12 mois, dans un autre lieu que celui qui correspond à son environnement habituel, et dont le motif principal de visite est autre que celui d'exercer une activité rémunérée dans le lieu visité.

II.1.2.3. Stratégies touristiques

Le Dictionnaire moderne, (1981)¹ définit la stratégie comme « *une manière de conduire les opérations* ». Se référant à la théorie des jeux, ROY R. (1983)² relève qu'une stratégie désigne « *un ensemble cohérent de décision que se propose de prendre un agent assumant des responsabilités, face aux diverses éventualités qu'il est conduit à envisager, tant du fait des circonstances extérieures qu'en vertu des hypothèses portant sur le comportement d'autres agents intéressés par de telles décisions.* » Ici, l'accent est mis sur la cohérence de décision que prend un agent responsable. D'après le dictionnaire Universel (1995),³ la stratégie se confond à la « politique » qui est définie comme une « *conduite calculée pour atteindre un but précis* ». La stratégie peut donc être une manière d'arranger et d'exécuter les opérations dans un ordre ou dans des proportions données afin d'aboutir au résultat escompté.

Selon le dictionnaire critique : Les Mots de la Géographie, (1997)⁴ ; La stratégie est « *l'art de parvenir à un but par un système de dispositions adaptées* ». Mais son étymologie : « *stratos, armée en grec, implique un plan et passe par des tactiques du lieu ou de l'instant* ». Selon cette étymologie, la stratégie est un ensemble de tactiques dans l'armée qui ont cours dans le temps et dans un espace donné. Le dictionnaire Larousse Synonymes⁵ conforte l'étymologie présentée plus haut car, il donne comme synonymes de la stratégie « *tactique* », « *plan* ». Le Dictionnaire Hachette (2010) quant à lui donne une acception semblable à celle évoquée dans le dictionnaire critique Les mots de la Géographie cité plus haut. Il définit alors la stratégie comme « *l'art de combiner les opérations pour atteindre un objectif* »

Dans ce travail, les stratégies touristiques désignent les tactiques, les moyens, mieux un ensemble cohérent de décisions et de mesures aussi bien endogènes qu'exogènes prises par des acteurs, dans le temps et dans l'espace, en vue de favoriser une mise en tourisme du patrimoine et d'en tirer profit des opportunités qu'il offre.

II.1.2.4. Acteur touristique

C'est une personne qui agit, une personne en mouvement. L'action de cette personne entraîne un dynamisme spatial et territorial. C'est ce qui ressort en substance des travaux de GOFFMAN (1973). En sciences politique et en sociologie, un acteur est considéré comme celui qui agit. En ce sens, un acteur peut être un individu, un groupe ou une personne morale qui agit. Pour Madeleine GRAWITZ (1983) citée par FOBESSIE (2010), l'acteur est un artiste jouant un rôle. L'action est donc une activité humaine composée d'une suite de comportements inspirés par les motivations et orientés vers les buts.

En plus d'être une personne, l'acteur peut être une organisation ou une collectivité dont l'action peut être perceptible dans un espace donné. Les acteurs peuvent être classés en fonction de plusieurs critères. Ainsi, DI MEO (1991) distingue trois groupes d'acteurs en fonction de leur position territoriale.

- Les acteurs endogènes : ils désignent les natifs et les originaires d'un lieu où ils vivent et dans lequel ils s'identifient pleinement ; ils sont les descendants des populations de cette région ;
- Les acteurs exogènes sont ceux qui considèrent le territoire au sein duquel ils agissent comme une distance, c'est-à-dire comme un lieu de spéculation ou de profit ;

¹ Dictionnaire moderne (1981). P 643

² ROY R.,(1983) cité par LALANDE A. in « Vocabulaire Technique et critique de la philosophie » 1983, p1278.

³ Dictionnaire universel, (1995). P 935

⁴ Dictionnaire critique : Les Mots de la Géographie, (1997). P 467

⁵ Dictionnaire Larousse Synonymes, 2008. P 758

- Les acteurs transitionnels : ce sont des intermédiaires qui intègrent progressivement l'identité des habitants du territoire où ils agissent. Il s'agit également des natifs d'un territoire qui résident ailleurs mais qui gèrent les activités localisées dans la région. Dans le cadre de notre travail, l'acteur est donc, toute personne physique ou morale qui participe au développement du tourisme dans l'arrondissement de Babadjou.

II.1.2.5. Développement local

Parler de développement local revient à penser que l'espace n'est pas soumis à des dynamiques uniquement exogènes, liées à la mondialisation dont on ne cesse de présenter les effets structurants, mais qu'il s'agit d'un processus mis en marche par les hommes et les femmes qui l'habitent et en sont les acteurs. Toutefois, ce développement local ne signifie pour autant pas que tous les acteurs et les stratégies restent confinés au niveau du local. Pour Pecqueur (2005), « *le développement local peut être défini comme tout processus de mobilisation des acteurs qui aboutit à l'élaboration d'une stratégie d'adaptation aux contraintes extérieures, sur la base d'une identification à une culture et à un territoire* ». De cette définition se dégagent trois (03) affirmations :

-Le développement local exige la mobilisation des acteurs ; il ne s'impose pas, ne s'impose pas et ne se décrète pas. Le caractère « local » du développement fait des acteurs locaux les principaux artisans et bénéficiaires de celui-ci, même si d'autres acteurs le stimulent.

-Le développement local suppose l'élaboration d'une stratégie d'adaptation aux contraintes extérieures ; il requiert une organisation interne qui permet à la population issue d'un territoire donné, dans un contexte africain et camerounais marqué par une pluralité d'ethnies, de faire face à la « concurrence » de celles-ci.

-Le développement local repose sur l'identification à une culture et à un territoire ; c'est le fait de se reconnaître en une culture ou un territoire, ou de s'identifier à ceux-ci qui non seulement forge un sentiment d'appartenance et d'appropriation, mais également qui différencie un groupe de son voisin.

Le développement local dépasse l'idée de la croissance économique pour se placer dans la sphère d'un développement durable associant les dimensions économiques, sociales et culturelles, piliers de la durabilité du développement. Il met au cœur de la problématique le triptyque territoire/acteur/développement. C'est donc clairement une action volontaire et organisée autorisant un « agir ensemble » et un « vivre ensemble » et qui part du principe selon lequel la mobilisation des potentialités locales (ressources naturelles, sociales, culturelles et individuelles) peut impulser des dynamiques socio-économiques positives.

Le concept de développement local implique tout simplement un processus de mobilisation des énergies de toutes les parties prenantes impliquées dans le développement de l'arrondissement de Babadjou, en vue des mutations positives à la fois économiques, sociales, culturelles et spatiales du territoire. D'où cet autre concept de gestion participative et communautaire.

II.1.2.6. Gestion participative et communautaire des ressources touristiques

D'après le Dictionnaire Hachette 1995, la **gestion** est une manière ou une action d'administrer, de diriger ou d'organiser quelque chose. La **communauté** quant à elle désigne selon le même Dictionnaire, un groupe de personnes vivant ensemble et partageant des intérêts, une culture ou un idéal commun. Elle peut être définie comme une collectivité dont les membres sont liés par la participation à des valeurs communes. C'est aussi l'ensemble des membres d'un

groupe social dont la vie quotidienne est régie par des règles et des consensus. La **participation communautaire** quant à elle est un concept qui pourrait être compris au sens large lorsqu'il se réfère à tout processus économique et politique du pays. Il devient donc un autre terme pour désigner la démocratie, le plein emploi, ou l'accès aux moyens de production et la distribution équitable du revenu. Il y'a un grand écart entre ses buts généraux et les genres d'activités menées habituellement au nom de la participation.

Dans le domaine de la mise en tourisme du patrimoine, il désigne toute forme de collaboration de la population locale à la prise de décision concernant les projets de mise en tourisme du patrimoine ou leur réalisation. Ainsi, la gestion communautaire et participative des ressources touristiques est l'ensemble des dispositions prises par une communauté de façon concertée et collégiale pour la mise en tourisme de son territoire et de l'administrer, de l'organiser pour son propre compte.

II.1.3. CADRE OPERATOIRE

II.1.3.1. Opérationnalisation de la variable indépendante : patrimoine culturel

La variable patrimoine culturel se décline en deux dimensions qui sont mentionnées dans le tableau suivant :

Tableau 4: Opérationnalisation de la variable indépendante

Variables	Dimensions	Composantes	Indicateurs
Patrimoine culturel	Matériel	Art culinaire	-Types de mets traditionnels -Nombre de mets traditionnels
		Artisanat	-Types d'artisanat -Les principaux objets d'art produits
		Architecture traditionnelle	-Architecture cheffériale -Habitat traditionnel
		Symboles de culte et de prestige	Nombre de symboles
	Immatériel	Langue locale	Nombre de langue
		Coutumes	-Nombre de cérémonies -Nombre de rites
		Festival	-Nombre de festivals -Fréquence des festivals
		Folklore	Nombre de danses traditionnelles
	Spatiale	Localisations des éléments du patrimoine culturel immatériel	Localisation des lieux sacrés, des grottes, montagnes, des chutes

Source : Lacmago 2016

II.1.3.2. Opérationnalisation des variables intermédiaire et dépendante : stratégies touristiques, développement local

Nous avons dans notre étude une variable intermédiaire à savoir les stratégies touristiques et la variable dépendante : développement local.

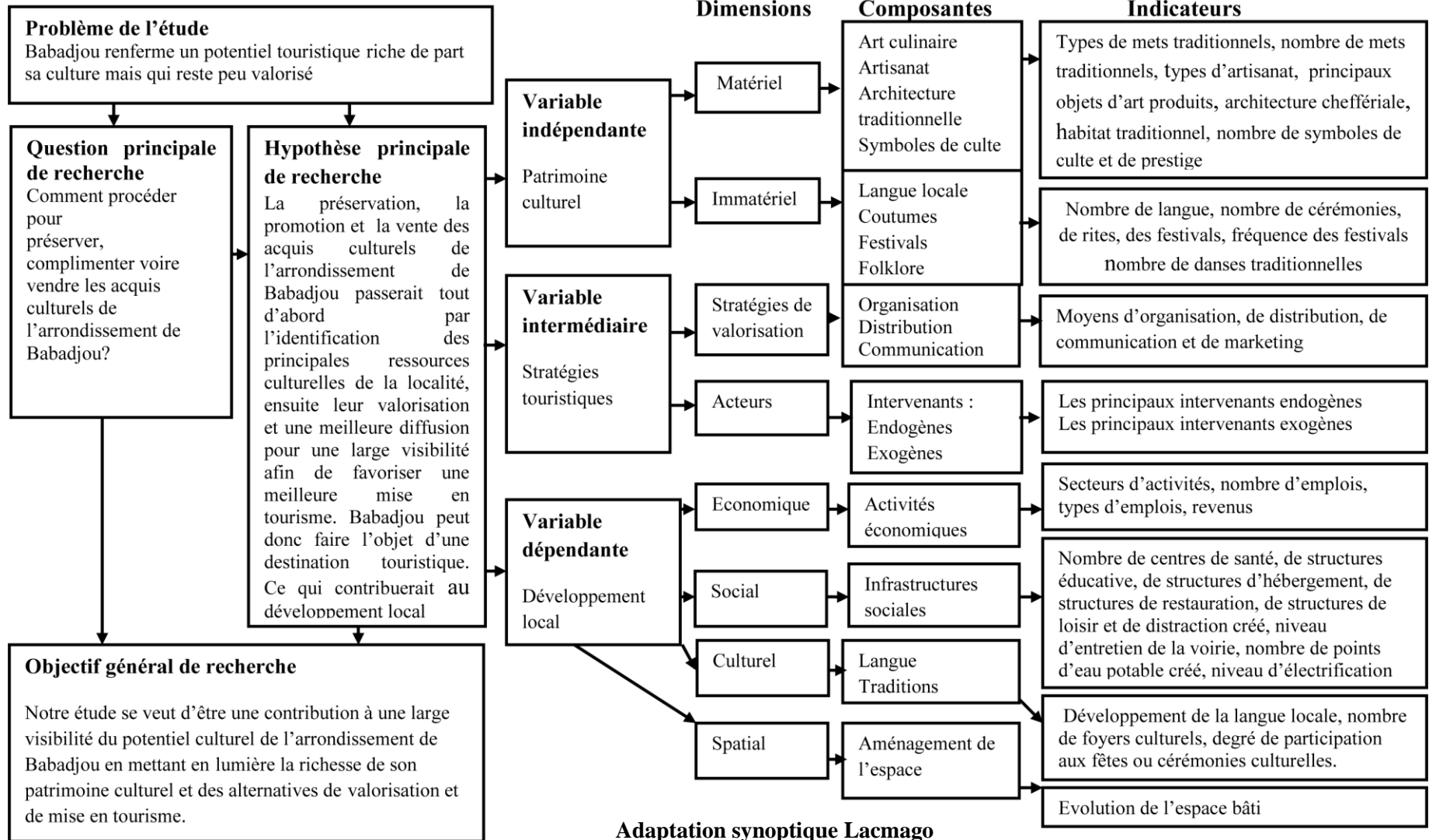
Tableau 5: Opérationnalisation des variables intermédiaire et dépendante

Variables	Dimensions	Composantes	Indicateurs
Stratégies touristiques	Stratégies de valorisation (mise en tourisme)	Organisation	Moyens d'organisation
		Distribution	Moyens de distribution
		Communication et marketing	Moyens de communication et de marketing
	Acteurs	Intervenants endogènes	Les principaux intervenants endogènes
		Intervenants exogènes	Les principaux intervenants exogènes
Développement local	Economique	Activités économiques	- Secteurs d'activités - Nombre d'emplois - Types d'emplois - Revenus
	Social	Infrastructures sociales	- Nombre de centres de santé créé - Nombre de structures éducatives créé - Nombre de structures d'hébergement créé - Nombre de structures de restauration créé - Nombre de structures de loisir et de distraction créé - Niveau d'entretien de la voirie - Nombre de points d'eau potable créé - Niveau d'électrification
	Culturel	Langue Tradition	- Développement de la langue locale - Nombre de foyers culturels - Degré de participation aux fêtes ou cérémonies culturelles
	Spatial	Aménagements de l'espace	- Evolution de l'espace bâti - Les axes aménagés

Source : Lacmago 2016

L'aperçu général de notre étude suit le schéma ci-après :

❖ **Aperçue générale de l'étude**



Adaptation synoptique Lacmago
Figure 4

II.2. METHODOLOGIE DE RECHERCHE.

Le Petit Larousse 2010 définit la méthodologie comme l'«étude systématique, par observation de la pratique scientifique, des principes qui la fondent et des méthodes de recherche qu'elle utilise». De façon simple, il s'agit de l'ensemble des outils ou d'instruments scientifiques utilisés pour atteindre un résultat ou un objectif. La démarche méthodologique que nous avons utilisé dans le cadre de notre étude est hypothético-déductive couplée de l'approche systémique pour l'analyse du jeu des acteurs. En effet, une bonne analyse des logiques et des pratiques territoriales des acteurs ne peut s'effectuer qu'à l'intérieur d'un système, compte tenu des interrelations existantes entre eux et influençant leur comportement au sein de la société.

Ainsi, des données primaires de terrain ainsi que les données secondaires ou documentaires, des données statistiques nous serons d'une importance capitale et incontournable.

II.2.1. La collecte des données

❖ Collecte des données secondaires

Dans le cadre de cette recherche, nous avons mené comme activité de multiples «tours» des centres de documentation. Tout d'abord, la révision des cours de méthodologie de recherche et de rédaction du mémoire, les différents mémoires feuilletés nous ont donné l'idée concrète de la présentation et de la méthodologie de rédaction du mémoire. Ensuite des divers ouvrages lus nous ont donné des idées générales du cadre scientifique de notre appréhension ; il en est de même des ouvrages, mémoires, thèses et articles plus spécifiques traitant des différents fragments de notre étude et/ou des thèmes semblables ou proches au nôtre. Ce qui nous a permis de recentrer et d'ajuster notre thème. Ainsi, nous avons poursuivi l'investigation des données secondaires dans les bibliothèques et autres centres de documentation. Cette investigation est beaucoup plus appuyée par la recherche cybernétique qui nous a offert des données à l'échelle illimitée. Des discussions et les débats que nous menions au quotidien entre nous-mêmes étudiants chercheurs sont d'une importance avérée. Il en est de même de toute autre source d'information orale.

✓ La recherche documentaire

Elle est sans aucun doute la première étape d'un travail de recherche. En effet, elle consiste à une lecture des parutions scientifiques qui se rapportent à la question du patrimoine culturel et développement local. Mais elle se rapporte également à la lecture des différents textes juridiques se rapportant au cadre réglementaire de la mise en tourisme du patrimoine et des stratégies sectorielles du développement touristique au Cameroun. Cette étape, bien qu'étant la première, s'étend tout au long du processus de notre recherche et voire même au-delà. Elle a commencé dès le recadrage de notre thème de recherche avec notre encadreur. Les documents ainsi parcourus nous ont permis d'avoir une meilleure compréhension de notre sujet de recherche et de savoir ce qui avait déjà été fait sur la question. Ainsi, grâce à la revue de la littérature que nous avons menée, nous essayons d'apporter une contribution, aussi modeste qu'elle soit, à la science. Cette étape cruciale a été menée au sein des différentes bibliothèques et des centres de documentation. Les bibliothèques que nous avons consultées sont entre autres : la bibliothèque de l'École normale supérieure (ENS) de Yaoundé, la bibliothèque du Département de géographie de la Faculté des arts lettres et sciences humaines (FALSH) de l'Université de Yaoundé I, la bibliothèque centrale de la même institution. La bibliothèque de la chefferie supérieure de Babadjou nous a aussi beaucoup édifié sur le sujet de recherche. Il en est de même des documents présents à la mairie de Babadjou, à la sous-préfecture de Babadjou et au DAADER de Babadjou.

✓ **La recherche internet**

Hormis des bibliothèques, nos recherches se sont étendues aux consultations sur internet. C'est ainsi qu'au moyen des moteurs de recherches à l'instar de Google et des annuaires tels que Yahoo, Alta vista, Google chrome, Google Scholar, nous avons pu collecter un maximum de données. Celles-ci nous ont permis de connaître ceux qui ont abordé ce sujet avant nous, ainsi que les axes d'analyse de leurs recherches.

✓ **La recherche iconographique**

La carte est le principal outil de travail du géographe. Aucun travail géographique, répondant aux critères de la discipline, ne saurait se faire sans elle. La localisation de la zone d'étude, l'acquisition des données physiques et humaines ne peuvent se faire sans carte. Pour cela, nous avons eu un fond de carte sur internet réalisé par l'institut national de cartographie (INC) sur lequel nous avons fait des modifications d'image pour représenter nos phénomènes étudiés.

❖ **Collecte des données primaires**

Ce sont des données issues de l'enquête de terrain. Le terrain ici entendu comme le support de l'information géographique, l'objet de vérification et de validation des hypothèses, lieu de modélisation et de conceptualisation. Ainsi, tout en poursuivant les investigations de seconde main dans les centres de documentation et à l'internet, nous avons mené des descentes de terrain suivant le calendrier ci-dessous :

Tableau 6: calendrier des activités de terrain

Ordre de descente	Périodes	Evènements culturels cibles	Durée
1^{ère} descente	Août-septembre 2015	Période des congrès et mariages coutumiers	1 mois 03 semaines
2^{ème} descente	Décembre 2015	Période du festival culturel « Lehre » avec exposition du patrimoine culturel de la chefferie du 20 au 31 Décembre	02 semaines
3^{ème} descente	Février 2016	Pleine période des funérailles	Une semaine et un week-end

Source : Lacmago, 2016

Les données collectées émanent de plusieurs activités que nous avons menées sur le terrain. Il s'agit de l'observation et relevés de terrain davantage appuyés par la prise des photographies ou images, des interviews et entretiens avec des personnes ressources notamment les autorités traditionnelles (le chef supérieur de Babadjou, quatre sous-chefs de 2^e degré et certains chefs de 3^e degré), le président du comité d'organisation du festival « Lehre », les autorités étatiques à savoir le secrétaire général de la mairie rural de Babadjou et le sous-préfet de l'arrondissement de Babadjou, quelques responsables des infrastructures d'hébergement et de restauration. Nous avons participé aux congrès de Touga, de Bamélo et de King-place et à plusieurs funérailles qui sont les cérémonies culturelles phares de l'arrondissement de Babadjou

regorgeant le maximum des éléments du patrimoine culturel des Bamiléké en général et des Mbafung (de Babadjou) en particulier.

Les différentes opérations ci-dessus ont couvert les périodes de descentes sur le terrain susmentionnées : une première descente sur le terrain de durée d'environ un mois trois semaines. Cette première descente était plus capitale en ce sens qu'elle a été le point d'ancrage à l'investigation des données neuves et a regorgé le maximum de nos données primaires. C'est en ce moment que nous avons enquêté 105 ménages, soit plus de 80 % de notre échantillon. La deuxième descente (du 15 au 31 Décembre) visait principalement l'assistance au festival « Lehre » qui malheureusement n'a pas eu lieu cette fin année de 2015 pour des raisons relatives à la santé du chef supérieur mais nous avons malgré tout épuisé environ 02 semaines sur le terrain pour des entretiens avec des personnes ressources et nous avons achevé la conduite du questionnaire. En fin la troisième descente en Février nous a plongé au plein cœur des manifestations funéraires dans l'arrondissement de Babadjou.

Nous avons au préalable établi le questionnaire d'enquête et des guides d'entretien avec des personnes ressources (les autorités traditionnelles, les autorités étatiques, les responsables des structures d'hébergement et ou de restauration).

Echantillonnage

Notre population d'étude (population cible ou mère) est constituée par l'ensemble des ménages de l'arrondissement de Babadjou. Cette Population qui nous intéresse présente des caractéristiques homogènes d'autant plus que c'est un arrondissement centré sur un seul et unique village réparti en quartiers. Cette population cible est de 2891 ménages d'après les données de la CMA de Babadjou en 2011 dans le cadre de la vaccination contre l'onchocercose. Au vu de nos moyens et du temps qui nous est imparti pour ce travail, notre technique d'enquête sera le sondage. De ce fait, il va falloir extraire un échantillon représentatif de population que nous allons enquêter. A cet effet, nous allons utiliser la formule de la « loi centrée normale réduite » dont la formule est la suivante :

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

t^2 = taux de confiance

N = Population mère : 2891 ménages

e = marge d'erreur = 4 % = 0.04

n = taille de l'échantillon

Si $t = 96$ %, alors $t^2 = 0.96^2 = 0.9216$

$$n = \frac{0.9216 \times 2891}{0.9216 + (2 \times 0.04)^2 \times 2891 - 1}$$

$n = 137.2129202 = 138$

Le nombre de questionnaires à administrer est de **138** pour un taux de représentativité d'environ **4.77** %.

Le taux d'échantillonnage étant le rapport de l'échantillon utilisé sur le nombre total des valeurs que l'on multiplie par 100 et donc

$Te = (138 / 2891)100.$

Pour ce qui est de l'enquête proprement dite, elle a été orientée essentiellement aux populations locales des deux sexes dont la borne inférieure des groupes d'âges est de 20 ans. Elle a été menée suivant les zones d'extension des chefferies de 2^e degré que compte le terroir Babadjou et beaucoup plus au quartier de la chefferie supérieure Babadjou (tableau 7 et figure 5). En plus de ces zones, nous avons pris un quartier des nomades borroros sur les deux existants qui regorgent une culture spécifique par rapport au reste du terroir.

Tableau 7: tableau synoptique de l'enquête de terrain (Août -Septembre 2015)

quartiers d'enquête	Bamépaah	King- Place	Bamelo	Balepo	Bamedjingha	Borroro Bawa	total
Nombre de ménages	206	514	258	144	247	49	1418
Nombre de questionnaires administré	20	50	25	14	24	5	138
PAS	10	10	10	10	10	10	

Source : Lacmago, 2016

Le PAS ici est obtenu à partir du rapport entre le nombre total de ménages dans la zone et le nombre de questionnaires à administrer.

Comme nous l'avons dit précédemment, nous avons procédé par une enquête par ménage. A chaque ménage, toute personne rencontrée en âge supérieure ou égale à 20 ans était susceptible d'être notre cible tout en tenant compte de la représentativité (intégration de tous les groupes d'âges, du genre) mais le point de vue des autres membres du ménage était pris en considération. Cependant des enquêtés étaient d'une part rencontrés directement chez eux et dans les champs d'autre part. L'effectif des ménages enquêtés par zone était fonction de la taille de ménage de cette dernière et fonction de l'accessibilité. Les questionnaires ont été administrés avec le concours des collaborateurs dans le respect des consignes suivantes: le respect du pas de dix (10) ménages dans l'administration du questionnaire, en cas d'absence ou d'indisponibilité d'un individu dont on devrait enquêter, le ménage voisin et immédiat devient la nouvelle cible, l'enquêté remplit lui-même le questionnaire sauf les moins aptes à la lecture et à l'écriture ; le cas échéant, le conducteur du questionnaire lit et coche les réponses de l'intéressé.

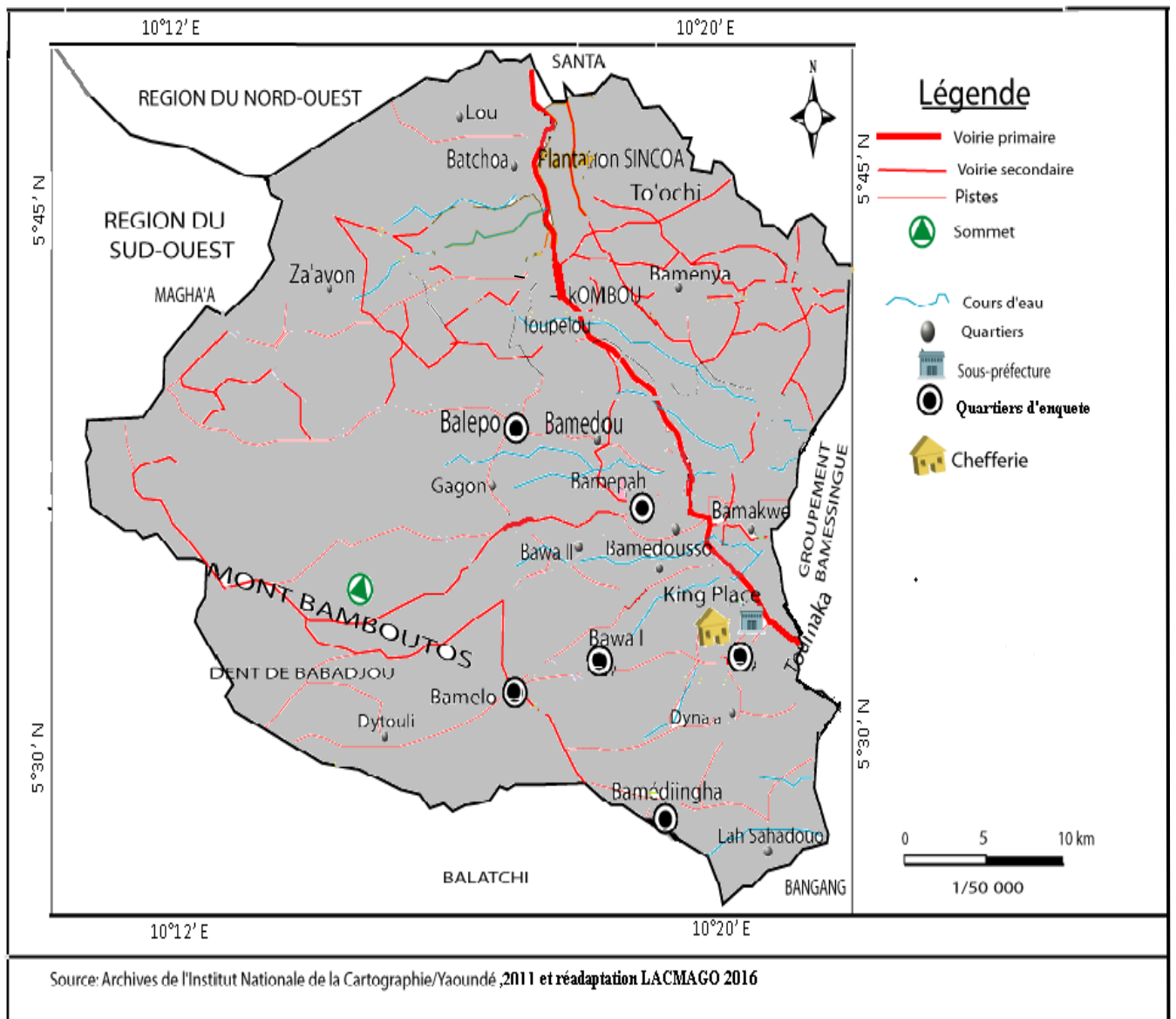


Figure 5: Carte d'enquête de terrain

Par ailleurs, en plus de l'enquête par questionnaire, nous avons organisé quatre (04) débats de groupe autour de la question (Patrimoine culturel et stratégies touristiques dans l'arrondissement de Babadjou). Ils ont réuni au maximum 10 à 12 personnes des deux sexes, âgées de 20 à plus de 60 ans. Le guide d'entretien nous a permis de diriger les focus groupes. Les débats nous ont conduit à appréhender la perception, le sens et la considération qu'ont les populations locales de leur patrimoine culturel. Des discussions et les débats que nous menions au quotidien entre nous-mêmes étudiants chercheurs est d'une importance avérée. Il en est de même de toute autre source d'information orale. Ces démarches nous ont permis de collecter plusieurs informations de types qualitatif et quantitatif.

L'apprentissage de l'utilisation et de la manipulation de certains logiciels spécifiques en particulier et de l'outil informatique en générale nous a facilité le traitement des données.

II.2.2. Traitement et analyse des données

❖ Traitement des données

Plusieurs logiciels nous ont servi dans le traitement des données. Le logiciel word est notre outil de base pour la saisie des textes et l'élaboration des tableaux. Adobe Illustrator nous a servi de la réalisation des cartes. Avec le logiciel SPSS, les tâches suivantes ont été exécutées : le montage du masque de saisie, encodage des données, dépouillement du questionnaire, puis la base des données a été transférée à Excel pour le traitement des données, la génération des tableaux et la réalisation des graphiques ou figures. A partir de Google translator nous avons eu la version anglaise du résumé de notre travail (abstract).

Plusieurs formules ont été utilisées dans le cadre de cette étude afin de mieux appréhender nos indicateurs. Nous avons ainsi calculé certains indicateurs notamment :

- Les moyennes

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^n n_i}{N}$$

- Les totaux

$$N = \sum_{i=1}^n n_i$$

- La notion de pourcentage : $P = \frac{n_i}{N} \times 100$ d'où n_i est l'effectif de modalité et N le total des modalités de la série

La rédaction s'est faite successivement suivant les règles de rédaction des documents scientifiques en général et suivant la charte de rédaction des mémoires au département de Géographie de l'ENS de Yaoundé. Le traitement de l'ensemble de données était sous la supervision de notre directeur de mémoire.

❖ Analyse des données

L'analyse **SWOT** a été spécialement choisie pour être utilisée dans le cadre de cette étude, et cela pour diverses raisons, principalement liées à son efficacité.

L'analyse SWOT (Strengths - Weaknesses - Opportunities - Threats) ou AFOM (Atouts - Faiblesses - Opportunités - Menaces) est un instrument d'analyse stratégique. Cette méthode d'analyse offre une étude comparée des forces et des faiblesses, des opportunités et des menaces pour un projet ou une activité déterminée. De telles études comparatives en rapport avec notre thématique ont pour objectif principal de dégager une stratégie de développement adapté à l'environnement, en plus de relever les failles, les forces, les opportunités et les menaces au tourisme culturel à Babadjou.

L'intérêt de l'analyse SWOT est qu'elle prend en compte aussi bien les facteurs internes qu'externes de l'environnement, dans le cadre de la détermination des stratégies de développement et d'avancement spécialement adapté aux productions déterminées. Une fois l'analyse SWOT effectuée, les faiblesses et les forces (éléments internes), ainsi que les opportunités et menaces (éléments externes) seront clairement définies. Ce qui fait que le système de production dans son ensemble, ainsi que son contexte environnemental international sont bien évalués. Cela permet d'établir, in fine, les axes stratégiques et le projet d'avancement propre et adéquat aux données actuelles.

Dans notre étude, l'analyse SWOT permet de procéder à une analyse de plusieurs facteurs et éléments, avant de faire sortir une évaluation qui se rapproche le plus de l'exactitude. Ces

éléments sont principalement : les forces, les faiblesses, les menaces et les opportunités du tourisme culturel à Babadjou.

-Etude des forces :

Les forces regroupent essentiellement les points positifs au niveau interne, et qui peuvent servir de base à l'avenir et au développement de l'activité touristique dans l'arrondissement de Babadjou.

-Etude des faiblesses :

Contrairement aux forces, les faiblesses sont les points négatifs. Mais notons que même si ce sont des faiblesses, elles font parties des éléments qui fondent la raison d'être de cette étude.

-Etude des opportunités :

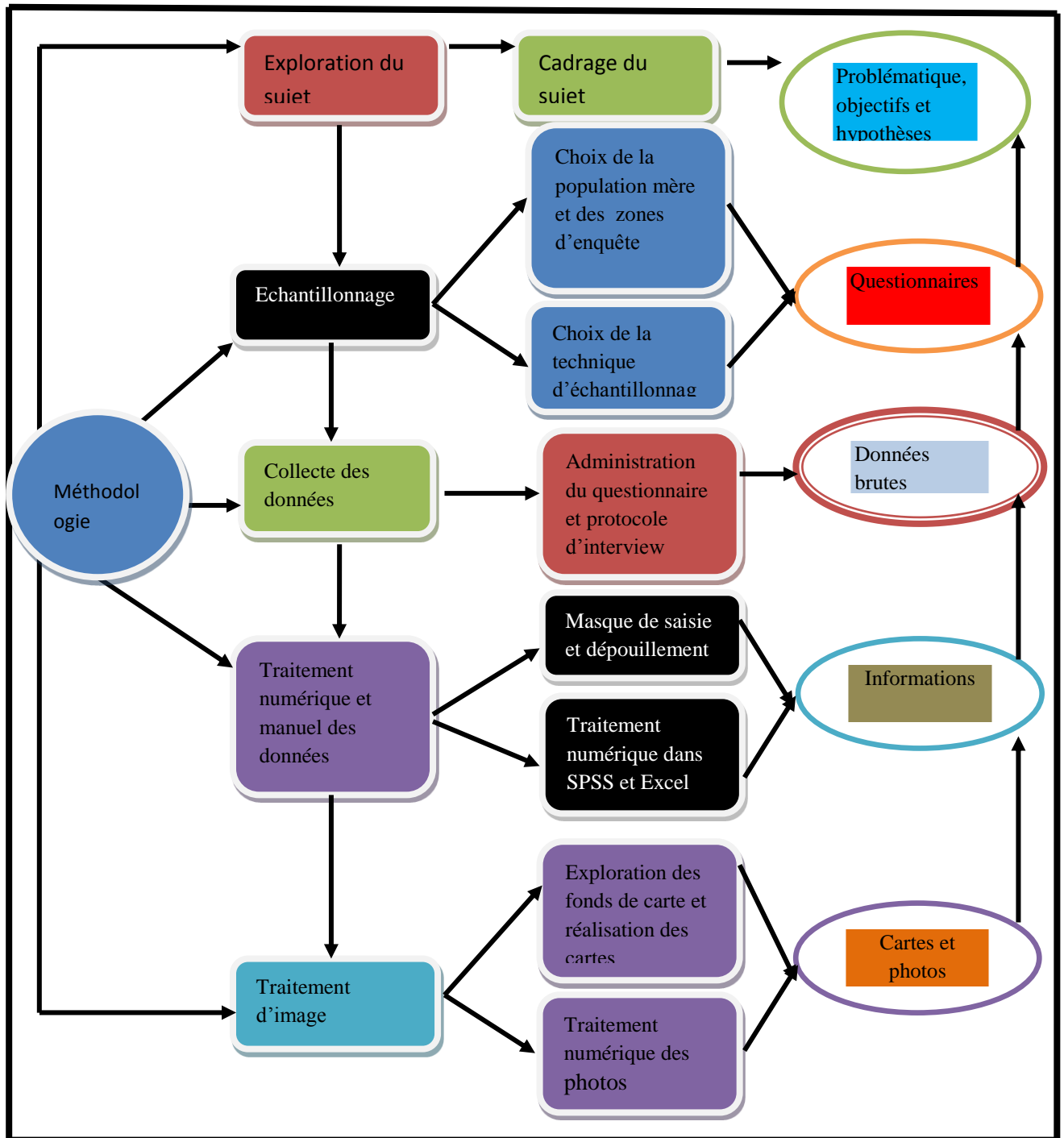
Les opportunités représentent les portes qui sont ouvertes au niveau intérieur qu'extérieur. Elles regroupent les actions stratégiques qui peuvent être entreprises et par lesquelles l'activité touristique dans l'arrondissement de Babadjou peut sortir vainqueur, compte tenu de ses capacités, c'est-à-dire de ses forces et de ses faiblesses.

-Etude des menaces :

Les menaces sont les aspects négatifs du contexte environnemental dans lequel évolue l'activité. Elles sont matérialisées par des obstacles ou limitations extérieures qui peuvent se dresser contre le développement des objectifs stratégiques du système de production étudié. Ce sont ainsi des facteurs qui ne dépendent pas de la volonté des acteurs mais auxquels ils seront obligatoirement confrontés, en tant qu'acteur au niveau local ou national.

❖ Canevas méthodologique suivi par l'étude

Pour résumer le canevas méthodologique suivit par notre étude, nous avons conçu le schéma ci-contre :



Source : Lacmago 2016

Figure 6 : Schéma synoptique de la méthodologie de recherche

II.2.3. Difficultés rencontrées

❖ Les difficultés liées à la recherche documentaire

Les difficultés rencontrées au niveau de la recherche documentaire sont diverses. Nous avons fait face au manque d'ouvrages en rapport direct avec le sujet à l'étude. Les différentes bibliothèques que nous avons consultées étaient peu fournies en ouvrages traitant directement de

notre thème. Bien qu'il existe assez de littérature sur le tourisme, très peu de celle-ci s'intéresse à la mise en tourisme du patrimoine culturel et développement local. Cette insuffisance de littérature a constitué un frein à ce travail de recherche. Néanmoins nous avons pu exploiter les ouvrages existants pour mener à bien cette étude qui pourra servir plus tard à d'autres recherches.

❖ **Les difficultés rencontrées sur le terrain**

Nous enregistrons ici des difficultés liées à l'obtention de certaines informations, des difficultés techniques et logistiques, des difficultés financières. Sur le terrain, les déplacements ne sont pas trop aisés à cause des coûts très élevés des moyens de transport notamment les motos clandestines. Ces coûts varient de 500F CFA à 1200F CFA en fonction des distances et le temps qu'il fait. Après les pluies, certaines localités ne peuvent être accessibles que par l'entremise de la marche à pied ; même la moto ne pouvant y accéder. En ce qui concerne le matériel, le manque de dictaphone nous a rendu la tâche difficile pour les interviews et les enregistrements des vox pop. Nous avons également eu des difficultés liées à la communication. La plupart des paysans sont très peu instruits ; d'où les problèmes de compréhension des questions. Heureusement que nous étions autochtones de cet arrondissement, il nous a été indispensable de traduire impérativement nos questions en langue locale afin de rendre la communication fluide. Rappelons que plus de 60% de nos communications sur le terrain se sont faites en langue Ngombalé (langue locale Babadjou) or nous aussi avons des difficultés de traduire convenablement les questions. Toutefois, ces difficultés ne remettent pas en cause notre travail. Malgré tout, nous sommes surs d'avoir surmonté les obstacles et de produire un travail scientifiquement satisfaisant.

En somme, il était question dans ce chapitre de présenter le cadre conceptuel, théorique et méthodologique de cette étude. Les concepts clés de cette étude sont donc ceux de patrimoine culturel, stratégies touristiques, acteurs, développement local, gestion participative des ressources touristiques. Les théories fondamentales à la compréhension de cette étude sont la théorie de la diversité et de la complexité de l'objet touristique de Cazes (1992), la théorie du possibilisme telle que prônée par l'école vidalienne (de Vidal De La Blache), la doctrine des avantages réciproques préconisée par UIOOT (1951) puis reprise par Alberto Sessa (1967) et Picard (1992). Aussi, nous avons collecté les données de sources primaires et les données sources secondaires afin de confirmer ou infirmer nos hypothèses. Le calcul de l'échantillon s'est fait sous la base de la méthode d'échantillonnage aléatoire. Ce qui nous a permis d'administrer 200 questionnaires dans 06 quartiers de l'arrondissement de Babadjou.

DEUXIEME PARTIE : CONTEXTE SOCIAL, PATRIMOINE CULTUREL, ACTEURS ET STRATEGIES TOURISTIQUES A L'ŒUVRE DANS L'ARRONDISSEMENT DE BABADJOU

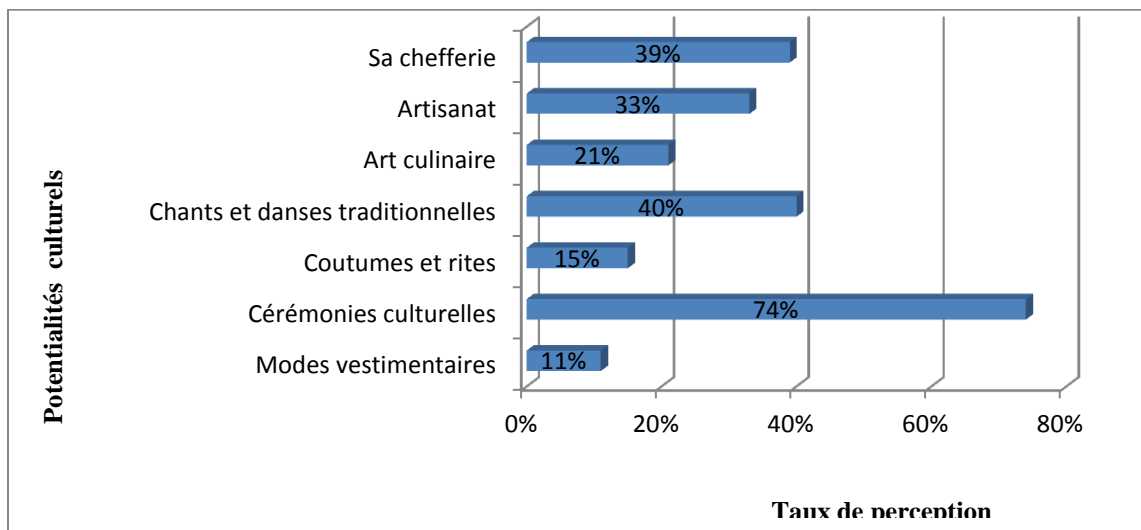
Cette partie marque l'entrée véritable dans cette étude. Elle comprend deux chapitres : le troisième chapitre sur l'état des lieux du contexte social et du patrimoine culturel dans l'arrondissement de Babadjou et le quatrième chapitre sur les acteurs ainsi que les initiatives touristiques autour des éléments socioculturels. Le troisième chapitre présente les différentes composantes du patrimoine culturel Babadjou et les conditions socio-humaines devant valider leur mise en tourisme. Le quatrième chapitre quant à lui traite des acteurs ainsi que leurs logiques touristiques autour du patrimoine culturel Babadjou.

CHAPITRE III : ETAT DES LIEUX DU CONTEXTE SOCIAL ET DU PATRIMOINE CULTUREL DE L'ARRONDISSEMENT DE BABADJOU

Ce chapitre s'inscrit dans le cadre de l'étude des composantes du patrimoine culturel dans l'arrondissement de Babadjou et les conditions socio-humaines qui valideraient leur mise en tourisme. Pour mener à bien cette étude, nous sommes partis de la question spécifique suivante : « Les conditions socioculturelles et du milieu sont-elles de nature à déclencher l'activité touristique dans l'arrondissement de Babadjou ? ». L'objectif recherché à travers cette question est de mettre en exergue l'état des lieux du contexte socio-humain et du patrimoine culturel dans l'arrondissement de Babadjou. Pour répondre à cette question, nous avons formulé l'hypothèse selon laquelle « au travers des atouts du milieu et surtout de son patrimoine culturel, l'arrondissement de Babadjou peut offrir à la communauté touristique une gamme variée des ressources tant dans sa dimension matérielle qu'immatérielle ». Pour vérifier cette hypothèse, nous allons étudier a priori les principales composantes du patrimoine culturel Babadjou tant dans sa dimension matérielle qu'immatérielle, ensuite les conditions socio-humaines et du milieu qui peuvent favoriser ou plutôt minimiser la mise en tourisme du patrimoine culturel Babadjou suivant l'analyse SWOT (ou en français AFOM).

III.1. A la découverte des merveilles du patrimoine culturel du peuple Babadjou

Le patrimoine culturel de Babadjou est riche et diversifié (figure 7).



Source : enquête de terrain Août –Septembre 2015 et adaptation Lacmago.

Figure 7: Les potentialités culturelles du peuple Babadjou

De cette figure, le constat est celui de la place prépondérante des cérémonies culturelles à 74 %. Ce patrimoine se décline sous deux dimensions à savoir le matériel et l'immatériel qui restent tous les deux indissociables.

III.1.1.Le patrimoine culturel matériel riche et diversifié

Dans cette composante matérielle du patrimoine culturel, à Babadjou il est impératif de faire d'abord un bref aperçu du patrimoine naturel en raison de l'indissociabilité entre la nature et la culture Babadjou. Cette dernière compose efficacement avec le patrimoine naturel. Mais avec chaque élément du patrimoine naturel nous ne nous attarderons pas sur son attrait physique, mais plutôt sur la perception métaphysique et la dimension socioculturelle que composent les populations locales avec lesdits édifices naturels.

III.1.1.1. Les relations nature/culture dans l'arrondissement de Babadjou

Le peuple Babadjou, « les Mbasso » culturalisent les montagnes, les chutes d'eau, les grottes, les rochers, les forêts notamment les forêts dites sacrées. Ces éléments susmentionnés outre leurs approches culturelles à Babadjou, sont des atouts par excellence du tourisme. Ainsi donc, un touriste culturel qui arrive à Babadjou, en plus de la gamme variée des potentialités culturelles, peut aussi admirer la nature aux beautés exceptionnelles.

III.1.1.1.1.Les monts Bamboutos : moins un espace naturel qu'une réalité socioculturelle

Babadjou abrite la dent des monts Bamboutos communément appelée Mangwa. Le mont Bamboutos révèle un milieu naturel avec une beauté physique très appréciée des touristes, mais pour les populations locales, ce milieu décèle une dimension culturelle impressionnante : lieu des cultes, des rites et des pratiques magico-religieuses avec des sacrifices divers (chèvres, volaille, huile de palme, sel, eau, jujube, cola, et surtout du vin blanc de raphia) car il est considéré comme étant la demeure des dieux, et donc des ancêtres. Cette montagne est pour les autochtones le contenant par excellence de la divinité et aussi, elle est réputée être la résidence des totems des grands chefs et notables de la région. La mort de l'un d'eux est annoncée par un bruit terrifiant, perçu dans toute la contrée. Les initiés l'interprètent comme le fracas d'un chef ; c'est-à-dire de son totem dégringolant de l'une des multiples falaises des monts Bamboutos.



Source : <http://www.btoshessen.com/image/Mbouda/crater mt bamboutos. JPG>

Planche 1: La physionomie et les qualités touristiques des monts Bamboutos

L'image C expose une vue panoramique de la zone des monts Bamboutos avec un paysage topographique admirable. En A, la dent des Bamboutos qui culmine à Babadjou à 2740 mètres appelée Magwa. Ici, la force ne suffit pas. Il faut prévoir suffisamment de courage pour monter et descendre les collines aux pentes raides. Au travers de l'image B, on observe un beau paysage de bocage qui alterne avec les troupeaux de bovins. Ce genre de paysage est très sollicité et complète la curiosité culturelle à Babadjou.

III.1.1.1.2. Les chutes, les grottes et les rochers : les aspects mythologiques au cœur des facettes des potentialités touristiques à Babadjou.

Babadjou regorge de nombreuses grottes, des rochers pittoresques, les cours d'eau aux chutes et rapides très attrayantes. Entre autres, la chute de Toulepeh, la chute de Sincoa, la chute de Ngong, la grotte de Ndovu, la grotte de Bametougong, la grotte de Lemto et les immenses rochers de Ndoji.

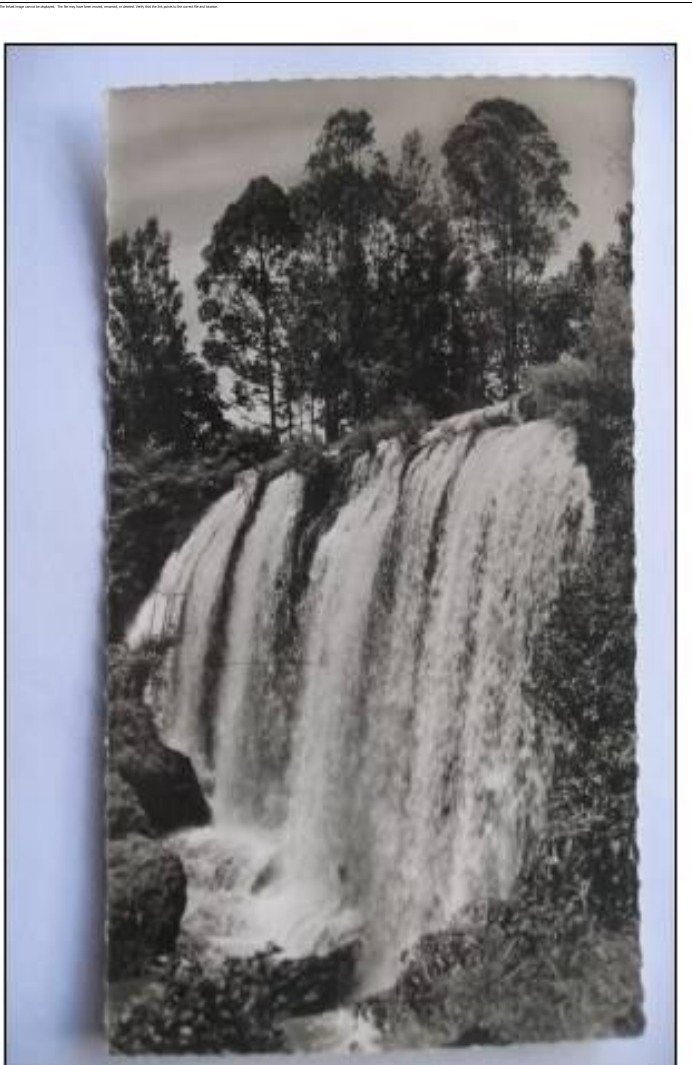
Dans ce monde Bamiléké où tout est culturalisé, ces espaces sont d'une considération divine sacrée. Raison pour laquelle se déroulent encore dans ces lieux des rites, des offrandes, des cérémonies... Les grottes par exemple sont d'un grand intérêt ethnologique, mais recèlent aussi des vestiges archéologiques, une faune souterraine peu commune, et leur genèse est mal connue.

L'histoire orale de Babadjou renseigne sur le rôle qu'a joué la grotte de Ndovu pendant la deuxième guerre mondiale et la guerre des maquis. En effet, cette grotte se trouve en arrière-plan des chutes de Ndovu vaste de plusieurs kilomètres susceptible de constituer tout un quartier dont

l'intérieur est compartimenté en chambres comme une véritable architecture anthropogénique. Elle a donc abrité une partie des Babadjou pendant les guerres ; l'étranger ne pouvant y accéder sans autorisation des patriarches traditionnels.

Les rochers notamment ceux de Ndoji constituent des lieux de recueillement pour le fidèle Babadjou. Ils détiennent les pouvoirs surnaturels des ancêtres. De taille impressionnante, ces rochers sont situés dans une zone au paysage splendide et spectaculaire à près de 1200 m d'altitude. On y rend un culte assidu par de multiples sacrifices. Les notables y demandent annuellement à Dieu la bénédiction, la protection et le bonheur de la communauté. Même la communauté religieuse catholique s'empare de ces lieux le vendredi saint où les 14 stations (d'ordre religieux) y sont respectées avant l'atteinte du sommet rocheux.

Sous un angle purement culturel, ce sont des lieux de brassage des cultures locales et étrangères (lieu de rencontre des touristes visitant Babadjou) en même temps que des temples dédiés aux activités religieuses de purification (sacrifice, traitement de maladies mystiques et ésotériques, rencontre avec les divinités etc.) ou source de bénédictions des ancêtres. En tout cas, leur aspect mythologique n'est plus à démontrer. La beauté du paysage n'a d'égal que le charme et la fascination qu'elles produisent (sensation sublime de bien-être, émotion, recueillement, calme, simplicité). C'est justement cet aspect sublime qui fait le choix des populations locales d'y concentrer leur rite et la rencontre avec les divinités.



Source : <http://www.btoshessen.com/image.JPG>

Sur cette photo, le touriste admire la beauté captivante du milieu où tout rythme au son de la chute d'eau et aux chantonnements des oiseaux. La présence des eucalyptus en arrière-plan de l'image associés aux roches polies sous l'effet conjugué de l'eau chutant sur plus de quinze mètres de dénivellation avec une vitesse exceptionnelle donne à cet espace un univers très agréable.

Photo 2: La chute de Ngong dans les monts Bamboutos

III.1.1.2. Les véritables maillons du patrimoine culturel matériel de Babadjou

Après le bref aperçu sur le patrimoine naturel à caractère culturel à Babadjou, nous entrons ici en plein cœur du patrimoine culturel matériel : chefferies traditionnelles et les forêts sacrées, les objets d'art, les symboles de culte et de prestige, l'art culinaire.

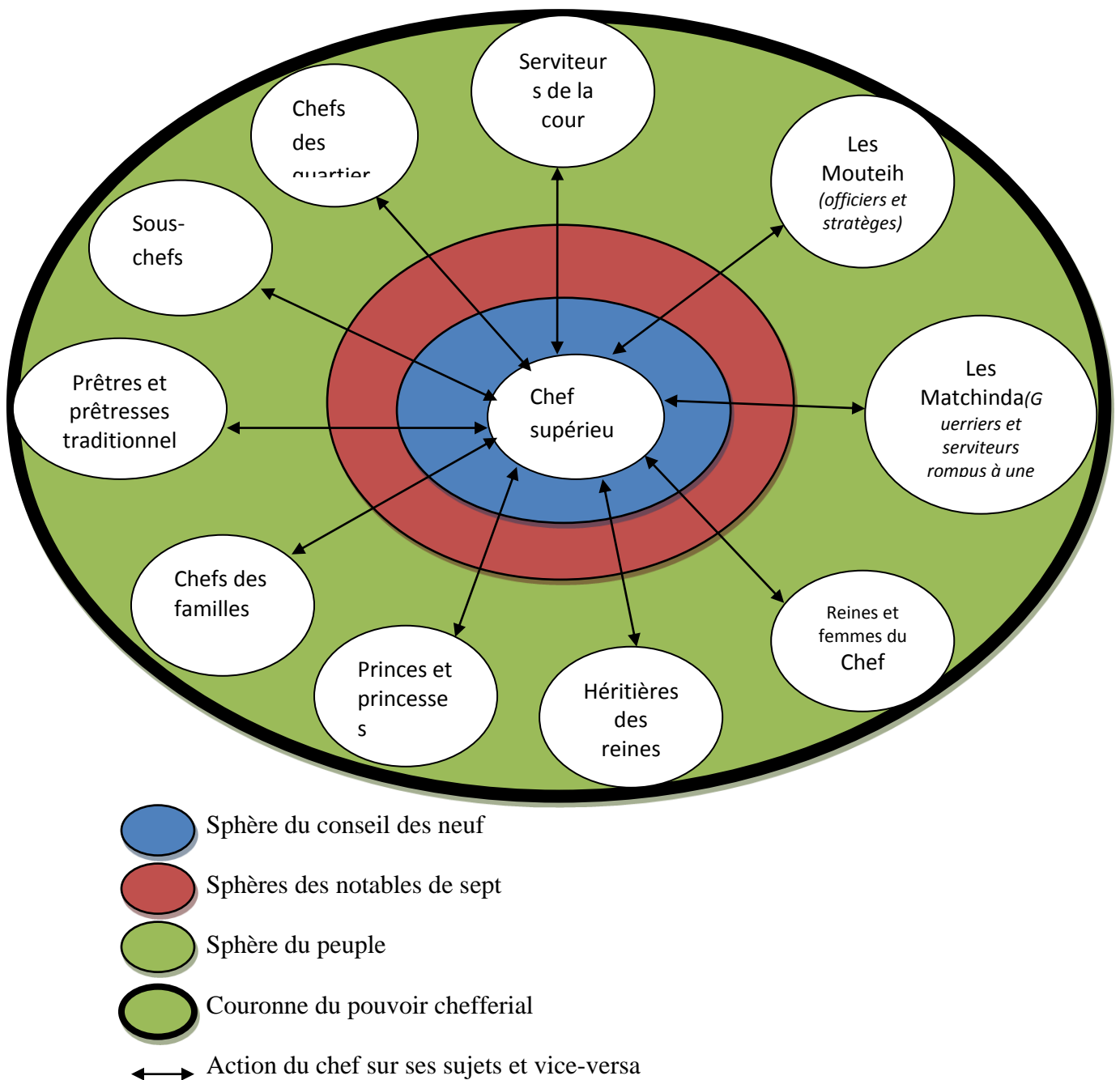
III.1.1.2.1. Les chefferies traditionnelles et les forêts sacrées

III.1.1.2.1.1. Les chefferies traditionnelles : tout le village en miniature

Situé à l'entrée du village, le palais royal est le symbole de la richesse culturelle. Encore appelé Ntô Mbasso, c'est l'endroit où réside le chef supérieur et ses épouses. C'est également le lieu de rencontre avec les notables. La chefferie constitue le principal lieu sacré où on ne peut fouler de façon indigne. Elle est toute la communauté en miniature ; c'est-à-dire qu'on y rencontre la quasi-totalité des instruments culturels, les symboles de cultes et de prestiges. Son esplanade très vaste est une plateforme pour des manifestations culturelles. Le groupement BABADJOU est subdivisé en 21 quartiers à la tête desquels se trouvent des Chefs de quartiers qui sont au préalable des notables (tableau 8). Ces quartiers répondent à une décentralisation du pouvoir. Chaque chef de quartier représente le chef supérieur dans sa circonscription. Le chef supérieur de Babadjou en la personne actuelle de Sa Majesté Fô Sambankeing Temgoua Bertrand détient tous les pouvoirs suprêmes de la communauté. La chefferie Mbasso comme partout chez les bamiléké en général étant une sorte de micro Etat centralisé autour d'un roi puissant jouissant d'un pouvoir de droit semi-divin (figure 8). À ses côtés, il dispose de conseillers (les notables de la classe des neuf qui constituent le conseil des neuf), de ministres (les notables de la classe des sept), de serviteurs, ainsi que de nombreuses sociétés secrètes qui agissent comme autant de contrepouvoirs. Les chefs des familles interviennent également activement dans les affaires de la communauté. D'où une société extrêmement hiérarchisée.

La semaine compte 8 jours : Mbüh, Chuüh, Lepare, Legho, Ntchui, Pembouo, Ntchou, Nkap. Deux jours de la semaine sont dits interdits : Mbüh et Nchore. Ce sont les jours au cours desquels le Chef Supérieur des BABADJOU tient son conseil des notables. Seules les visites et les réunions sont permises, les autres activités étant formellement proscrites et particulièrement celles produisant du bruit ainsi que les travaux champêtres. Les notables se rendent à la Chefferie les jours interdits en respectant une certaine chorégraphie : branches d'herbes de ficus suspendues aux lèvres (pour empêcher aux passants de leur parler). Les jours de Nkap et Tchui sont utilisés pour la célébration ou l'annonce de la naissance des jumeaux à la Chefferie. L'annonce peut être immédiate ou se faire plus tard.

En observant la figure ci-contre, force est de constater qu'ainsi, gravitent autour du chef des groupes organisés qui participent de près ou de loin à l'administration, la protection spirituelle et physique, la construction et la pérennité de la communauté. En effet, le chef est au centre du pouvoir traditionnel. La sphère du pouvoir la plus proche de son autorité est celle constituée du conseil des neuf. Ceux-ci sont les représentants des neuf (09) groupes traditionnels présents dans la chefferie et qui jouent chacun un rôle déterminé et sont incontournables dans les prises de décision du chef. Parfois, ils sont même plus puissants mystiquement que le chef lui-même. Enfin, le peuple est plus proche des chefs de quartiers qui transmettent la volonté chefferiale au niveau de leurs territoires de commandement respectifs. Toutefois, il n'existe pas que des rapports descendants entre le chef traditionnel et ses sujets. Ceux-ci, par le lien qu'ils ont avec les groupes de la sphère intermédiaire, font parvenir leurs volontés, leur mécontentement et leurs perceptions à l'autorité traditionnelle supérieure.



Source : Enquête de terrain et adaptation Lacmago, 2016

Figure 8: Structuration du pouvoir dans la chefferie Babadjou

Outre la chefferie supérieure de Babadjou, voici la liste complète des sous-chefferies présentes sur le territoire Babadjou toutes sous le commandement de l'unique chef supérieur y comprises les deux chefferies des minorités musulmanes bororo. Dans chaque sous-chefferie, il y a un prince qui porte un nom ou titre coutumier.

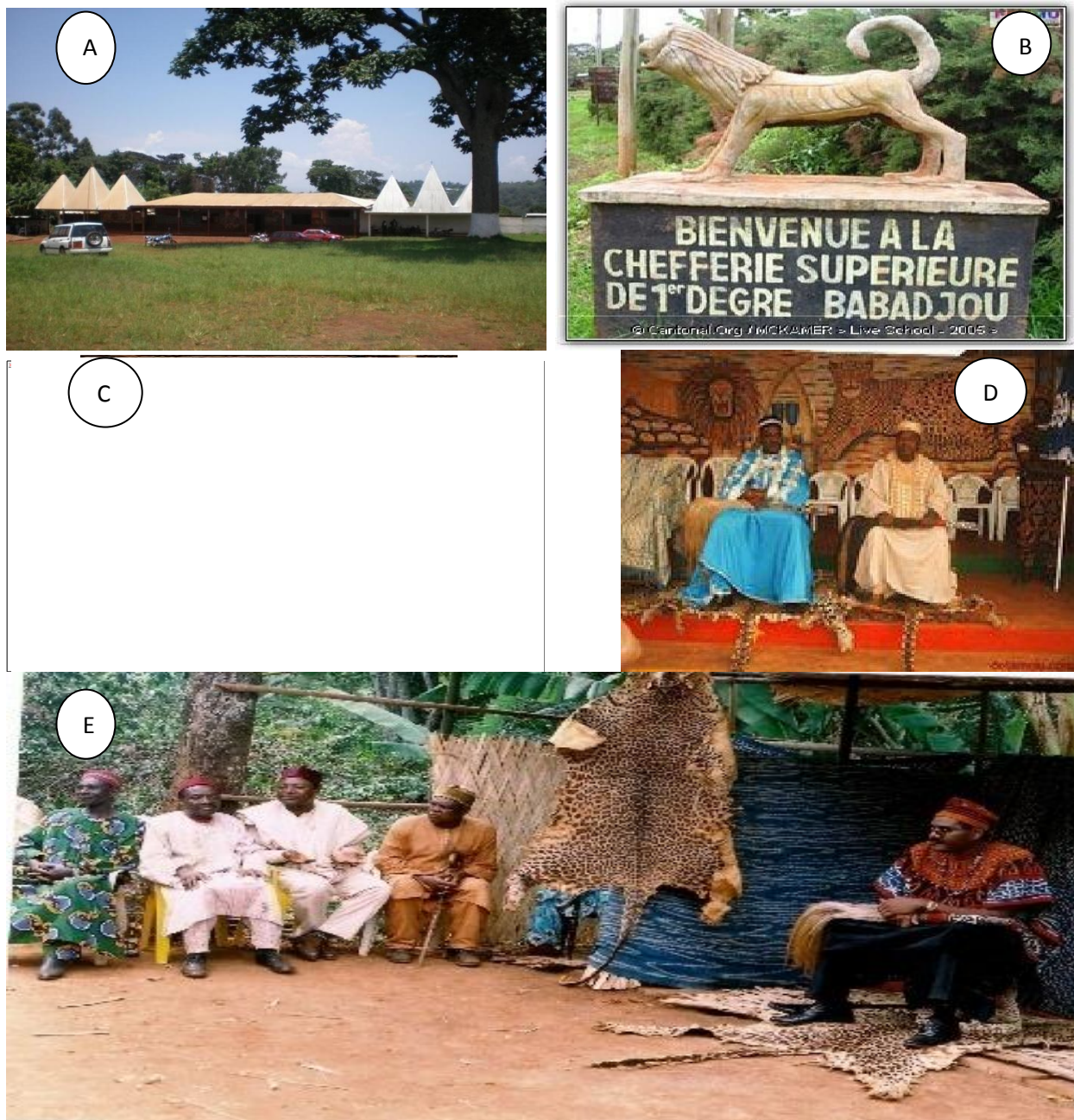
Tableau 8: Les chefferies de troisième degré en 2015

N°	Appellation de la Chefferie	Nom Coutumier du Chef	Nom du prince régnant	Degré
1	King place	Fo Mbasso	AMBANKEING TEMGOUA Bertrand	1er
2	BAMEPAA	Nzeutouopi	ELAPI NDZEU-TIOPI Joseph	2e
3	Bamelo	Zeukang	TCHINDA	2e
4	Bamedjingha	Nzeutouoffo	LEMOULA Etienne	2e
5	Balepo	Kwéning	NGUELEWEU Joseph	2e
6	Mogni	Nzeumou	KAMTA	3e
7	Mantset	Mbak Tetset	Douanla Martin	3e
8	Djingha	Kwemou	YEMELI Jean	3e
9	NSoc Mopi	Mopi	SAA Romain	3e
10	BAMEDOU	Zoung Ntso	Ngniamekong Edouard	3e
11	Bamedoussou	Mekem Mbi	MOFFO Valentin	3e
12	Bamegnia	Mekem megnia	SUFFO Augustin	3e
13	Bamekoue	Nzeutegnia	KAMTA FOKOU Edouard	3e
14	Madjuik	Sa'a Fomat	TCHINDA FABIEN	3e
15	BAMEDJI	NGWAT MAKOT	TSAYEM Joseph	3e
16	BAWA	Nzeumogou	NOLACK Emmanuel	3e
17	Bachua	Tagnidap	Lamago Bernard	3e
18	Ngagong	Kwete ttempo	NKWE MBOTOUO Jean Claude	3e
19	Togoung	TELACMAGO	SAKOCK Ernest	3e
20	TOPELOU	Tetseffo	KAMTA Barthelemy	3e
21	TOUNGA	Kemzong	FOSSA Jean	3e
22	Bororo Bawa	Ardo	HAMADOU ABDOU	3e
23	Bororo Bamelo	Ardo	CHIH MADAKI	3e

Source: S. M. Nolabo Paul, 2015

Le chef supérieur, les sous-chefs et les chefs de quartiers conservent une forte influence morale et spirituelle sur leurs administrés. Le Fô comme son nom l'indique est un homme complet, presque un surhomme comparé à l'animal le plus puissant ; d'où son appellation de « ngnatamah » qui signifie l'animal à ne pas chasser et les peaux d'animaux autour de son trône. Il possède les emblèmes du pouvoir royal : des cornes de buffle, de défenses d'éléphants, de peaux de panthère etc. Ce sont des symboles de la puissance de la chefferie. Lui-même et ses sujets les plus avertis connaissent bien le symbolisme de force, de puissances reconnues à ces animaux dont les éléments entrent dans son habillement et la confection de son trône. Le « Fô » n'est pas un homme ordinaire comme nous l'avons déjà dit ; c'est un être supérieur qui établit le pont entre le monde visible et l'univers invisible via l'initiation au la'a-kam. Jean Louis

DONGMO l'affirme à sa manière lorsqu'il écrit : « Il a le plus grand nombre de « pi » (totem) qui lui ont été transférés au cours de son initiation ». Ce pouvoir magique est exercé avec l'aide des conseils des sept, des neuf et de quelques sociétés secrètes.



Source : Babadjou.net. Consulté le 15 Février 2016

Planche 2: les symboles de prestige de la chefferie supérieure de Babadjou

En A, nous observons la grande esplanade de la chefferie marquée par les toits coniques et une maison centrale, lieu d'accueil des visiteurs bien décorée, au centre de l'esplanade on voit l'arbre sacré et à l'arrière-plan du palais la forêt sacrée ; en B le lion à l'entrée de la chefferie, signe de puissance ; et enfin les images C, D et E sont marquées par les symboles de prestiges qui caractérisent la puissance du chef tels que les peaux de panthère, de lion, le djidap, les cornes, l'ivoire et la queue du cheval. Sa Majesté SAMBANKEING TEMGOUA Bertrand, roi des Babadjou est assis sur une chaise traditionnelle posée sur une peau de panthère, signe de puissance.

L'architecture des chefferies se caractérise par la démesure des constructions (en matériaux traditionnels), qui frappe le visiteur au premier regard. Les constructions dont la forme conique donnée aux toitures à plusieurs pointes des cases de l'entrée et de la salle des actes de la Chefferie Supérieure de KING PLACE constitue une curiosité culturelle pour certains visiteurs du village Babadjou. Ces pointes coniques symbolisent la puissance royale.

III.1.1.2.1. Les forêts et ou les lieux sacrés : espaces de communication avec les divinités invisibles et des pratiques magico-traditionnelles.

Dans le pays Bamiléké en général et à Babadjou en particulier, l'un des signes qui montrent au voyageur qu'il est aux abords du palais royal ou de la concession d'un grand notable c'est souvent une immense forêt manifestement bien entretenue constituant les lieux sacrés. Les lieux sacrés sont tout simplement ceux consacrés aux « dieux », les lieux où l'on va méditer et prier le « Seh » ; ces lieux sont des endroits où la puissance des dieux est plus manifeste que partout ailleurs. Ces lieux sont choisis à partir des oracles et des révélations reçues par des Nkam-si (prêtre), Mani-si (prêtresse) et autres médiums. Ils sont multiples, il s'agit par exemple des forêts, de la case des ancêtres. Ils sont qualifiés ainsi parce qu'ils permettent d'entrer en contact avec les dieux. Notons tout de même que les Babadjou croient à plusieurs dieux (dieux des ancêtres, dieux des quartiers, dieux du village qui peuvent résider dans les forêts, sur un arbre, sur une pierre ou encore dans une chute d'eau etc.) mais croient également en un Dieu suprême qui d'après eux est au-dessus des autres dieux qui sont en fait les représentants décentralisés de ce dernier (source de terrain).

Les forêts sacrées sont des composantes essentielles des chefferies bamiléké en général et Babadjou en particulier. Dans la « capitale » de chacune de ces chefferies – c'est-à-dire dans le hameau abritant le palais royal se trouve toujours une forêt sacrée, accolée au palais du chef et qui joue de multiples fonctions. On peut les considérer comme faisant partie intégrante du palais royal, le « cœur » de chaque chefferie. Ces différents espaces peuvent être plus ou moins boisés en fonction qu'on soit dans une chefferie de 1^{er}, 2^e ou 3^e degré. Il existe aussi des forêts sacrées des familles. On y retrouve notamment des sanctuaires. Les sanctuaires faits de petites maisons ; « les Ndeuh seh » représentent l'endroit, le lieu où vivent les divinités. Il va s'en dire qu'il s'agit là des lieux saints et sacrés protégés contre tout acte de profanation. Comme la mosquée chez les musulmans et la chapelle chez les chrétiens, ces « Ndeuh seh » constituent des lieux de prière, d'offrande et de libations pour le Babadjou.

La forêt sacrée abrite aussi, pour le cas de la chefferie supérieure, un tribunal dit coutumier, devant lequel les affaires graves peuvent être portées. Ce tribunal est généralement associé à une entité invisible, une puissance (le *cadi* ou le *nzo*), à laquelle on peut faire appel pour punir les coupables, et à laquelle un sanctuaire spécifique est dédié. Les forêts sacrées sont donc des composantes indispensables de l'institution sociopolitique que constitue la chefferie. C'est au sein de cet espace spécifique que les décisions concernant la vie de la collectivité sont prises, et que les principaux rituels concernant l'ensemble de la chefferie et la famille royale sont effectués.

Dans ces espaces dotés de fonctions spécifiques, on trouve aussi le cimetière royal, la ou les case (s) contenant les crânes des chefs défunts, ainsi que l'enclos utilisé pour l'initiation des chefs et de ses adjoints (*la'a-kam*). À ces premiers sites s'ajoutent une série d'arbres et de sanctuaires, généralement situés près du cours d'eau, dans la partie la plus basse de la forêt, qui sont à mettre en relation avec les autres arbres sacrés que l'on trouve dans les différentes cours du palais et sur la grande place de la chefferie. Ces arbres sont associés aux dieux de la chefferie, de la famille royale, et parfois à des puissances liées à certaines sociétés secrètes ; des offrandes rituelles sont versées périodiquement à leur pied (planche 3) ci-contre.



Source : Babadjou.net. Consulté le 15 Février 2016

Planche 3: les espaces mystico-traditionnels et sacrés

Nous observons en A le grand arbre sacré de la chefferie où les communautés viennent généralement faire de sacrifices et autour duquel le chef fait certains jugements des problèmes d'ordre mystique donc on remet tout aux mains des esprits divins. Le B représente une case sacrée faite en matériaux locaux et en C les ingrédients de sacrifice aux divinités dont on observe le coq du village, l'huile de palme et bien d'autres.

III.1.1.2.2. L'architecture traditionnelle : une merveille au touriste surtout étranger

Babadjou est riche d'une grande variété de créations architecturales. Les bâtisseurs « Mbasso » ont développé des pratiques leur permettant de répondre aux besoins divers en tirant partie des matériaux disponibles dans leur environnement avec beaucoup de créativité, et en compensant certaines faiblesses intrinsèques par des pratiques sociales d'entretien régulier. L'architecture, qu'elle soit religieuse, liée aux diverses divinités de la place, liée aux lieux de pouvoir ou tout simplement à l'habitat, est souvent mêlée avec des réalisations artistiques (profanes ou religieuses) d'une grande richesse, mais aussi des pratiques d'entretien régulier à vocation à la fois technique, sociale et rituelle composant avec la nature. Ainsi, pour une très grande majorité écrasante, malgré l'avancée du modernisme, l'habitat de Babadjou est caractérisé par des constructions faites de briques de terre battue portant des greniers en bambous pour la conservation des produits agricoles.

Les cases sont généralement regroupées en concessions entourées de haies. Dans la plupart des cas, ces concessions possèdent plusieurs tenants à cause du fort taux de polygamie : au cœur se trouve la case du chef de famille et tout autour les cases des épouses et une ou plusieurs cabanes en briques de terre battue pour la conservation des pierres représentant les crânes des défunts de la famille. Dans les quartiers Borrros, l'habitat reste encore une œuvre d'art avec des maisons en pailles et sous formes de huttes très admirées par les visiteurs.

III.1.1.2.3. L'art Babadjou au service de la satisfaction intrinsèque et extrinsèque des potentiels touristes.

III.1.1.2.3.1. Le génie de l'artisanat et des œuvres artistiques à Babadjou

La composante artistique tire sa valeur des formes, couleurs et du style de la réalisation comme la sculpture, les œuvres d'art ou la décoration. A Babadjou, l'artisanat se résume à la vannerie (fabrication des chaises en bambou de raphia et bambou de chine et en rotin, des paniers, corbeilles et sacs en fibre de raphia), la sculpture sur bois (fabrication de mortiers, pilons, manches des houes, masques, statuettes), L'art textile (confection de vêtements (couture)

ainsi que la broderie, les stylistes modélistes, tricoteuses, tisserands, selliers), l'art batik (Teinture artistique sur tissu,...) et la peinture (peintre, sérigraphie); la céramique (masque en céramique, pot, objet d'art en céramique) ; l'esthétique (salons d'esthétique, salon de coiffure).

Les menuisiers (menuiserie sur bois, menuiserie métallique, vitriers,...), la soudure (soudeurs, menuisiers métalliques, tôliers); les maçons, les charpentiers, les photographes d'art (prise de vues et laboratoire), les mécaniciens (environ 20 ateliers), les tronçonneurs, les savetiers ou cordonniers, les tanneurs, les blanchisseurs y sont également rencontrés. Tous ces métiers et activités (et la liste est loin d'être exhaustive) font vivre au quotidien les artisans à Babadjou et satisfont les besoins des populations et de leurs visiteurs à faible coût.



Cliché Lacmago et enquête de terrain d'Août 2015
Planche 4: offres artisanales de Babadjou

Ces objets d'artisanat sont marqués par le perlage, la tapisserie, la sculpture et les tableaux décorés. En observant les images d'avant dernière ligne, on voit des tableaux décorés juste à partir des déchets ménagers tels les peaux de bananes, les peaux de pistaches et les peaux

d'arachides. Ces tableaux sont généralement porteurs de message ; c'est le cas du tableau 9 sur lequel on peut bien lire : « ensemble, luttons contre MBOKO HARAM »

III.1.1.2.3.2. Les symboles de culte et de prestige : quelle curiosité !

Ce sont des symboles qui racontent des croyances, rappellent les rites et suggèrent les traditions et rappellent ainsi l'importance que les bamiléké en général et les Babadjou en particulier accordent à la tradition.

- Le Ngi ndap, étoffe de rassemblement

Tissu batik, symbole d'unité, de prospérité, d'honneur et de pouvoir, le Ngi ndap est une pièce d'art, un chef d'œuvre pictural. Les cercles, les losanges, les lignes et les gongs sont autant de figures qui donnent à cette étoffe le prestige qui est le sien, et rendent visible la symbolique qu'elle porte. Il est généralement accroché au mur du siège du chef et des notables. Certaines tenues traditionnelles sont faites en Ngi ndap et sont portées lors des grandes cérémonies notamment pour effectuer des danses traditionnelles. Elles peuvent également faire l'objet des tenues prestigieuses pour des personnes distinguées du village.

- La queue du cheval et le fusil traditionnel à l'esprit de la puissance

Elle est l'accessoire privilégié de toutes les manifestations de joie dans l'arrondissement de Babadjou et dans tout le pays bamiléké en général. Elle est balancée joyeusement par les femmes pour rythmer la danse, ou agitée comme lance par les hommes au cours des danses qui stimule le combat ; et le coup de canon au fusil traditionnel tiré en l'air par la suite est signe de puissance et de victoire. Ce qui dénote l'esprit de bon combattant et la défense jalouse des biens patrimoniaux. La queue est très souvent décorée de cauris, de perles, d'ivoire, d'argent ou même d'or à son manche selon le standing et le statut de celui qui la tient.

- Le ngue nkon'he ou arbre de paix

C'est une plante qu'on retrouve partout : à l'intérieur des maisons comme décoration et à l'extérieur comme haies vives. Elle est aussi au rendez-vous de toutes les manifestations heureuses (la visite à un nouveau-né, le folklore, la danse des magnis en louanges aux jumeaux). C'est une plante qui incarne la paix

- Le Wang'he et puissance royale

C'est une plante qui n'est manipulée que par les notables sous prescription du chef supérieur pour l'interdiction des manifestations non avisées et autorisées au préalable par le chef ou encore l'interdiction de la mise en valeur d'un terrain litigieux ou l'occupation d'un site litigieux. Seul le notable qui l'implante peut l'enlever après l'acquittement d'amande ou de pardon. Personne ne peut s'entêter de l'enlever ou d'ignorer son implantation et de travailler comme si rien n'y était car c'est une plante porte malheur servant de contre-pouvoir royal. Les détenteurs de son pouvoir l'ont acquis pendant l'initiation dans le lah-kam.

- Le ndeleueu ou graine de bénédiction et le nsoc

Garant des pouvoirs protecteurs, les graines de ndeleueu (jujube) se consomment en nombre impair (sept ou neuf). En effet, c'est le compagnon de protection de toute personne qui entame une mission périlleuse ; une gousse entière dans le fond du sac tient lieu de blindage. C'est aussi un outil utilisé pour donner de la bénédiction aux individus.

Le « nsoc » quant à lui joue aussi le rôle de protection mais beaucoup plus contre les esprits maléfiques et mystiques. On ne l'utilise pas pour donner de la bénédiction à une personne et ne marche pas ensemble dans le même sac avec le ndeleueu. Par conséquent les deux ne peuvent pas être mâchés ensemble.

III.1.1.2.3.3. L'art culinaire : les délices dans les plats et dans les verres au service du bon appétit des visiteurs à Babadjou

On note ici les restaurateurs, les gargotiers, les bouchers, les boulangers, les pâtisseries, les charcutiers et les rôtisseurs. Mais comme partout chez les bamiléké, Babadjou offre des mets typiques, riches et diversifiés :

- Le taro et les mets de pistache

Le taro est un plat honorifique, très prisé fait à base du taro (tubercule) et ou macabo, de la banane cochon dont l'ensemble est pilé soigneusement. La sauce la plus connue est la sauce jaune mais on note aussi la sauce noire ou d'aubergine, la sauce tomate (tomate cuite, écrasée et mélangée d'eau) et la sauce d'arachide. Le taro s'accompagne des aubergines, des champignons, des légumes, du ndolet sauté, des œufs frais, de la peau, du poisson et de la viande. Le taro aux mets de pistache est l'assiette par excellence pour rendre visite les nouveaux mariés ou certaines personnes distinguées.



Cliché Lacmago et enquête de terrain
Planche 5: Le taro de Babadjou

Ce plat se déguste avec un doigt. Originellement, le met est emballé dans la feuille de bananier et mange dans la même feuille (B). Certaines allogènes qualifient le taro Babadjou de taro fermenté puisqu'après deux jours il est encore mangeable ; elle garde encore toutes ses propriétés physiques. Ce qui est lié à sa tactique de composition (taro, macabo et un peu de banane cochon) et de pilage : piler du taro à Babadjou relève d'un chef-d'œuvre.

- Le kondrè et le maïs arachide bouilli

Le kondrè est le plat typique des cérémonies funéraires. Il est fait avec du plantain et la viande du bœuf ou du porc ou encore de la chèvre et cuire dans de grosses marmites. Pendant que les danses s'exécutent dans la soirée, les femmes s'attellent à la sa cuisson qui passe toute la nuit au feu et est servi le lendemain après les danses traditionnelles.

- **Le maïs arachide bouilli** : Communément appelé par les autochtones maïs de deuil, le maïs arachide bouilliest un plat de choix et symbolique à l'honneur de l'illustre disparu. Le refus de déguster ce plat est signe d'être en mauvais terme avec le défunt. Ce met est réservé aux deuils et funérailles.

- **Le nkui et le couscous maïs**

Le nkui est le plat idéal pour les femmes qui viennent d'accoucher. C'est une sauce qui est servie à chaud. Sa coloration maronne et sa structure gluante est liée au fait qu'elle est faite à base de nombreux condiments et épices ; d'où ses vertus purifiantes et de nettoyage. La sauce nkui se mange avec du couscous maïs peut aussi être accompagné des légumes sautés.

- **Les pommes pilées** : C'est un mélange de pommes de terre et du haricot (noir ou rouge exclusivement) pilé ensemble avec de l'huile rouge.

- **Le corn tchap sauté** : c'est un mélange de maïs et du haricot habituellement le haricot rouge, noir et tout couleur (foudji).

- **Le macabo sauté** : généralement mélangé avec du ndolet et accompagné de la viande du porc, de la chèvre ou du bœuf par défaut.

- En plus des mets sus- cités, **le vin blanc de raphia** reste une boisson par excellence de la localité. Il est passé partout : lors des événements de culte, dans la joie ou dans les pleurs. C'est le véritable objet de distraction et d'accueil. Les raphias colonisent les vallées de Babadjou, mais on les retrouve aussi partout.



Cliché Lacmago G.M. décembre 2015

Photo 3: un vigneron recueillant du vin de raphia

III.1.2. Un patrimoine culturel immatériel riche et à plusieurs facettes

Le patrimoine culturel immatériel **ou** patrimoine culturel intangible est ensemble des produits culturels invisibles et impalpables. Sera donc considéré ici comme patrimoine culturel immatériel de Babadjou tout éléments qui relèvent de la culture du peuple Mbasso, laquelle se traduit par des manières de faire, de dire, d'être et de penser, de répéter symboliquement des faits historiques ou de se fixer des règles morales ou éthiques. Ce patrimoine immatériel témoigne de l'identité de ce peuple et de son génie propre, identité qui traverse le temps dans un monde qui se renouvelle sans cesse. Il peut revêtir différentes formes : cérémonies, coutumes, rites, chants, danses, jeux, mythes, contes et légendes, témoignages etc. Babadjou présente une très grande diversité culturelle.

III.1.2.1. La langue « Ngombalé ou encore le Mbafung » : vecteur de la promotion culturelle

La langue locale est un moyen privilégié permettant aux communautés villageoises d'accéder plus rapidement au processus du développement endogène. Elle constitue surtout un moyen privilégié et efficace de promotion culturelle et de communication de masse. La langue Ngombalé est l'identité même du peuple Babadjou ; c'est elle qui produit, vend, communique, fascine ou répulse. La langue est la toute première chose que l'étranger ou le visiteur veut s'acquérir. Elle doit donc être prise au sérieux dans le contexte de mise en tourisme du patrimoine.

III.1.2.2. L'histoire du peuple Mbasso : un véritable cordon ombilical entre son passé, son présent et son avenir.

La valeur historique du patrimoine nous aide à remonter dans le temps et nous donne un témoignage d'une certaine période de l'histoire et peut nous servir comme référence pour comparer notre présent avec le passé. Babadjou comporte une histoire curieuse.

C'est une histoire très controversée, mais qui garde une certaine logique. En fait, la curiosité scientifique nous a obligé à consulter les vieillards à travers les contes et à reconsidérer la traditionnelle explication derrière les lieux sacrés. Alors, l'histoire nous apprend que les premiers occupants de Babadjou seraient des chasseurs en provenance de l'Adamaoua, suite aux vagues migratoires des Bamiléké au 17^{ème} siècle, fuyant les peuls musulmans. Le groupe serait constitué de six hommes et d'une femme dont l'activité principale fut la chasse. Ils seraient installés au lieu-dit Wang, giboyeux. Au fil du temps, ils furent rejoints par leurs frères.

Parmi les premiers installés, le plus puissant des chasseurs nommé MBOUGONG devint chef et fonda l'entité « BAFOUG » qui signifie « bout du monde » et les autres chasseurs devinrent le conseil. Certains ont pensé que les Mbasso seraient sortis d'un trou profond ou gouffre appelé « FEUNG-LAH ». Leurs rites auraient des rapports avec le trou. Ces gouffres sont jusqu'à nos jours des lieux des sacrifices. Donc au départ Babadjou et Bamessingou n'étaient qu'un seul village constituant le groupement Mbasso. Le chef TCHUITSEMIH succéda au chef MBOUGONG qui, à son tour laissa la succession à l'un de ses fils jumeau au nom de LACMAGO. Mécontent et refusant d'être sous l'hégémonie du chef légitime LACMAGO, son frère jumeau le nommé LONLA le quitta de NTOH'SO où il a fondé le village « MBASSO'O » (actuel Babadjou) et s'installa à DAKOUONG où il fonda le village « MBASSING ». L'entité BAFOUNG est ainsi divisée pour laisser place aux deux villages actuels avec conservation du patrimoine culturel et de certains biens communs : Mangwa, Dakouong (lieux sacrés). « BASSO'O » veut dire « ceux qui font du mal inutilement » pendant que « BASSING » signifie « ceux qui racontent longuement le mal fait par les autres ». Avant la période allemande donc, la Chefferie du groupement BABADJOU se trouvait à BAMETOCSSO où auraient régné successivement leurs Majestés LACMAGO, FOKOU, NZEUHJIO et TOUOYEM. C'est après les troubles de l'époque allemande que le Chef TOUOYEM avait installé la Chefferie à KING PLACE, d'abord au site dit FEUNG-LAH (à côté du siège actuel de la Sous-préfecture) et enfin au site actuel de la chefferie supérieure. Il sera succédé au trône par les Chefs SABAKENG, TEMGOUA, PENANDJIO et SABAKENG II (l'actuel Chef Supérieur). Etymologiquement, Babadjou vient du mot « WADJOU » ; terme prononcé par un autochtone Mbasso vers 1900 en réponse à la question posée par un blanc à savoir le nom du groupement. C'est ainsi que Babadjou doit son existence et fut érigé en arrondissement en 1992 par le décret n°92/187 du 01/09/1992 portant création de nouvelles unités administratives au Cameroun. Les portraits des différents rois susmentionnés se trouvent aux palais royal et sont contemplés au quotidien par les visiteurs.

III.1.2.3. Les funérailles et les obsèques au cœur des coutumes Babadjou

La région de l'Ouest Cameroun en général et l'arrondissement de Babadjou en particulier reçoit toutes les saisons sèches entre novembre et fin avril des millions de personnes qui s'y rendent pour célébrer la communion avec le monde des ancêtres. En effet cette période est marquée généralement par l'organisation des funérailles dans plusieurs familles. C'est l'occasion pour le touriste de voir s'exhiber outre les danses ordinaires, mais surtout celles des sociétés secrètes et la parade des sorties officielles du Chef Supérieur du groupement Babadjou. Outre les retrouvailles pour certains, c'est aussi l'occasion de savourer les mets traditionnels. Ces cérémonies riches en symboles, en son et en couleur témoignent de la puissance du défunt lorsque le nombre de personnes qui l'assistent aux funérailles est important. La richesse des funérailles prend sa noble signification dans le sacré et le folklore qui entoure cette cérémonie.

Chez les Bamilékés, les morts servent de canal pour rentrer en contact avec Dieu, d'où la signification première des funérailles qui marquent l'entrée du défunt dans la grande famille des ancêtres. C'est pour cette raison qu'elles offrent généralement l'occasion de grandes réjouissances suivant l'idée que « faire le maximum en boisson et en nourriture au deuil ou aux funérailles d'un proche cher est considéré en pays bamiléké comme un principe d'honneur et de reconnaissance vis-à-vis de celui-ci ». Les funérailles donnent toujours lieu à de grandes cérémonies très colorées en l'honneur des défunts. Masques, danses, musique, tout concourt à perpétuer les rites et les traditions. On peut d'ailleurs dire qu'elles sont la synthèse de toutes les coutumes, rites et toutes les prestations traditionnelles ; en d'autres termes, elles sont la « tradition en miniature »

Les obsèques se distinguent des funérailles à Babadjou. Les obsèques renvoient juste aux cérémonies d'enterrement alors que les funérailles proprement dit se célèbrent à une date ultérieure après l'enterrement. Dans la grande majorité des cas, la programmation des funérailles date plusieurs années plus tard, parfois plus d'une décennie.



Cliché Lacmago G.M. décembre 2015

Planche 6: Folklore funéraire riche en spectacle et en couleurs

Cette planche met en exergue la diversité folklorique des rites funéraires où les sons des tambours, tam-tam, balafon rythment les jeux de corps, les cris, les mouvements des queues de chevaux, des cannes traditionnelles etc. En E, laalebasse sur la tête de la femme contient de la sauce jaune qui doit d'abord être versée sur le tombeau du défunt à qui les funérailles appartiennent, ensuite sur les tombeaux de tous les autres défunts de la famille. Cette sauce est

communément appelée « sauce des ancêtres ». Elle a pour but d'invoquer ces ancêtres à participer eux aussi aux cérémonials et d'accueillir le dernier disparu parmi eux afin de l'accompagner au royaume des cieux. Outre la tenue générale des funérailles (arrière-plan de J), on observe une autre diversité des couleurs en fonction des groupes de danses traditionnelles qui ont des tenues spécifiques et les ndjidap (avant plan G) et les metouka'a (B et C) qui doivent impérativement accompagner chaque fils et fille marié de la famille à la cour des manifestations. A l'arriver à la cour, les belles mères accueillent leurs beaux fils en criant très fort et en balançant la queue du cheval et parfois du ngue nkon'he (l'arbre de paix) (D). A l'image K, on voit un touriste en train de faire des prises de photos. Ce qui fait des funérailles une cérémonie très colorées et donc très appréciée des touristes culturels.

III.1.2.4. Intrônisation des chefs à Babadjou aux rites sacrés, riches en symboles

III.1.2.4.1. Le choix et les rites d'arrestation du chef et de son adjoint

Chez les Babadjou, l'arrestation du chef est un acte public. La cérémonie se déroule pendant le grand deuil du défunt Chef, selon les vœux du souverain disparu, de celui du conseil des Neuf appuyé par les deux conseils des sept et de la Maison royale. Le conseil des Neuf reste souverain en dernier ressort et est seul à choisir le Chef, parfois indépendamment des vœux du défunt Chef, de sa famille ou de quiconque, dans le strict intérêt de la tribu. Même si l'autorité du Chef est illimitée sur son peuple, il vit sous la hantise de ses notables, car pris ensemble, ils ont sur le chef un droit de vie ou de mort. Ils le placent au trône comme ils peuvent l'en éliminer.

De son vivant, le chef désigne parmi ses propres enfants cinq dont un sera le véritable chef (Fô). L'autre, adjoint (Kouaté) sera placé à la tête d'un quartier comme Chef ou il y résidera comme une personnalité indépendante et jouera un rôle honorifique dans le village. Par contre, si c'est le Chef qui décède sans enfant, son Kouaté le remplace.

Les membres des sociétés secrètes, et donc les notables gardent les secrets de la succession sur le trône. Il leur revient, après la disparition du chef, d'arrêter dans les rangs du deuil l'héritier du feu chef parmi ses propres fils, en tenant compte de la volonté du défunt. Les notables initiés le saisissent et le passent aux mains des autres qui, le ruant de coups, le dépouillent de ses vêtements. Une lutte s'engage d'autant plus acharnée que l'élu n'avait aucune prétention à la chaise de son père. Les ravisseurs disparaissent avec leur victime vers le la'a-kam (lieu de retraite de 9 semaines, d'investiture et d'initiation aux mystères du royaume). Après l'arrestation du chef, on procède immédiatement à celle du « kouaté », son adjoint. Ils sont bien encadrés par les « feffo », police secrète du royaume qui assure leur sécurité.

III.1.2.4.2. Le séjour et la sortie du « La'a-kam »

La'a-kam veut dire littéralement « village de la noblesse » ; c'est le lieu d'initiation et de formation au métier de chef. Ce lieu est aussi sacré puisque, personne n'a le droit de s'y aventurer à l'exception des initiés. Le la'a-kam est juste une case aménagée dans la forêt sacrée de la chefferie pour le chef en initiation ; lequel n'a le droit d'entrer en contact avec personne d'autre en dehors des initiés. Il n'a non plus le droit de sortir de là avant la fin de son initiation qui se fait pendant 9 semaines. C'est là que le futur chef apprend tout ce qu'il y a à savoir sur la chefferie, les habitants, les relations que la chefferie entretient avec les autres chefferies, avec le préfet, le sous-préfet. Il y apprend aussi à ce qu'il doit faire et ne pas faire, comment il doit le faire; bref, son rôle au sein de la chefferie et son comportement. En d'autres termes, on l'y initie sur ses différentes fonctions de chef. C'est aussi là que les notables s'assurent de la survie de la chefferie.

En effet, n'entre au la'a-kam que celui qui a atteint l'âge de la procréation, et ne devient véritablement chef que celui qui est à mesure de procréer car procréer c'est aussi s'assurer de la survie de la chefferie. Ainsi, lorsque le futur chef entre au la'a-kam, certaines jeunes filles le

suivent. Futur chef pourquoi ? Parce qu'il l'est pas encore et au terme de son initiation, il peut bien ne plus être chef. Comme dit plus haut, certaines filles en mariage, qui deviendront les épouses du chef, sont amenées au la'a-kam, pour porter en leur sein, le futur héritier du royaume. Si au terme du rite initiatique ou la'a-kam, aucunes des nombreuses filles ne sont enceintes, on considère le chef comme étant incapable de procréer et par conséquent, les notables auront dès lors pour charge d'en choisir un autre. Si l'opération réussit, le nouveau chef sort du la'a-kam muni des symboles de puissance et sera mis sur le trône de son père.



Source : <http://www.refworld.org/docid/3f7d4d713b.html>

Photo 4: un chef bamiléké sortant du la'a-kam

Les touristes de toutes origines et autres chercheurs anthropologues, sociologues et historiens qui ont eu l'occasion de visiter quelques chefferies des hautes terres de l'Ouest - Cameroun ont abondamment témoigné du caractère politico-religieux qui ressort non seulement des rites d'intronisation ou du chef sortant du « *la'a-kam* », mais aussi des décors de sa personne : les bracelets, les colliers et anneaux de bronze et d'ivoire dont il a été rituellement parés ne sauraient laisser indifférent qui que ce soit. Non plus la majesté qui se dégage des perles d'ivoire dont est serti son trône massivement posé sur des peaux de panthère, ainsi que les cornes de buffles et les défenses d'éléphants qui en achèvent le décors.

III.1.2.5. Les rites de veuvage en honneur du mémoire de l'illustre disparu

A Badaïjou, le rite de veuvage est plus compliqué chez la femme que chez l'homme. Pour la femme, immédiatement quand la mort de son époux est signalée, la femme entre directement dans les rites de veuvage et est sous la direction d'une femme qui doit elle aussi être au préalable veuve. Cette dernière lui fait exécuter tout ce qu'on lui avait aussi fait. A priori ses cheveux sont détachés et laissés au vent, elle est nu pied et ne peut changer d'habit. Elle doit dès lors se coucher à même le sol dans le salon de son mari pendant deux semaines (soit une semaine pour sa part et une autre semaine pour le défunt) si c'est dans un cas de mariage monogamique. Sinon, la durée du veuvage en terme de semaines correspondra au nombre de coépouses plus une semaine (pour leur mari). Chaque grand matin à 6h, la veuve doit réveiller tout le monde au deuil via les pleurs et le reste l'assiste dans ses pleurs. Après les pleurs, la veuve se dirige au marigot le plus proche sous la conduite de sa veuve tutélaire pour prendre un bain et retourne à la maison sans regarder derrière et sans parler à quelqu'un en route. Au terme du veuvage, la veuve est rasée à même le crâne, dépourvue de sous-vêtements (Caleçon, soutien), et toujours pieds nus et oint d'huile rouge partout sur le corps, elle s'habille sur le mauvais côté doit visiter les amis de son mari, son premier fils et sa famille natale. Tout ce trajet se fait à pied avec un panier sur la tête contenant tout ce dont on lui donne lors de ses visites. Personne ne peut l'aider de sa charge

et elle ne doit d'ailleurs adresser la parole à personne en route. A chaque visite, on l'ajoute de l'huile rouge au corps. Au dernier jour du rite pour couper le veuvage, la veuve porte un habit noir sans tache qu'elle ne devra abandonner qu'après un an de la mort de son mari, elle part au marché avec du choléra (maïs gâté) et doit vendre au tout premier client quel que soit le prix que ce dernier propose, après la vente, elle retourne à son domicile et c'est la fin du veuvage. Mais avant cette étape du marché, les siens auront d'abord réalisé un billon appelé « Nghon'sah » sur une des parcelles où travaille habituellement la veuve au sein de la concession, et sur ledit billon, tout ce qui est cultivé dans la localité aura été semé.

Les hommes quant à eux ne vivent pas avec la même intensité les rites de veuvage que les femmes. Généralement, les mâles n'ont aucune contrainte sauf pour le cas d'aller « se laver du nkié. » C'est quand l'épouse décède avec le fœtus dans le ventre. Dans cette hypothèse, le mari devient donc un nkié. Il doit quitter sa concession pour aller se purifier. Pendant son voyage, il ne doit ni manger, ni passer la nuit dans une maison. Le cas échéant, il souillerait toute la maison. La coutume le condamne à avoir des relations sexuelles avec une femme et à lui abandonner tout ce qu'il portait à l'arrivée : chaussures, vêtements, sous-vêtements... La femme en question devient à son tour souillée et doit faire la même chose que l'homme. Au cas contraire elle porte la malédiction.

III.1.2.6. Le culte des ancêtres et des crânes : une véritable communion entre les visibles et les invisibles.

Avant d'entamer ce point, il est impératif de noter que paradoxalement à ce que les gens pensent que les Bamilékés sont des païens, ce sont les peuples les plus monothéistes qui soient. Les croyances Babadjou traditionnelles sont toujours très vivaces. Les Bamilékés en général et les Babadjou en particulier croient en l'existence d'un être suprême, appelé « Sé », ainsi qu'en de nombreux esprits ou divinités à portée plus limitée (dieu du village, dieu du quartier, dieu de la maison). Ainsi, on est dans la croyance selon laquelle les morts ne sont pas morts. *« Ils sont bel et bien vivants, et, à partir du monde spirituel où ils sont, ils continuent de s'intéresser à leurs proches et à leurs descendants encore sur terre. Il est possible de les contacter spirituellement afin qu'ils intercèdent auprès de l'Esprit divin universel ("Sé") en notre faveur pour nous soutenir ou nous aider à résoudre un problème quelconque que nous rencontrons sur terre. Ces Ancêtres pourvoient une telle aide avec d'autant plus de promptitude et de bonne volonté qu'ils nous ont connu; ils le feront avec d'autant plus de bonne volonté qu'ils nous ont aimés et nous aiment sûrement toujours »*. Propos recueillis d'un patriarche au quartier Bamélo.

Une pierre frottée sur le front d'un corps à la veille de son enterrement représentera désormais le disparu car les Babadjou ne déterrent pas les crânes et cette pierre sera placée dans la maison notamment dans la case sacrée un an après la mort par son successeur suivi d'un festin. Ce culte provient de nos ancêtres. Cela peut être considéré comme une forme d'archives afin de conserver les informations et de reconstituer l'arbre généalogique d'une famille.



Source : <http://www.babadjou.net>

Planche 7: Les successeurs en pleine consultation des ancêtres

Les crânes sont consultés régulièrement par le successeur de la lignée, notamment lorsqu'une question difficile concernant la famille se pose muni éventuellement de quelques présents symboliques comme le vin de raphia, le « Ndeuleueu » ou encore le jujube, la kola, le pistache, l'huile de palme, le sel, le npeuh (la poudre d'acajou) et parfois une chèvre ou un coq peut être égorgé comme sacrifice pour adresser les prières d'intercession à un défunt en particulier et le plus souvent à tous les défunts.

Les ancêtres sont en fait considérés comme des intermédiaires entre Dieu et les Vivants, ils sont profondément impliqués dans les affaires des vivants car ils sont les gardiens de la famille et agissent comme police invisible de la famille et de la communauté.

III.1.2.7. Les danses et les festivals

III.1.2.7.1. Les danses traditionnelles : les jeux de corps, le son et les belles chorégraphies au plaisir des touristes.

La danse peut se définir comme une suite de pas et de mouvements rythmés, exécutés le plus souvent sur un air de musique, par une personne ou avec des partenaires. A Babadjou, les instruments utilisés lors des danses notamment traditionnelles sont essentiellement faits à base des éléments de la nature illustrant parfois une certaine puissance : les peaux des bêtes, les crânes d'animaux, du bois sec, des fibres ou des cordes etc. comme instruments donc, nous avons : les tambours, les balafons, les tam-tams, les xylophones etc. les principales danses traditionnelles de Babadjou sont le Mbaya, le Nkeug-Fô (danse royal à la présidence du chef et des chefs de quartier), le Madzon (exécuté par les égaux en âge du défunt), le Nzan, le Samali, le Samba, le Nilon, le Sakys, le Djan sans oublier des multiples groupes de ballet initiés par les plus jeunes et la danses des jumeaux exécutée par les magnis avec une chorégraphie exceptionnelle. Ces danses traditionnelles apportent plus de couleurs, de sons et de mouvances aux festivités. Ce qui captive et fixe davantage les touristes.



Source : Lacmago G.M. et <http://www.babadjou.net>

Planche 8: Illustration des danses traditionnelles à Babadjou

L'image A illustre le Mbaya et le Nzan en B

III.1.2.7.2. Les festivals riches en couleurs : une sorte d'exode urbaine

Parmi les principales cérémonies qui drainent bon nombre de personnes et personnalités à Babadjou, nous avons : la fête de la femme rurale, la fête de la jeunesse, la présentation des vœux au roi, les congrès (congrès du village et les congrès des différents quartiers), le grand festival « Lehre » des Babadjou. Tous ces événements ou cérémonies culturelles riche en couleurs témoignent de la richesse que regorge cette localité bénie des dieux.

III.2. Situation actuelle du tourisme dans l'arrondissement de Babadjou : analyse SWOT OU AFOM

L'arrondissement de Babadjou de par sa richesse culturelle et même naturelle présente plusieurs opportunités ; mais ces atouts font face à un certain nombre de faiblesses et de menaces.

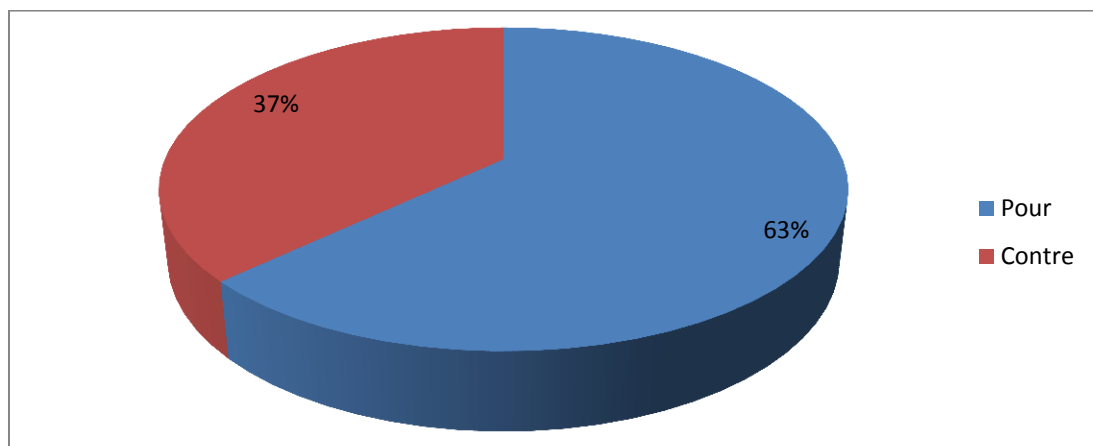
III.2.1. Analyse des atouts et faiblesses du tourisme à Babadjou

III.2.1.1. Babadjou : les atouts touristiques indéniables

On peut noter ici :

- Les originalités exclusives de l'art, des traditions, des danses et festivités, la mode vestimentaire, les mets traditionnels spécifiques, le patrimoine artistique et historique sont comptées au premier rang des atouts touristiques dans la localité.
- La situation géographique est à prendre en considération. En effet, l'arrondissement de Babadjou se trouve dans les hautes terres de l'Ouest qui est l'une des régions les plus fréquentées au Cameroun. Il en est de même du département des Bamoutos. L'axe routier la nationale n°1 Bamenda-Bafoussam-Yaoundé et puis Bafoussam-Douala qui est l'axe le plus fréquenté du pays traverse littéralement Babadjou et reliant les sites de ses trois principaux marchés que sont Toumaka, Djinso et Kombou.
- La présence de trois aires relativement urbanisées avec les facilités de prestations (Toumaka, Kombou et Bamedouso).
- Son climat équatorial camerounien d'altitude frais et doux est moins capricieux aux visiteurs.
- La diversité des ressources touristiques est aussi un atout. Outre le milieu culturel, on y observe des sites extraordinaires tels que les chutes d'eau, les montagnes et collines, les grottes, un paysage charmant et la disponibilité du terrain. D'où les possibilités de tourisme randonné, du tourisme de montagne et des écotourismes. Il en est de même de la diversité des ressources agropastorales qui sont très sollicitées par les visiteurs de Babadjou
- Le transport est facilité par l'omniprésence des motocyclettes malgré les prix parfois exorbitants
- La proximité des lieux attractifs : Babadjou est situé à 700 FCFA de Bafoussam, 250 FCFA de Mbouda et à 1000 FCFA de Bamenda.
- Les télécommunications : la station radio et télévision CRTV et les stations radios telles que la radio Batcham, radio Star, la radio Bonne nouvelle, Sweet FM, Poila FM émettent sur l'ensemble du territoire et aussi, on note la mise en place de la station radio Mbafung dont les travaux sont en cours. Les sociétés téléphoniques mobiles MTN et Orange sont présentes dans la localité et on y rentre peu de problèmes de réseau.
- La présence des structures de micro finance à savoir Express Union, Express-exchange, Money-gram et la banque MC² facilitent les transactions d'argent.
- La présence des centres de santé : CMA de Toumaka et de nombreux centres de santé intégrés (CSI) comme ceux de Bamélo, Balépo, Bamédjingha, Kombou.
- L'hospitalité de la population locale est fondamentale. Elle est accueillante et ouverte. A la question de savoir la position des individus par rapport à l'hébergement des étrangers dans

leurs domiciles en cas de situation, voilà les résultats obtenus malgré quelques sentiments de méfiances :



Source : Enquête de terrain et adaptation Lacmago.

Figure 9: Niveau d'hospitalité de la population locale

La figure 9 indique que 63% de la population Babadjou est prêt à accorder un accueil cordial aux étrangers et partant aux touristes dans leurs domiciles malgré les dérives. Par contre 37% méfiants n'accepteraient pas prendre du risque.

III.2.1.2. Le poids des faiblesses dans la valorisation touristique du patrimoine Babadjou

Les problèmes qui bloquent l'expansion du tourisme camerounais en général sont énormes. Il y a tout d'abord un manque de volonté politique à tous les niveaux. On ne sent pas de la pugnacité dans les actions du ministère du Tourisme ; pas de synergie au niveau des administrations publiques qui ont quelque chose à voir avec le tourisme (MINTOUR, MINEF, MINADER, la Délégation générale à la Sûreté nationale (DGSN)), etc.). Au-delà, on ne voit pas cette sollicitude que le Premier ministre accorde aux autres secteurs de la vie nationale. Ce déficit de volonté politique se manifeste par une faiblesse de la communication et du marketing sur la destination Cameroun, autant à l'intérieur qu'à l'extérieur du pays.

Ainsi, sont comptés parmi les faiblesses du développement du tourisme dans l'arrondissement de Babadjou, les obstacles suivants :

- Tourisme presque inexistant et retard sur l'acquisition et la maîtrise des nouvelles technologies
- Destination pas très prisée par le grand public et la faible capacité de quelques structures d'accueil existantes
 - La mise en tourisme du patrimoine nécessite d'un lourd investissement
 - Les structures d'hébergement et de restauration très insuffisantes, sans qualité et marquées par un personnel peu qualifié
 - Les moyens de transport inadaptés aux besoins, l'absence d'une structure de l'office du tourisme et le manque d'infrastructure de loisir
 - Faible valorisation des produits existants, absence de promotion et faible niveau de visibilité de la culture Babadjou à l'étranger
 - Les obstacles d'ordre culturel caractérisés par le manque de culture touristique des camerounais en général et Babadjou en particulier. On ne saurait vendre à autrui ce dont on ne consomme pas soi-même

- L'état de pauvreté qui limiterait une franche de la population des manifestations touristiques.

La figure ci-dessous illustre la perception des principales faiblesses au décollage du tourisme à Babadjou :

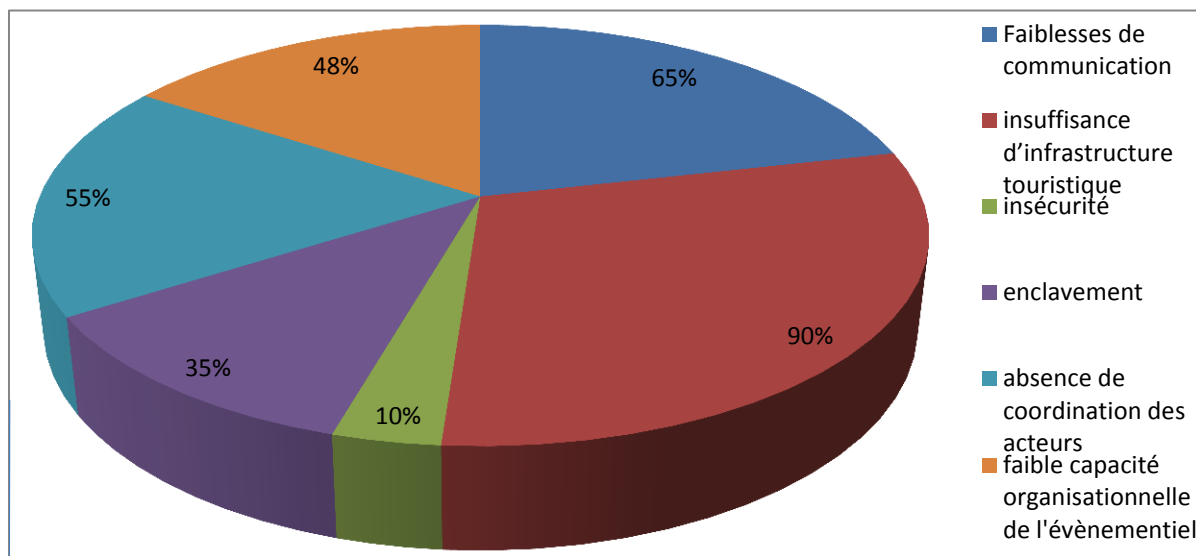


Figure 10: Les principaux obstacles au tourisme à Babadjou

Source : Enquête de terrain et adaptation Lacmago G.M.

D'après la figure 10 l'insuffisance d'infrastructures touristiques est indexée au premier chef ; au second plan les faiblesses de communication ; ensuite l'insuffisance des concertations et d'action coordonnée entre l'administration, le secteur public et privé ; l'absence de professionnalisme et une très faible capacité organisationnelle de l'évènementiel ; l'enclavement et parfois le petit banditisme.

III.2.2. Analyse des menaces et les opportunités à la mise en touristique du patrimoine culturel Babadjou

III.2.2.1. La mise en touristique du patrimoine culturel Babadjou : une initiative sous l'emprise des menaces

Les principales menaces restent :

- L'acculturation, l'inculturation et les pertes de repères des jeunes soit disant au nom de la modernité.
- Un développement anarchique des activités du fait d'une absence de cadre réglementaire
- L'activité touristique a ses risques qui peuvent être la prostitution, la pédophilie et les maladies sexuellement transmissibles. Il y a aussi le risque les populations si elles ne sont pas suffisamment sensibilisées du bien-fondé de l'exploitation de leur patrimoine culturel à des fins touristiques peuvent pratiquer plutôt de la mendicité auprès des touristes. Pis encore, elles peuvent chercher à exécuter leurs danses à des fins mercantiles, et dénaturant ainsi leur expressions authentiques et originales.

III.2.2.2 Une foule d'opportunités touristiques du patrimoine culturel Babadjou malgré les faiblesses et les menaces

Vu son potentiel culturel soutenu par son potentiel naturel, Babadjou présente plusieurs opportunités touristiques :

- Le patrimoine culturel reste la vitrine de la région de l'Ouest Cameroun mais d'autres motivations de visite émergente : nature et environnement, vins et gastronomie,
- Une attente forte des clientèles pour des séjours aux manifestations culturelles telles que les funérailles
- Une organisation partenariale et une mutualisation des moyens qui se met en place au niveau des acteurs institutionnels comme l'avènement salutaire de la « routes des chefferies » en abrégé **RDC** qui est une initiative des chefs traditionnels de la région de l'Ouest et dont le chef supérieur Babadjou sa Majesté SAMBANKEING TEMGOUA Bertrand en est l'un des acteurs et pères fondateurs . La région de l'Ouest détient ainsi son agenda : le Schéma directeur Régional du tourisme de l'ouest Cameroun (**SDRTOC**). Elle a choisi le tourisme et la culture pour son développement socio-économique. Le Schéma directeur Régional du Tourisme de l'Ouest Cameroun 2015 – 2025 est le fruit d'un processus de 2 années d'échange, de diagnostic, d'analyses partagées, de partenariat public-privé. C'est un document cadre qui fixe les objectifs et les choix stratégiques du territoire en matière de développement touristique. Il traduit l'ambition des acteurs territoriaux de faire du tourisme un levier de développement socio-économique.
- Babadjou gagnerait lui aussi à exploiter à des fins touristiques le « grand festival Lehre » des peuples Babadjou, les congrès du village, les funérailles et voire même créer un complexe culturel pour la valorisation du riche patrimoine culturel que possède l'arrondissement. Ceci entre déjà dans les principales préoccupations de la route des chefferies (RDC) ; et là les populations ne doivent pas être surprises de voire les années avenir les agents de l'office du tourisme et des touristes culturels débarqués lors de leurs manifestations culturelles. Pour que cela soit plus fluide, les grandes manifestations culturelles doivent au préalable être programmées, médiatisées et intégrées aux circuits touristiques. Mais il faut aussi sensibiliser les populations afin de prévenir les dérapages.

Eu égard à ce qui précède, il ressort que l'arrondissement de Babadjou compose avec un riche patrimoine culturel tant dans la dimension matérielle qu'immatérielle. Les originalités exclusives de son art, de ses traditions, de ses danses et festivités, de sa mode vestimentaire, de ses mets traditionnels spécifiques, de son patrimoine artistique et historique sont comptées au premier rang de ses atouts touristiques. Mais suivant une analyse méthodologique SWOT ou AFOM, force est de constater que la mise en tourisme d'un tel patrimoine se fera un tas de défis majeurs pour faire face à une kyrielle d'obstacles et des menaces inhérente à l'initiative afin de saisir la foule d'opportunité de mise en tourisme que présente notre zone d'étude. Le patrimoine ainsi mise en exergue constitue l'offre touristique existante dans la localité. Par offre touristique, on entend un ensemble des biens et services proposé aux touristes pour satisfaire leurs besoins. L'offre dérivée quant à elle implique les infrastructures et superstructures mises en place pour la collectivité et pour les activités touristiques ; ce qui sera examiné dans le chapitre suivant y compris les acteurs des activités touristiques dans la localité et leurs logiques.

CHAPITRE IV : ACTEURS ET STRATEGIES TOURISTIQUES AUTOUR DES ELEMENTS DU MILIEU SOCIOCULTUREL DANS L'ARRONDISSEMENT DE BABADJOU.

Le chapitre précédent nous a permis de nous rendre compte des conditions socio-humaines et de la richesse du patrimoine culturel susceptible d'être exploité à des fins touristiques dans notre zone d'étude. Mais dans ce présent chapitre, nous nous proposons de mettre en évidence l'existant en matière du tourisme et les différents acteurs ainsi que leurs stratégies touristiques autour des éléments du milieu socioculturel dans l'arrondissement de Babadjou. Pour mener à bien cette étude, nous sommes partis de la question spécifique suivante : «Quels sont les acteurs et quelles stratégies touristiques développent-ils autour des éléments du milieu socioculturel ?» L'hypothèse à vérifier est que «Plusieurs catégories d'acteurs (autorités traditionnelles, les entrepreneurs touristiques, la commune, l'élite, etc.) développent diverses stratégies touristiques autour des éléments du milieu socioculturel aux logiques parfois divergentes et concurrentielles. Ces stratégies touristiques peuvent être l'organisation des cérémonies festivières avec exposition des objets d'art et de la culture, la communication ou les propagandes culturelles». Pour vérifier cette hypothèse, nous allons identifier les principaux acteurs et leurs logiques touristiques autour du socioculturel. Mais avant d'y parvenir, nous ferons a priori l'état des lieux de l'existant en matière touristique dans notre zone d'étude.

IV.1. Existants en matière de tourisme dans l'arrondissement de Babadjou

Il s'agit ici de présenter l'offre touristique de Babadjou ; c'est-à-dire ce que Babadjou offre comme produit sur le marché touristique. Pour mener à bien cette étude, nous allons nous intéresser aux structures d'hébergement, de restauration, de transport et voyage, d'animation et de loisir que l'on peut trouver dans notre arrondissement.

IV.1.1. Les structures d'hébergement : la problématique de qualité des prestations

On enregistre à Babadjou quelques structures d'hébergement associées aux services de restauration parmi lesquelles : hôtel La Refuge Panoramique de Babadjou, Complexe-Ken, Rue de la Joie, La Détente en remplacement de l'ancienne Maison Blanche, Hôtel OTAN à Kombou, Auberge souvenir de Kombou, Auberge de Balépo (tableau 9). Aussi, le touriste peut s'héberger dans de nombreuses autres structures d'hébergement à Mbouda, ville de proximité à 250 F CFA de Babadjou.

Tableau 9: les principales structures d'hébergement à Babadjou

désignation	Hôtel OTAN	Hôtel La Refuge Panoramique de Babadjou	Complexe-Ken	Auberge souvenir	Auberge de Balépo	Rue de la Joie	La Détente
Nombre de chambres	12	18	6	8	6	4	8
Nombre de lits	15	22	6	8	6	5	8
Prestations	H-B-R	H-B-R	H-B	H	H	H-B-R	H-B
Localisation	Kombou	Bamedouso	Toumaka	Kombou	Balépo	Toumaka	Toumaka
Catégorie	*	*	NC	NC	NC	NC	NC

Source : Mairie de Babadjou

Légende : * une étoile NC : Non Classé H-B : Hébergement et Bar H-B-R : Hébergement, Bar et restauration H : Hébergement

Il ressort du tableau 9 que seuls les hôtels OTAN et La Refuge Panoramique de Babadjou sont classés. Ce qui laisse penser que le reste vit dans la clandestinité en marge des normes et de règlements en vigueur qui régit l'ouverture d'un établissement touristique.

De ce constat découle la nécessité de remédier à cette situation à travers la sensibilisation des promoteurs pour qu'une bonne prestation soit faite aux touristes tant dans les structures d'hébergement que de restauration.

IV.1.2. Les structures de restauration marquées par des tournes dos

Il n'existe pas de véritables structures de restauration, mais nous avons pu recenser quelques tournes dos à l'instar de : La pyramide, le restaurant cercle vert, Amour du pays, pavillon vert.

IV.1.3. les structures de transport et organisation des voyages

On retrouve dans la localité les agences de transport suivantes : Toumaka voyage, Amour Mézam, Mbafung voyage, OMAM voyage, Essombé voyage (tableau 10).

Tableau 10: les principales agences de voyage présentes à Babadjou

désignation	Capacité de transport		Destination finale	Localisation
	Nombre de voiture	Effectif total des places		
Toumaka voyage	04 minibus	144	Douala/Yaoundé	Toumaka (Bamedouso)
Amour Mézam	02 bus 03 minibus	180	Douala/Yaoundé	Kombou
Mbafung voyage	1 minibus	36	Douala	Toumaka (Bamedouso)
OMAM voyage	1 minibus	36	Yaoundé	Toumaka (Bamedouso)
Essombé voyage	1 minibus	36	Yaoundé	Toumaka (Bamedouso)

Source : Enquête de terrain

Il est à noter que seule l'agence d'Amour Mézam a les locaux bien construits à Kombou où on peut faire des réservations de place ou des prépayes. Le reste stationne à la gare routière de Toumaka en plein air sans local individualisé et se déporte généralement au site du marché de Bamedouso les jours du marché (une fois par semaine les schuui, deuxième jour des huit jours de la semaine). En plus des villes destinataires du tableau, les bus peuvent aller déposer les passagers dans d'autres contrées et rentrer stationner au site habituel. Outre ces agences à

Babadjou, on peut se fier aux multiples agences de Mbouda qui jouent parfois les fonctions de transfert des services (courriers).

On n'y trouve pas des guides touristiques professionnels en raison de l'état embryonnaire u tourisme au Cameroun en général, mais certaines autorités traditionnelles et parfois certains serviteurs de la chefferie jouent ce rôle.

IV.1.4. Les structures de loisir et d'animation

Babadjou comporte de nombreuses structures d'animation et de loisirs

Tableau 11: structures de loisir et d'animation

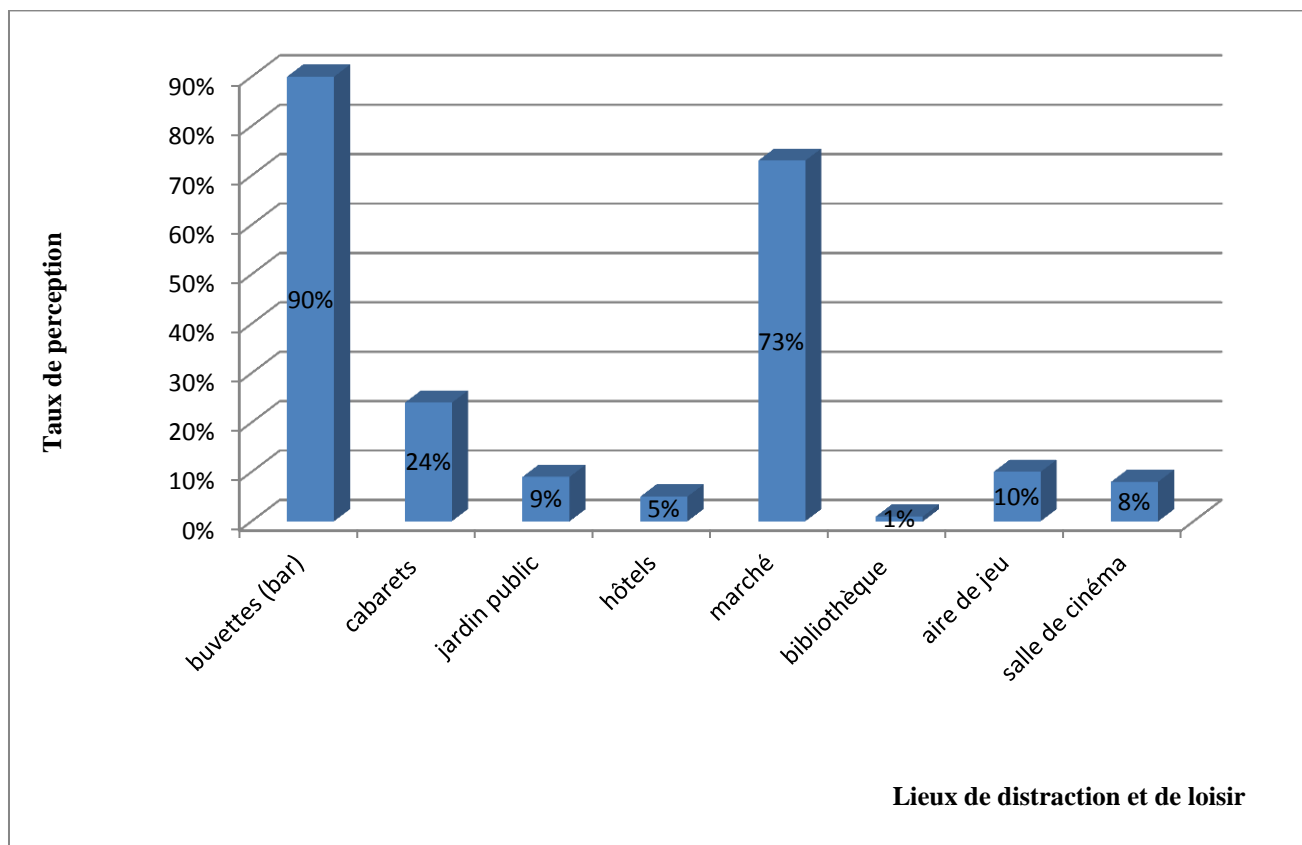
Désignation	Nombre	Nombre d'employés
Cabarets	Plusieurs	Plusieurs
Discothèques	Plusieurs	Plusieurs
Snack bars	3	-
Ventes de vin blanc	Plusieurs	Plusieurs
Musées	0	0
Foyers culturels	Une vingtaine	-
Centres artisanaux	2	Plusieurs employés et apprentis
Salle de cinéma	3	-
Jardin public	3	-
Aires de jeux	2	2
Bibliothèques	1	1
Marché	3	Plusieurs

Source : Enquête de terrain

De ce tableau, il ressort que l'arrondissement de Babadjou connaît plusieurs structures d'animation et loisirs mais pas musée. En plus du grand foyer socioculturel de Babadjou situé à King-place, on rencontre dans presque tous les quartiers de Babadjou des foyers culturels qui tiennent lieux des différents congrès ou manifestations organisés par les jeunes du village ou des quartiers. La bibliothèque communautaire de Babadjou est située dans l'enceinte de l'ancienne coopérative à la chefferie de Babadjou. Les discothèques et cabarets sont illustrés par les structures à l'exemple du Cabaret New Horizon et Matiat à Toumaka, Mouvance et Solution du Jour à Bamedouso, Cinq Bambous à Kombou, sans oublier plusieurs espaces dancing qui ne sont fonctionnels que lors des grandes manifestations et aux périodes des fêtes (fête de la jeunesse, fête nationale, fête de fin d'année). Les jardins publics situés de Toumaka, Kombou et Balépo sont bien décorés et entretenus par la commune. La localité surtout les sites de marchés et des carrefours sont marqués par un foisonnement des structures de vente du vin blanc de raphia

qui reste la principale boisson à Babadjou mais associé à la bière auxquelles on peut ajouter en moyenne un snack bar et une salle de cinéma. Toumaka, Bamedouso, Kombou abritent les principaux grands marchés périodiques de Babadjou auxquels on ajoute plusieurs autres petits marchés quotidiens tel que le marché de Dodji, ou celui de Bamélo.

D'après l'analyse des données de terrain ci-dessous, le bar et le marché arrivent en tête des principaux lieux de distraction et de loisirs dans l'arrondissement de Babadjou d'ordre respectif de 90% et 73% suivis des cabarets à 24% et le reste connaît un taux de représentativité très négligeable.



Source : Enquête de terrain

Figure 11: Les principaux lieux de distraction et de loisir de Babadjou

Il existe deux centres artisanaux multifonctionnels à Babadjou et donc un à Toumaka et l'autre à Kombou.



Source : Cliché Lacmago G.M. décembre 2015

Planche 9: Structures d'animation et de loisirs à Babadjou

Le centre multifonctionnel de Toumaka (A) a des prestations telles que l'exposition vente des produits de l'artisanat la couture traditionnelle, le modélisme, le tissage (tenues traditionnelles, chapeaux), la broderie traditionnelle sous tous les modèles, la décoration traditionnelle (tableaux décorés à partir du coquillage, des peaux de bananier, des peaux de pistache et d'arachide, etc.), le perlage (la décoration nigériane sur le perlage (les couronnes), les peaux de fleur en perles, les chaussures et les chapeaux perlés), la tapisserie (tenues, sacs) et la formation des jeunes et des touristes dans tous les domaines sus- cités. En B, on observe le jardin public de Toumaka ayant en son sein le monument de l'indépendance du Cameroun (D) et le lion (C) qui est la manifestation de la puissance des Babadjou. L'image E illustre le marché Bamedouso dans la matinée, il bat son plein à l'après midi. Les jours du marché de Babadjou qui tombent les dimanches sont phénoménaux et l'engouement des jeunes est plus qu'un festival.

IV.1.5. Autres structures existantes

En plus des centres de santé, des structures scolaires, des pilonnes et des agences de téléphonie mobile (MTN, Orange), les agences de transfert rapide d'argent et la banque MC², on

trouve à Babadjou plusieurs infrastructures religieuses dont la principale reste la cathédrale centrale de Babadjou-King- Place (planche 9).



Cliché Lacmago décembre 2015

Planche 10: La cathédrale centrale de Babadjou King-Place et ses structures annexes

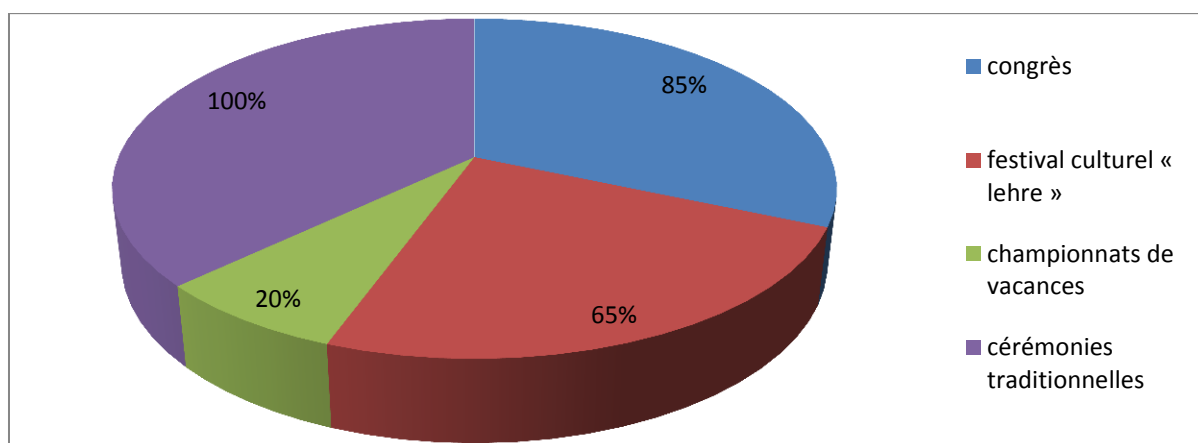
La cathédrale (A) comporte une structure annexe (B) marquée par le monument de Jésus Christ, de la vierge Marie et de nombreuses fresques aux murs (D) qui est un lieu de recueillement et de rencontre avec Dieu (C). Est associé à ce complexe religieux, le cimetière communautaire de Babadjou (E) réservé à l'enterrement des prêtres et autres responsables de l'église, des dignitaires de l'autorité traditionnelle.

Il est tout de même à noter que dans bientôt la mairie de Babadjou bénéficiera d'un hôtel de ville et d'une station radio appelée radio Mbafung donc les travaux sont en cours d'exécution.

Il est important d'envisager que la notion de tourisme n'est pas nouvelle dans la localité malgré qu'elle soit encore à l'état de gestation. Certaines mesures sont prises par un certain nombre d'acteurs pour développer l'activité touristique notamment des événements culturels qui y sont organisés : le « Grand festival Lehre » des peuples Babadjou, les congrès du village et des quartiers, les funérailles et les championnats de vacances donc nous approfondirons à la séquence suivante.

IV.2. Les stratégies touristiques dans l'arrondissement de Babadjou : une mobilisation d'acteurs aux logiques parfois concurrentielles

Dans l'ensemble des Bamboutos et particulièrement dans l'arrondissement de Babadjou, l'activité touristique est coordonnée par plusieurs acteurs : la délégation départementale, les services de l'administration territoriale (sous-préfecture...), la mairie, les tenanciers d'établissements de tourisme ou d'agences de voyages, les autorités traditionnelles. Quelques autres intervenants, pas moins importants, à signaler sont les artisans, les guides touristiques et les populations locales elles même. D'un point de vue général, la délégation départementale du tourisme des Bamboutos, les autorités administratives et communales, et les propriétaires d'établissements de tourisme ont des actions entremêlées et qui interfèrent les unes par rapport aux autres. Ainsi, d'une manière ou d'une autre, tout le monde intervient dans le processus d'une façon peu ordonnée, raison pour laquelle il serait ardu pour nous de faire correspondre une stratégie donnée à un acteur spécifique. Certaines de nos stratégies, l'évènementiel par exemple peut faire intervenir à la fois tous les différents acteurs autour d'un même objectif, mais aux logiques parfois concurrentielles. A Babadjou on compte parmi l'existant en matière de stratégies touristiques l'organisation du « Grand festival Lehre », l'organisation des congrès, l'organisation des championnats de vacances, l'organisation des funérailles, les excursions aux monts Bamboutos et l'excursion religieuse au mont rocheux de Ndoji (figure 12)



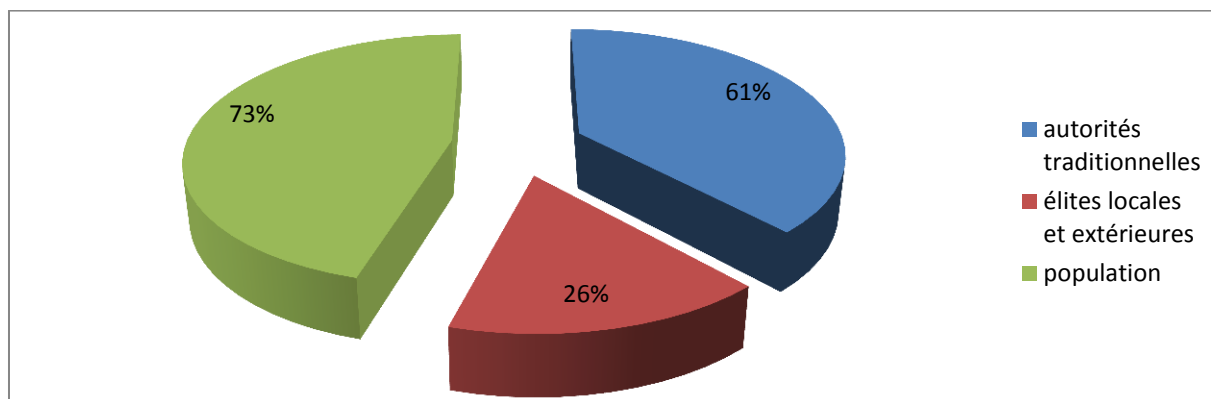
Source : Enquête de terrain

Figure 12: perception des principaux événements à vocation touristique à Babadjou

La figure 12 illustre la perception unanime de l'organisation des cérémonies traditionnelles ; 85 % des voix pour l'organisation des congrès, 65 % de vote pour le festival Lehre et 20 % des enquêtés perçoivent l'organisation des championnats de vacances comme stratégies touristiques.

Les stratégies touristiques sont bien perçues par les populations locales. Il en est de même des principaux acteurs qui ne sont perçus que par rapport à leurs dévouements dans

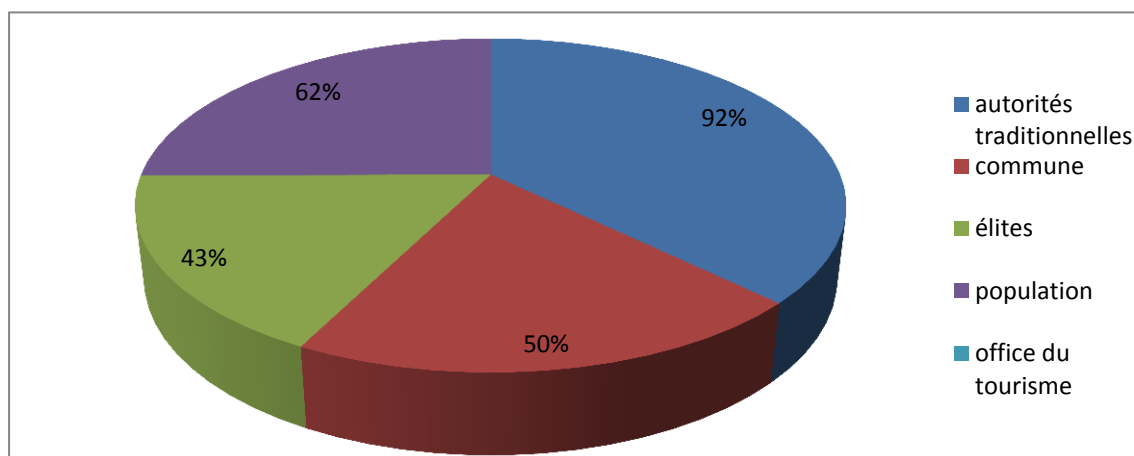
l'organisation des évènements. Toutefois, il est impératif de faire la différence entre les acteurs des évènements culturels (figure 13) et acteurs touristiques (figure 14).



Source : Enquête de terrain

Figure 13: les principaux acteurs des évènements culturels

Parmi les acteurs, la population est au premier rang avec 73 % de voix secondée par les autorités traditionnelles 61 % ; l'élite (locale et extérieure) n'est perçue qu'à 20 %.



Source : Enquête de terrain

Figure 14: Les principaux acteurs du tourisme dans l'arrondissement de Babadjou

L'autorité traditionnelle occupe une place de choix suivie de sa population dans le processus touristique. La commune est perçue ici à 50 % et l'élite à 43 %. L'arrondissement de Babadjou ne dispose pas d'une structure de l'office du tourisme ; ce qui explique la non perception de l'office du tourisme comme acteur par les enquêtés.

IV.2.1. Les autorités traditionnelles et religieuses

A l'ouest Cameroun, l'autorité traditionnelle occupe une place de choix dans les politiques de développement en général et le développement touristique en particulier. Il en est de même des autorités religieuses.

IV.2.1.1. Les autorités traditionnelles : un acteur phare de la mise en tourisme du patrimoine culturel à Babadjou

Sur le terrain, des initiatives encourageantes sont menées par l'autorité traditionnelle à savoir le chef supérieur et les chefs des différents quartiers que comporte l'arrondissement de Babadjou. L'autorité traditionnelle est le superviseur traditionnel en chef de toutes les activités :

elle est responsable de la préservation des aspects culturels, traditionnels et sacrés de la communauté. En matière touristique, certaines autorités et particuliers de la sphère chefferiale jouent le rôle de guide touristique.

IV.2.1.1.1. Le chef supérieur Babadjou au cœur du grand festival « Lehre » du peuple Babadjou et du congrès général du peuple Babadjou

IV.2.1.1.1.1. Le grand festival « Lehre »

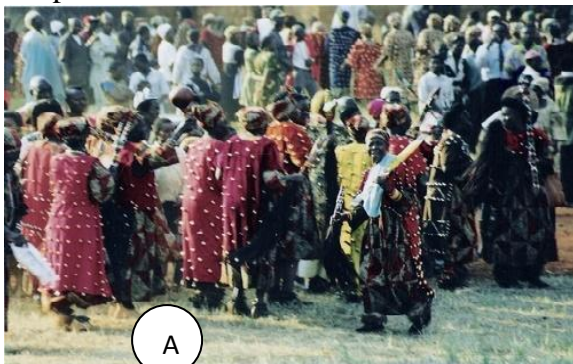
IV.2.1.1.1.1.1. Genèse et évolution : le passage d'une simple danse à un grand festival aux objectifs économiques et socioculturels encourageants

Le «**Lehre** » à Babadjou, date depuis le 19^{ème} siècle. Danse originaire de Bali-nyonga, elle fut introduite à Babadjou grâce à un prince, ce dernier en bon prince installa le groupe à la chefferie Supérieure Babadjou. Le chef Supérieur qui s'était très vite rendu compte que le «**Lehre**» au fil des jours symbolisait le pouvoir suprême de son groupement, l'a officiellement installé dans sa chefferie et c'est ainsi que le «**Lehre** » devint la danse royale du peuple Babadjou. Le «**Lehre** », il faut le retenir, n'est pas une danse comme toutes les autres dans la mesure où il joue le double rôle mystique et d'exorcisation. Il se pratique de deux manières:

- Premièrement pour accompagner le Chef lors de ses sorties à caractère culturel à l'intérieur ou à l'extérieur de son groupement

- Deuxièmement, il est l'unique occasion annuelle au cours de laquelle le chef sort de son caractère mystique pour danser, communier avec son peuple et nourrir sa population par des messages et des conseils inspirés des ancêtres.

Depuis des décennies, le peuple Babadjou a toujours considéré le «**Lehre** » comme le seul moment de retrouvailles entre le Chef et ses fils de la diaspora et ceux résidant au village. Avec l'arrivée au trône de sa Majesté **Fô SAMBAKEING TEMGOUA Bertrand**, homme de culture engagé et dévoué, cet évènement a connu beaucoup d'innovations et même de transformations dans le sens de mieux valoriser la culture Babadjou avec l'intégration de nouvelles activités dans le souci de donner plus de couleurs à la chose, d'attirer un grand public notamment les touristes locaux, régionaux, nationaux et voire même internationaux : les activités ludiques (le football, le handball, les matchs des incollables) organisant généralement les résidents du village contre ceux des principales villes ; le concours des devinettes, des charades, des contes et des légendes ; le comice agro-pastoral ; la foire et exposition artistique, artisanale et gastronomique ; la prime de l'excellence académique accordée aux meilleurs élèves des différents établissements scolaires de l'arrondissement de Babadjou sans oublier le concours de danses traditionnelles (planche 10) sous la base des prestations de chacun des quartiers et des groupes des dignes fils et filles de la diaspora.



A



B

Source : Babadjou.net

Planche 11: Les danses traditionnelles au festival culturel Lehre

L'image A représente le Nkeug-Fo, danse magico-traditionnelle exclusivement réservée aux initiés (autorité traditionnelle et patriarches) et en B la danse Nzan.

Le « **Lehre** » ainsi revu et grandi, est depuis 2005, baptisé «**FESTIVAL LEHRE**» organisé chaque année pendant la dernière décennie du mois de Décembre, plus précisément du 24 au 31 Décembre. Il rassemble tous les fils et filles Babadjou de l'intérieur comme de l'extérieur autour de leur Chef Supérieur auxquels s'ajoutent les visiteurs de plusieurs horizons et à plusieurs échelles, les invités parmi lesquels les chefs traditionnels des villages voisins qui sont les invités d'honneur, chacun dans son stand préalablement conçu et donc se dote de son matériel spécifique de prestige : peaux d'animaux, ivoires, cornes de bœufs, chaises des dignitaires etc.

Il tient une place très importante dans les traditions de ce groupement ayant pour objectif de favoriser l'écllosion économique et socioculturelle du groupement Babadjou.

Le « **Lehre** » dans sa nouvelle dimension a pour objectifs de:

- Créer un cadre de regroupement de tout le peuple Babadjou
- Valoriser la culture Babadjou par la promotion des rites traditionnels
- Promouvoir le développement agropastoral et artisanal pour stimuler l'entrepreneuriat et le développement socio-économique dans la sous- région.
- Promouvoir l'art musical
- Inciter les populations locales à la pratique du sport et à la sauvegarde des valeurs culturelles, etc.



Source : Babadjou.net

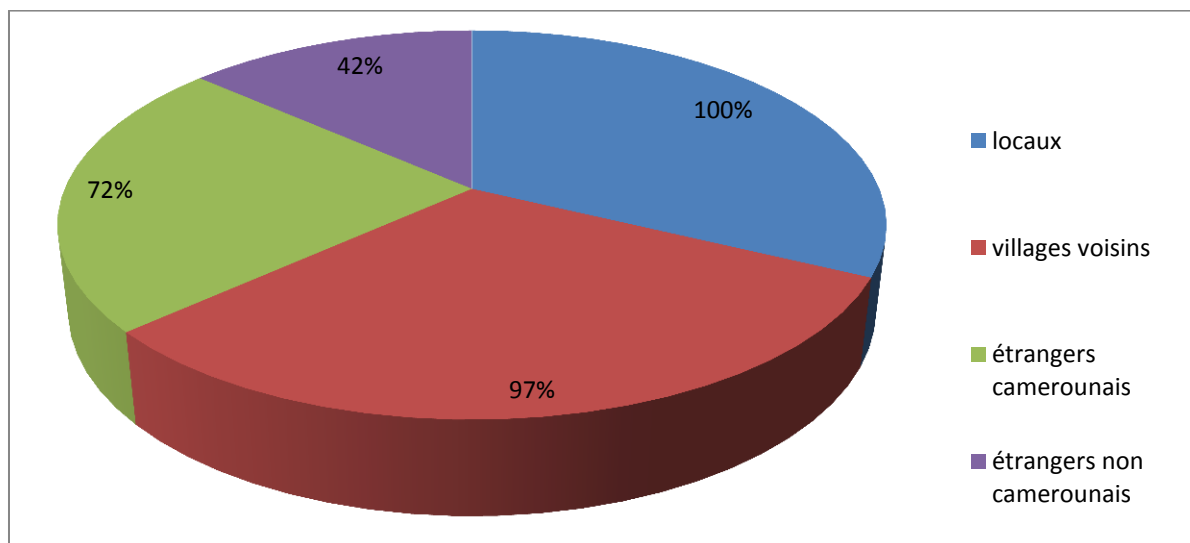
Photo 5: Le chef supérieur Sambankeing Tamgoua Bertrand.

Le chef s'adresse à son peuple lors de la 10^e édition du « Grand festival Lehre » en 2014

IV.2.1.1.1.2. Les mérites du Festival Lehre

Le Festival Lehre grâce à ses activités diversifiées meuble la dernière semaine du mois de Décembre de chaque année et offre ainsi un cadre propice aux affaires et à la promotion des marques aux opérateurs économiques car c'est la seule occasion idéalement placée en fin d'année où les filles et fils Babadjou de tout bord se retrouvent avec leurs familles au village pour fêter avec le reste d'habitants de leur groupement autour de leur Chef Supérieur. Cette initiative connaît un succès remarquable et donc son pouvoir de galvaniser un grand public. Les

100 % des populations enquêtées ont répondu favorablement au grand public présent au « festival Lehre » et on note ici la présence des blancs, des étrangers africains (figure 15).



Source : enquête de terrain

Figure 15: provenances des visiteurs du festival Lehre

Tous les enquêtés sont unanimes qu'il y a des locaux au festival ; 97 % perçoivent les ressortissants des villages voisins, 72 % pour les étrangers camerounais et 42 % de ceux-ci perçoivent les étrangers non camerounais parmi lesquels les blancs.

Ce festival mobilise presque la quasi-totalité des acteurs du tourisme à Babadjou à savoir les tenanciers d'établissement touristique, les artisans, les artistes, l'élite locale et extérieur, les autorités administratives, les autorités religieuses, les autorités magico-religieuses (prêtres et prêtresses traditionnels communément appelés les marabouts ou kamsé et ngouéssé, les populations locales etc.

IV.2.1.1.1.2. L'organisation du congrès populaire de la communauté Babadjou

A Babadjou, on distingue les congrès des quartiers du congrès populaire de la communauté Babadjou qui est général à tout le village. Tous ces congrès ont lieu chaque année au mois d'août.

Outre le festival Lehre, le chef organise également le congrès populaire de la communauté Babadjou. C'est un congrès qui concerne tout le village paradoxalement aux congrès des quartiers qui ne concernent que les ressortissants des dits quartiers. Le congrès populaire à lieu chaque premier week-end du mois d'Août. Il débute le vendredi et s'achève le samedi avec une soirée de gala. C'est aussi une source d'attrait et un moment de retrouvaille entre les dignes fils et filles Babadjou de l'intérieur et de la diaspora. Supervisé par le chef supérieur, l'élite locale et extérieure y jouent un rôle déterminant par leurs contributions qui est la clé de l'évènement. Il en est de même de la population. Paradoxalement au festival Lehre, les congrès ont principalement pour objectifs de mobiliser les ressources pour le développement socio-économique du village ; les autres objectifs ne relèvent que du second ressort. On note ainsi les contributions des élites, des comités de développement des ressortissants des différentes contrées ; ce qui permet de réaliser un certain nombre d'infrastructures sociales de base dans le village. Les questions de développement occupent une place de premier rang dans le menu faisant exprimer toutes les parties prenantes (population, autorité traditionnelle, autorité administrative, élite). Le congrès

populaire est aussi compté parmi la gamme de l'évènementiel Babadjou : il est riche en couleur, en son. Le congrès intègre les autres activités qui donnent plus d'attrait à la chose : activités ludiques, championnat du chef, les danses traditionnelles et modernes.

IV.2.1.1.2. Les sous-chefferies de Babadjou et l'avènement touristique : les congrès des quartiers en image

Les congrès des quartiers concernent uniquement les quartiers. Après le congrès populaire qui est général, on passe à la phase des congrès spécifiques des différents quartiers à partir du deuxième week-end jusqu'en fin du mois d'Août. L'acteur principal ici est le chef de quartier, puis ses élites et sa communauté. Le chef de quartiers retrace généralement l'historique du quartier, donne des conseils aux jeunes ; les questions de développement sont dépouillées et les comités de développement manifestent leurs générosités. Les fils et filles de l'extérieur passent de vifs moments avec leurs familles ; beaucoup profitent pour assister leurs proches du village qui étaient endeuillés. C'est aussi un moment idéal des mariages, des réunions familiales, des sacrifices sur les crânes et des cultes aux lieux sacrés. Tous les quartiers de Babadjou organisent chacun son congrès. On assiste généralement à plusieurs congrès au même week-end soldés par des soirées de gala qui s'organisent dans les foyers culturels desdits quartiers. Des centaines des ressortissants des villages voisins y prennent part. Notons que chaque quartier de Babadjou comporte un foyer culturel pour ses manifestations culturelles. Ces foyers culturels servent en même temps des infrastructures d'hébergement pour des étrangers qui arrivent au village ou au quartier.

IV.2.1.2. Les autorités religieuses

Leurs actions se résument aux manifestations religieuses riches en son (les chorales), en luxe et en miracles qui ne cessent d'enthousiasmer bon nombre de fidèles et de touristes. Pendant les périodes de parc de chaque année notamment les vendredis saints, les groupes religieux de toutes les obédiences chrétiennes sous la conduite de leurs autorités hiérarchiques (prêtres, pasteurs) font l'ascension du mont rocheux de Ndoji suivant l'ordre de quatorze stations. Les quatorze stations d'intenses prières sont des moments de communion et de commémoration des souffrances subies par Jésus Christ avant la crucifixion au mont Golgotha. Cet évènement draine beaucoup de fidèles et même des non fidèles. Egalement, l'architecture religieuse constitue une infrastructure touristique fondamentale.

En plus des manifestations intensément animées, les églises participent à la création d'un certain nombre d'infrastructures qui ne sont pas certes des facteurs en chefs du tourisme mais qui influencent fortement les besoins et les choix des touristes : aménagement des routes, adduction d'eau potable etc.

IV.2.2. Les acteurs du secteur privé et de la société civile

Ils sont très nombreux. Entre autres, on note : les tenanciers d'établissement touristique et d'agences de voyage, les artisans, l'élite locale et extérieure, les populations locales et les associations socioculturelles et les groupes de promotion culturelle.

IV.2.2.1. Les opérateurs touristiques et autres prestataires

Ici on note les tenanciers d'établissements touristiques constitués des responsables des structures d'hébergement, de restauration, des structures d'animation et de loisirs à savoir les discothèques, les cabarets, les snack-bars et les bars, les centres multifonctionnels et de l'artisanat, les agences de voyage. Ils influencent les visiteurs de leurs locaux par leurs activités

concurrentielles. Ces acteurs participent aux stratégies touristiques via leurs diverses prestations en faveur des visiteurs ou des touristes. Ainsi le touriste peut se satisfaire ses désirs : il se déplace en louant les services des agences de transport, déguste les délices spécifiques de l'art culinaire (tourisme gastronomique) dans les restaurants, s'étanche dans les bars et snack-bars et se divertit dans les discothèques ou dans les cabarets. Il loue également les prestations des structures d'hébergements pour ses nuitées ou son séjour. L'artisanat diversifié entre au menu du panier du touriste. C'est le cas du centre multifonctionnel et de l'artisanat de Babadjou dont les prestations sont les suivantes : exposition vente des produits de l'artisanat la couture traditionnelle, le modélisme, le tissage (tenues traditionnelles, chapeaux), la broderie traditionnelle sous tous les modèles, la décoration traditionnelle (tableaux décorés), le perlage (la décoration nigériane sur le perlage (les couronnes), les peaux de fleur en perles, les chaussures et les chapeaux perlés), la tapisserie (tenues, sacs) et la formation des jeunes et des touristes dans tous les domaines sus-cités.

Tous ces prestataires développent les stratégies de communication et de marketing concurrentiel pour la vente de leurs produits ; d'où les affiches publicitaires notamment lors des grandes festivités comme le grand festival Leher du genre : « venez découvrir les mets délicieux, les plats extraordinaires, la magie de l'art culinaire du Restaurant Pavillon vert », « l'hôtel Refuge panoramique de Babadjou : un cadre idéal de tranquillité et du beau séjour » etc. Il en est de même de la communication par les médias (radio, télévision, internet) : le cas du Refuge Panoramique de Babadjou.

IV.2.2.2. Les associations socioculturelles

Dans cette catégorie d'acteurs, nous avons les groupes des danses traditionnelles et les groupes de promotion culturelle.

IV.2.2.2.1. Les groupes de danses traditionnelles

Il existe plus d'une centaine des cercles des groupes de danses traditionnelles dans la localité. Non seulement des jeux de corps et le rythme des pas qui font l'objet d'admiration des touristes, les associations dansantes sont des principales animatrices des sites lors des événementiels. Chaque groupe de par sa prestation peut faire l'objet de plusieurs sollicitations. Généralement, les associations se font des publicités mais qui restent dans la méthode traditionnelle de bouche à oreille.

IV.2.2.2.2. Les groupes de promotion culturelle

Nous avons ici trois principaux groupes de promotion culturelle COMLANGO, AMEESBA, la RDC.

IV.2.2.2.2.1. Le comité de langue Ngombale (COMLANGO)

IV.2.2.2.2.1.1 Le statut du COMLANGO

La communauté Mbafung, regroupant les villages Babadjou et Bamessingué, locutrice de la langue NGOMBALE,

- Considérant la constitution du Cameroun qui engage l'État camerounais à protéger et à promouvoir les langues nationales,
- Considérant la nécessité pour le Cameroun de réaliser son intégration linguistique et d'utiliser ses langues nationales pour mieux expliquer et asseoir son idéal d'intégration nationale dans toutes les couches de la population,
- Considérant la nécessité d'utiliser la relation de complémentarité existante entre nos langues nationales et nos langues officielles,

- Considérant l'importance des langues nationales comme moyen privilégié permettant aux communautés villageoises d'accéder plus rapidement au processus du développement endogène,
- Considérant les résolutions des états généraux tant de la culture que de la communication et de l'éducation,
- Considérant la nécessité de sauvegarder et de promouvoir la langue NGOMBALE qui constitue un moyen privilégié de promotion culturelle et un moyen efficace de communication de masse,
- Considérant l'importance des études portant sur le développement de la langue NGOMBALE et les efforts d'alphabétisation déjà réalisés depuis quelques années,
- Considérant la nécessité de coordonner toutes les activités sur la langue NGOMBALE, a décidé de créer en date du 7 novembre 1998 une structure pour l'étude, le développement et la promotion de sa langue.

IV.2.2.2.1.2. Des dispositions générales du COMLANGO

Ces dispositions sont organisées en 5 titres et 32 articles mais nous nous intéressons ici au premier titre organisé en des trois articles suivants :

Article 1:

- Le COMLANGO est une association culturelle, scientifique, apolitique et à but non lucratif.
- Il est régie par les présents statuts et la loi n°90/053 du 19/12/90 sur la liberté d'association.
- La durée de l'association est illimitée.
- Le siège du COMLANGO est fixé à Toumaka et est co-présidé par les deux chefs supérieurs (Babadjou et Bamessingué).

Article2: Le COMLANGO a pour but:

- De développer et de promouvoir l'étude scientifique de la langue NGOMBALE
- De normaliser l'écriture de la langue NGOMBALE
- D'encourager toute initiative concourant au développement de la langue NGOMBALE.

Article 3: Le COMLANGO réalise ses objectifs par:

- La mise sur pied d'un alphabet standard pour l'écriture du NGOMBALE;
- La coordination des publications en langue NGOMBALE;
- La publication régulière d'un journal en NGOMBALE;
- L'organisation des cours d'alphabétisation des jeunes et adultes en langue NGOMBALE;
- L'organisation des stages de formation de formateurs;
- L'organisation des séminaires des auteurs en langue NGOMBALE;
- L'organisation des manifestations pour la revalorisation et la promotion de la culture MBAFUNG.

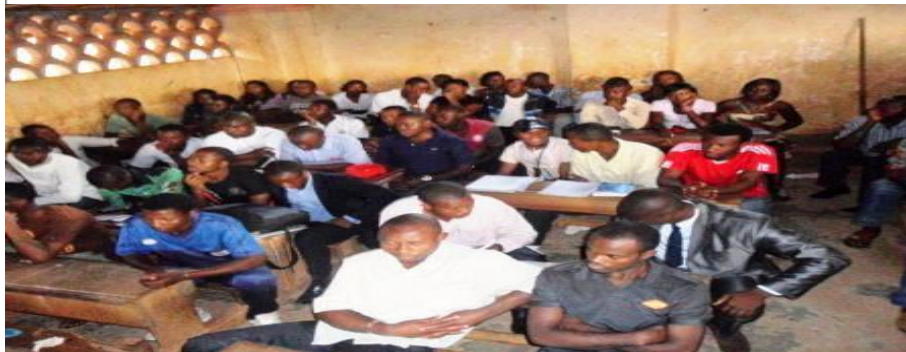
Cette association se fait beaucoup plus connaître via les moyens publicitaires notamment sa propre publication du « NTANG LA' » qui est pour elle un organe d'expression, de communication, d'information, d'échange etc. Il en est de même de ses publicités cybernétiques et la distribution des brochures publicitaires. Il existe des sièges annexes du COMLANGO dans les villes à fortes concentration des Babadjou de la diaspora comme à Douala, à Yaoundé et à Bafoussam.

IV.2.2.2.2.2. Amicale des élèves, étudiants et sympathisants Babadjou (AMEESBA)

L'AMEESBA a été créé vers les années 1980, dans l'optique de promouvoir la solidarité, l'épanouissement et la contribution de la jeunesse au développement de l'arrondissement de Babadjou. AMEESBA se trouve dans les villes de Yaoundé, Douala, Bamenda, Dschang, à N'Gaoundéré. L'antenne de Yaoundé a été reconnu par déclaration d'association n°: 00000088/RDA/J06/BAPP du 21 février 2012. Ses Compétences peuvent être évaluées en

fonction des activités et grands projets qu'elle mène chaque année. La fraternité, l'entente et le progrès est sa devise. Regrouper et encadrer les élèves, étudiants et sympathisants Babadjou autour d'un idéal commun, rechercher les solutions aux problèmes spécifiques de la jeunesse, renforcer les relations entre toutes les couches sociales du village, apprendre, valoriser et vulgariser la culture Babadjou sont quelques-unes de ses missions. Dans son plan d'action 2012-2014, le bureau voudrait doter ses membres d'un savoir-faire pour une meilleure intégration dans le monde sociaux professionnel de plus en plus exigeant. Il se fixe donc pour objectif de mieux connaître sa culture et savoir la valoriser. La volonté d'autonomiser certaines de ses activités de base, promouvoir la collaboration avec les antennes d'autres villes du Cameroun sont quelques défis à relever. Placée sous l'autorité directe du bureau exécutif de l'AMEESBA et en collaboration avec le groupe COMLANGO, la commission spéciale a eu pour mission de piloter les projets phares dont le bureau de l'histoire a mis sur pied au cours de l'exercice 2012-2014.

- le journal Ntang la' ;
- projet d'ouverture d'un secrétariat ;
- club des amis de la nature ;
- émission en langue Ngombale sur radio venus ;
- journée de l'excellence académique ;
- cours de remise à niveau ;
- la champions league de Babadjou.



Babadjou.net. Consulté le 7 Mai 2016.

Photo 6: Réunion de l'AMEESBA de Yaoundé du dimanche 03/04/2016

Le 03 Avril 2016, le groupe AMEESBA organise une réunion sous le thème intitulé : « La place de la culture Babadjou dans son processus de développement ». Il en ressort que le groupe met en projet la mise sur pied d'un musée culturel à la chefferie supérieure de Babadjou, la réorganisation de la champion league de Babadjou, des émissions en langue Ngombale sur radio Mbafung.

IV.2.2.2.3. La Route Des Chefferies (RDC) et ses partenaires

La Route Des Chefferie en abrégée RDC est une association des chefs supérieurs de l'Ouest Cameroun dont le chef supérieur Babadjou en est un membre actif. La RDC poursuit aujourd'hui le projet intitulé : « Le Schéma directeur Régional du Tourisme de l'Ouest Cameroun 2015 – 2025 (SDRTOC) » qui est le fruit d'un processus de 2 années d'échange, de diagnostic, d'analyses partagées, de partenariat public-privé. C'est un document cadre qui fixe les objectifs et

les choix stratégiques du territoire en matière de développement touristique. Il traduit l'ambition des acteurs territoriaux de faire du tourisme un levier de développement socio-économique.

C'est l'aboutissement d'un long processus qui démarre en Septembre 2012 avec la signature d'une convention cadre entre la Route des Chefferies et le CVUC – Ouest (Communes et Villes Unies du Cameroun – antenne de l'Ouest). La RDC pose des actions fondamentales de mise en tourisme du patrimoine touristique. En février 2013, un diagnostic du territoire est effectué avec la collaboration de l'ONG Tourisme Sans Frontières (TSF), représenté par son administrateur Michel Claude. Ce diagnostic avait pour but d'identifier les forces et opportunités, faiblesses et menaces du tourisme à l'Ouest. Il a montré que les chefferies parmi lesquelles celle de Babadjou constituent le phare de la destination Ouest, considérant en plus l'aménagement muséal effectué par le Programme Route des Chefferies. En mars 2014, une mission de sensibilisation est effectuée dans les 40 communes de l'Ouest et donc la commune de Babadjou pour le recensement de l'offre existante et des projets touristiques de chaque commune. Le 25 septembre 2014, une réunion de sensibilisation des acteurs locaux est organisée, en prélude aux premières assises du tourisme qui se sont tenues en Octobre 2014 à Bandjoun avec près de 350 participants élus, chefs, opérateurs privés, ONG, associations. L'année 2015 a alors été consacrée à la rédaction de ce schéma directeur régional du tourisme qui a été enfin validé en juin 2015 à Bana. Il est l'outil qui permettra de développer une offre structurante diversifiée autour du positionnement stratégique que constitue la valorisation patrimoniale des chefferies.

Le Schéma directeur Régional du tourisme de l'Ouest se présente en 4 grandes parties essentielles : le bilan et les constats, le temps de la concertation, la stratégie de développement et le plan d'action 2015 – 2025. Ce plan d'action se présente lui aussi en 6 axes stratégiques, 23 objectifs et 29 mesures / projets :

- Valoriser le patrimoine des chefferies, l'histoire et les traditions
- Aménager les sites paysagers et les sites de montagnes
- Améliorer l'offre en matière d'artisanat d'art
- Développer l'agrotourisme et les produits du terroir
- Mettre en valeur les événements culturels et les festivals
- Renforcer la capacité et la qualité des hôtels et restaurants

IV.2.2.3. Les élites et les populations

Les autres acteurs touristiques composent avec les élites et les populations qui sont elles aussi des acteurs incontournables.

IV.2.2.3.1. Les élites locales et de la diaspora : les véritables poches financières concurrentes et des cerveaux des projets de développement à Babadjou

Dans l'arrondissement de Babadjou, les élites sont au cœur de toutes les manifestations et projets ; on dirait même sans exagérer « qu'on n'y peut rien sans les élites ». L'élite locale qu'elle soit économique, politique ou intellectuelle travaille de connivence avec celle de la diaspora (élite extérieure) et les deux jouent un rôle déterminant dans le processus de développement : elles apportent leurs contributions personnelles et appuient fortement les comités de développement. L'élite intellectuelle en particulier est un acteur essentiel des comités d'organisation. Aussi, les élites posent des actes touristiques congrès dans la localité : favorise le divertissement et l'épanouissement des jeunes en finançant les championnats de vacances, les excursions aux lieux sacrés tels que les monts Bamboutos, les chutes, les grottes, le mont rocheux de ndoji etc.

Les élites ont toujours eu à orienter des initiatives pour le développement du terroir ; c'est le cas de la bibliothèque communautaire de Babadjou (BCB) qu'est née en 2004 sous l'initiative d'un fil du terroir avec le concours de la fondation « Madame Ici » basée en France. Ce loyal livresque est le fruit d'un partenariat entre le centre culturel français (CCF) et l'alliance franco-camerounaise de Dschang qui ont décidé d'élargir la sphère d'exploitation des documents par les

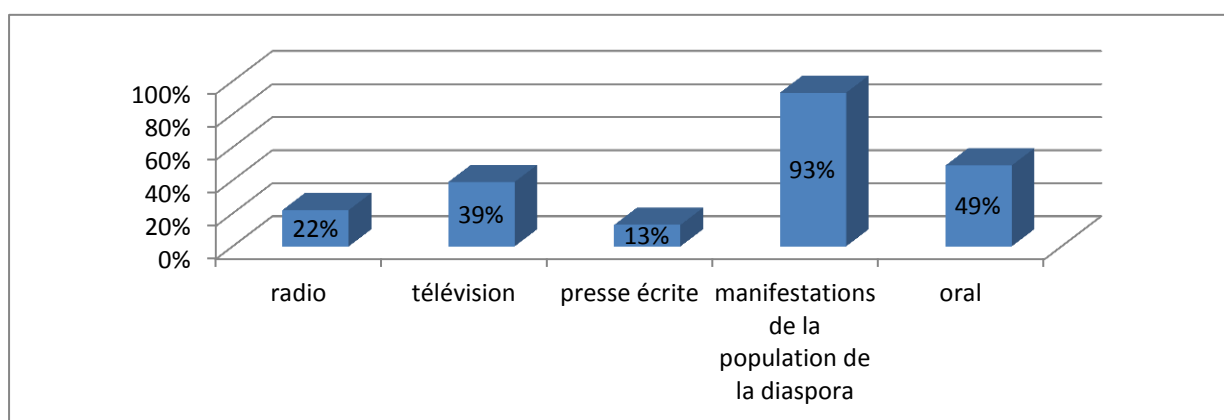
jeunes en créant en série de bibliothèques dont celles de Ndop, Babadjou entre autres. De nos jours, leur soutien se limite au don de livres et documents pour l'achalandage des rayons de la bibliothèque.

Les sociétés bamiléké étant fortement élitiques, les contributions personnelles sont le plus souvent encouragées et récompensées par des titres de notabilité au sein de la chefferie. Ceci peut se justifier par les propos suivant avancés par le chef supérieur de Babadjou lors de l'installation de son représentant et ses adjoints dans la ville de Douala en décembre 2009. Pour apaiser les esprits qui remettraient en cause d'une manière ou d'une autre ses choix, le chef supérieur se veut clair : « *La désignation de ces responsables est le fruit de leur probité morale, leur dévouement et leur comportement au sein de la communauté Babadjou. Ce choix n'est donc pas le fruit du hasard. Par le passé, la désignation du représentant du chef se faisait sans consultation avec la population. Tout dépendait des affinités que le chef avait avec certaines personnes. Sous mon règne, j'ai décidé, après avoir consulté les notables, qu'il faille demander l'avis des populations et ne plus imposer des représentants. Et puisque les chefs de famille des villes sont les représentants des différents quartiers de l'arrondissement, c'est à eux que revient la responsabilité de désigner mes représentants. Peu importe leur statut social, mes représentants doivent être disponibles, serviables, car il s'agit d'une fonction essentiellement bénévole* » (source : Babadjou. Net). On comprend ici encore mieux la concurrence perceptible des élites de l'intérieure que celles de l'extérieure qui ne peuvent s'exprimer que par le biais de leurs larges contributions concurrentielles.

IV.2.2.3.2. Les populations locales et celles de la diaspora : des acteurs non négligeables du tourisme à Babadjou.

La population ici porte plusieurs casquettes : contribuable, participante, touriste et parfois même de guide touristique. Les populations, qu'elles soient locales ou de la diaspora, apportent leurs modestes contributions aux manifestations culturelles comme le festival Lehre ou encore les congrès généralement via les comités d'associations et de développement. Elles participent activement aux cérémonials et jouent aussi le rôle de guide pour certaines. Sont classées au rang des guides touristiques certains marabouts (kamsé et ngouéssé) qui prennent généralement le devant pour l'entrée dans certains sites sacrés comme la grotte et la chute de ndovou. La majorité des jeunes de la diaspora présent au village sont des touristes.

On rencontre les populations bamiléké en général et Babadjou en particulier dans les quatre coins du monde et dans presque toutes les villes du Cameroun. Ces dignes fils et filles Babadjou de la diaspora sont organisés et connaissent toujours la notion d'autorité et de prestige. Leurs manifestations sont généralement le principal moyen de visibilité de la culture Babadjou à l'extérieure (figure 16).



Source : Enquête de terrain et adaptation Lacmago G.M.

Figure 16: la part des manifestations des populations de la diaspora dans les moyens de visibilité de la culture Babadjou à l'extérieure.

Les manifestations des populations de la diaspora concourent à 93% de la visibilité de la culture Babadjou à l'extérieur ; le reste des moyens ne prennent que des positions secondaires. Notons tout de même qu'étant à l'étranger, les peuples Babadjou sont toujours organisés et occupent les postes de prestige notamment ceux des représentants du chef supérieur. C'est le cas du représentant du chef des communautés Babadjou en Europe intronisé par S.M. Sambankeing en septembre 2014.



Source : Babadjou.net. Consulté le 7 Mai 2016.

Photo 7: Représentant du chef supérieur de Babadjou en Europe

Pour son comportement et son dévouement dans les affaires des communautés de Babadjou au sein de l'arrondissement qu'en Europe, le Dr Lefakouong Pascal a été retenu par le conseil de la notabilité. Faire respecter les valeurs, veiller, rassembler, fédérer, écouter et relayer sont les principales prérogatives du représentant européen.

IV.2.3. L'Etat et la collectivité locale : une complémentarité des rôles

Nous mentionnons a priori la commune de Babadjou et par la suite les autorités administratives.

IV.2.3.1. La commune de Babadjou en œuvre ou à pied d'œuvre ?

C'est à l'échelle locale que se joue l'articulation entre patrimoine et projet de territoire. La commune de Babadjou dans ses politiques générales de l'aménagement du territoire intègre bel et bien l'aspect touristique. On note par exemple l'aménagement des jardins public qui constituent les lieux de distraction (planche 11).



Cliché Lacmago G.M. Août 2015

Planche 12: Les locaux de la mairie de Babadjou et le jardin public de Toumaka

Notons que la mairie est dotée d'un service des affaires socioculturelles qui apporte son appui financier, matériel, technique par l'organisation des foires expositions. La commune de Babadjou a par ailleurs créé un bureau des artisans pour accompagner le secteur artisanal. Grâce à la compétitivité accrue sur le terrain booster par la mairie, le secteur artisanal se rajeuni, les innovations dans le domaine associent la valorisation de la culture locale aux nouvelles technologies. La commune organise chaque année le salon communal de l'artisanat en prélude à la sélection des 10 meilleurs artisans pour le salon départemental à Mbouda (Planche 12)



Cliché Lacmago G.M.

Planche 13: salon communal de l'artisanat de Babadjou 2015 à la tribune de fête de Bamedouso

En A, on a l'exposition des produits de l'artisanat, en B les artisans en compétitions et en C les agents communaux qui notent les produits exposés dont les critères de sélection sont l'originalité de l'œuvre, fonctionnalité de l'objet, l'esthétique, le genre de l'artisan, son handicap...ceux qui se sont démarqués ont ainsi brillé par la qualité de leurs œuvres.

Bien que le tourisme soit vraiment embryonnaire à Babadjou, un projet de développement du tourisme est en cours de gestation et pourrait revitaliser ce secteur associant l'écotourisme au tourisme culturel visant ainsi les éléments liés au circuit en direction des monts Bamboutos : les sites sacrés (forêts, Ntoh'so, Maloung, Mbidou, certaines grottes...) ; la chefferie supérieure de Babadjou, les troupes de danses (danse royale Lehre...), les cérémonies de funérailles.

Le projet a été conçu pour la promotion du tourisme solidaire au niveau de la commune de Babadjou avec l'appui du partenaire RECO SAF. La convention d'exécution a été signée entre la Commune de Babadjou représentée par Mr Delego Jacques et l'ONG Réseau des Compétences sans frontières (RECO SAF) à Bafoussam. Ledit projet vise entre autres à :

- Inventorier les sites naturels, architecturaux et attractions culturelles (cartographie des éléments fondamentaux du système touristique à promouvoir)
- Réaliser l'interprétation matérielle et immatérielle des sites naturels et attractions culturelles.
 - Confectionner, programmer et tarifier les produits touristiques solidaires
 - Identifier les partenaires, associations, personnes ressources et relais locaux et des projets locaux de développement à soutenir
 - Produire un dépliant sur les sites et les manifestations phares de la commune de Babadjou (maquette)
 - Réaliser une plaquette de présentation de la commune de Babadjou, des sites touristiques et des manifestations culturelles de la Commune de Babadjou (maquette de promotion et marketing)
 - Recycler le personnel d'accueil de la commune par la mise en place d'une équipe des guides/conseils pour les excursions

- Développer des partenariats entre les collectivités locales (sites), les secteurs privé (hôteliers, restaurateurs) et public.
- Mettre en place un office de tourisme à la commune
- Consolider l'organisation des voyages et séjours par un voyage test
- Evaluer sur le plan touristique la phase pilote.

IV.2.3.2. L'administration Etatique

Les représentants de l'administration territoriale, à savoir le sous-préfet de l'arrondissement de Babadjou et le préfet du département des Bamboutos incarnent l'autorité étatique. La délégation départementale et régionale du tourisme supervisent les activités en tant que représentant du gouvernement et, avec les autorités administratives, délivrent toute autorisation authentifiant la structure ou l'organe touristique en place. Les deux délégations représentent le ministère tuteur qu'est le MINTOUL. Elles exécutent chacune à son échelle de compétence les prérogatives suivantes :

- L'élaboration et la mise en œuvre des politiques du gouvernement dans le domaine du tourisme
- L'exécution des études et des évaluations à caractère général, sectoriel ou conjoncturel se rapportant au tourisme dans la région ou dans le département ;
- Définition des objectifs qualitatifs et quantitatifs à réaliser dans le cadre du plan de développement économique et social pour le secteur du tourisme
- Définition en collaboration avec les délégations concernés des programmes et projets à réaliser dans le cadre du plan de développement économique et social.

Le secteur touristique ne concerne pas seulement le MINTOUL, il fait intervenir le ministère des petites et moyennes entreprises, de l'artisanat et de l'économie sociale et le ministère de la Culture qui est chargé de la promotion Culturelle et de la valorisation du patrimoine culturel. Avant l'apothéose du salon national de l'artisanat organisé à Yaoundé chaque année par le ministère des petites et moyennes entreprises, de l'artisanat et de l'économie sociale, la sélection à Babadjou après le salon communal poursuit son bonhomme de chemin à la délégation départementale du tourisme des Bamboutos et puis à la délégation provinciale de la même structure.

Au terme de ce chapitre dont la question spécifique qui orientait notre appréhension était celle de savoir quels sont les acteurs et quelles stratégies touristiques développent-ils autour des éléments du milieu socioculturel, il ressort que Babadjou renferme les infrastructures de tourisme malgré leurs insuffisances quantitatives et qualitatives telles que les structures d'hébergement, de restauration, d'animation et de loisir. Mais l'on note l'absence d'un musée culturel qui reste encore aujourd'hui en projet. De nombreux acteurs ont été identifiés et d'autres pourraient l'être. Seuls les niveaux et degrés de compétence peuvent permettre de mieux dissocier les actions encore entremêlées, centrées sur les autorités traditionnelles jusqu'alors, et de définir de nouvelles actions complémentaires. Quelques initiatives touristiques existant dans le domaine culturel sont à encourager mais beaucoup restent à faire et à parfaire.

TROISIEME PARTIE : PRESENTATION CRITIQUE DES RESULTATS, ET RECOMMANDATIONS

La troisième et dernière partie de cette étude s'intitule : présentation critique des résultats et recommandations. Elle est subdivisée en deux chapitres. Le chapitre cinq consiste à la présentation des alternatives de mise en tourisme du patrimoine culturel de l'arrondissement de Babadjou ainsi que les incidences potentielles de ce projet. Puis, vient le chapitre six qui consiste en la vérification des hypothèses, la critique des résultats et les recommandations.

CHAPITRE V : ALTERNATIVES PROSPECTIVES DE MISE EN TOURISME DU PATRIMOINE CULTUREL DE L'ARRONDISSEMENT DE BABADJOU ET LES INCIDENCES POTENTIELLES

Ce chapitre s'inscrit à la question de savoir quelles alternatives prospectives pouvons-nous engager en vue de booster l'activité touristique dans l'arrondissement de Babadjou et quelles peuvent en être les incidences ? Pour mener à bien cette étude, nous sommes partis de l'hypothèse spécifique selon laquelle : «la mise en tourisme du patrimoine culturel de l'arrondissement de Babadjou contribuerait à coup sûr au développement local». Ainsi donc, nous poursuivons l'objectif qu'est celui de mettre en relief des alternatives prospectives afin de mieux gérer et de rentabiliser le patrimoine culturel Babadjou pour des fins touristiques et d'en évaluer les incidences. Pour atteindre cet objectif et vérifier notre hypothèse, nous allons a priori faire état du cadre réglementaire et juridique du tourisme au Cameroun et un bref aperçu des exigences du touriste culturel, par la suite nous plancherons sur les alternatives de mise en tourisme du patrimoine culturel Babadjou auxquelles nous nous focaliserons sur le festival Lehre, l'exploitation des funérailles à des fins touristiques, puis les perspectives de création d'un complexe culturel à Babadjou et en fin l'évaluation des incidences de la mise en tourisme du patrimoine culturel.

V.1. Cadre réglementaire et juridique du patrimoine culturel et du tourisme au Cameroun ainsi que les exigences du touriste culturel

Le recours au cadre réglementaire et juridique est un impératif pour œuvrer tout en restant dans la légalité. Il en est de même de la connaissance des exigences du touriste culturel car avant de chercher à charmer un individu, il serait mieux de connaître à priori ses goûts.

V.1.1. Cadre réglementaire et juridique du tourisme au Cameroun

Le tourisme au Cameroun est régi par la loi N° 98/006 du 14 avril 1998 fixant dans le cadre de la législation sur l'activité commerciale, les règles particulières applicables à l'activité touristique dont les principaux objectifs sont : le développement économique ; la promotion de la culture nationale ; l'intégration nationale et le brassage des peuples ; la protection et de la sauvegarde des valeurs touristiques, culturelles, nationales, ainsi que de l'environnement ; la mise en valeur du patrimoine touristique nationale (article 1).

V.1.1.1. Les activités touristiques au Cameroun

La loi à son article 2 considère comme activité touristique, toute activité commerciale qui concourt à la fourniture des prestations d'hébergement, de restauration et /ou à la satisfaction des besoins des personnes qui voyagent pour leur agrément, ou pour des motifs professionnels, ou qui a pour finalité un motif à caractère touristique, notamment l'organisation des voyages et des séjours ; la construction, l'extension, la transformation ou l'exploitation d'un établissement de tourisme etc.

V.1.1.2. Des conditions d'exercice des activités touristiques au Cameroun

La liberté d'exercer l'activité touristique sur l'étendue du territoire est reconnue à toute personne physique ou morale, sous réserve du respect des lois et règlements en vigueur, ainsi que des exigences de professionnalisme reconnues par les normes en la matière (article 7).

Notons aussi que l'exercice d'une telle activité doit être subordonné à l'obtention préalable d'une autorisation et d'une licence d'exploitation délivrées après avis obligatoire d'une commission compétente. Elles sont individuelles et ne peuvent être ni louées, ni cédées, ni transférées. Les intéressées doivent régulièrement s'acquitter de leurs redevances fiscales.

V.1.1.3. Des dispositions pénales

Les dispositions de l'article 30 Considèrent les infractions ci-après :

- l'exercice d'une activité touristique sans autorisation, l'agrément ou la licence prévue par la présente loi ;
- l'exercice d'une activité touristique avec une autorisation, un agrément ou une licence loués ou cédés ;
- l'exercice d'une activité touristique malgré une décision dûment notifiée de suspension ou de retrait de l'autorisation, de l'agrément ou de la licence ;
- l'aménagement ou l'exploitation d'un site touristique sans cahier de charges dûment approuvé;
- l'exploitation d'une structure d'organisation de voyages et de séjours, d'un établissement de tourisme ou d'un site touristique, classé, sous une catégorie ne correspondant pas au classement qui lui a été accordé ;
- le non-respect des règles de construction ;
- le défaut d'affichage des prix ;
- le défaut de production ou la production tardive des statistiques réglementaires;
- le défaut d'apposition ou l'application frauduleuse du panonceau ;
- la pollution, la destruction ou la dégradation des sites touristiques.

V.1.2. Cadre réglementaire et juridique du patrimoine culturel

Le Patrimoine culturel au Cameroun est régi par la loi N°2013/003 DU 18 Avril 2013 qui est complémentaire à la loi du tourisme susmentionnée ayant pour objectif de favoriser la connaissance, la conservation, la protection, la valorisation, la promotion et la transmission du patrimoine culturel, dans l'intérêt public et dans la perspective du développement durable (article 1).

V.1.2.1. Reconnaissance et gestion des biens du patrimoine culturel

Prévu aux articles 9,10 et 15, l'Etat assure la gestion du patrimoine culturel avec le concours des collectivités du secteur privé et de la société civile. Tous les biens du patrimoine culturel font l'objet d'un inventaire, d'une reconnaissance et ou d'un classement. Il est tenu au ministère en charge du patrimoine culturel, un fichier dans lequel doivent être inscrits tous les éléments du patrimoine culturel inventoriés, reconnus ou classés conformément à la loi. Les biens du patrimoine culturel immatériel classés font l'objet de la constitution de corpus et banques de données concernant le patrimoine culturel immatériel par l'identification, la transcription et la classification, la collecte, l'enregistrement par tous moyens appropriés et sur tous supports auprès de personnes, groupe de personnes ou de communautés détentrices du patrimoine culturel immatériel ; de la diffusion par tous les moyens d'expositions, de manifestations diverses, de publications, toutes formes et tous procédés et moyens de communication ; de sauvegarde de l'intégrité et de la protection des traditions (article 36).

V.1.2.2. Création des produits dérivés, valorisation et promotion des biens du patrimoine culturel

La liberté de créer les produits dérivés des biens culturels sur l'étendue du territoire est reconnue à toute personne physique ou morale, sous réserve du respect des lois et règlements en vigueur et sous réserve du respect des champs de compétences spécifiques, la valorisation des biens du patrimoine culturel est assurée par l'Etat et les collectivités territoriales décentralisées, avec le concours éventuel du secteur privé et de la société civile. Ainsi, d'après les prédispositions de l'article 46 la promotion des biens du patrimoine culturel est assurée par le biais de la réhabilitation ou la restauration des biens culturels ; de la création des musées, des collections de toutes sortes et des infrastructures culturelles dans le domaine du patrimoine culturel suivant des modalités fixées par voie réglementaire ; de la fixation par l'image et le son du patrimoine culturel immatériel ; du développement des industries culturelles et du tourisme culturel ; de la sensibilisation, de l'information de l'éducation et de la formation sous toutes leurs formes etc.

V.1.2.3. Régime fiscal et douanier applicable à la production et les fonds de protection et de valorisation du patrimoine culturel au Cameroun

Les activités de promotion et de développement des biens du patrimoine culturel bénéficient des avantages fiscaux et douaniers relatifs aux projets structurants prévus par le code Général des Impôts à savoir la gratuité de l'inscription à l'inventaire et l'exemption de la taxe foncière (article 60). Notons également qu'il est accordé à tout promoteur de bien du patrimoine culturel le bénéfice du régime de l'admission temporaire du matériel et de l'équipement utilisés dans la promotion, la restauration et la conservation des biens du patrimoine culturel. En cas de cession ou de vente de ce matériel ou de cet équipement, les taxes et droits de douane seront perçus selon la réglementation en vigueur. Ses avantages sont aussi accordés aux sous-traitants et fournisseurs des promoteurs des biens du patrimoine culturel.

Pour ce qui est des fonds, il est institué par la présente loi à son article 73, un fonds spécial chargé de financer les activités de protection et de valorisation du patrimoine culturel provenant notamment des contributions annuelles des opérateurs et exploitants exerçant dans le domaine de la production, à des fins commerciales, des biens du patrimoine culturel ; des subventions de l'Etat ; de la redevance versée dans le cadre de l'exploitation, de la commercialisation et de l'exportation des biens du patrimoine culturel et en fin des dons et legs.

V.1.2.4. Des dispositions pénales et de la responsabilité civile découlant des atteintes au patrimoine culturel

Parmi les infractions punies par des peines prévues à l'article 184 du code pénal nous pouvons citer : la destruction, la dégradation, la démolition, la mutilation, ou la pollution des biens culturels ; l'édification des constructions ou établissement d'une servitude conventionnelle à la charge d'un immeuble classé, sans autorisation ; la prospections, l'exploitation et fouilles archéologies des sites classés ou proposés au classement.

V.1.3. Les exigences du touriste culturel

Le touriste culturel est celui dont le voyage s'effectue dans le but de satisfaire des besoins culturels. Le mobile principal de son voyage est la découverte culturelle. Les touristes culturels sont des visiteurs qui, quelque soient leurs âges ou leur catégorie socioprofessionnelle, cherchent à la fois à apprendre et à se faire plaisir et sont plus autonomes que les autres touristes. Ils ont les moyens de décider par eux-mêmes de ce qui est beau et qui mérite d'être admiré et de ce qui ne l'est pas. Le touriste culturel fait son chemin mieux que les autres types de touristes. On peut trouver des ressemblances communes entre les touristes culturels tel que :

- une motivation pour connaître les cultures étrangères ; ce qui constitue un motif pour le déplacement
- la recherche historique à laquelle les touristes cherchent une identification à eux même à travers leurs expériences
- la curiosité qui prend naissance suite à certains faits de l'actualité, des faits culturels ou sociaux (livres, films, documentaires, reportages ...)

Par le simple fait de voyager et de se trouver dans un environnement autre que le leur, les touristes culturels trouvent dans ce nouveau monde les moyens de satisfaire leurs envies culturelles et sortir du contexte de leurs vies habituelles. Ces consommateurs de la culture peuvent être divisés en deux groupes principaux.

V.1.3.1. Les touristes culturels motivés

Ce sont les touristes qui ne planifient pas leur destination selon le coût ou les promotions accordées par les agences de voyage ; mais plutôt selon la destination elle-même et ce qu'elle peut leur apporter de spécial par rapport à leurs motivations culturelles. Pour eux, le voyage culturel ressemble à un culte, le fait de voir de près des nouvelles cultures est sacré pour eux. C'est la récompense qu'ils peuvent avoir et pour laquelle ils sacrifient des efforts financiers et physiques. Ce genre de touristes est très sensible à la qualité et le contenu de l'offre proposée. Il cherche des circuits diversifiés dans lesquels il peut visiter des sites moins connus par le public et dans lesquels il veut approfondir ses connaissances. Pour cela, ces touristes constituent le public principal des visites-conférences qui permettent d'interpréter et de présenter le patrimoine thématiquement.

V.1.3.2. Les touristes culturels occasionnels

Ces touristes ne programment pas leurs voyages selon des objectifs culturels particuliers. Ils voyagent pour se détendre et pour sortir du cadre habituel de leur vie. Ils sont après amenés par les brochures ou par les agences de tourisme en place à faire quelques visites et quelques excursions telles qu'une entrée dans un musée, à un festival, à un spectacle, ... bref pour passer le temps et par la même occasion prendre des photos et acheter des souvenirs. Beaucoup de choses autres que le contenu de la culture peuvent les influencer de manière directe. Etant donné que ces touristes ne sont pas venus pour voir les aspects de la culture, leurs choix des sites et monuments dépendent des prix offerts, de la facilité d'accès au site, du comportement d'achat des autres touristes qui les accompagnent, des promotions concurrentielles et des médias. Leur décision de visiter un musée ou un monument ressemble à celle d'un consommateur normal qui cherche le meilleur rapport qualité prix ou celle d'un consommateur qui cherche à travers son acte d'achat à satisfaire un besoin d'estime. Il cherche à visiter les monuments ou les événements les plus médiatisés pour dire après qu'il y est allé ou qu'il a visité le tel monument ou le tel site. Ces touristes, qui n'ont aucun plan pour les

visites culturelles et qui ne connaissent pas grand-chose à propos des sites qui peuvent exister, et qui sont à l'opposé des touristes motivés, représentent un segment que les opérateurs de tourisme sur place peuvent bien les encadrer en leur proposant des plans détaillés et des excursions attractives et leur aider à planifier tout leur séjour par des moyens promotionnels, informationnels et une bonne communication. En leur proposant des brochures bien détaillées et bien expliquées et en mentionnant des prix attractifs, les agences de tourisme, ne peuvent tirer que d'importants bénéfices de ce genre de touristes en les motivant et en leur provoquant le désir de faire des visites. Ils peuvent aussi jouer sur leur curiosité en leur parlant des spécificités du patrimoine et des faits historiques qui ont marqué l'histoire et des choses de ce genre là pour les pousser à vouloir connaître plus et avoir la volonté d'explorer sur place.

V.2. La mise en tourisme du patrimoine culturel de l'arrondissement de Babadjou : une locomotive de développement local ?

Pourquoi dirons-nous que nous n'avons pas de pétrole comme les Emirats Arabes Unis pour réussir notre développement, alors que nous sommes un Cameroun condensé, et partant une Afrique condensée? Le tourisme est la première industrie dans le monde en termes de rentabilité. Parmi les branches du tourisme ; le tourisme culturel est en plein essor dans le monde et si nous prenons en compte le fait que chaque civilisation veuille imposer sa culture sur la planète, l'Asie a su s'imposer en gardant ses valeurs traditionnelles qui sont restées la marque de son identité face à l'invasion occidentale, les Camerounais en général et les Babadjou en particulier gagneraient à s'organiser pour exploiter ce qu'ils ont de plus cher et de plus authentique en d'en tirer les retombées. .

V.2.1. Les alternatives prospectives de mise en tourisme du patrimoine culturel de l'arrondissement de Babadjou.

Ici nous focalisons notre attention sur le grand festival Lehre des peuples Babadjou où nous allons juste apporter plus d'ingrédients sur ce qui est déjà fait pour rendre ce festival plus attractif et plus touristique car beaucoup de choses sont amorcées sur le terrain (chapitre précédent). Ensuite, nous allons jeter notre dévolu sur l'exploitation des funérailles de Babadjou à des fins touristiques et enfin nous plancherons sur la conception d'un projet de création d'un complexe culturel qui serait en quelque sorte la symbiose des représentations socioculturelles et des savoir-faire artisanaux et artistiques des peuples Mbasso.

V.2.1.1. Le grand festival « Lehre » des peuples Babadjou : un événementiel touristique qui nécessite de l'innovation

Vu l'organisation de ce festival comme nous l'avons mentionné au chapitre précédent, de nouvelles idées peuvent être exploitées, pouvant ainsi donner naissance à de nouveaux résultats qui puissent fasciner les touristes et attirer davantage le public. De telles innovations, créativité et proposition de nouveaux designs peuvent être obtenues par la mise en œuvre de démarches de rénovations organisationnelles, marketing et commerciales, répondant tous à des finalités commerciales via la réforme périodique des prestations.

Actuellement, l'innovation est en général un nouveau moyen de fidélisation des touristes et d'attraction de nouveaux touristes. Cette innovation doit tenir compte des exigences des touristes ou de ses visiteurs. L'innovation dans la conception d'événements culturels comme Lehre est le premier signe extérieur qui montre que les organisateurs qui l'ont proposé ont procédé à une analyse de l'évolution des besoins des touristes ; ceci d'autant plus que les innovations correspondent toujours aux nouveaux besoins du marché. C'est dans ce sens que

Philip Kotler cité par Bédard (1995) affirme : « *La plupart des marchés sont comme des fonds marins, où trop de pêcheurs s'attaquent à trop peu de poissons. Ceux qui remplissent le mieux leurs filets sont ceux qui connaissent le mieux le poisson.* ». Ce qui signifie que, pour attirer le plus de touristes, il faut en premier lieu les connaître, appréhender leurs besoins. Il est important de souligner que le cadre de la mise en place de cette innovation doit se traduire par la créativité, le design, la qualité et la diversification des offres ; la qualité organisationnelle et le niveau de communication.

V.2.1.1.1. La diversification des offres et l'amélioration des qualités organisationnelles du Lehre.

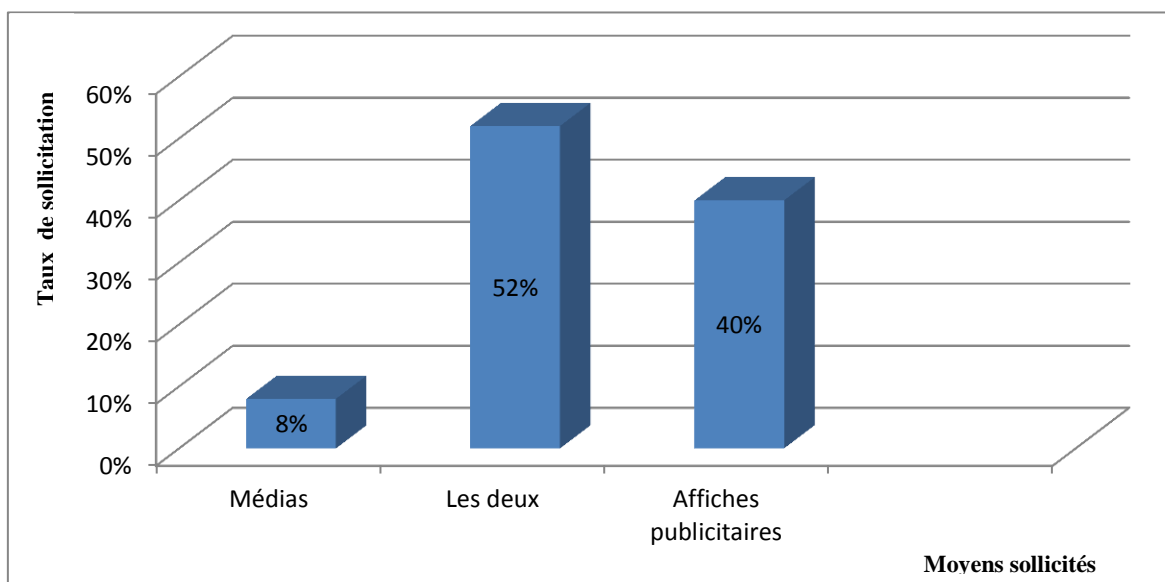
En plus des prestations existantes, il serait nécessaire d'y accoler d'autres prestations qui intéresseraient davantage les visiteurs et donneraient plus de couleurs et d'attrait à cette évènement notamment :

- Les concours « **Miss Babadjou** » et « **Master Babadjou** » qui mettraient en compétition les fils et filles Babadjou de l'intérieur que ceux de la diaspora.
- La diversification des activités ludiques à l'instar des concours des devinettes, des charades, des contes et des légendes, la course dans le sac, le bras de fer, la chasse au cop, le concours de traduction de nos langues officielles (français et anglais) en langue Mbafung et vice-versa, les interprétations des chants modernes et ou religieuses.
- Le renforcement du championnat en associant au football et handball la course athlétique qui peut consister soit à faire le tour du quartier chefferial, soit à faire l'aller-retour de la chefferie pour les monts Bamboutos ou encore si les moyens le permettent mettre au programme de la course à vélo avec un trajet bien défini avec des thèmes culturels bien labélisés.
- Organiser des circuits permettant de relier le festival aux autres sites naturels et culturels de la localité : visite des grottes comme ndovou, les chutes de Sincoa, l'ascension des monts rocheux de Ndoji et des Bamboutos, visite des sites culturels etc.
- Des conférences débats qui laisseraient lieu à des débats éducatifs et constructifs touchant à presque tous les domaines de la vie (environnement, religion, traditions et coutumes, santé et lutte contre la pauvreté, les politiques de développement etc.)
- Organisation des journées des chefferies réservées aux chefs pendant laquelle chacun présente géographiquement, historiquement, et anthropologiquement la chefferie supérieure pour le chef supérieur et les chefferies de quartiers pour ce qui est des sous-chefs.

V.2.1.1.2. Le renforcement du niveau de communication.

Le festival Lehre est bien connu de tous pour ce qui est des populations locales mais la connaissance de l'évènement à l'extérieur reste encore très limitée malgré la présence de quelques étrangers camerounais et non camerounais donc les effectifs et l'attrait de l'extérieur demeurent insuffisants. Il n'a pas encore atteint le niveau de communication si l'on le compare au festival Ngongo ou au festival Medumba. On note plus des limites de marketing. Or la réalisation d'évènements dans le cadre du tourisme est incontestablement une action marketing. Le marketing, dans ce sens, peut être défini comme : « *L'ensemble des activités qui consistent à faire parvenir l'offre (produits et services) appropriée, aux personnes appropriées, à l'endroit approprié, aux moments appropriés, aux prix appropriés, avec les moyens de communication appropriés.* » pour répéter Philip Kotler cité plus haut. La publicité qu'elle soit visuelle, audiovisuelle, ou télévisuelle, doit être charmante afin de mieux fixer le client potentiel. Exemple : « Grand festival Lehre : venez contempler les myriades de faits étincelants qui meublent la réalité de la vie d'un Babadjou ».

Suivant l'enquête de terrain, les populations sollicitent des organisateurs des évènements culturels des moyens de publicité et d'informations avec les statistiques comme suit (figure17) : 52% pensent qu'il faille associer les médias aux affiches publicitaires d'autant plus qu'il existe des personnes qui ne sont pas aptes à la communication visuelle mais bien plus à l'audiovisuel et vice versa ; 40% clament pour des affiches publicitaires et 8% pour des personnes sollicitant l'information par les médias (radio, télévision, internet).



Source : enquête de terrain

Figure 17: moyens d'information sollicités par les populations locales.

Parlant de la publicité par les médias, à travers les radios communautaires à l'instar de la radio Mbafung et les chaînes de télévision, les communicateurs doivent jouer le rôle de relais d'information entre les différentes autorités et les populations, des relations quasi permanentes et de concevoir des programmes d'animation et de la réalisation locale des projets. Les moyens d'internet permettent d'établir et d'entretenir la communication avec tout le réseau des clients. C'est une véritable "communauté virtuelle" qu'il faut animer et qui deviendra un des principaux vecteurs de développement du tourisme territorial dans la mesure où elle partage des valeurs communes attractives. Sur ce, le site *Babadjou.net* doit être un véritable fil conducteur entre Babadjou et la communauté extérieure. Le festival Lehre doit être fortement médiatisé bien longtemps avant l'apothéose du jour J. Les médias offrent à celui-ci l'opportunité de promouvoir son image pour un public gigantesque, un public qui englobe une masse énorme de touristes culturels potentiels. Avec le développement des nouvelles technologies et l'amélioration non-stop de la technologie de transmission des informations, et avec internet, le patrimoine peut voyager dans l'espace pour se faire connaître partout et motiver des gens qui peut être auparavant n'avaient jamais pensé à visiter un tel lieu culturel ou un tel site historique ou même ne connaissaient même pas qu'il existait. En plus d'internet, il y a les revues, les brochures qui peuvent transmettre des informations et des images.

V.2.1.2. L'exploitation des funérailles à des fins touristiques dans l'arrondissement de Babadjou.

Les funérailles sont d'une potentialité touristique indéniable. Ces liens touristiques et ses atouts sont multiples.

V.2.1.2.1. Liens entre tourisme et funérailles.

Nous nous appuyons sur des arguments ci-après :

- La personne qui se rend aux funérailles et qui prend au moins une nuitée ou fait un séjour dans une structures collectives ou privée est un touriste,
- Cette dernière assiste aux funérailles riches en sons et en couleurs, découvre la culture (version matérielle et immatérielle),
- La durée des funérailles reste dans les normes de la durée touristique et donc, n'excédant pas un an,

- Bref, elle fait du tourisme d'autant plus qu'elle effectue forcément au cours de son voyage et de son séjour des dépenses qui rentrent dans le cadre de la dépense touristique (frais de transport ou achat de carburant, péage routier, achat des présents à offrir, restauration au cours du voyage ou pendant le séjour, hébergement, frais de téléphone, frais des visites, acquisition des souvenirs, etc.).

V.2.1.2.2. Atouts des funérailles permettant leur exploitation à des fins touristiques dans l'arrondissement de Babadjou.

Si l'on se pose la question de savoir si les funérailles peuvent être exploitées à des fins touristiques dans l'arrondissement de Babadjou, la réponse à cette interrogation repose sur les constats suivants :

- La période des funérailles à Babadjou correspond à la période touristique du Cameroun, et donc les quatre mois de la saison sèche (mi-novembre à mi-mars),
- Elles drainent beaucoup de monde des horizons divers et même de l'étranger. La région de l'Ouest Cameroun en général, l'arrondissement de Babadjou en particulier reçoit toutes les saisons dites "sèches" des milliers de personnes qui s'y rendent pour célébrer la communion avec le monde des ancêtres. Ces cérémonies riches en symboles, en son et en couleur témoignent de la puissance du défunt lorsque le nombre de personnes qui l'assistent aux funérailles est important.
- Elles occasionnent forcément une dépense touristique qui se réfère à la dépense de consommation totale effectuée par un visiteur ou pour le compte d'un visiteur pour et pendant son voyage et son séjour dans le lieu de destination,
- Les funérailles chez les Bamilékés en général et chez les Babadjou en particulier sont une véritable tradition en miniature : elles mettent en relief la quasi-totalité des expressions socioculturelles ; elles sont une manifestation des us et coutumes propres au terroir ; offrent un spectacle féérique, authentique et traditionnel dans un environnement naturel. Elles répondent ainsi aux attentes des touristes qui sont la détente, la rencontre et la découverte.

V.2.1.2.3. Les alternatives nécessaires à l'exploitation des funérailles à des fins touristiques dans l'arrondissement de Babadjou

Le tourisme culturel au Cameroun reste dans un état embryonnaire à cause de la faible exploitation de notre culture à des fins de promotion touristiques. C'est le cas des funérailles dont les raisons sont multiples : programmation hasardeuse par les organisateurs ; le manque de culture touristique des organisateurs, des opérateurs du secteur touristique et leur faible sensibilisation sur les enjeux du tourisme culturel ; insuffisance du professionnalisme des acteurs publics et privés du tourisme culturel ; manque d'intérêt et de dynamisme des opérateurs du secteur du tourisme pour ce qui concerne la valorisation culturelle via la mise en tourisme

Ainsi, pour mieux exploiter les funérailles à des fins touristiques dans l'arrondissement de Babadjou, les perspectives suivantes et qui sont loin d'être exhaustives doivent pouvoir

V.2.1.2.3.1. Amélioration de la programmation des funérailles par les organisateurs

Les plus grandes funérailles en vue pour l'exploitation à des fins touristiques sont celles des chefs, des notables, des reines mères et des grandes élites de l'arrondissement. Mais toutes funérailles peuvent être exploitées. Notons qu'il existe dans la localité des funérailles qui ne sont pas encore célébrées il y a de cela plus de deux décennies de la mort des défunts concernés. Ainsi, pour une meilleure exploitation des funérailles à des fins touristiques, il y aurait lieu d'établir longtemps à l'avance, un calendrier de leur déroulement qui sera mis à la disposition de tous les acteurs intervenant dans le secteur pour information et promotion.

II.1.2.3.2. Amélioration de la culture touristique des organisateurs, des opérateurs du secteur touristique et leur sensibilisation sur les enjeux du tourisme culturel

Les populations de Babadjou n'intègrent pas la notion de tourisme dans les activités liées à l'organisation des funérailles. Elles ignorent les enjeux touristiques de ces dernières. En effet, les touristes veulent découvrir les mythes et les interdits qui sous-tendent la philosophie des funérailles. Par exemple, lors des cérémonies funéraires des chefs, des notables, des reines mères, certaines danses mystico-traditionnelles comme le « Nkeug-Fô » sont exécutées et ne doivent pas être regardées par tous. Avant le début de cette danse, on annonce le passage ; les femmes enceintes et les sorciers doivent quitter la cour car selon la tradition, cette dernière a des répercussions sur le fœtus et les personnes malveillantes. C'est ce genre de chose que les touristes aimeraient découvrir et comprendre.

Pour que ces populations et les opérateurs du secteur du tourisme en soient conscients et intégrer la culture touristique des funérailles, il faudrait organiser des vastes campagnes de sensibilisation et d'information à travers les médias (radio, télévision, presse, internet...), produire des supports promotionnels.

V.2.1.2.3.3. Renforcement du professionnalisme et du dynamisme des acteurs publics et privés du tourisme culturel

Les acteurs publics et privés nationaux en général et de l'arrondissement de Babadjou en particulier n'intègrent pas à suffisance l'importance des funérailles pour le développement du tourisme culturel. Ils ne semblent pas avoir beaucoup d'intérêt pour l'exploitation des funérailles à des fins touristiques. Or celles-ci bien organisées peuvent devenir rentable pour le tourisme.

La durée moyenne de séjour (en jours) des résidents dans les structures d'hébergement au Cameroun est de 1,4 pour les résidents et de 2 pour les étrangers d'après MINTOUR (2003). Cette moyenne de la durée des séjours peut être améliorée notamment à l'Ouest Cameroun en général et dans l'arrondissement de Babadjou en particulier par une plus grande fréquentation des établissements d'hébergement pendant la période des funérailles, surtout si les opérateurs du secteur touristique remplissent les modalités suivantes :

- L'organisation des excursions en direction des sites touristiques de l'arrondissement de Babadjou, ou création des circuits touristiques dans le département des Bamoutos et ses environs,
- Ils peuvent également organiser, entre différentes cérémonies funéraires, des charters vers les sites touristiques de la région et à des prix promotionnels ; organiser à des prix

promotionnels, des chartes en direction de Babadjou, à partir des différentes villes du Cameroun,

- La construction des villages de vacances dans les zones rurales ayant pour vocation d'accueillir plusieurs visiteurs à la fois et à des prix promotionnels et de mener des actions en tenant compte des attentes et des besoins des touristes ; qu'ils soient des touristes motivés ou occasionnels,

- L'exploitation des sites touristiques en concession conformément à la réglementation en vigueur, etc.

V.2.1.3. La création d'un complexe culturel : un moyen de mise en tourisme du patrimoine culturel dans l'arrondissement de Babadjou.

Un complexe culturel peut permettre aux touristes d'accéder à une majorité de l'offre touristique sans avoir à parcourir toute la localité et donc « tout l'arrondissement de Babadjou en miniature ». La réalisation d'un tel projet est novatrice pour le développement de la localité. Avant la mise en place d'une telle structure, plusieurs questions préparatoires nous interpellent liées à l'étude du marché, les stratégies de distribution, les stratégies de communication et le yield management.

V.2.1.3.1. L'étude du marché

Il s'agit d'étudier l'offre et la demande. Si l'étude du marché ne représente pas un gage de succès absolu, elle permet malgré tout d'apprécier les risques liés au marché et d'ajuster les décisions en fonction de l'environnement (économique, démographique, socioculturel, institutionnel et politique, technologique et même écologique). Pour mener à bien le projet, l'étude du marché doit répondre aux questions suivantes :

➤ Qu'allons-nous vendre et à qui allons-nous vendre ?

Il s'agit ici de présenter les prestations du complexe et de déterminer la clientèle potentielle. Ainsi, le complexe peut avoir comme prestations à offrir :

- Un musée : visite payante et comportant les objets d'art pour admiration et d'autres commercialisables
- Une bibliothèque d'accès payant et comportant des journaux comme Tang La'a et des revues en vente
- Une salle de fête qu'on peut louer avec décoration et logistique inclus
- Un bar restaurant qui plongerait la clientèle dans l'art culinaire Babadjou, les boissons sous toute forme et liqueurs
- Une piscine qui permettrait aux clients de se rafraîchir
- Une salle de cinéma et un « espace Game » pour les jeux
- Un cyber café avec une connexion à haut débit et des formations et initiations aux TIC
- L'hébergement avec une capacité d'au moins 10 chambres qu'on peut répartir en 6 singles, 2 twins et 2 suites
- Des excursions et des visites sur le territoire basées sur des circuits touristiques préalablement établis

En ce qui concerne la clientèle, la cible doit principalement constituée des populations locales, qui trouveraient dans le projet non seulement de nouvelles sources de loisirs et de détente rendant plus agréable le séjour au village, mais surtout de nouvelles sources de revenus autres que champêtres et de l'élevage ; puis la clientèle aux échelles départementale, régionale, nationale et voire même internationale. La valorisation et l'exploitation des ressources locales naturelles dans le cadre du projet seraient ainsi bénéfiques non seulement

aux populations autochtones mais aussi à toute autre personne intéressée ou attirée par le biais d'un tiers ou des mass-médias. Les novateurs doivent travailler en collaboration avec les artisans qui jouent le rôle de fournisseurs. Les 100% de voix favorables aux désirs de visites de la chefferie de Babadjou et pour des raisons d'admiration, de détente, ou de divertissement sont déjà une garantie certaine que le projet est bon.

➤ **A quel besoin notre offre répond-elle ?**

Le projet comble plusieurs besoins : celui du manque des infrastructures pour la valorisation du patrimoine culturel, du manque des stratégies touristiques mais aussi celui du divertissement en milieu rural et surtout celui du manque des activités génératrices de revenus (AGR) autres que l'agriculture. Le phénomène de l'exode rural dans notre pays est une illustration de ces besoins pour les jeunes en quête de divertissement, d'épanouissement et d'activités lucratives. Ledit projet servirait à limiter l'exode rural et aussi à encourager tous ceux qui veulent passer leurs vacances au village sans s'ennuyer et sans être déconnecter du monde.

➤ **Quelle est la circonscription territoriale de notre marché ?**

Le marché peut s'étendre sur un triple plan local, régional et international. A l'échelle locale, il est question d'amener les autochtones à apprécier la culture et le changement, tandis qu'au niveau régional, il regroupe tout le potentiel culturel bamiléké dans lequel chaque ressortissant de l'ouest peut se reconnaître. Au niveau international, le projet valorise la culture de Babadjou dans tous les coins du monde, amener le plus grand nombre d'étrangers possible dans la région et promouvoir le tourisme camerounais. Ainsi, le bâtiment doit être structuré de manière à accueillir toute catégorie de personne et leur donner pleine satisfaction.

➤ **Où allons-nous implanter notre entreprise ?**

Le complexe doit être implanté à l'entrée de l'arrondissement proche de la chefferie. Etant la vitrine de la culture locale, sa visibilité doit paraître dès l'entrée afin que les visiteurs soient attirés par la beauté et la richesse de la culture représentée par le palais royal et le complexe culturel. D'après notre enquête de terrain, tout le monde est anonyme pour la création du complexe culturel de Babadjou et sur ses implications pour le développement local.

V.2.1.3.2. La stratégie de distribution et de communication

La stratégie, c'est en fait le fil conducteur qui va permettre à notre entreprise d'atteindre le chiffre d'affaire que nous nous fixons. Il s'agit de prendre le meilleur angle d'attaque en tenant compte de la clientèle, des concurrents et de notre capacité concurrentielle. L'étude du marché et de la stratégie de distribution est une étape généralement délicate car elle nécessite de la réflexion, de la logique, de la créativité et surtout du talent. Ainsi donc nous pouvons définir deux canaux de distribution :

- Le canal direct : le complexe culturel peut être vendu par sa propre force de vente à travers un contact direct avec les clients, ceci via la publicité par les mass-médias (radios parmi lesquelles la radio communautaire Mbafung, télévision, internet, articles dans les quotidiens comme le journal des jeunes Babadjou «Tang La'a»), les campagnes de promotion et par le biais des catalogues, des brochures et dépliants qui doivent être disponible un peu partout, des affiches sur papier géant dès les entrées de la région, du département et de l'arrondissement et aux grands carrefours de l'arrondissement. La publicité a pour objet d'informer, de persuader, voire de rassurer le consommateur en lui donnant des raisons de

consommer le produit. Pour séduire une large clientèle, le complexe doit mettre en avant ce qui fait sa « différence » par rapport aux concurrents potentiels.

- Le canal indirect par le biais des intermédiaires tels que les agences de voyages, les restaurants etc.

V.2.1.3.3. Le yield management

Le complexe doit tenir compte des désirs des consommateurs en leur offrant des produits de qualité ; d'où des retouches novatrices dans les prestations en fonction de la mode.

Il existe dans toute entreprise, des périodes de crise où les activités ne fonctionnent pas comme d'habitude ; à ce moment, le yield management est indiqué. Le yield management est une technique de fixation des prix visant à maximiser le chiffre d'affaire par obtention du meilleur taux d'occupation possible. Il peut se pratiquer tant au niveau de la restauration qu'au niveau des loisirs. Ainsi, le complexe doit vendre ses produits à des prix réduits et promotionnels pendant la saison morte pour éviter qu'ils ne restent invendus.

V.2.2. Les implications de la mise en tourisme du patrimoine culturel dans le développement local

Le tourisme culturel est particulièrement attractif et peut avoir toutes sortes d'avantages pour les populations locales. Il peut entre autre créer des emplois et des entreprises, augmenter les recettes fiscales, diversifier l'économie locale, susciter des occasions de partenariat et des affaires, attirer des visiteurs s'intéressant à l'histoire et à la préservation du patrimoine, augmenter les recettes au bénéfices des structures d'accueil, assurer la préservation des traditions et de la culture locale, engendrer des investissements locaux dans les ressources culturelles, susciter la fierté de la collectivité vis-à-vis de son patrimoine, mieux faire connaître l'importance du site ou de la région etc.

V.2.2.1. Le tourisme culturel : une nouvelle sphère de création des entreprises et un véritable pourvoyeur d'emplois.

La mise en tourisme du patrimoine culturel peut se faire avec la création de plusieurs entreprises telles que les complexes culturels, les musées, les galeries, les bouquets culturels etc. Egalement le tourisme culturel contribue à la création d'emplois que ce soit des emplois directs, indirects ou induits.

V.2.2.1.1. Les emplois directs

Ce sont les emplois directement liés aux activités du tourisme culturel ; c'est-à-dire la création de postes au sein même du lieu culturel. Ils concernent les postes de gestion des sites, d'accueil des visiteurs, les postes de l'administration des centres culturels, les postes de guides touristiques, des accompagnateurs des touristes, les guides conférenciers, de surveillance, de gardiennage et sécurité, de médiation, de la promotion et de la communication, de jardinage ; mais aussi les professionnels de l'hôtellerie, de restauration et des structures d'animation et de loisirs.

V.2.2.1.2. Les emplois indirects

Ils comprennent les postes de travail liés à la réhabilitation ou à l'entretien du patrimoine tel que la rénovation et la restauration (artisans locaux et entreprises du bâtiment). Le patrimoine nécessite beaucoup d'actions de mise en valeur pour pouvoir accueillir les

touristes. Les façades, les monuments, l'intérieur des bâtiments doivent être rénovés, décorés d'un art qui est en harmonie avec le contenu historique. Pour cela, les responsables du patrimoine font appel à des sociétés spécialisées dans ce genre d'interventions qui s'occupent de la rénovation, la restauration, le décor et aussi de l'entretien régulier du patrimoine.

V.2.2.1.3. Les emplois induits

Ce sont les emplois créés grâce aux retombées sur les activités attachées et complémentaires à l'offre culturelle proprement dite. Il peut s'agir d'emplois dans les domaines du commerce, de la restauration, de l'hébergement, des transports, de l'aménagement du territoire, des télécommunications, de l'artisanat, du service public, des institutions dédiées au tourisme et de tout autre service en rapport avec la visite d'un lieu.

V.2.2.2. Le tourisme culturel comme sources des plus-values

V.2.2.2.1. La mise en tourisme du patrimoine culturel : traduction d'une image positive du territoire et la génération des revenus

La valorisation des atouts culturels d'une ville ou d'un territoire constitue un facteur d'attractivité vis-à-vis non seulement des touristes, mais aussi des acteurs économiques qui, par la mise en place de nouvelles activités (industries, projets de développement), vont contribuer au développement local. Loin d'être ce que certains pourraient considérer comme un luxe superflu face aux besoins essentiels des pays africains, l'action en faveur du patrimoine culturel et naturel peut au contraire constituer un formidable levier de développement. Sa mise en tourisme peut permettre à de nombreux autochtones d'être employés par exemple comme guides et interprètes pour les touristes. Les structures d'hébergement recruteront davantage des réceptionnistes, des vendeurs et des serveurs dans les différents restaurants et auberges. Les chefs traditionnels seront régulièrement visités, les propriétaires des structures d'hébergements et de restaurations, les agences de voyage, etc. obtiendront eux-aussi des avantages économiques grâce au tourisme culturel. Dans une région où la principale activité économique reste l'agriculture et le petit élevage, le tourisme est dès lors apprécié pour l'injection de l'argent extérieur dans l'économie locale, ce qui permet aux populations d'augmenter leur qualité de vie.

Aussi, le tourisme culturel est susceptible de générer des revenus à plusieurs niveaux. En effet, les visiteurs effectuent forcément au cours de leurs voyages et de leurs séjours des dépenses telles que les frais de transport ou d'achat de carburant, le péage routier, l'achat des présents à offrir, la restauration au cours du voyage ou pendant le séjour, l'hébergement, les frais de téléphone, les frais des visites, l'acquisition des souvenirs, le coût des déplacements sur le terrain, etc. Ces dépenses sont capitalisées comme des dépenses touristiques.

Si nous prenons le cas des funérailles, force est de constater que pendant la saison sèche qui correspond à la période funéraire, les compagnies de transport terrestre en direction de l'ouest Cameroun en général et Babadjou en particulier sont mieux organisées et font toujours le plein à partir de jeudi à vendredi avec des coûts de transport plus élevés que d'habitude dans les villes pour l'aller et de dimanche à lundi, voire même parfois mardi pour le retour. Cette situation permet à ces compagnies notamment celles dont les propriétaires sont résidents de Babadjou, de faire de bonnes affaires pendant cette période. C'est aussi le cas pour les transporteurs internes à savoir les taximen et les motos men. Il en est de même des établissements d'hébergement (tableau 12), de restauration, des structures d'animation et de loisirs, le monde du spectacle, des guides, les structures de santé, la formation en ressources humaines etc. Les groupes de danse traditionnels gagnent aussi énormément d'argent lors de leurs prestations aux funérailles ; ce qui nourrit à suffisance son homme (photo 8)



Cliché Lacmago, Décembre 2015

Photo 8: les danseurs de Mbaya lors des cérémonies funéraires

A l'avant plan de cette photo, nous observons un sac étalé au sol sur lequel sont lancés de multiples billets et pièces d'argent

En raison du manque des données statistiques spécifiques à notre zone d'étude, nous nous fions aux données du tableau ci-dessous pour illustrer les arrivées nationales et internationales des touristes dans la région de l'ouest Cameroun et de la plus-value que le tourisme peut engranger en termes de nuitées et de la location des chambres ainsi que des recettes, des impôts payés, les emplois générés et les salaires payés. Il en découle les constats non négligeables : plus de 591 000 000 de francs CFA de recettes nettes des structures d'hébergement en 2011 correspondant à un impôt payé de plus de 77 000 000 FCFA. On évalue à 394 le nombre des emplois et à plus de 198 000 000 FCFA de salaires payés. Ce qui rehausse le niveau et la qualité de vie des populations.

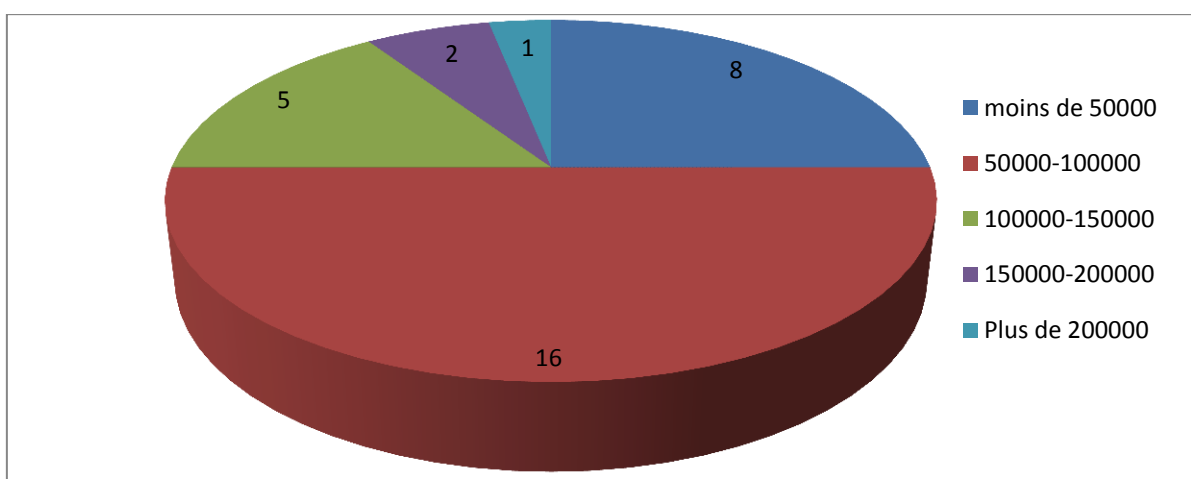
Tableau 12: arrivée des touristes dans la région de l'Ouest

Rubrique par années	2010	2011
Arrivées internationales	2 303	2 629
Arrivées nationales	26 638	26 710
Arrivées totales	28 940	29 333
Nuitées internationales	3 800	4 118
Nuitées nationales	38 936	39 129
Nuitées totales	42 736	43 247
Location des chambres	330 135 867	367 266 178
Recettes brutes	571 615 591	668 611 555
Impôts payés	74 562 047	77 011 490
Recettes nettes	494 053 544	591 600 065
Nombre d'emplois	370	394
Salaires payés	162 826 944	198 357 035

Source : Délégation régionale du tourisme de l'Ouest

V.2.2.2.2. Les évènements culturels et les activités satellites dans l'arrondissement de Babadjou.

D'après l'enquête de terrain, dans l'arrondissement de Babadjou, plusieurs activités gravitent autour des évènements culturels notamment les activités de commerce ou de sauvette, dépôt de boisson sur les sites, les groupes de danses à vocation mercantile, vente de la poudre à canon et louage du fusil traditionnel surtout lors des funérailles, l'artisanat etc. Les objets d'artisanat présentés aux touristes sont très prisés et les artisans deviennent de plus en plus des acteurs et non les moindres du tourisme en général et du tourisme culturel en particulier. Ce qui est d'une source de revenu non négligeable. Les touristes accordent généralement une valeur inestimable aux objets d'art considérés comme les œuvres de l'esprit. Des 200 enquêtés, 32 valident favorablement à l'exercice d'une activité ayant très au tourisme bien qu'elle soit généralement relayée au second plan après les activités agricoles et seuls 8 des 32 estiment leur insatisfaction des revenus de ladite activité. Les résultats ci-contre ont été obtenus de la question de savoir l'estimation du revenu mensuel par des personnes exerçant des activités ayant trait au tourisme (figure 18).



Sources : enquête de terrain

Figure 18: estimation du revenu mensuel par les personnes exerçant une activité ayant trait au tourisme

La figure illustre que parmi les 32 personnes exerçant une activité ayant trait au tourisme, 8 ont un revenu mensuel inférieur à 50 000Fcf, 16 entre 50 000F et 100 000F, 5 personnes ont entre 100 000F et 150 000F ; par contre les intervalles 150 000F-200 000F et plus de 200 000Fcf sont représentées respectivement de 2 et 1 personne.

Tout comme l'artisanat, l'agriculture et l'élevage profitent également du développement du tourisme. Non seulement les visiteurs achètent directement les denrées aux paysans, mais aussi, la consommation des produits alimentaires dans les établissements touristiques fait appel aux produits agricoles locaux. Ainsi, les gains issus du tourisme participent à l'amélioration de la production locale et par conséquent, des conditions de vie des populations rurales.

V.2.2.2.3. La mise en tourisme et aménagement du terroir

Le tourisme contribue aussi fortement à l'aménagement et à la structuration du territoire par la mise en place des infrastructures qui n'entrent pas dans les motifs de déplacement de touristes, mais sans lesquelles la mise en tourisme des ressources territoriales serait contrariée.

En outre on note la création et entretien des routes, des ponts ; l'électrification ; la mise en place de l'adduction d'eau potable ; la création des centres de santé ; la création des sites de récréation et de loisirs ; la création des toilettes publics, etc.

V.2.2.2.4. le tourisme culturel comme facteur de l'extension et de préservation du patrimoine

Le tourisme culturel en ayant le patrimoine comme produit principal, aura par nature tendance à le préserver pour le présent et pour le futur. Il cherchera aussi à l'enrichir en y incluant d'autres choses intangibles, immatérielles qui risquent de disparaître plus rapidement que tout ce qui est matériel. Avec le tourisme culturel, le domaine de conservation est devenu plus étendu, on va passer de la conservation de ce qu'on appelle les matériels à la conservation des matériels et des immatériels ; d'où des répercussions favorables tel que l'encouragement des initiatives, de l'investissement, la promotion des monuments, de la sensibilisation du public et l'implication des habitants dans la préservation et la promotion du patrimoine.

V.2.2.2.4.1. L'encouragement des initiatives et des investissements

Le tourisme culturel permet d'encourager les gens à conserver leur patrimoine. En effet, l'interaction de l'environnement patrimonial avec son public incite les responsables de la conservation ainsi que les habitants locaux à promouvoir leurs richesses culturelles. Les visites effectuées par les touristes seront la preuve des efforts fournis et une incitation à une mise en valeur encore plus large du patrimoine. Des musées ou les centres culturels locaux peuvent être créés et des traditions et des arts traditionnels anciens peuvent refaire surface. Aussi, le patrimoine bien aménagé et animé permet d'attirer les investissements privés pour la création d'espaces touristiques et hôteliers tel que des hôtels, des restaurants, des centres d'animation et de loisirs, des magasins... ce qui permet non pas seulement de favoriser tout un environnement propice pour les visiteurs mais aussi faire bénéficier les habitants de la localité, en leur permettant de trouver des emplois et de faire revivre les activités économiques et améliorer le niveau de leur vie.

V.2.2.2.4.2. La promotion des monuments privés

Le tourisme culturel aide à rapprocher le patrimoine à son public et ça concerne tout le patrimoine que ce soit public ou privé. En fait, beaucoup de constructions anciennes et d'édifices tels que les maisons traditionnelles anciennes, les châteaux...qui appartiennent à des familles qui les ont hérités de père en fils durant plusieurs décennies et parfois des siècles restent inconnues par le public. Le tourisme culturel ouvre donc la voie à la promotion de ces monuments mal connus et à leur intégration dans le patrimoine.

V.2.2.2.4.3. La sensibilisation du public et l'implication des habitants

Les visiteurs se trouvent face à des valeurs inestimables, des héritages humains authentiques et non reproductibles. Ce face à face entre le public et le patrimoine contribue à leur sensibilisation à la préservation des valeurs historiques et esthétiques des monuments et du patrimoine en général.

Les habitants quant à eux présentent un segment pertinent pour la valorisation du patrimoine qu'on ne doit pas ignorer. Le patrimoine en question appartient à ces gens-là qui une fois pris en compte par les acteurs de tourisme dans le processus de valorisation peuvent en être d'une aide importante. Les habitants qui vivent tout près des sites et monuments ne connaissent pas toujours l'histoire de leur patrimoine. Avec des actions d'interprétation, ils

peuvent participer de façon spontanée à la promotion et à la protection de leurs monuments et objets historiques et peuvent devenir des médiateurs de l'interprétation de leur patrimoine.

Au terme de cette analyse dont il était question de mettre en relief des alternatives prospectives afin de mieux gérer et de rentabiliser le patrimoine culturel Babadjou pour des fins touristiques et d'en évaluer les incidences, il ressort que la mise en tourisme du festival Lehre, des funérailles et création d'un complexe culturel peuvent avoir des échos favorables au développement local. Ainsi donc, le tourisme culturel permet non seulement de récolter des recettes qui proviennent des visites de monuments et de musées mais aussi il permet de faire revivre toute une région. Il aide la population à améliorer son niveau de vie, lui augmenter ses chances de trouver un emploi à plusieurs niveaux : des emplois de divers types qui concernent même les gens à bas niveau qui en peuvent gagner leurs vies en vendant des souvenirs ou des spécialités de la localité. Il permet aussi aux agriculteurs de trouver un autre marché demandeur tout proche de leurs terres à savoir celui des restaurants et des cuisines des hôtels. Les artisans qui autrefois étaient menacés d'extinction trouvent tout un marché de touristes qui trouvent dans leurs produits une valeur inestimable. Grâce au tourisme culturel, l'identité du territoire se renforce et les industries traditionnelles se valorisent.

CHAPITRE VI : VERIFICATION DES HYPOTHESES, CRITIQUES DES RESULTATS ET RECOMMANDATIONS

Dans ce chapitre, nous procéderons à la vérification des hypothèses et à la critique des résultats obtenus. Ces critiques déboucheront sur des recommandations devant permettre de mieux valoriser le patrimoine culturel des peuples Babadjou à des fins touristiques.

VI.1. VERIFICATION DES HYPOTHESES

Les hypothèses formulées au début de notre recherche constituent des réponses anticipées aux questions de recherche suivantes : Les conditions socioculturelles et du milieu sont-elles de nature à déclencher l'activité touristique dans l'arrondissement de Babadjou ? Quels sont les acteurs et quelles stratégies touristiques développent-ils autour des éléments du milieu socioculturel ? Quelles alternatives prospectives pouvons-nous engager en vue de booster l'activité touristique dans l'arrondissement de Babadjou et quelles peuvent en être les incidences ?

VI.1.1. Vérification de la première hypothèse

❖ **Au travers des atouts du milieu et surtout de son patrimoine culturel, l'arrondissement de Babadjou peut offrir à la communauté touristique une gamme variée des ressources tant dans sa dimension matérielle qu'immatérielle.**

Le patrimoine culturel de Babadjou est riche et diversifié avec la prépondérance des cérémonies culturelles prioritairement perçues à plus de 73 %, ensuite les chants et danses traditionnelles perçus à 44,5 %, la chefferie supérieure à 38,5 %, l'artisanat à 32,5 % enfin l'art culinaire, les coutumes et rites, l'art vestimentaire. Ce patrimoine se décline sous deux dimensions à savoir le matériel et l'immatériel qui restent tous les deux indissociables et aussi diversifié dans l'une ou l'autre catégorie. Le volet matériel s'étend de plusieurs ressources naturelles culturalisées à l'instar des chutes d'eau, des grottes, les rochers, les montagnes, les forêts dits sacrées et puis les véritables constituants du patrimoine culturel matériel mettant en évidence la chefferie traditionnelle qui est une sorte de « tout le village en miniature » avec des caractéristiques et des symboles exceptionnels, les objets d'art relevant du génie des artisans, les symboles de culte et de prestige, l'art culinaire. Le patrimoine immatériel quant à lui est également très riche et témoigne de l'identité de ce peuple et de son génie propre, identité qui traverse le temps dans un monde qui se renouvelle sans cesse. Il revêt différentes formes à Babadjou : son histoire qui se livre à lui comme un véritable cordon ombilical entre son passé, son présent et son avenir ; sa langue ; ses cérémonies, ses coutumes et rites (funérailles, intronisation, veuvage, culte de crânes, etc.) ; ses chants et danses traditionnelles, ses activités ludiques, ses mythes, ses contes et légendes, ses témoignages etc.

Les cérémonies funéraires sont plus importantes dans la culture Babadjou et condense un maximum des rites, coutumes et des expressions culturelles des Mbasso. Les cérémonies et les rites d'intronisation des autorités traditionnelles, les festivals et congrès communautaires sont aussi au rendez-vous des facteurs d'attrait au village.

En faisant un flashback dans notre cadre d'analyse SWOT, on relève comme atouts déterminants et essentiels les originalités exclusives de l'art, des traditions, des danses et festivités, la mode vestimentaire, les mets traditionnels spécifiques, le patrimoine artistique et historique de la localité favorables au tourisme culturel ; la diversité des ressources touristiques avec des sites extraordinaires tels que les chutes d'eau, les montagnes et collines, les grottes, un paysage charmant et la disponibilité du terrain qui laissent lieu aux

possibilités de tourisme randonné, tourisme de montagne et des écotourismes. Il en est de même de l'hospitalité de la population locale qui est fondamentale. Elle est accueillante et ouverte. A la question de savoir la position des individus par rapport à l'hébergement des étrangers dans leurs domiciles en cas de situation, nous avons obtenus les résultats suivants malgré quelques sentiments de méfiances : 63 % de la population Babadjou est prêt à accorder un accueil cordial aux étrangers et partant aux touristes dans leurs domiciles malgré les dérives. Par contre 37 % méfiants n'accepteraient pas prendre du risque.

Outre ces atouts, la valorisation du patrimoine culturel Babadjou connaît aussi des faiblesses parmi lesquelles on peut noter : une destination pas très prisée par le grand public et la faible capacité de quelques structures d'accueil existantes ; les structures d'accueil très insuffisantes, sans qualité et marquées par un personnel peu qualifié ; l'absence d'une structure de l'office du tourisme et le manque d'infrastructure de loisirs ; l'insuffisance de promotion et faible niveau de visibilité de la culture Babadjou à l'étranger ; les obstacles d'ordre culturel caractérisés par le manque de culture touristique des camerounais en général et Babadjou en particulier (on ne saurait vendre à autrui ce dont on ne consomme pas soi-même) ; l'état de pauvreté qui limiterait une franche de la population des manifestations touristiques. La perception des principales faiblesses au décollage du tourisme à Babadjou se présente comme suit : l'insuffisance d'infrastructures touristiques est indexée au premier chef à 90 % ; au second plan les faiblesses de communication (65 %) ; ensuite l'insuffisance des concertations et d'action coordonnée entre l'administration, le secteur public et privé (55 %) ; l'absence de professionnalisme et une très faible capacité organisationnelle de l'évènementiel (48 %) ; l'enclavement (35 %) et parfois le petit banditisme (10 %).

Alors, vu les originalités exclusives de la culture du peuple Mbasso, son hospitalité, mais aussi vu les faiblesses de la situation touristique à Babadjou, nous ne validons que très partiellement notre hypothèse de départ.

VI.1.2. Vérification de la deuxième hypothèse

❖ Plusieurs catégories d'acteurs (autorités traditionnelles, les entrepreneurs touristiques, la commune, l'élite locale, etc.) développent diverses stratégies touristiques autour des éléments du milieu socioculturel aux logiques parfois divergentes et concurrentielles. Ces stratégies touristiques peuvent être l'organisation des cérémonies festivières avec exposition des objets d'art et de la culture, la communication ou les propagandes culturelles.

Dans l'ensemble des Bamboutos et particulièrement dans l'arrondissement de Babadjou, l'activité touristique est coordonnée par plusieurs acteurs : la délégation départementale, les services de l'administration territoriale (sous-préfecture...), la mairie, les tenanciers d'établissements de tourisme ou d'agences de voyages, les autorités traditionnelles. Quelques autres intervenants, pas moins importants, à signaler sont les artisans, les guides touristiques et les populations locales elles même. D'un point de vue général, ces principaux acteurs ont des actions entremêlées et qui interfèrent les unes par rapport aux autres. Ainsi, d'une manière ou d'une autre, tout le monde intervient dans le processus d'une façon peu ordonnée, raison pour laquelle il a été ardu pour nous de faire correspondre une stratégie donnée à un acteur spécifique. Certaines de nos stratégies, l'évènementiel comme le festival Lehre, l'organisation des congrès communautaires par exemple peuvent faire intervenir à la fois tous les différents acteurs autour d'un même objectif, mais aux logiques parfois concurrentielles. A Babadjou on compte parmi l'existant en matière de stratégies touristiques perçues par les populations, l'organisation du « Grand festival Lehre » (65 %), l'organisation des congrès (85 %), l'organisation des championnats de vacances (20 %), l'organisation des

cérémonies traditionnelles (100 %) comme les funérailles, les excursions aux monts Bamboutos sous l'expulsion des élites et l'excursion religieuse au mont rocheux de Ndoji.

Parmi les acteurs, l'autorité traditionnelle occupe une place de choix (92 %) suivi de sa population (62 %) dans le processus touristique. La commune est perçue ici à 50 % et l'élite à 43 %. L'arrondissement de Babadjou ne dispose pas d'une structure de l'office du tourisme ; ce qui explique la non perception de ce dernier comme acteur par les enquêtés.

Sur le terrain, des initiatives encourageantes sont menées par l'autorité traditionnelle qui est le superviseur traditionnel en chef de toutes les activités : elle est responsable de la préservation des aspects culturels, traditionnels et sacrés de la communauté. En matière touristique, l'événementiel (festivals) est une stratégie déployée par l'autorité traditionnelle. Le chef supérieur organise chaque fin d'année entre le 24 au 31 décembre le festival culturel Lehre et en Août le congrès communautaire Babadjou. Il en est de même des congrès des différents quartiers organisés et supervisés par les chefs des quartiers. Le festival Lehre est d'un grand attrait et tous les enquêtés sont unanimes qu'il y ait des locaux au festival ; 97 % perçoivent les ressortissants des villages voisins, 72 % pour les étrangers camerounais et 42 % de ceux-ci perçoivent les étrangers non camerounais parmi lesquels les blancs. Ce festival mobilise presque la quasi-totalité des acteurs du tourisme à Babadjou à savoir les tenanciers d'établissement touristique, les artisans, les artistes, l'élite locale et extérieur (principaux financeurs), les associations de promotion comme COMLANGO et AMEESBA, les autorités administratives, les autorités religieuses, les autorités magico-religieuses (prêtres et prêtresses traditionnels communément appelés les marabouts ou kamsé et ngouéssé), les populations locales etc. Les actions concurrentielles et parfois divergentes des acteurs est une réalité sur le terrain puisque chacun veut vendre le plus ses prestations, l'élite est animée par les courses de notabilité. Ce qui explique des actions fondées sur les intérêts personnels et collectifs. La RDC poursuit aujourd'hui le projet intitulé : « Le Schéma directeur Régional du Tourisme de l'Ouest Cameroun 2015 – 2025 ». C'est un document cadre qui fixe les objectifs et les choix stratégiques du territoire en matière de développement touristique.

Eu égard à ce qui précède, nous vérifions notre hypothèse partiellement dans la mesure où tous ces acteurs mentionnés ne sont pas des acteurs centraux des stratégies touristiques, mais la majorité joue plutôt le rôle de participant et ou de contributeur sans initiative personnelle.

VI.1.3. Vérification de la troisième hypothèse

❖ La mise en tourisme du patrimoine culturel de l'arrondissement de Babadjou contribuerait à coup sûr au développement local

Dans l'arrondissement de Babadjou, le festival Lehre et les funérailles ont des mérites d'être mis en tourisme. Ces événementiels ont des liens et des atouts primordiaux qui faciliteraient leur mise en tourisme. Le processus de mise en tourisme du festival Lehre nécessite encore des innovations dans les actions telles que la diversification des offres et l'amélioration des qualités organisationnelles, le renforcement du niveau de communication par le biais de la publicité. Suivant l'enquête de terrain, les populations sollicitent des organisateurs des événements culturels des moyens de publicité et d'informations avec les statistiques comme suit: 52 % pensent qu'il faille associer les médias aux affiches publicitaires d'autant plus qu'il existe des personnes qui ne sont pas aptes à la communication visuelle mais bien plus à l'audiovisuel et vice versa ; 40 % clament pour des affiches publicitaires et 8 % pour des personnes sollicitant l'information par les médias (radio, télévision, internet). Pour ce qui est des funérailles, leur mise en tourisme passerait par l'amélioration de la programmation des funérailles par les organisateurs ; l'amélioration de la culture touristique des organisateurs, des opérateurs du secteur touristique et leur

sensibilisation sur les enjeux du tourisme culturel et le renforcement du professionnalisme et du dynamisme des acteurs publics et privés du tourisme culturel. En plus de la mise en tourisme du festival Lehre et des funérailles, la création d'un complexe culturel qui serait en quelque sorte la symbiose des représentations socioculturelles et des savoir-faire artisanaux et artistiques des peuples Mbasso est également une alternative de mise en tourisme et de valorisation du patrimoine culturel Babadjou. Le succès d'un tel projet est garanti par l'étude rigoureuse du marché, l'efficacité des stratégies de communication, de distribution et son yield management.

La mise en tourisme du patrimoine a des incidences majeures dans la localité. Le tourisme culturel étant particulièrement attractif et peut avoir toutes sortes d'avantages pour les populations locales. Il peut entre autre créer des emplois et des entreprises, augmenter les recettes fiscales, diversifier l'économie locale, susciter des occasions de partenariat et des affaires, attirer des visiteurs s'intéressant à l'histoire et à la préservation du patrimoine, augmenter les recettes au bénéfice des structures d'accueil, assurer la préservation des traditions et de la culture locale, engendrer des investissements locaux dans les ressources culturelles, susciter la fierté de la collectivité vis-à-vis de son patrimoine, mieux faire connaître l'importance du site ou de la région etc.

Faisant recours aux données générales de la délégation régionale du tourisme de l'ouest faute de l'indisponibilité des données chiffrées dans la zone d'étude, il en découle les constats non négligeables : plus de 591 000 000 de francs CFA de recettes nettes des structures d'hébergement en 2011 correspondant à un impôt payé de plus de 77 000 000 FCFA. On évalue à 394 le nombre des emplois et à plus de 198 000 000 FCFA de salaires payés. Ce qui rehausse le niveau et la qualité de vie des populations. D'après l'enquête de terrain, dans l'arrondissement de Babadjou, plusieurs activités gravitent autour des événements culturels notamment les activités de commerce ou de sauvette, dépôt de boisson sur les sites, les groupes de danses à vocation mercantile, vente de la poudre à canon et louage du fusil traditionnel surtout lors des funérailles, l'artisanat etc. Les objets d'artisanat présentés aux touristes sont très prisés et les artisans deviennent de plus en plus des acteurs et non les moindres du tourisme en général et du tourisme culturel en particulier. Ce qui est d'une source de revenu non négligeable. Les touristes accordent généralement une valeur inestimable aux objets d'art considérés comme les œuvres de l'esprit. Des 200 enquêtés, 32 valident favorablement à l'exercice d'une activité ayant très au tourisme bien qu'elle soit généralement relayée au second plan après les activités agricoles et seuls 8 des 32 estiment leur insatisfaction des revenus de ladite activité. A la question de savoir l'estimation du revenu mensuel par des personnes exerçant des activités ayant trait au tourisme, parmi les 32 personnes concernées, 8 ont un revenu mensuel inférieur à 50 000F, 16 entre 50 000F et 100 000F, 5 personnes ont entre 100 000F et 150 000F ; par contre les intervalles 150 000-200 000F et plus de 200 000F sont représentées respectivement de 2 et 1 personne. Le tourisme contribue aussi fortement à l'aménagement et à la structuration du territoire par la mise en place des infrastructures qui n'entrent pas dans les motifs de déplacement de touristes, mais sans lesquelles la mise en tourisme des ressources territoriales serait contrariée : création et entretien des routes, des ponts ; l'électrification ; la mise en place de l'adduction d'eau potable ; la création des centres de santé ; la création des sites de récréation et de loisirs ; la création des toilettes publics, etc.

Ainsi donc, le tourisme culturel permet non seulement de récolter des recettes qui proviennent des visites de monuments et de musées mais aussi il permet de faire revivre toute une région. Il aide la population à améliorer son niveau de vie, lui augmenter ses chances de trouver un emploi à plusieurs niveaux : des emplois de divers types qui concernent même les gens à bas niveau qui en peuvent gagner leurs vies en vendant des souvenirs ou des

spécialités de la localité. Il permet aussi aux agriculteurs de trouver un autre marché demandeur tout proche de leurs terres à savoir celui des restaurants et des cuisines des hôtels. Les artisans qui autrefois étaient menacés d'extinction trouvent tout un marché de touristes qui trouvent dans leurs produits une valeur inestimable. Grâce au tourisme culturel, l'identité du territoire se renforce et les industries traditionnelles se valorisent. Sur ce, nous vérifions ainsi totalement notre hypothèse.

VI.2. Critique des résultats

Il est important à la fin de tout travail scientifique d'effectuer une analyse critique des résultats obtenus. Cette dernière a pour but non seulement de se rendre compte du fait que notre travail de recherche ne soit pas parfait, mais également de proposer des pistes à suivre afin d'améliorer, voire même d'optimiser les résultats des recherches futures.

VI.2.1. Orientation du sujet

Dans tout travail de recherche, le chercheur s'appuie sur un angle dans lequel il oriente ses travaux. De ce fait, il définit clairement les concepts, les variables, ainsi que les indicateurs et sous indicateurs qui sont des unités de mesure du phénomène étudié. Ainsi, le cadre opératoire que nous avons défini dans le deuxième chapitre de ce travail de recherche nous a permis non seulement de dégager trois types de variables (dépendante, intermédiaire et indépendante), mais également des dimensions, des composantes et des indicateurs relatifs à chacune d'elles. Malheureusement, certains indicateurs qui nous auraient pourtant permis de mieux analyser le phénomène étudié n'ont pas pu être mesurés. C'est par exemple le cas du degré de participation des populations locales aux fêtes ou cérémonies culturelles. Cet indicateur important nous aurait notamment permis d'analyser l'implication des locaux dans les manifestations et les initiatives touristiques dans la localité. Il en est de même des données chiffrées des structures d'accueil en termes d'arrivées, nuitées, recettes brutes et nettes, impôts payés, nombre d'emplois et d'employés, les salaires et les revenus journaliers, mensuels et annuels. Ce qui aurait permis de mieux analyser les implications socioéconomiques de la mise en tourisme du patrimoine.

Aussi, dans une société marquée par l'encrage aux valeurs culturelles malgré la modernité, il est assez délicat pour certaines personnes de porter une information claire et exhaustive sur les pratiques traditionnelles. Ainsi, plusieurs informations nous ont été cachées notamment certaines pratiques de la société secrète de la chefferie, de certains rites et initiations. Il en est de même de l'inaccessibilité à certains objets et symboles importants de la chefferie.

Au niveau des acteurs, certaines informations semblent avoir été biaisées par les interviewés pour nous apparaître une bonne organisation des stratégies touristiques dans la localité. En guise d'illustration, certaines prestations assignées au festival Lehre et aux congrès communautaires après une petite curiosité semblent ne pas être exactes. Notons également que la majorité des enquêtés avaient du mal à distinguer les acteurs des événements culturels aux acteurs touristiques.

Nous attirons l'attention des lecteurs du fait que dans ce travail, nous nous sommes limités aux implications positives de la mise en tourisme du patrimoine culturel, mais cela n'oblitére pas le fait que cette mise en tourisme peut aussi s'accompagner des maux tels que la paraisse et la mendicité des populations auprès des touristes si elles ne sont pas à l'avance sensibilisées, la prostitution, la pédophilie, la dépravation des mœurs, etc.

VI.2.2. Limites méthodologiques

VI.2.1. L'échantillonnage

Notre échantillon d'enquête prenait en compte les quartiers et les ménages. Or des 21 quartiers et en plus des deux quartiers musulmans bororo qui portent à 23 le nombre des quartiers que compte l'arrondissement de Babadjou, nous avons laissé de côté les quartiers des chefferies de troisième degré pour ne consacrer notre enquête que dans 04 quartiers de deuxième degré en plus du quartier du chef supérieur et un des deux quartiers bororo ; d'où un échantillon de 6 quartiers sur 23 et 138 ménages sur 2891 recensés en 2011. Soit un taux d'échantillonnage de 4,77 % seulement, voire même moins d'autant plus que le recensement date de 5 ans et pendant cette période, le nombre de ménage et d'habitants s'augmentent. Une bonne représentativité doit être au minimum d'un taux de couverture de 10 %. Aussi, il s'est posé un problème de représentativité par sexe et par âge. Nous avons tout simplement enquêté toute personne qu'on rencontrait dans un ménage tout en respectant le pas de dix.

VI.2.2.2. Les moyens de collecte et de traitement des données

Fautes des moyens logistiques et financiers, nous n'avions pas eu recours au Smartphones pour enregistrer les interviews. Ce qui fait que la retranscription des rapports n'était pas aisée. Aussi, notre appareil numérique pour la capture des images n'a pas daté les photos.

Pour ce qui est du traitement des données, nos questions ouvertes n'ont pas permis de quantifier toutes les informations récoltées. Au moment du traitement des données, nous nous sommes rendus compte de l'inutilité de certaines questions de notre questionnaire qui nous ont pourtant rendu la tâche difficile sur le terrain.

VI.3. Recommandations

Nous suggérons les recommandations ci-après afin de favoriser une meilleure mise en tourisme du patrimoine camerounais en général et le tourisme local en particulier.

VI.3.1. Le renforcement de la communication du patrimoine et la promotion de l'image du Cameroun en général et de ses principales régions en particulier

Le rôle de la communication est très important pour le patrimoine. Les médias offrent à celui-ci l'opportunité de promouvoir son image pour un public gigantesque, un public qui englobe une masse énorme de touristes potentiels. Avec le développement des nouvelles technologies et l'amélioration non-stop de la technologie de transmission des informations, et avec internet, le patrimoine peut voyager dans l'espace pour se faire connaître partout et motiver des gens qui peut être auparavant n'avaient jamais pensé à visiter un tel lieu culturel ou un tel site historique ou encore ne connaissaient même pas qu'il existait.

Ensuite, il faut chercher à créer une image et à structurer des offres de consommations culturelles et savoir interpréter le patrimoine en question aux touristes pour qu'ils puissent connaître sa signification et sa valeur. La communication ne doit pas seulement se limiter aux actions promotionnelles, les touristes comme autochtones doivent s'informer des us et coutumes des uns et des autres pour ne pas risquer de se heurter mutuellement. Pour cela, les visités seront informés et les visiteurs eux aussi avant leur départ.

VI.3.2. Le rôle du marketing du patrimoine

Le patrimoine se sert de plus en plus du marketing, et sa politique de commercialisation est devenue semblable à celle d'un produit consommable. Le rôle du marketing du patrimoine, comme c'est d'ailleurs le cas pour les produits consommables, ne doit être pas qu'un rôle

éducatif mais plutôt il doit consister à faire stimuler les émotions des consommateurs, les inciter à prendre la décision d'achat et de venir visiter et découvrir. Il est indispensable de donner aux touristes une raison particulière de visiter un site, surtout dans un contexte de multiplicité des destinations touristiques nationales et internationales. Cela exige notamment de mettre en place un plan promotionnel et de marketing efficace.

VI.3.3. Les besoins de l'innovation et de la formation pour renforcer la professionnalisation et améliorer la compétitivité des acteurs publics et privés du tourisme au Cameroun.

L'innovation est le fait de mettre à l'épreuve une nouvelle stratégie ou un nouveau produit, dans le but d'affirmer sa présence sur le marché concurrentiel et de mieux maîtriser les besoins évolutifs de ce marché. Actuellement, l'innovation dans les événements comme le « grand festival culturel Lehre » des Babadjou, le festival Medumba ou encore le festival Ngondo serait indispensable car, c'est un moyen de fidélisation des touristes et d'attraction d'une nouvelle clientèle. C'est par la mise en œuvre de pratiques innovantes que l'on peut efficacement se démarquer des autres, sur le marché de la concurrence, et acquérir ainsi un avantage compétitif.

VI.3.4. La nécessaire adaptation des conditions et infrastructures d'accueil aux touristes visés

L'enjeu se trouve au niveau de la fidélisation. Cette fidélisation ne sera effective que si les conditions et les infrastructures d'accueil soient aussi attirantes et adaptées que les événements organisés ou les sites promus.

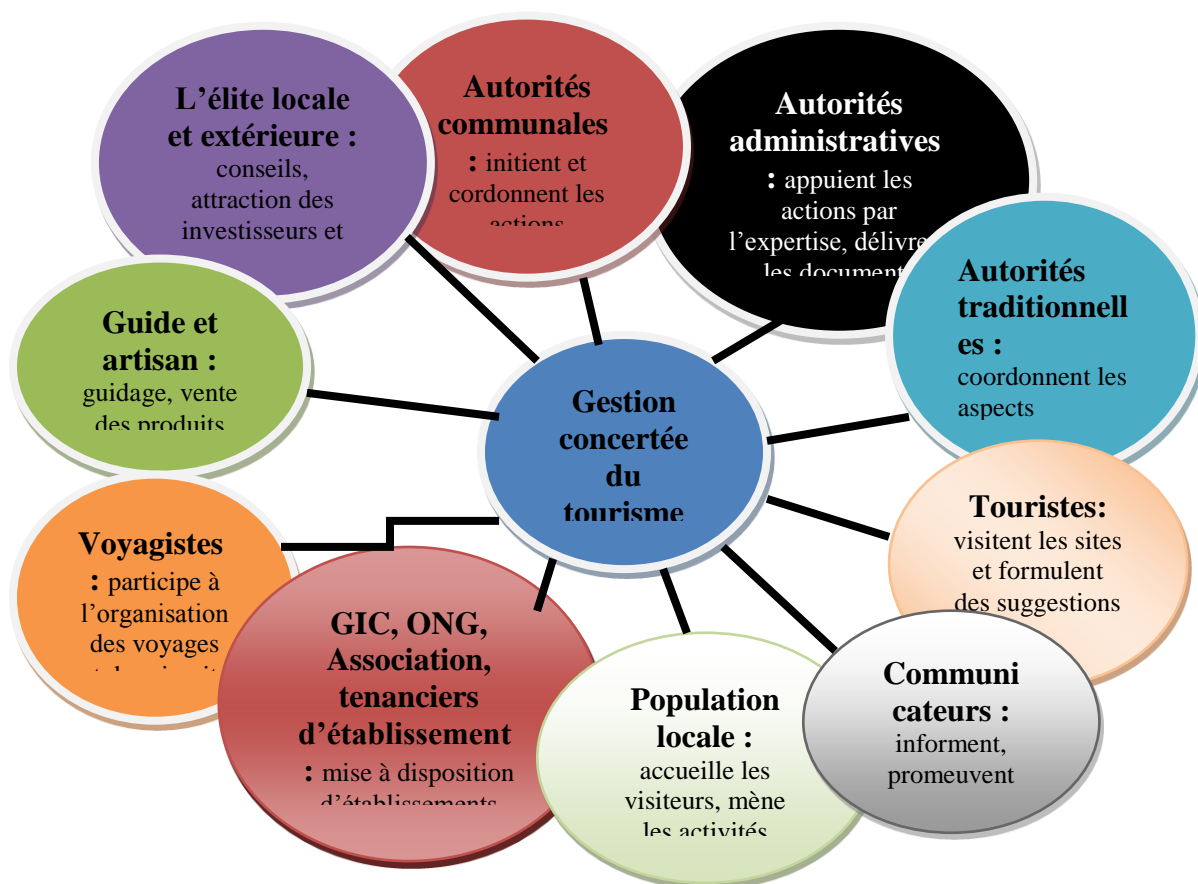
VI.3.5. la mise en place des Bouquets culturels : alternatives de mise en tourisme du patrimoine culturel

La valorisation et la mise en tourisme durable du patrimoine culturel camerounais peut aussi se faire à travers les « Bouquets Culturels ». En effet, vue la diversité culturelle du Cameroun, la mise en place des bouquets culturels peuvent faire de chaque région un « village culturel ». Ceci sera possible grâce aux circuits savamment montés dans l'espace et dans le temps; sur la base d'un produit culturel existant et en s'appuyant sur d'autres indicateurs liés aux infrastructures, à la supra structure, au partenariat, à la réglementation en vigueur, aux contraintes contextuelles, etc. L'option des «Bouquets Culturels» ou « **BC** » régionaux, synonymes de « Circuits Culturels Intégrés» ou « **CCI**» contribuerait à valoriser l'idée d'une synthèse culturelle, d'un résumé ou d'un condensé culturel; ou mieux à fédérer les richesses et les trésors culturels de chaque région dans des circuits touristiques bien représentatifs et minutieusement montés. Ces «Bouquets Culturels» régionaux permettront aux visiteurs de parcourir en raccourci toute l'étendue de la richesse culturelle de la région ciblée. En guise d'exemple, la possibilité et la facilité pour un visiteur de prendre connaissance du patrimoine culturel bamiléké sans avoir à parcourir tous les recoins de la région des hautes terres de l'ouest.

VI.3.6. La nécessité de package touristique de l'offre culturelle et de la mise en réseau des acteurs du tourisme

Il serait d'un grand intérêt pour chaque offreur à être présent dans une communication globale de l'offre d'un territoire. Outre des économies d'échelle dans la production de supports de communication, ce regroupement donne de la cohérence et l'image d'un ensemble territorial et culturel formant un tout.

La mise en réseau des acteurs est aussi un impératif de développement touristique. Ainsi donc, dans tout processus de développement, se centrer sur les acteurs n'est pas suffisant. Une multitude d'actions isolées ne sauraient générer le développement local sans s'inscrire dans une autre logique : celle des réseaux. Le réseau est un ensemble d'acteurs, ou de pôles, reliés entre eux par des liens plus ou moins denses et complexes. Il peut comprendre des sous réseaux. C'est un vaste champ de relations qui ne se limitent pas au domaine marchand. Elles peuvent prendre de multiples formes : rencontres entre collègues, réunions d'information, foires et salons spécialisés... Elles favorisent l'acquisition et la propagation de savoir-faire qui se développent de façon durable, à partir d'une culture propre à un lieu. Toutes ces relations forment en effet un réseau complexe qui influe sur la capacité des acteurs à produire, à vendre et à gérer. Lorsqu'on parle de gestion, il est question de fixer les modalités d'aménagement et d'utilisation d'un espace précis. Il faut donc trouver un modèle d'administration, mieux de gouvernance, c'est-à-dire un compromis entre les individus et les institutions publiques et privées, leurs moyens et les services à fournir pour gérer les affaires communes. Le compromis en question ne peut être effectif que sur la base d'une concertation (figure 19).



Source Lacmago 2016

Figure 19: Proposition d'un schéma organique et fonctionnel de la gestion concertée du tourisme au Cameroun

Sans se présenter sous la forme d'une hiérarchisation, le schéma précédent propose les actions et domaines de compétence des différents acteurs, afin d'éviter des interférences et les entremêlements, mais dans l'esprit d'une gestion participative et communautaire des ressources touristiques du territoire.

Il ressort de ce chapitre que les hypothèses formulées au début de notre recherche ne sont confirmées que partiellement au regard des résultats obtenus à l'exception de la dernière. Il ressort également que ce travail peut être amélioré. A cet effet, des critiques ont été formulées, et leur prise en compte permettra d'aboutir à des recherches de meilleures factures. Enfin, des recommandations ont été faites afin de favoriser une meilleure mise en tourisme du patrimoine et d'accréditer les destinations camerounaises à l'échelle locale, nationale et même internationale. Il faudrait entre autres renforcer la communication du patrimoine et la promotion de l'image du Cameroun en général et de ses principales régions en particulier, favoriser une synergie d'acteurs, etc.

CONCLUSION GENERALE

Cette étude sur la « **Mise en tourisme du patrimoine culturel et développement local de l'arrondissement de Babadjou (flanc Est des monts Bamboutos, ouest-Cameroun)** » avait principalement pour objectif de proposer des stratégies de mise en tourisme du patrimoine culturel de l'arrondissement de Babadjou, pouvant assurer le développement local. Après le cadrage du sujet et la méthodologie élaborée, nous avons mis en exergue l'état des lieux du contexte socio-humain et du patrimoine culturel dans l'arrondissement de Babadjou. Ensuite, nous nous sommes proposés de mettre en évidence l'existant en matière du tourisme et les différents acteurs ainsi que leurs stratégies touristiques autour des éléments du milieu socioculturel dans la zone d'étude. Puis, nous avons décelé les alternatives prospectives afin de mieux gérer et de rentabiliser le patrimoine culturel Babadjou pour des fins touristiques en focalisant notre attention sur le grand festival culturel Lehre des peuples Babadjou, les funérailles et le projet de création d'un complexe culturel de Babadjou. Par la suite, il a été question d'évaluer les implications de la mise en tourisme du patrimoine culturel de Babadjou sur son niveau de développement local. Conscients des limites de notre travail de recherche, nous avons formulé des critiques à son endroit dans le souci majeur d'améliorer la qualité des recherches futures. Enfin, pour améliorer les pratiques touristiques dans la zone d'étude en particulier et au Cameroun en général, des recommandations ont été formulées en vue booster les activités touristiques aux échelles locale et nationale.

Les enquêtes menées sur le terrain nous ont conduit à un plusieurs constats. Tout d'abord, Babadjou est marqué par les originalités exclusives de son patrimoine culturel matériel et immatériel qui relèvent du génie des savoirs, des savoir-faire et de la fascination des us et coutumes de son peuple ; climat favorable à la curiosité touristique malgré quelques faiblesses. Le deuxième constat est relatif à la pluralité des acteurs impliqués dans les logiques touristiques avec des actions très entremêlées. Ce qui rend la tâche très ardue en ce qui concerne les propriétaires des stratégies : une action touristique comme le cas du festival Lehre peut galvaniser à elle seule toute la quasi-totalité des acteurs de développement de la place. Il en ressort aussi que derrière la synergie apparente entre ces acteurs, se cachent de véritables relations concurrentielles et de la quête du pouvoir et de la notoriété au sein de la société. Les logiques visées par chacun d'eux donnent ainsi lieu à des pratiques socioculturelles et territoriales diverses qui concourent au développement de l'arrondissement de Babadjou. Les actions touristiques envisagées sur le terrain sont l'organisation du festival Lehre, le congrès communautaire de Babadjou et ceux des différents quartiers, les championnats de vacances, les ascensions des monts Bamboutos et l'ascension chrétienne du mont rocheux de Ndoji. Mais on note des faiblesses dans l'organisation des événementiels. Un autre constat est celui de la nécessité de diversifier l'offre et les prestations associée à une bonne médiatisation pour faire du festival Lehre un grand événement touristique dans l'arrondissement de Babadjou. Aussi eu égard aux atouts et aux liens entre les funérailles et le tourisme, ces dernières sont d'autres opportunités de mise en tourisme du patrimoine culturel immatériel de Babadjou. Pour ce faire, l'amélioration des programmations, de la culture touristique des organisateurs et de tout autre acteur touristique sont entre autres les alternatives prospectives. Aussi, la création du complexe culturel Babadjou serait une sorte de vitrine des expressions culturelles des Mbasso. D'après les analyses de terrain, la mise en tourisme du patrimoine culturel aura des implications socioéconomiques notoires notamment la création des emplois, le développement des infrastructures sociales de base, l'amélioration du niveau de vie des populations via des revenus subsidiaires etc.

Pour booster à suffisance le secteur touristique au Cameroun tant à l'échelle nationale que locale, les politiques innovantes doivent être pratiquées : renforcer la communication du patrimoine et la promotion de l'image du Cameroun en général et de ses principales régions en particulier, favoriser une synergie d'acteurs ainsi que leur professionnalisme, etc.

BIBLIOGRAPHIE

❖ Ouvrages généraux et spécifiques

- 1- **BARRE J.**, (1995). *Vendre le tourisme culturel*, Paris, Economica, 92 P.
- 2- **BRUNET R. et al**, (1997). *Les mots de la géographie, dictionnaire critique*. Reclus, collection Dynamiques du territoire, 518 p.
- 3- **DESVALLEES, A., MAIRESSE, F.**, (2010). *Concepts clés de muséologie*, ICOM (ed.), Armand Collin, Paris, 87 p.
- 4- **DONGMO J.**, (1990). *Bafou : une grande chefferie de l'Ouest Cameroun*, édition chefferie Bafou, 1990, 30 P.
- 5- **MICHEL B.**, (2001). *Marketing des services touristiques et Hôteliers : spécificités, méthodes et techniques* ; paris, Ed Ellipses 218 P.
- 6- **OLLAGNON H.**, (1984). *Acteurs et patrimoine dans la gestion de la qualité des milieux naturels*.
- 7- **ONOMO E.**, (2009). *Le tourisme culturel au Cameroun*, Collection Problématiques africaines, L'Harmattan, Paris, 123 p.
- 8- **PICARD D. et al**, (2006). *Tourisme, culture et développement durable*. L'Harmattan. Paris, 134 p
- 9- **PICARD M.**, (1992). *Tourisme culturel et culture touristique*. L'Harmattan. Paris, 178 P.
- 10- **SESSA A.**, (1967). *Le tourisme culturel et la mise en valeur du patrimoine culturel aux fins du tourisme et de la croissance économique*. New-York: Nations-Unis CNUCED.
- 11- **URBAIN J.**, (2002). *L'idiot du voyage. Histoires de touristes*, Paris, Editions Payot, 139 P.

❖ Articles revues

- 12- **DESVALLEES A.**, (1985). *Emergence et cheminement du mot patrimoine, Musées et collections publiques de France*, N° 208, Septembre, pp. 6-29.
- 13- **MVENG E.**, (1992) : « *Protection et conservation du patrimoine culturel : A quand le musée national du Cameroun* », In L'archéologie au Cameroun, ESSOMBA, J.M., (ed), Khartala, Paris, pp. 287- 293
- 14- **NOTUE J.**, (1993) : « *Art et culture du Grassland camerounais* », in Les rois sculpteurs : Art et pouvoir dans le Grassland camerounais, HARTER, L.P. présente par PERROIS, L., Réunion des Musées Nationaux, Paris, 223 p.
- 15- **PECQUEUR B.**, (2005). « *Le développement territorial : Une nouvelle approche des processus de développement pour les économies du Sud* ». In Le territoire est mort Vive le territoire, IRD Editions, pp 295-317.
- 16- **UNESCO**, (2003). « *La diversité culturelle, une plateforme conceptuelle* », in Stenou Katarina (éd.), Déclaration universelle sur la diversité culturelle, série Diversité culturelle (1). Paris
- 17- **VIOLIER P.**, (1999). « *Introduction : l'espace local et les acteurs du tourisme* », in Violier (Philippe) dir. *L'espace local et les acteurs du tourisme*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, collection Espaces et territoires, 1999, pp. 9-14.

❖ Mémoires

18-**FOBESSIE T.**, (2010). *Participation des acteurs locaux et aménagement de la commune de Penka-Michel à l'ère de la décentralisation*. Mémoire de master II, UY I. 159 P.

19-**CHETIMA M.**, (2015). *Patrimoine naturel et culturel des monts Mandara (Cameroun) : Potentialités touristiques et contraintes* ».Mémoire de DIPESS II, Département d'histoire ENS/Université de Maroua 103 P.

20-**DAOUDI J.**, (2008). *Mise en tourisme du patrimoine culturel de la chefferie de Bandjoun*, GTN, projet tutoré de licence professionnelle en tourisme et hôtellerie, U Y I, 98 P.

21-**FANGA**, (2011). *Valorisation du patrimoine culturel de Bangoulap*, GTN, projet tutoré de licence professionnelle en tourisme et hôtellerie, Université de Yaoundé I, 95P.

22-**NGANTE A.**, (2005), « Rencontres culturelles et développement du tourisme festivalier au Cameroun : cas du Ngondo », GTN, projet tutoré de licence professionnelle en tourisme et hôtellerie, Université de Yaoundé I, 105P.

23-**TITOH G.**, (2008). *Tourisme et mutations socio-économiques dans le département du Mayo-tsanaga 1954-2004*. Mémoire de maîtrise, département de géographie, UYI, 138P.

24-**YONKEU M A.**, (2010). *Mise en tourisme durable du festival Medumba*, GTN, projet tutoré de licence professionnelle en tourisme et hôtellerie, Université de Yaoundé I, 106 P.

25-**YOSSA T.**, (2009). *Création d'une agence de tourisme de 2^e catégorie à Bafang*, GTN, projet tutoré de licence professionnelle en tourisme et hôtellerie, UY I, 102 P.

❖ Web graphie

26-<http://www.babadjou.net> Consulté le 15 Février 2016

27-http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/bspf_0249-7638_2003 Consulté le 15 Février 2016

28-<http://whc.unesco.org/fr/conventiontexte/> Consulté le 15 Février 2016

29-<http://portal.unesco.org> Consulté le 15 Février 2016

30-<http://icom.museum/francais.html> Consulté le 12 décembre 2015

31- <http://www.icomos.org/tourism/patintrans/html> Consulté le 12 décembre 2015

32- http://www.routard.com/images_contenu/partir/destination/tunisiepop.gif Consulté le 12 décembre 2015

33-**GAGNON S.** (2007). « L'attractivité des territoires », en ligne : <http://teoros.revues.org/786.file=1> (consulté le 25 février 2016)

❖ Textes et lois

33-Documents de stratégie sectorielle de développement du tourisme au Cameroun, décembre 2005

34-Loi N° 98/006 du 14 avril 1998 – relative à l'activité touristique au Cameroun

35-Loi N°2013/003 DU 18 Avril 2013 spécifique au patrimoine culturel et complémentaire à la loi du tourisme N° 98/006 du 14 avril 1998

ANNEXES

Annexe n°1 : QUESTIONNAIRE D'ENQUETE

THEME : MISE EN TOURISME DU PATRIMOINE CULTUREL ET DEVELOPPEMENT LOCAL DANS L'ARRONDISSEMENT DE BABADJOU (FLANC EST DES MONTS BAMBOUTOS, OUEST-CAMEROUN).

I- IDENTIFICATION DU SITE

Date de l'enquêteN°quartier

II- STATUT DE L'ENQUETE (E)

- 1- Sexe : masculin féminin
- 2- .âge : 20-30 31-40 41-50 plus de 50 ans
- 3- Statut matrimonial : célibataire marié(e) divorcé(e)
- 4- Niveau d'instruction : pas fréquenté(e) primaire secondaire supérieur
- 5- Activités principales : salarié (e) agriculture pêche chasse bucheron vigne
Artisanat commerce autre.....

III- POTENTIEL TOURISTIQUE

- 6- Etes- vous résident de Babadjou? Oui non
- Sinon, quelle est votre fréquence de visite à Babadjou ? Mensuelle trimestrielle annuelle
- 7- Que savez- vous de la culture Babadjou ? riche pauvre
- 8- Quelles sont les potentialités culturelles du peuple Babadjou ? sa chefferie
l'artisanat art culinaire (mets spécifiques) chants et danses traditionnelles coutumes et rites cérémonies culturelles modes vestimentaires autres
- 9- existe-t-il certains éléments du milieu naturel capable de susciter l'admiration du touriste à Babadjou? Oui non si oui, lesquels ? cours d'eau chutes montagnes grottes roché autres..... (nommez lesdits éléments)
- 10- Nommez quelques éléments de la culture Babadjou que vous connaissez de :
 - L'artisanat :
 - Art culinaire (mets) :
 - Danses traditionnelles :
 - Coutumes et rites :
 - Cérémonies : intronisation des chefs funérailles exhumation des crânes
congrès autres :
- 11- Voyez-vous souvent des touristes dans votre village ? oui non

- Si oui, les voyez-vous à quelle fréquence ? Régulière irrégulière très irrégulière
- 12- Qu'est ce qui attire beaucoup plus de touristes chez vous ? Nature événements culturels
- 13- Vous aussi, aimez-vous faire du tourisme ? oui non
- 14- Si oui, qu'admirez-vous le plus ? Nature événements culturels
- 15- Avez- vous déjà entendu parler du festival culturel « leehre » de la chefferie supérieure Babadjou? Oui non
- Si oui, en quoi consiste t- il ?.....
- 16- Ce festival attire t- il un grand public à la chefferie Babadjou ? Oui non
- 17- Quelle est la provenance des visiteurs ? locaux villages voisins étrangers camerounais étrangers non camerounais si possible, énumérez quelques nationalités d'origines pour les non camerounais :.....
- 18- Quels sont les principaux lieux de distraction et de loisir dans l'arrondissement de Babadjou ? buvettes (bar) cabarets jardin public hôtels marché
- 19- Aimerez- vous visiter la chefferie supérieure Babadjou? Oui non
- Pour quelles raisons ?.....

IV- ACTEURS ET STRATEGIES TOURISTIQUES

- 20- Organise t- on des évènements culturels à Babadjou ? oui non Si oui, lesquels ? congrès festival culturel « Lehre » championnats de vacances cérémonies traditionnelles Autres :.....
- 21- Quels sont les principaux acteurs des évènements culturels dans l'arrondissement de Babadjou ? autorités traditionnelles élites locale élite extérieure population
- 22- Quels sont les principaux acteurs du tourisme et loisir dans l'arrondissement de Babadjou ? autorités traditionnelles commune élites particulier office du tourisme
- 23- Pensez- vous que la culture Babadjou soit visible à l'étranger ? oui non
- Si oui à quel pourcentage l'estimez-vous ? 100% 75% 50% 25%
- 24- Si la culture Babadjou est visible, quels en sont les principaux moyens publicitaires ? oral radio télévision presse écrite les manifestations des ressortissants vivant à l'étrier

INCIDENCES ET OU IMPORTANCE DU TOURISME CULTUREL DANS L'ARRONDISSEMENT DE BABADJOU

- 25- Pratique t- on des activités autour des événements culturels? Oui non
- Si oui, lesquelles.....
- 26- Exercez-vous une activité ayant trait au tourisme ? oui non

Si oui, laquelle ?.....

27- Cette activité nourrit-elle son homme? Oui non

28- Combien en estimez-vous votre revenu mensuel ? moins de 50000 50000-100000
100000-150000 150000-200000 plus de 200000

CONTRAINTES AU TOURISME ET DEFIS A RELEVER (PERPESTIVE DE SOLUTION)

29- Quelles sont les principales contraintes au tourisme dans l'arrondissement de Babadjou ? Faiblesses de communication insuffisance d'infrastructure touristique
insécurité manque de route

30-Quelles sont les structures d'accueil que vous connaissiez et combien connaissez-vous ?

-restaurants :

-structures d'hébergement :

-agence de voyage.....

-autres.....

31-Selon vous, comment peut-on valoriser la culture Babadjou pour des fins touristiques ?

.....

32-Pensez-vous que la création d'un complexe culturel dans l'arrondissement de Babadjou puisse être une bonne alternative ? Oui non

33-La création de ce complexe, agence de promotion de la culture peut-elle générer des revenus et améliorer les conditions de vie de la population locale ? Oui non

34-Quels types de prestations aimerez-vous retrouver dans cet espace ?.....

36-Par quels moyens aimerez-vous être informés par rapport aux activités touristiques de ce complexe ? Medias Affiche publicitaire Autres.....

37- Qu'est-ce que vous attendez du gouvernement ou alors quelles sont vos suggestions pour ce qui concerne la valorisation de votre patrimoine culturel ?.....

Merci pour votre bonne contribution

Annexe n°2 : Guide d'entretien pour autorités traditionnelles

1-Que pensez-vous de la culture Babadjou aujourd'hui ?

2- La chefferie Babadjou est-elle visitée par les touristes ?

3- Quels sont les éléments les plus importants de la chefferie ?

4-Pensez-vous que le patrimoine culturel de Babadjou puisse être un atout du développement?

5-Selon vous, comment peut-on valoriser la culture Babadjou ?

6-A votre niveau, avez-vous mis en place une stratégie de mise en tourisme du patrimoine culturel Babadjou ?

Si oui, comment ?

7-Quels sont les types de tourisme qu'on peut pratiquer à Babadjou ?

8 -Le festival culturel « Lehre » attire t- il un grand public à la chefferie Babadjou ? Oui
non

9 -Quelle est la provenance des visiteurs ? Locaux villages voisins étrangers camerounais
étrangers non camerounais si possible, énumérez quelques nationalités d'origines pour les
non camerounais :.....

10- Etes-vous satisfaits de la qualité de fréquentation ?

11-Pensez-vous que la mise en place d'un complexe culturel pour la promotion du tourisme serait la bienvenue dans la localité ?

Si oui, pourquoi?

Si non, pourquoi ?

12-Quelles peuvent être vos attentes du gouvernement en termes d'appui ?

Merci pour votre bonne contribution

Annexe n°3: Guide d'entretien pour responsables des infrastructures d'accueil et de restauration

1-Quels sont les formes d'hébergement que vous connaissez à Babadjou

2-Comment trouvez-vous les infrastructures d'accueil et de restauration à Babadjou ?

3-Comment s'est opéré le choix d'implantation de votre structure ?

4-Pouvez-vous avoir l'idée du nombre de personnes qui visite vos locaux ?

Si oui, à combien l'estimerez-vous par jourPar mois.....Par an

5-Quelle est la provenance de la plupart de vos visiteurs ? Locaux étrangers

6-Quels mets les présentez-vous et quels en sont les plus préférés ? Locaux étrangers

7-Quelle est votre stratégie de communication ou de publicité ?

8-Quel est votre potentiel d'accueil et d'emploi ?

9-Quels sont vos services ?

10-Quels sont vos véritables défis à relever ?

11-Selon vous, l'arrondissement de Babadjou est-il une véritable destination touristique de par sa culture ?

Merci pour votre bonne contribution

Annexe n°4 : Guide d'entretien pour les responsables publics (office du tourisme)

- a. Existe-t-il des évènements culturels ou des pratiques à vocation touristique dans l'arrondissement de Babadjou ?
- b. Que faites-vous pour les valoriser ?
- c. Êtes-vous satisfaits de la qualité de fréquentation ?
- d. Quels sont les acteurs impliqués dans les activités touristiques à Babadjou?
- e. Avez-vous suffisamment des moyens pour valoriser des ressources culturelles de Babadjou à des fins touristiques ?
- f. Qu'est-ce que cela peut apporter dans le développement local ?
- g. D'après vous, qui est appelé à valoriser ?
- h. Quels sont les principales contraintes à l'exercice du tourisme à Babadjou ?