

**UNIVERSITE DE YAOUNDE I**  
**THE UNIVERSITY OF YAOUNDE I**

**ECOLE NORMALE SUPERIEURE**  
**DEPARTEMENT DE GEOGRAPHIE**



**HIGHER TEACHER TRAINING COLLEGE**  
**DEPARTMENT OF GEOGRAPHY**

**POTENTIALITES TOURISTIQUES ET**  
**DEVELOPPEMENT DE**  
**L'ARRONDISSEMENT DE BATCHENGA**  
**(CENTRE- CAMEROUN)**

*Mémoire présenté en vue de l'obtention du diplôme de*  
*professeur l'enseignement secondaire de deuxième*

*Grade (DIPES II)*

**MBOUHOM William**

*Master II en Géographie*

*D.E.A en Science politique*

**Sous la Direction de:**

*Pr. Priso D. Dickens*

*Maitre de Conférences*

*Année académique 2015-2016*



**UNIVERSITE DE YAOUNDE I**  
**THE UNIVERSITY OF YAOUNDE I**

**ECOLE NORMALE SUPERIEURE  
DEPARTEMENT DE GEOGRAPHIE**



**HIGHER TEACHER TRAINING COLLEGE  
DEPARTMENT OF GEOGRAPHY**

**POTENTIALITES TOURISTIQUES ET  
DEVELOPPEMENT DE  
L'ARRONDISSEMENT DE BATCHENGA  
(CENTRE- CAMEROUN)**

*Mémoire présenté en vue de l'obtention du Diplôme de  
professeur de l'enseignement secondaire de deuxième*

*Grade (DIPES II)*

**MBOUHOM William**

*Master II en Géographie*

*D.E.A en Science politique*

**Sous la Direction de:**

*Pr. Priso D. Dickens*

*Maitre de Conférences*

# LISTES DES ENSEIGNANTS DU DEPARTEMENT DE GEOGRAPHIE DE L'ENS DE YAOUNDE

## NIVERSITE DE YAOUNDE I ECOLE NORMALE SUPERIEURE

DEPARTEMENT DE GEOGRAPHIE  
BP : 47 Yaoundé, Cameroun  
e-mail : [rjassako@yahoo.fr](mailto:rjassako@yahoo.fr); [dotgeog\\_ensv1@yahoo.fr](mailto:dotgeog_ensv1@yahoo.fr)



REPUBLIQUE DU CAMEROUN

Paix – Travail – Patrie

### 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 PIEPPOUO GNIGNI NSANGOU 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

## **LISTE DES ABREVIATIONS**

<b>BUCREP</b>	: Bureau Central des Recensements et des Etudes de la Population
<b>ENS</b>	: Ecole Normale Supérieure
<b>FAO</b>	: Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture
<b>INC</b>	: Institut National de Cartographie
<b>INS</b>	: Institut National de Statistiques
<b>IRD</b>	: Institut de Recherche pour le développement
<b>GIC</b>	: Groupe d'Initiative Commune
<b>PFNL</b>	: Produits Forestiers Non Ligneux
<b>OMT</b>	: Organisation mondiale du tourisme
<b>MINTOUR</b>	: Ministère du tourisme
<b>MINTOUL</b>	: Ministère du tourisme et des loisirs
<b>PIB</b>	: Produit intérieur brut
<b>SPSS</b>	: Statistical package for social science
<b>NTIC</b>	: Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication
<b>WTO</b>	: World Tourism Organization
<b>ONG</b>	: Organisation Non Gouvernementale
<b>CVUC</b>	: Communes et villes unies du Cameroun
<b>DIPES II</b>	: Diplôme de professeur d'enseignement secondaire second grade
<b>MINEPAT</b>	: Ministère de l'économie de la planification et de l'aménagement du territoire
<b>CDE</b>	: Camerounaise des eaux
<b>CAMWATER</b>	: Cameroon water utilities
<b>UNESCO</b>	: Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture
<b>OCDE</b>	: Organisation de coopération et de développement économique.
<b>PFNL</b>	: Produits Forestiers non Ligneux

## ABSTRACT

Our study is based on a sample random sampling of 16 villages in Batchenga sub-division. Our study has as main objectif to show that if the touristic potentials of the Batchenga sub-division are transformed into final touristic products, they will contribute to the local development. In so doing, investigation was done on the field through the administration of questionnaires to the population and interview guides to resource persons. As a result we came to discover that tourism in Batchenga sub-division suffers from various ills: the bad state of raods, insufficient lodging facilities, the non valorization of tourism potentials, the absence of funding and touristic promotion, the absence of a touristic map and the lack of interest on the part of the population and the elites. At the end of our study we came to the conclusion that the promotion of tourism activites can naturally contribute to the direct socio-economic development of the locality (creation of direct and indirect employment, construction of communication facilities. Consequently tourism through the offering of quality services, the safeguard of cultural heritage will become essential gear for local development. Suggestions and efforts should be made in terms of the valorization of natural and touristic sites, valorization of cultural heritage in a bit satisfy the needs of tourist in search of rich and diversified journey and stay. The state has to apply touristic policies in collaboration with local actors and invest in the tourism sector in the Batchenga Sub-division.

**Key words: Touristic potentials, Valorisation, Investment, Promotion, Touristic product, Local development.**

**DEDICACE**

Au

*Professeur Moïse MOUPOU*

*Qui a guidé mes pas dans la recherche scientifique*

## REMERCIEMENTS

La recherche scientifique, dans sa pratique, est un construit collectif où chacun contribue à sa manière à sa réalisation. Ainsi, de la conception du sujet à sa concrétisation par le biais de ce mémoire, plusieurs personnes ont permis l'élaboration de cette étude. Nous tenons à exprimer ici notre profonde gratitude :

- A notre directeur de mémoire, **Pr. PRISO D. Dickens** qui malgré ses multiples occupations et son état de santé très fragile, nous a toujours consacré du temps pour nous encadrer et nous prodiguer des conseils.
- A tous les enseignants du Département de Géographie de l'ENS de Yaoundé qui ont, pendant deux années, participé avec rigueur, à notre formation à travers leurs enseignements et leurs conseils.
- A tous mes camarades de la 55<sup>ème</sup> promotion, avec qui nous avons passé des années mémorables. Nous leur disons merci pour leur collaboration et la solidarité dont ils ont fait preuve à notre égard.
- A la famille NGUEYE SIMEON pour tout le soutien moral, affectueux et matériel qu'elles m'ont apporté.
- A ma mère NGOPE MADELEINE pour tous les sacrifices et le soutien inestimable qu'elle nous a accordé dans la réalisation de ce mémoire.
- A ma bien aimée ETANG PIERRE MARIE REINE ET MES DEUX ENFANTS : MBARGA MBOUHOM EMILE JUNIOR ET NGOPE MBOUHOM MERVEILLE PATRICIA pour leurs encouragements

Que tous ceux qui, de près ou de loin, ont participé à la réalisation de ce travail trouvent ici l'expression de notre profonde gratitude.



**TABLE DES TABLEAUX**

Tableau 1 : Catégorie de visiteurs.....	20
Tableau 2 : La conceptualisation de la variable indépendante .....	24
Tableau 3 : La conceptualisation de la variable dépendante.....	25
Tableau 4: Présentation de la population de Batchenga ville et de ses environs .....	36
Tableau 5 : Nombre de questionnaires distribués par Groupement et par village de l'Arrondissement de Batchenga.....	41
Tableau 6: Les logiciels SIG et leurs utilisations.....	43
Tableau 7 : Taux estimatifs des salaires des travailleurs à Batchenga entre 1890-1914 .....	69
Tableau 8: L'absence d'infrastructures d'hôtelières dans tout l'arrondissement .....	80
Tableau 9 : Les formations sanitaires de l'Arrondissement de Batchenga.....	82
Tableau 10: Le faible budget alloué pour le fonctionnement des communes dans le cadre de la décentralisation .....	84

## TABLE DES FIGURES

<b>Figure 1</b> : La carte de la vigilance.....	6
<b>Figure 2</b> : Localisation de la zone d'étude .....	10
<b>Figure 3</b> : Contribution du tourisme au PIB en Afrique subsaharienne.....	12
<b>Figure 4</b> : Système du tourisme de LENGEL(2005).....	18
<b>Figure 5</b> : La structure du système tourisme .....	31
<b>Figure 6</b> : schéma de la théorie de la croissance économique .....	32
<b>Figure 7</b> : Taille de la population dans les villages de Batchenga .....	37
<b>Figure 8</b> : Etapes de création du Model numérique de terrain de l'Arrondissement de Batchenga.....	44
<b>Figure 9</b> : Le relief de l'Arrondissement de Batchenga .....	48
<b>Figure 10</b> : Modèle numérique de terrain de l'arrondissement de Batchenga .....	49
<b>Figure 11</b> : Carte pluviométrique de l'Arrondissement de Batchenga.....	51
<b>Figure 12</b> : Température dans l'Arrondissement de Batchenga.....	53
<b>Figure 13</b> : Végétation de l'arrondissement de Batchenga .....	54
<b>Figure 14</b> : L'hydrographie de l'Arrondissement de Batchenga.....	57
<b>Figure 15</b> : Densité de la population dans l'Arrondissement de Batchenga .....	61
<b>Figure 16</b> : Pyramide des âges de l'Arrondissement de Batchenga.....	62
<b>Figure 17</b> : Mode d'approvisionnement en eau dans 'arrondissement de batchenga.....	85
<b>Figure 18</b> : Source d'éclairage des populations de l'Arrondissement de Batchenga .....	86
<b>figure 19</b> : L'impact du tourisme sur le developpement de batchenga.....	90
<b>Figure 20</b> : La part de la population des hommes et les femmes de Batchenga .....	91
<b>Figure 21</b> : LES APPORTS DU TOURISME A L'ECONOMIE DE BATCHENGA.....	93
<b>Figure 22</b> : Potentialités touristiques de l'Arrondissement de Batchenga .....	102
<b>Figure 23</b> : Circuit touristique de l'arrondissement de Batchenga.....	105

**TABLE DES PLANCHES  
PHOTOGRAPHIQUES**

<b>Planche 1 :</b> Les produits artisanaux de Batchenga.....	68
<b>Planche 2 :</b> Les chutes de Nachtigal .....	73
<b>Planche 3 :</b> Une diversité de paysages .....	76
<b>Planche 4 :</b> L'état des voies de communication de l'Arrondissement de Batchenga.....	81
<b>Planche 5 :</b> Exemple d'aménagement des berges de la Sanaga .....	104

## TABLE DES PHOTOS

<b>Photo 1:</b> Une forêt galerie au Nord de Batchenga.....	55
<b>Photo 2 :</b> Entrepôt de la SFCT .....	58
<b>Photo 3 :</b> Le Palais présidentiel du feu président Ahidjo .....	63
<b>Photo 4 :</b> Le président Ahidjo et ses hôtes Français.....	64
<b>Photo 5:</b> Le président Camerounais et ses hôtes à la plage de Ndji .....	65
<b>Photo 6 :</b> Le Président Ahijo et son homologue Français à bord d'un train .....	65
<b>Photo 7:</b> Le Bac en mouvement .....	66
<b>Photo 8 :</b> Des petites corbeilles .....	68
<b>Photo 9 :</b> Des paniers de marché .....	68
<b>Photo 10 :</b> La prison de Bachenga à l'époque Allemande .....	70
<b>Photo 11 :</b> Lieu d'accueil du marché périodique de Batchenga.....	71
<b>Photo 12 :</b> les chutes de Nkol-Ndji.....	74
<b>Photo 13:</b> la plage à sable de Batchenga .....	77
<b>Photo 14 :</b> La route allant à Nachtigal.....	81
<b>Photo 15 :</b> Un véhicule de transport de Batchenga .....	81
<b>Photo 16 :</b> Le forage du centre hospitalier de l'Arrondissement de Batchenga.....	85
<b>Photo 17:</b> Plage avant l'aménagement .....	104

## TABLE DES MATIERES

LISTE DES ABREVIATIONS.....	ii
ABSTRACT.....	iii
DEDICACE .....	iv
REMERCIEMENTS.....	v
TABLE DES TABLEAUX.....	vi
TABLE DES FIGURES .....	vii
TABLE DES PLANCHES PHOTOGRAPHIQUES.....	viii
TABLE DES PHOTOS.....	ix
TABLE DES MATIERES .....	x
INTRODUCTION GENERALE .....	2
PREMIERE PARTIE :.....	5
CADRAGE GENERAL DE L'ETUDE .....	5
I.1- CONTEXTE DE L'ETUDE.....	6
CHAPITRE I : EXPLORATION DU SUJET .....	6
I.2- DELIMITATION DU SUJET .....	8
I.2.1- Délimitation thématique.....	8
I.2.2- Délimitation temporelle .....	8
I.2.3- Délimitation spatiale :.....	8
I.3- PROBLEMATIQUE .....	11
I.4- QUESTION DE RECHERCHE .....	12
I.4.1- QUESTION CENTRALE DE RECHERCHE.....	12
I.4.1- - QUESTIONS SPECIFIQUES DE RECHERCHE .....	12
I.5- OBJECTIFS DE NOTRE TRAVAIL D'ETUDE .....	13
I.5.1- Objectif principal .....	13
I.5.2- Objectifs spécifiques .....	13
I.6- HYPOTHESES DE RECHERCHE .....	13

I.6.1- Hypothèse principale: .....	13
I.6.2- Hypothèses secondaires: .....	13
I.7- JUSTIFICATION DU CHOIX DU SUJET .....	14
I.8- INTERET DU SUJET .....	14
I.8.1- Intérêt académique .....	14
I.8.2- Sur le plan pratique .....	14
I.8.3- Sur le plan social .....	14
I.9- REVUE DE LA LITTERATURE .....	15
I.10- CADRE CONCEPTUEL.....	18
I.11- CADRE OPERATOIRE.....	23
I.12- CADRE THEORIQUE.....	26
Conclusion.....	33
CHAPITRE II : METHODOLOGIE .....	34
II.1- Démarche méthodologique générale.....	34
II .1.2- La recherche exploratoire des données.....	34
II .1.2.1- Recherche documentaire.....	34
II .1.2.2- Les sources internet .....	35
II .1.2.3- Les données iconographiques .....	35
II .1.2.4- Les données statistiques.....	35
II .1.2.5- Les données démographiques .....	35
II.2.2- Collecte des données primaires .....	38
II.2.2.1-Observation directe.....	38
II.2.2.2- Enquête exploratoire.....	38
II.2.2.3- Enquête de terrain .....	38
2. - Traitement des données .....	42
2.1 - Les traitements liés aux SIG.....	42
2.2- Traitement statistique des données.....	43
2.3-Traitement des photographies .....	44
2.4- Élaboration des Modèles Numériques d'Élévation (MNÉ) .....	44
3 – Les difficultés de terrain .....	44
4 – La rédaction du mémoire.....	45
Conclusion.....	45
DEUXIEME PARTIE : RECHERCHE, COLLECTE ET TRAITEMENT DES DONNEES .....	46

CHAPITRE III : APERÇU DE L'ARRONDISSEMENT DE BATCHENGA ET SES ATTRACTIONS TOURISTIQUES .....	47
III. 1. Un milieu naturel aux atouts multiples .....	47
III.1.1. Un relief fort contrasté.....	47
III.1.2. Un climat diversifié et favorable au développement des activités touristques ..	50
III.1.3. Une végétation luxuriante.....	54
III.1.4. Des sols fertiles pour l'Agrotourisme.....	55
III.1.5. Une hydrographie favorable à la navigation et à l'irrigation.....	56
III.2. Un milieu humain intéressant pour son l'histoire.....	58
III.2 .1 Aperçu historique de la localité de Batchenga .....	59
III.2 .2 Une population nombreuse, dynamique, et accueillante .....	59
III.3.Les attractions touristiques.....	62
III.3.1.Les attractions architecturales, humaines et artisanales .....	62
III.3.1.1. Le palais présidentiel peut être rénové et transformé en musée .....	62
III.3.1.2. Le vieux bac, une attraction pour les touristes et visiteur .....	66
III.3.1.3. L'artisanat .....	67
III.3.1.4. La prison correctionnelle pour les travailleurs récalcitrants des Allemands ..	69
III.3.1.5. L'Hôtel de ville de Batchenga .....	70
III.3.1.6- Le marché périodique de Batchenga : lieu de brassage de peuple et de découverte culturelle.....	71
III.4. Les attractions naturelles .....	72
III.4.1.Les chutes de Nachtigal .....	72
III.4.2. Les chutes de Nkol-Ndji .....	73
III.4.3- De l'agriculture pour l'agrotourisme.....	74
III.4.4. La flore et la faune sauvage pour l'écotourisme.....	74
III.4.5- Des beaux paysages.....	75
III.4.6- La Sanaga, un cours d'eau important pour le tourisme.....	77
III.4.7- Une plage à sable au lieu dit « résidence » pour un tourisme balnéaire .....	77
Conclusion.....	78
CHAPITRE IV : LES DIFFICULTES AU DEVELOPPEMENT DU TOURISME DANS L'ARRONDISSEMENT DE BATCHENGA .....	79
IV.1- L'absence de contrôle dans l'activité touristique et de navette sur la ligne de chemin de fer.....	79
IV.2-L'absence des infrastructures d'hébergement : les Hôtels .....	79
IV.3-L'absence des points de loisirs .....	80

IV.4-Les voies de communication : un véritable casse-tête pour l'accès des touristes à la localité, aux sites touristiques et aux populations locales .....	80
IV.5- L'absence des agences de voyage et de couverture statistique.....	82
IV.6- L'absence d'organisation de l'activité touristique et de mise en valeurs des sites touristiques .....	82
IV.6- L'insuffisance et le sous équipement des centres de santé .....	82
IV.7- La défaillance des acteurs en charge du tourisme et l'absence d'un Marketing touristique.....	83
IV.8- L'insuffisante formation des acteurs locaux .....	83
IV.9 Le manque d'organisation de l'activité touristique.....	83
IV.10- La modicité du fonds alloués au secteur touristique.....	83
IV.11- les difficultés d'accès à l'eau potable et à l'électricité .....	84
Conclusion.....	86
TROISIEME PARTIE : _PRESENTATION, CRITIQUES DES RESULTATS ET RECOMMANDATIONS .....	88
CHAPITRE V : OPPORTUNITE DE DEVELOPPEMENT ET SOLUTIONS AUX DIFFICULTES TOURISTIQUES DANS L'ARRONDISSEMENT DE BATCHENGA... 89	
V.1 - Le tourisme : une opportunité de développement futur de l'Arrondissement de Batchenga .....	89
V.1.1- Les effets d'entraînement du tourisme.....	89
V.1.1.1-Les possibles retombées sociales pour la localité de Batchenga.....	90
V.1.1.1.1-Le tourisme générateur d'emplois et de revenus.....	90
V.1.1.1.2-La réalisation d'œuvres sociales .....	92
V.1.1.2- Les possibles retombées économiques .....	92
V.2- Les stratégies pour une amélioration du tourisme à Batchenga.....	93
V.2.1- Aménager et valoriser les sites touristiques .....	93
V.2.2- La construction d'infrastructure routière fiable .....	93
V.2.3- La construction des unités d'hébergement de bonne qualité et des points de loisirs à Batchenga.....	93
V.2.3- L'aménagement et l'équipement des hôpitaux et centres de santé de la localité 93	
V.2.4- L'accès aux services d'utilité publique de bonne qualité (eau et électricité)....	94
V.2.5- augmenter de façon considérable les fonds alloués au développement du tourisme au Cameroun et équiper les services de la délégation du tourisme de la Lékié .....	94
V.2.3- construction d'un pont sur la Sanaga à Nachtigal .....	94
V.2.4- La nécessité de qualification et formation de la population locale .....	94



V.2.5- La mise à niveau de l'offre potentielle en matière de transport.....	95
V.2.6- Le contrôle de l'activité touristique et la navette sur la ligne de chemin de fer qui traverse la localité.....	95
V.2.6- La promotion de la destination Batchenga et le financement des projets touristiques.....	95
Conclusion.....	95
CHAPITRE VI : VERIFICATIONS DES HYPOTHESES, CRITIQUES RESULTATS ET RECOMMANDATIONS .....	96
VI.1 Critiques .....	96
VI.1.1 Vérification des hypothèses.....	96
VI.1.1.1 Des hypothèses validées .....	96
VI.1.2 Critique de la méthodologie .....	97
VI.1.2.1. Apports de la méthodologie .....	97
VI.1.2.2 Limites de la méthodologie .....	98
VI.2 Les recommandations.....	99
VI.2.1 Les propositions d'amélioration du cadre méthodologique .....	99
VI.2.2 Recommandations à l'endroit des acteurs impliqués dans l'essor du tourisme à Batchenga .....	99
CONCLUSION GENERALE.....	105
BIBLIOGRAPHIE.....	105
ANNEXES .....	aaaaa

# **INTRODUCTION GENERALE**

Les pays de l'Afrique subsaharienne, au regard de leur situation économique morose se penchent sur le tourisme pour se développer. Le Cameroun fait parti des pays qui cherchent leur avenir dans le secteur touristique. Mais comment y parvenir ?

Dans l'optique de trouver des réponses à cette question, le département de Géographie de l'Ecole Normale Supérieure de l'Université de Yaoundé 1 a proposé comme thématique centrale des mémoires de DIPES II pour la 55<sup>e</sup> promotion : « **Tourisme et Développement au Cameroun** ». De cette thématique vont découler quatre axes de recherche à savoir : les infrastructures touristiques ; les politiques touristiques, les potentialités touristiques et le développement et en fin la typologie des activités touristiques. Notre sujet de recherche à savoir « potentialités touristiques et développement de l'arrondissement de Batchenga », s'inscrit dans l'axe portant sur les potentialités touristiques et le développement. En effet, il est question ici de montrer que, si le potentiel touristique de l'arrondissement de Batchenga est transformé en produit touristique, il va nécessairement contribuer au développement de cette localité.

Le Cameroun sans conteste a un bel avenir devant lui. Mais la réalisation de cet avenir, si promoteur, ne pourra se faire sans la participation de tous (Paul Biya, 2009), La précision de l'option du politique en matière de type de tourisme à promouvoir - à savoir un tourisme de masse à l'intérieur à côté d'un tourisme élitiste pour visiteurs internationaux - n'a valeur que d'orientation (Biya, 1986).

Sur la voie du développement touristique au Cameroun, la priorité revient aussi bien aux acteurs locaux qu'au Gouvernement de se préoccuper de la valorisation du potentiel touristique des territoires. A cet effet l'arrondissement de Batchenga malgré ses multiples potentialités touristiques n'est pas encore arrivé à devenir une destination touristique. Or, le constat selon lequel le tourisme et le développement des localités font bon ménage est perceptible. Aujourd'hui, le tourisme apparaît comme une expérience importante concernant l'efficacité du concept de développement local. En effet grâce à ses exigences de qualité, de développement des services et de maintien du patrimoine il peut être un moteur essentiel du développement local. Batchenga qui présente un environnement riche en potentialités naturelles, en patrimoines historiques et culturels, arguments majeurs pour la relance et le développement du tourisme.

A partir des observations directes sur le terrain, des enquêtes et des recherches documentaires, en vue de parvenir aux objectifs assignés, nous avons structuré notre travail de recherche en 6 chapitres :

- Le premier chapitre est consacré au cadrage général de l'étude qui présente entre autres, la revue de la littérature, la problématique de recherche, les questions de recherche, les hypothèses de recherche, les objectifs de recherche, le cadre théorique et conceptuel ;
- Le second chapitre quant à lui présente la méthodologie appliquée dans cette étude;
- Le troisième chapitre présente les potentialités touristiques de l'Arrondissement de Batchenga;
- Le quatrième chapitre examine les freins à la mise à valeur des atouts touristiques de Batchenga ;
- Le cinquième chapitre s'attèle à l'interprétation des résultats et de leurs critiques

- Le sixième chapitre propose des stratégies visant à faire de Batchenga une destination touristique ;

**PREMIERE PARTIE :  
CADRAGE GENERAL DE  
L'ETUDE**

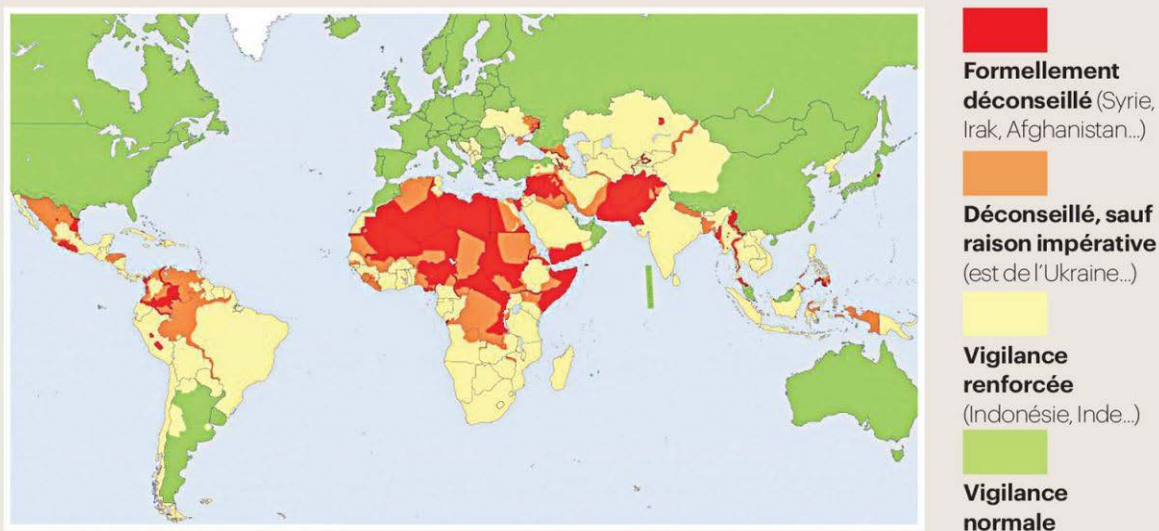
## CHAPITRE I : EXPLORATION DU SUJET

### I.1- CONTEXTE DE L'ETUDE

Depuis quelques dizaines d'années, la part du tourisme dans l'économie a connu une croissance rapide. En effet, le tourisme est devenu l'une des plus grandes industries mondiales créatrices d'emplois et de revenus, et génératrices de nombreux investissements. Cependant, Le tourisme doit faire face à un nouveau défi à savoir : le terrorisme. A cet effet une carte de vigilance a même été dressée par le ministère Français des affaires étrangères. Sur cette carte (**Figure 1**), force est de constater qu'une partie du Cameroun figure comme une zone formellement déconseillé. Toutes ces mesures ne sont pas de nature à encourager la venue des touristes dans notre pays.

### LA CARTE DE LA VIGILANCE

Intitulée « Conseils aux voyageurs », **cette carte datée du 6 août est publiée par le ministère français des Affaires étrangères.** Elle est régulièrement mise à jour.



(Source : <http://www.leparisien.fr/magazine/grand-angle/terrorisme-contre-tourisme-27-08-2015-5039563.php#xtref=https%3A%2F%2Fwww.google.cm>)

**Fig.1** : La carte de la vigilance

En effet, La Tunisie et l'Egypte, victimes récurrentes d'actes terroristes, ont perdu une large partie de la manne touristique, qui représentait respectivement 15,2 % et 12,8 % du PIB de ces pays en 2014 (selon le World Travel and Tourism Council). Il n'y a pas que dans les pays arabes que les touristes sont pris pour cible, comme l'a rappelé l'attentat de Bangkok, en Thaïlande et de Grand-Bassam, en Côte d'Ivoire, « Le risque existe partout ».

Les attentats du 11 septembre 2001 au Etats unis, du 13 novembre 2015 en France, du 22 mars 2016 en Belgique ou du 13 mars en Côte d'Ivoire en entraînant des annulations en série dans l'hôtellerie, en affectant le transport aérien et les tours opérateurs, ont eu un

impact négatif sur l'économie de ces pays. Dans la foulée, les actions de plusieurs acteurs-clés du secteur ont fortement reculé. C'est le cas pour Air France KLM, pour le groupe hôtelier français Accorhotels.com ou encore pour le britannique Intercontinental qui ont vu leur clientèle touristique décroître.

Selon le dernier Baromètre O.M.T du tourisme mondial, les arrivées de touristes internationaux ont atteint 1 milliard 138 millions en 2014, une augmentation de 4,7 % par rapport à l'année précédente. Ceci montre que les attentats n'ont pas dissuadé les touristes ; ils ont tout simplement changés de destination. La contribution directe des Voyages et du Tourisme au PIB mondial a été de 2400 milliards de dollars en 2014, ainsi que la création de 105 millions emplois. En prenant en compte l'ensemble de ses impacts sur la chaîne d'approvisionnement, la contribution totale du secteur au PIB mondial a été de 7600 milliards de dollars (9,8% du PIB) soit une augmentation de 3,6% en 2014. Une fois de plus la croissance du secteur a été plus rapide que celle de l'économie générale, et ce pour la cinquième année consécutive. 2, 1 millions d'emplois supplémentaires ont été générés directement dans le secteur en 2014 et au total, 6,1 millions de nouveaux emplois ont été créés induits par l'activité touristique. La contribution totale des voyages et du tourisme à l'emploi a progressé de 2,3 % en 2014. Pour 2015, l'OMT prévoit une croissance de 3 à 4 % du tourisme international, consolidant encore un peu plus la reprise économique mondiale.

Depuis l'obtention du statut de destination touristique en 2010, synonyme du franchissement du cap de 500 000 arrivées par an selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), l'attraction que le Cameroun exerce sur les touristes ne cesse de s'accroître. En effet, selon les statistiques du Ministère du Tourisme et des Loisirs, le Cameroun a accueilli en fin novembre 2013, un total de 912 000 touristes, contre 817 000 à la fin de l'année précédente. Ce qui équivaut à une augmentation de près de 100 000 touristes en un an, soit 10% de plus. Des statistiques qui auraient pu être plus reluisantes, n'eut été l'insécurité qui règne dans la partie septentrionale du pays, où est concentrée une bonne partie des sites, du fait des attaques répétées de la secte islamiste nigériane Boko Haram. Une lecture des chiffres du gouvernement permet de constater qu'entre 2008 et 2013 en attendant les statistiques de 2014, le Cameroun a presque doublé le nombre d'arrivée de touristes sur son territoire.

En effet, pendant que la Banque Mondiale révèle que le tourisme a représenté 2,6% du PIB moyen des pays d'Afrique subsaharienne en 2014, au Cameroun, cette activité ne représente que 1% du PIB du pays, selon la même source. Pour la presse et le gouvernement, ceci pourrait se justifier par :

- La sous-exploitation des produits touristiques ;
- L'insuffisance des politiques de promotion de la destination Cameroun ;
- L'inadéquation des structures hôtelières et de tourisme, qui sont de plus en plus délabrées
- L'insuffisance des aménagements apportés aux sites retenus pour la pratique de l'activité touristique ;
- Les problèmes de sécurité ;
- Et les mauvaises infrastructures de communication.

L'expansion et le développement de l'industrie touristique au Cameroun pourtant, semblent être plus accentués dans certaines régions que dans d'autres, malgré les atouts

naturels ou humains qu'on puisse y trouver, comme c'est le cas dans l'Arrondissement de Batchenga, notre zone d'étude.

## **I.2- DELIMITATION DU SUJET**

### **I.2.1- Délimitation thématique**

La présente recherche s'inscrit dans la relation positive et productive entre le tourisme et le développement dans les pays en voie de développement. En effet, traiter du potentiel touristique revient à en identifier les forces et les faiblesses en vue d'y apporter quelques suggestions. Le tourisme pourra se développer à travers l'augmentation des visiteurs avec son cortège d'effets bénéfiques sur le pays et les populations.

Le Département de Géographie de l'Ecole Normale Supérieure de Yaoundé a défini comme thème central de recherche pour la 55<sup>e</sup> promotion : « Tourisme et Développement au Cameroun ». Le thème central étant subdivisé en quatre axes de recherche à savoir : potentiels touristique et développement, écotourisme, infrastructures touristiques et enfin les politiques touristique. Notre sujet « potentialités touristiques et développement de l'arrondissement de Batchenga » s'inscrit dans le troisième axe notamment « potentiels touristiques et développement ».

### **I.2.2- Délimitation temporelle**

Le tourisme, est une activité créatrice de revenus autant pour le gouvernement que pour les populations locales et de ce fait, il s'octroie une place privilégié tant au niveau international que national. L'analyse du potentiel touristique de notre zone d'étude est faite à partir d'une étude diachronique qui s'étend de la période allant de 1996 à 2015 (instauration et observation de la décentralisation au Cameroun). En effet, Qui dit décentralisation dit transfert de compétence, et qui dit transfert de compétence dit autonomie et indépendance de la collectivité. Or, au Cameroun les autorités locales attendent encore tout du pouvoir central. Nous avons donc fait le choix de cette intervalle pour montrer que l'administration telle qu'elle est faite à l'heure actuelle dans notre pays est très d'une administration décentralisée par conséquent la Décentralisation doit être repensée au Cameroun. Qu'il s'agisse des Chutes de Nachtigal dont on raconte que c'est en remontant le cours du fleuve Sanaga à la recherche des sources, que l'Allemand Nachtigal découvrit le site abritant les fameuses chutes qui portent son nom, de l'édifice de la prison correctionnelle construit par les Allemands ou du Palais présidentiel du feu président Ahidjo à Ndji etc..., l'essentiel du potentiel touristique de l'arrondissement de Batchenga est ruine et rien n'est fait au niveau local.

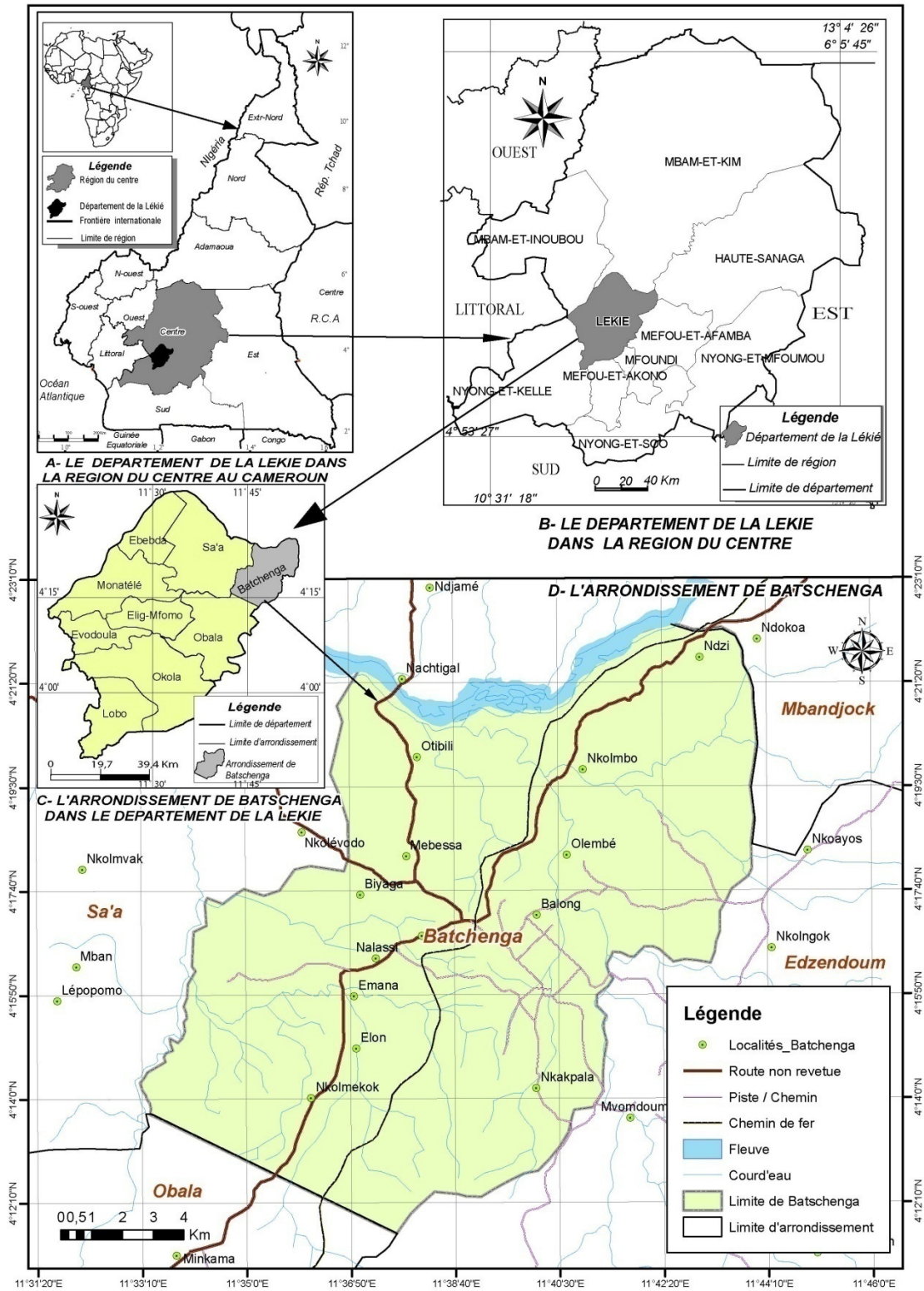
### **I.2.3- Délimitation spatiale :**

Notre étude portant sur les potentialités touristiques et le développement nous donne l'opportunité de nous appesantir sur le cas de l'Arrondissement de Batchenga, Cet Arrondissement est une entité du plateau sud camerounais avec une altitude de 510 m. Situé dans la Région du Centre plus précisément dans le Département de la Lékié et au Nord de Yaoundé. Entre 4°17 - 4°28 de latitude Nord et entre 11°39 - 11°65 de longitude Est. La position UTM est QK97 et la référence Joint Operation Graphics est NB32-16. Batchenga dont le fuseau horaire est UTC/GMT+1 couvre une superficie de 216 km<sup>2</sup> sur les 2989 Km<sup>2</sup>



que compte tout le département et compte 16 villages. L'Arrondissement de Batchenga se limite :

- Au Nord-Ouest par l'Arrondissement de Ntui,
- Au Nord par l'Arrondissement de Mbandjock ;
- Au Sud par l'Arrondissement d'Obala,
- A l'Ouest par l'Arrondissement de Sa'a,
- A l'EST par l'Arrondissement d'Edzendum (**Figure 1**)



(Source : Carte topographie de Bafia au 1/ 200 000)

**Fig.2 :** Localisation de la zone d'étude

### I.3- PROBLEMATIQUE

Selon les indicateurs de la Banque Mondiale de 2002, le tourisme apportait aux pays en développement 9% des devises étrangères et environs trois fois plus que l'aide octroyée par les pays de l'OCDE<sup>1</sup>.

Pour l'Organisation Mondiale du Tourisme (O.M.T), le tourisme est la principale source des devises étrangères pour 46 des 49 pays les moins avancés. D'autres pays les plus avancés comme la République Dominicaine, les Maldives, la Tunisie ou l'Egypte par exemple, ont vu la part du tourisme dans leur P.I.B se renforcer fortement et contribuer à leur croissance économique <sup>2</sup> (**Figure 3**).

Au Cameroun, on remarque que le secteur touristique est important et développé de manière inégale selon les régions. De ce fait, « cette Afrique en miniature » comme on l'appelle, connaît des zones de prédilection comme le Grand Nord avec son Safari, le Littoral où la tendance porte sur le tourisme balnéaire ou encore l'Ouest Cameroun avec ses multiples cérémonies traditionnelles et culturelles et ses montagnes pour ne citer que celles-là. Ces différenciations ont donc pour avantage de rendre plus facile le choix du touriste par rapport à ses désirs.

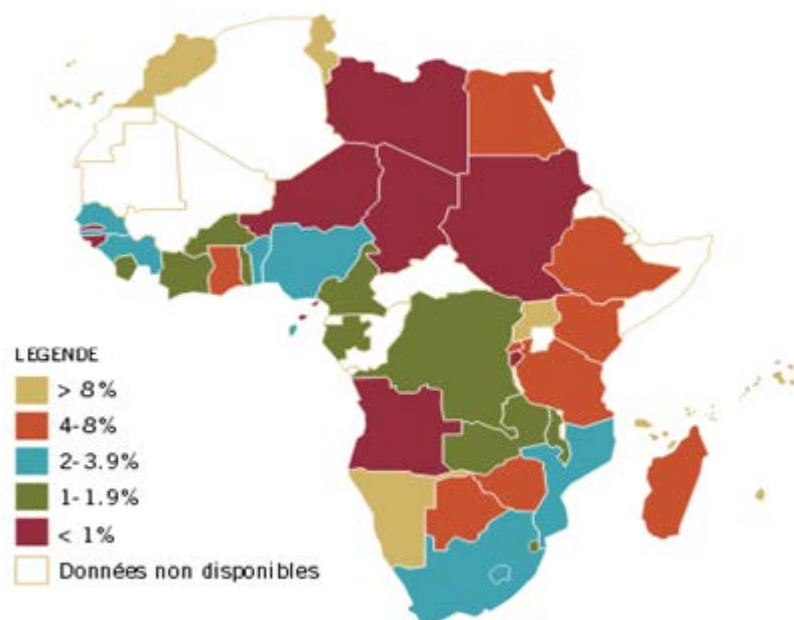
Pourtant, on peut dire que valoriser certains lieux par rapport à d'autres a créé une grande brèche dans l'industrie touristique de notre pays. Ainsi, si l'on compare par exemple notre PIB 2003 qui était de 2.43 % à celui d'un autre pays d'Afrique comme le Ghana avec 3.5% la même année, on se rend compte qu'en dépit du slogan du MINTOUL en l'an 2000 ; « Toute l'Afrique dans un seul pays », cette activité n'y est réellement développée. Au vu de ce qui précède, l'on peut dire que le potentiel touristique des régions « sous valorisées » pourraient, elles aussi contribuer à relever ce chiffre comme c'est le cas de l'Arrondissement de Batchenga qui fait partie des localités possédant des sites aux potentiels touristiques immenses, mais mal ou tout simplement sous exploités.

Malgré des multiples atouts naturels et humains, la localité ne se développe pas. Sur place, on cherche en vain un centre urbain digne de ce nom et des constructions d'envergure. L'essentiel de la vie tourne autour du carrefour « Etoile Bar », non loin de la gare routière pratiquement vide. Ici, l'essentiel du transport est assuré par des motos. En l'absence d'un quartier administratif, les rares services publics sont logés au gré des opportunités, certains occupants des bâtiments abandonnés par des entreprises en cessation d'activité. Il en va ainsi du siège de l'arrondissement ou de la Brigade de Gendarmerie. Si on compte sur place trois formations sanitaires et une dizaine d'écoles primaires, l'enseignement secondaire est peu représenté en dehors du Lycée classique. Ils sont nombreux à souhaiter l'ouverture d'un collège d'enseignement technique et des établissements privés. Les populations font face aux désagréments de la vie courante à savoir : le difficile accès à l'eau potable, les fréquentes coupures d'électricité, le mauvais état des routes, manque d'emplois pour les jeunes. La question foncière est une préoccupation récurrente. La création en son temps d'une vaste exploitation agro-industrielle a privé progressivement de nombreuses populations de l'accès de la terre.

---

<sup>1</sup> - GEORGE CASES et GEORGE COURADE., « le masque du tourisme » in *Tiers monde*, Tome 45, n°178, s.l, 2004, pp247-268.

<sup>2</sup> - SEBASTIEN C., « Les incidences du tourisme » in *Tiers monde*, Tome 45, n°178, s.l, 2004, pp269-291



(Source : O.M.T 2014.)

**Fig. 3 :** Contribution du tourisme au PIB en Afrique subsaharienne

#### I.4- QUESTION DE RECHERCHE

##### I.4.1- QUESTION CENTRALE DE RECHERCHE

*Comment les potentialités touristiques peuvent-elles contribuer au développement de l'Arrondissement de Batchenga ?*

##### I.4.1- - QUESTIONS SPECIFIQUES DE RECHERCHE

De la question de recherche qui précède, découlent les questions spécifiques suivantes :

- Quelles sont les potentialités touristiques de l'Arrondissement de Batchenga ?
- Qu'est ce qui freine la mise en valeur de ces potentialités touristiques ?
- Quelles sont les stratégies à mettre sur pied pour valoriser ces potentialités touristiques ?

## **I.5- OBJECTIFS DE NOTRE TRAVAIL D'ETUDE**

### **I.5.1- Objectif principal**

Notre objectif dans le cadre de ce travail est de montrer que la mise en valeur du potentiel touristique de l'Arrondissement de Batchenga aura un impact sur le développement de cette localité.

### **I.5.2- Objectifs spécifiques**

Le souci de notre étude étant de montrer que malgré les différents attraits de notre zone, l'activité touristique fait face à de nombreux obstacles. Il importe donc pour nous :

- De mettre en exergue le capital touristique physique et humain de l'Arrondissement de Batchenga.
- D'examiner les freins à la mise en valeur du potentiel touristique de cette localité.
- De proposer des solutions qui permettent de valoriser le potentiel touristique de l'Arrondissement de Batchenga.

## **I.6- HYPOTHESES DE RECHERCHE**

En tant que proposition de réponse à la question posée, l'hypothèse de recherche tend à formuler une relation entre des faits significatifs (Grawitz, 2002 : 398)<sup>3</sup>.

### **I.6.1- Hypothèse principale:**

L'hypothèse principale autour de laquelle s'articule cette étude est la suivante :

- ✚ La mise en valeur des potentialités de l'Arrondissement de Batchenga va contribuer au développement de cette localité.

### **I.6.2- Hypothèses secondaires:**

Les hypothèses spécifiques alors rattachées à cette question principale de recherche sont les suivantes :

- Le Palais présidentiel hérité du feu président Ahidjo sur les bords de la Sanaga qui pourrait être rénové et réhabilité, L'édifice de la prison correctionnelle pour travailleurs récalcitrants à l'époque coloniale allemande, les chutes de Nachtigal et les chutes de Nkol-Ndji (la Colline du gorille), Mais Batchenga, c'est bien aussi autre chose : C'est l'immense plage de sable sur les bords de la Sanaga (au lieu dit "résidence"), le pittoresque de l'ancien bac sur le fleuve, et la possibilité de rendre visite aux hippopotames.
- Les facteurs qui bloqueraient le développement du tourisme dans l'Arrondissement de Batchenga seraient entre autres le manque d'une politique et des stratégies propres de la part des décideurs en vue d'un développement durable du tourisme.
- pour valoriser les potentialités touristiques de l'arrondissement de Batchenga, les populations locales et l'Etat devront agir en synergie ou être des partenaires en mettant en place un certain nombre de mesures parmi lesquelles : le marketing et la communication, la mise en place des infrastructures d'accompagnement, et les

---

<sup>3</sup> - **GRAWITZ M.; 2002, Méthodes des sciences sociales**, Paris, Dalloz.

agences de tourisme. Des efforts devraient se ressentir au niveau de l'éducation, de la formation et la sensibilisation des populations et personnes impliquées dans le tourisme.

### **I.7- JUSTIFICATION DU CHOIX DU SUJET**

Le choix de ce sujet se justifie par notre connaissance du milieu où nous avons grandi et observé un certain nombre de phénomènes qui ont refait surface lorsque nous avons pris connaissance du thème central de notre promotion « Tourisme et Développement Local ». Toute suite, avons fait le rapprochement avec Batchenga et décidé d'investiguer sur les contraintes et les solutions au développement du tourisme dans cette localité.

En 1998, le Cameroun a adopté une loi relative à l'activité touristique qui dans ses dispositions générales assigne plusieurs missions au tourisme, notamment la mise en valeur du patrimoine touristique national. Cette loi est complétée par un arrêté du MINTOUL de 2011 qui transfère aux communes les compétences en cette matière.

Malgré ce cadre réglementaire favorable, aucune activité touristique n'est actuellement visible dans la localité de Batchenga.

La présente étude vise à analyser les stratégies à mettre en place dans le but de faire connaître les richesses touristiques de l'arrondissement de Batchenga, afin permettre à la localité d'entrer dans les destinations touristiques du Cameroun

### **I.8- INTERET DU SUJET**

#### **I.8.1- Intérêt académique**

Ce travail répond à une exigence académique à savoir la présentation d'un mémoire de recherche en vue d'être évalué partiellement pour l'obtention du Diplôme de DIPES II ; mais aussi.

#### **I.8.2- Sur le plan pratique**

Le développement du tourisme au Cameroun en général et à Batchenga en particulier, en créant des emplois, permettrait de résoudre un soi peu le problème de chômage observé dans notre société. Ce travail tente d'apporter une modeste contribution à la connaissance scientifique dans la mesure où l'étude des problèmes de développement du tourisme dans cette localité se veut de contribuer le plus possible à la résolution des dits problèmes. Ainsi, il participe à l'expansion de l'industrie touristique camerounaise et par conséquent, au développement régional. Cette étude est un outil d'aide à la décision sur lequel, les décideurs doivent s'appuyer pour développer le tourisme dans le Département de la Lékié en général et dans l'Arrondissement de Batchenga en particulier.

#### **I.8.3- Sur le plan social**

Grâce au développement du tourisme dans l'Arrondissement de Batchenga, les conditions de vie des habitants de cette localité s'amélioreraient à la suite de la croissance des activités tant formelles qu'informelles.

## **I.9- REVUE DE LA LITTERATURE**

La littérature sur le tourisme est assez fournie et diversifiée. Cependant, l'Arrondissement de Batchenga alimente très peu d'écrits à ce sujet. Pourtant, en dépit de ce handicap, quelques ouvrages, mémoires et thèses consultés ont le mérite de nous avoir fourni des informations importantes sur le sujet abordé.

### ▪ **Les travaux portant sur la problématique du tourisme au Cameroun**

**M. Tchindjang et K. Fodouop (2003)** <sup>4</sup>intitulé : *le Cameroun, un pays aux potentialités touristiques sous – exploitées*, nous a permis de conforter l'idée selon laquelle le Cameroun ne connaît pas ses potentialités touristiques. Le véritable problème ici est que le pays ne s'est pas toujours approprié une politique efficace et efficiente sur le tourisme ; aussi n'arrive-t-il pas à se distinguer comme une destination touristique. Par la suite, dans son second article, **M. Tchindjang et al (2006)** <sup>5</sup>mettent en exergue les difficultés de développement de l'écotourisme dans les aires protégées du Cameroun. Ce document nous a permis d'avoir une idée très précise sur l'orientation à donner à cette dans l'arrondissement de Batchenga.

**Essono (1981)**.pense que La valorisation du potentiel touristique partiellement inventorié jusqu'à ce jour, passe par des actions concrètes du nombre desquelles l'aménagement s'insérant dans la logique d'un aménagement équilibré, concerté et planifié du pays en général dans la perspective de la maîtrise du territoire.

Le problème des politiques touristiques en rapport avec le développement du pays peut alors se poser. En effet, le manque de politique cohérente et incitative, l'inadaptation et les contradictions dans les orientations politiques, l'inefficience et la non application des plans de développement expliquent le sous développement du secteur touristique du Cameroun (**Ekori, 1986**).

**Essono (2000)** <sup>6</sup>examine le chemin parcouru par le tourisme camerounais donne lieu à une évaluation sans complaisance. Ainsi sont passées en revue les questions en relation avec les attractions touristiques, les espaces d'hébergement, l'odyssée de la structure administrative, la promotion, la commercialisation... dans ce qu'il convient d'appeler la mémoire du tourisme camerounais. Le pays y est découpé en quatre régions touristiques (Côte, Nord, Ouest, Centre-Sud-Est) et en dix pôles de développement avec pour toile de fond l'aménagement du territoire et la valorisation du produit touristique comme le gage de l'essor du secteur.

### ▪ **Les travaux portant sur L'approche économique et le développement du tourisme**

---

<sup>4</sup> - **TCHINDJANG, M. ET KENGNE FODOUOP (2003)**. *Le Cameroun, un pays aux potentialités touristiques sous-exploitées*. Boletim Goiano de Geografia Vol 23 N°1, Jan/juin2003. pp.1-22 ; 9fig. 1tab. Rio de Janeiro, Brésil.

<sup>5</sup> - **TCHIDJANG, M.,ABOSSOLO, S.A., AMOUGOU, J.A. ET MENGA F.V. (2006)**. *Les difficultés de développement de l'écotourisme dans les aires protégées du Cameroun*. Instituto de Estudos Sócio-Ambientais ; Boletim Goiano de Geografia Vol 26 N2, Juil/Déc 2006. pp.11-47 ; 12fig. 7tab. Rio de Janeiro, Brésil

<sup>6</sup> - **ESSONO E. F(2000)**. *Le tourisme au Cameroun*. Imprimerie Saint Paul, Yaoundé. 259P.

L'approche économique du tourisme vise à mesurer l'impact économique du tourisme sur le développement notamment à travers une contribution au PIB des états ou son poids dans le circuit économique. Cette approche s'inscrit dans une problématique plus large de la « productivité économique » liée à la mesure des effets induits pour les pays qui ont investi dans l'activité touristique. Dans ce cadre le tourisme est envisagé comme une ressource spécifique pouvant servir de base à la construction d'une stratégie de développement des pays.

**NASAH, M. (1977)**<sup>7</sup>, s'intéresse aux opportunités qu'offre le tourisme international en tant que facteur de développement pour les pays sous-développés dont la majorité vient d'accéder à l'indépendance ; en montrant que le tourisme peut générer des revenus pouvant contribuer au PIB des pays sous développés grâce à l'impact positif qu'il produit sur l'économie.

**MAINET, N. (1979)**<sup>8</sup> quant à elle pense que le Cameroun bénéficie d'énormes et exceptionnelles richesses naturelles et humaines malgré le mouvement général de découverte de l'Afrique qui a suscité des concurrents sérieux dans d'autres pays.

**NEH, P (1999)**<sup>9</sup> insiste sur le lien entre croissance du tourisme et accumulation des revenus des populations locales vis-à-vis des touristes étrangers et à qui les retombées ne profitent pas généralement. Ainsi, il pose un problème de perception du tourisme par les mentalités locales et ses effets sur le bien-être social et culturel des populations locales à travers l'art, l'artisanat et la culture.

**CAZES(1992)**<sup>10</sup> quant à lui souligne trois domaines sur lesquels les effets du tourisme sont perceptibles dans les pays du tiers-monde : l'économie, la culture et l'environnement. Bien qu'en se présentant comme une alternative à la crise économique dans ces pays, le tourisme occulte les problèmes liés aux conséquences et à la gestion de l'espace.

La logique de développement de **PECQUER(2004)**<sup>11</sup> qui est fondée sur des éléments propres à l'espace (endogènes) s'oppose au modèle plus ancien de développement territorial basée sur des ressources extérieures au territoire (paradigme du « développement par le haut » caractérisé entre autre par une intervention importante de l'Etat).

**Saskia Cousin et Bertrand Réau (2009)**<sup>12</sup>, envisagent le tourisme d'abord d'un point de vue historique. Les auteurs décrivent comment, selon des mécanismes déjà bien connus, le tourisme est né au sein de l'aristocratie britannique, avant de s'étendre au XVII<sup>e</sup> siècle dans toute l'Europe, puis de se diffuser, avec la révolution industrielle, au sein des couches bourgeoises. Ils s'intéressent ensuite à la manière de compter et classer les touristes à

---

<sup>7</sup> - **NASAH, M. (1977)**. Quelques impacts du tourisme international sur l'économie des pays sous-développés : Application du Cameroun. Mémoire de licence en économie. Université de Yaoundé I. 69 p.

<sup>8</sup> - **MAINET, N. (1979)**. Les aspects géographiques du tourisme au Cameroun. Thèse de Doctorat 3<sup>e</sup> cycle, Géographie. Université de Bordeaux III. 268p.

<sup>9</sup> - **NEH, P (1999)**. *Tourism and the economy of Mezam division, North West province of Cameroon*. Post-graduate diploma in geography. University of Yaounde I. 95p.

<sup>10</sup> - **CAZES(1992)**. *Tourisme et le Tiers-monde : un bilan controversé*. Ed. L'harmattan. Paris. 208 p.

<sup>11</sup> - **PECQUER(2004)**. *Vers une géographie économique et culturelle autour des notions de territoire*. Revue de Géographie et culture. No 49. Pages 71-86

<sup>12</sup> - **Saskia Cousin, Bertrand Réau (2009)**, *Sociologie du tourisme, collection « Repères », édition La Découverte, 126 pages.*



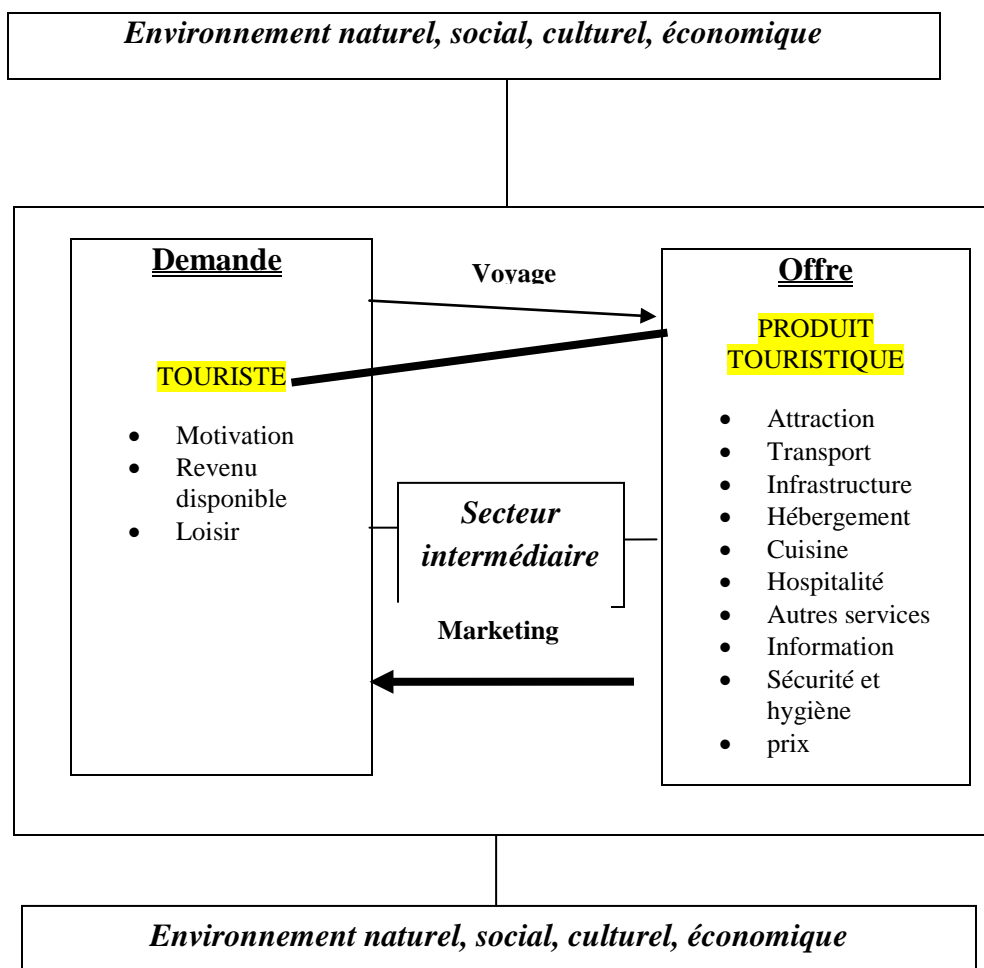
travers les statistiques, livrant à la fois une réflexion sur les sources disponibles pour travailler sur le tourisme, et sur les évolutions de la statistique, aujourd'hui davantage basée sur les aspects économiques, voire sur le marketing, que sur les pratiques. Le chapitre consacré aux pratiques est l'occasion de constater le creusement des écarts entre les classes sociales concernant les vacances. Cet écart concerne à la fois la fréquence des départs, le type de vacances, la part du budget qui leur est consacrée, mais aussi le sens qui est donné aux vacances. Les nouvelles formes de tourisme, tourisme solidaire ou tourisme des racines par exemple, et leurs contradictions, sont analysées de près, ainsi que l'augmentation du nombre de touristes non-occidentaux. L'ouvrage s'intéresse également aux enjeux économiques et politiques du tourisme à travers les marchés du tourisme et leur encadrement, notamment dans le cadre de la mondialisation. Le rôle des élites locales, des pouvoirs publics nationaux et ceux d'institutions internationales comme l'UNESCO, qui tente de définir ce que serait un « bon » et un « mauvais » tourisme

- **Les travaux portant sur l'approche synthétique de l'offre et de la demande**

Cette approche s'appuie sur deux composantes indissociables du tourisme : l'offre et la demande. Pour que le tourisme se développe, il faut d'abord une offre du produit touristique comme le prise **BRUNET (1993 :433)**<sup>13</sup> lorsqu'il fait allusion aux ressources. Il n'existe de ressource « que si c'est connue, révélée, et si l'on est en mesure de l'exploiter ; dans le cas contraire c'est n'est pas encore une ressource ». le tourisme se présenterait de ce fait comme un axe stratégique d'une politique d'aménagement qui doit proposer tout à la fois une offre compétitive visant à montrer les attentes des visiteurs et même temps contribuer positivement au développement de la localité et au bien-être de ses habitants. Cette approche est davantage donnée par les auteurs qui considèrent le tourisme comme un système dans lequel le touriste n'est qu'un acteur. L'approche synthétique correspond au modèle du tourisme préconisé par **LENGEL (2005)**

---

<sup>13</sup> - **BRUNET R. (ss. Dir.)**, (1993), *Les mots de la géographie. Dictionnaire critique*, Montpellier, GIP RECLUS et La Documentation Française, 518p.



**Figure 4 : Système du tourisme de LENGEL(2005)**

De manière globale selon LENGEL, l'offre du produit touristique est conditionnée par le niveau de la demande qui, elle-même est soumise aux conditions de l'environnement sociopolitique et économique internationale (**Figure 4**). Cette approche, même si elle n'est pas exhaustive paraît très intéressante en ce sens qu'aucun schéma, encore moins de politique touristique, ne peut se prévaloir de négliger l'un de ces paramètres ; celle-ci prend en compte une production spatiale et sociale à partir desquelles émergent différents types de représentations avec, en prime, des processus de valorisation.

### I.10- CADRE CONCEPTUEL

L'objet social soumis à l'étude ne devient objet scientifique que par une coupure épistémologique, c'est-à-dire la séparation de l'univers de la conscience immédiate de celui de la réflexion scientifique (Grosser, 1972 : 46)<sup>14</sup>. On a recours pour ce faire aux concepts, dont certains méritent ici d'être clairement définis, à savoir : tourisme, touriste, potentiel touristique, produit touristique, site touristique, fréquentation touristique, développement et de développement local.

<sup>14</sup> - GROSSER A. ; 1972, *L'explication politique*, Éditions complexe,

**Le tourisme** recouvre diverses significations. D'abord au sens étymologique, il vient de l'anglais *tourism* lui-même issu du français 'tour'. Il s'agissait à l'origine (au XIX<sup>e</sup>) siècle pour l'aristocratie anglaise d'aller 'faire un tour', généralement sur le continent.

Quant au Dictionnaire Petit Robert, il le définit comme le fait de voyager, de parcourir pour son plaisir un lieu autre que celui où l'on vit habituellement (même s'il s'agit d'un petit déplacement ou si le but principal est autre).

Pour l'OMT, le tourisme est le fait de se rendre dans un autre pays que celui de son lieu de résidence pour une durée d'au moins 24 heures et pour toute raison que celle d'y exercer une autre activité rémunérée.

Le Conseil Supérieur du Tourisme français considère quant à lui que le tourisme regroupe l'ensemble des activités de production et de consommation auxquelles donnent lieu des déplacements assortis d'une nuit au moins passée hors du domicile habituel, le motif du voyage étant l'agrément, les affaires, la santé (thermalisme et thalassothérapie) ou la participation à une réunion professionnelle, sportive ou religieuse, etc. ( Baud *et al*, 1998).

George, P (1970) définit le tourisme comme une «activité liée aux loisirs qui appelle des déplacements saisonniers de population essentiellement urbaine vers les régions favorisées par leurs aptitudes naturelles à répondre à l'attente des touristes, et faisant l'objet des spéculations diverses quant à leur équipement adéquat".

Dans la plupart des cas, le tourisme nécessite un déplacement plus ou moins lointain, un changement temporaire d'habitat et généralement un changement d'habitudes. Il se caractérise aussi par l'alternance entre le repos et le divertissement après une longue période de travail, et intègre la notion de villégiature qui vient de l'italien *villégiatura* de plus, on devrait procéder à un aménagement dans les lieux de séjour temporaire afin que les visiteurs se sentent à l'aise.

Il apparaît que la définition du tourisme fait ressortir quatre agrégats : le déplacement, le lieu, la durée et le motif. En conséquence, nous retenons que **le tourisme** est l'ensemble des activités liées au déplacement des personnes (résidentes ou non) pour un séjour de durée minimale de 24 heures et 6 mois au plus dans un lieu donné pour un motif d'agrément, personnel ou professionnel.

L'on pourra ainsi définir le **touriste** comme quelqu'un qui fait du tourisme. D'après Frank et Edward A. podesta (1965), le touriste est une personne ne résidant pas dans un lieu d'accueil ou n'y percevant aucune rémunération, qui effectue une visite temporaire pour un séjour d'au moins vingt quatre heures. Les raisons de cette visite étant généralement les loisirs (distraction, vacances, sports...) ou les affaires (familles, études scientifiques congrès politiques...) ou les deux à la fois. Le MINTOUR quant à lui définit le touriste comme « un visiteur qui passe au moins une nuit dans un établissement collectif ou privé du lieu de visite » donc le touriste est nommé comme tel s'il est recensé dans une structure hôtelière.

Le touriste est défini comme un être humain qui se trouve dans une situation particulière à savoir dans un lieu autre que son lieu habituel pour une pratique de

recréation. Pour plus d'informations sur ce concept, nous aimerions dire que le touriste est un voyageur. Retenons que tout voyageur n'est pas nécessairement un touriste. Il existe cependant quatre catégories de voyageurs (**Tableau 1**) :

- *Les excursionnistes* : ce sont les voyageurs dont la visite n'entraîne pas une nuit passée à l'extérieur du domicile habituel ;

*Les touristes courts séjours* : sont des voyageurs dont le déplacement entraîne trois nuits consécutives au plus, hors de leur domicile habituel ;

- *Les touristes longs séjours* : sont ceux dont le déplacement entraîne au moins, quatre nuits consécutives hors du domicile habituel et n'excédant pas une année.

- *Et les vacanciers*

Ceci nous amène à relever qu'un touriste est un voyageur visitant par opposition au voyageur passant. La notion de touriste est définie en fonction du motif et de la durée du déplacement c'est d'ailleurs ce dernier critère qui permet de distinguer le touriste de l'excursionniste ou vacancier.

**Tableau 1 : Catégorie de visiteurs**

<b>Durée</b>	<b>Dénominations</b>
Moins de 24 heures	excursionniste
Plus de 24 heures et moins de 04 mois	touriste
Au moins 04 jours et plus de 04 mois	vacancier

(**Source** : Yves Tinard, *le tourisme : économie et management*, Ediscience intenational, Paris, 1994, page 7.)

Toutefois, nous allons considérer comme **touriste** dans le cadre de cette étude toute personne qui est arrivée dans un site et a séjourné en dehors de ce dernier.

Les termes tourisme et touriste font ressortir l'expression d'établissement d'hébergement touristique qui est défini par le MINTOUR comme toute installation qui de façon régulière ou occasionnelle, offre un certain nombre de places qui permettent aux touristes d'y passer la nuit. Il s'agit donc des hôtels, d'établissements para hôteliers, de cures de logements pour vacance, etc...

Les composantes d'un défi touristique sont des éléments immuables au tourisme à savoir : le transport, l'hébergement, la restauration et l'animation.

**Le potentiel touristique** est une expression qui revoie aux richesses touristiques. C'est l'ensemble des atouts naturels ou sociaux pouvant être admirés dans un milieu par les touristes à des fins récréatrices ou ludiques. A l'état brut, naturel ou pittoresque ces dits atouts sont favorables au développement du tourisme. Cette expression renvoie donc à celle de site touristique.

**Site touristique** c'est un ensemble composé d'éléments topographiques ou socio-économiques vu sous l'aspect attrayant et fascinant. Un site touristique a une valeur

culturelle et une histoire, qui ont pour spécificité d'attirer la curiosité du visiteur et ainsi de contribuer au développement des activités touristiques. Ils s'inscrivent donc en gros plan dans le paysage géographique d'un pays ou d'une région.

**La fréquentation touristique** quant à elle est le fait de visiter un lieu pour ses attractions. Pour nous, il sera question du nombre de touristes visitant un site pour un agrément ou dans le but de se relaxer. Même si le touriste passe plusieurs fois sur un lieu pour le visiter, chacune de ses entrées sera considérée ou comptée comme nouvelle.

## **Développement**

De prime abord, il est nécessaire de souligner que le « développement » est un terme générique qui peut faire l'objet de différentes lectures notamment politique, économique et sociologique. Partant de la définition du dictionnaire Larousse (2000), qui définit le développement comme étant « l'action de dérouler, de passer en revue, de donner sa pleine ampleur à quelque chose qui était jusque-là potentiel, possible ». La notion de développement a longtemps été perçue dans l'unique dimension économique, en la confondant à une croissance économique, donc une accumulation effrénée des biens matériels. Cette notion opère une distinction entre économie des pays développés et celle des pays sous développés sur la base des capacités de production des biens. George P. (1974) souligne de ce fait que, le développement implique forcément des transformations et des modifications des structures sociales et économiques.

La définition sociologique du développement est celle qui semble présenter le plus de clarté. Selon G. Myrdal (1991), il s'agit « *d'un mouvement vers le haut de tout le corps social, en matière de besoins fondamentaux (accès à l'eau, à la santé à la l'éducation, aux loisirs,...)* ». Elle lie le développement au simple fait que la croissance des individus qui composent la société et la possibilité dont ils disposent pour satisfaire leurs besoins vitaux. L'appréhension sociologique du développement apparaît comme une sorte de catégorisation de la société en classe bien définie.

Le développement au sens économique fait référence à une croissance qui se vérifie entre autres par le PIB/habitant, le pourcentage de la dette intérieure et extérieure et aussi l'équilibre de la balance commerciale. Gilbert Rist (1996), désigne le développement économique comme l'ensemble des transformations structurelles qui rendent possibles et accompagnent la croissance économique et l'élévation du niveau de vie. Ces transformations se caractérisent par la production de biens et services, qui se font de manière continue et évolutive selon les besoins de la société. Comme telles, ces mutations semblent impliquer un processus linéaire et cumulatif.

Le volet politique accorde un aspect aussi particulier au terme développement. Dans ce sens, le développement politique est inéluctablement marqué par l'adoption d'un régime qui fait sien les principes fondamentaux de transparence, de participation, de responsabilité, d'efficacité, d'obligation de rendre compte et de primauté des droits civique. C'est donc là, les seules conditions, sinon les plus essentielles qui garantissent le succès de toute initiative de développement.

Selon Brunet et Al, (1993), la notion de développement s'est imposée à l'analyse du géographe, pour désigner une amélioration des situations locales et régionales qui assurent une certaine harmonie entre une croissance quantitative et une croissance qualitative dans les domaines sociaux et culturels. Cette approche est également celle des Nations Unies (1991), qui en considérant l'homme comme étant la finalité de tout projet de développement a dégagé l'aspect humain du développement au moyen de l'indice de développement humain (IDH), qu'en plus du revenu par tête, privilégie l'accès à l'éducation, l'accès aux soins de santé et le droit à un environnement sain.

Dans cette étude, le concept de développement se situe à un autre niveau, celui d'une opérationnalisation de la croissance ou le progrès en milieu rural mettant en rapports directs ou indirects une série d'acteurs relevant de catégories variées : paysans de statuts divers, jeunes sans emploi, femmes, notables ruraux, agents de développement de terrain, représentants locaux de l'administration, membres d'ONG, experts de passage, assistants techniques européens, etc. Il prend également une orientation importante, car mettant en évidence la corrélation des composantes socio-économique, politique et culturelle dans cet espace

**Le Développement local** est un concept bien documenté et bien connu à travers le monde et ses actions impliquent l'amélioration du niveau de vie, du cadre et du milieu d'une communauté donnée par intégration harmonieuse des actions entre différents secteurs d'activité. Le concept de développement local est apparu en France au milieu des années 1960 en réaction aux pratiques de l'aménagement du territoire impulsé par l'Etat. Pour mieux cerner la notion du développement local, on citera quelques définitions : d'après **Xavier GREFFE** : « le développement local est un processus de diversification et d'enrichissement des activités économiques et sociales sur un territoire à partir de la mobilisation et de la coordination de ses ressources et de ses énergies. Il sera donc le produit des efforts de la population, il mettra en cause l'existence d'un projet de développement intégrant ses composantes économiques, sociales et culturelles, il fera espace de contiguïté en espace de solidarité active »<sup>15</sup>. Cependant il faut signaler que le développement local nécessite un certain nombre de conditions et outils qui vont lui permettre d'atteindre ses objectifs à savoir :

- L'amélioration du cadre de vie des personnes de la communauté pour qu'elles puissent profiter d'un environnement sain et agréable et à montrer que le potentiel d'un territoire n'est pas de se conformer à la règle ou à un modèle.
- Il vise également à améliorer leur milieu de vie pour qu'elles puissent s'épanouir dans une communauté qui leur offre plusieurs occasions sociales et culturelles.
- Il cherche à augmenter le niveau de vie afin que chacun dans la communauté puisse travailler et donc gagner un revenu pour pouvoir profiter des avantages de la communauté. En effet, le développement local est un processus dynamique, ouvert, alimenté sur des attitudes et comportements axés sur l'action, plutôt qu'un ensemble de procédures prédéterminées dans une structure fermée. Il permet :
- La création d'emplois et d'entreprises à l'échelle locale ;
- L'aménagement du territoire ;

---

<sup>15</sup> - **GREFFE Xavier**, territoires en France. Les enjeux économiques de la décentralisation, Economica, Paris, 1984, page 146.

- Le renforcement d'une sociabilité par la valorisation de l'identification locale, du sentiment d'appartenance ou encore la valorisation de la conscience collective (responsabilité) des acteurs en place et la communauté en général ;
- Le développement local est une stratégie qui insère les individus dans des projets de développement collectif. L'objectif de cette insertion, est d'intégrer les acteurs dans les stratégies de développement. Pour cela, les pratiques du développement local supposent le sentiment d'appartenance à un territoire ;
- Le développement s'appuie sur une force endogène. L'acteur est mis au centre du développement. Ainsi, l'objectif du développement local est que chaque collectivité puisse assurer son développement par elle-même.

Cependant il faut dire que le développement local nécessite un certain nombre de condition parmi lesquelles :

- La volonté politique locale : C'est la condition indispensable de l'existence et de la réussite d'une politique de développement. Elle se matérialise par un projet de développement et des moyens adéquats pour la réaliser.
- Le partenariat : l'établissement de partenariat et la création de réaux d'échange doivent exister dans le cadre du développement local et se concrétisera par une ouverture d'esprit. Le fait de rassembler les acteurs d'un milieu est un processus politique qui consiste à faire travailler des groupes d'intérêts parfois opposés et des leaders quelques fois concurrents vers les intérêts collectifs concernées.
- L'établissement d'un environnement et d'un climat propice à la collaboration et à l'action communautaire et civique s'établit souvent par un processus de réflexion qui permet la fixation d'objectifs communs et l'identification de projets concrets. Ce processus permet d'établir des plans, de fixer des orientations et de retenir des objectifs pour concentrer tous les efforts de chacun des acteurs dans la même direction<sup>16</sup>
- La prise en compte des culturelles. Le développement local passe par le repérage d'un système de valeurs, de croyances, de représentations qui doivent agir comme des filtres pour la mise en place des actions sur le territoire ;
- Et l'adoption d'un mode de pensée complexe, il s'agit de développer des modes d'apprentissage. Le développement n'est pas une logique simple de reproduction mais un processus complexe, cognitif dans lequel les acteurs du territoire doivent s'investir<sup>17</sup>

## **I.11- CADRE OPERATOIRE**

Notre étude revêt une opérationnalisation des variables du thème, afin de ressortir les dimensions sur lesquelles se base chacune d'elle ainsi que les indicateurs permettant de les mesurer. Nous avons décomposé notre sujet en deux variables, la première indépendante et la deuxième dépendante ou résultant de la précédente.

---

<sup>16</sup> - Sommet de Mont Réal. Document sur le développement local. Page 4.

<sup>17</sup> - Fredderic TESSON, cours introduction au développement local L2, L3, l'université de Pau et des pays de l'adour, page 4.

Variable indépendante :

**Tableau 2** : La conceptualisation de la variable indépendante

<u>Concept</u>	<u>Composantes ou Dimensions</u>	<u>Indicateurs</u>
<b>Potentialités touristiques</b>	<b>Economique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les infrastructures (hôtels, restaurant, snack bar, routes et chemin de fer...);</li> <li>• Les investissements ;</li> <li>• Les recettes ;</li> <li>• Les dépenses ;</li> <li>• Le nombre de personne impliquée dans l'activité.</li> </ul>
	<b>Naturelles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de chutes ;</li> <li>• Nombre de cours d'eau ;</li> <li>• Nombre de montagnes ;</li> <li>• Superficie du cours d'eau ;</li> <li>• Superficie de la montagne ;</li> <li>• Superficie de la chute ;</li> </ul>
	<b>Cultuelle</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les danses traditionnelles ;</li> <li>• Les tenues vestimentaires ;</li> <li>• Les masques ;</li> <li>• La musique.</li> </ul>
	<b>Culturelles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'appartenance religieuse ;</li> <li>• Taux de fréquentation ;</li> </ul>
	<b>Spatiale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Localisation des sites touristiques</li> <li>• Répartition des activités touristiques</li> <li>• Localisation des espaces de production et de vente des produits touristiques</li> <li>• Différentes activités touristiques</li> </ul>

(Source : Mbouhom william 2015)



**Tableau 3 : La conceptualisation de la variable dépendante**

<u>Concept</u>	<u>Composantes ou Dimensions</u>	<u>Indicateurs</u>
<b>Développement local</b>	<b>Economique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Les investissements ;</i></li> <li>• <i>Les recettes ;</i></li> <li>• <i>Les dépenses ;</i></li> <li>• <i>Le nombre de personne impliquée dans l'activité</i></li> <li>• <i>Niveau de revenu des ménages ;</i></li> <li>• <i>Equité ;</i></li> <li>• <i>Niveau de consommation;</i></li> <li>• <i>Niveau d'équipement (nombre de km bitumés, nombre de marchés, nombre de d'hôtels, nombre de restaurants, nombre de banques, nombre de micro-finances ...)</i></li> <li>• <i>Types d'activité ;</i></li> <li>• <i>Types d'échanges ;</i></li> <li>• <i>Taux d'échanges ;</i></li> <li>• <i>Redistribution des revenus ;</i></li> </ul>
	<b>Sociale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Taux d'alphabétisation ;</i></li> <li>• <i>Le nombre d'hôpitaux ou centres de santé ;</i></li> <li>• <i>Le nombre de centres ou d'établissements de formation ;</i></li> <li>• <i>Appartenance religieuse ;</i></li> <li>• <i>Nombre de points d'eaux potables ;</i></li> <li>• <i>Accroissement du pouvoir d'achat ;</i></li> <li>• <i>Taille du réseau électrique ;</i></li> </ul>
	<b>Politique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Lois ;</i></li> <li>• <i>Arrêtés ;</i></li> <li>• <i>Institutions publiques ;</i></li> <li>• <i>Taux d'inscription sur les listes électorales ;</i></li> <li>• <i>Nombre de projets initiés par la population ;</i></li> <li>• <i>Types d'acteurs ;</i></li> </ul>

	<b>Sécurité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Type de matériaux de construction utilisés dans les différentes infrastructures;</i></li> <li>• <i>Degré d'entretien des infrastructures ;</i></li> <li>• <i>Type de service de sécurité ;</i></li> <li>• <i>L'effectif du personnel ;</i></li> <li>• <i>Distance entre les services de sécurité et les sites touristique ;</i></li> </ul>
	<b>Spatiale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Niveau d'impact environnemental du reboisement ;</i></li> <li>• <i>Disponibilité des ressources touristiques.</i></li> </ul>

(Source : Mbouhom william 2015)

### **I.12- CADRE THEORIQUE**

Compte tenu du fait que le cadre théorique doit expliquer ou élucider le phénomène étudié nous utiliserons dans le cadre de notre sujet plusieurs théories.

- **Théorie de l'attractivité touristique des territoires**

Le tourisme définit comme une entreprise dont le fonctionnement repose ou dépend essentiellement des interactions entre l'objet touristique, les acteurs et l'espace. Cependant, il n'est juste pas question de localiser une ressource ou une potentialité dans un territoire pour susciter le développement du tourisme, mais prendre en compte un certain nombre de paramètres en occurrence les différentes dimensions de la valorisation (aménagement, promotion, exploitation et la sauvegarde) jugées nécessaire pour le rayonnement du secteur touristique dans un espace.

D'où notre intérêt pour l'approche de l'attractivité touristique. En effet, l'Arrondissement de Batchenga regorge d'importantes ressources touristiques. Mais, souffre d'une situation de faible valorisation des ressources touristiques qui impactent sur l'attractivité de ce territoire. En effet l'attractivité touristique d'un territoire repose en parti sur deux paramètres primordiaux entre autre les ressources et les acteurs qui par le biais de leurs actions façonnent et rendent attrayant un espace engourdi, en un paysage captivant et attractif. L'approche de l'attractivité touristique du territoire consistera à élaborer des politiques incitatives qui serviront de catalyseur à l'aménagement et la réhabilitation des sites ou ressources touristiques de l'Arrondissement de Batchenga.

**La théorie par analogie de Murphy.** Initiée en 1985 par ce dernier, elle visait d'une part à expliquer le fonctionnement du tourisme et d'autre part à appliquer sa théorie tant au développement qu'à la compréhension de la relation client-fournisseur ; d'où le concept « living ecosystem ». Cette théorie présente un grand intérêt quant à ce qui est de compréhension du fait touristique. En fait dans son fondement, elle présente le milieu naturel comme étant une « source intarissable » qui procure à l'être que nous sommes tout ce dont il a besoin pour assurer son bien-être et son confort moral. Relevons tout de même que dans cette théorie, murphy suggère d'approcher le tourisme comme « un facteur » de développement permettant à l'homme d'une part, de comprendre la complexité des relations

qu'il peut entretenir avec son espace de vie. D'autre part, d'apprécier à sa juste valeur, l'architecture monumentale du milieu qui l'amène à se plaire rien qu'à le regarder (relief, chutes, deltas, plages, formations végétales).

**La théorie de la diversité et de la complexité de l' « objet tourisme » de Cazes (1992).** Dans cette théorie, Cazes suggère d'approcher le tourisme comme un « paramètre » comprenant une juxtaposition de huit éléments :

- Les activités,
- Les fonctions thérapeutiques du loisir et du tourisme pour lesquelles J.Dumazedier, identifie trois fonctions libératrices, les 3 D (boyer, 2003) ; aussi parle-t-il de déclassement, de distraction, de développement,
- Les fonctions sociales 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.

### **La théorie de l'inégal développement**

L'inégal développement peut être appréhendé comme un processus d'accroissement socio-spatial déséquilibré, de l'augmentation des richesses et la diversification des activités économiques, qui favorise l'essor d'un grand nombre de situation précaire des conditions de vie d'un espace par rapport à un autre. C'est l'exemple de la faible valorisation du patrimoine et des activités touristiques dans l'Arrondissement de Batchenga..

D'après le penseur égyptien marxiste **Samir Amin (1973)**, le « développement inégal », s'appuie sur l'histoire des sociétés en prenant comme point de départ du développement le mode de production du centre à la périphérie. Pour **Samir** c'est un développement basé sur la logique des rapports inégaux entre le nord et le sud, en d'autre terme « centre-périphérie ». De plus c'est un développement centré et corrélé à l'impossibilité d'un développement dans la périphérie. Cela peut se traduire dans le tourisme par la théorie victimaire du développement, en ce sens que l'Arrondissement de Batchenga constitué de fort potentialités au même titre que Yaoundé voire même plus. Mais, ne parvient pas à se développer à cause d'un certain nombre de mécanismes pernicieux mis en place par le centre afin d'éponger tout élan de développement touristique au sein de ses aires dominés.

D'autre part, l'écart grandissant entre les deux aires engendre nécessairement une faible valorisation des richesses touristiques de la périphérie. Cette théorie rejoint notre travail dans la mesure où, le développement de l'activité touristique dans la région du centre est plus axé au centre que dans les périphéries.

**La théorie du chaos (Lewin, 1993).** C'est une alternative que propose Mc Kercher en 1999 ; ceci pour souscrire à Cazes. Aussi identifie – t-il le tourisme comme étant un système vivant dans lequel de nombreux ingrédients contribuent à créer de richesses ainsi que des relations et variées. Des lors, il oppose la complexité du tourisme à la simplification, la détermination et la linéarisation des modèles qui croient permettre la planification du tourisme par les intervenants majeurs. Il refuse la vision newtonienne du tourisme. Cette théorie rejoint notre travail dans la mesure ou le développement du tourisme

au Cameroun en général et à Batschenga en particulier ne saurait se limiter à la définition des politiques touristiques, le développement des infrastructures touristiques ou du moins, la multiplication des structures chargées de la gestion des affaires touristiques.

L'on comprend donc qu'en plus des éléments préalablement évoqués même si la liste n'est pas exhaustive, la maîtrise du potentiel touristique est d'une importance capitale. Il ne suffit pas d'identifier le patrimoine culturel pour espérer pratiquer l'activité touristique, la mise en valeur du dit potentiel s'avère à cet effet primordiale raison de plus pour s'intéresser à la valorisation des richesses touristiques de la localité de Batschenga.

**La théorie de l'image.** Dans cette étude nous partirons de l'idée selon laquelle « l'image touristique » est le principe de base de la géographie du tourisme (**J.-M. Miosec, 1977 apud Lazato 2008**) ; le paysage représente sans doute la partie la plus visible et aussi la plus significative du territoire. Comme il convient de le relever, pour le tourisme, les images ou les images touristiques symbolisent les paysages. Compte tenu du fait que la géographie est toujours plus ou moins représentée à travers les illustrations publicitaires souvent iconiques des destinations touristiques, le tourisme aujourd'hui offre des images variables selon les paysages ou les hommes (**Lazato, 2008**). Ainsi la publicité touristique véhicule-t-elle un certain nombre d'images qui montrent de paysages et où l'on retrouve parfois, le cliché visuel et le mythe culturel, comme l'idée du Cameroun, l'« Afrique en miniature » ou encore Paris, la « ville lumière » ; pour ne citer que ces exemples. Comme « site décor à vocation touristique », les paysages jouent donc un rôle majeur. Selon **Lazato (2008)**, il y a déjà longtemps que les anglais considéraient le paysage comme la conjonction de la nature et de la société, et plus récemment, il est devenu partie intégrante de biens culturels Italiens. Pour mieux comprendre cette théorie, on devra partir de l'hypothèse selon laquelle une image touristique doit représenter non seulement les paysages naturels, mais aussi les sociétés et leurs identités culturelles pour être plus attractives et pour correspondre aux besoins actuels des touristes qui cherchent des destinations diverses et authentique (**Carvalbo, 2004 et OMT, 2004**)

Pour ainsi dire, la question qui se pose dans cette investigation est de savoir comment peut se construire une image touristique des environnements balnéaire au Cameroun ? Parallèlement, l'on voudrait savoir quel est le rôle des identités culturelles pour la formation de notre image touristique. Selon Miosec (1977), il ya trois types d'images touristiques : l'image globale, l'image culturelle et la « nouvelle » image. Le dernier type, la « nouvelle » image est plus « industrielle » et c'est l'image la plus importante pour les ventes. Cependant, selon l'opinion de divers sociologues et anthropologues experts en tourisme (Lanfant, 2004 et S. Talavera, 1997 et 2003) l'image touristique est le « résultat » de l'appropriation de l'identité culturelle par le Marketing. Appréhender cette relation semble indispensable pour comprendre le processus touristique de planification et de construction de l'image-identité utilisée par le marketing pour commercialiser un pays, une région ou une ville. Pour ainsi dire, on sera alors appelé à établir les liens entre les images touristiques et les identités culturelles, et découvrir quel est ce rapport.

L'objectif initial est de voir dans quelle mesure le potentiel de ces images peut être utilisé pour la promotion et la commercialisation des produits touristiques, tant par les populations locales, le gouvernement que par les entreprises de tourisme. Il est clair que situé dans cette logique qui va en droite ligne avec la gestion d'une image touristique sur la base des identités culturelles locales, donc, des identités touristiques. Par conséquent, de telles images-identités doivent correspondre, principalement :

- Aux besoins de la population locale,
- Ensuite aux objectifs économiques des entreprises de tourisme et aux stratégies de politiques publiques pour le développement d'un tourisme durable.

**La théorie de l'acteur stratégique** encore appelée analyse stratégique a été élaborée originellement dans le cadre des **organisations**, par **Michel Crozier et Erhard Friedberg** (1977) dans leur ouvrage « *L'acteur et le Système* » en sociologie des organisations. Crozier et Friedberg présentent l'organisation comme une structure politique organisée en relations de pouvoir entre ses principaux acteurs. Le but de ces auteurs est de mettre en évidence le dynamisme des relations de pouvoir qui structurent l'organisation afin de susciter le développement du tourisme dans la Lékié et précisément dans l'Arrondissement de Batchenga. Les comportements des acteurs sont analysés dès lors comme des actions personnelles visant à préserver la position de pouvoir ou se prémunir des autres acteurs mais, dont l'objectif final s'avère la complémentarité de ceux-ci pour le prolongement du système ou l'organisation. Selon **Crozier** dans son ouvrage « *Le pouvoir et la règle* », une organisation, phénomène sociologique, est toujours un construit social tout comme le tourisme, qui existe et se transforme seulement si d'une part elle peut s'appuyer sur des jeux permettant d'intégrer les stratégies de ses participants et si d'autre part elle assure à ceux-ci leur autonomie d'agents libres et coopératifs en tant que entreprise des services. L'acteur est donc engagé dans un *système d'action concret* et doit "découvrir, avec la marge de liberté dont il dispose, sa véritable responsabilité. A cela, **Crozier** s'interroge sur les paramètres essentiels qui rendent cohérent l'action des acteurs dans le dit système-organisation (tourisme) :

- Comment donner du sens aux stratégies des acteurs - c'est-à-dire, éviter l'irrationalité de leurs stratégies ?
- Comment connaître ces jeux qui conditionnent les comportements des acteurs ?
- Quelle est l'utilité d'analyser les comportements comme phénomène sociologique fondamental pour l'organisation ?
- Quelles finalités peut apporter aux acteurs une telle conception de l'organisation, et par généralisation, du système ?

L'action organisée est un construit social qui aide les hommes à trouver des solutions aux problèmes d'action collective en vue d'objectifs communs mais qui, simultanément, oriente leur comportement, circonscrit leur liberté d'action, conditionne leurs résultats. D'où le paradoxe. Au cœur de l'action collective, on rencontre des effets contre-intuitifs dus au décalage entre les orientations et les intentions des acteurs. C'est que l'organisation serait un champ de coopération et d'interdépendance entre acteurs avec des intérêts même contradictoires, c'est-à-dire un ensemble de jeux structurés, la solution. Dans cette perspective, les problèmes de coopération des acteurs sociaux poursuivant des objectifs multiples, et d'incertitude liée au caractère indéterminé des ressources seraient redéfinies et résolus en vue de l'amélioration des résultats.

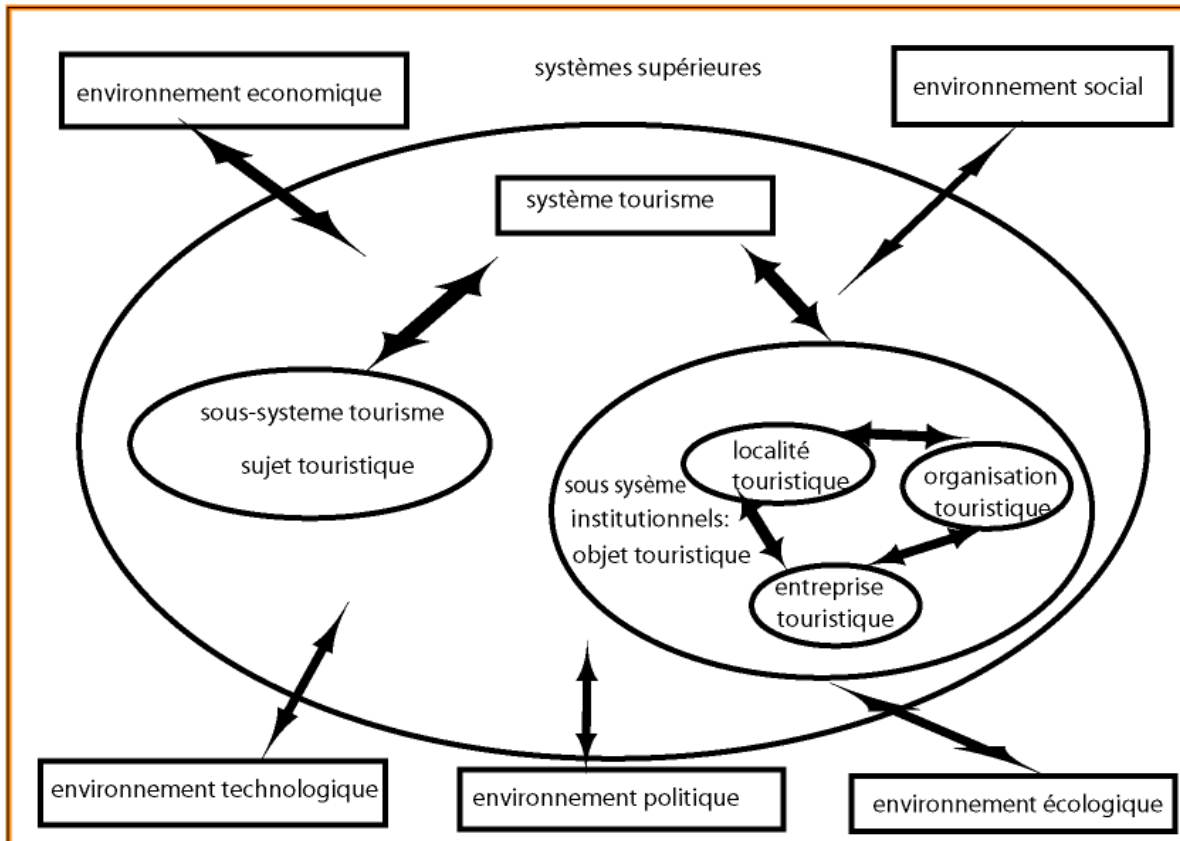
**la théorie du développement endogène** née vers la fin des années 50, par les chercheurs John Friedman et Walter Stöhr. C'est une approche, qui conçoit le développement comme une démarche partant du bas, privilégiant les ressources endogènes. En effet, elle fait appel aux traditions industrielles locales et insiste particulièrement sur la prise en compte de la participation des populations locales.

Propulser par la conjoncture actuelle dominée par le phénomène de mondialisation, la théorie du développement endogène ou développement local, encore appelée « développement autocentré », insiste sur l'importance de la participation et de la responsabilisation des populations dans toutes les actions de développement. Le concept de participation est à l'origine des préoccupations actuelles de la prise en compte du « local », qui voudrait que tout bon développement parte du bas vers le haut. C'est-à-dire de l'échelle locale à l'échelle nationale voir internationale. Ainsi selon la Banque Mondiale (1992), le développement participatif est à la fois une fin et un moyen de développement. En avançant l'idée que le développement participatif est une fin, elle entend se référer à une sorte d'objectif idéal selon lequel le développement durable résulterait de l'action responsable de citoyens politiquement mûrs et qui agiraient à travers d'institutions électives, d'associations ou d'organismes, dans le cadre d'une société démocratique et libre. Toutefois, un tel projet devrait être compris comme un processus continu et de longue haleine, qui tendrait à améliorer sans cesse la capacité des communautés à s'autogérer.

Dans le même sillage, du point de vue juridique, l'ONU dans son article 1 de la déclaration sur le droit au développement de l'assemblée générale du 4 Décembre 1986, stipule que « Le droit au développement est un droit inaliénable de l'homme en vertu duquel toute personne humaine et tous les peuples ont le droit de participer et de contribuer à un développement économique, social, culturel et politique dans lequel tous les droits de l'homme et toutes les libertés fondamentales puissent être pleinement réalisés et bénéficier de ce développement ». Par ailleurs la grande réussite de ces évolutions est dans la reconnaissance de la participation des populations aux actions les concernant, c'est-à-dire la volonté de remplacer la relation d'assistance entre l'encadrement et les populations par une relation de partenariat, basé sur une reconnaissance des savoirs, perceptions et de la légitimité des acteurs locaux. Seule une dynamique réellement endogène pourra se pérenniser et se démultiplier à une échelle raisonnable sans appui extérieur lourd et permanent. Ceci vise à l'installation d'un processus local et collectif de prise de décision. Elle permet aux populations d'installer en amont un cadre stratégique de développement local plus axé sur leurs propres aspirations. C'est dans cette optique que nous voulons orienter le développement touristique dans l'Arrondissement de Batchenga en mettant en avant la population comme première composante du développement local d'où l'intérêt de cette théorie dans notre étude.

**La théorie des systèmes de Guibilato :** En raison de la complexité du phénomène touristique, il faut également considérer une approche pluridisciplinaire globale qui replace le tourisme dans son contexte socio- économique. Il cite, comme exemple de cette démarche, (KASPAR citée par Guibilato), qui se fonde sur la théorie des systèmes pour mettre en évidence les diverses dimensions du phénomène touristique et ses relations multiples avec l'environnement, (voir **figure 5**). Ainsi, en restreignant le nombre de ces relations, afin de ne conserver que les plus significatives, les systèmes en interaction avec le système tourisme sont, selon KASPAR, les suivants : environnement économique, environnement social, environnement politique et légal, environnement technologique et environnement écologique. Le système tourisme, quant à lui, se composerait des sous-systèmes suivants: le sujet touristique (le touriste, le client), l'objet touristique (composé de: l'entreprise touristique, la localité touristique, l'organisation touristique). On voit dans cet objet touristique, le transport notamment les agences de location de voitures qui font l'objet de notre étude.

Ces divers systèmes et sous-systèmes, ainsi schématisés, fournissent autant d'éclairages différents du phénomène « tourisme » et chaque optique adoptée entre pour une part dans sa définition globale. C'est pourquoi, nous estimons important de reproduire ici une définition pour chacun des systèmes et des sous-systèmes impliqués dans la structure du "système tourisme".

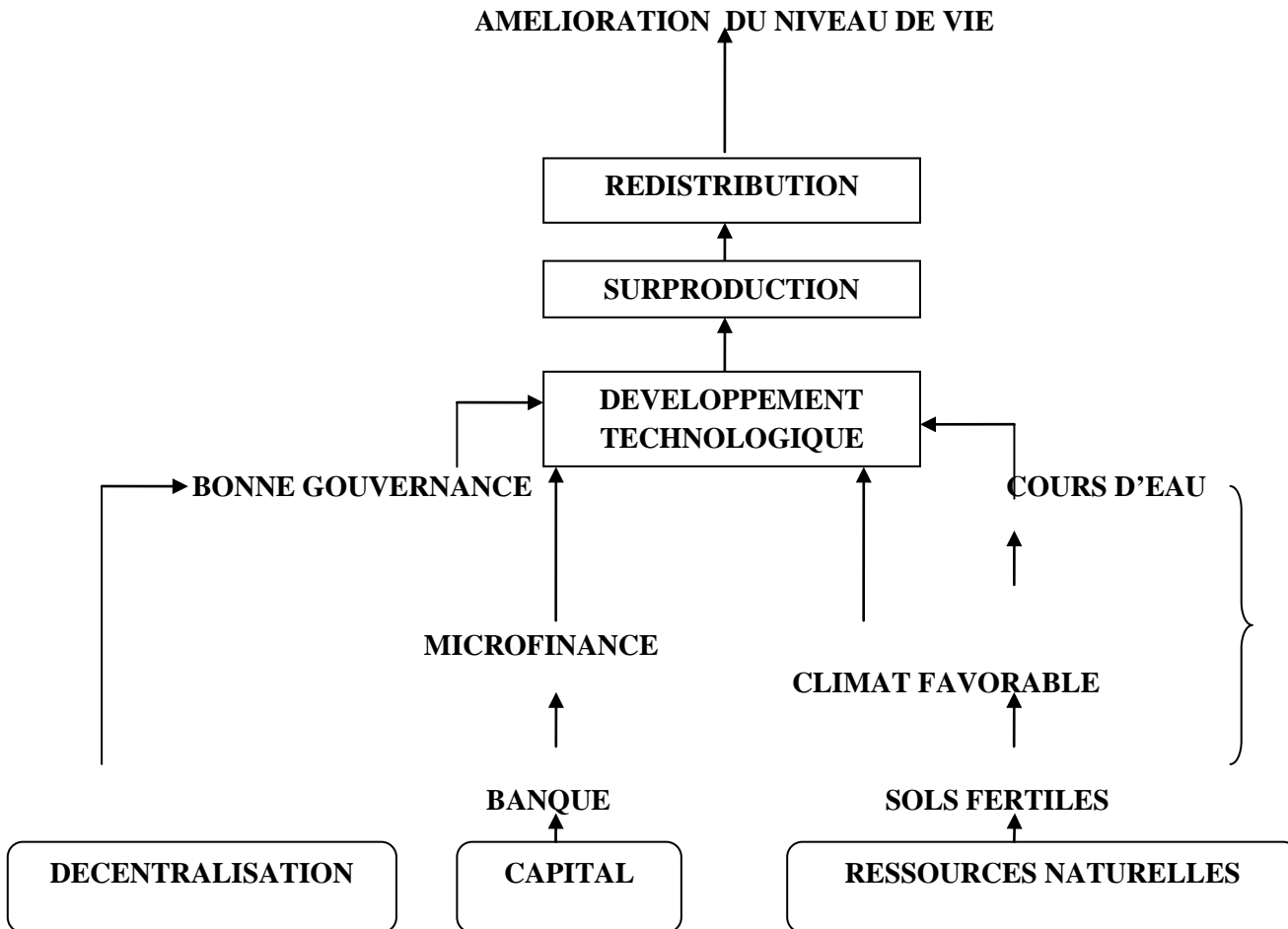


(Source : GUIBILATO, Gérard, *Economie touristique*, Edition Delta & spés, Denges, 1983, p12)

**Fig. 5 :** La structure du système tourisme

**Théorie de la croissance économique, TORADO** développe en 1994 la théorie sur la croissance économique (**Figure 6**). Il soutient que la croissance économique est titulaire de l'assouvissement des besoins de base de la communauté et pour ce fait il faut un développement optimal de la technologie, ainsi qu'une bonne gouvernance. La croissance économique est possible là où il y a accumulation du capital car c'est ce dernier qui soutend la croissance. En clair, la présence d'une bonne force de travail et la disponibilité des matières en quantité et en qualité permet la mise en place des industries, or l'industrialisation suscite le développement rapide et fournit à la communauté les besoins de base. Il convient de signaler que la croissance dépend de la sauvegarde de la richesse par l'investissement et la redistribution des rentes aux populations locales. Ces populations doivent ainsi noter la baisse des taxes sur leurs besoins de base et l'amélioration de leur niveau de vie. Cette théorie s'applique à notre zone d'étude car l'arrondissement de

Batchenga ayant un potentiel touristique, cette dernière va permettre la mise en place d'une industrie touristique qui va impulser inéluctablement le développement de la localité tel que l'illustre le schéma ci-dessous.



(Source :TORADO(1994))

**Fig. 6 : schéma de la théorie de la croissance économique**

Dans le paradigme qui est le notre, ces théories seront importantes dans la mesure où elles nous permettront de comprendre prime à bord le caractère des services qui définit le tourisme, sur le dit tronçon et l'influence du dynamisme liée à l'action synergique du pouvoir des acteurs. La théorie acteur stratège permet d'établir une chaîne de responsabilité entre les intervenants pour le développement de l'activité touristique dans l'Arrondissement de Batchenga tant disque la théorie du développement participatif prône l'intégration effective des populations dans la réalisation de tout projet de développement local.



## **Conclusion**

En somme, ce chapitre a été consacré à la présentation du sujet de recherche, à la définition de la problématique de recherche, à la définition des hypothèses et à la construction d'un cadre théorique solide. Tout compte fait, la suite impose la présentation et l'application méthodologique adoptée dans cette étude pour aboutir aux résultats.

## CHAPITRE II : METHODOLOGIE

Pour atteindre nos objectifs et vérifier nos hypothèses, nous allons adopter une méthode de travail qui s'articule autour de cinq principales phases : la démarche méthodologique générale, la collecte des données, leur traitement, les difficultés de terrain et enfin la rédaction du mémoire.

### II.1- Démarche méthodologique générale

La méthodologie de base que nous avons utilisée est **hypothético-déductive**. Elle consiste à s'appuyer sur des hypothèses comme base du modèle de départ. **La méthode Systémique** sera également utilisée car le tourisme étant une industrie, un système, une chaîne, chaque élément joue un rôle déterminant dans le fonctionnement de l'ensemble.

#### II .1.2- La recherche exploratoire des données

Elle est constituée de la recherche documentaire et du recueil des données de terrain auprès d'un éventail d'informateurs constitué essentiellement des ménages, les chefs de villages, des élus locaux, des représentants des ONG et autres personnes ressources disponibles. Dans cette logique, nous avons élaboré un chronogramme de travail à respecter afin de ne pas être en retard par rapport au délai prescrit par direction de l'ENS de Yaoundé I. Cette recherche est orientée trois (03) étapes : l'étape de la recherche documentaire, celle de l'observation et celle des difficultés de terrain ;

##### II .1.2.1- Recherche documentaire

Les techniques, selon Madeleine Grawitz, sont des procédés opératoires rigoureux, bien définis, transmissibles, susceptibles d'être appliqués pour étudier un phénomène quelconque (2001 : 352). En effet, les techniques sont les outils qui nous ont permis de récolter les informations utiles pour la compréhension et l'explication des techniques d'étude sur les potentialités touristiques et le développement de l'Arrondissement de Batchenga. Pour ce faire nous avons eu recours aux techniques documentaires et à l'entretien. Les techniques documentaires nous ont permis, par le biais des ouvrages généraux, des articles spécialisés, des archives de la sous-préfecture, des procès-verbaux de la Mairie de Batchenga , des archives privés, la revue de la littérature existante et relative à notre thème d'étude, mémoires, dictionnaires spécialisés et banque de données statistiques de collecter des données secondaires. Ces recherches nous ont conduit dans diverses bibliothèques et centres de documentation à l'instar de l'IRD et de la FAO d'une part et de quelques sites Web d'autre part. Cette recherche documentaire nous a permis de consulter de façon critique tous les travaux de recherche sur le tourisme dans les pays du tiers-monde qui, à quelque exception près, connaissent les mêmes problèmes sur ce terrain.

Les travaux effectués sur le Cameroun en général et éventuellement sur la localité de Batchenga et qui se rapportent à la question à l'étude nous seront d'une précieuse utilité en vue de la réalisation du présent travail de recherche. Les informations qui s'en dégageront nous permettront de mieux circonscrire notre recherche.

### **II .1.2.2- Les sources internet**

L'usage des techniques d'informations et de communications (TIC) reste d'une importance avérée en ce sens, qu'il permet de consulter les sites spécialisés en géographie. Nous avons ainsi consulté les sites tels que : Cyber géo ; HyperGéo.fr. Ceci a été possible grâce à l'utilisation des moteurs de recherche tels que Google et Google Scholar. L'internet nous a ainsi facilité la tâche dans le téléchargement des articles, mémoires et autres littératures nécessaires à ces travaux.

### **II .1.2.3- Les données iconographiques**

Mine d'informations et de localisation par excellence, la carte servira d'outil de recherche et de découverte particulièrement au sujet de la connaissance des faits spatialisable. A cet effet, Pour élaborer nos différentes cartes, nous nous sommes servis de la carte topographique s de Bafia au 1/200 000è. Les points Global Positioning System (GPS) quant à eux ont été répertoriés par le logiciel Google Earth.

### **II .1.2.4- Les données statistiques**

.Nous dépouillerons les fiches statistiques des arrivées hôtelières de la Délégation Régionale du Tourisme pour le département de la Lekié pour faire l'état de la fréquentation touristique de notre localité.

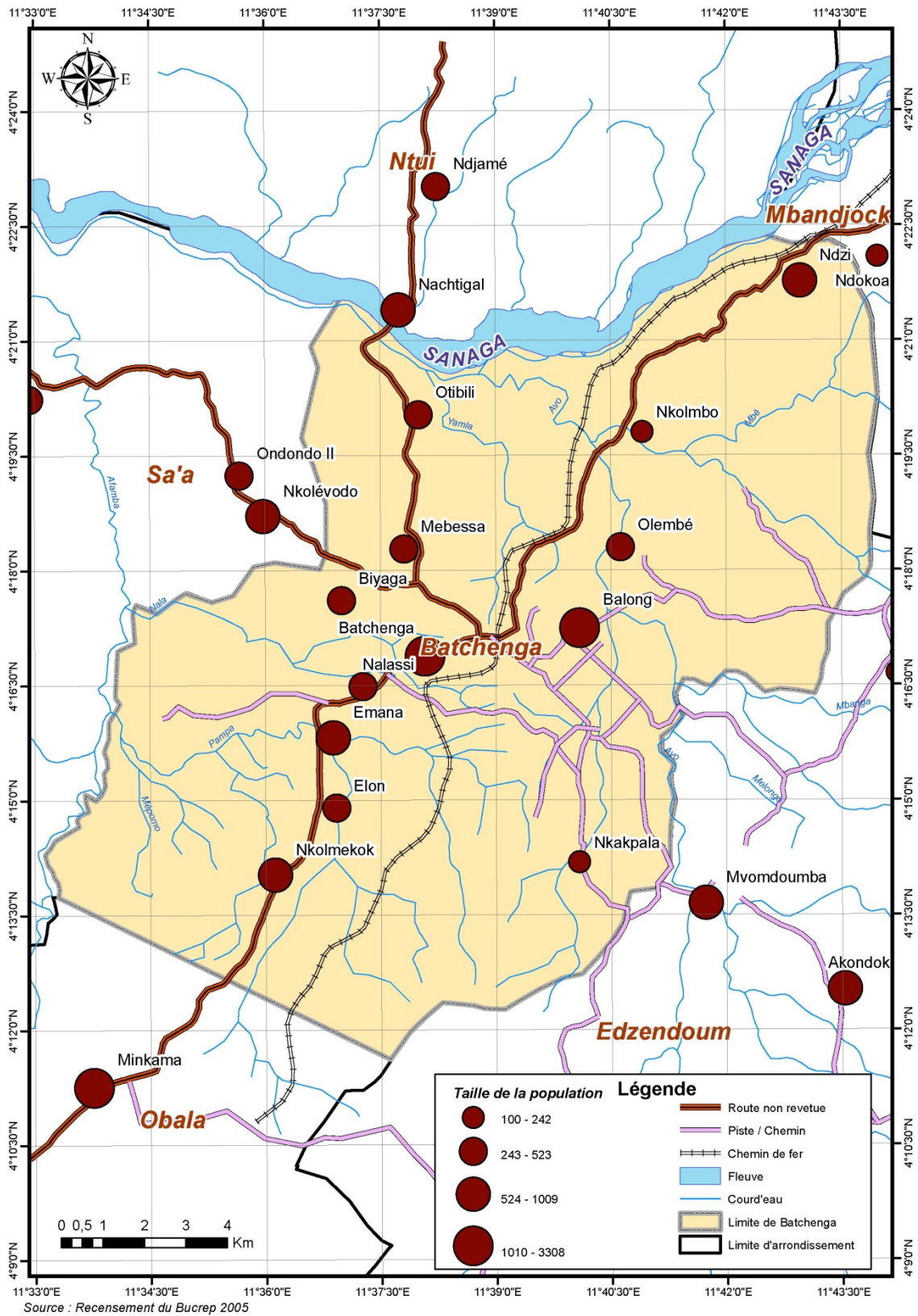
### **II .1.2.5- Les données démographiques**

Pour entrer en possession des données démographiques de l'Arrondissement de Batchenga, nous avons adressé une demande manuscrite à la directrice du BUCREP pour l'obtention des résultats des derniers recensements généraux par village et par quartier de l'Arrondissement de Batchenga (**tableau 4**).

**Tableau 4: Présentation de la population de Batchenga ville et de ses environs**

NOMBRE DE GROUPEMENT	NOMBRE DE MENAGES	POPULATION MASCULINE	POPULATION FEMININE	POPULATION PAR GROUPEMENT ET PAR VILLAGE
<b>BATSCHENGA VILLE</b>	596	1613	1695	<b>3308</b>
BALLONG 1	222	547	567	1114
BALLONG 2	236	633	680	1313
EMANA-BATSCHENGA	138	433	448	881
<b>GROUPEMENT BATSCHENGA</b>	541	1558	1563	<b>3121</b>
BIYAGA	42	150	138	288
MEBASSA	68	254	262	516
NALASSI	76	220	259	479
NATCHIGAL	39	106	101	207
NDJI	151	322	311	633
OLEMBE	89	233	242	475
OTIBILI	76	273	250	523
<b>GROUPEMENT BENYADA-SUD</b>	432	1361	1513	<b>2874</b>
EBANG-MINALA	30	107	135	242
ELON	54	160	162	322
EMANA-BENYADA	138	450	559	1009
FAMENASSI	69	231	240	471
NKOLKPALI	37	106	111	217
NKOLMEKOK	104	307	306	613
3 GROUPEMENTS	1569 MENAGES	4532	4771	
		<b>POPULATION TOTALE : 9303 HBTS.</b>		

(Source : Recensement du BUCREP 2005)



**Fig. 7 :** Taille de la population dans les villages de Batchenga

## **II.2.2- Collecte des données primaires**

Contrairement aux données secondaires collectées dans les documents écrits ou cartographiques dans les centres de documentation, les données primaires sont celles obtenues des observations directes et indirectes effectuées lors des différentes descentes sur le terrain.

### **II.2.2.1-Observation directe**

C'est une approche fondamentale en géographie ce d'autant plus que le travail de terrain nous expose aux réalités quotidiennes et dans notre cas à celles du tourisme. Ainsi, nous pourrions apprécier de visu les sites touristiques et les hôtels pour évaluer leur niveau d'aménagement, de salubrité et d'entretien. Dans le même registre, nous considérerons les attitudes des touristes à leur arrivée dans la localité, comment ils s'informent ? et que visitent-ils ?...

### **II.2.2.2- Enquête exploratoire**

Nous avons interrogé les responsables du MINTOUL au niveau régional et national à travers des interviews semi-structurées pour dégager non seulement les perspectives sur la relance du tourisme dans cette localité mais aussi et surtout la perception que le gouvernement a du problème. En outre, nous ferons de même avec les autres acteurs du tourisme dans l'Arrondissement de Batchenga pour décrire succinctement la situation actuelle, identifier et localiser les infrastructures...ce qui préparera la phase d'enquête proprement dite.

### **II.2.2.3- Enquête de terrain**

La méthodologie géographique requiert une démarche scientifique afin d'assurer la logique et la véracité du fait à étudier c'est à juste titre que Gaston Bachelard affirme : « Le fait scientifique est conquis, construit et constaté » il conquiert par les préjugés que nous avons du tourisme dans l'Arrondissement de Batchenga, il est construit par le raisonnement et se démarque des préjugés et en constaté car vérifiable sur le terrain.

Notre enquête a eu pour cible les ménages des différents villages qui ont été retenus dans le cadre de notre étude. Les données ont été collectées au travers des questionnaires d'enquête, des entretiens et des observations directes sur le terrain.

- **Population cible**

La population cible de cette étude est l'ensemble des ménages des villages retenus dans le cadre de cette étude. L'effectif total de cette population d'étude est de 1569 ménages selon l'estimation du BUCREP en 2005.

- **Nature des données collectées**

Les données recueillies à l'aide d'enquêtes de terrain sont de nature qualitative et quantitative. En appliquant la méthodologie choisie, l'analyse de ces données nous a permis de mesurer les indicateurs relatifs à la mise en valeur du potentiel touristique de la localité et leur possible impact sur le développement local.

- **Enquête par questionnaire**

Dans le but d'atteindre l'objectif général de cette étude, nous avons élaboré un questionnaire avec lequel nous avons recueilli des informations auprès des ménages dans l'arrondissement de Batchenga. Les informations collectées par le biais du questionnaire nous ont permis de faire une cartographie du potentiel touristique de notre zone d'étude et d'étudier les contraintes au développement du tourisme.

- **Les interviews**

Pour recueillir d'amples informations sur ce sujet, nous avons mené des entretiens. Ainsi, nous nous sommes entretenus avec plusieurs personnalités qui sont également des acteurs du tourisme dans l'arrondissement de Batchenga notamment : Le maire et le sous préfet avec qui nous avons eu à échanger sur les atouts et les contraintes touristiques de Batchenga, le processus de décentralisation et du transfert de certaines compétences et de pouvoirs. Ainsi que, les mécanismes de développement socio-économique dans cette localité.

- **L'échantillonnage**

Les ménages ont été choisis dans les villages les différents villages de l'Arrondissement de Batchenga. La méthode de détermination de l'échantillon est l'échantillonnage aléatoire simple direct qui a consisté à effectuer parmi les ménages, un tirage aléatoire sans retour, un nombre précis de ménage, sans distinction de sexe et d'âge.

- **La taille de l'échantillon**

Notre population d'intérêt étant définie (habitants), il est important pour nous de calculer la taille de notre échantillon. D'après Omar Aktouf, il s'agit de « ce groupe représentatif qui devra représenter, en miniature, l'ensemble plus vaste concerné par le problème de la recherche »<sup>18</sup>. Ainsi nous avons utilisé la formule suivante, qui est de Fisher, pour déterminer la taille de notre échantillon :

$$Nf = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}}$$

Où : **nf** = Taille désirée de l'échantillon

**N** = Taille de la population d'intérêt

$$n = 1/d^2$$

**d** : représente le degré de précision voulu et permet de mesurer les écarts entre les proportions observées et les proportions réelles.

---

<sup>18</sup> Omar Aktouf (1987), op, cit.

Plus ces écarts sont faibles, plus l'échantillon est représentatif. De ce fait, si **d** = 5% nous aurons un taux de représentativité ou de précision de 95%.

$$\mathbf{n = 400}$$

$$\mathbf{N = 1569}$$

$$\mathbf{nf = 318}$$



**Tableau 5** : Nombre de questionnaires distribués par Groupement et par village de l'Arrondissement de Batchenga

<b>Groupement</b>	<b>Villages / quartier ciblés</b>	<b>Nombre de ménages par groupement</b>	<b>Nombre de ménages par village/quartier</b>	<b>Nombre de questionnaires par groupement</b>	<b>Nombre de questionnaires par village/quartier</b>
<b>BATSCHENGA VILLE</b>	BALLONG 1	596	222	121	45
	BALLONG 2		236		48
	EMANA-BATSCHENGA		138		28
<b>GROUPEMENT BATSCHENGA</b>	BIYAGA	541	42	110	09
	MEBASSA		68		14
	NALASSI		76		15
	NATCHIGAL		39		08
	NDJI		151		31
	OLEMBE		89		18
	OTIBILI		76		15
<b>GROUPEMENT BENYADA-SUD</b>	EBANG-MINALA	432	30	87	06
	ELON		54		11
	EMANA-BENYADA		138		28
	FAMENASSI		69		14
	NKOLKPALI		37		07
	NKOLMEKOK		104		21
<b>Total</b>	<b>16</b>		<b>1569</b>		<b>318</b>

(SOURCE : BUCREP, 2005)

Le nombre de questionnaires n'étant pas proportionnel au nombre de ménages, nous allons procéder au calcul du Pas<sup>19</sup>.

$$P = \frac{Nm}{Nq}$$

P = le pas

Nm= nombre de ménages

Nq= nombre de questionnaires

A .N:

$$P = \frac{1569}{318}$$

P = 5
-------

- **La durée de l'enquête**

Notre toute première descente sur le terrain après définition du sujet d'étude a eu lieu au mois d'Octobre 2015. Nous avons d'abord rencontré certaines autorités administratives telles que le Sous-préfet de l'Arrondissement de l'arrondissement de Batchenga, et le Maire, afin d'avoir les délimitations géographiques et ethniques réelles de l'arrondissement.

Une deuxième descente sur le terrain a eu lieu du 19 décembre 2015 au début du mois de janvier 2016, période correspondant aux congés de Noël dans le planning de l'année académique. Elle nous a permis d'administrer nos questionnaires d'enquête, de passer nos entretiens avec les personnes ressources et de collecter toutes les autres informations utiles à la rédaction de ce mémoire.

Et enfin une troisième descente a eu lieu en avril 2016 celle-ci visait à compléter un certain nombre d'information.

## **2. - Traitement des données**

Le traitement des données recueillies sur le terrain a nécessité l'utilisation de plusieurs logiciels selon la nature des données

### **2.1 - Les traitements liés aux SIG**

Le SIG suppose la présence des logiciels, des données, du matériel informatique de pointe et des hommes pour manipuler, organiser et gérer ces informations utiles à la décision. Cet outil a été utilisé à plusieurs fins.

Le tableau ci-dessous résume les logiciels et les applications SIG que nous avons utilisés pour cette étude.

---

<sup>19</sup> - C'est à dire l'écart qu'il doit être laissé dans l'administration du questionnaire (nombre de maison à ne pas prendre en compte après administration de questionnaire dans une zone).

**Tableau 6:** Les logiciels SIG et leurs utilisations

	Logiciels	Utilisations dans le cadre du travail
<b>SIG</b>	<b>MAPINFO</b>	- Géoréférencement des cartes topographiques  - Calcul des distances, des superficies et des densités des variables  - Vectorisation, requêtes de type SQL, -Analyse thématique des variables pluviométriques, populations
	<b>VERTICAL MAPER</b>	- Élaboration des profils topographiques - Élaboration des profils longitudinaux des cours d'eau
	<b>MAPLOGIC</b>	- Section des polygones  - harmonisation des figurés linéaires
	<b>SURFER</b>	- Création des cartes altimétriques (classes d'altitude, isolignes etc.)  - Cartographie des sens d'écoulement des eaux

(SOURCE : Mbouhom William, 2015)

Outre les logiciels SIG, le logiciel de graphisme Adobe Illustrator, a également été utilisé pour la numérisation des figures et autres cartes non géoréférencées.

## 2.2- Traitement statistique des données

Pour le traitement statistique des données, nous avons choisi d'utiliser plusieurs logiciels, chacun utile pour chaque étape du travail. Il s'agit notamment de :

- Logiciel CS Pro 4.0 pour le dépouillement et la saisie des données ;
- Logiciel SPSS 10.0 (tableau 3) et Microsoft EXCEL 2007 pour l'analyse, le croisement des données, ainsi que la confection des tableaux et figures divers.

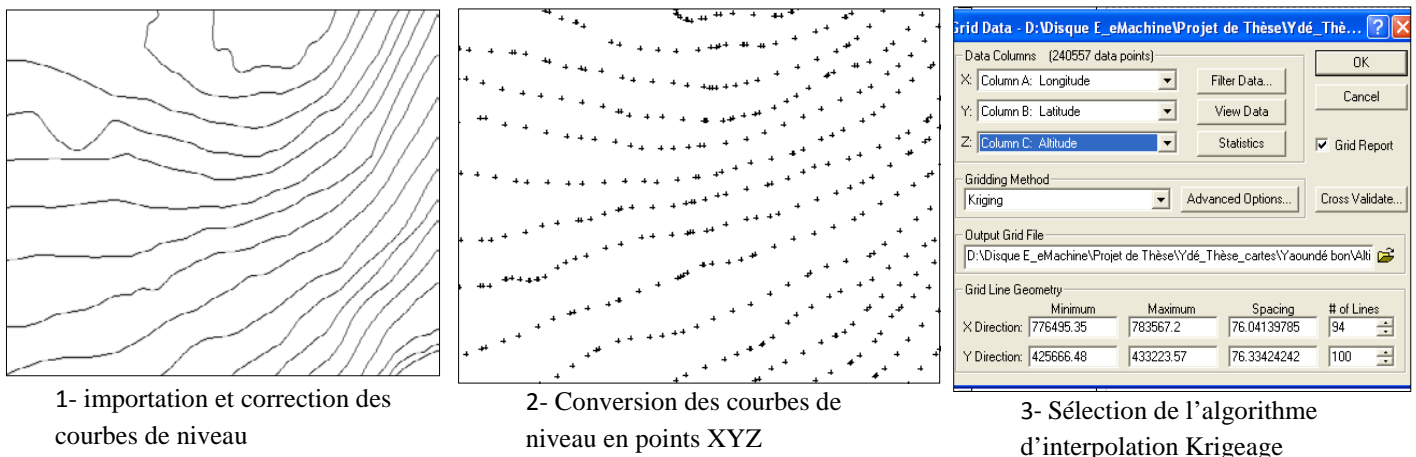
L'utilisation de ces deux logiciels de traitement statistique des données s'est faite après un dépouillement et une codification des données recueillies par questionnaires d'enquête. Ainsi, ce dépouillement des questionnaires s'est fait par ordinateur. La codification a consisté à attribuer un code numérique à chaque réponse choisie par l'enquêté sur le questionnaire, ceci après avoir attribué également un code à chaque variable correspondant aux différentes questions posées. Puis, nous avons conçu des grilles pour chaque questionnaire dans lesquelles nous introduisons le code de la question et le code de la réponse cochée par l'enquêté. Ensuite, nous avons introduit ces codes dans l'ordinateur grâce au logiciel CS Pro 4.0, à travers une plate forme appelée masque de saisie. Enfin, l'analyse de ces données a été faite à travers le logiciel SPSS (Statistical Package for Social Science) appuyé par l'utilisation du tableur de calcul Microsoft Excel à l'aide duquel nous avons généré des figures et des diagrammes représentant les informations utiles.

## 2.3-Traitement des photographies

Pour le traitement des photographies, nous avons utilisé Microsoft Office Picture Management, et le logiciel Photoshop.

## 2.4- Élaboration des Modèles Numériques d'Élévation (MNÉ)

Un MNÉ ou MNT est une représentation miniaturisé du relief qui permet la visualisation de tous ses détails (concavité, convexité, pentes, orientation, etc.). Il s'obtient par la digitalisation des courbes de niveau et leur interpolation au travers de multiples programmes SIG. L'interpolation est une procédure qui génère une valeur inconnue en se basant sur les valeurs connues des courbes voisines. Le résultat de l'interpolation dépend de la précision, du nombre et de la distribution des valeurs connues ainsi que du modèle mathématique utilisé. L'interpolation s'appuie sur différents types d'algorithmes qui ont chacun leurs avantages et leurs inconvénients. Ainsi distingue-t-on : la régression polynomiale, la distance inverse pondérée, le Krigeage, le minimum de courbure, le polygone de Thiessen, le plus proche voisin, la surface de tendance etc. Pour notre cas, nous avons utilisé l'algorithme Krigeage qui minimise les pertes d'informations.



**Fig. 8 : Etapes de création du Model numérique de terrain de l'Arrondissement de Batchenga**

## 3 – Les difficultés de terrain

Les enquêtes n'ont pas été faciles dans la mesure où les questions relatives au statut social des enquêtés ne sont pas toujours les bienvenues, les acteurs perçoivent ces questions comme une atteinte à leur intimité propre. Le constat est le même pour ce qui est des questions relatives aux revenus tirés de leur activité. Les enquêtés nous soupçonnent d'être des « Espions » et par conséquent, il s'installe une certaine méfiance qui se répand comme une traînée de poudre et rend difficile l'accès à l'information. Aussi, le manque de moyen financier a certainement contribué à freiner l'évolution de nos travaux dans la mesure où ici les populations exigent une contre partie en échange de l'information donnée. A ceci s'ajoute la rareté des travaux sur notre terrain d'étude. Ni la Mairie, ni la Sous préfecture ne possède une carte de l'arrondissement de Batchenga en bonne et due forme.

#### **4 – La rédaction du mémoire**

La collecte et le traitement des données qui permettront de rédiger ce mémoire se sont déroulées non seulement dans la ville Yaoundé mais aussi et surtout dans l'arrondissement de Batchenga sur période d'Octobre 2015 à avril 2016. Le corps principal de notre mémoire comprend 3 parties et chaque partie contient 2 chapitres.

### **PREMIERE PARTIE : CADRAGE GENERAL DE L'ETUDE**

**Chapitre I :** Exploration du sujet

**Chapitre II :** Méthodologie de recherche

### **DEUXIEME PARTIE : RECHERCHE, COLLECTE ET TRAITEMENT DES DONNEES**

**Chapitre III :** Aperçu de l'Arrondissement de Batchenga et ses Attractions touristiques

**Chapitre IV :** Les difficultés au développement du tourisme dans l'Arrondissement de Batchenga

### **TROISIEME PARTIE : PRESENTATION, CRITIQUE DES RESULTATS ET RECOMMANDATIONS**

**Chapitre V :** Opportunité de développement et solutions aux difficultés touristiques de l'Arrondissement de Batchenga

**Chapitre VI :** Vérification des hypothèses, Critiques des résultats et recommandations

### **Conclusion**

En somme, au-delà de la méthodologie, notre recherche s'est faite suivant un calendrier précis ou chronogramme de travail. Elle s'est étalée sur une période de 08 mois allant du mois d'Octobre 2015 au mois d'Avril 2016 et comprenant toutes les étapes de la recherche, de la définition du sujet à la soutenance publique du mémoire

## **DEUXIEME PARTIE :**

### **RECHERCHE, COLLECTE ET TRAITEMENT DES DONNEES**

## **CHAPITRE III : APERÇU DE L'ARRONDISSEMENT DE BATCHENGA ET SES ATTRACTIONS TOURISTIQUES**

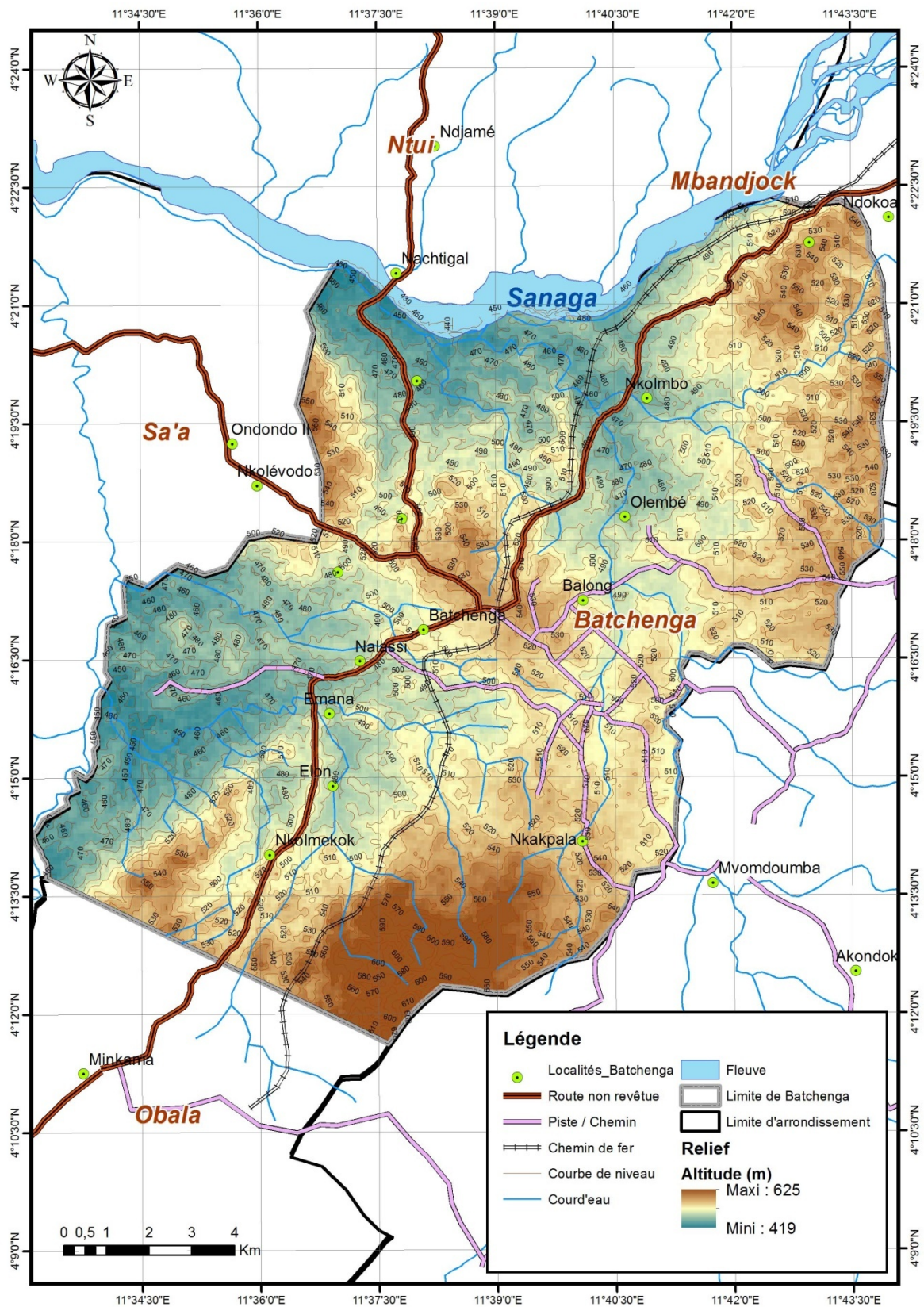
Ce chapitre porte la présentation des potentialités touristiques de l'arrondissement de Batchenga et doit pouvoir répondre à l'hypothèse selon laquelle le potentiel physique (climat, sol, végétation, hydrographie, chutes etc...) et humain (histoire et architectures etc...) de Batchenga sont autant atouts touristiques pouvant permettre l'essor du tourisme dans cette localité.

### **III. 1. Un milieu naturel aux atouts multiples**

Les éléments de ce milieu naturel sont nombreux mais nous ne nous intéresserons de près qu'au relief, au climat, aux sols et sous-sols et à la végétation.

#### **III.1.1. Un relief fort contrasté**

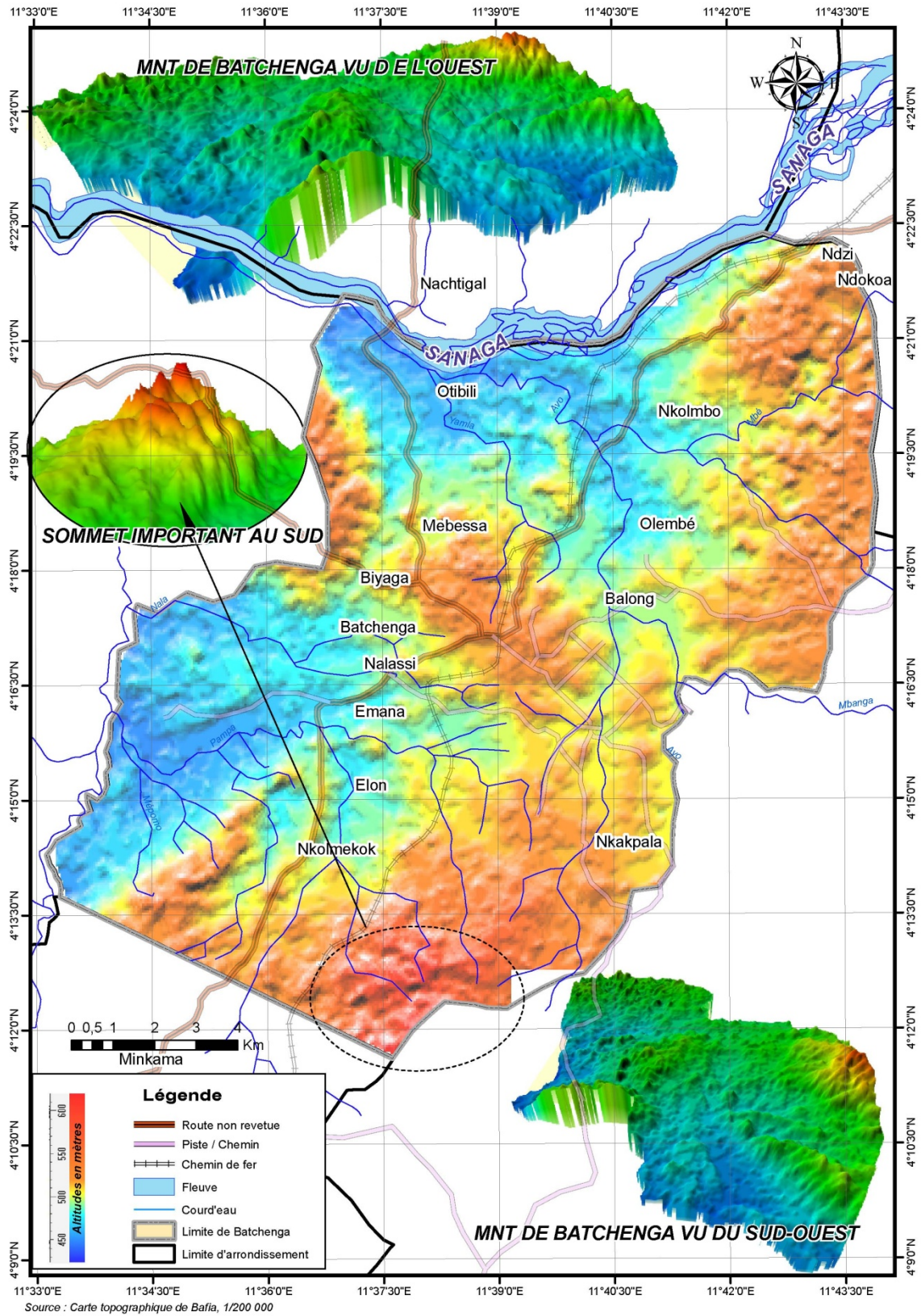
De par sa proximité au fleuve Sanaga, la commune de Batchenga présente un relief peu accidenté et varié (présence de plaines, de collines, montagnes et de vallées) qui sont des endroits qui peuvent être visités par les touristes. Les pentes comprises entre 0 et 10% traduisant une faible sensibilité à l'érosion. L'altitude moyenne est de 600 m. (**Figure 9**). Dans sa partie Sud (**Figure 10**) on peut voir se dresser le mont Nkoldom qui



(Source : Carte topographique de Bafia 1/200 000)

**Figure 9 : Le relief de l'Arrondissement de Batchenga**





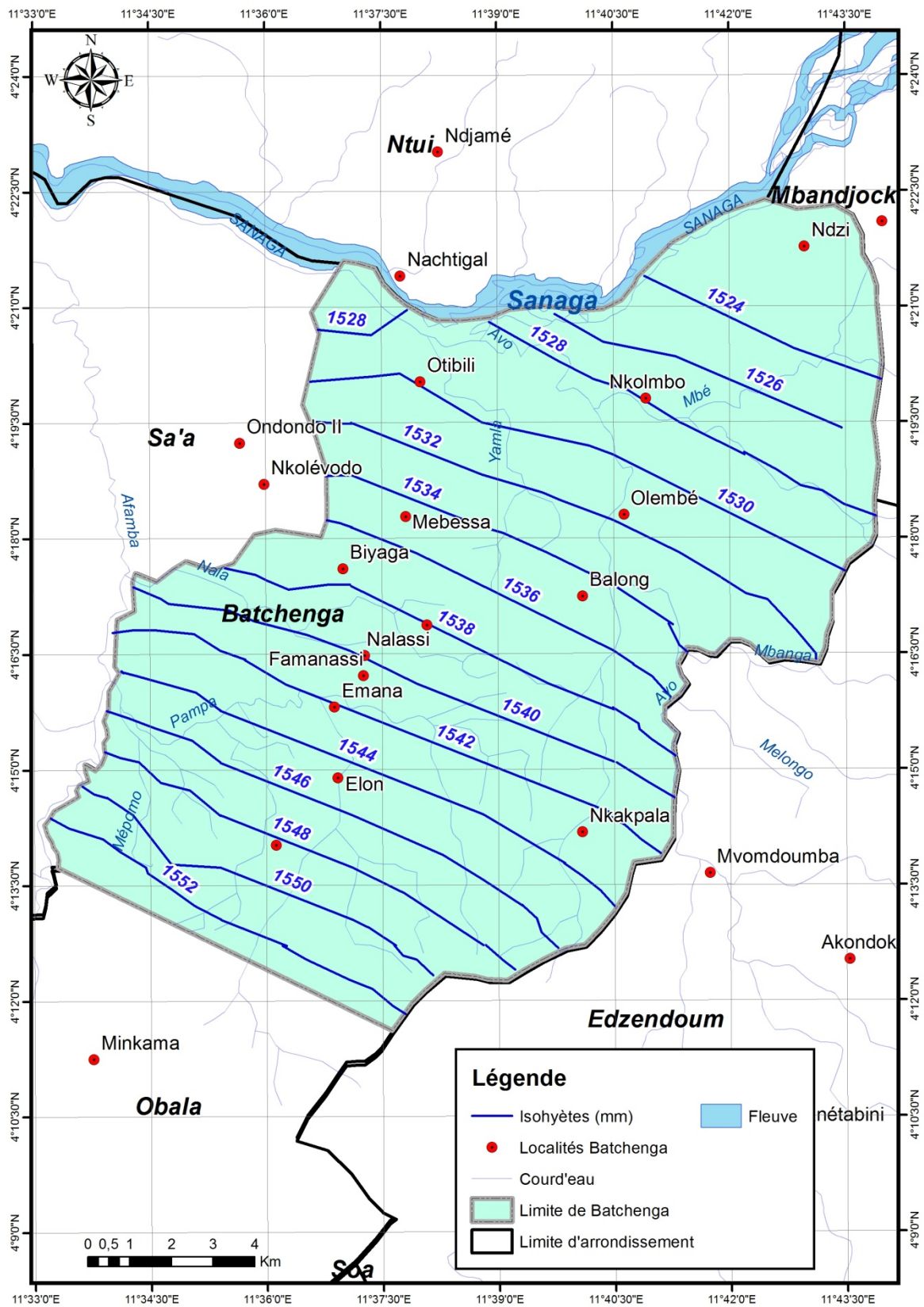
**Fig. 10** : Modèle numérique de terrain de l'arrondissement de Batchenga

### **III.1.2. Un climat diversifié et favorable au développement des activités touristiques**

La commune de Batchenga subit l'influence d'un climat équatorial de type guinéen à quatre saisons d'inégales durées :

- une grande saison sèche de Novembre à mi-Mars ;
- une petite saison pluvieuse de mi-Mars à mi-Juin ;
- une petite saison sèche de mi-Juin à mi-Août ;
- une grande saison pluvieuse de mi-Août à fin Octobre.

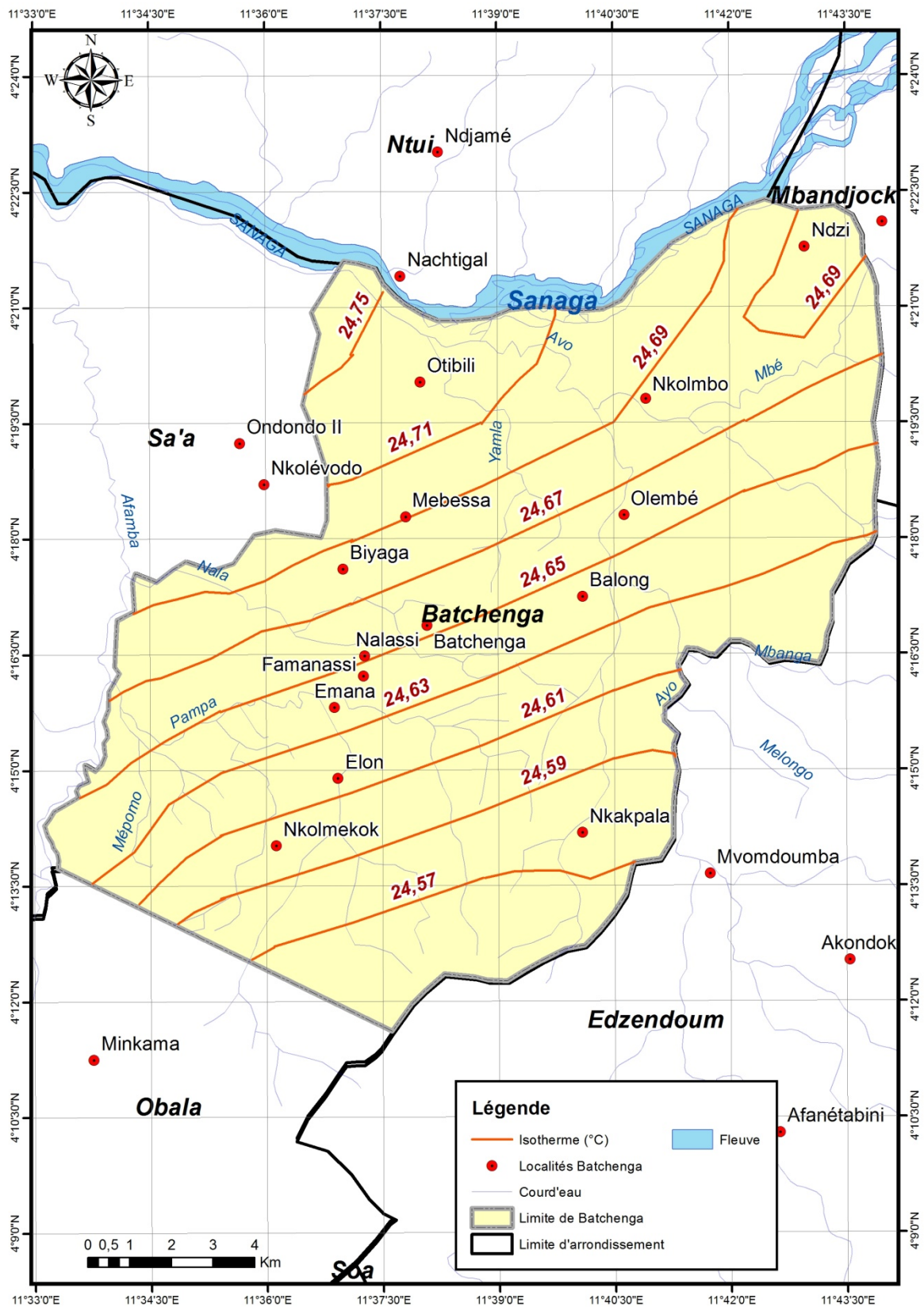
Les précipitations abondantes 1537 mm en moyenne par an (**Figure 11**) apportent un peu de fraîcheur à une atmosphère très chaude généralement sollicité par les touristes occidentaux.



(Source : Service de Météorologie de la Région du Centre (2015))

**Fig. 11** : Carte pluviométrique de l'Arrondissement de Batchenga

La température moyenne annuelle est de 25°C (**figure 12**) avec une amplitude moyenne annuelle de 2,5°C. Ce climat favorise annuellement la conduite de 2 campagnes agricoles. Dans la localité de Batchenga, il est important de noter que le climat constitue un attrait naturel qui influence positivement le tourisme. Ainsi, climat accueillant de Batchenga, caractérisé par une certaine douceur et une harmonie entre une longue saison fraîche et une courte période chaude, permet la relaxation tant recherchée par les touristes en quête d'évasion.

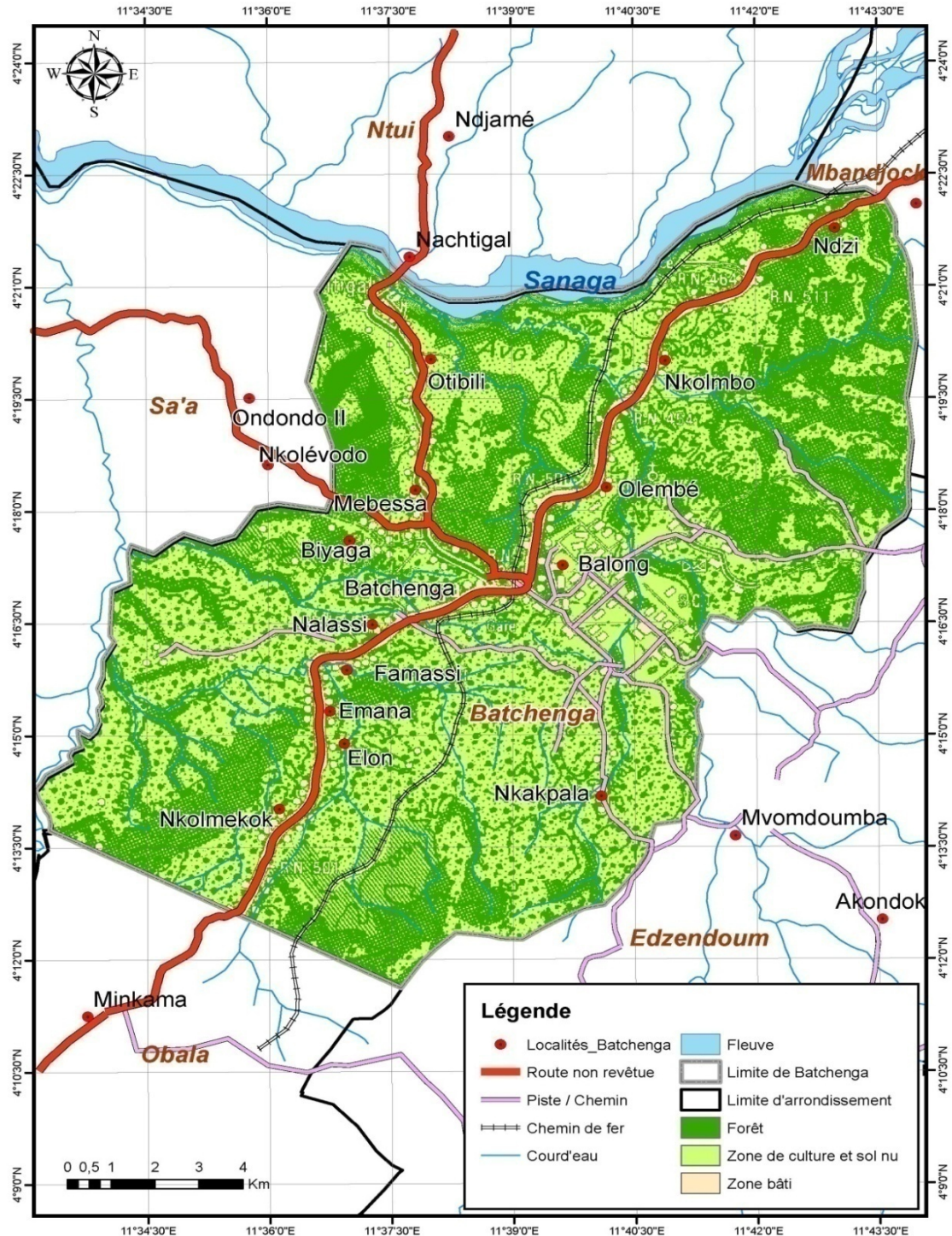


(Source : Service de Météorologie de la Région du Centre (2015))

**Fig. 12:** Température dans l'Arrondissement de Batchenga

### III.1.3. Une végétation luxuriante

La forêt galerie (**photo 1**) aux abords du fleuve Sanaga et des rivières et les savanes péri-forestières sont toujours vertes La constance de la chaleur et de l'humidité (**figure 13**) explique la luscricance de la végétation.



(Source : Carte topographique de Bafia 1/ 200 000)

**Fig. 13:** Végétation de l'arrondissement de Batchenga



**Photo 1:** Une forêt galerie au Nord de Batchenga

*On peut observer un habitat forestier constitué par une bande relativement étroite d'arbres croissant de chaque côté du fleuve.*

*(Source: Mbouhom William, Octobre 2015)*

#### **III.1.4. Des sols fertiles pour l'Agrotourisme**

La constance des températures associées à l'abondance des précipitations et des différents aspects du relief ont donné naissance à des sols en grande partie ferralitiques dont le soubassement est constitué des roches cristallines et métamorphiques. Valérie (1973) fait observer qu'à 90% les sols de l'arrondissement de Batchenga sont ferralitiques. Ces sols ferralitiques rouges et bruns, sur roches acides ont une fertilité moyenne ; leurs propriétés physiques permettent le drainage et une capacité de rétention en eau suffisante. Cela peut justifier la forte implantation des activités agricoles dans cette région ; ici on pratique : les cultures vivrières, les cultures de rente, les fruitiers et le maraîchage. La fertilité de ses sols va en 1928, faciliter l'implantation de la SEITA (Société d'Exploitation Industrielle de Tabac et d'allumettes), même si du fait de la crise économique des années 1980 cette dernière va disparaître il faut noter que ce type d'exploitation peut servir à la pratique d'un type particulier de tourisme, l'agro-tourisme.

Par ailleurs, nous avons des sols hydromorphes de bas-fonds (marécages ou « Elobi ») impropres à l'installation humaine furent désertés par les populations et avec elles les cultures pérennes et vivrières. Aujourd'hui ils portent les cultures maraîchères. D'après Valérie (1973), à l'exception des bas-fonds plats et mal drainés des secteurs peu accidentés où ils sont en association avec les sols hydromorphes et, dans une moindre mesure, des dômes rocheux et des collines isolées où des dalles massives des cuirasses ferrugineuses portent respectivement des sols minéraux bruts et des sols peu évolués ou lithosols, les sols ferralitiques occupent plus de 90% de la région autour de Batchenga. Ces sols recouvrent invariablement les migmatites et les micaschistes qui forment le soubassement de la région. Sur le site, ces sols

sont indifféremment couverts par la forêt et la savane. Ces sols ferrallitiques sont profonds de plus de 3 m, et comportent par endroits des horizons indurés et font l'objet de culture du maraicher en saison sèche à l'instar du maïs.

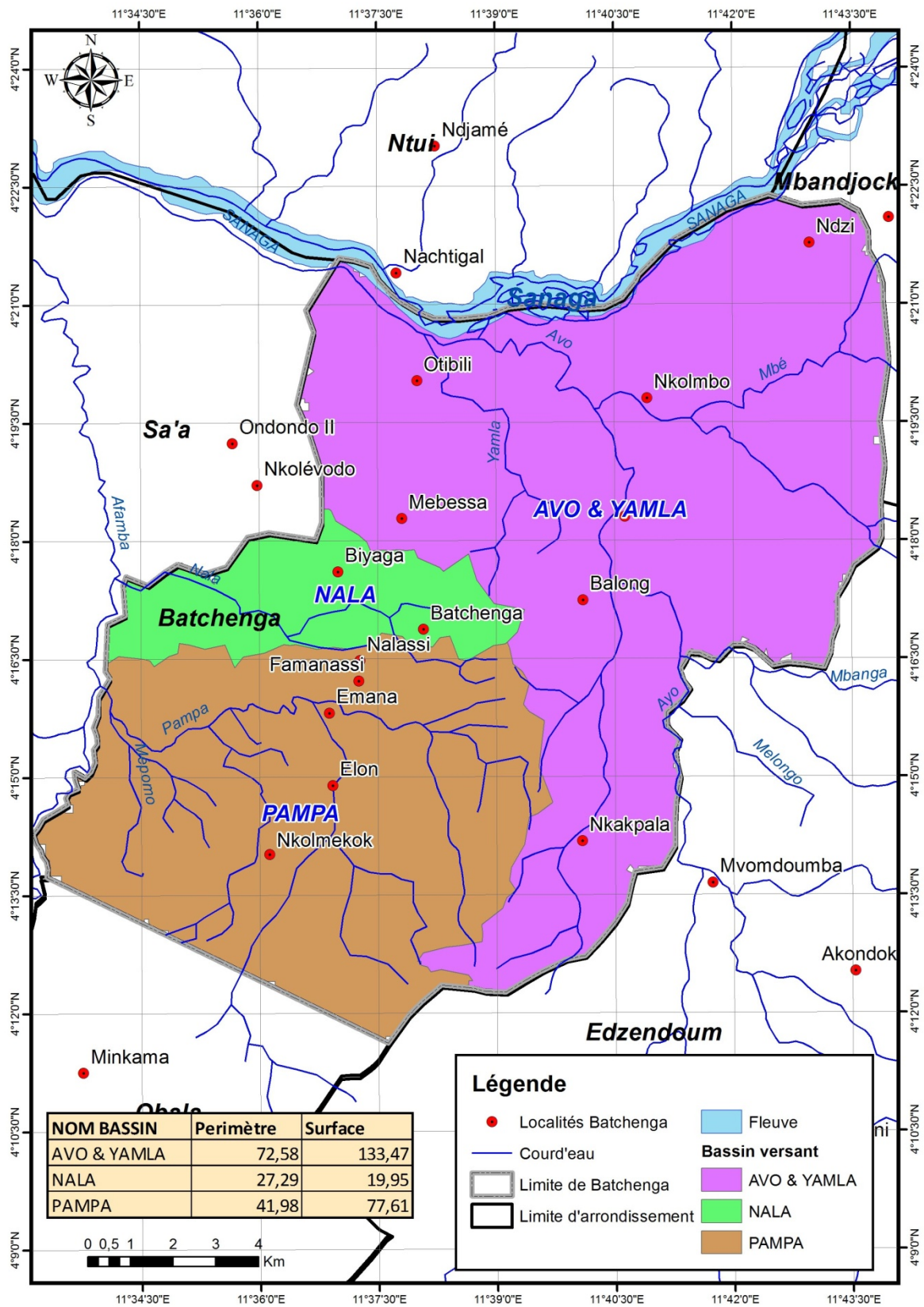
Sur le plan chimique, tous les sols de la zone sont acides et dé saturés (Martin, 1967). En surface, le pH varie entre 6 et 5 et, en profondeur, entre 5 et 4. Les horizons supérieurs sont dans l'ensemble plus riches en matières organiques en savane qu'en forêt. En outre, les travaux de Martin (1973) montrent que dans l'ensemble, la proportion des limons est faible (moins de 10%) et varie peu des horizons supérieurs vers la profondeur. Entre 0 et 40 cm de profondeur les sables dominent dans l'ensemble avec une proportion 40% de la fraction totale.

L'hétérogénéité relative des sols est favorable à la diversité des cultures : les sols ferrallitiques typiques épais rouges et jaunes conviennent à toutes les variétés de cultures Les conditions limitantes sont la teneur en eau insuffisante en raison sèche et secondairement leur richesse en bases échangeables. Celle – ci peut s'avérer très faible en cas de pratiques de jachères courtes, c'est – à – dire un temps de repos inférieur à 5 ans. En revanche, dans les bas – fonds humides, les sols hydromorphes ne posent pas ce problème de perte de la fertilité chimique et organique puisque les eaux de débordement laissent en se retirant des dépôts organiques et des limons fertiles utiles à une bonne croissance des plantes.

### **III.1.5. Une hydrographie favorable à la navigation et à l'irrigation**

La Commune de Batchenga est arrosée par la Sanaga et l'Afamba, fleuves très poissonneux et à débit permanent couvert par trois bassin versant (**Figure 14**).A côté de ces fleuves, l'on note la présence de petites rivières à régime permanent ou saisonnier à l'instar de Famna, Avo'o et Nala. La Sanaga fleuve gigantesque et plein de légendes, frontière naturelle et impressionnante qui sépare la commune de Batchenga dans la Lékié à celle de Ntui dans le Mbam et Kim. Exploité aussi bien en période en saison sèche qu'en période de crue, son eau est prisée pour la consommation dans les ménages, son sable sollicité dans les constructions, sans oublié qu'il qu'elle est également un lieu de pêche.





(Source : Carte topographique de Bafia 1/200 000)

**Fig. 14:** L'hydrographie de l'Arrondissement de Batchenga

### **III.2. Un milieu humain intéressant pour son l'histoire**

Les Allemands arrivent à Batchenga vers 1900 par Nachtigal. Ils y introduisent la culture du cacao, puis celle des maraîchers. En 1928, l'on assiste à la création de la SEITA (Société d'Exploitation Industrielle de Tabac et d'allumettes) qui va embaucher une grande partie de la population.

En 1944, la SEITA (**photo 2**) devient la SFCT (Société Franco-Camerounaise de Tabac) dirigée par les Français. En 1945, survient la création du village Batchenga, avec résidence du Chef de Groupement à Olembé. La même année, il y 'a eu création de la première école publique de Batchenga. . En 1970, la SFCT change de nom et devient la SCT (Société Camerounaise de Tabac).

La compression du personnel à la SCT est survenue en 1985. En 1989, la localité a connu le décapage du bitume sur la Nationale N°1. La création du District survenue en 1995 a conduit au détachement de 8 villages du groupement Benyagda à Minkama.



**Photo 2** : Entrepôt de la SFCT

*Ce bâtiment aujourd'hui vide et inexploité, mais encore en très bonne état. Il a d'abord accueilli la première menuiserie créée par les allemands, par la suite elle a servi d'entrepôt à Société Franco-Camerounaise de Tabac puis à la Société Camerounaise de Tabac. Malgré la disparation du plafond, force est de constater que L'architecture intérieure est encore de toute beauté. Aménagé, il peut servir de Musée ou de site touristique.*

*(Source : Mbouhom William, Décembre 2015)*

### **III.2 .1 Aperçu historique de la localité de Batchenga**

Le destin de Batschenga semble intimement lié à l'eau et aux ressources qu'elle renferme. De nombreuses références historiques sont liées à l'eau. Même si l'agriculture demeure la première activité, loin devant la pêche pratiquée surtout par des ressortissants Maliens et Nigériens. Il se raconte que c'est en remontant le cours du fleuve Sanaga à la recherche des sources, que l'Allemand Nachtigal découvrit le site abritant les fameuses chutes qui portent son nom.

Littéralement abasourdi par le spectacle féerique, il ne manqua pas, jusqu'à la fin de ses jours, de magnifier ce trésor de la nature. Quelques années plus tard, son compatriote Major Dominik, lors de ses pérégrinations en 1915, fit la rencontre du patriarche Ateba Ledzoa en pleine partie de pêche. Piqué par la curiosité, l'Allemand se renseigna sur la nature des poissons pêchés. « Be-Tseng », répondit le vieux. Ce qui signifie « des petits poissons très huileux » en langue Sanaga. Cette expression fort imagée, deviendra par la suite Batchenga, le nom actuel de la localité.

Traversée par la Nationale N°1, la localité de Batchenga a eu par le passé, ses années de gloire et joué un rôle de pionnier dans de nombreux domaines. Ici, la colonisation a laissé des traces encore visibles. Introduite dès le début du siècle dernier, la culture et le conditionnement du tabac, a attiré pendant des décennies, beaucoup d'étrangers venus chercher fortune. La fermeture des installations de la société camerounaise de tabac (STC) a plongé la localité dans un profond désarroi. En l'absence d'autres activités génératrices de revenus, les populations qui se consacrent pour l'essentiel à l'agriculture

### **III.2 .2 Une population nombreuse, dynamique, et accueillante**

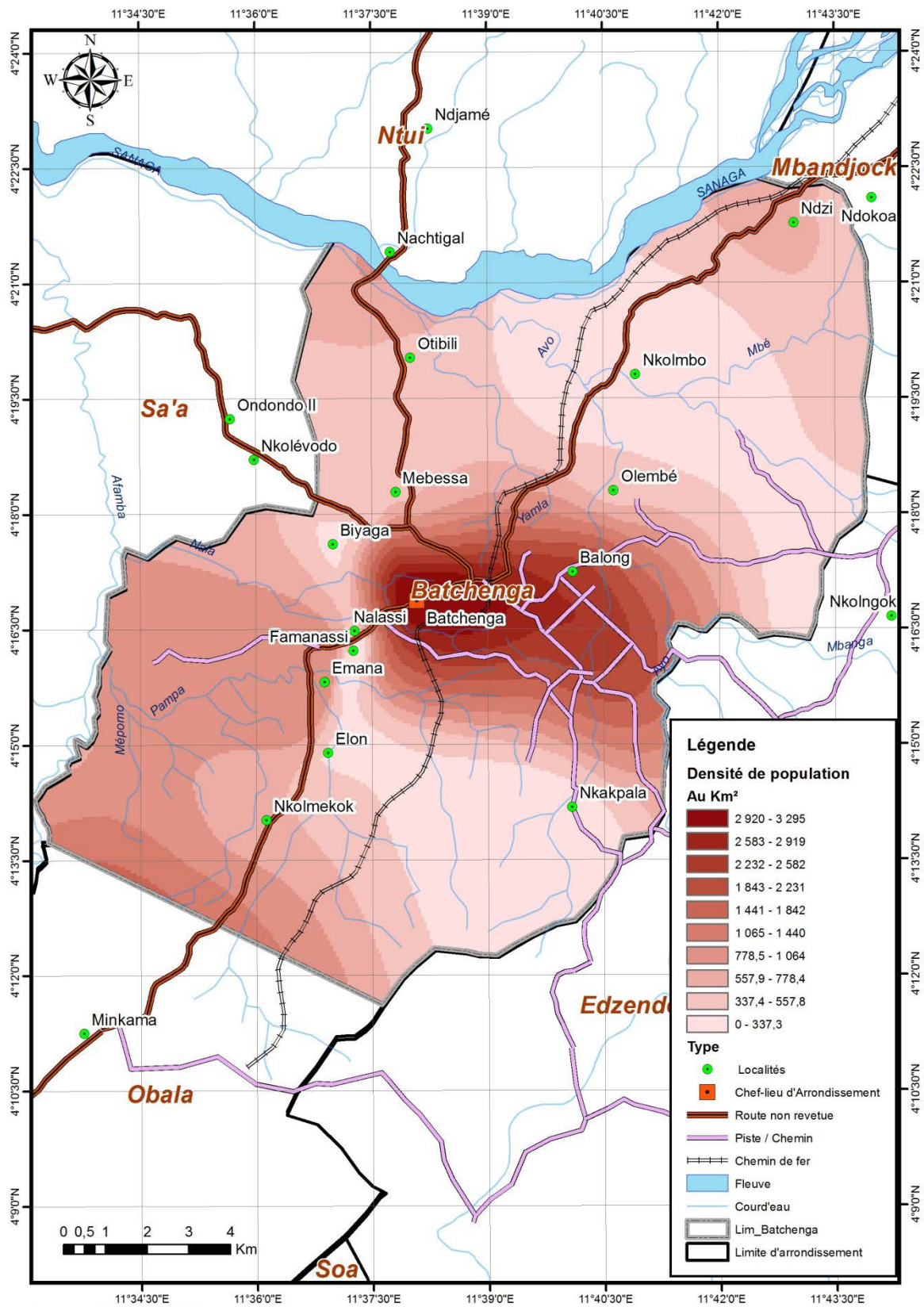
Batchenga est une ville hospitalière où la population est très accueillante, par sa proximité à la capitale politique Yaoundé, car située à près de 48 Km, elle pourrait être considérée comme une banlieue de celle-ci.

Cette contrée est peuplée par deux principales ethnies : les Batschenga et les Benyagda. Selon une vieille légende transmise de père en fils, leur ancêtre, le chef Medjana Odjogo, serait venu du Soudan. Installé momentanément dans l'actuelle province de l'Extrême-Nord puis dans l'Adamaoua, il descendit vers le 17<sup>e</sup> siècle face à la conquête musulmane, en longeant le cours de la Sanaga. C'est en montant avec ses sujets sur un tronc d'arbre flottant sur le fleuve et qui se transforma en serpent, qu'il aurait regagné l'autre rive de la Sanaga. Par sa position géographique exceptionnelle mais aussi des atouts historiques indéniables, ce hameau d'environ 15 000 habitants, avait tout pour réussir. D'après nos enquêtes, 55 % des paysans font uniquement de l'agriculture comme activité et 35 % pratiquent des activités extra-agricoles ; il y a très peu de célibataires, 97 % des enquêtés affirment être mariés et on enregistre en moyenne quatre enfants par ménage. D'une manière générale, l'agriculture, principale activité des habitants de l'Arrondissement de Batchenga est portée par une population nombreuse, dynamique et jeune (**figure 16**) dont la part de la population femme occupe une place prépondérante.

Sur le plan ethnique, l'on distingue les Eton (Benyagda et Mvog Namnye) qui représentent environ 53 % de la population, les Batchenga (42 %) et les étrangers (5%). Ballong, Batchenga, Olembé (**figure 15**) sont les zones de forte densité.

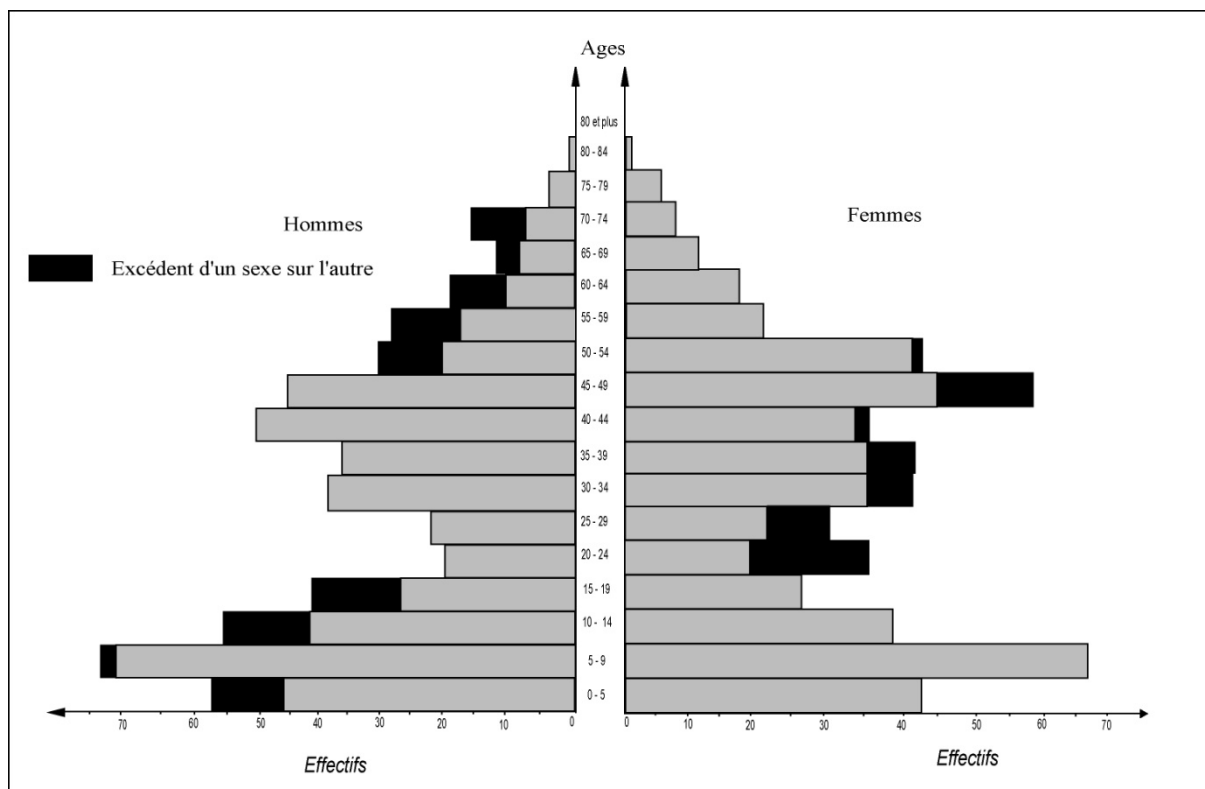
D'une manière générale, les relations inter ethniques sont pacifiques même si on peut noter par moment de petites disputes foncières. Les mariages inter-ethniques sont possibles. Mais les mariages intra-ethniques ne le sont pas au sein des clans Batchenga, Benyagda et Mvog Namnye. Il convient toutefois de mentionner que la cohésion sociale ne semble pas très forte, les initiatives en faveur de l'intérêt général recevant difficilement l'accord de tous les membres de la population.

C'est ici que le colonisateur lança dans les années 1914-1915, la culture du tabac qui allait devenir le principal secteur d'activité de la région. Sa réussite attira par certaines d'autres Camerounais et même des ressortissants des pays voisins. Malgré la fermeture de la société, beaucoup d'anciens ouvriers sont restés sur place, profitant de l'hospitalité légendaire des populations locales. Il s'apprend qu'avant la construction du pont sur la Sanaga à Ebebda, l'essentiel du trafic routier en partance de Douala ou de Yaoundé en direction de l'Ouest et du Nord passait par ici. Pendant des décennies, on a extrait ici le sable nécessaire à la construction de tous les grands bâtiments de Yaoundé dont le Palais des Congrès.



Source : Recensement Bucrep 2005

**Figure 15 :** Densité de la population dans l'Arrondissement de Batchenga



Source : B.R.G.P.H.

**Figure 16 :** Pyramide des âges de l'Arrondissement de Batchenga

### III.3. Les attractions touristiques

C'est l'ensemble des curiosités naturelles, anthropologiques et architecturales exerçant une certaine fascination sur les visiteurs d'une région. Dans certains cas, l'une d'elles suffit pour motiver le déplacement avec pour but de la savourer. Ces attractions peuvent être regroupées en 3 types en fonction de la nature du produit de base. Ainsi, on distingue les attractions naturelles, anthropologiques et architecturales.

#### III.3.1. Les attractions architecturales, humaines et artisanales

Ce sont des édifices construits par l'homme et qui véhiculent un message. Ceux-ci peuvent symboliser une période de l'histoire ou plus simplement marquer un moment de la vie d'un peuple.

##### III.3.1.1. Le palais présidentiel peut être rénové et transformé en musée

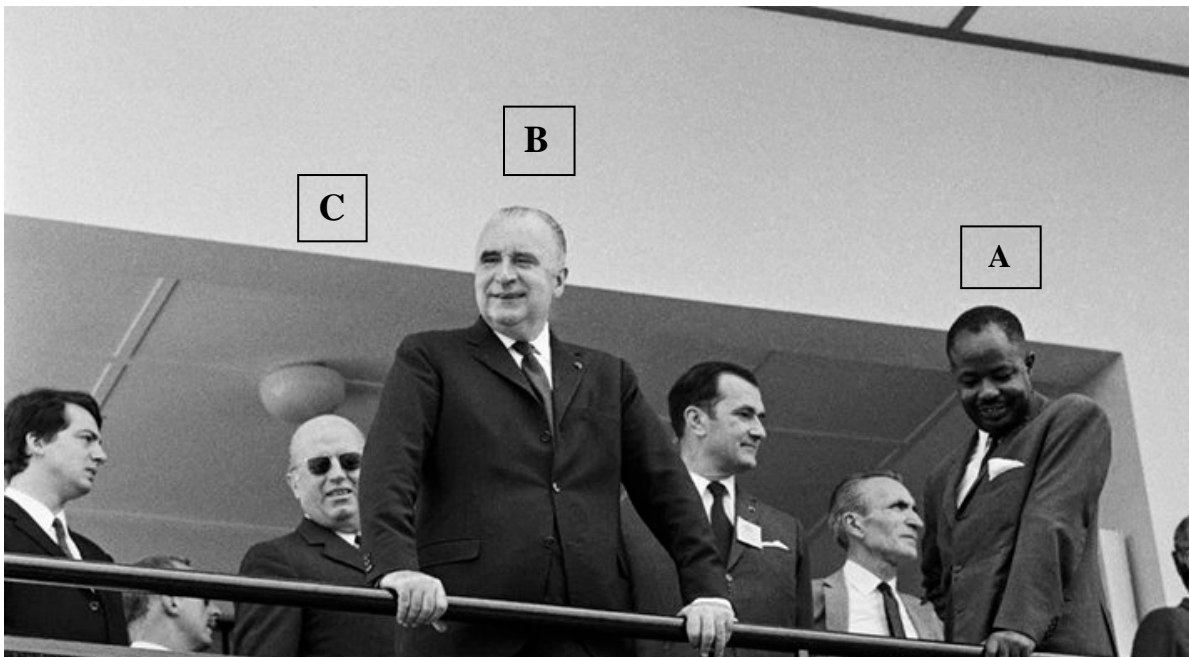
A Ndjé, sur la route qui mène à Nanga-Eboko, à douze kilomètres de là, se dresse, au bord de la Sanaga la résidence abandonnée du feu président Ahmadou Ahidjo (**photo 3**), construite dans les années 60 : une bâtisse qui, progressivement, tombe en ruines. Pourtant elle a reçu, en 1969, l'ancien président français Georges Pompidou et son homologue camerounais (**photo 4**), arrivés par train (**photo 5**)



**Photo 3** : Le Palais présidentiel du feu président Ahidjo

*Le palais présidentiel de Batchenga* A *Construit au bord de la Sanaga* B *vue de l'entrée au palais (vue avant) qui tombe en ruine dans la broussaille.*

*(Source : Mbouhom William, Décembre 2015)*



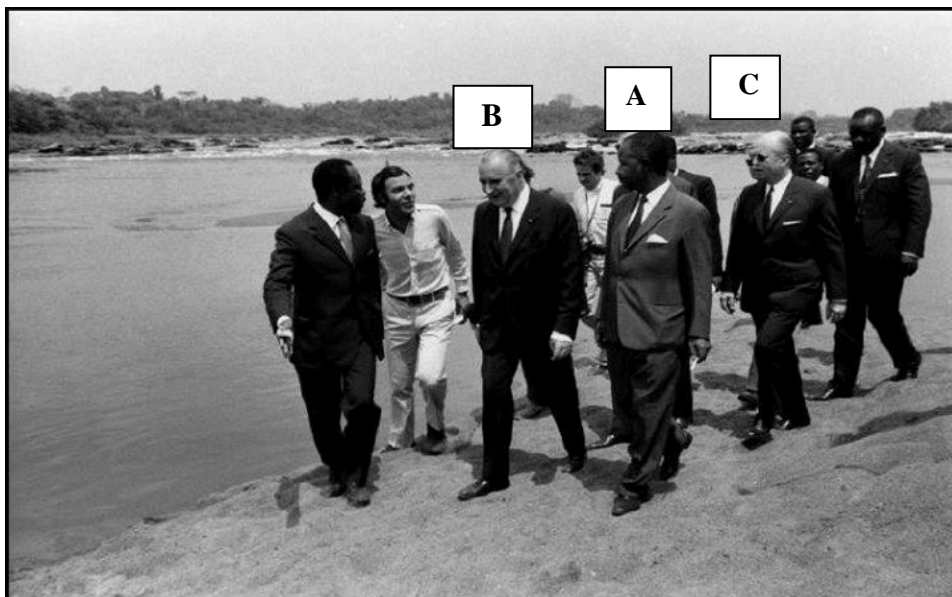
**Photo 4 :** Le président Ahidjo et ses hôtes Français

Le président Ahidjo <sup>A</sup> et son homologue Français Georges pompidou <sup>B</sup> accompagné de Jacques Foccart <sup>C</sup> et d'autres personnalités au balcon de l'immense domaine construit à proximité des chutes de Nachtigal.

*(Source : Guy Le Querrec, Mercredi 10 février 1971)*

C'était sa façon à lui de donner du lustre à cette résidence construite en 1970 par Ahmadou Ahidjo. L'ancien président français Georges Pompidou y a passé son plus beau séjour africain, lors de son tout premier voyage sur le continent, qu'il entama par le Cameroun après avoir succédé au général Charles de Gaulle. C'est que, dans sa grande vision, le tout premier chef de l'Etat du Cameroun avait entrepris de construire des palais présidentiels dans l'ensemble des chefs-lieux de provinces et dans certains départements, afin de susciter le développement du tourisme camerounais. Lorsque son ami, à qui tout le monde collait le nom de « Pompidou l'Africain » décide de lui rendre visite, il choisit de le loger dans un environnement purement tropical (l'un des principaux hobbies de Pompidou était la pêche). Il le plonge alors dans ce décor à la fois sauvage et féérique où seuls des cris d'oiseaux et le bruit émis par les chutes de Nachtigal, à proximité desquelles est construit le palais, venaient bercer les oreilles de ses illustres visiteurs.





**Photo 5:** Le président Camerounais et ses hôtes à la plage de Ndjé

Le président Ahidjo **A** et son homologue Français Georges Pompidou **B** accompagné de Jacques Foccart ancien directeur de cellule Afrique à l'Élysée dans le cadre de la France-Afrique **C** et autres personnalités marchant en discutant à la plage à sable de Ndjé située à près de 150 m de son palais.

(Source : Guy Le Querrec, Mercredi 10 février 1971)

Pour rendre le séjour de son homologue français plus romantique (**photo 4**), Ahidjo avait choisi de le faire voyager dans un wagon spécial de la Regifercam, alors qu'il aurait pu y aller en hélicoptère. En effet, la résidence de Batchenga a été construite de telle manière qu'il y avait une gare de fortune à son entrée. Le père de la nation camerounaise passait ses week-ends et parfois même des vacances dans ce pied-à-terre. Paul Biya l'y a même accompagné plusieurs fois, du temps où il était son directeur de cabinet, puis secrétaire général de la présidence.



**Photo 6 :** Le Président Ahidjo et son homologue Français à bord d'un train

Dans un train de la Camrail entre Yaoundé et Batchenga, le président de la République française Georges POMPIDOU effectue son Premier voyage officiel en Afrique. De face, le président Georges POMPIDOU et à sa gauche le Président de la République Camerounaise, Ahmadou AHIDJO.

(Source : Guy Le Querrec, Mercredi 10 février 1971)

L'ancien palais Présidentiel de Batchenga aujourd'hui inhabité mais gardé par des militaires, transformé en musée peut devenir un lieu d'histoire qui, mis en valeur, pourrait constituer un poste de recette pour cette commune qui en a besoin pour développer ses infrastructures. Bien que sérieusement surveillée depuis peu (certainement que le contexte sécuritaire l'impose), la résidence présidentielle de Batchenga, qui demeure somptueusement équipée, est en ruine. La taille de l'herbe qui y a poussé renseigne assez approximativement peut-être sur la dernière fois où elle a été coupée. Plus grave, la villa construite en dehors de la résidence, où logeaient certains membres de la suite présidentielle, a été envahie par des herbes géantes. L'accès au fleuve Sanaga, qui passe juste en dessous de la résidence à étages, constitue désormais un véritable chemin de croix, du fait du mauvais état de la piste qui y mène

### **III.3.1.2. Le vieux bac, une attraction pour les touristes et visiteurs**

Sur les eaux, un bac (**photo 7**). Il va et vient au quotidien depuis 1934 – soit dix années avant la naissance de Casimir Ndjodo-, embarquant et débarquant des milliers de voyageurs sur les deux rives du fleuve. « Avant la mise en place du bac, les véhicules traversaient ce fleuve à bras d'hommes », révèle Casimir Ndjodo, qui se souvient qu'avant la construction de l'actuel axe Yaoundé-Bafoussam, cet ouvrage devenu monument fut la voie obligée de tant de personnes et de marchandises. La construction du bac a favorisé le développement d'une activité économique plus ou moins importante à cet endroit, réputé pour la saveur et la qualité particulières de son poisson d'eau douce.



**Photo 7:** Le Bac en mouvement

*Aujourd'hui en panne, le vieux lorsqu'il fonctionne (Photo 7) constitue une attraction aussi bien pour les voyageurs que pour les touristes.*

*(Source : image Google sur Batchenga)*

### **III.3.1.3. L'artisanat**

Les touristes sont friands des souvenirs. L'objet fabriqué par un artisan à Batchenga et exporté par les touristes constitue un message du pays de provenance et un souvenir à ceux qui le contempleront. L'art est un élément d'un ensemble culturel, une manifestation culturelle d'un peuple. L'artisanat provient des mêmes ressources que le folklore surtout en ce qui concerne l'artisanat d'art (sculpture en bois).

Les objets qui attirent le plus la curiosité des touristes durant leur séjour à Batchenga sont : les pirogues, les corbeilles, les paniers les tableaux en peinture, calebasses, des perles, et les colliers en malachite... (**Planche 1**).

**Planche 1**: Les produits artisanaux de Batchenga



**Photo 8** : Des petites corbeilles



**Photo 9** : Des paniers de marché

*La production artisanale de Batchenga est faite de pirogue utilisé dans le transport des hommes, des marchandises et des véhicules etc... de petites corbeilles, paniers et des corbeilles à dos pour la conservation des produits, le transport et la commercialisation des denrées alimentaires.*

*(Source : Mbouhom William, Octobre et Décembre 2015)*

### III.3.1.4. La prison correctionnelle pour les travailleurs récalcitrants des Allemands

Elle a été construite en 1908 pour recevoir les travailleurs résistants aux autorités allemandes. En effet en 1906 le Gouverneur JESKO Von Puttkamer signe un décret stipulant que : « toute personne qui résisterait soit passivement soit activement à l'autorité coloniale devait être arrêtée et condamné à la corvée<sup>20</sup> ».

**Tableau 7** : Taux estimatifs des salaires des travailleurs à Batchenga entre 1890-1914

	<i>Recrutement par travailleur</i>	<i>Enfants volontaires (moins de 16 ans)</i>	<i>Travailleurs volontaires</i>	<i>Travailleurs corvéables et prisonniers</i>
	<i>Brut/ impôt/ net à payer/</i>	<i>Brut/ impôt/ net à payer/</i>	<i>Brut/ impôt/ net à payer/</i>	<i>Brut/ impôt/ net à payer/</i>
<b>1890-1907</b>				
<b>1908-1914</b>	12 10 2	9 6 3	19 10 9	13 10 3

(**Source** : Bissomo ottou (2003), monographie historique des Batschenga au centre du Cameroun : des origines à 1916. Etabli à partir de différentes données de H. Dominik 1901 et d'Emmanuel Ghomsi sur la problématique de la collaboration 1986. P159)

Les travailleurs adultes soumis au la corvée et les prisonniers avaient une rémunération spéciale estimée à 3 marks à la fin de l'exécution de la corvée (voir tableau ci-dessous).

Les Allemands ne connaissaient pas le « système de zéro » lors du pointage. Après les arrestations, les prisonniers étaient copieusement fouettés puis soumis à des corvées. Cette situation était très difficile car il fallait être un homme résistant et fort pour tenir bon. Ce fût une forme d'esclavage prolongée chez les Batchenga ; avec l'économie des plantations marquée par la violation des traités d'abolition signé entre les rois Akwa et Bell de la rivière Cameroon et les Anglais dont le plus important était celui du 29 avril 1852 qui stipulait que la durée de travail était de 15 heures par jour dans les plantations allemandes alors que le code de législation prévoyait 10 heures ; mais le plus souvent, cette durée se prolongeait jusqu'à très tard dans la soirée malgré la réaction du gouvernement impérial en 1902, qui condamnait ces exactions de responsables des plantations. Certaines impunités étaient tolérées à cause de l'exploitation du tabac et de la banane qui nécessitait une main d'œuvre importante. Les sanctions infligées étaient diverses et allées d'une bastonnade impitoyable et publique à la corvée.

Le tableau ci-dessus montre clairement que les salaires étaient dérisoires ; d'où le désintéressement des populations. Le nombre de travailleurs restait donc insuffisant par conséquent les gens étaient arrêtés de force.

Cet édifice tout en briques de terre cuite avec 9 mètres de haut et 6 mètres de diamètre environ (**Photo 10**) est situé à Nkol Mbo'o non loin des plantations allemandes, construit en 1911 par Bruno Püenjer, était très redouté par les populations. A l'intérieur, il y avait un système de canalisation d'eau dans la partie supérieure. L'eau de ces installations était versée

<sup>20</sup> - P. Mandeng, Hamburg, (Band IV, 1973) pp 87-88.

sur les travailleurs récalcitrants. La salle trempée jusqu'aux chevilles, obligeait des prisonniers à passer les jours entiers debout.



**Photo 10** : La prison de Bachenga à l'époque Allemande

*(Source : Mbouhom William, Décembre 2015)*

*La prison correctionnelle pour travailleur récalcitrant pendant la période allemande, est un édifice impressionnant de part sa hauteur d'environ 9 à 10 mètres de haut (photo 17) qui laisse entrevoir une très petite porte où les prisonniers pouvaient passer).*

*(Source : Mbouhom William, Octobre 2015)*

### **III.3.1.5. L'Hôtel de ville de Batchenga**

Lieu d'établissement d'acte de naissance et de brassage des populations à travers la célébration des mariages interethniques et des fêtes nationales, l'Hôtel de ville de Batchenga constitue un des lieux par excellence de la promotion de l'intégration nationale et de la culture camerounaise que les touristes peuvent visiter et où ils peuvent séjourner. Le beau bâtiment et le jardin qui l'entoure, font de ce lieu un espace sollicité pour des prises photo de certains événements.

### III.3.1.6- Le marché périodique de Batchenga : lieu de brassage de peuple et de découverte culturelle

Le marché est un lieu public, en plein air ou couvert, où l'on vend et on achète des marchandises. Il désigne aussi une réunion de commerçants, qui vendent dans un lieu appartenant au domaine public (Larousse : 2010). Un marché est périodique lorsqu'il est rythmé dans le temps par des périodicités qui peuvent être hebdomadaires, mensuelles, ou trimestrielles.

Les marchés périodiques sont nés pour répondre aux besoins des habitants de la communauté et reflètent la vraie culture et le mode de vie des gens du village. Le marché périodique de Batchenga (**photo 11**) qui à lieu chaque vendredi de la semaine est lieu de rassemblement, de communion et de partage de savoir et de savoir faire entre les différents villages ce qui crée de nouveaux liens dans la société, des réseaux de solidarité familiale et de proximité. Par conséquent, le marché périodique de Batchenga est un lieu qui crée un nouveau modèle, « une nouvelle culture ». En tant que « centre de rencontre provisoire », ce marché permet aux touristes de découvrir la diversité culturelle des peuples Batchenga.



**Photo 11** : Lieu d'accueil du marché périodique de Batchenga

*Ce marché qui se tient tout les vendredis de la semaine est indiqué et matérialisé par une plaque située au centre de la ville. Cet espace reçoit deux catégories de commerçant : une logée dans les bâtiments de la commune et l'autre tout au tour de ces bâtiments, à défaut d'avoir une place dans ces bâtiments ils construisent eux-mêmes des hangars qui pourront recevoir leurs marchandises .*

*(Source : Mbouhom William, Décembre 2015)*

### **III.4. Les attractions naturelles**

Ce sont les ressources de la flore, de la faune et du relief généralement à l'état de nature ou n'ayant subi que des transformations mineures.

#### **III.4.1. Les chutes de Nachtigal**

Les chutes de nachtigal (**planche 6**) sont bordées sur la rive gauche par une forêt galerie qui est un mélange de savane et de forêt. Cette zone de transition entre ces deux types de végétation laisse par endroit entrevoir des clairières où l'on retrouve généralement des champs cultivés et quelques habitats. .

. Les célèbres chutes de Nachtigal sont situées à une douzaine de kilomètres du centre ville. L'eau qui ruisselle et se jette de manière fougueuse sur l'impressionnant rocher. De l'inondation à certains endroits, même en pleine saison sèche... Le clapotis des vagues les annonce plus bas, là où la broussaille envahissante masque le regard. Une fois sur le site, le regard est captivé par une masse d'eau impressionnante qui dévale d'une pente façonnée par le cours tumultueux du fleuve. A cet endroit, les eaux sont particulièrement agitées. Soulevées violemment par un mouvement constant, des vagues giclent au contact d'énormes rochers, formant une vaste nappe d'écumes blanchâtres.

De nombreuses légendes circulent sur les chutes. Selon l'une d'elle, c'est ici que se trouverait le refuge de « Ngan media », l'énorme serpent-tronc qui aurait permis aux anciennes populations du Grand Mbam de gagner l'autre rive de la Sanaga. La mystérieuse disparition du mois de mai 2007, d'un élève au beau milieu des chutes ravivé des vieilles rumeurs. Selon d'autres sources, quelques initiés peuvent apercevoir le monstre qui se manifesterait dans des circonstances exceptionnelles. Il est tout de même déplorable qu'un trésor qui fait partie du patrimoine touristique du pays, soit presque à l'abandon. Situé à quelques encablures de Batchenga sur la route menant au bac, le site n'accueille pas grand monde.



**Planche 2** : Les chutes de Nachtigal



*Les chutes de Nachtigal l'une des plus célèbre de tout le département de la Lékié, impressionnant de part ses 5 bras (**image A**) ; le plus petit bras située à l'extrême gauche du fleuve (**image A**) est suivie d'une autre moins importante entrecoupée par un îlot. Des trois dernières seules la quatrième (**image B**) paraît la plus importante du point de vue de sa largeur et du bruit des vagues.*

*(Source : Mbouhom William, Décembre 2015 )*

### III.4.2. Les chutes de Nkol-Ndji

Parmi les points attractifs qui participent à la beauté naturelle de Batchenga, les chutes de Nkol-Ndji en font. Situées à environ 5 kilomètres du centre urbain de la ville de Batchenga, les chutes de Nkol-Ndji tout aussi extraordinaire (**photo 12**) se trouvent en pleine forêt où vit une importante population de singes et des porcs épics.



**Photo 12** : les chutes de Nkol-Ndji

*Les chutes de Nkol-Ndji prise à une centaine de mètre environ impressionnent par le beau du paysage qu'elle laisse apercevoir ; mais plus proche à environ 40 mètres le bruit et la vitesse des vagues permettent de se rendre compte du danger qui l'entoure.*

*(Source : Mbouhom William, Décembre 2015)*

### III.4.3- De l'agriculture pour l'agrotourisme

L'agrotourisme, que l'on assimile parfois au tourisme agricole ou encore au tourisme à la ferme, est une forme de tourisme dont l'objet est la découverte des savoir-faire agricole d'un territoire, et par extension des paysages, des pratiques sociales et des spécialités culinaires découlant de l'agriculture. En effet une fois à Batchenga le touriste peut se rendre dans une plantation de cacao pour goûter des fruits inconnus sur le marché, participé à une cueillette de cacao ou faire une randonnée guidée pour apprendre les techniques de culture du cacao.

### III.4.4. La flore et la faune sauvage pour l'écotourisme

En deux grandes formations végétales caractérisent la végétation de Batchenga. Il s'agit de la forêt galerie (aux abords du fleuve Sanaga et des rivières) et des savanes péri-forestières. Ces formations végétales sont riches en essences commercialisables, en PFNL et en faune sauvage. Elles sont caractérisées par une abondance de *Tectona grandis*. Les principales espèces ligneuses rencontrées localement comprennent entre autres : l'Ebénier (*Diopyros crassiflora*), le Sapelli (*Entandrophragma cylindricum*), le Moabi (*Baillonella toxisperma*), le Doussié blanc (*Azzeria pachyloba*), l'ayous (*Triplochyton sceroxylon*), le Sipo (*Entandrophragma utile*), le Framiré (*Terminalia ivorensis*), le Kosipo (*Entandrophragma candolei*), l'Iroko (*Chlorophora exelsa*), le fraké (*Terminalia superba*), l'Eyong (*Sterculia oblonga*), le Bilinga (*Nauclea diderrichii*), le Movingui, le manguier sauvage (*Irvingia gabonensis*), le Noisetier (*Kola acuminata*), le Bitter cola (*Garcinia cola*) et le Djangsang (*Ricinodendron heudolettii*). Les peuplements naturels de Fraké (*Terminalia superba*) sont

entretenus par paysans dans les cacaoyères pour qu'ils servent de couvert naturel pour les plants de cacaoyer. Le rônier par contre est dispersé ça et là dans les savanes périforestières. Les peuplements de Teck (*Tectona grandis*) introduits dans la localité pendant la période coloniale et traduisant la bonne adaptation d'une espèce exotique dans cette région sont observés le long des routes et dans les plantations. Les jachères sont colonisées principalement par *Hyparhénia rufa*, *pénnisetum purpureum*, *Musanga cercropiodes* (parassolier), *Eupatorium sp*, *Imperata cylindricum* et *Chromolaena odorata*. Par contre, les espaces de savane sont surtout caractérisés par *Hyparhénia rufa* et *pénnisetum purpureum*. La Commune de Batchenga abrite une faune sauvage très diversifiée mais peu abondante. Les discussions avec les populations locales révèlent que cette faune est localisée à la fois dans les forêts galeries et dans les savanes péri-forestières. Cette localité est colonisée par de nombreuses espèces d'oiseaux, de singes, de porcs épics, de lièvres, d'aulacodes, de perdrix et surtout de reptiles etc... Ces formations animales et végétales constituent une ressource essentielle sur laquelle on peut s'appuyer pour développer l'écotourisme dans cette localité.

### **III.4.5- Des beaux paysages**

Batchenga offre aux touristes ou aux visiteurs plusieurs types de paysages. Ainsi par exemple le touriste peut contempler les îlots de la Sanaga au lieu dit résidence où l'on voit pousser une végétation en plein fleuve, la beauté de ce paysage attire des visiteurs et même les populations locales qui apprécient l'endroit pour se reposer ou pique-niquer. Le voyage vers Batchenga n'est pas que crevasses, pièges, secousses, boue et poussière. C'est aussi une vraie randonnée, un vrai voyage à travers plein de paysages et de découvertes. Batchenga avec son paysage monotone à certain endroit (**photo B**), la beauté des rochers aux abords des rives de la sanaga (**photo C**) au lieu dit résidence à Ndzi offre un atout précieux pour le développement du tourisme dans cette localité.

**Planche 3** : Une diversité de paysages



*L'arrondissement de Batchenga est un lieu exceptionnel qui offre aux touristes l'occasion de profiter d'une multitude de paysage. Otibili avec ses paysages monotones aussi bien de cacaoyer que de Maïs (image A), la Sanaga au coucher sur soleil à Nachtigal (image B), ou la beauté des rives rocheuses de la Sanaga à Ndji (image C),; sont des lieux ou règne calme et beauté. généralement sollicité par les touristes pour de belle prise photo et*  
(Source: Mbouhom William, Octobre 2015)

### **III.4.6- La Sanaga, un cours d'eau important pour le tourisme**

Aussi bien pour la beauté de son paysage que pour sa population sous marine, la Sanaga à Batchenga constitue lieu où l'on peut pratiquer la pêche et faire des prises de photos de toute beauté.

### **III.4.7- Une plage à sable au lieu dit « résidence » pour un tourisme balnéaire**

Le tourisme balnéaire constitue la forme de tourisme la plus répandue dans le monde est principalement associé aux stations balnéaires. Au lieu dit résidence (palais présidentiel) on peut observer une plage à sable (**photo 13**) qui bien aménagée pourrait faire développer le tourisme balnéaire à Batchenga. La côte, la plage de sable, la mer et le soleil n'ont pas toujours attiré, mais notamment sous l'influence des guides touristiques, des affiches publicitaires... sont devenus depuis le XIX<sup>e</sup> siècle une source d'attrait indéniable pour les touristes et amateurs de promenades littorales, qui furent selon F. Debie une « forme urbaine du premier âge touristique »<sup>2</sup>. Le tourisme balnéaire est avec les voyages en montagne la première forme de tourisme de masse (ou préfigurant ce tourisme) apparue.



**Photo 13:** La plage à sable de Batchenga

*Située au lieu dit résidence dans le village Ndji, cette plage envahi par la broussaille, est très convoité par les populations qui y viennent creuser du sable .*

*(Source : Mbouhom William, Décembre 2015)*

### **Conclusion**

Au terme de ce chapitre, il apparaît clairement que : l'environnement physique et humain de l'Arrondissement de Batchenga grâce aux avantages qu'il procure, constitue un pôle touristique indiscutable. Localité hospitalière, population accueillante, plages magnifiques, Batchenga Située à 48 Km de Yaoundé, et la diversité de paysages végétaux et les espèces animales qu'on y décèle, ainsi que la pléade d'ethnies avec leurs pratiques culturelles respectives constituent des éléments de consommation touristique. A Batchenga on peut faire cinq choses sur une même journée : visite de la prison correctionnelle de Batchenga à , et des chutes de nachtigal, suivi d'un safari dans la forêt d'otili puis dans l'après-midi, retour à Ndji, là on peut visiter les chutes de Nkol- Ndji prendre un bain à la plage de sable. Cependant bien que possédant un potentiel touristique énorme, la localité de Batchenga sous exploité fait face à de nombreuses difficultés.

## CHAPITRE IV : LES DIFFICULTES AU DEVELOPPEMENT DU TOURISME DANS L'ARRONDISSEMENT DE BATCHENGA

Ce chapitre porte sur l'examen des contraintes à l'essor du tourisme à Batchenga et doit pouvoir répondre à l'hypothèse selon laquelle bien que disposant d'un bon nombre d'atouts pouvant permettre de développer le tourisme, Batchenga se trouve fragiliser par le manque d'une politique et des stratégies propres de la part des décideurs en vue d'un développement du tourisme, la menace de disparition du patrimoine architectural et le manque d'organisation de l'activité. Ces contraintes sont de plusieurs ordres et très nombreuses, que nous ne pouvons énumérer que ceux dont nous avons répertorié comme faisant plus de mal au développement du tourisme.

### IV.1- L'absence de contrôle dans l'activité touristique et de navette sur la ligne de chemin de fer

Les faiblesses structurelles constituent les causes majeures des problèmes économiques et sociaux du pays. Etant par nature une problématique transversale, la Gouvernance recoupe en long et en large toutes les entités de la société. Elle génère dans son mode de fonctionnement des obstacles dans la collecte des taxes, la rationalisation des dépenses publiques et la capacité de l'appareil étatique à mettre en place une administration de service et de proximité ainsi que la promotion du tissu associatif qui est appelé à assurer une gestion partagée des questions sociales entre l'État et la société civile. A Batchenga les touristes qui arrivent se débrouille comme ils peuvent à trouver un guide. L'absence de navette sur la ligne de chemin de fer qui traverse la localité est de nature à décourager les gens qui veulent visiter Batchenga. En effet, les heures d'arrivée du train se situent entre 20 et 22 heures tandis que les départs entre 5H et 4H du matin.

### IV.2-L'absence des infrastructures d'hébergement : les Hôtels

Depuis 1999, le paysage juridique en matière de tourisme s'est enrichi d'un décret évacuant le grand vide qui favorisait un certain 'laissez-aller' dans le secteur. Ainsi, définition et caractérisation des différentes constituantes de cette activité ont été précisées. C'est notamment le cas en matière d'hébergement dont le décret N° 99/443/PM du 25 Mars 99 fixant les modalités d'application de la loi N° 98/006 du 14 Avril 98 relative à l'activité touristique dispose en alinéa 2, Article 61, section 1 des établissements d'hébergement classés, chapitre 1 des établissements de tourisme classés, titre 3 de ce texte : « l'hôtel de tourisme est un établissement commercial d'hébergement classé qui offre des chambres ou des appartements meublés en location soit à une clientèle de passage, soit à une clientèle qui effectue un séjour caractérisé par une location à la semaine ou au mois, mais qui n'y élit pas domicile. Il est exploité toute l'année en permanence ou seulement pendant une ou plusieurs saisons ». Les termes de ce décret reconnaissent seulement à certains établissements d'hébergement la qualité d'hôtel. Ainsi en sont exclus les auberges, les hôtels non classés ... Quoique les visiteurs s'y rendent et y séjournent, ces espaces d'hébergement ne sont pris en considération ni dans les opérations de décompte des hôtels, ni dans celles des touristes. Sur ceux force est de considérer que l'arrondissement de Batchenga ne dispose d'aucun hôtel pouvant accueillir les touristes (**tableau 7**) les infrastructures d'hébergements qui sont au nombre de deux dans tout l'arrondissement que l'on retrouve ici sont des auberges dont la qualité des services proposés sont de très mauvaise qualité.

**Tableau 8:** L'absence d'infrastructures d'hôtelières dans tout l'arrondissement

TYPE D'ETABLISSEMENT	NOMS DES ETABLISSEMENTS	QUATIER	ADRESSE DU PROMOTEUR (Nom et Numéro de téléphone)	catégorie	chambres	suites	appartements
HOTELS	0	0	0	0	0	0	0
AUBERGES	LA NEGRITA		ETOGE Jean Marie 677830571				
	LE COMPLEXE TSCHENGA		NKOULOU DESIRE				

*Source : Délégation départementale de la Lékié et enquête de terrain Mars 2016)*

#### IV.3-L'absence des points de loisirs

La culture des jeux et des divertissements n'est pas particulièrement installée dans les habitudes des populations locales de Batchenga. Ceci a pour conséquence que les casinos et tous les autres espaces de jeu restent rigoureusement absents dans cet arrondissement. En dehors de quelques infrastructures sportives comme on en rencontre ailleurs, rien d'autre de notable ne peut être signalé. L'industrie des jeux et divertissement tarde à y faire son entrée, ceci au grand malheur des touristes enclins au jeu.

#### IV.4-Les voies de communication : un véritable casse-tête pour l'accès des touristes à la localité, aux sites touristiques et aux populations locales

Le non bitumage des différentes routes qui, en saison sèche, et à cause des nuages de poussières dégagés par les véhicules et notamment les camions grumiers à leur passage, ont de conséquences néfastes sur la santé des populations riveraines. Le manque de route rendent également difficile l'accès aux différents sites touristiques. Il faut dire que les pistes qui y mènent aux différents sites touristiques de cette localité est dans un état déplorable. En saison sèche à l'aide d'une moto, il faut accepter de braver les nids de poule et la poussière pour s'y rendre par contre en saison de pluie le seul mode de déplacement est la marche à pied du fait de la boue qui ne rend pas les routes praticables. Même au centre ville (**planche 10**) de Batchenga le visiteur ou le touriste est d'abord frappé. Quelques croûtes de goudron, visibles par endroits, attestent d'une gloire perdue dans le temps.



**Planche 4** : L'état des voies de communication de l'Arrondissement de Batchenga



**Photo 14** : La route allant à Nachtigal



**Photo 15** : Un véhicule de transport de Batchenga

*Le mauvais état des routes (images A et B) rend difficile et très coûteux le voyage vers Batchenga. Par conséquent du fait de la rareté des véhicules de transport, certaines personnes se hissent au dessus des sacs des produits agricoles pour effectuer le voyage de Batchenga ; bravant ainsi tous les dangers (imageA).*

*(Source : Mbouhom William, Octobre et Décembre 2015).*

#### IV.5- L'absence des agences de voyage et de couverture statistique

En l'absence des agences de voyage pour Batchenga les populations locales, visiteurs et touristes lorsqu'ils ne disposent pas d'un véhicule sont obligées de voyager dans des « heupeup » (**photo 14**) ; ces véhicules ont la particularité de transporter 6 personnes à l'arrière et 4 personnes à l'avant. A ceci vient s'ajoute l'absence de couverture statistique qui est un véritable obstacle à l'industrie touristique, car, il devient difficile de savoir qui visite quoi et où ? Et quelles en sont les retombées ?

#### IV.6- L'absence d'organisation de l'activité touristique et de mise en valeurs des sites touristiques

Le professionnalisme est une donnée très importante surtout pour un secteur d'activité comme le tourisme qui est en pleine évolution et où la concurrence est des plus rudes. L'atteinte de cet objectif passe forcément par la prise de conscience, l'organisation, la formation et le recyclage des différents acteurs du tourisme.

En ce qui concerne l'arrondissement de Batchenga, l'absence des acteurs (guides de tourisme, restaurateurs, hôteliers, autorités locales etc.) constitue une véritable contrainte pour l'activité touristique dans cette localité en ce sens qu'elle joue sur la satisfaction de la clientèle et augmente le risque de voir cette clientèle diminuée ou disparaître tout simplement. En effet, force est de constater de l'essentiel des lieux qui peuvent attirer les visiteurs ou les touristes sont aujourd'hui en ruine c'est l'exemple de l'édifice ayant servi de prison pendant le séjour des Allemands dans cette localité.

#### IV.6- L'insuffisance et le sous équipement des centres de santé

L'Arrondissement de Batchenga ne dispose que de deux centres de santé (**tableau 8**) pour faire face aux besoins des touristes et de sa population. Si le Centre Médical d'Arrondissement de Batchenga est un hôpital public, le Centre de santé Bon secours quant à lui est un établissement privé.

**Tableau 9 : Les formations sanitaires de l'Arrondissement de Batchenga**

Formation sanitaire	lieux	Nombre total de bâtiments	Etat des bâtiments		
			Bon	Passable	Mauvais
Centre de Santé Bon secours	Ballong I	1	0	1	0
Centre Médical de l'Arrondissement de Batchenga	Ballong II	5	0	0	5

(Source : Enquête de terrain décembre 2015)

Ces centres sont sous équipés en matériels médicales et manquent cruellement des médicaments. Au centre médical d'Arrondissement de Batchenga par exemple que nous avons visité par exemple, le constat est alarmant : le médecin en chef est très souvent absent par conséquent c'est un jeune infirmier qui doit s'occuper des malades qui arrivent est très

souvent débordé. Les populations contre leur volonté sont obligées de recourir à « docta »<sup>21</sup> le medecin de la rue.

#### **IV.7- La défaillance des acteurs en charge du tourisme et l'absence d'un Marketing touristique.**

Pour le Maire de Batchenga la commune manque cruellement d'argent pour financer les différents projets qui lui sont présentés. Les problèmes tels que : le manque d'ordinateur, du papier format et des véhicules pour se déplacer sont également évoqués à la délégation départementale du tourisme de la Lékié pour expliquer l'insuffisance des statistiques ou données dans ce secteur d'activité.

Par conséquent, il n'y a pas de publicité visant à promouvoir le tourisme à l'extérieur et déclencher ainsi un véritable flux touristique. Il n'y a pas des affiches, des T-shirts ou des gadgets souvenirs.

#### **IV.8- L'insuffisante formation des acteurs locaux**

Le professionnalisme est une donnée très importante surtout pour un secteur d'activité comme le tourisme qui est en pleine évolution et où la concurrence est des plus rudes. L'atteinte de cet objectif passe forcément par la formation et le recyclage des différents acteurs. En ce qui concerne Batchenga, l'insuffisante formation des acteurs (guides de tourisme, autorités locales etc.) constitue une véritable contrainte pour l'activité touristique dans cette localité en ce sens qu'elle joue sur la satisfaction de la clientèle et augmente le risque de voir cette clientèle diminuée ou disparaître tout simplement. De nos jours, seuls quelques guides de tourisme (14 au total) ont reçu une formation organisée par le ministère en charge du tourisme.

#### **IV.9 Le manque d'organisation de l'activité touristique**

L'une des contraintes relevées par l'ensemble des acteurs locaux est le manque d'organisation de l'activité touristique.

#### **IV.10- La modicité du fonds alloués au secteur touristique**

La promotion de la destination Cameroun en général et Batchenga en particulier souffre non seulement de problèmes d'organisation, d'efficacité, d'absence de visibilité, mais aussi de la modicité du fonds alloués au tourisme. Une analyse du budget du MINTOUL (**tableau**) montre que la grosse partie du budget est consacré au développement du tourisme dans notre pays est très insignifiant. En effet Mesmin TCHINDJANG (2006) faisait remarquer qu'à sa création le fonctionnement ne prenait la totalité des fonds du ministère et dont le taux est passé de 100% en 1990 à 65% en 2000, alors que l'investissement est passé de 0% à 35% les mêmes années. On comprend alors le piétinement du MINTOUL par rapport à la promotion touristique qui, doit pourtant être une priorité absolue.

---

<sup>21</sup> - Nom communément donné au vendeur des médicaments de rue

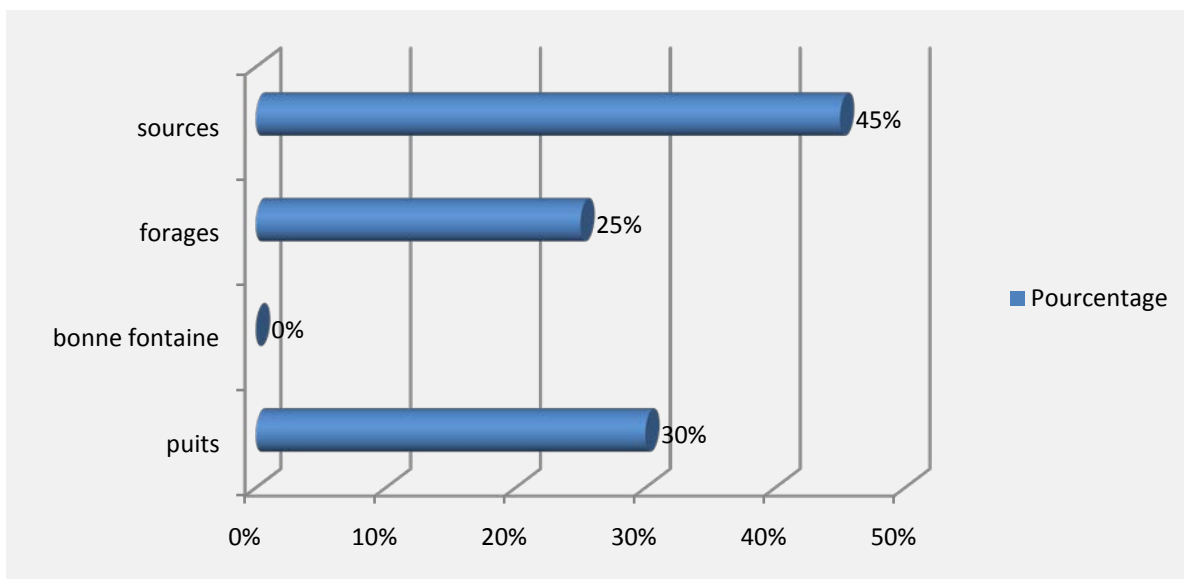
**Tableau 10:** Le faible budget alloué pour le fonctionnement des communes dans le cadre de la décentralisation

<b>Ministères</b>	<b>Budget (en milliers de FCFA)</b>
Ministère des arts et de la culture	90 000 FCFA
Ministère de l'agriculture et du développement rural	8. 280. 700 FCFA
Ministère des affaires sociales	751. 915 FCFA
Ministère du commerce	1.140.000 FCFA
Ministère de l'éducation de base	23. 863 FCFA
Ministère de l'énergie et de l'eau	5.691.150 FCFA
Ministère de l'emploi et de la formation professionnelle	580.240 FCFA
Ministère de l'élevage des pêches et des industries animales	6.199.100 FCFA
Ministère des forêts et de la faune	726.000 FCFA
Ministère de l'habitat et du développement urbain	1.460.000 FCFA
Ministère des petites et moyennes entreprises	150.000 FCFA
Ministère de la promotion de la femme et de la famille	2.081.766 FCFA
Ministère de la santé publique	23.053.700 FCFA
Ministère du tourisme et des loisirs	670.000 FCFA
Ministère des travaux publics	7.441.000 FCFA

(Source : Cameroon-tribune, aout 2014)

#### **IV.11- les difficultés d'accès à l'eau potable et à l'électricité**

En effet les enquêtes de terrain ont révélés que 45% de la population de l'Arrondissement creuse des puits pour se ravitailler en eau (**figure 17**). Aujourd'hui par exemple : le Centre Médical d'Arrondissement de Batchenga et les populations situées tout au tour de cet hôpital se ravitaillent en eau potable grâce à un forage construit par le ministère de la santé publique (**photo 16**).



(Source : Enquête de terrain, décembre 2015)

**Figure 17: MODE D'APPROVISIONNEMENT EN EAU DANS L'ARRONDISSEMENT DE BATCHENGA**



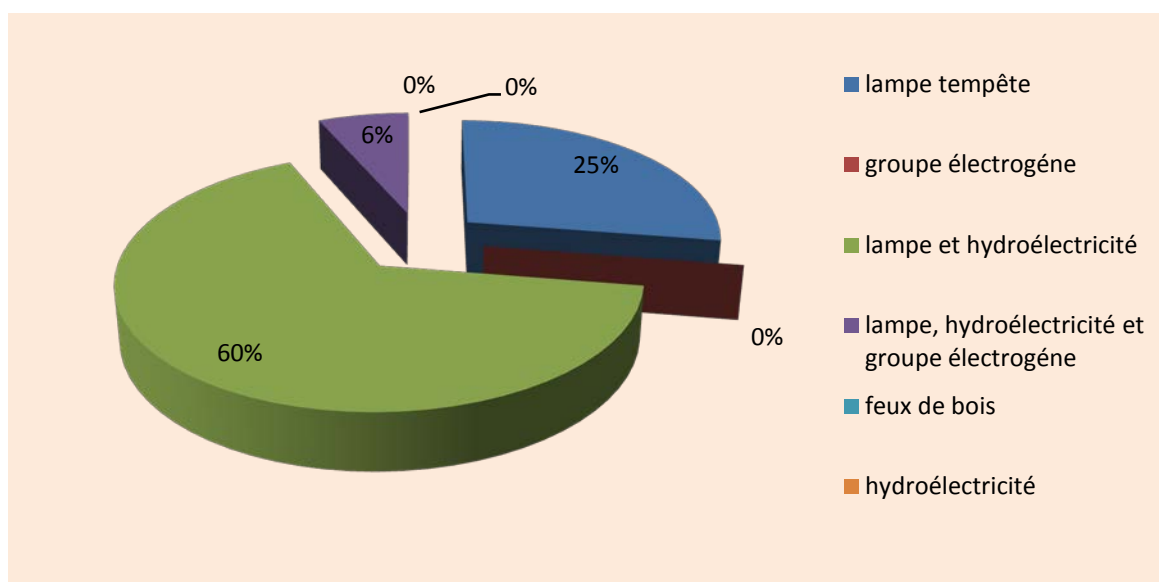
\*

**Photo 16 :** Le forage du centre hospitalier de l'Arrondissement de Batchenga

*Ce forage situé du centre hospitalier de Batchenga est le seul point de ravitaillement en eau potable pour les populations du village Balong.*

(Source : Mbouhom William Octobre 2015).

En ce qui concerne l'éclairage, 25 % de la population rurale pour s'éclairer fait aux lampes tempêtes (**Figure 18**). Ce mode d'accès à l'éclairage s'avère pourtant plus coûteux dans cette étude on a relevé que ceux qui recourent à ce mode d'éclairage dépensent en moyenne 3000 F.CFA par mois. Certains plus astucieux et ou fortuné ont recours à des groupes électrogènes du coup leur facture de consommation énergétique monte à plus de 6000 F.CFA par mois. Fort de ce constat on peut dire que cette situation contribue énormément à aggraver la situation de pauvreté pour une population ayant déjà un niveau de revenu bas. C'est donc à ce niveau que le tourisme doit apporter de sa touche à travers les projets d'électrification rurale. il pourra permettre d'acheter des grands groupes électrogènes pour produire l'électricité aux ruraux sur place quand il n'est pas possible techniquement ou financièrement de se connecter aux réseaux de distribution régionale. Certains villages comme Ballong I et Ballong II déjà connectés à ce réseau doivent cependant faire face aux coupures régulières de courant. La mise en valeur du potentiel touristique de l'Arrondissement de Batchenga devra permettre d'assurer la connexion de nombreux villageois ne disposant pas de moyens financier pour avoir un abonnement auprès de la société de distribution et de la commercialisation de l'énergie électrique.



(Source : Mbouhom William, Enquête de terrain 2015)

**Figure 18:** Source d'éclairage des populations de l'Arrondissement de Batchenga

### Conclusion

En conclusion, les obstacles majeurs à l'activité touristique dans l'arrondissement de Batchenga sont particulièrement importants et relèvent de la classification faite par George WACKER MANN (1989). <sup>22</sup>Selon laquelle on relève trois types de réalisations dans les pays en développement à savoir :

<sup>22</sup> - Wackermann Gabriel (1989), *Le Tourisme international, annales de géographie* Volume 98 Numéro 549 pp. 593-594

- L'espace touristique « enclavé » dans son milieu d'accueil, avec une connotation coloniale, peut maitrisée, spéculative, ségrégative, peu respectueuse de ce qui pourrait constituer le support autochtone.
- Le « ghetto » touristique, qui comporte plusieurs niveau allant de l'établissement simples aux complexes d'installations, puis à l'unité allant jusqu'à constituer un quartier, ensuite à la station et finalement à l'île ou a la région.
- Le tourisme « intégré » qui est une formule plus simple, progressive et diffuse. Il donne naissance à des conceptions dispersées ou fragmentaires (Inde, Tanzanie, Sri-Landa) ou à des formules groupées et spectaculairement mises en avant (basse-Cassamance Sénégalaise...)

L'arrondissement de Batchenga, de ce qui précède, fait partie de la première catégorie à savoir : « l'espace touristique enclavé ».

**TROISIEME PARTIE :  
PRESENTATION, CRITIQUES DES  
RESULTATS ET  
RECOMMANDATIONS**



## CHAPITRE V : OPPORTUNITÉ DE DÉVELOPPEMENT ET SOLUTIONS AUX DIFFICULTÉS TOURISTIQUES DANS L'ARRONDISSEMENT DE BATCHENGA

Il sera question pour nous dans ce chapitre de montrer que le tourisme étant d'un apport non négligeable à l'économie d'un pays, Il revêt alors une importance capitale et il faut trouver des solutions adéquates aux problèmes auxquels il est confronté dans notre zone d'étude. Il importe donc pour nous ici de mettre sur pied des stratégies visant à résoudre les différents problèmes rencontrés.

### V.1 - Le tourisme : une opportunité de développement futur de l'Arrondissement de Batchenga

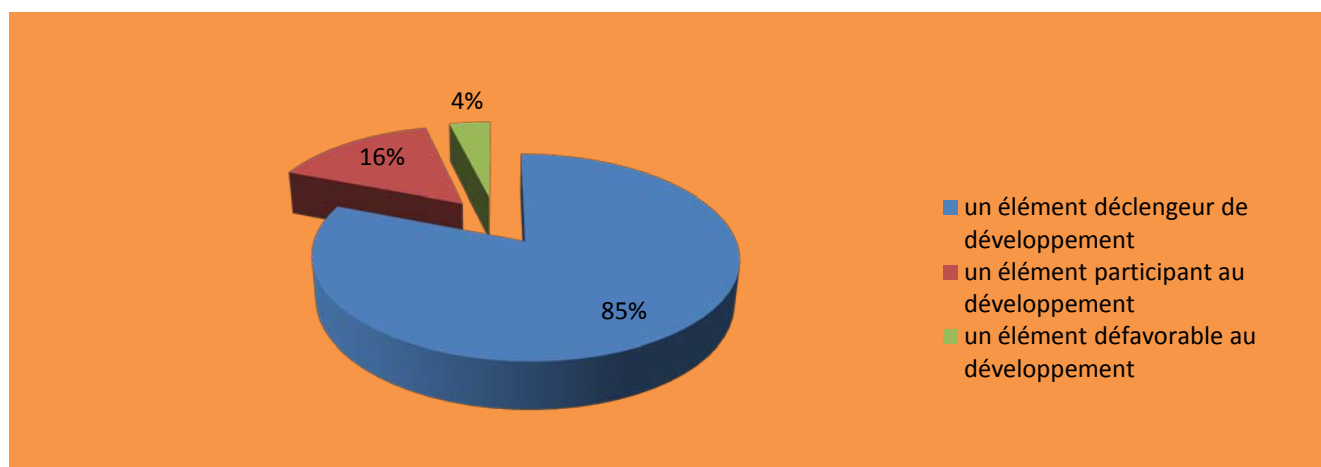
L'industrie touristique reste l'un des secteurs les plus dynamiques de l'économie. Elle engendre une vaste gamme de bénéfices comme une contribution croissante de plus de 10% dans certains cas. Le PIB et d'importantes recettes de devise en sont ainsi produits. C'est un instrument fiable de création d'emplois durables. C'est ce qui a inspiré l'adoption du thème central de la cinquième conférence internationale de l'Organisation Mondiale de Tourisme qui s'est tenue à Bali (Indonésie) du 30 mars au 2 avril dernier et qui a réuni 450 participants de 70 pays aux côtés de neuf organisations internationales. Il va sans dire que le tourisme touche tous les domaines de la vie socioculturelle et économique d'un pays de développement qui permette de situer ce pays là. C'est tout simplement reconnaître que le tourisme joue un rôle essentiel dans la création d'emplois, facteur particulièrement sensible à une époque de crise économique. Le défi clé consiste à instaurer des politiques durables pour accroître tant la qualité que la quantité de l'emploi dans l'industrie touristique. Ce qui ne semble pas être compris au Cameroun où le budget alloué au développement du tourisme demeure dérisoire. On se plaît tout simplement à dire que le Cameroun a d'énormes potentialités touristiques. Un peu comme une antilope qui « porte de longues cornes sans pouvoir s'en servir ».

#### V.1.1- Les effets d'entraînement du tourisme

Au regard des statistiques établies par l'OMT, on se rend compte que parmi les pays en développement, ce sont les pays les plus en retard qui accusent, en général, des déficits touristiques. En effet, ils ne disposent pas des infrastructures de transport, d'hébergement et de restauration, pour répondre de façon satisfaisante à la demande touristique internationale. Par conséquent, ils n'ont qu'une clientèle touristique faible voire très faible. En Afrique, la sous région occidentale est celle qui présente les déficits les plus élevés, suivie de l'Afrique centrale et l'Afrique Australe. Un des objectifs essentiels de leur politique touristique est, en conséquence, de procéder aux aménagements touristiques qui permettront de recevoir un flux accru de touristes étrangers et ainsi d'équilibrer leur balance, voire de la rendre positive.

Le tourisme a un effet d'entraînement (**Figure 19**) dans la mesure où il fait appel aux autres secteurs d'activités (primaire, secondaire et tertiaire) de l'économie pour satisfaire les multiples besoins des touristes et des populations locales. Pour ce qui est du secteur primaire (agriculture et élevage), le tourisme contribue à l'épanouissement de ce secteur en ce sens que les entreprises touristiques représentées par les hôtels et les restaurants sont alimentées en produits agricoles et en viande. En ce qui concerne le secteur secondaire, il faut dire que l'industrie Camerounaise est essentiellement agro- alimentaire (Sosucam, Socapalm...). Elle a pour vocation de transformer les produits agricoles (canne à sucre, noix de palme, arachide,

sésame, ...) en produits directement utilisables par les touristes. Les fabriques des brasseries du Cameroun fournissent également aux nationaux et aux étrangers des boissons alcoolisées et gazeuses sur toute l'étendue du territoire. De même, des sociétés d'extraction d'eau minérale (Tangui, Supermont et Sano etc...) mettent sur le marché, de l'eau d'une qualité hygiénique acceptable pour la consommation des touristes. Enfin, le tourisme a des avantages pour le secteur tertiaire qui échange ses services contre les devises étrangères. Les domaines essentiellement bénéficiaires de cette manne étrangère sont : le petit commerce, le transport, la télécommunication, l'artisanat etc.



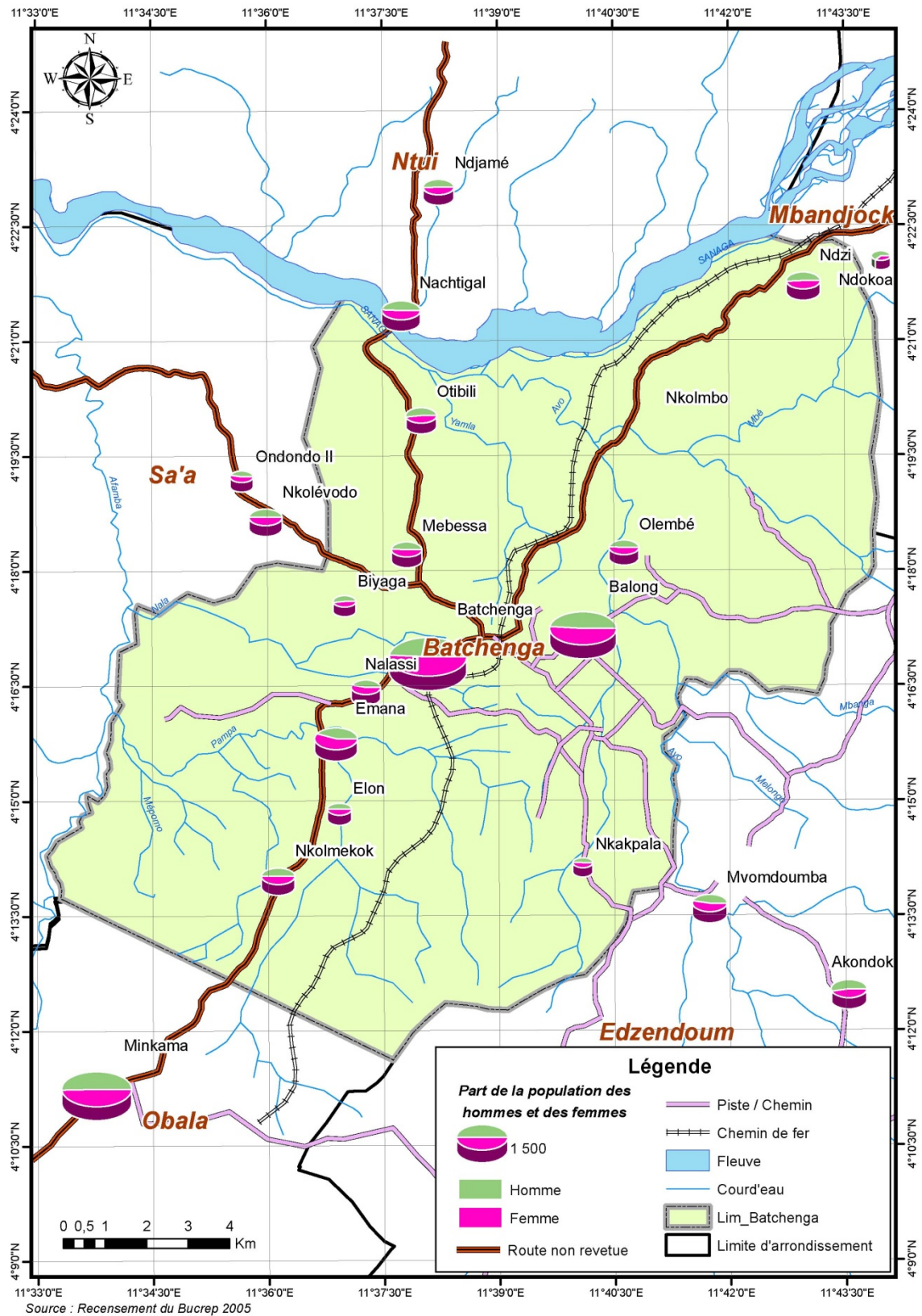
(Source : Mbouhom William, Enquête de terrain 2015)

**Figure 19:** L'impact du tourisme sur le développement de Batchenga

### V.1.1.1-Les possibles retombées sociales pour la localité de Batchenga

#### V.1.1.1.1-Le tourisme générateur d'emplois et de revenus

Le tourisme a la particularité de créer beaucoup d'emplois. Ainsi, il lutte activement contre le chômage. C'est une activité qui puise sa main d'œuvre dans toutes les couches sociales défavorisées. De ce fait la population féminine qui est la plus importante du fait de son nombre (**Figure 20**) et donc l'essentiel s'occupe des travaux champêtres pour du travail dans cette industrie. La création d'emploi peut se faire directement à travers les hôtels, restaurants et Snack bar ; les jeunes jouant un rôle de guide touristique et éco touristiques. Elle peut aussi être indirecte à travers les secteurs d'appui au tourisme comme le commerce, l'artisanat, la promotion de la culture et la pêche artisanale pour ne citer que ceux- là.



**Figure 20:** La part de la population des hommes et les femmes de Batchenga

Ceci dit, le développement du tourisme à Batchenga sera une source génératrice d'emplois. Si l'on considère les arrivées du moi de Janvier, 41 touristes qui visitent les chutes de Nachtigal, si pour un touriste, il faut un porteur et un guide, la zone emploierait alors 41 jeunes locaux par jour pour un revenu moyen de 3000 francs pour les porteurs et 2000 francs pour les guides respectivement par touriste, on obtiendrait un revenu mensuel de 123000 pour les guides et 28000 francs pour les porteurs soit un revenu mensuel de 151000 francs de revenus induit par l'activité touristique au niveau des chutes de Nachtigal. En plus des activités qui génèrent le tourisme aussi bien que l'écotourisme, les jeunes de Batchenga pourraient avoir de quoi subvenir à leurs besoins.

Après ces estimations, il ressort que les pouvoirs publics gagneraient à stabiliser les jeunes désœuvrés exposés à l'exode rural avec tout ce que cela entraîne comme conséquence.

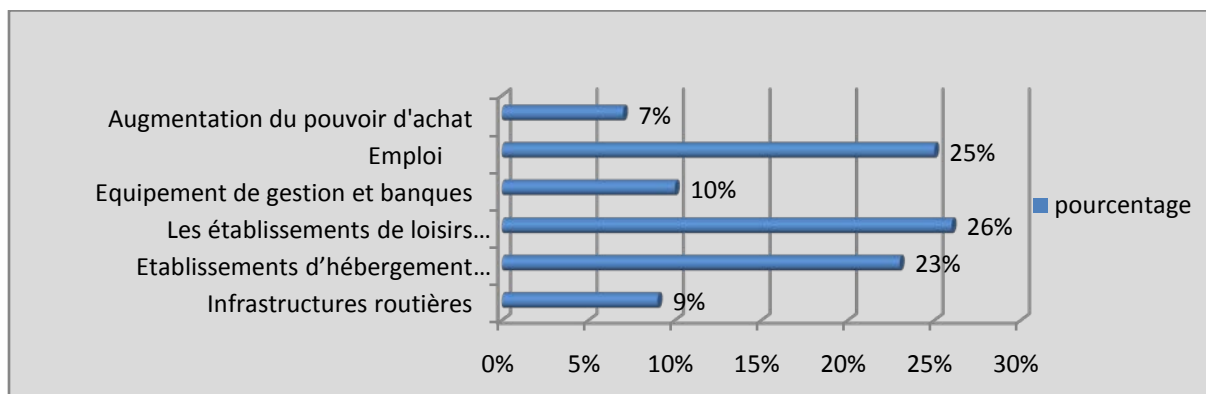
#### **V.1.1.1.2-La réalisation d'œuvres sociales**

Le tourisme a des impacts sociaux importants sur les pays. Ses apports positifs au développement social et à la modernisation des sociétés d'accueil tiennent notamment à ce qu'il contribue à la création d'emplois, à la formation des travailleurs et au développement des petites et moyennes entreprises (PME). De plus, la participation accrue des collectivités locales au développement touristique a favorisé l'établissement de structures modernes d'administration publique ainsi que le partage de responsabilités communes entre les établissements publics et le secteur privé.

L'apport des équipements n'est pas que purement « économique » pour une localité. En effet, l'équipement de la campagne peut contribuer à freiner l'exode rural, et le déclin de certains territoires. En ce qui concerne les enfants, par exemple, l'organisation de la restauration scolaire et des centres de loisirs, permet de « fixer » les enfants dans la commune et par conséquent de les maintenir à l'école publique locale. Sans ces « services », les parents seraient dans l'obligation de scolariser les enfants dans d'autres communes. La prise en charge des personnes âgées constitue un autre type d'exemple. L'équipement de la campagne en centres de loisirs, de restauration scolaire, d'accueils de personnes en difficulté sociale et mis à disposition d'équipements sportifs, figurent parmi les services proposés par les équipements du tourisme aux populations locales. Il s'agit d'une multitude de prestations qui contribue à améliorer les conditions de vie des populations locales et à animer les territoires.

#### **V.1.1.2- Les possibles retombées économiques**

Le tourisme constitue une source d'entrée de devises étrangères importantes. Une partie des devises obtenues par le tourisme peuvent être affectées au financement d'autres activités. A la question de savoir : quel serait l'apport du tourisme dans l'économie de l'arrondissement de Batchenga, les populations concernées (**figure 21**) on répondu à 85 % que le tourisme permettrait de construire les routes de la localité, équipé la localité en établissement d'hébergement (hôtels, auberges) et de loisirs (snack, pissine, bar.....), ce qui fournirait des emplois à la population, permettant ainsi à certains ménages de diversifier leurs revenus et augmenter leur pouvoir d'achat.



(Source : Mbouhom William, Enquête de terrain 2015)

**Fig 21** : Les apports du tourisme à l'économie de Batchenga

## V.2- Les stratégies pour une amélioration du tourisme à Batchenga

Le développement du tourisme à Batchenga implique qu'un effort préalable soit fait pour qu'il puisse effectivement être mis en marché avec succès. Cet effort passe notamment par:

### V.2.1- Aménager et valoriser les sites touristiques

La valorisation des sites passe par le développement d'infrastructures. L'accessibilité est un élément stratégique (gares, chemins de fer, routes...). Les stations touristiques desservies par le train, et en véhicules de transport ou d'agence de voyage ... sont souvent peu fréquentées. Les sites eux-mêmes doivent être mis en valeur (restauration du patrimoine, office du tourisme...). En outre l'accueil des touristes ne peut se faire que dans des réseaux d'hébergement variés. En effet, Dans une contrée qui manque cruellement d'emplois rémunérés, un aménagement conséquent du site abritant les célèbres chutes peut s'avérer économiquement rentable.

### V.2.2- La construction d'infrastructure routière fiable

Il faut doter Batchenga d'un réseau de voies de communication fiables permettant aux touristes d'effectuer les circuits programmés sans perte de temps et dans des conditions de confort acceptables.

### V.2.3- La construction des unités d'hébergement de bonne qualité et des points de loisirs à Batchenga

Dans une localité qui ne possède aucun hôtel, la construction d'unité d'hébergements adaptés à la qualité du produit touristique correspondant permettra de retenir à Batchenga les touristes qui veulent passer la nuit ou faire un long séjour ; il en est de même des points de loisirs qui permettront de se divertir.

### V.2.3- L'aménagement et l'équipement des hôpitaux et centres de santé de la localité

L'élément sécurité est une donnée capitale lorsqu'un touriste veut choisir une destination. En effet, localité réceptrice des touristes doit présenter un système sanitaire capable de venir en aide aux touristes, un meilleur ravitaillement des pharmacies en médicaments et la formation d'une unité d'intervention rapide ou pompiers pour les premiers

soins d'urgence sont des éléments de sécurité permettant de préférer une destination contrairement à une autre.

#### **V.2.4- L'accès aux services d'utilité publique de bonne qualité (eau et électricité)**

Les services d'utilité publique (eau et électricité etc ...) sont des services de première nécessité qui jouent un rôle déterminant dans le développement social et économique d'une localité. Par conséquent la qualité des services d'utilité publique est une condition indispensable pour le développement de l'industrie touristique car, pour fonctionner les activités touristiques ont besoin d'eau et d'électricité de bonne qualité.

#### **V.2.5- augmenter de façon considérable les fonds alloués au développement du tourisme au Cameroun et équiper les services de la délégation du tourisme de la Lékié**

Comme nous l'avons vu plus haut, les fonds alloués au développement du secteur touristique sont très insuffisants et devront être revus à la hausse compte tenu des différents besoins de ce secteur.

Ainsi donc, La DDTOUTL de la Lékié faisant face à de nombreux problèmes devrait avoir un plus gros budget ; car il ya un manque criant de matériel didactique. La fourniture des dits matériels tels les ordinateurs, leur permettraient d'enregistrer les données ; les photocopieuses, etc.

Pour aller sur le terrain, il faudrait qu'on attribue aux agents de la dites délégations les moyens de transport tels que les véhicules 4 § 4 qui permettraient de facilement aller sur le terrain, les routes étant en mauvais état, ou les motos, car le département et même la région est très vaste. Afin de contrecarrer le problème de main d'œuvre dans la localité (même si le travail des agents est minime), recenser de nouveaux agents à la délégation où il n'en n'a été recensé que trois ; dont un délégué départemental du tourisme, une secrétaire et un agent.

#### **V.2.3- construction d'un pont sur la Sanaga à Nachtigal**

Le pont permettra de rendre Batchenga accessible à la localité de Ntui .

En effet, le pont sur la Sanaga qui sera construit au lieudit Nachtigal, est un ouvrage d'une portée de 400 mètres répartis en sept travées de longueur variant entre 42 à 75 mètres. Les culées et piles sont en béton armé reposant sur les semelles superficielles. Elles traversent un terrain rocheux altéré peu profond pour être ancrées dans le substratum rocheux constitué par un Gneiss fracturé. Les semelles sont posées sur un massifs de gros béton armé double face d'environ 1 mètre de hauteur. Le tablier est en structure mixte (Acier béton) constitué de deux poutres principales en acier recouvert par une dalle de compression en béton armé. L'ouvrage a été dimensionné en tenant compte de la navigabilité du fleuve Sanaga. Le profil en travers de cet ouvrage présentera une chaussée de 2 fois une voie de largeur 3,50 m, avec des accotements de 1,50 m. pour ce qui est du profil en long, ce pont aura une déclivité moyenne de 6% de part et d'autre pour faciliter l'écoulement des eaux vers les gargouilles.

#### **V.2.4- La nécessité de qualification et formation de la population locale**

Nous avons noté précédemment que le tourisme nécessite une forte main d'œuvre peu qualifiée, malgré toutes les normes internationales, la concurrence que se livrent les destinations- et plus que tout l'exigence des touristes entraîne un besoin de qualification. De plus, afin d'avoir les moyens de contracter les postes à forte valeur ajoutée et donc éviter la

fuite des bénéficiaires, la formation de cadres locaux est une des priorités si l'on veut profiter efficacement du développement via le tourisme. La formation professionnelle est donc une tâche que devrait assumer l'administration publique de l'Arrondissement de Batchenga en priorité afin de gérer au mieux les profits du tourisme

#### **V.2.5- La mise à niveau de l'offre potentielle en matière de transport**

Cette mise à niveau de l'offre potentielle en matière de transport passe nécessairement par la création des agences de voyage pouvant offrir des services de bonne qualité aux touristes qui arrivent.

#### **V.2.6- Le contrôle de l'activité touristique et la navette sur la ligne de chemin de fer qui traverse la localité**

Une meilleure réglementation et un contrôle des activités touristiques est nécessaire si l'on veut apercevoir ses retombées sur le bien être de sa population, ce qui suppose un renforcement institutionnel. La navette sur la ligne de chemin de fer qui traverse cette localité est plus que nécessaire dans la mesure où elle encouragerait les gens à visiter Batchenga.

#### **V.2.6- La promotion de la destination Batchenga et le financement des projets touristiques**

La promotion, à la fois de la destination et des produits touristiques proposés, est un élément fondamental de la politique de développement touristique d'un pays donné. C'est évidemment le cas de Batchenga, dont nous souhaitons un développement du tourisme.

La création des entreprises hôtelières et touristiques, nécessaires pour accompagner la politique de diversification de l'offre touristique, conduira les promoteurs désireux d'investir dans ces domaines d'activité à chercher à contracter des emprunts à des conditions avantageuses. Les conditions de crédit bancaire prévalant actuellement au Cameroun, aussi bien pour les durées du prêt que pour les taux d'intérêt consentis (de l'ordre de 30% par an) ne permettent pas de rentabiliser de nouveaux établissements, surtout les plus petits d'entre eux, s'ils sont financés avec des prêts de cette nature. Il apparaît hautement souhaitable, pour que la stratégie de développement touristique soit mise en œuvre avec succès, que les entreprises investissant dans le tourisme et l'hôtellerie pour créer et/ou réhabiliter des équipements en adéquation avec les besoins liés au développement de nouveaux produits, puissent bénéficier de conditions de financement favorables.

### **Conclusion**

Arrivée au terme de ce chapitre, il apparaît clairement que : avec ses multiples richesses touristiques formées de fleuve, chutes, habitats et paysages, etc..., Batchenga n'a plus besoin d'un cadre référence pour sa mise en tourisme. Le tourisme de découverte ou de détente, le tourisme d'aventure et l'écotourisme sont les produits d'appel touristiques sur lesquels la localité de Batchenga peut fonder, et à juste titre, son espoir de développement en la matière. Les touristes auront à visiter Batchenga en toute saison et y trouveront des sites faisant l'originalité de la destination : chutes et paysages. Toutes fois, des efforts sont en matière de désenclavement des sites, de construction des infrastructures d'accompagnement touristique et d'accessibilité de la destination par la route devront être faites si Batchenga veut devenir une destination.

## **CHAPITRE VI : VERIFICATIONS DES HYPOTHESES, CRITIQUES RESULTATS ET RECOMMANDATIONS**

Aucune œuvre humaine aussi brillante soit elle ne saurait être parfaite. Au regard de toutes les difficultés que nous avons relevées pendant cette étude il y'a de toute évidence matière à critique. C'est ce à quoi est réservé ce dernier chapitre, on passera aux crible les hypothèses que nous avons émises au départ de ces travaux afin de les affirmer ou de les infirmer à partir des résultats que nous avons obtenus des enquêtes sur le terrain et en salle. On évaluera aussi le degré de validité de la théorie sur laquelle se fonde notre étude. A la fin, sur la base de ces critiques, nous proposerons quelques recommandations d'ordre méthodologique et à l'endroit des différents acteurs impliqués dans le tourisme à Batchenga en vue faire du tourisme une activité contribuant de saisir les opportunités de développement qu'offre cette activité à la communautés rurales de l'arrondissement de Batchenga.

### **VI.1 Critiques**

Il sera question dans cette partie de vérifier le degré de validité des hypothèses émises au départ de nos travaux de voir à quel pourcentage elles sont valides ou infirmées. De même, il est question ici, de porter une critique sur la méthodologie utilisée et les résultats obtenus à la suite des analyses portant sur le développement du tourisme dans l'Arrondissement de Batchenga et les méthodes d'exploitation.

#### **VI.1.1 Vérification des hypothèses**

Au début de nos travaux de recherche portant sur les potentialités touristiques et le développement de l'Arrondissement de Batchenga nous avons formulé quatre hypothèses. Ces hypothèses répondaient provisoirement à des questions spécifiques précises, suivant les objectifs de recherche qui ont guidé notre travail. Il nous revient de ce fait, de voir si ces hypothèses se confirment à la fin de notre travail.

##### **VI.1.1.1 Des hypothèses validées**

A la question centrale de notre étude à savoir : « Dans quelles mesures les potentialités touristiques peuvent- elles contribuées développement au développement de l'arrondissement de Batchenga ? » L'hypothèse qui a été émise est la suivante : Si le potentiel touristique de l'arrondissement de Batchenga se transforme en produit touristique, il va contribuer au développement de la localité. En effet cette hypothèse est valide en ce sens que.

Pour les hypothèses secondaires, à la question de savoir« Quelles sont les potentialités touristiques de l'arrondissement de Batchenga » La réponse anticipée selon laquelle : Le palais présidentiel hérité du feu président Ahidjo sur les bords de la Sanaga qui pourrait être rénové et réhabilité, L'édifice de la prison correctionnelle pour travailleurs récalcitrants à l'époque coloniale allemande, les chutes de Nachtigal et les chutes de Nkol-Ndji (la colline du gorille), Mais Batchenga, c'est bien aussi autre chose : C'est l'immense plage de sable sur les bords de la Sanaga (au lieu dit "résidence"), le pittoresque de l'ancien bac sur le fleuve, et la possibilité de rendre visite aux hippopotames est vérifiée en ce sens que :

A la question de savoir : « Qu'est ce qui freine la mise en valeur de ces potentialités touristiques » L'hypothèse émise selon laquelle les facteurs qui bloqueraient le



développement du tourisme dans l'arrondissement de Batchenga seraient entre autres le manque d'une politique et des stratégies propres de la part des décideurs en vue d'un développement durable du tourisme a également été vérifiée dans la mesure où :

Enfin concernant la dernière question spécifique à savoir : « Quelles sont les stratégies qu'on peut mettre en place pour valoriser ces potentialités touristiques ? » L'hypothèse émise à ce sujet selon laquelle : pour valoriser les potentialités touristiques de l'arrondissement de Batchenga, les populations locales et l'Etat devront agir en association ou être des partenaires en mettant en place un certain nombre de mesures parmi lesquelles : le marketing et la communication, la mise en place des infrastructures d'accompagnement, et les agences de tourisme. Des efforts devraient se ressentir au niveau de l'éducation, de la formation et la sensibilisation des populations et personnes impliquées dans la matière touristique etc....

### **VI.1.2 Critique de la méthodologie**

A la fin de tout travail de recherche, il est nécessaire, voire même indispensable de faire un bilan afin de dégager des éléments permettant d'améliorer les recherches futures sur le sujet. A ce titre, il nous semble important de faire une critique de la méthodologie que nous avons utilisée en relevant ses apports et ses limites, lesquels ont indubitablement eu une incidence sur les résultats produits.

#### **VI.1.2.1. Apports de la méthodologie**

La méthodologie utilisée dans notre étude à savoir la méthode hypothético-déductive. Elle consiste, à partir des hypothèses et d'en tirer des déductions. Les principaux aspects qui ont été évoqués concernent beaucoup plus, la collecte des données et le traitement de ces derniers. Notre méthodologie nous a apporté, de la valeur ajoutée à notre travail, en ce qui concerne nos résultats, notamment au niveau de la collecte et du traitement des données.

- **Au niveau de la collecte des données**

La collecte des données, qui s'est déroulée en deux grandes phases à savoir : la collecte des données primaires et la collecte des données secondaires.

En ce qui concerne la collecte des données secondaires, elle nous a permis de faire des recherches dans plusieurs bibliothèques de place et de voir ce que nos prédécesseurs ont écrit sur le sujet, cette activité fut porteuse pour nous car elle nous a davantage enrichi surtout au niveau intellectuel.

Au niveau de la collecte des données primaires, elle nous a permis de faire de la géographie de manière pratique dans la mesure où nous avons pu entrer en contact avec les principaux acteurs concernés dans le développement du tourisme à Batchenga. Aussi, cette étape de la recherche a été complétée par des enquêtes de terrain et le traitement des données recueillies.

- **Au niveau du traitement des données**

Les mérites de la méthode de travail que nous avons adoptée se retrouvent dans la qualité des outils qui améliorent et rendent plus précise l'information. Il s'agit en effet :

- Des logiciels de saisie CS-Pro qui nous a permis de saisir avec le moins d'erreur possible, nos données recueillies sur le terrain. Il a été ensuite relayé par le logiciel de traitement statistique SPSS avec lequel nous avons pu croiser les différentes variables

afin d'en ressortir d'amples informations nécessaires sur les potentialités touristiques et le développement de l'arrondissement de Batchenga.

- Les tableaux obtenus sur SPSS ont été traités par le tableur Excel, générant ainsi des figures explicites et d'une extrême précision.
- Des logiciels de traitement d'image à l'instar de Windows Manager, Photoshop, et de dessin et de cartographie tels que Adobe Illustrator et Arc-GIS nous ont permis d'obtenir des images de bonne qualité ressortant clairement l'information recherchée.

Néanmoins, cette méthodologie connaît quelques limites.

#### **VI.1.2.2 Limites de la méthodologie**

S'il est vrai, que la méthodologie utilisée nous a permis d'obtenir des informations pertinentes, il faut néanmoins souligner le fait qu'elle présente quelques limites qui n'enlèvent en rien la valeur entière de la méthodologie.

##### **• L'échantillonnage**

Le principal problème ici réside au niveau de l'élaboration de l'échantillonnage. En effet, nous avons pris pour base de travail les données issues de nos propres investigations et des données issues du recensement général de la population de 2005 publié en 2010. Force est de constater que : ces ménages ont connus une croissance pendant ces six dernières années. Il nous est donc arrivé quelquefois sur le terrain de constater, après le comptage des ménages que les chiffres donnés par le BUCREP, n'étaient pas correspondants. Nous avons de ce fait, malgré le caractère exhaustif du comptage, utilisé les données recueillies sur ces ménages. Pour ce qui est des données recueillies auprès de la délégation départementale du tourisme de la Lekié, les informations quelques fois ne concordaient pas avec les réalités de terrain. C'est le cas de l'ancien palais présidentiel dont on nous a fait croire au niveau de la délégation qu'il été bien gardé et entretenu par des hommes en tenue et que son accès était ouvert au public. Une fois sur le terrain nous avons pu constater que cet édifice était abandonné dans la broussaille et que son accès était même interdit au public. Par conséquent nous avons fait des pieds<sup>23</sup> et des mains pour obtenir les photos de ce palais.

##### **• La collecte des données**

Cette étape s'est faite sur une période assez courte et régulièrement interrompue par les autres obligations académiques. Ce temps relativement court n'a pas permis de multiplier les entretiens avec une partie de la population cible, notamment les scieurs et les prospecteurs, ce qui a conduit à une limitation des informations collectées.

##### **• L'exploitation du questionnaire**

Les questionnaires ont été entièrement exploités, mais faute de temps et au regard du nombre des variables qui en découlaient, le traitement des données n'a pas été complet. Cela a conduit à une analyse partielle de certaines variables, ou encore au non analyse d'autres

---

<sup>23</sup> - Expression signe les données prises sans autorisation des personnes en garde de ce palais.

d'entre elles. Et enfin certaines de ces variables se sont avérées inutiles au regard de l'orientation que nous avons donné à cette étude.

Toutefois, il est à noter que ces limites n'altèrent en aucun cas la qualité des résultats obtenus. Il s'agit de légers écueils à partir desquels des recommandations permettront aux études futures d'améliorer le cadre méthodologique

## **VI.2 Les recommandations**

On ne saurait clôturer ce travail de recherche sans proposer quelques recommandations pour un essor du tourisme dans l'arrondissement de Batchenga. Il s'agira donc ici de proposer d'une part des solutions liées aux aspects méthodologiques des stratégies visant à surmonter ces différents écueils indiqués plus haut. D'autre part des suggestions seront faites à l'endroit des différents acteurs du tourisme concernés par le développement du tourisme à Batchenga afin que leur action soit efficace et en mesure de promouvoir le développement local.

### **VI.2.1 Les propositions d'amélioration du cadre méthodologique**

Face à la période de temps assez courte affectée à la recherche, nous trouvons qu'il serait judicieux d'anticiper le début de la recherche au département de géographie de l'ENS de Yaoundé I. Ainsi, la définition des thèmes de recherche devrait se faire dès le début de l'année académique au niveau IV, pour que les étudiants aient suffisamment de temps pour mener une recherche plus complète et plus bénéfique à l'évolution de la science. Les enseignants de l'ENS devront également remplir leur par d'obligation pour ce qui est des heures de cours assignées à chaque unité de valeur afin que les élèves professeurs n'est pas à revenir au mois de Mai pour des cours et se concentrer pleinement à leur travaux de recherche comme cela a été le cas cette année 2016.

### **VI.2.2 Recommandations à l'endroit des acteurs impliqués dans l'essor du tourisme à Batchenga**

Au plan opérationnel quelques actions urgentes sont à entreprendre dans l'ensemble du pays

- **Les recommandations à l'endroit de l'Etat**

Le développement du tourisme passe également par révision de notre système institutionnel. En effet, le tourisme ne peut pas se développer dans un système où on n'a pas pris en compte le facteur loisir dans le travail. Par conséquent on devrait avoir dans notre pays des mois ou les 2/3 des travailleurs vont en congés ; ceci permettrait aux gens de se déplacer.

L'Etat devra tout faire pour développer un tourisme intérieur. Pour le faire il devra améliorer les infrastructures de communication et construire un certain nombre d'infrastructure d'accueil.

Du point de vue pratique, l'inventaire des différentes potentialités (**Figure 22**) devrait s'accompagner de leur aménagement pour qu'elles deviennent des sites patrimoniaux connus et accessibles facilement. Des événements culturels à l'instar des salons d'artisanat, des festivals d'art et de la culture doivent être encouragés au niveau des communes, des régions. On pourrait aussi penser à un festival des arts et de la culture des peuples de la Lekie et à l'institutionnalisation des journées consacrées au patrimoine, comme c'est le cas en Europe. De telles initiatives permettraient de faire prendre conscience aux uns et aux autres de son

importance, surtout les populations qui entourent ces patrimoines et ignorent souvent leur potentiel économique

. Il s'avère urgent de mettre à la disposition des communes à haut potentiel touristique des cadres chargés de réfléchir et d'élaborer des stratégies de promotion dudit secteur. Les étudiants des instituts des beaux-arts et des sciences du patrimoine qui ont été créés ces six dernières années au Cameroun constitueraient les candidats les plus indiqués. Il serait intéressant d'initier la création des clubs touristiques et clubs du patrimoine qui pourraient organiser des sessions de réflexion, mais aussi des activités pour enfants. Ceux-ci étant une priorité en termes de sensibilisation.

D'autre part, l'on ne saurait prétendre mettre en valeur le patrimoine sans placer la formation des professionnels au centre du dispositif. De concert avec les institutions académiques de la région et de la sous-région ou même à l'échelon international, les communautés territoriales décentralisées doivent accorder un intérêt particulier à cet aspect, car l'on ne saurait élaborer des politiques efficaces de mise en valeur du patrimoine sans des spécialistes en la matière.

L'Etat devra également accorder certaines facilités notamment en ce qui concerne : l'amélioration des formalités de type administratif que les touristes doivent accomplir avant leur venue dans le pays, à leur arrivée ou pendant leur séjour, constitue une nécessité pour que les visiteurs du pays conservent (et ultérieurement propagent) une image positive de leur séjour à Batchenga. Avec l'accord des différents ministères et entités concernés (affaires étrangères, intérieur, défense nationale, santé, des aéroports du Cameroun, etc.), des efforts devront être faits en direction des agents en contact avec des touristes. Ces efforts porteront notamment sur la sensibilisation de ces agents, principalement sur l'intérêt du tourisme pour le pays, sur les notions de base relatives à l'accueil d'étrangers, sur la manière d'accomplir les tâches qui leur sont dévolues tout en maintenant des relations cordiales ou au moins correctes avec les touristes. Ces actions de sensibilisation feront l'objet d'une action spécifique mis en œuvre sous la tutelle de la direction du tourisme, en accord et en collaboration avec les différentes entités concernées.

La promotion d'un environnement favorable au développement des entreprises à vocation touristique.

En effet, l'environnement réglementaire et fiscal constitue aujourd'hui un puissant frein à l'investissement dans le secteur touristique au Cameroun et ceci pour plusieurs raisons:

- Le tourisme n'est pas reconnu comme un secteur économique jouant le même rôle que les entreprises exportatrices qui bénéficient d'exonérations de toutes sortes,
- Le tourisme n'est pas reconnu comme une industrie, alors que c'est la principale industrie de service au monde. Les entreprises touristiques ne bénéficient pas par exemple du tarif industriel pour l'électricité;
- Depuis les événements du 11 Septembre, les grands pays de tourisme ont entrepris des politiques de soutien, de subvention et de baisse de la fiscalité appliquée aux entreprises intervenant dans le tourisme pour faire face à la crise et améliorer la compétitivité..
- Les investisseurs privés ayant besoin de financement à long terme (15 ans ou plus) pour investir dans le secteur, n'ont pas accès aux ressources longues disponibles, du fait principalement de la quasi-impossibilité d'accéder à la terre sous une forme pouvant servir de garantie bancaire (titre foncier ou bail d'au moins 50 ans).
- Les entreprises du secteur touristique (agences de voyages, hôtellerie et restauration, sociétés de transport,) ont le plus souvent des classements et traitements fiscaux très mal adaptés à la spécificité de leur métier.

L'Etat devra également parfaire son système bancaire, notamment en acceptant les différentes cartes de crédit internationales et en créant davantage de points de retrait d'argent.

Potentialités touristiques et développement de l'Arrondissement de Batchenga

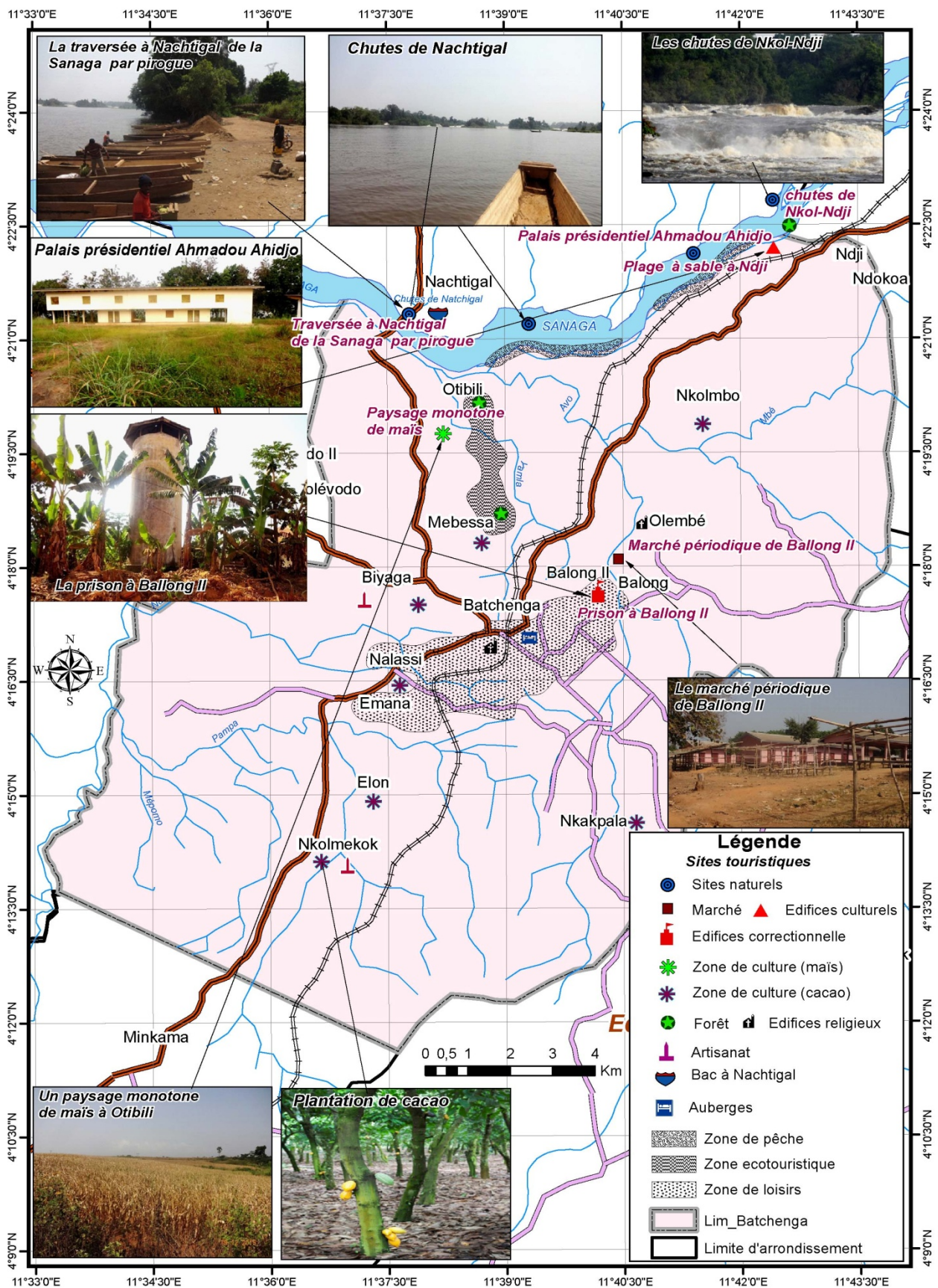


Figure 22 : Potentialités touristiques de l'Arrondissement de Batchenga

(Source : Mbouhom william, Enquête de terrain 2015)

- **Les recommandations à l'endroit de la commune d'arrondissement de Batchenga et des autorités de la ville**

Au moment de la Décentralisation, la Commune de Batchenga et les autorités de cette ville doivent agir en organisant des campagnes de sensibilisation visant à faire connaître et à encourager les gens à venir visiter Batchenga. Faire de Batchenga une sorte « d'arrière cour » pour les populations de Yaoundé et des villes environnantes. Pour cela, la Commune de Batchenga et les autorités de cette ville devront procéder à la promotion et la commercialisation de la destination «Batchenga» à travers par exemple l'organisation des événements culturels comme cela se fait par exemple à Tonga dans l'Ouest Cameroun avec la fête du riz qui permettent de rassembler les gens.

Ceci se justifie par : Le manque de visibilité et le défaut d'image de la destination Batchenga. La création de la «Maison Batchenga», à l'image et suivant le mode d'organisation de la «Maison de France».Par exemple permettrait :

- de recevoir des subventions publics dans le respect des règles de gestion publique.

A cet effet, on peut relever l'exemple des communes de l'Ouest à l'instar de celle de Dschang qui a établi un partenariat dans ce sens avec la communauté urbaine de Nantes en France. Ce qui lui a permis de bénéficier de la construction d'un des Musées les plus grands de l'Afrique centrale.

La commune de Batchenga devra trouver les moyens pour aménager les berges de la Sanaga (**planche 5**) et en faire un endroit paisible de repos.

- d'associer dans ses structures de décision, des autorités publiques et des représentants du secteur privé.
- de professionnaliser le management de la structure en les soumettant à une mission claire (promotion de la destination Batchenga à l'étranger et au Cameroun) et des objectifs à atteindre.

Les objectifs de cette maison « maison Batchenga », outre la promotion de la destination « Batchenga » à l'étranger est la réalisation de campagnes de sensibilisation et de communication et d'information des populations Camerounaises afin d'informer sur les bienfaits du tourisme, le code d'éthique et d'inciter à maintenir un bon accueil et la quiétude des touristes.

Cette structure générerait des représentations à l'étranger notamment au niveau des marchés cibles, ainsi que le programme de promotion de la destination : campagnes publicitaires, participations aux foires, workshops, « road show » et autres moyens de promotion sur les marchés à l'étranger. Elle regrouperait au Cameroun les professionnels du tourisme sous la forme de groupes de travail ou de clubs de promotion chargés de faire vivre les différents produits touristiques et d'être une force de proposition pour l'amélioration et l'animation des produits et sites à commercialiser. Le management de cette « maison Batchenga » devrait être réalisé par des managers professionnels à la compétence éprouvée, avec un conseil d'administration laissant une large part aux professionnels du tourisme.

**Planche 5** : Exemple d'aménagement des berges de la Sanaga



**Photo 17**: Plage avant l'aménagement



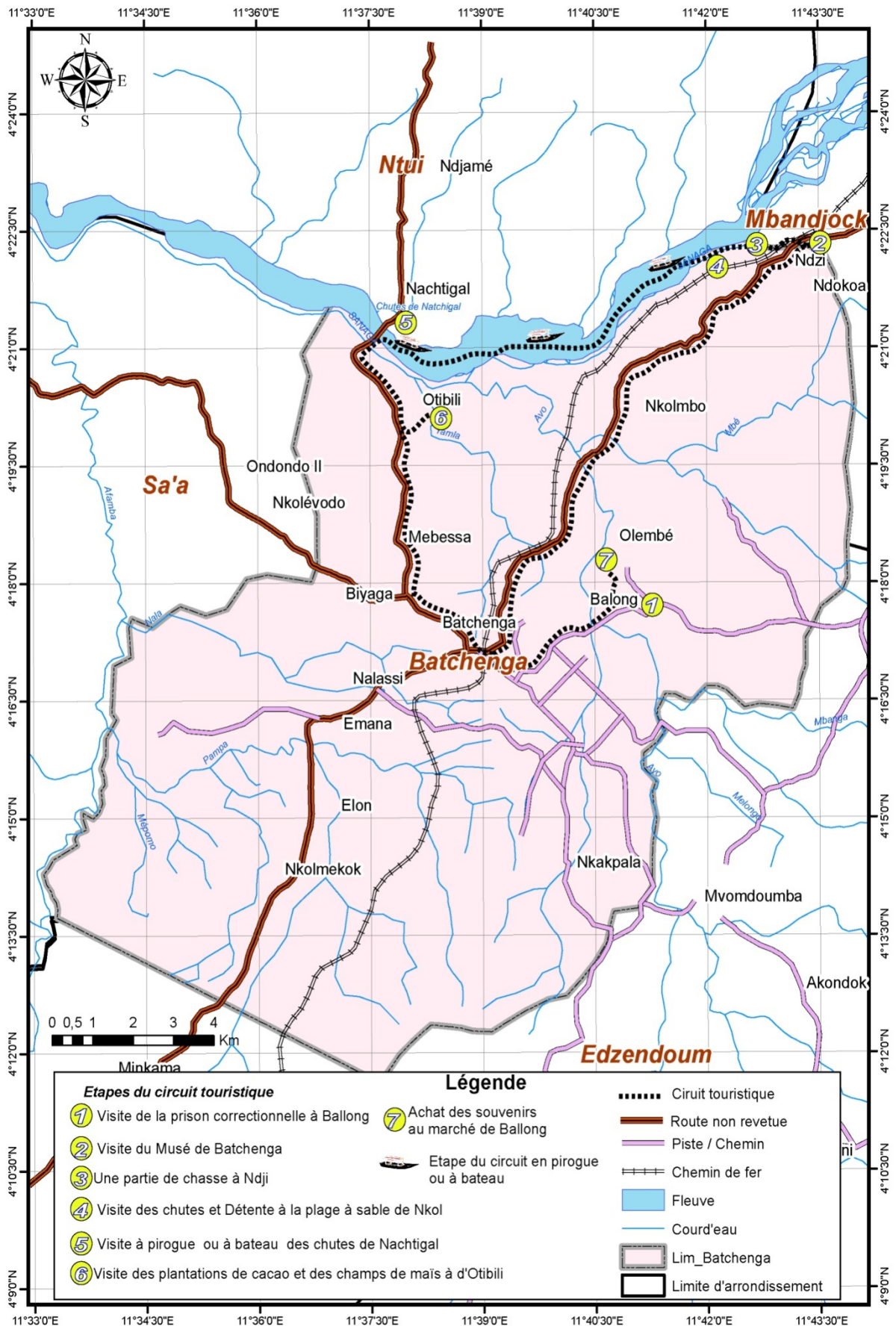
**Photo 18**: plage après aménagement

*En créant piscine, infrastructure d'accueil et terrasse qui offre une vue imprenable tout au tour de la Sanaga...la municipalité de Batchenga va voir son nombre de fréquentation devenir très importante du jour au lendemain car proposant aux touristes et visiteurs un cadre de vie agréable..*

*(Source : Mbouhom william et image google)*

La commune à l'exemple de ce que nous avons fait (**Figure 23**) doit proposer un circuit touristique pour sa localité. En effet Batchenga est l'un des seuls endroit au monde où l'on peut faire sept choses au cour d'une même journée à savoir : une Visite de la prison correctionnelle à Ballong suivie de la Visite du Musée de Batchenga (ancien palais présidentiel) A Ndji ; part la suite il peut effectué une partie de chasse à Ndji, Visité des chutes et se détendre à la plage sa sable ; Une fois la détente terminée le touriste peut empreinté une pirogue ou un bateau pour aller visiter les chutes de Nachtigal qui sont situées non loin de celles de Nkol- Ndji ; à Nachtigal il peut ensuite profité pour faire une balade dans les plantations de cacao et ensuite visité des champs de maïs d'Otibili Et en fin revenir au marché de Ballong pour l'Achat des souvenirs du voyage.





(Source : Mbouhom William, 2015)

**Figure 23:** Circuit touristique de l'arrondissement de Batchenga

De tout ce qui précède, notre étude démontre que la destination Cameroun en général et Batchenga en particulier est très mal connue : d'une part par les Camerounais eux-mêmes à l'intérieur, et d'autre part, par les étrangers à cause de l'insécurité qui est entretenue mais aussi de la mauvaise volonté de nos gouvernants à investir réellement dans le secteur.

Vu la compétitivité que connaît le tourisme au niveau mondial, la promotion du tourisme Cameroun doit s'inscrire dans une industrie touristique. Elle suppose des investissements importants sur le plan sécuritaire, sur le plan d'hébergements et des infrastructures.

Il doit être érigé par les premières autorités du pays comme une priorité stratégique et une locomotive de développement des ressources économiques. Plus que jamais le secteur doit appeler à une vigilance eu égard au contexte qui l'engendre et l'accompagne. Bref, la commercialisation des produits touristiques au Cameroun est un problème qui doit interpeler toute les couches sociales sans exception.

## CONCLUSION GENERALE

Notre étude basée sur les potentialités touristiques et le développement de l'Arrondissement de Batchenga avait pour objectif majeur de montrer que : si les potentialités touristiques de l'arrondissement de Batchenga sont transformées en produits touristiques, elles vont contribuer au développement de cette localité. Trois hypothèses ont été testées concernant la mise en contexte du tourisme dans l'Arrondissement de Batchenga et les stratégies visant à faire de cette localité une destination touristique. Les résultats des enquêtes ont montré que (1) s'il est vrai que l'arrondissement de Batchenga regorge une multitude de potentialités touristiques parmi lesquels nous pouvons citer : les chutes de Nachtigal, le palais présidentiel du feu président Ahmadou Ahidjo, la plage à sable de Batchenga au lieu dit « résidence », les chutes de Nkol-Ndji, la prison correction pour travailleur récalcitrant construite par les Allemands, le marché périodique de Batchenga, l'artisanat, les plantations de cacaoyère, le climat doux, une végétation toujours verdoyante et la beauté des paysages.(2) il faut tout aussi constater que cet arrondissement est frappé par : le mauvais état des routes, l'insuffisance des établissements d'hébergement et de restauration, l'absence d'aménagement des sites touristiques, l'absence de financement de projets touristiques, le désintéressement des populations et des élites locales, l'absence de carte touristique, l'extraction de sable, l'absence de festival culturel, l'absence de couverture statistique et des agences de voyages, L'insuffisance des infrastructures et équipements sanitaires, le manque de politique réel et de stratégies de positionnement sur le marché touristique, la qualité de l'énergie électrique, l'insécurité dû au terrorisme et à la guerre contre Boko Haram , et de marketing touristique qui empêchent l'essor du tourisme dans cette localité. Dès lors, tous ces problèmes tant qu'ils ne seront pas résolus, la commercialisation et le développement du tourisme à Batchenga resteront bloqués. (3) Vu la compétitivité que connaît le tourisme au niveau mondial, la promotion du tourisme Cameroun en général et de Batchenga en particulier doit s'inscrire dans une industrie touristique. Elle suppose des investissements importants sur le plan sécuritaire, sur le plan d'hébergements et des infrastructures. Il doit être érigé par les premières autorités du pays comme une priorité stratégique et une locomotive de développement des ressources économiques. Plus que jamais le secteur doit appeler à une vigilance eu égard au contexte qui l'engendre et l'accompagne. Bref, la commercialisation des produits touristiques de Batchenga est un problème qui doit interpeler toute les couches sociales sans exception. Par conséquent, Pour devenir une destination touristique, Batchenga devra fournir des efforts en matière d'aménagement et de désenclavement des sites des sites, d'équipement de la localité en infrastructures hôtelières et de restaurations, d'accessibilité de la localité par la route, les rails et les airs. En bref il s'agit du management de la destination touristique ou du faire valoir de sa spécificité etc... Toutes choses qui permettent une meilleure structuration de l'offre touristique.

Etant donné que la philosophie définit la démarche scientifique comme celle qui permet d'apporter des réponses devenant à leur tour de nouvelles questions nous pensons que si ce travail constitue une réponse à la question principale posée au début de ce travail, cette réponse devient automatique par la démarche scientifique une nouvelle question à laquelle nous ou alors d'autres chercheurs tenterons dans le futur d'élucider.

## BIBLIOGRAPHIE

### OUVRAGES METHODOLOGIQUES

**BRUNET, R., (1993),** *Les mots de la géographie. Dictionnaire critique*, Montpellier, GIP RECLUS et La Documentation Française, 518p.

**GEORGE P., (1970).** *Dictionnaire de la géographie*. Paris, PUF.423p.

**GRAWITZ M.; (2002),** *Méthodes des sciences sociales*, Paris, Dalloz. 994p.

**GROUPE CHADULE., (1987).** *Initiation aux pratiques statistiques en géographie*. Paris, MASSON, 189 p.

### OUVRAGES GENERAUX

**BIYA P., (1987).** Pour le libéralisme communautaire. Pierre Marcel Fabre ABC, Lausanne Suisse. 153P.

**GUILLAUMONT (P) (1985),** *Economie du développement, T1 le sous développement*, Paris, PUF, 116 P.

**GREFFE X., (2002),** *Le développement local*, l'Aube - DATAR, La Tour d'Aigues, 365p.

**MINEPAT,** Documents de stratégies pour la croissance et l'emploi, *annexes, matrices de suivi des stratégies sectorielles*, aout 2009. 196p.

**TEISSERENC P., (2002),** *Les politiques de développement local*, Économica, Paris, 272p

### OUVRAGES SPECIFIQUES

**CAZES(1992).** *Tourisme et le Tiers-monde : un bilan controversé*. Ed. L'harmattan. Paris. 208 p.

**ESSONO A., (2000).** « *Le tourisme au Cameroun: régions et pôles de développement* », (première édition), Yaoundé-Cameroun, les presses offset de l'imprimerie de Saint Paul, 259p.

**OMT(2002),** *Le tourisme et la réduction de la pauvreté*, 123 P

**OMT (2005),** *La réduction de la pauvreté par le tourisme-un recueil de bonnes pratiques*, 151 P.

**OMT (2004),** *Le tourisme et la réduction de la pauvreté-recommandations pour l'action*, 55 P

**OMT(2008),** *Aide au développement de l'OMT*, édition, 48 P

**SASKIA COUSIN, BERTRAND REAU (2009),** *Sociologie du tourisme*, collection « Repères », édition La Découverte, 126 pages.

### THESES ET MEMOIRES

**EKORI J.D., (1986).** Politiques touristiques et développement : l'exemple du Cameroun. Thèse de doctorat de 3<sup>e</sup> cycle en Sciences Politiques. Université de Dijon, Faculté de droit et de Sciences Politiques, 295 P.

**GOUNGOUNGA (1988),** *La contribution du tourisme au développement économique : cas du Burkina Faso*, Mémoire de maîtrise, Sciences économiques, Ouaga, 86 P

**MAINET, N(1979).** Les aspects géographiques du tourisme au Cameroun. Thèse de Doctorat 3<sup>e</sup> cycle, Géographie. Université de Bordeaux III. 268p.

**NEH, P(1999)** . *Tourism and the economy of Mezam division, North West province of Cameroon*. Post –graduate diploma in geography. University of Yaounde I. 95p .

### ARTICLES ET REVUES

**BOUJROUF, S(2001),** *Acteurs et territoires touristiques de Marrakech / Actors and tourist territories at Marrakech*. In: Géocarrefour. Vol.76 n°2, 2001. Le tourisme et la ville. pp. 91-

97.doi:10.3406/geoca.2001.2534 [http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/geoca\\_16274873\\_2001\\_num\\_76\\_2\\_2534](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/geoca_16274873_2001_num_76_2_2534)

**DATAR, (1990),** *L'aménagement du territoire*, Paris, La découverte, 1995, p.56.

**GEORGE CASES et GEORGE COURADE(2004),** « le masque du tourisme » in *Tiers monde*, Tome 45, n°178, s.l, , pp247-268

**GREFFE Xavier (1984),** *territoires en France. Les enjeux économiques de la décentralisation*, Economica, Paris, page 14.

**PECQUEUR B., (2000)** *Le développement local, 2<sup>e</sup>ème édition revue et augmentée*, Syros, p.121.

**PECQUER(2004).** *Vers une géographie économique et culturelle autour des notions de territoire*. Revue de Géographie et culture. No 49. Pages 71

**TCHINDJANG, M. ET KENGNE FODOUOP (2003).** *Le Cameroun, un pays aux potentialités touristiques sous-exploitées*. Boletim Goiano de Geografia Vol 23 N°1, Jan/juin 2003. pp.1-22 ; 9fig. 1tab. Rio de Janeiro, Brésil.

**TCHIDJANG, M., ABOSSOLO, S.A., AMOUGOU, J.A. ET MENGA F.V. (2006).** *Les difficultés de développement de l'écotourisme dans les aires protégées du Cameroun*. Instituto de Estudos Sócio-Ambientais ; Boletim Goiano de Geografia Vol 26 N2, Juil/Déc 2006. pp.11-47 ; 12fig. 7tab. Rio de Janeiro, Brésil.

**MIOSSEC, J.M(1977).** *Un modèle de l'espace touristique*. In: *Espace géographique*. Tome 6 n°1, pp. 41-48.doi : 10.3406/spgeo.1690

[http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/spgeo\\_0046-2497\\_1977\\_num\\_6\\_1\\_1690](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/spgeo_0046-2497_1977_num_6_1_1690)

**SEBASTIEN, C(2004),** « Les incidences du tourisme » in *Tiers monde*, Tome 45, n°178, s.l, ,pp269-291

### TEXTES JURIDIQUES

**Loi N° 98/006 du 14 avril 1998** – relative à l'activité touristique

**Décret N°99/443/PM du 25 mars 1999** Fixant les modalités d'application de la loi N° 98/006 du 14 avril 1998 relative à l'activité touristique.

**WEBOGRAPHIE**

<http://www.worldtourism.org> : «Tourism 2020 vision : Africa» consulté le 05 Décembre 2015 à 22 H 40 min

<http://www.lesbergesdulac.ca/vue-imprenable-lac-aylmer/> consulté le 04 Janvier 2016 à 14H 04min

<http://www.bordavenir.fr/wp-content/uploads/2012/03/Parc-Canal-Ginko.jpg> consulté le 28 Février 2016 à 19H13min

<http://www.bordavenir.fr/wp-content/uploads/2012/03/Parc-Canal-Ginko.jpg> le 28 Février 2016 à 20H30min

<http://www.ot-mandelieu.fr/vacances-cote-d-azur/nature-mandelieu/espaces-naturels-Siagne-Camille.php> le 28 Février 2016 à 20H35min

**ANNEXES**

UNIVERSITE DE YAOUNDE I  
ECOLE NORMALE SUPERIEURE

DEPARTEMENT DE GEOGRAPHIE

BP : 47 Yaoundé, Cameroun. Tél. (+237) 99 92 89 25  
e-mail : [rjassako@yahoo.fr](mailto:rjassako@yahoo.fr), [dptgeog\\_ensy1@yahoo.fr](mailto:dptgeog_ensy1@yahoo.fr)

REPUBLIQUE DU CAMEROUN

Paix – Travail – Patrie



Yaoundé, le 10 2 MARS 2015

N° UYI/ENS/D/DPT-GEO/nng

Le Chef de Département

# ATTESTATION DE RECHERCHE

Je soussigné, Professeur René Joly ASSAKO ASSAKO, Chef de Département de Géographie, atteste que :

Monsieur **MBOUHOM William**

Matricule **01C104**

est inscrit(e) au second cycle de Géographie à l'Ecole Normale Supérieure, et prépare un mémoire de DIPES II sur le sujet : « *Potentialités touristique et développement de l'arrondissement de Batchenga* ».

A cet égard, je prie toutes les personnes ressources et tous les organismes sollicités de bien vouloir lui faire un bon accueil et de lui apporter toute l'aide nécessaire à la réussite de cette œuvre dont les résultats sont susceptibles de contribuer au développement du Cameroun.

LE CHEF DE DÉPARTEMENT DE GÉOGRAPHIE



René Joly ASSAKO ASSAKO  
Professeur des Universités





**République du Cameroun**

**Republic of Cameroon**

**Université de Yaoundé**

**University of Yaounde I**

**Ecole normale Supérieure de Yaoundé I**

**Higher Teacher's Training College Yaounde**

**Département de Géographie**

**Department of Geography**



**PROJET DE RECHERCHE**

**Sujet : POTENTIALITES TOURISTIQUES ET DEVELOPPEMENT DE L'ARRONDISSEMENT DE BATCHENGA**

**Présentation du projet :** Ce questionnaire a été conçu dans un but essentiellement académique. Vos réponses seront Analysées sans référence explicite à votre identité et serviront à la rédaction d'un mémoire en Géographie. Le dit mémoire vise essentiellement à améliorer le tourisme dans l'arrondissement de Batchenga. Votre participation au Déroulement de cette enquête est une marque d'encouragement de la recherche académique Nous vous remercions d'avance.

**Confidentialité :** *Les informations collectées au cours de cette enquête sont strictement confidentielles au terme de la loi N° 91 / 023 du 16 décembre 1991 sur les Recensements statistiques au Cameroun. Elles ne peuvent en aucun cas être utilisées à des fins de contrôle ou de répression économique.*

**SECTION 0 : IDENTIFICATION**

<b>001</b>	<b>Numéro du questionnaire</b>	/.../.../.../
<b>002</b>	<b>Date de l'interview</b> .....	/.../.../
<b>003</b>	<b>Nom du groupement :</b> 1- BATSCHENGA VILLE                      2- GROUPEMENT BATSCHENGA 3- GROUPEMENT BENYADA-SUD	/...../
<b>004</b>	<b>Nom du quartier / village :</b> 1- Ballong 1 2- Ballong 2 3- Emana-Batschenga 4- Biyaga 5- Mebassa 6- Nalassi 7- Nachtigal 8- Ndji 9- Olembe 10- Otbili 11- Ebang-Minala 12- Elon 13- Emana-Benyada 14- Famenassi 15- Nkolkpali 16- Nkolmekok	/...../

**SECTION A : ATOUS TOURISTIQUES DE VOTRE LOCALITE**

<b>N°</b>	<b>Questions</b>	<b>Réponses</b>	<b>Codes</b>
<b>A01</b>	<b>La ville de Batchenga a-t-elle l'habitude d'accueillir des étrangers?</b>	1 – Oui                      2 - Non	
<b>A 02</b>	<b>Que viennent –ils faire ?</b>	1 –Commerce    3 – réunion                      5 – loisirs 2 – visite familiale                      4 –Affaire Autres.....	6 –

## **Potentialités touristiques et développement de l'Arrondissement de Batchenga**

<b>A 03</b>	<b>N'ya t-il rien d'autres qui les attirent ?</b>	1-Sanaga 3 – les chutes naturelles (Nachtigal et de Nkol- Ndji) 2 –palais présidentiel 4 –le paysage et climat 5- festival 6- artisanat 7- autres..... (à préciser)	
<b>A 04</b>	<b>Où résident –ils souvent ?</b>	1 – famille 3 – hôtel 2 – auberge 4 –aucun	
<b>A 05</b>	<b>Où ont-ils l'habitude de manger ?</b>	1 –Restaurant 3 – famille 4- bars 2 – tourne dos 5 –Autres.....(à préciser)	

### **SECTION B : CONTRAINTES ET STRATEGIES AU DEVELOPPEMENT DU TOURISME A BATCHENGA**

<b>N°</b>	<b>Questions</b>	<b>Réponses</b>	<b>Codes</b>
<b>B 01</b>	<b>Batchenga reçoit en moyenne combien de visiteurs par semaine ?</b>	1-<102 – entre 10 et 30 3- 30 et 50 4-50 et 100 5->100	
<b>B 02</b>	<b>Combien de temps mettent-ils ?</b>	1 – Une journée 2 –entre 1 et 3jours 3- entre 3 et 7jours 4- >à 7jours 5- autres.....	
<b>B 03</b>	<b>Pensez- vous que Batchenga pourrait accueillir plus de visiteurs ?</b>	1 – Oui 2 – Non	
<b>B 04</b>	<b>Si non qu'est ce qui justifie le fait que le nombre de visiteurs demeure faible ?</b>	1 – le mauvais état des routes 2 – insuffisance des établissements d'hébergement et de restauration 3 – Faible aménagement des sites touristiques 4- absence de financement des projets 5- mauvais accueil des populations 6- faible valorisation de l'artisanat 7- absence de festival culturel 8-l'extraction de sable	
<b>B 05</b>	<b>Si oui qu'est ce qui faut faire ?</b>	1 – Aménager les sites 2 – entretenir les routes 3– organiser les festivals culturels 4- créer des centres ou foire artisanal 5- construire des infrastructures d'hébergement et de restauration	
<b>B 06</b>	<b>Que peuvent faire les populations pour attirer plus de visiteurs ?</b>	1- Etre accueillante 2 – Mieux développé l'artisanat 3 – participer à la promotion des sites touristiques 4- autres..... (à préciser)	
<b>C 07</b>	<b>Pour vous que doivent faire les élites et les autorités administratives pour valoriser les atouts touristiques de Batchenga?</b>	1 – financer les projets 2 – créer l es agences de tourisme 3 – Faire les campagnes publicitaires (télévision, radio, internet, panneau, brochures) 4- former les guides touristiques 5- organiser les foires artisanales et culturelles	

## Potentialités touristiques et développement de l'Arrondissement de Batchenga

		6- autres..... (à préciser)	
<b>B 08</b>	<b>En dehors du tourisme quel sont les autres activités pratiquées dans votre localité ?</b>		
<b>B 09</b>	<b>Peut-on concilier le tourisme avec les autres activités socio- économiques ?</b>		

### SECTION C: TOURISME ET DEVELOPPEMENT LOCAL

N°	Questions	Réponses	Codes
<b>C 01 -</b>	<b>La mise en tourisme peut-elle contribuer au développement ?</b>	.....	
<b>C 02</b>	<b>Qu'est ce que le tourisme peut apporter de plus dans l'économie de votre localité ?</b>	1- Infrastructures routières 2- Etablissements d'hébergement (hôtels, auberges) 3- Les établissements de loisirs (snack, piscine, bar.....) 4- Equipement de gestion et banques 5- Emploi 6- Autres :..... (à préciser)	
<b>C 04</b>	<b>Accepteriez-vous d'être reconverti en guide touristique ?</b>	1 – oui 2- non	
<b>C05</b>	<b>Si oui pour quelle raison ?</b>	1 – besoin d'emploi  1- Amour pour la nature 2- L'appartenance à la culture locale	
<b>C 06</b>	<b>Quelle est votre principale activité génératrice de revenu ?</b>	1 – Agriculture 2 - Elevage  3 – Salarié privé 4 - Artisanat  5 – Commerce 6 – Salarié public 7 – Autres.....	
<b>C 07</b>	<b>Considérez-vous le tourisme comme</b>	1 – un élément entraînant le développement  2- Un élément participant au développement  3- Un élément défavorable au développement	

### SECTION D : INFORMATIONS GENERALES DE L'ENQUETÉ (E)

N°	Questions	Réponses	Codes
<b>D 01 -</b>	<b>Nom et prénom</b>	.....	
<b>D 02</b>	<b>Sexe</b>	1 – Masculin 2 – Féminin	
<b>D 03</b>	<b>Statut matrimonial</b>	1 - Célibataire 2 – Marié (e)  3 - Divorcé (e) séparé (e) 4 – Union libre  5 - Veuf (ve)	
<b>D 04</b>	<b>Tranche d'âge</b>	1 – [15-20[ 2 – [20 - 25[ 3 – [25– 30[ 4 – [30 - 35[  5-[35-40[ 6-[40-45[ 7-[45-50[ 8-[50-55[	

**Potentialités touristiques et développement de l'Arrondissement de Batchenga**

		9-[55-60[      10-[60-65[      11-[65-70[      12-[70-75[ 12-[75-80[ 5 – Autres.....	
<b>D 05</b>	<b>Education</b>	1 – Aucun      2 - Primaire 3 – Secondaire      3 – Supérieur et plus	
<b>D 06</b>	<b>Quelle est votre principale activité génératrice de revenu ?</b>	1 – Agriculture      2 - Elevage 3 – Salarié privé      4 - Artisanat 5 – Commerce      6 – Salarié public      7 – Autres.....	
<b>D 07</b>	<b>Combien de personnes compte votre ménage ?</b>	1-[1[    2-[2-3[      2-[4-5[      3-[6-7[    4-[8-9[    5-[10-11[ .....Autres	