

REPUBLIQUE DU CAMEROUN
.....
UNIVERSITE DE YAOUNDE I
.....
ÉCOLE NORMALE SUPÉRIEURE
.....
DÉPARTEMENT DE GÉOGRAPHIE
.....

REPUBLIC OF CAMEROON
.....
THE UNIVERSITY OF YAOUNDE I
.....
HIGHER TEACHER TRAINING COLLEGE OF
YAOUNDE
.....
DEPARTMENT OF GEOGRAPHY



MUSEES COMME FACTEUR DE PROMOTION DU TOURISME AU CAMEROUN : CAS DES MUSEES DE YAOUNDE

*Mémoire présenté en vue de l'obtention du Diplôme de Professeur de l'Enseignement
Secondaire Deuxième Grade (DIPES II)*

Par :

MAKOU Laurentine Luce

Licenciée en Géographie

Matricule : 04Y235

Sous la direction de :

Dr. ELENO MANKA'A FUBE

Chargée de cours

Année académique : 2015-2016

LISTE DES ENSEIGNANTS

NIVERSITE DE YAOUNDE I
ECOLE NORMALE SUPERIEURE

DEPARTEMENT DE GEOGRAPHIE
BP : 47 Yaoundé, Cameroun
e-mail : rjassako@yahoo.fr; dptgeog_ensy1@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. NGAGUE Jean Noel, Maître de Conférences
6. Dr. MENGUE MBOM Alex, Chargé de Cours
7. Dr. Eleno MANKA'A FUBE, Chargée de Cours
8. Dr. TCHUIKOUA Louis Bernard, Chargé de Cours
9. Dr. NDOCK NDOCK Gaston, Chargé de Cours
10. Dr. NDZIE SOUGA Clotaire, Chargé de Cours
11. M. FEUMBA Rodrigue Aimé, Assistant
12. Mlle PIEPPOU GNIGNI 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

SIGLES ET ABREVIATIONS

CUY : Communauté Urbaine de Yaoundé

ENS : Ecole Normale Supérieure

FALSH : Faculté des arts lettres et sciences humaines

FMAM : Fédération mondiale des amis des musées

FSTM: Fondation Salomon Tandeng Muna

ICOM: International council of museums

ICOMOS : Conseil international des monuments et sites

MINAC : Ministère des arts et de la culture

MINESUP : Ministère de l'enseignement supérieur

MINRESI : Ministère de la recherche scientifique et de l'innovation

MINTOUR : Ministère du tourisme

OMT : Organisation mondiale du tourisme

ONG : Organisation non gouvernementale

PIB : Produit intérieur brut

PNUD : Programme des nations unies pour le développement

UICN : Union internationale pour la conservation de la nature

UNESCO : Organisation des nations unies pour l'éducation la science et la culture

ABSTRACT

This study on « *Museums as factor of promoting tourism in Cameroon: case of the museums in Yaounde* » has been made in order to evaluate the impact of museal activities on the development of tourism in the town of Yaounde. The main hypothesis drawn from this topic announces that museums have a strong capacity of attraction on the national and international tourists. To verify these hypotheses, we used a hypothetic-deductive method adapted to our topic. This method helped us to confront the starting assumption with the field data organized into six chapters. In fact, museal activity, in the majority of the developed countries proved to be an asset for tourism, which is not always the case on our premises in Africa and especially in Cameroun. From this, we realized that museum in Cameroun remains empty; less people are interested in it. Generally, in Cameroon, people consider museums like something not interesting. We also noticed that foreigners are more passionate and some national educated person by museal activities. It is in this order of idea that the document of sectoral strategy of development of tourism in Cameroun raises the question of the insufficiency of the museums in Cameroun, and stipulates that there should be some in each area. This still shows the place of this institution in the development of tourism in Cameroun. In addition, this study showed that these activities have an important impact on the touristic development process in Yaounde. In fact, as well in terms of incomes as profits, and even the blooming of national and international visitors, these activities seem to be able to accompany tourism within sight of the richness, which it abounds. It can be important as well for the government as NGOs and even populations to adopt some resolutions in order to permit a better following day not only for museal institutions, but also for the promotion and development of tourism in Cameroon.

Key Words: Museum, Museum activities, Visitors, Promotion of tourism; development; Yaounde

DEDICACE

A Dieu tout puissant

Et

A mes enfants adorés que j'ai dû négliger pendant la réalisation de ce travail

REMERCIEMENTS

Le présent travail n'aurait pas pu s'accomplir sans la sollicitude constante de quelques bonnes volontés à qui nous tenons à exprimer nos sentiments de profonde gratitude.

Nos plus sincères remerciements vont à l'endroit de :

- Dr Eleno Manka'a FUBE, Directeur de ce mémoire, et enseignante à l'Ecole Normale Supérieure de Yaoundé, pour sa rectitude et sa rigueur intellectuelle. Malgré toutes ses multiples occupations, elle a accepté de diriger ce travail jusqu'au bout.
- A tous les enseignants de l'ENS en général et du Département de Géographie en particulier qui ont, pendant cinq années, participé avec rigueur, à notre formation à travers leurs enseignements et leurs conseils.
- A tous les promoteurs de musées de la ville de Yaoundé qui se sont ouverts à nous et nous ont permis de collecter des données.
- A tous mes camarades de la 55^e 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.
- Ma Maman OUEKAM Delphine pour tous les sacrifices et les conseils qu'elle a toujours su me donner.
- Mon époux PENGU Renaud Bertrand qui a toujours été une source d'encouragement pour moi.
- Mes enfants adorés que j'ai dû abandonner tous les jours pour honorer de mes engagements à l'école
- Mon camarade et aîné académique NJOUONANG DJOMO Harold pour toute son assistance et ses précieux conseils depuis le début de ce travail.
- Ma sœur Mme TCHOUBE Jeannette pour sa disponibilité, sa compréhension et tout son soutien quotidien.
- Mon frère PENEWI Kevin pour toute l'assistance qu'il m'a porté dans la production de ce document.
- Tous ceux qui de près ou de loin ont contribué à la réalisation de ce travail et dont les noms n'ont pas été mentionnés ici.

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1: Dimensions et indicateurs des musées de Yaoundé	21
Tableau 2: Dimensions et indicateurs de l'impact sur le développement du tourisme	22
Tableau 3: répartition des visiteurs selon les musées enquêtés entre Novembre 2015 et Février 2016	26
Tableau 4: Répartition des visiteurs en fonction des musées visités entre Novembre 2015 et Février 2016.....	27
Tableau 5: Synthèse des informations sur le musée ethnographique des peuples de la forêt et le personnel principal	38
Tableau 6: Motivations de visite des musées	49
Tableau 7: Frais d'accès dans les musées de Yaoundé	70
Tableau 8: Facteurs influençant le comportement du visiteur.....	74
Tableau 9: Défaillances observés par les visiteurs au cours de leur visite dans les différents musées .	76
Tableau 10: Les six dimensions de la qualité du service perçu par les visiteurs.....	77
Tableau 11: Effectif du personnel dans les musées de Yaoundé.....	79
Tableau 12: Hypothèses émises et leur niveau d'appréciation.....	84
Tableau 13: représentativité des musées visités à Yaoundé	85
Tableau 14: Diversité d'acteurs impliqués dans l'activité muséale à Yaoundé	85
Tableau 15: Test de Khi-deux entre les musées visités et les éléments déplaisants des musées.....	86
Tableau 16: propositions formulées par les visiteurs à l'endroit des musées pour améliorer leur activité	91
Tableau 17: Perspectives de l'activité muséale à Yaoundé.....	93

LISTE DES FIGURES

Figure 1: Carte de localisation des musées de Yaoundé	4
Figure 2: La pyramide des besoins de Maslow.	19
Figure 3: Méthodologie de travail	23
Figure 4: Logo de la FSTM	33
Figure 5: Localisation des musées en fonction de quelques grands équipements hôteliers.....	40
Figure 6: Logo de l'ICOM	46
Figure 7: Nationalité des visiteurs des musées.....	50
Figure 8: Niveau d'étude des visiteurs	50
Figure 9: Répartition des visiteurs en fonction de leurs sexes	51
Figure 10: Tranches d'âge des visiteurs	52
Figure 11: les principaux facteurs attractifs des visiteurs des musées	63
Figure 12: Influence des activités muséales sur le tourisme	73
Figure 13: Ancienneté du visiteur du musée	74
Figure 14: Evaluation des musées en fonction de la satisfaction des visiteurs	75
Figure 15 : Evaluation de la visite des différents musées par les visiteurs	78
Figure 16: Fréquence de visite des musées	81
Figure 17: Moyens de découverte des musées	81
Figure 18: Evaluation de l'activité muséale à Yaoundé.....	87
Figure 19: Perspectives pour une meilleure gestion des musées dans la ville de Yaoundé.....	94

LISTE DES PHOTOS ET PLANCHES

PHOTOS

Photo 1: façade principale du musée national	29
Photo 2: façade du musée la Blackitude.....	31
Photo 3: Bustes des fondateurs de la Fondation à l'entrée.....	34
Photo 4: Entrée du musée les Bénédictins	35
Photo 5: Entrée principale du musée ethnographique	37
Photo 6: Rencontre entre la présidente de l'ICOM et l'ambassadrice d'Italie au Cameroun ..	47
Photo 7 : Le tabouret douala	56
Photo 8: Quelques instruments traditionnels de musique au musée la Blackitude	59
Photo 9: Quelques instruments traditionnels de musique au musée les bénédictins.....	59
Photo 10: Visite guidée à la FSTM	64
Photo 11: Visite guidée au musée ethnographique des peuples.....	65
Photo 12: Visite guidée au musée les bénédictins.....	65
Photo 13: Danses traditionnels organisées par la FSTM.....	66
Photo 14: Cérémonies de danses traditionnelles à la FSTM	66
Photo 15: Grand concert culturel organisé par le Musée national	67
Photo 16: Le Musée national au sortir d'une Journée portes ouverte	68
Photo 17: Causerie éducative à la Blackitude	69
Photo 18: Séance d'exposition à l'endroit des élèves à la Blackitude	69
Photo 19: Fiche d'aide au musée Ethnographique	71

PLANCHES

Planche 1: Quelques échantillons de masque des musées de Yaoundé	54
Planche 2: Quelques échantillons de sièges trouvés dans le musée la blackitude	55
Planche 3: Diversité de statuettes retrouvées dans les musées.....	57
Planche 4: Quelques tableaux d'art à la FSTM.....	58
Planche 5: Jardin de musée au musée ethnographique des peuples	58
Planche 6: Quelques outils de royauté du musée les bénédictins du mont Febe	60
Planche 7: échantillons de lits sculptés du musée les bénédictins	61
Planche 8: quelques curiosités du musée la blackitude	62
Planche 9: Quelques brochures mis en place par certains musées	83

TABLE DES MATIERES

LISTE DES ENSEIGNANTS	i
SIGLES ET ABREVIATIONS	ii
ABSTRACT	iii
DEDICACE.....	iv
REMERCIEMENTS	v
LISTE DES TABLEAUX	vi
LISTE DES FIGURES	vii
LISTE DES PHOTOS ET PLANCHES.....	viii
TABLE DES MATIERES.....	ix
INTRODUCTION GENERALE.....	1
PREMIERE PARTIE : CADRAGE GENERAL DE L'ETUDE ET APPROCHE METHODOLOGIQUE	2
CHAPITRE I : CADRAGE GENERAL DE L'ETUDE	2
I. Contexte général	2
II- Justification du sujet.....	2
III.Délimitation du sujet.....	3
III-1 Délimitation spatiale	3
III-2 Délimitation temporelle	4
III-3 délimitation thématique.....	5
IV REVUE DE LA LITTERATURE.....	5
IV-1 Approche de la valorisation du tourisme culturel	5
IV-2 Approche de la gestion des musées	7
IV-3 Approche sur les motivations du visiteur de musée.....	8
IV-4 Approche sur l'impact économique des musées	9
V. PROBLEMATIQUE	10
VI. Questions de recherche	11
VI-1- Question centrale.....	11
VI-2- Questions spécifiques	11
VII. Objectifs de recherche	11
VIII-1- Objectif central	11
VIII-2- Objectifs spécifiques.....	11
VIII. Hypothèses de recherche	12
VIII-1- Hypothèse centrale.....	12
VIII-2- Hypothèses spécifiques.....	12
IX INTERET DE L'ETUDE	12
IX.1. Intérêt académique	12
IX.2. Intérêt personnel.....	12

IX.3. Intérêt scientifique.....	12
IX.4. Intérêt pratique	12
CHAPITRE II : CADRE CONCEPTUEL, THEORIQUE, METHODOLOGIQUE ET OPERATOIRE	
13	
II. 1. Cadre conceptuel	13
II.2. Cadre théorique.....	18
II.2.1. La théorie freudienne de la motivation	18
II.2.2. La théorie de Maslow	18
II.2.3. La théorie d’Herzberg.....	19
II. 3. CADRE OPERATOIRE	20
II-3-1. Variable indépendante : les musées de Yaoundé	20
II-3-2. Variable dépendante : impact sur le développement du tourisme.....	21
II.4. CADRE METHODOLOGIQUE	22
II.4.1. La collecte des données	23
II.4.1.2. Collecte des données primaires.....	24
II.4.1.2.1. Choix des musées cibles	24
II.4.1.2.2. Caractéristiques de l’enquête	25
II.4.1.2.3. Population cible	25
II.4.1.4. Nature des données collectées	25
II.4.1.2.5. Enquête par questionnaire.....	25
II.4.1.2.6. Les interviews et entretiens.....	25
II.4.1.2.7. Echantillonnage et taille de l’échantillon.....	26
II.4.2. Traitement des données	27
DEUXIEME PARTIE : L’ACTIVITE MUSEALE A YAOUNDE.....	
29	
CHAPITRE III : LES FACTEURS D’IMPLANTATION DES MUSEES DE YAOUNDE	
29	
III.1. PRESENTATION DES MUSEES DE YAOUNDE	29
III.1.1 Le musée national.....	29
III.1.2. Le musée la Blackitude	31
III.1.3 La Fondation Salomon Tandeng Muna	33
III.1.4 Le musée les bénédictins du Mont Fébé.....	34
III.1.5 Le musée ethnographique et d’histoire des peuples de la forêt d’Afrique centrale.....	36
III.2. Les facteurs d’implantation des musées à Yaoundé	39
III-2-1. Facteurs politiques et historiques.....	39
III-2-2. Les facteurs stratégiques.....	39
III-2-3. Les facteurs socio-économiques et culturels.....	41
III-2-3-1. La diversité ethnique de la population yaoundéenne.....	41
III-2-3-2. L’attraction de la ville sur les étrangers.....	41
III-2-3-3. Le pouvoir économique des populations	41

III-3. Les acteurs impliqués dans les activités muséales à Yaoundé	41
III-3-1 Acteurs institutionnels	42
III.3.1.1. Ministère des arts et de la culture (MINAC)	42
III.3.1.2. Ministère du Tourisme (MINTOUR)	43
III.3.2 Les Organisations Intergouvernementales	44
III-3-2-1. L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT).....	44
III-3-2-2. L'Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture (UNESCO). .	44
III-3-3 Les Organisations Non Gouvernementales (ONG)	45
III-3-3.1. Le Conseil International des Monuments et des Sites (ICOMOS).	45
III-3-3.2. L'Union Internationale pour la Conservation de la Nature (UICN).	45
III-3-3.3. Le conseil international des musées (ICOM).....	46
III.3.4. Les autres acteurs	47
III-3-4-1. Les promoteurs de musée	47
III-3-4-2. Les donateurs.....	48
III-3-4-3. Les chefferies traditionnelles.....	48
III-3-4-4. Les visiteurs / touristes	48
III-3-4-4.1. Les motivations des visiteurs.....	48
III-3-4-4.2. Des visiteurs aussi bien locaux qu'internationaux	49
III-3-4-4.3. Une activité jusque-là réservée aux plus instruits	50
III-3-4-4.4. Une activité en majorité masculine	51
III-3-4-4.5. Des visiteurs relativement adultes	51
CHAPITRE IV : VITALITE, IMPACTS ET PROBLEMES DES MUSEES SUR DEVELOPPEMENT DU TOURISME A YAOUNDE	53
IV.1. VITALITE DE L'ACTIVITE MUSEALE A YAOUNDE.....	53
IV-1-1. Provenance des objets proposés par les musées	53
IV.1.2. Nature des produits proposés	53
IV-1-2-1. Les masques	53
IV-1-2-2. Les Sièges.....	55
IV-1-2-3. Les Statuettes	56
IV-1-2-3. Les tableaux d'art.....	57
IV-1-2-4. Les Jardins de musée.....	58
IV-1-2-5. Des instruments traditionnels de musique.....	59
IV-1-2-6. Les objets de royauté.....	60
IV-1-2-7. Les lits royaux	61
IV-1-2-8. Autres curiosités du musée la Blackitude.....	62
IV.1.3. Autres activités organisés par les musées pour attirer les visiteurs.....	62
IV-1-3-1. Les activités permanentes.....	62
IV-1-3-2. Les activités périodiques	67

IV.2. Le financement des activités des musées	70
IV-2-1. La subvention annuelle accordée par l'Etat.....	70
IV-2-2. Les recettes d'entrée des visiteurs,	70
IV-2-3. Les dons venant d'horizon divers.....	70
IV.3. L'impact des activités muséales sur le développement du tourisme	72
IV-3-1. Le Musée, point d'appui du développement touristique	72
IV-3-2. Evolution du nombre de touristes/ visiteurs	73
IV-3-3. Niveau de satisfaction des visiteurs.....	74
IV.4. Les problèmes rencontrés par les musées de Yaoundé	79
IV-4-1. Les problèmes liés aux ressources humaines.....	79
IV-4-1-1. Une insuffisance considérable de personnel	79
IV-4-1-2. Un personnel très peu formé et inexpérimenté.....	79
IV.4. 2. Les problèmes financiers.....	80
IV-4-2-1. La collection des objets	80
IV-4-2-2. La question de l'entretien des objets	80
IV-4-3. Les problèmes de médiatisation	81
TROISIEME PARTIE : VERIFICATION DES HYPOTHESES, CRITIQUES ET RECOMMANDATIONS	84
CHAPITRE V : VERIFICATION DES HYPOTHESES.....	84
V.1. Des hypothèses presque validées.....	84
V.2. Limites des hypothèses.....	87
CHAPITRE VI : CRITIQUES ET SUGGESTIONS	89
VII.1. CRITIQUES.....	89
VII-1-1. Critiques méthodologiques.....	89
VII.1.1.1. Apports de la méthodologie	89
VII.1.1.2 Limites de la méthodologie.....	90
VII-1-2. Critiques scientifiques	90
VII.2. SUGGESTIONS	91
VII.2.1. A l'endroit des responsables des musées	91
VII.2.1.1. Former le personnel	91
VII.2.1.2. Médiatisation	92
VII.2.1.3. La création des activités parallèles	92
VII.2.2. A l'endroit de l'Etat et des ONG	93
VII.2.3. A l'endroit des communautés locales	94
CONCLUSION GENERALE	95
BIBLIOGRAPHIE	96
ANNEXES.....	99

INTRODUCTION GENERALE

Premier secteur exportateur du monde, l'industrie du tourisme ne cesse de se développer. Depuis 1993, il occupe la première place mondiale dans le classement des industries exportatrices devant le pétrole, l'électronique et l'automobile. Le Cameroun est généralement présenté comme une Afrique en miniature. Les auteurs de cette assertion se basent sur le fait que, de par sa position géographique, le pays est depuis la préhistoire jusqu'à l'époque actuelle la zone de rencontre de peuples venus d'Afrique de l'ouest, du centre, de l'est et du Sahara. Le brassage des populations aux modes de vie différents qui y vivent en est une illustration. Du sud vers le nord il coexiste une association forêt - savane - sahel, et celle-ci influence les mœurs et coutumes des peuples qui y vivent depuis des millénaires. Le Révérend Père Engelbert MVENG (1992) avait déclaré que : « le Cameroun *regorge de* bien des vestiges de la présence ancienne de l'homme (...) les gravures rupestres du Nord-Cameroun, les urnes funéraires de la période Sao, les outils taillés et les pierres polies ». Bien que disposant à l'époque de très peu de données, ces observations furent confirmées par de nombreuses découvertes. Malgré cette grande diversité, le tourisme Camerounais connaît d'énormes difficultés dans sa phase d'implantation, tel est tout particulièrement le cas du tourisme culturel qui malgré les richesses culturelles du pays ne prend pas toujours son envol.

Les musées du Cameroun, élément majeur actuel de la promotion culturelle, connaissent eux aussi des difficultés. Il se présente généralement comme des choses importées. On observe un manque d'intérêt des camerounais à l'égard des musées, nombreux sont ceux-là qui ne savent même pas ce que c'est qu'un musée et d'autres qui ne voient pas pour le dire ainsi, l'importance du musée pour eux et considère un moment de visite du musée comme une perte d'argent et surtout de temps. La relation entre tourisme et musée est a priori marquée par une évidence et elle alimente également les débats. Or si le musée est un produit du tourisme, il n'en est pas moins vrai que le tourisme est un produit du musée. En effet, il semble que le musée ne puisse pas être pensé sans se référer au tourisme.

Ainsi, partis du constat selon lequel il existe une interrelation entre le musée et le tourisme, et l'intérêt accordé à la promotion de la culture camerounaise, nous nous sommes assigné la tâche d'étudier l'influence des musées dans le développement du tourisme au Cameroun.

Nous avons ainsi, à partir des observations directes sur le terrain, de nos enquêtes et des recherches documentaires, étudié les logiques d'implantation de ces musées dans la ville de Yaoundé, les acteurs impliqués dans cette activité, ainsi que les problèmes rencontrés par les promoteurs de ces musées. Pour parvenir à ces objectifs, nous avons structuré notre travail en six 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, les objectifs. Le second chapitre quant à lui présente les cadres conceptuel, théorique, opératoire, et méthodologique de cette étude. Le troisième chapitre présente les différents musées de Yaoundé et leurs facteurs d'implantation. Le quatrième chapitre traite de la vitalité des musées de Yaoundé, leurs problèmes ainsi que l'impact de ceux-ci sur le développement du tourisme. Le cinquième chapitre porte sur la vérification des hypothèses que nous avons émise au début de notre travail. Enfin Dans le sixième chapitre, nous avons procédé à la critique de nos résultats avant de présenter quelques recommandations.

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

CHAPITRE I : CADRAGE GENERAL DE L'ETUDE

I. Contexte général

Depuis plusieurs années, la part du tourisme dans l'économie mondiale a connu une croissance rapide. En effet, le tourisme est devenu l'une des plus grandes industries mondiales, génératrice de nombreux investissements et créatrice d'emploi et de revenus. Bien que conscient de ces apports bénéfiques du tourisme, cette activité tarde encore à se développer au Cameroun. Industrie de l'accueil, le tourisme connaît d'énormes difficultés dans sa phase d'implantation au Cameroun. Malgré la mise sur pied de nombreux organismes (Conseil National du Tourisme ; Office du Tourisme du Cameroun en Europe, Ministère du Tourisme, Ministère de la Culture, etc.), et le soutien de l'activité touristique, le tourisme Camerounais a du mal à se hisser comme levier du développement économique. Tel est tout particulièrement le cas du tourisme culturel qui, malgré l'énorme potentiel culturel du pays ne décolle toujours pas. Les musées, un des éléments importants dans la promotion du tourisme, connaissent au Cameroun de nombreuses difficultés à savoir : les problèmes de gestion, de formation du personnel, de faible médiatisation et d'insuffisance des infrastructures en place. Allant du principe selon lequel l'Homme puise dans le passé pour comprendre le présent et mieux préparer son avenir, le musée est le lieu par excellence qui permet à un peuple de marquer son identité, et à l'état de valoriser ses richesses à travers le tourisme. C'est sous ce prisme que s'interprète l'importance accordée aux activités touristiques en général, et aux institutions muséales en particulier. L'enquête menée ici vise donc à comprendre l'activité des musées de façon générale, et l'impact de ces institutions dans la promotion du tourisme dans la ville de Yaoundé.

II- Justification du sujet

Les raisons qui justifient le choix de ce sujet sont de deux ordres. D'un côté, nous sommes partis des observations personnelles. En effet, ayant longtemps vécu dans la ville de Yaoundé, nous y avons observé au quotidien un certain nombre de phénomènes. Parmi ceux-ci, le désintérêt des populations locales pour les musées. En fait, on se demande pourquoi cette attitude des populations à l'égard des musées, quand on sait que dans les pays développés, l'activité muséale est très prisée et contribue pour beaucoup à la croissance économique. Le domaine des musées nous a fortement marqué, car il constitue un secteur incontournable dans le processus de valorisation culturelle à travers le tourisme. Simple constat auparavant, la question des musées est devenue pour nous aujourd'hui, un véritable questionnement géographique, et donc scientifique.

Dans un second temps, nous avons fait un tour de la documentation afin de s'enquérir de l'état de l'art sur la question. Cette vaste documentation nous a permis de constater que les principaux travaux qui ont été menés antérieurement se sont particulièrement focalisés sur la gestion des musées, le patrimoine contenu dans ces musées, etc. Très peu de travaux ont été menés sur le rapport entre ces activités muséales et la promotion du tourisme au Cameroun. C'est donc pour cette raison que nous avons décidé de nous pencher sur ce travail qui nous semble assez important et novateur.

Profitant donc de l'opportunité que nous offre le département de géographie de l'Ecole Normale Supérieure de Yaoundé (ENS) dans le cadre de la rédaction d'un mémoire de DIPES II, nous avons décidé de focaliser notre étude sur cette question des musées de la ville de Yaoundé comme facteur de promotion touristique. Cette étude nous permettra donc de mettre

en relation l'activité muséale et le tourisme à Yaoundé, afin d'apporter une contribution à la promotion touristique. Cette contribution permettra aux décideurs, avisés des freins aux musées d'envisager des mesures de correction afin que les musées puissent non seulement promouvoir le tourisme mais aussi valoriser la culture Camerounaise.

III. Délimitation du sujet

Elle se fera en 3 dimensions : spatiale, temporelle et thématique.

III-1 Délimitation spatiale

La ville de Yaoundé, chef-lieu de la région du Centre, érigé en capitale politique du Cameroun depuis 1909, est limitée au nord-ouest par le département de la Lékié ; au nord-est, à l'est et au sud-est par le département de la Mefou et Afamba ; et au Sud-ouest par le département de la Mefou et Afamba. D'altitude variable (750 m en moyenne), la ville de Yaoundé a pour coordonnées géographiques : 3° 52' de latitude nord et 11° 31' de longitude Est. Yaoundé a une superficie de 309 km² (CUY, 2002) elle abrite une population cosmopolite de 18.000.000 d'habitants (R.G.P.H, 2005) en progression de 6.8% par an. Dans le cadre de ce travail, il sera question de nous intéresser aux arrondissements où on note la présence d'un musée, qu'il soit public ou privé. Ainsi, deux principaux arrondissements retiendront notre attention, notamment : l'arrondissement de Yaoundé II avec le musée les « *Bénédictins* » au lieudit Mont-Fébé ; et l'arrondissement de Yaoundé III avec le musée la « *Blackitude* » situé derrière le Boulevard du 20 Mai, la fondation « *Salomon Tandeng Muna* » à la montée de l'ancien ABBIA ; et le *Musée Nationale* situé entre le Ministère des Finances et le Palais de Justice, ainsi que le « *Musée ethnographique et d'histoire des peuples de la forêt d'Afrique centrale* » à Elig-Essono.

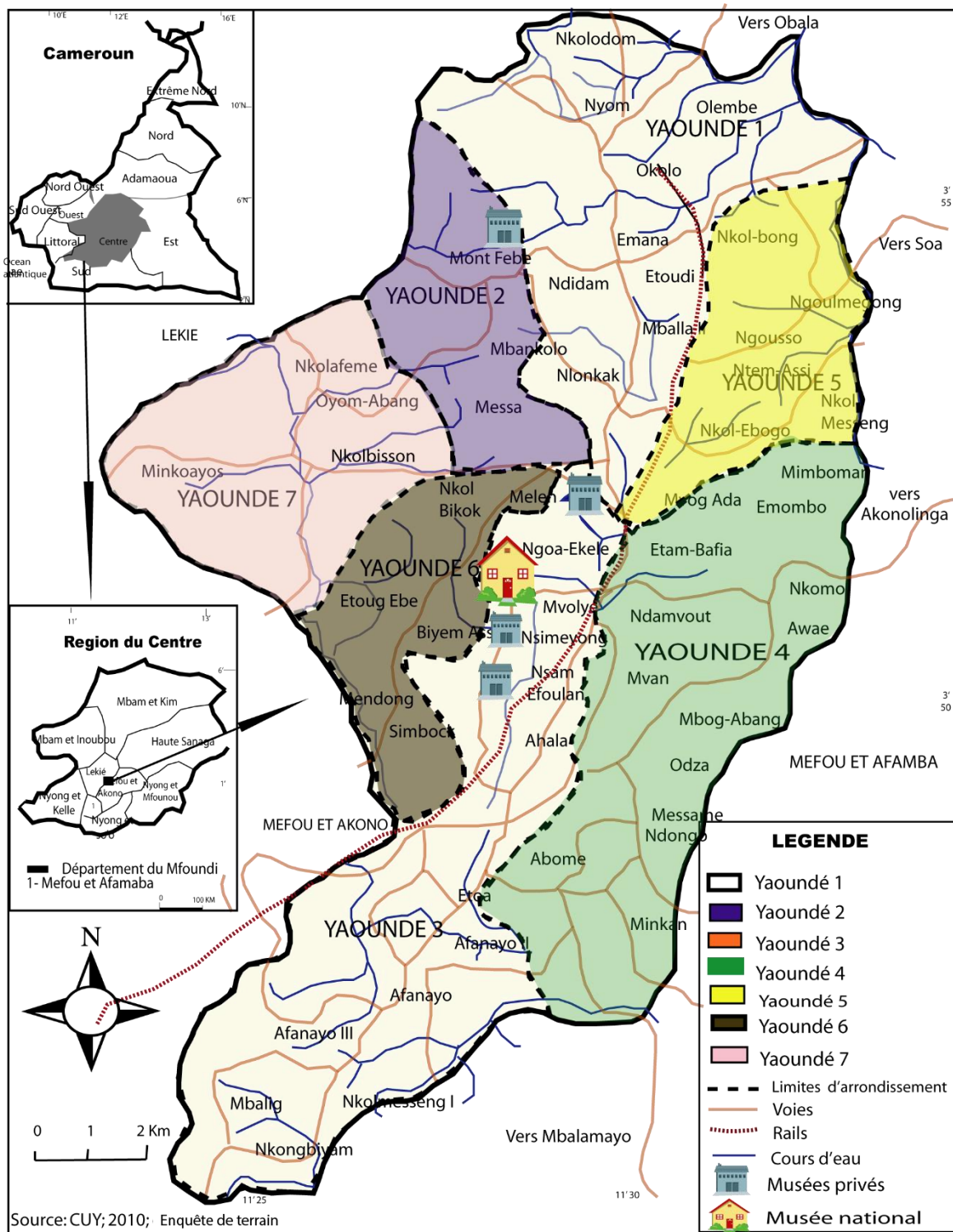


Figure 1: Carte de localisation des musées de Yaoundé

III-2 Délimitation temporelle

Les énormes potentialités que possède le Cameroun lui ont valu plusieurs appellations notamment : « Afrique en miniature », « Concentré de l'Afrique », « Toute l'Afrique dans un triangle », ... L'usage de ces différents slogans traduit ainsi la volonté des promoteurs

d'attirer le maximum de touriste désireux de se faire une idée de l'Afrique en visitant le Cameroun qui se présente comme une synthèse de ce continent.

Les musées en Afrique et au Cameroun en particulier se posent parfois comme des choses importées ; en effet lorsqu'on crée le Ministère de la Culture en 1998, l'on pense qu'il pourrait y avoir un changement muséal et culturel du Cameroun. Le 15 Juin 2009, un séminaire de formation est ouvert à Yaoundé pour permettre au conservateur des musées de recevoir des connaissances et outils indispensables pour une bonne conservation de ces espaces, véritable bibliothèques culturelles du pays. La même année, le musée National qui était presque à l'abandon ferme ses portes pour réfections. Se rendant compte de l'importance des musées en Afrique, on assiste à la création de nombreux musées privés. C'est fort de ce constat que nous délimitons notre étude de 2009 date de la formation des conservateurs de musées mais aussi de fermeture du musée National à 2016.

III-3 délimitation thématique

La présente étude s'inscrit dans la thématique « *Tourisme et Développement* ». Le tourisme au Cameroun a subi les effets de sa localisation en Afrique Centrale, une région que la plupart des pays émetteur de touriste ne considère pas comme étant touristique. Pourtant elle regorge de nombreuses richesses. Plusieurs travaux ont été menés sur les musées chacun avec des particularités bien différentes et toutes aussi importante. Notre étude vient compléter ces travaux en abordant certains aspects nouveaux tels que la réflexion sur la possibilité de promotion touristique par les musées de Yaoundé. Dans le cadre de notre travail, nous mettrons ainsi un accent sur les spécificités des musées dans la ville de Yaoundé qui n'est d'ailleurs qu'une image de celle du pays tout entier, afin d'apporter des stratégies pour améliorer l'environnement muséal de la ville de Yaoundé. Ceci nous permettra, à la lumière de nos résultats de mettre à la disposition du gouvernement et des décideurs de nouvelles opportunités de développement économique en conformité avec la nouvelle vision stratégique du pays dont l'horizon est 2035.

IV. REVUE DE LA LITTÉRATURE

Dans le cadre de notre recherche, la complexité et l'aspect multidimensionnel de la question culturelle, nous ont obligée à présenter de façon thématique, synthétique et analytique, une sélection d'un certain nombre d'articles, de livres, de revues, de rapports parmi l'abondante littérature consacrée à ce sujet. Nous y avons en effet retenu plusieurs approches.

IV-1 Approche de la valorisation du tourisme culturel

Avec l'essor grandissant des voyages internationaux, le tourisme est devenu l'une des premières industries mondiales et un enjeu majeur du développement par la valorisation du patrimoine culturel et de la culture en général. Or, les statistiques de l'Organisation Mondiale du Tourisme, indiquent qu'en 2002, le continent africain n'a guère attiré que 4,1 % du total des visiteurs internationaux, les sous-régions Nord et Sud étant les plus visitées (OMT, 2008).

Dans un contexte de mondialisation accélérée, le tourisme culturel bénéficie d'un engouement croissant qui répond à un besoin accru de préserver et de promouvoir les identités culturelles nationales et sous régionales. Si les touristes sont à la recherche d'expériences et

d'aventures « authentiques » (hors des sentiers battus), les communautés hôtes, elles, veulent s'assurer que la présence de touristes ne provoquera pas un éclatement de leur culture notamment pour la faire correspondre aux exigences de l'industrie touristique, avec des risques de folklorisation et de marginalisation.

L'ICOM a depuis longtemps porté une attention constante aux problématiques touchant à la protection et à la conservation du patrimoine culturel et naturel mondial dans un contexte de développement du tourisme.

Les résolutions de l'assemblée générale de Melbourne en 1998 ont permis de faire un pas vers le développement d'une politique globale et durable concernant le tourisme culturel en collaboration avec l'UNESCO, le PNUD, l'ICOMOS, et les autres organisations concernées. L'objectif étant la création des normes pour la conservation du patrimoine, tout en veillant à ce que les communautés concernées en tirent un bénéfice durable.

L'ICOM et la FMAM (Fédération Mondiale des Amis des Musées) se sont donnés pour mission éthique de veiller à ce que le tourisme se développe dans le respect des cultures du monde entier, et que les comportements et les approches prennent en considération non seulement le patrimoine matériel et immatériel, mais aussi le présent de ces cultures. La connaissance des destinations touristiques, des cultures environnantes, de leur patrimoine naturel et historique, ainsi que de leur importance scientifique et de leur beauté devrait aboutir à une meilleure compréhension parmi la population locale, lui permettant ainsi de renforcer sa propre estime et son identité culturelle. Pour ces institutions, des touristes mieux informés et préparés au contact avec d'autres cultures et avec les réserves naturelles contribuent au développement durable et positif, ainsi qu'à la protection des paysages et des sociétés.

L'UNESCO (2004) dans le même ordre d'idée, signalait qu'il est important de promouvoir un tourisme culturel durable qui soit :

- Respectueux de la culture des populations locales et de l'environnement, à préserver pour les générations présentes et futures.
- Rentable et équitable pour les populations locales à travers le développement d'activités économiques touristiques dont les bénéfices faciliteront la création d'emplois et le développement de services.
- Educatif, par la sensibilisation des acteurs du tourisme, y compris les populations locales, à l'importance de la préservation du patrimoine culturel et naturel.
- Responsable et solidaire, afin de redistribuer les richesses générées par le tourisme pour améliorer les conditions de vie des plus démunis (santé, éducation, agriculture, etc.), notamment dans les pays en voie de développement.
- Participatif : les bénéficiaires doivent être pleinement impliqués dans les processus décisionnels et dans l'élaboration des politiques du tourisme culturel.
- Fédérateur à travers une mise en réseau nationale, sous régional et internationale du monde associatif, des institutions internationales, des secteurs publics et privés.
- Ethique dans la conception et la mise en œuvre des projets afin de respecter et valoriser les identités culturelles et la dignité humaine.
- Sécurisé afin d'assurer tous les acteurs du tourisme, notamment les touristes, de leur bien-être et de leur sécurité.
- Evolutif et qualitatif, en vue d'améliorer et promouvoir des produits touristiques culturels novateurs afin de répondre à de nouvelles demandes des touristes et de rester compétitifs vis à vis des destinations concurrentes.
- Imaginatif et créatif afin de promouvoir les événements culturels et les savoirs faire qui valorisent la richesse et la spécificité des expressions culturelles traditionnelles et contemporaines.

Il ne fait aucun doute que l'Afrique, autrefois plus connue pour ses problèmes et ses résultats médiocres, est devenu un continent entièrement tourné vers la sauvegarde et l'utilisation de sa ressource la plus précieuse : son patrimoine.

En prenant l'exemple du Bénin, Mathias MASSODE (2012), soulignait aussi que l'organisation de la vie culturelle au Bénin a de tout temps souffert de contraintes historiques portées par les étapes successives de sa vie politique : l'envahissement extérieur et la destruction des valeurs profondes de son peuple par les colonisateurs aux élans iconoclastes ; la dévalorisation et paradoxalement, le pillage systématique de ses biens culturels, fortifiant les ardeurs de déculturation.

Dans ces conditions, la question de la mise en valeur du patrimoine affirmée dans la politique culturelle et reprise à son compte par l'Etat dans la charte culturelle et la « vision ALAFIA 2025 », interpelle la conscience collective et demeure préoccupante à plus d'un titre. En effet, le Bénin a de tout temps mis l'accent sur l'importance de la conservation des valeurs identitaires, des savoir-faire, des traditions, des modes de vie et de pensée, des formes d'expression, aussi bien par la pratique continue que par la mise en place d'institutions muséales capables de témoigner des valeurs de civilisation de ses peuples. Il a été donc largement admis aujourd'hui que la culture peut apporter une plus-value au produit intérieur brut de la nation. Outre les industries culturelles, le patrimoine culturel reste un champ vaste qui offre autant par la créativité que par le tourisme culturel, des conditions favorables à la création d'emplois, à l'augmentation du revenu par habitant, à l'épanouissement du citoyen et à la reconnaissance internationale. Mais pour y parvenir, il faut asseoir la politique culturelle sur les systèmes de valeurs immanentes à la nation.

IV-2 Approche de la gestion des musées

La littérature concernant la gestion des musées est une littérature récente. En effet, la muséologie, qui étudie le musée et par conséquent, sa gestion, est une discipline en pleine construction. De ce fait, encore très peu de place lui est consacrée dans les bibliothèques. Ainsi, bien que nous ayons connaissance de l'existence des ouvrages, il est plus compliqué de pouvoir les consulter, notamment les ouvrages anglo-saxons.

Selon l'ICOM (2004) « la mission d'un musée est d'acquérir, de préserver et de valoriser ses collections afin de contribuer à la sauvegarde du patrimoine naturel, culturel et scientifique. Ses collections constituent un important patrimoine public, occupent une position particulière au regard de la loi et jouissent de la protection du droit international. À cette mission d'intérêt public est inhérente la notion de gestion raisonnée, qui recouvre les idées de propriété légitime, de permanence, de documentation, d'accessibilité et de gestion responsable. »

On peut avec Laurent TOUSSOU (2010) déterminer trois sources de réflexions dans la littérature concernant la gestion des musées.

La première est celle apportée par les universitaires de la muséologie. Souvent historiens de l'art, spécialisés dans l'étude du patrimoine et des musées, ces universitaires, à l'image de Dominique Poulot, auteur notamment de l'ouvrage Musée et muséologie, ou encore de Richard Sandell, directeur de la School of Museum Studies à l'Université de Leicester, questionne objectivement le musée en tant qu'institution. Une deuxième source d'information a longtemps émané des professionnels des musées eux même. Une troisième voie est celle des universitaires ou professionnels spécialisés dans les domaines auxquels doit recourir la stratégie muséale moderne comme le Marketing, le Droit, l'Economie, etc.

De prime abord, il faut souligner avec Hugues Heumen TCHANA (2015), qu'un musée ne se conçoit pas de lui-même. Il ne suffit pas d'ouvrir les portes d'une collection et appeler cela musée. Il faut mettre sur pieds des mesures incitatives, aller en direction des publics. Mettre sur pieds des micros actions pour ceux qui ne peuvent pas se déplacer pour le musée. Lorsqu'on parle du public des musées, on le divise en quatre catégories. Ceux qui ont l'habitude de visiter le musée, il y'a le non public, ceux qui ne visitent pas, et ceux qui n'ont aucune idée du musée. Bref, il faut attirer les touristes.

De plus, le musée doit de surcroit être un centre de développement social. Jean-Paul KOUNOUGOU, président de l'ICOM Burkina, souligne cette nécessité politique dans le monde entier lors de la Journée Internationale des Musées : « les musées doivent se positionner comme de puissants moteurs de l'harmonie sociale »

En outre, l'histoire de son développement, son passé colonial, l'attitude de « laisser-aller » manifestée par les élites coloniales qui continuèrent à diriger les musées après l'indépendance, le manque de valorisation des compétences parmi les populations indigènes et la tendance à se replier sur soi et à refuser tout changement sont autant de facteurs qui expliquent cette situation conflictuelle. Museum International 229 /230, à travers ses différentes contributions, réussit à présenter d'une part les défis qu'ont eu à relever les musées au fil du temps et, d'autre part, les diverses transformations, souvent positives, qui ont permis aux musées africains de se positionner au centre du discours socioéconomique et politique de leurs pays respectifs, et donc de progresser sur la voie de la reconnaissance.

IV-3 Approche sur les motivations du visiteur de musée

Les psychologues et les chercheurs du marketing qui étudient le comportement des consommateurs s'accordent que l'être humain possède fondamentalement le même besoin et la même motivation, mais leur façon de représentation est différente. Par exemple, un visiteur qui travaille dans le domaine culturel souhaite pouvoir collectionner de nouvelles informations et avoir l'occasion de développer ses spécialités à l'issue d'une visite à l'exposition. Certaines visites sont l'occasion de s'enrichir culturellement en participant à des programmes éducatifs ou à des événements spéciaux, de partager des expériences esthétiques avec ses amis ou sa famille, ou d'acheter des produits dans une boutique du musée. La plupart des visiteurs attendent des expériences agréables via leur rencontre avec des objets d'art ou d'anciennes oeuvres. Cela leur permet de s'échapper du quotidien (Combs, 1999).

Par ailleurs, étant donné que les bénéfices principaux de la consommation du produit culturel sont liés à une réaction sentimentale, la visite du musée n'appartient pas au produit pratique ou fonctionnel, mais au produit affectif. De même, la visite au musée est le produit hédonique qui comporte des aspects à la fois émotionnels et multi sensoriels. Hirschman et Holbrook (1982) ont présenté pour la première fois le concept marketing de la consommation hédonique. Selon leur définition, la consommation hédonique est un des comportements du consommateur, issus des expériences de consommation dont les aspects sont multi sensoriels, fantastiques et émotionnels.

Falk et al. (1998) ont constaté dans leur étude approfondie que l'éducation et le divertissement sont les valeurs dominantes qui provoquent le plus la motivation de visite. Le visiteur se rend au musée pour le divertissement orienté vers l'éducation. Cela signifie que le visiteur passe un temps heureux (divertissement), tout en rencontrant de nouveaux objets historiques ou des objets d'art (éducation). L'éducation et le divertissement provoquent

réciproquement et complémentaiement la motivation de visite. Le musée offre en effet au visiteur un confort physique, une recherche de connaissance et une série d'expériences qui se produisent simultanément (Rhee, 2003).

IV-4 Approche sur l'impact économique des musées

La mission économique du musée s'est tout d'abord exprimée par une nécessité pour celui-ci d'impacter positivement l'économie du territoire sur lequel il été implanté. TOBELEM (2010) rappelle dans son ouvrage « Le nouvel âge des musées » comment les études d'impact ont favorisé la définitive acceptation de cette mission économique.

Ainsi, elles ont développé une technique d'évaluation de cet impact économique de façon monétaire, en le segmentant en trois catégories : l'impact direct, l'impact indirect, l'impact induit. Ces trois catégories fonctionnent à la manière de trois cercles concentriques de rayon différent. Ainsi, l'impact direct concerne la richesse produite au centre, c'est-à-dire celle qui est produit directement par le musée. L'impact indirect, lui, correspond à la richesse produite en périphérie, il regroupe alors les dépenses réalisées par le musée dans le cadre de son fonctionnement ainsi que celles que ses visiteurs font à l'occasion de leur accession au musée (hôtellerie, commerces divers, transports, etc.). Enfin, l'impact induit est un impact concernant les flux additionnels engendrés par l'enrichissement précédent.

Ces études ont notamment aidé à montrer la meilleure rentabilité des expositions temporaires, dont la dimension événementielle renforçait l'impact. Ainsi, une étude d'impact a été menée en 1993 au sujet de quatre grandes expositions quasi simultanées à New-York : Ribera, Magritte, Matisse, et l'Avant-garde Russe ; les deux premières ayant été réalisées par le Metropolitan Museum of Art, et les deux autres respectivement par le MOMA et le musée Guggenheim. Ces expositions ont attiré 1,75 millions de visiteurs au total. Parmi eux, 1,3 millions étaient extérieurs à la ville de New-York, dont un sur deux ayant réalisé le voyage dans le but de visiter une de ces expositions. L'étude de rentabilité fut alors menée sur ces voyageurs. Un panel de 25% d'entre eux répondit. Les dépenses de ce panel furent évaluées à 368 millions de dollars

De plus en plus les musées sont de véritables étendards dans la bataille du tourisme. En effet, le tourisme est aujourd'hui un marché dans lequel les villes, les territoires sont concurrents. Ce phénomène a renforcé la définition des villes comme des marques. En effet, toutes les villes ont développé une identité au cours des siècles.

Cette identité étant notamment définie par un nom et des armoiries mais aussi souvent par les spécialités et productions locales. Ces identités étaient de l'ordre de la tradition ; ressenties par le peuple, elles se définissaient pourtant de manière spontanée et non-contrôlée par les institutions municipales. Or, aujourd'hui, les villes et les territoires se sont impliqués fortement dans la construction de ces identités. Les musées permettent avant tout à la ville d'assurer sa notoriété à l'international. En effet, l'importance qu'aura le musée au niveau mondial va en faire un lieu de passage privilégié des touristes culturels augmentant par là même sa réputation et sa situation économique. Le rôle du musée dans l'image de la ville est ainsi de plus en plus perceptible, comme le soulignent les slogans « un des plus grands musées d'Europe » ou encore « Francfort, la ville aux 40 musées ». L'exemple le plus significatif de l'attente des territoires face aux musées est sans doute le projet Saadiyat Island, ce qui signifie l'île du bonheur, au large d'Abou Dhabi. Son dirigeant, le cheikh Sultan ben

Tahnoun al-Nahyan, responsable du projet, le résume ainsi : « Ce sera une destination de carte postale, comme l'est Capri pour l'Italie »

Pour le cas précis du Cameroun, Hugues Heumen Tchana (2015) considère que les années 2008, 2009, 2010, 2011 marquent le renouveau de l'environnement muséal. Nous avons assisté à la création du musée la *Blackitude*, le musée de civilisation, le musée maritime. Tous ces projets sont portés par des privés. Ce sont les privés qui sont aux avant-postes, on a l'impression que l'État reste les bras croisés. Conséquence, les musées publics sont tristement déserts bien qu'ils soient gratuits. Nous constatons tous que le problème, ce n'est pas la gratuité. Il ajoute même qu'il est presque certain que les gens seront prêts à payer le prix s'ils sont sûrs qu'ils seront satisfaits. La visite d'un musée est assimilable à un spectacle ou une pièce de théâtre, il faut offrir le spectacle pour que les gens viennent.

Les musées semblent donc être devenus les lieux les plus recherchés par les touristes et les territoires comme les villes s'en saisissent pour soutenir leur développement économique. « Le tourisme interne participe à la répartition géographique des points de croissance par l'aménagement et la fréquentation des sites touristiques de l'arrière-pays et parlant, permet de freiner l'exode rural, de corriger les déséquilibres infrastructurels dans un pays ». (Stratégie sectorielle du développement du tourisme au Cameroun, Bamenda 2004).

V. PROBLEMATIQUE

En 2004, l'étude « *Les industries culturelles des pays du Sud : enjeux de l'adoption de la Convention internationale sur la diversité culturelle* » avait montré le manque d'informations disponibles dans de nombreux pays concernant le secteur de l'économie culturelle, en particulier en ce qui concerne les musées (Organisation Internationale de la Francophonie, 2004).

La plupart des musées du continent, tout comme les autres institutions culturelles, ont dû longtemps accepter de figurer au bas des priorités nationales, tandis que nos gouvernements s'attachaient à développer les services publics tels que l'éducation et la santé, et à améliorer les infrastructures. Mais les musées ont également à résoudre les questions liées aux compétences nécessaires pour assurer la gestion du patrimoine, au développement d'une prise de conscience au sein des communautés qui possèdent ce dernier et au rôle du patrimoine immatériel dans la société contemporaine. De même, il est urgent de s'attaquer au problème de la détérioration et du vol dans les musées, ce que Sakina RHARIB (2006) dans le cas du Maroc, désigne sous le nom d'« hémorragie culturelle ».

L'espace de contestation que représente le musée est beaucoup plus flagrant en Afrique que dans n'importe quel autre continent au monde

À la lecture de nombreux articles, il ne fait nul doute que les musées africains ont reconnu tout l'intérêt du patrimoine, et en particulier du patrimoine culturel, dans la société contemporaine. Après avoir été considérés comme un terrain neutre et apolitique, ils se sont métamorphosés, abandonnant leur nature fossilisée pour devenir des espaces de dialogue vivant. L'article de Ciraj RASSOOL : « La création du musée du District Six au Cap », en est la meilleure illustration.

En effet, en Afrique, on ne sait pas quelle est la place des musées. Les pays africains ont hérité des musées issus de la colonisation sans véritable intégration dans l'environnement social africain au point où *Hugues Heumen Tchana*, se pose la question de savoir à quoi servent les musées en Afrique ?

Devant composer avec une grande diversité ethnique, linguistique et religieuse, les autorités camerounaises ont toujours cherché, depuis l'indépendance, à promouvoir les arts et la culture comme vecteurs d'unité, en cherchant à faire du multiculturalisme un des fondements de l'identité nationale. Engagée avec l'inventaire et la promotion des danses traditionnelles régionales lancés en 1968, cette ambition n'a été structurée institutionnellement qu'en 1988, avec la création du Ministère de la Culture.

Ainsi donc, il paraît important de promouvoir le tourisme camerounais à travers les richesses culturelles du pays. Mais seulement on en vient à se poser la question de savoir si ces musées sont à même de contribuer à la promotion du tourisme au Cameroun.

Selon Marthe MEDOU (2009), il est difficile d'avancer un chiffre exact sur la question du nombre de musées au Cameroun car il s'en crée tous les jours. En effet seuls quelques musées sont reconnus (juridiquement) au Cameroun en général et dans la ville de Yaoundé en particulier, et cet état de chose nous pousse à nous interroger sur l'impact ou l'influence de l'implantation de ces musées sur la promotion du tourisme dans la ville de Yaoundé.

VI. Questions de recherche

Les questions de recherche de cette réflexion se structurent autour d'une question centrale et quatre questions spécifiques.

VI-1- Question centrale

Dans quelle mesure les musées de Yaoundé peuvent-ils constituer des facteurs de promotion touristique ?

VI-2- Questions spécifiques

Des questions spécifiques découlent de la question centrale à savoir :

- Quels sont les différents types de musées rencontrés dans la ville de Yaoundé ?
- Quels sont les acteurs impliqués dans la gestion de ces musées ?
- Quels sont les problèmes rencontrés par ces musées et les différentes politiques développées pour y faire face ?
- Quel est l'impact de l'activité muséale dans la promotion du tourisme à Yaoundé ?

VII. Objectifs de recherche

La réflexion portée par ce travail a pour préoccupation majeure de mettre à jour un certain nombre de faits se structurant autour de la problématique liée aux musées et au tourisme. Nous avons donc, sur la base de nos questions formulé quatre objectifs spécifiques autour d'un objectif principal.

VIII-1- Objectif central

Notre objectif vise à analyser l'influence des musées dans la promotion du tourisme dans la ville de Yaoundé

VIII-2- Objectifs spécifiques

L'objectif central se décline en quatre objectifs spécifiques à savoir :

- Identifier et caractériser les différents types de musées dans la ville de Yaoundé ;
- Identifier les acteurs impliqués dans la gestion des musées à Yaoundé ;
- Identifier les problèmes rencontrés par ces musées et les stratégies développées pour y remédier ;
- Evaluer l'impact de l'activité muséale dans la promotion du tourisme à Yaoundé.

VIII. Hypothèses de recherche

VIII-1- Hypothèse centrale

Les musées dans la ville de Yaoundé regorgent de nombreuses richesses favorisant un meilleur attrait des touristes.

VIII-2- Hypothèses spécifiques

- Il existe à Yaoundé une diversité de musées aux caractéristiques variées.
- Divers acteurs sont impliqués dans la gestion des musées dans la ville de Yaoundé (publics, privés, nationaux, internationaux) ;
- Les musées à Yaoundé souffrent d'un problème de gestion et les responsables mettent un accent particulier sur les campagnes médiatiques ;
- L'activité muséale a un impact économique et social majeur dans la promotion et le développement du tourisme.

IX. INTERET DE L'ETUDE

Ce travail revêt un intérêt académique, personnel, scientifique, et pratique

IX.1. Intérêt académique

Tout d'abord, il répond à une exigence académique à savoir la soutenance d'un mémoire en vue de l'obtention du DIPES II. Il s'inscrit ainsi dans le cadre de l'initiation à la recherche dans l'enseignement post-licence au Cameroun.

IX.2. Intérêt personnel

Cette réflexion nous permet de satisfaire notre curiosité intellectuelle. Ainsi nous pourrions mieux cerner la place des institutions muséales dans la promotion du tourisme dans la ville de Yaoundé.

IX.3. Intérêt scientifique

Cette étude apporte un plus à la science et enrichit le corpus des travaux sur le tourisme au Cameroun. Il vient compléter les analyses menées sur ce thème et s'attèle à présenter l'impact de l'essor des musées sur le développement du tourisme au Cameroun.

IX.4. Intérêt pratique

Le travail sur les musées et leur contribution au développement du tourisme a un intérêt particulier pour les décideurs et le gouvernement dans la mesure où il constitue un outil de prise de décisions. Les résultats de ce travail pourront non seulement orienter la politique de développement économique, mais aussi inspirer les promoteurs de musées dans la création et l'amélioration de leurs activités.

CHAPITRE II : CADRE CONCEPTUEL, THEORIQUE, METHODOLOGIQUE ET OPERATOIRE

Engager une réflexion sur les musées comme facteur de promotion du tourisme exige généralement la manipulation d'un certain nombre de concepts aux propriétés polysémantiques. Ces concepts s'adossent sur des théories spécifiques qui tentent d'expliquer la contribution majeure des activités muséales sur la promotion du tourisme dans la ville de Yaoundé. Cela étant, un dispositif méthodologique s'attendant à faire une sorte d'épistémologie préventive contre les risques de confusion ou d'entremêlement conceptuelle et de mésentente méthodologique s'impose comme préalable dans cette partie du travail. De ce fait, ce travail impose un décryptage conceptuel permettant de prendre du recul par rapport aux spécificités empiriques de la problématique de la promotion du tourisme dans les pays du Sud.

II. 1. Cadre conceptuel

Il convient de préciser tous les contours d'un certains nombres de mots clés qui fondent notre thème d'étude.

E. DURKHEIM (1993) à ce propos écrit : « la première démarche du sociologue doit donc être de définir les choses dont il traite, afin que l'on sache et qu'il sache bien de quoi il est question. C'est la première et la plus indispensable condition de toute preuve et de toute vérification [...] »

❖ Musée

Le concept musée vient du grec « *museion* », qui signifie temple des muses.

Le mot « *musée* », dans son acception moderne, apparaît en Italie dans la seconde moitié du XV^{ème} siècle. Les carnets de route des voyageurs ou des artistes mettent en lumière les collections de tableaux et de sculptures, qui leur sont offerts au regard par les princes italiens à l'intérieur des cours et des jardins ou dans les galeries.

Dépassant le caractère limité du musée traditionnel, le musée est défini comme un outil ou une fonction conçu par l'homme dans une perspective d'archivage, de compréhension et de transmission. On peut ainsi à la suite de Judith SPIELBAUER (1987), concevoir le musée comme un instrument destiné à favoriser « la perception de l'interdépendance de l'Homme avec les mondes naturels, sociaux, et esthétiques, en offrant information et expérience, et en facilitant la compréhension de soi grâce à ce plus large contexte ».

Pour Laurence. A.Z (1991), après les indépendances, l'Afrique va hériter et maintenir les institutions envers lesquelles les populations s'étaient montré hostiles tant elles avaient porté atteinte aux structures sociales et à la pérennité des traditions culturelles. Le musée apparaîtrait donc ici comme un moyen et un lieu pour promouvoir la conscience Nationale et contribuer à l'unité nationale. La conception du musée repose sur quatre piliers : remplir une fonction culturelle ; remplir un rôle éducatif ; favoriser les artisans ; consolider l'unité nationale.

En effet on note une certaine dynamique de la notion et du rôle des musées. De par leurs définitions, les musées remplissent plusieurs fonctions et celles-ci entraînent l'émergence de nouveaux concepts à savoir : musées virtuels, musées classiques, cyber-musées ou écomusées. C'est pourquoi François SAUTY (2001), affirme que les écomusées et musées de sociétés doivent être considérer comme des institutions culturelles qui assurent d'une manière

permanente, sur un territoire donné, avec la participation de la population, les fonctions de recherche, conservation, présentation, mise en valeur des biens naturels et culturels représentatifs d'un milieu et des modes de vie qui s'y sont succédé.

George Henry Rivière (2002) quant à lui définit le musée comme « un miroir dans lequel une population se regarde pour s'y reconnaître. Elle recherche l'explication du territoire auquel elle est attachée, jointe au peuple l'ayant précédé dans la discontinuité ou la continuité des générations ». Dès lors, l'Homme est interprété dans son milieu naturel et culturel. Il poursuit plus loin en affirmant que le musée est un « laboratoire » dans la mesure où il contribue à l'étude historique et contemporaine de la population et de son milieu en coopération avec les organismes extérieurs de recherche. Cette conservation contribue à préserver et à mettre en valeur le patrimoine naturel et culturel. Elle associe les populations aux actions d'étude et de protection du patrimoine afin que celle-ci appréhende mieux les problèmes de son propre avenir.

Le Petit Larousse (2010) le définit comme "lieu, établissement où est conservé, exposé, mise en valeur une collection d'œuvres d'art, d'objets d'intérêt culturel, scientifique ou technique."

Selon le Larousse interactif (2012), un musée est un « *Lieu, édifice où sont réunies, en vue de leur conservation et de leur présentation au public, des collections d'œuvres d'art, de biens culturels, scientifiques ou techniques.* »¹. Cette définition souligne le fait que, pour le public, le musée n'a pas de but précis ; c'est avant tout un lieu. La relation du public à ce lieu se précise lorsque Bernard DELOCHE (2001) considère qu'il apporte au geste artistique « *une dimension supplémentaire en conférant un statut institutionnel à cette fonction d'exhibition* »².

La définition donnée par l'ICOM (International Council of Museums) approfondit cette réflexion philosophique en attribuant un rôle de service public aux musées. Selon cette définition, « Le musée est une institution permanente sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation. »³.

Le musée peut aussi se présenter comme « une fonction spécifique, qui peut prendre ou non la figure d'une institution, dont l'objectif est d'assurer, par l'expérience sensible, l'archivage et la transmission de la culture entendue comme l'ensemble des acquisitions qui font d'un être génétiquement humain un homme » (DELOCHE, 2007).

Dans le cadre de notre étude, le musée doit être une institution culturelle qui allie classique, modernisme et dynamisme en intégrant des activités pédagogiques, culturelles, folkloriques, artistiques, artisanales et contenir des salles de projection de films, de conférences, des parcs, jardins, ... Ainsi entendu comme lieu de protection et de conservation du patrimoine, les musées sont constitués d'un certains nombres d'infrastructures fonctionnelles qui abritent des unités telles que : les magasins de stockage, des laboratoires d'analyse et des restaurations des objets, des salles et vitrines d'exposition, des centres de

¹ LAROUSSE.fr

² DELOCHE, 2001. p.83.

³ ICOM, 24 août 2007

documentation, et d'archives écrite, orale, audio-visuelle, des bibliothèques d'ouvrages, des revues.

❖ **Tourisme**

Étymologiquement, la notion du tourisme dérive du terme anglais « tour » qui signifie « voyage ». Le mot « tour » a également des racines françaises, langue dans laquelle il désigne une marche, une promenade circulaire, des allés et venus justifiées par le désir de détente et enfin un voyage.

Dans la même optique, **JAFAR JAFARI (1983)**, considère le tourisme comme « une étude de l'Homme hors de son habitat habituel, de l'industrie qui répond à ses besoins et à leur impact sur l'environnement socio-économique, culturelle et physique ».

Gabriel **WACKERMANN (1989)**, plus tard définira le tourisme comme « l'expression de la mobilité humaine et sociale fondée sur un excédent budgétaire susceptible d'être consacré au temps libre passé à l'extérieur de sa résidence principale ».

L'OMT⁴ (1993) définit le tourisme comme « l'ensemble des relations et phénomènes générés par le voyage et le séjour des personnes, en dehors de leurs domiciles, dans la mesure où ce séjour ne constitue pas une résidence permanente, qu'ils ne proviennent pas d'une activité professionnelle ».

D'après l'académie international de tourisme cité par **Pierre George (1997)**, le mot « tourisme » s'applique au voyage d'agrément à l'ensemble des activités humaines mises en œuvre pour réaliser un tel voyage, et à l'industrie qui coopère à la satisfaction des besoins des touristes. En général, le tourisme nécessite un déplacement plus ou moins lointain, un changement temporaire d'habitat et généralement un changement d'habitude. Cette activité se caractérise aussi par l'alternance repos-divertissement ou relaxation-découverte, très souvent après une longue période de travail. De plus, un certain degré d'aménagement dans les « lieux de vie temporaire » doit pouvoir mettre les visiteurs à l'aise : un décor nouveau est imposé par la seule présence du touriste.

Pour le **MINTOUR (2000)**, le tourisme se définit comme l'ensemble des activités déployés par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel, pendant une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisir, pour des affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité.

Dans le cadre de notre étude, le tourisme est l'ensemble des activités humaines qui sont mises en œuvre pour réaliser un voyage d'agrément dans le but de découvrir, s'informer, se détendre.

❖ **Développement local :**

Le développement local fait aujourd'hui l'objet de multiples discours dans le monde. Des organisations sociales, des opérateurs économiques, des institutions publiques décentralisées y font régulièrement référence. Il n'est plus un programme d'actions initié par des collectivités territoriales qui ne le mentionne, notamment dans sa dimension économique.

Ainsi, de l'idée de **VACHON Bernard et Francine Coallier (1993)** on retiendra que le développement local est une démarche complémentaire qui naît de la prise de conscience de l'inefficacité des politiques traditionnelles pour redresser la situation des territoires en

⁴ Organisation Mondiale du tourisme

difficulté. Cette démarche est en fait une réponse de solidarité contre une agression violente qui, si elle n'est pas enrayée, mènera tout droit à l'exclusion.

Bernard HUSSON (2001)⁵ plus tard définit le développement local comme un processus qui permet de faire mûrir des priorités, de choisir des actions à partir de savoirs et propositions des groupes de population habitant un territoire donné et de mettre en œuvre les ressources disponibles pour satisfaire à ces dites propositions. Il pense que le développement local incite à privilégier les acteurs plus que les infrastructures, les réseaux plus que les institutions établies, pour donner aux hommes, et aux groupes directement intéressés une fonction de décision sur les actions qu'ils mènent.

Souleymane DIALLO (2006) déclare que le concept de développement local naît à partir d'une prise de conscience que les politiques d'aménagement du territoire mis en œuvre pour corriger les grands déséquilibres géographiques et socio-économiques ne pouvaient s'appuyer que sur une mobilisation des volontés.

En économie, le développement territorial ou développement local résulte de la valorisation des ressources propres à un territoire donné que les populations s'approprient. Le patrimoine est une des ressources potentielles du territoire. La valorisation de ce patrimoine peut donc devenir un facteur de développement endogène. Si nous approuvons les mécanismes liés à l'appropriation du patrimoine par la population locale comme élément déterminant dans une valorisation réussie, les bénéfices ne se limitent selon nous pas uniquement au développement économique.

Ainsi, notre définition du développement local s'enrichit d'un aspect cognitif et éducatif fort, indispensable aux processus d'appropriation du patrimoine d'une part, mais aussi à la connaissance du passé permettant l'élévation intellectuelle de la population locale. Nous pourrions résumer notre vision du développement local en ces termes : il s'agit d'un processus participatif endogène émanant d'un certain nombre d'acteurs locaux, pouvant également inclure des acteurs extérieurs au territoire mais qui manifestent un certain attachement au territoire donné, visant à élaborer un projet commun pour valoriser leur espace de vie dans une approche partagée via la mise en œuvre d'actions à connotation collective. Notre problématique patrimoniale est donc en lien direct avec le développement local dans sa dimension participative, territoriale, cognitive et économique grâce au tourisme. Elle s'enrichit d'une approche cognitive, à dimension éducative qui permet au territoire d'apprendre et à sa population de s'ouvrir sur l'extérieur grâce à un patrimoine appréhendé comme outil de dialogue interculturel.

❖ Culture et patrimoine culturel

Comme toute société, la société camerounaise est soucieuse de son devenir. Il va sans dire qu'aucune société n'est viable, saine, stable, pacifique et capable de faire face à tous les défis d'origine interne et externe, tant que l'être humain n'y peut assurer avec plénitude, sa condition originelle d'être culturel. La culture comprise comme la connaissance de soi, est en effet un impératif à tout processus de progrès. Elle s'oppose radicalement à la nature ; la nature de manière générale, est tout ce qui n'a pas été réalisé par l'homme, alors que la culture est un phénomène social, qui, depuis le passé et le présent, tend vers l'avenir.

⁵ Revue Agri doc n1 de juillet 2001

Depuis quelques années, la notion de patrimoine, essentiellement définie sur les bases d'une Conception occidentale de la transmission, a été largement affectée par la mondialisation des idées, ce dont témoigne le principe relativement récent de patrimoine immatériel.

Aux termes de la Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles (UNESCO, 1982), « le patrimoine culturel d'un peuple s'étend aux œuvres de ses artistes, de ses architectes, de ses musiciens, de ses écrivains, de ses savants, aussi bien qu'aux créations anonymes, surgies de l'âme populaire, et à l'ensemble des valeurs qui donnent un sens à la vie. Il comprend les œuvres matérielles et non matérielles qui expriment la créativité de ce peuple : langue, rites, croyances, lieux et monuments historiques, littérature, œuvres d'art, archives et bibliothèques ». Il résulte de cette déclaration que le patrimoine culturel regroupe des aspects, à la fois matériels et immatériels, qu'il convient de mettre en valeur. Cette notion, originaire des pays asiatiques (et notamment du Japon et de la Corée), se fonde sur l'idée que la transmission, pour être effective, repose essentiellement sur l'intervention humaine, d'où l'idée de trésor humain vivant, « Une personne passée maître dans la pratique de musiques, de danses, de jeux, de manifestations théâtrales et de rites ayant une valeur artistique et historique exceptionnelle dans son pays, tels que définis dans la recommandation sur la sauvegarde de la culture traditionnelle et populaire ».

Cette notion de « culture » peut être aussi employée avec le patrimoine. On parle de patrimoine culturel. Selon André **DESVALLEES** (1985), « le patrimoine est l'ensemble de tous les biens naturels ou culturels créés par l'homme sans limite de temps ou de lieu. C'est l'ensemble des biens culturels hérités des ascendants que nous avons le droit d'utiliser mais aussi le devoir de conserver et de transmettre aux générations futures ».

Dans le cas précis du Cameroun, Kontchou Kouomegni (1991), affirmait : déjà que « (...) Au moment où le Cameroun entre dans la phase palpitante et décisive de son histoire dominée par la résonance de l'agréable appel au destin (...). Il eut été incompréhensible et impardonnable que le débat sur la culture, sur notre culture fut négligé ou oublié (...) ». Selon Michel KAM (1999), la culture porte l'empreinte de l'homme et est l'ensemble des productions intellectuelles et artistiques d'une société donnée à un moment donné de l'histoire.

Il ressort donc que le concept de culture est une notion polysémique qui charrie plusieurs définitions et acceptions. Celles de l'UNESCO et du Manifeste Culturel Panafricain sont retenues ici. Ainsi, selon l'UNESCO, « la culture est l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe outre les arts et les lettres, les modes de vies, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes des valeurs, les traditions et les croyances » (Mondialcult, juillet 1982). Le Manifeste Culturel Panafricain quant à lui, affirme que « la culture est la somme des expériences et des expressions concrètes liées à l'histoire des peuples » (1969).

Dans le cadre de notre travail, le patrimoine culturel peut être entendu comme l'ensemble des biens matériels et immatériels que possède un individu ou groupe d'individu qui devront le préserver pour les mettre à disposition des générations futures.

II.2. Cadre théorique

De nos lectures, nous avons retenu quelques grilles d'analyse qui pourront aider à mieux illustrer notre sujet et à rendre sa compréhension plus aisée.

II.2.1. La théorie freudienne de la motivation

La théorie freudienne soutient que les besoins de l'être humain sont largement inconscients. Selon Freud, l'individu réprime de nombreux désirs lors de son développement et de son acceptation progressive de la vie en société. Ces désirs ne sont pas totalement éliminés ni parfaitement maîtrisés et réapparaissent dans les rêves et les obsessions. Le comportement individuel n'est, par conséquent, jamais simple et peut correspondre à la mise en jeu de facteurs plus ou moins profonds (Valette-Florence, 1994).

Lorsqu'un client regarde l'affiche d'une exposition, il n'est pas seulement sensible aux contenus principaux de l'exposition tels que les artistes et les œuvres, mais réagit mentalement à d'autres caractéristiques. Le design de l'affiche et l'impression sur le musée qui l'organise sont autant d'éléments susceptibles de déclencher des émotions. Aussi le responsable marketing doit-il, lors de la conception de l'exposition, étudier la capacité des éléments visuels et tactiles à provoquer des sentiments susceptibles de stimuler l'achat. Des recherches plus récentes montrent que chaque produit est capable d'éveiller une configuration spécifique de motivation. Par exemple, le whisky peut évoquer la relaxation, le prestige ou la détente. Les marques mettent alors l'accent sur l'un ou l'autre de ces aspects, adoptant ainsi un « positionnement motivationnel » (Callebaut et al, 2000).

Dans le cadre de ce travail, cette théorie nous permettra d'identifier et d'analyser la fiabilité des campagnes mises en place par les musées pour attirer un maximum de clients. Elle permet ainsi de comprendre les réelles motivations des différents visiteurs à l'endroit des musées de la ville de Yaoundé.

II.2.2. La théorie de Maslow

La théorie de Maslow est fondée sur trois hypothèses : 1) un individu éprouve de nombreux besoins qui n'ont pas tous la même importance et peuvent donc être hiérarchisés ; 2) il cherche d'abord à satisfaire le besoin qui lui semble le plus important ; 3) un besoin cesse d'exister, au moins pendant quelques temps, lorsqu'il a été satisfait et l'individu cherche alors à satisfaire le second besoin le plus important. Maslow a distingué 5 types différents de besoins : besoins physiologiques, besoins de sécurité, besoins d'appartenance et d'affection, besoins d'estime et besoins d'accomplissement de soi.

Pour Maslow, les quatre premiers besoins sont poussés par le déficit. Les gens doivent tout d'abord être capables de satisfaire le besoin physiologique comme la nourriture, le sommeil et l'expression sexuelle ; autrement ils ne pourront pas se déplacer à des niveaux plus élevés du besoin. Après, ils doivent satisfaire le besoin de la sûreté et de la sécurité, qui inclue la sécurité physique et un bien-être psychologique. Le besoin social – l'appartenance et l'amour – doit alors être satisfait. Les gens chercheront également la satisfaction des besoins d'estime. Si un individu réussit à gratifier ces quatre besoins poussés par le déficit, il peut réduire la puissance de l'instinct qui se trouve derrière ces besoins et, de ce fait, satisfaire les énergies psychiques en gratifiant les besoins croissants. Les musées peuvent satisfaire ces besoins par une multitude de moyens créateurs. Par exemple, les besoins sociaux sont

satisfaits quand un musée organise un jour spécial pour les personnes âgées une fois par mois. Les besoins d'estime sont satisfaits quand les organisations culturelles identifient leurs donateurs sur les plaques et dans les listes de programme.

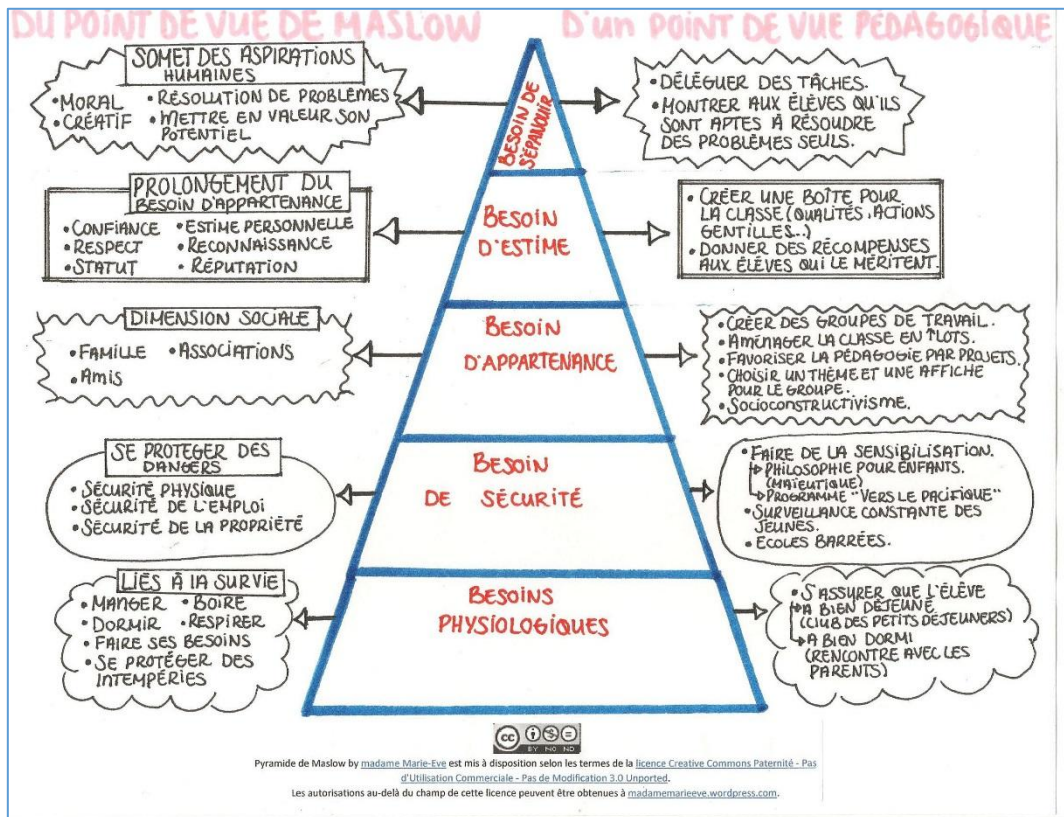


Figure 2: La pyramide des besoins de Maslow.

Maslow considère l'étape de l'actualisation de l'individu comme un niveau de maturité. C'est-à-dire, dans ce niveau, il n'est pas nécessaire de souffrir de la crainte psychologique fondamentale et de s'efforcer soit d'obtenir quelques choses pour survivre, soit d'attirer les attentions des autres personnes. C'est une étape de la vie caractérisée par un niveau élevé de bien-être, de l'amour de soi et des perspectives positives sur la vie. Selon Maslow, la personne au niveau de l'actualisation de l'individu est une cible importante pour les organisations culturelles.

Cette théorie nous permet en effet de comprendre que l'activité muséale se situe au cinquième niveau de la pyramide de Maslow. C'est en fait une activité propre à une catégorie de personne, ceux-là qui ont passé les quatre autres niveaux et qui ont pour objectif principal la recherche de l'épanouissement s'agit des adultes, et des enfants pour qui le plus important est l'épanouissement.

II.2.3. La théorie d'Herzberg

Frederick Herzberg a développé la théorie des « deux facteurs » qui distingue les éléments de satisfaction et les éléments de mécontentement (Assael, 1992). Par exemple, le manque de stationnement tout près d'un musée peut être un facteur de mécontentement, au cas où les spectateurs ou les visiteurs accompagneraient les vieillards par mauvais temps. Si un musée

n'offre pas des privilèges d'échange de billet, cette politique peut être un facteur de mécontentement pour les visiteurs qui veulent acheter à l'avance les billets par internet. Le responsable marketing doit prévoir les facteurs de mécontentement et les pallier. En même temps, en faisant appel aux facteurs de satisfaction, il doit stimuler réellement les ventes.

La théorie des deux facteurs nous permet dans le cadre de cette étude de comprendre les différentes politiques mises en place par les promoteurs de musées pour attirer les visiteurs. Ainsi, se basant sur ladite théorie, pour évaluer le niveau de satisfaction des visiteurs de musées, il est important de prendre en compte non seulement les éléments plaisant mais aussi ceux qui déplaisent.

II. 3. CADRE OPERATOIRE

Il s'agit ici de définir un cadre indicatif de ce qui constitue la substance sémantique de notre étude. Le cadre opératoire représente l'ordonnement ou l'agencement des variables et des indicateurs à construire dans le cadre de notre travail.

II-3-1. Variable indépendante : les musées de Yaoundé

Dans le cadre de ce travail, la variable indépendante fait référence à la réalité liée à l'activité muséale. Le musée d'aujourd'hui mène des recherches sur le visiteur pour plusieurs raisons. A travers cette enquête, le musée se consacre à recueillir des informations sociodémographiques sur le visiteur telles que le sexe, l'âge, le niveau d'éducation, la classe sociale, le taux d'alphabétisation, l'emploi, le niveau de revenu, le pouvoir d'achat, le lieu de résidence, le moyen de transport, la nationalité, la langue maternelle, la race, la période et les horaires de visite, l'expérience de visite au musée, l'intérêt et les activités de loisir, etc. Le musée essaie par la suite de stéréotyper des profils des visiteurs, tout en analysant des données collectées. L'utilisation de ce résultat permet de bien préparer et d'organiser les prochains programmes ou prochaines expositions. Par ailleurs, il convient de signaler que l'activité muséale peut être évaluée dans la ville de Yaoundé à partir des variables telles que les missions de l'entreprise, les produits et services proposés aux visiteurs, et même l'accessibilité de ces institutions.

Ainsi donc, dans le cadre de ce travail, les indicateurs tels que la variété d'activités, la fréquence de ces activités, et même l'instruction du public permettront de mesurer la dimension sociale des musées. La dimension économique sera évaluée à partir des gains, dépenses et pertes enregistrés dans ces musées. la dimension culturelle pourra dans le cadre de ce travail être mesurée à partir de la diversité et le représentativité culturelle des produits. Pour ce qui est de la dimension administrative, nous prendront en compte des indicateurs comme les politiques de gestion, les politiques d'attraction et même les types acteurs impliqués dans la gestion de ces musées.

Tableau 1: Dimensions et indicateurs des musées de Yaoundé

VARIABLES	DIMENSIONS	INDICATEURS
Musées	Sociale	Variété d'activités, Fréquence des activités, Instruction du public.
	Economique	Gains, dépenses, prix d'accès.
	Culturelle	Valorisation du patrimoine culturel, diversité des produits, représentativité culturelle, nature des produits.
	Administrative	Politiques de gestion, politiques d'attraction, types d'acteurs.

II-3-2. Variable dépendante : impact sur le développement du tourisme

La variable indépendante ici renvoie à la promotion du tourisme. Pour caractériser les apports du musée sur le tourisme local, une entrée classique consiste à interroger directement les visiteurs du site. Cela permet notamment de déterminer les publics de visiteurs et leur plus-value pour le territoire. B. Frey et S. Meier (2003) expliquent notamment comment les musées ont un effet sur le commerce local par l'intermédiaire de l'attractivité touristique : *“Museums produce monetary values for other economic actors. They create additional jobs and commercial revenue, particularly in the tourist and restaurant business.”*

Mais pour comprendre les effets territoriaux de l'ouverture d'un grand musée, il existe une seconde entrée qui propose de questionner ces effets à partir du point de vue de l'offre commerciale et touristique (non pas à une échelle macroéconomique, qui aurait tendance à lisser les résultats régionaux et à être trop approximative « *en raison de la transectorialisation du tourisme et des carences statistiques qui en résultent* » (Cazes, Potier, 1996)) mais plutôt à celle des établissements mêmes, localisés au plus près des musées.

Les musées doivent percevoir la relation entre le visiteur et eux-mêmes comme celle d'un prestataire et d'un consommateur. Il est nécessaire de mener tout de suite des recherches systématiques et scientifiques sur les visiteurs afin de développer de nouveaux produits compétitifs dans le marché, pour fournir aux visiteurs des services de qualité et satisfaire leurs besoins et leurs demandes du visiteur. Le point de départ du marketing doit être donc basé sur le besoin et la demande du visiteur, sinon il ne pourra plus exister à l'avenir.

En gros, des indicateurs comme le nombre de visiteurs, l'évolution des profils des visiteurs, ainsi que le niveau de satisfaction des visiteurs nous sera utile pour évaluer la dimension sociale de l'activité muséale comme facteur de promotion du tourisme. D'un autre côté, les indicateurs liés à la gratification, au niveau d'émotion et même les possibilités de revisite aideront dans l'évaluation de la dimension psychologique de l'activité muséale comme facteur de promotion du tourisme au Cameroun. La dimension infrastructurelle quant à elle sera mesurée à partir des indicateurs comme les équipements mis en place, les services proposés, et même les services supplémentaires proposés par les musées.

Tableau 2: Dimensions et indicateurs de l'impact sur le développement du tourisme

VARIABLES	DIMENSIONS	INDICATEURS
Facteur de promotion du tourisme	Social	Nombre de visiteurs, Typologie des profils, (sexe, âge, éducation, profession, revenu, nombre d'enfants), niveau de satisfaction, évolution de la demande.
	Psychologique	Gratification, niveau d'émotion, niveau d'implication, possibilité de revisite, recommandation bouche à oreille positif, abonnement.
	Economique	Revenus, gains, pertes, chiffre d'affaire.
	Infrastructurelle	Équipements, services des employés, exposition, ambiance, accessibilité, événements supplémentaires.

II.4. CADRE METHODOLOGIQUE

Dans cette partie, nous allons présenter de façon explicite, la méthode que nous avons utilisée pour mener à bien ce travail de recherche. Il s'agit d'expliquer comment nous avons procédé pour la collecte des données, pour le choix de l'échantillon. Ensuite nous allons présenter la méthode utilisée pour le traitement des données et les difficultés auxquelles nous avons été confrontés dans l'élaboration de ce travail.

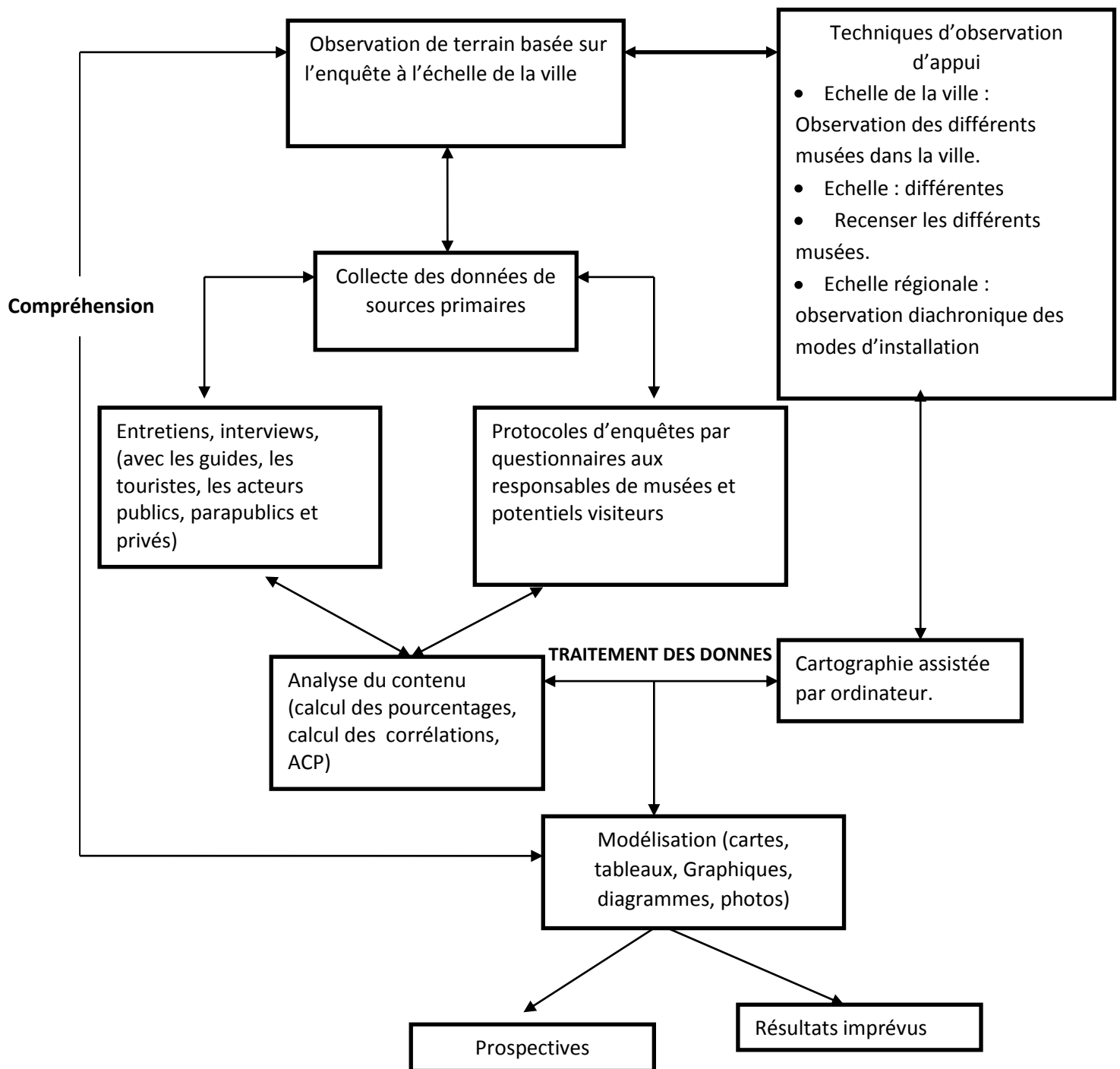


Figure 3: Méthodologie de travail

II.4.1. La collecte des données

Elle comprend les données secondaires et les données primaires

II.4.1.1. Les données secondaires

La collecte des données secondaires concernant notre étude a consisté en l'exploitation des travaux de plusieurs auteurs et ouvrages scientifiques portant sur la question du tourisme culturel en général et des musées en particulier. Ces données secondaires sont tirées des

ouvrages, les rapports d'activités ou de séminaires, les mémoires, etc. Nous avons distingué dans le cadre de cette étude, deux catégories de données secondaires :

❖ **L'exploitation des documents écrits**

Cette recherche s'est faite dans divers centres de documentation et de recherche de plusieurs institutions publiques et privées. Elle débute en mars 2015 par la recherche des documents utiles à l'élaboration de la revue de la littérature et de la problématique de recherche. Parallèlement aux observations de terrain, nous avons consulté les travaux de nos prédécesseurs, traitant sur des questions semblables. Nous avons consulté des ouvrages relatifs aux questions de tourisme, de musée. Nous avons poursuivi nos investigations dans des institutions publiques et privées, afin de compléter les données déjà collectées. Pour cela, nous nous sommes rendus au centre de documentation de l'Ecole Normale Supérieure de Yaoundé (ENS), la bibliothèque centrale de l'Université de Yaoundé I, la bibliothèque du département de Géographie de la FALSH et celle du département du tourisme, où nous avons consulté des ouvrages et des mémoires relatifs à notre thème. Au centre de documentation et de recherche du MINRESI, nous avons consulté des ouvrages et revues scientifiques traitant de la protection et gestion du patrimoine culturel du Cameroun et la mise en valeur des sites archéologiques.

En plus des centres de documentation publics, nous avons aussi consulté des travaux dans des institutions privées, et chez des particuliers. Nous nous sommes aussi rapprochés de certains chercheurs avec qui nous nous sommes entretenus sur les questions de musées. Nous avons également consulté des sites internet à travers plusieurs moteurs de recherche tels que Google, où nous avons pu avoir une documentation complémentaire.

A partir de ces différentes sources, nous avons pu nous faire une idée de l'état des travaux qui ont été faits sur la question du tourisme et des musées au Cameroun et dans le monde entier. Cela nous a permis d'orienter au mieux notre travail. Les informations recueillies nous ont permis d'élaborer le contexte scientifique, le cadre conceptuel et théorique de cette étude.

❖ **Les documents iconographiques**

Les documents iconographiques que nous avons utilisés sont des images, cartes, qui sont des outils privilégiés du géographe. Nous avons pour notre travail, utilisé la carte de la ville de Yaoundé obtenue à la communauté urbaine de Yaoundé (CUY) pour localiser les différents musées de notre étude. Nous avons également procédé lorsque possible à la prise de vue des différents établissements de musée.

II.4.1.2. Collecte des données primaires

La population ciblée par l'enquête est l'ensemble des visiteurs des musées de la ville de Yaoundé. La collecte des données primaires nous a permis de répondre aux différentes questions de recherche.

II.4.1.2.1. Choix des musées cibles

La ville de Yaoundé compte au total 5 musées (ouverts) dont un musée public et 4 musées privés. Pour des raisons d'objectivité et de représentativité des données, nous avons préféré travailler sur les 5 musées ; il s'agit du musée national, le musée les bénédictins, le

musée la blackitude, la fondation Salomon Tandeng Muna et le musée ethnographique et d'histoire des peuples de la forêt d'Afrique centrale.

II.4.1.2.2. Caractéristiques de l'enquête

Notre enquête a pour cible les visiteurs des musées de la ville de Yaoundé. Les données sont collectées au travers de questionnaires d'enquête auprès des visiteurs des différents musées, des entretiens avec les promoteurs de musées et des observations directes sur le terrain.

II.4.1.2.3. Population cible

La population cible de cette étude est celle qui a servi de repère pour notre étude. Dans le cadre de notre étude, la population cible est constituée des visiteurs des cinq musées étudiés et les promoteurs de ces musées pendant la période de novembre 2015 à février 2016. En effet, la période allant de Novembre à février correspond à la période d'affluence dans ces musées. L'essentiel de l'enquête a été menée auprès de cette cible, par le biais des questionnaires prévus à cet effet.

II.4.1.4. Nature des données collectées

Les données recueillies à l'aide d'enquêtes de terrain sont de nature qualitative et quantitative pour les musées. L'analyse de ces données nous a permis de mesurer nos indicateurs. Aussi, les informations tirées de leur analyse nous ont fait comprendre les politiques de gestion des musées dans la ville de Yaoundé.

II.4.1.2.5. Enquête par questionnaire

Dans le but d'atteindre l'objectif général de cette étude, nous avons élaboré un questionnaire au travers duquel nous avons recueilli des informations auprès des visiteurs de ces musées. Les informations collectées par le biais du questionnaire nous ont permis d'étudier le manque d'intérêt des uns et des autres pour les différents musées, et d'analyser les logiques qui sous-tendent la gestion de ces musées à Yaoundé. Aussi, elles nous ont permis de faire la typologie des acteurs impliqués dans les activités muséales, et d'examiner les problèmes rencontrés par les responsables de ces musées dans la pratique de cette activité.

II.4.1.2.6. Les interviews et entretiens

Pour recueillir d'amples informations sur ce sujet, nous avons mené des entretiens auprès des structures susceptibles de nous renseigner sur certains aspects de notre recherche.

Ainsi, nous nous sommes entretenus avec plusieurs structures qui sont également des acteurs des activités muséales dans la ville de Yaoundé. Les entretiens avec ces diverses personnalités ont porté précisément sur les logiques des autorités dans la création des musées à Yaoundé. Ainsi, nous avons interviewé le directeur du patrimoine du Ministère des Arts et de la Culture, le sous-directeur du patrimoine matériel du Ministère de la Culture, les gestionnaires des cinq musées. Toutes ces personnalités nous ont été d'un apport bénéfique dans l'amélioration de nos connaissances dans le secteur des musées.

II.4.1.2.7. Echantillonnage et taille de l'échantillon

Notre étude portant sur les musées à Yaoundé comme facteur de promotion touristique, elle concerne essentiellement les visiteurs nationaux et internationaux des musées de la ville de Yaoundé. La méthode de détermination de l'échantillon est l'échantillonnage aléatoire direct qui a consisté à effectuer parmi les visiteurs, un tirage aléatoire sans retour, un nombre

Précis de visiteurs, sans distinction de sexe ni d'âge.

Compte tenu du fait que notre terrain d'étude est composé de cinq musées, nous avons défini un échantillon de visiteurs par musée. L'ensemble de ces échantillons forme l'échantillon total de l'étude. Cet échantillon a été déterminé par des calculs basés sur les effectifs totaux des visiteurs de ces musées sur une période moyenne d'un an.

En effet, les données collectées auprès des responsables de ces musées ont relevé que les activités muséales connaissent une grande affluence au cours de la période allant de Novembre à Février avec des visiteurs pouvant osciller entre 10 et 150.

Ainsi pour des raisons de fiabilité, nous avons opté de prélever 1/3 des visiteurs enregistrés dans chaque musée pour constituer notre échantillon. Cela a permis de dresser le tableau suivant :

Tableau 3: répartition des visiteurs selon les musées enquêtés entre Novembre 2015 et Février 2016

Musées	Nombre moyen de visiteurs/an	Nombre de questionnaires placés	Nombre de fiches récupérés	% de récupération
Musée nationale	150	50	31	62%
Musée la Blackitude	100	34	29	85.3%
Fondation Salomon Tandem Muna	62	21	20	95.23%
Musée les Bénédictins	70	22	15	68.2%
Musée ethnographique et d'histoire des peuples de la forêt d'Afrique Centrale	120	40	12	30%
Total	432	167	107	64.1%

Source : Enquêtes de terrain, 2015

Ces visiteurs approchés sont repartis dans les musées de la ville de Yaoundé tel que présenté dans le tableau ci-après :

Tableau 4: Répartition des visiteurs en fonction des musées visités entre Novembre 2015 et Février 2016

Nationalité des enquêtés	Musée ethnographique	Musée la blackitude	Musée les bénédictins	Musée nationale	Tandem muna	Total général
Belgique	0	2	3	5	0	10
Benin	1	4	0	1	0	6
Burkina	2	2	0	0	2	6
Cameroun	3	8	3	11	6	31
Centrafrique	1	2	0	0	1	4
Congo	0	0	1	0	1	2
Corée	1	0	0	0	1	2
France	2	8	3	13	5	31
Gabon	2	2	0	0	2	6
Russie	0	0	0	1	0	1
Suisse	0	1	5	0	0	6
USA	0	0	0	0	2	2
Total général	12	29	15	31	20	107

Source : Enquêtes de terrain, 2015

II.4.2. Traitement des données

Après avoir présenté la méthode de collecte des données, il est impératif de présenter le procédé utilisé pour leur traitement. Les informations recueillies ont subi deux types de traitement :

➤ **Traitement iconographique**

Il s'agit du traitement des cartes et photos. Il a été effectué avec l'outil informatique, par le biais des logiciels tels que : adobe Illustrator, Arc-GIS, MAP INFO qui nous ont permis de réaliser les cartes. Ainsi grâce à ces différents outils que nous offre l'évolution technologique actuelle, nous avons pu mener à bien les phases de codification, de dépouillement, d'analyse et de traitement des données.

➤ **Traitement statistique**

Ce traitement a consisté à générer à partir des données collectées sur le terrain des tableaux et des graphiques nécessaires pour mieux expliquer les phénomènes étudiés.

II.4.3. Difficultés rencontrées

Tout au long de notre étude, nous avons fait face à plusieurs difficultés, et ce à chaque étape du travail. Les problèmes majeurs auxquels nous avons été confrontés dans la réalisation de cette étude sont :

➤ **Les difficultés liées à la documentation**

La première difficulté a été celle de définir un sujet pertinent qui s'inscrit dans le thème central de recherche de cette 55e promotion, à savoir « Tourisme et développement ». Dans l'élaboration du contexte scientifique de cette étude, nous avons eu du mal à trouver des ouvrages ou des publications portant sur les musées, la majorité portait sur le tourisme en général.

On note également les tracasseries rencontrées dans plusieurs structures, à cause des longues procédures avant l'obtention de l'information. Notamment au ministère de la culture, il faut avant tout adresser une demande d'autorisation de recherche au ministre de la culture, déposé au service du courrier, attendre l'autorisation qui peut prendre 1 à 2 semaines, avant d'accéder aux informations. Il en est de même au ministère du tourisme.

Dans les musées étudiés, nous avons eu d'énormes difficultés à avoir les données car certains responsables ont été très désagréables. C'est le cas par exemple au musée les bénédictins ou après plusieurs descentes, nous n'avons eu aucune donnée quantitative importante, C'est pourquoi, pour ce musée, nous avons seulement les données qualitatives que nous avons pu avoir par plusieurs ruses.

➤ **Difficultés liées à l'administration du questionnaire**

On note la non disponibilité de données statistiques régulières sur les visiteurs des différents musées de la ville de Yaoundé. Ainsi l'administration des questionnaires d'enquête auprès des visiteurs n'a pas été du tout aisée, vu le temps limité que ceux-ci nous accordaient. Plusieurs visiteurs se sont montrés non disposés à répondre à nos questions, car toujours au pas de course.

En somme, au-delà de la méthodologie, notre recherche s'est faite suivant un calendrier précis ou chronogramme de travail. Il s'étale sur une période de 14 mois allant du mois de mai 2015 au mois de juin 2016 et comprenant toutes les étapes de la recherche, de la définition du sujet à la soutenance publique du mémoire.

**DEUXIEME PARTIE : L'ACTIVITE
MUSEALE A YAOUNDE**

CHAPITRE III : LES FACTEURS D'IMPLANTATION DES MUSEES DE YAOUNDE

III.1. PRESENTATION DES MUSEES DE YAOUNDE

III.1.1 Le musée national

Il est situé en plein centre-ville de Yaoundé, non loin du palais de justice et présente la façade ci-dessous.



Cliché Makou, 2015

Photo 1: façade principale du musée national

Le musée est bâti sur une superficie de 5000m² et symbolise la régénération et la renaissance de la culture camerounaise. En 1988, le musée national du Cameroun voit le jour. Des statuette sont placées dès l'entrée pour assurer un accueil très chaleureux aux éventuels visiteurs. En avant plan de la photo 1, on observe une statuette masculine posée sur une sorte d'estrade et tenant un outil dans la main. En arrière-plan, plusieurs autres statuette y sont posées, ainsi que d'autres objets d'arts, ceci pour présenter quelques catégories d'objets qui sont exposé dans cette institution. Cependant, la couleur blanche du bâtiment symbolise la pureté de la culture et du patrimoine Camerounais.

Le musée national du Cameroun hérite d'un passé marqué par une série de projets qui ont sous-tendu sa configuration actuelle. L'histoire de l'ancien palais présidentiel ne

corrobore pas pleinement le statut de l'institution. Leurs collections sont bien plus anciennes que le musée actuel. C'est la volonté de présenter le riche patrimoine culturel du Cameroun qui a entraîné la création du MUSCA. Depuis les années 1972, l'institution occupait une bâtisse qui a autre fois servi de résidence aux administrateurs allemands, située entre les deux bâtiments du ministère des finances. Elle comprenait : un service d'entretien, d'accueil des sites et monuments et service de recensement du patrimoine. Le musée dépendait du ministère de l'information et de la culture, de la direction des affaires culturelles et du service de la conservation de la culture. C'est au cours des années 1973 que se constituent ses premières collections, au moment où l'institution était dirigée par Bernard-Patrick AYUK, chef de service de la conservation et du professeur Joseph-Marie ESSOMBA, son adjoint. Bien avant cette date, il existait déjà quelques objets ethnographiques constitués pour la plus part des pièces saisies par les administrateurs coloniaux.

L'année 1963 est marquée par l'initiation d'une série de lois organisant la protection du patrimoine culturel. Elle a connu des amendements en 1991, avec cette fois-ci l'implication du patrimoine naturel dans la liste des biens à promouvoir et à protéger. Le XXème siècle est également marqué par les grands travaux urbanistiques pour moderniser la ville de Yaoundé. C'est dans cette optique que fut promulgué le décret présidentiel N° 73/18 du 17/01/1973, relatif aux travaux de construction d'un musée national sur un terrain de trente-huit hectares sis à Yaoundé.

En 1982, Paul BIYA accède à la magistrature suprême. Ce changement de pouvoir provoque un bouleversement des projets en cours à cette période. C'est ainsi qu'au cours de l'année 1988, l'ancien palais présidentiel est transformé en musée national du Cameroun, à la suite d'une correspondance adressée par le chef de l'Etat au ministère de l'information et de la culture. Le ministre Augustin KONTCHOU KOUOMENI est chargé d'étudier les possibilités d'aménagement de l'ancien palais présidentiel suivant son aspect technique et financier.

Le musée national a été inauguré le 16 janvier 2015. Il dispose de nombreuses collections (masques traditionnels, instruments de musique, catalogues photographiques), et œuvres contemporaines et emblèmes, il comporte une trentaine de salles équipées :

- De symboles culturels du Cameroun : des masques traditionnels, des instruments de musique : mvet, castagnattes, sanza, cloches, ..., d'habitats traditionnels,
- De Polyptyque (toile géante réalisée par une dizaine d'artistes africains, offert au Cameroun en juin 2014 par l'arrière-petite-fille de Pierre Savorgnan de Brazza, l'italienne Idana Pucci
- D'emblèmes (armoiries, drapeau national avec hymne en versions littéraire et musicale)
- De catalogues photographiques des 50 dernières années du Cameroun (10 ans par salle avec un résumé des événements politiques, sociaux, économiques et diplomatiques ayant marqué cette période)
- De cartes présentant les différentes modifications de la superficie du Cameroun
- D'exemplaires de la constitution, des découvertes archéologiques
- De portraits des nationalistes, des sportifs, des musiciens ainsi que de tous ceux qui ont marqué l'histoire politique du Cameroun depuis son indépendance
- D'expositions de vêtements et costumes patrimoniaux des dix régions.

Le musée national du Cameroun est ouvert tous les jours de 10h à 18h sauf le lundi. Les formules tarifaires varient selon qu'on est camerounais ou expatrié, enfant ou adulte, seul ou en groupe. Ainsi, pour :

- Les élèves et étudiants, l'abonnement est de 15000 FCFA/an,
- Un adulte accompagné d'un enfant de moins de 5 ans débourse la somme de 5000 FCFA,
- Un adulte seul, 4000 FCFA,
- Les enfants de 5 à 10 ans, 2000 FCFA de même que les personnes à mobilité réduite ou déficients visuels et auditifs.
- Les étrangers (touristes ou résidents) : 10000 FCFA
- Les groupes de personnes scolaires : 10000 FCFA / personne
- Les groupes d'adultes : 30000 FCFA / 10 personnes.
- Quant aux groupes d'adultes étrangers, ils payeront la somme de 50000 FCFA pour 10 personnes.

III.1.2. Le musée la Blackitude

Le musée la Blackitude comme établissement artistique de grande envergure se trouve en plein cœur de la ville de Yaoundé, derrière le boulevard du 20 mai. C'est un musée ethnographique fondé et financé par **Sa Majesté Fô Nab Ngo I NANA Agnès SUNJIO**. Il est inauguré en 2008, et compte un peu plus de 2000 pièces issues de l'ensemble du Cameroun et même de certains pays africains.



Cliché Makou, Janvier 2016

Photo 2: façade du musée la Blackitude

La façade ci-dessus du musée la blackitude est en fait l'arrière du bâtiment, mais est utilisé par le musée comme entrée principale. En effet la façade avant est encombrée par

plusieurs établissements commerciaux qui font ombrager au musée. La couleur blanche du bâtiment marque ici la pureté de la culture qui est celle du Cameroun, tandis que la couleur rouge sur les lettres qui forment le nom du musée rappelle l'histoire de notre pays à savoir le sang versé par nos aïeux, ceux-là même qui ont constitué cette culture.

- **La situation géographique et aperçu historique**

La capitale politique du Cameroun compte plusieurs établissements à caractères culturels. Ceux-ci se répartissent assez inégalement dans la ville. Si les « foyers culturels » colonisent généralement les quartiers résidentiels, les institutions culturelles à vocation nationale ou internationale se loge à contrario au centre de la ville. Ainsi l'Institut Français, le Centre Culturel Camerounais, obéissent à la règle.

Ce musée est établi au boulevard du 20 Mai, juste derrière les tribunes de la place du défilé. La proximité de l'Institut Français, du Hilton hôtel, du centre administratif (les ministères), le boulevard du 20 Mai..., et le centre commercial aurait pu lui permettre de recevoir un nombre important de visiteurs aussi bien étrangers que nationaux.

- **La description muséographique**

Le musée la Blackitude est l'un des rares musées privées de Yaoundé qui dispose de suffisamment d'espace pour ses collections. En réalité, ce musée bénéficie d'une salle d'exposition permanente de 17,5x6 soit 105m² environ, trois pièces de 2m² chacune servant de réserves. Une autre salle de 3x3m se prête régulièrement à la restauration, aux expositions temporaires. La salle de conférences et d'exposition temporaire mesure environ 10x5m donc 50m². Les horaires de visite sont les suivants ; Mardi : 9h à 17h ; Mercredi : 9h à 17h ; Jeudi : 9h à 17h ; Vendredi : 9h à 17h et Samedi : 9h à 17h.

An regard de cet emploi de temps, le musée de la rue 1.143 propose ses objets au public tous jours sauf les dimanches et les lundis. La Blackitude reste ouverte 40 heures par semaine, soit 8 heures par jour d'ouverture. Ici, le visiteur a beaucoup plus de temps pour explorer les vraies choses de ce temple de la culture. La Blackitude apparaît donc comme l'un des musées les plus accessibles au public. Cependant, sur environ 2070 œuvres, la Blackitude expose en permanence 360 objets répartis dans plusieurs catégories (Statues, masques, récipients, pipes, instruments de musique, peintures, emblèmes et trésors royaux, éléments architecturaux, textile, objets cérémoniels et rituels, mobilier royal etc.), le reste gisant dans les réserves et dans la salle de restauration. Le musée a plusieurs objectifs notamment :

- Valoriser et faire connaître quelques collections constituant le patrimoine artistique et culturel du Cameroun et d'Afrique ;
- Soutenir le Ministère de la Culture dans ses actions de valorisation et de promotion de la culture camerounaise ;
- Accompagner le Musée national du Cameroun dans ses actions de sauvegarde, de préservation, de restauration et de diffusion des témoins matériels et immatériels de notre culture ;
- Contribuer à la lutte contre le pillage et le trafic illicite des biens culturels ;
- Mettre à la disposition des élèves et étudiants quelques supports matériels et une série d'informations pouvant les aider dans leurs travaux de recherches sur les Arts et culture du Cameroun et d'Afrique ;
- Créer un cadre d'animation et de promotion des activités socioculturelles ;
- Créer un cadre de promotion des activités éducatives ;

- Créer un cadre de délectation pour les touristes nationaux et étrangers ;
- Créer un cadre de prise en Charge et d'assistance aux désœuvrés et handicapés par l'apprentissage des métiers d'art et d'artisanat.

III.1.3 La Fondation Salomon Tandeng Muna

La FSTM est une organisation mise sur pied en 2008 par les enfants de Son Excellence Solomon Tandeng Muna et son illustre épouse Madame Elisabeth Muna dans le but de sauvegarder le patrimoine familial et promouvoir la culture Camerounaise et même Africaine.



Figure 4: Logo de la FSTM

L'image de la figure 4 est le logo de la Fondation Salomon Tandeng Muna, qui présente parfaitement la collaboration entre les enfants Muna pour monter cette structure familiale, et en arrière-plan de la figure, une carte de l'Afrique symbolisant la provenance (Africaine) des objets qui y sont exposés.

- **Situation géographique et aperçu historique**

Ce musée se trouve en pleine ville de Yaoundé. Non loin de l'ancien cinéma Abbia en venant de SHO, « la rue Narvick 1.045 » abrite les locaux de la FSTM, en face de l'ancien American Language Center. La FSTM est une institution culturelle qui entend perpétuer la mémoire de l'ancien homme politique Solomon Tandeng Muna. Cette fondation a été inaugurée le 26 Juin 2008 sous le haut patronage de S. E. Paul Biya, représenté par le Pr Jacques Fame Ndongu du MINESUP, de l'ambassadeur des Etas Unis Frances D. Cook, du Pr Pieter Eigen, du fondateur de Transparency International et du Dr Daniel Muna.

- **Description muséographique**

La FSTM se loge dans un édifice comportant un rez-de-chaussée plus deux étages. La façade principale est presque entièrement en vitre.



Cliché FSTM, 2015

Photo 3: Bustes des fondateurs de la Fondation à l'entrée

A l'intérieur, un grand hall fait office de salle d'attente et de lieu de travail des réceptionnistes. La même pièce donne accès à la salle d'exposition des objets d'art, au bar, au restaurant, et dans certains bureaux. Les bustes du couple Muna se dressent ostensiblement en face de l'entrée principale, indiquant les maîtres des lieux. Au sol est gravé le logo de la fondation pour rendre celle-ci plus authentique.

Les heures de visite au musée de la FSTM ne sont pas spécifiées. Elles correspondent aux heures d'ouverture de la fondation : de lundi à vendredi, de 8h à 17 h. En cas de manifestation, la fondation ferme ses portes. En gros, les visiteurs de la FSTM disposent de 9 heures par jour ouvrable pour découvrir les merveilles artistiques la fondation.

III.1.4 Le musée les bénédictins du Mont Fébé

Ce musée a le privilège d'être le premier musée privé de Yaoundé et celui qui est toujours resté ouvert depuis sa création dans les années 1970 par le père Luitfrid Marfurt, moine Suisse amoureux de l'art Camerounais.



Cliché Makou, 2015

Photo 4: Entrée du musée les Bénédictins

Dès l'entrée du musée, une statuette de la vierge Marie (A) accueil chaleureusement les visiteurs comme on l'observe sur cette photo 4. Cette image marque le caractère pieux de cette institution muséale.

- **Situation géographique et aperçu historique**

Le musée du beau reste presque le musée excentré de la ville. Il trône sur les flancs du mont Fébé à Yaoundé dans l'enceinte du monastère des bénédictins. Pour s'y rendre, à partir de la Cathédrale Notre Dame des Victoires de Yaoundé ou de l'hôtel Hilton, ... on propose environ 500f (cinq cent francs) au chauffeur de taxi. Celui-ci vous conduit par le palais des Congrès, le carrefour de la présidence, le parcours Vita et l'hôtel mont Fébé.

Une fois dans l'esplanade du monastère, un panneau vous donne les horaires d'ouverture du musée et ceux des messes.

En face de vous, l'entrée du monastère, elle donne directement à l'église. Le musée se trouve en face de la chapelle, au fond d'un espace vert serpenté d'allées bétonnées et plantées de fleurs et d'arbres fruitiers.

Le musée les bénédictins du mont Fébé doit son existence à la volonté et aux efforts d'un homme, le père Luitfrid Marfurt⁶. La communauté bénédictine à laquelle il appartient œuvre au Cameroun depuis 1932. La présence de ce musée au monastère prouve d'après son fondateur que la communauté bénédictine est attentive aux valeurs culturelles des Africains. Le petit musée est inauguré le 1^{er} janvier 1970 lors du dixième anniversaire de l'indépendance.

Pour un grand nombre personnes, le monastère du mont Fébé abrite un musée. Nous pensons quant à nous que ce monastère en lui-même constitue un musée. Plusieurs raisons

⁶ *Le père Luitfrid Marfurt naît le 11 décembre 1915 à Bâle en Suisse. Il reçoit l'ordination sacerdotale le 2 juillet 1939. Ce moine bénédictin arrive au Cameroun entre 1953 et 1954. L'intérêt du Suisse pour l'art Camerounais ne tarde pas à se manifester. Il est d'abord, ému par le style magnifique des Abbia. Ces jettons d'Abbia proviennent d'enveloppes très dures des noix d'adjab. Son commercial est le moabi alors que les scientifiques le désignent par Baillonella tixisperma*

soutiennent cette affirmation. La chapelle ressemble à une salle d'exposition dans laquelle les sièges, les crucifix, les instruments liturgiques et autres décorations se taillent esthétiquement dans des morceaux de bois délicatement modelés. L'originalité dans ce musée apparaît où on l'attend le moins. Elle peut même passer inaperçue si on n'est pas assez vigilant. En réalité, l'appel à la pause de midi et l'invitation au réfectoire se donnent par un roulement de tam-tam. Le même roulement de tam-tam annonce et met fin aux grandes divisions des journées du monastère. Cette sonnerie originale nous rappelle le joueur de tam-tam installé dans la tour de la résidence des Gouverneurs (actuel Musée National) de Yaoundé par les Français afin que celui-ci répercute le plus loin possible les heures de l'horloge.

- **Description muséographique**

Le musée du mont Fébé se subdivise en trois salles. La première salle, dont la porte donne la porte donne directement au musée expose des objets de petite tailles en bois, en bronze et en pierre. Ces expos se résument en saucières, pipes, fourneaux de pipe, cornes à boire, et des jetons d'abbia. Ces pierres se trouvent toutes dans des vitrines hermétiquement fermées et sécurisées par des serrures en bonne état. Quelques pots en terre cuite et tabourets en bois sculptés se dressent aux différents angles de la salle.

Au centre de la salle, se trouve une table. Celle-ci porte une sorte de catalogue du musée (version français- anglais) édité par Nancy W. Edelman, historienne d'art, critique et assesseur d'œuvres d'arts, épouse de Mark L. Edelman, ex-ambassadeur des Etats-Unis au Cameroun de 1987 à 1989. Les visiteurs y déposent aussi leurs sacs s'ils sont très surchargés. Une écritoire haute d'environ 1.30 m porte le livre d'or du musée sur lequel les visiteurs laissent leurs impressions après la visite. Ce pupitre se trouve à la gauche de l'entrée. Cette première salle mesure 6,83m de long et 5,07m de large soit une superficie de 34,6281m². Elle s'ouvre à sa gauche sur la galerie.

Cette galerie abrite des sculptures en bois plus ou moins de grande dimensions. On y retrouve deux lits, des masques (anthropomorphes et zoomorphes), des panneaux ajourés, des statues et des statuettes. Si les lits reposent à même le sol, les autres objets trônent soit sur des socles (hauts de 60 à 132cm), soit sur des murs par des supports métalliques. Ladite galerie de 14,42m sur 3,45m présente une particularité dans son architecture. Le musée est ouvert les dimanches, les jeudis et les samedis de 15 heures à 18 heures. Les autres jours soient les lundis, les mardis et les vendredis, les visiteurs ne se font que sur rendez-vous.

Ce planning, très hermétique, ne semble pas assez favorable aux visiteurs. De ce fait, le musée du beau s'illustre comme le musée le plus inaccessible de Yaoundé. En dehors des jours et heures ci-dessus indiqués, le visiteur peut prendre un rendez-vous pour explorer le musée. Les rendez-vous concernent généralement les visites des groupes : touristes, écoles, associations, etc. nous trouvons cette programmation insuffisante. Trois jours sur sept et 9 heures par semaine ne permettent certainement pas à tous les visiteurs de satisfaire leurs curiosités.

III.1.5 Le musée ethnographique et d'histoire des peuples de la forêt d'Afrique centrale

Le musée d'histoire des peuples de la forêt est un musée ethnographique fondé en 2011 par le Dr Fouda thérèse, originaire du Cameroun. En effet, elle est pharmacienne, diplômée d'Etat de l'université PAUL SABATIER de Toulouse en France en 1980 et promotrice du musée ethnographique et d'histoire des peuples de la forêt (Béti, Fang, Bulu) qu'on retrouve dans près de 6 pays en Afrique centrale à savoir : le Cameroun, Gabon, Congo, Guinée Equatoriale, Sao-tomé et Principe et l'Angola. Descendante des peuples de la forêt d'Afrique centrale, après de nombreux voyages de découverte de l'art étranger et du mode de

gestion du patrimoine culturel étranger, elle met sur pied son propre musée présenté ci-dessous pour mieux valoriser la culture Camerounaise à travers son riche patrimoine, mais surtout celle des peuples de la forêt dont elle est originaire.



Photo 5: Entrée principale du musée ethnographique

Il est marqué à l'entrée par l'image de la photo 5 ci-dessous qui indique l'arrivée au musée, sans oublier un ensemble de feuillage très verdâtre, symbole des peuples de la forêt d'Afrique centrale.

- **Aperçu historique et géographique du musée**

Nantie de son diplôme de fin d'études primaires, le futur Dr pose ses valises à Toulouse (France) où elle poursuit ses études secondaires et supérieures. Pour la petite histoire, elle ne reviendra au Cameroun qu'une seule fois. En France, elle n'est pas toute seule, car elle est avec sa grande sœur Solange FOUDA de regrettée mémoire à Paris à cette époque-là. Et c'est la petite sœur qui devait toujours se déplacer de Toulouse pour rejoindre sa grande sœur à Paris. Ces déplacements auront un impact dans sa vie car le compagnon de Solange est un homme de culture qui va faire le tour des grands musées avec les sœurs FOUDA (France, Belgique, Hollande...) Thérèse, médusée, développe un amour inconscient pour la conservation du patrimoine culturel. Et quand elle songe à créer un musée au Cameroun, beaucoup de personnes lui posent la question de savoir si elle avait assez d'argent. Elle décide alors de devenir pharmacienne pour économiser du pécule afin de réaliser son rêve.

Il aurait fallu près de 30 années. Le Dr FOUDA, de retour au pays, a ouvert son officine : la pharmacie le MFOUNDI, nom de son département d'origine, et commence à économiser pour qu'en 2011, six ans après l'obtention de son agrément, son vœu se réalise : C'est l'ouverture du musée Ethnographique des peuples de la forêt. Le bijou situé à Yaoundé au quartier Elig Essono, avec son concept d'un village dans la ville a déjà vu passer de nombreux visiteurs avec plus de 18 nationalités différentes. Le livre d'or du musée peut en témoigner. Ce musée est le symbole de l'expression d'un vécu lointain et récent en milieu

forestier avec : des maisons d'antan, la salle d'exposition avec des objets inédits, le café du musée, un atelier de fabrication de l'obom (ancien vêtement des peuples de la forêt).

Le musée ethnographique et d'histoire des peuples de la forêt est situé à Yaoundé, carrefour Elig-Essono, derrière la pharmacie le Mfoundi. Ce musée est l'aboutissement d'un rêve : Celui du Dr Thérèse Fouda, une passionnée des arts et de tout ce qui constitue la culture des peuples de la forêt. Il est aussi le fruit de plus de trente ans de recherche et de collecte minutieuse d'objets d'arts en collaboration avec d'imminents artistes locaux chercheurs et muséologues spécialistes des peuples de la forêt d'Afrique Centrale. L'objectif de ce musée est de promouvoir et sauvegarder l'authenticité de cette culture et de cette civilisation complexes et foisonnantes à travers la promotion du patrimoine matériel et immatériel des peuples de la forêt d'Afrique centrale. On y retrouve notamment une variété d'objets d'art et plusieurs autres services y sont disponibles, notamment les jardins authentiques, les cafés de musée, les bibliothèques spécialisés (livres d'art africain et autres), les boutiques du musée (on y expose et met en vente certains objets d'art et autres accessoires. On y retrouve surtout les produits dérivés du musée : location d'espace, location d'objets, restauration, etc.), les salles de conférence, etc.

Les informations liées à ce musée sont consignées dans le tableau ci-après :

Tableau 5: Synthèse des informations sur le musée ethnographique des peuples de la forêt et le personnel principal

NOM DE LA STRUCTURE :	Musée ethnographique et d'histoire des peuples de la forêt d'Afrique centrale.		
STATUT DE LA STRUCTURE	Musée		
AGREMENT D'OUVERTURE	Décision 05/011/MINCULT/DPC du 25 Mai 2005		
RESPONSABLE LEGAL :	Dr. Thérèse FOUDA		
PERSONNES A CONTACTER	Nom	Dr. Thérèse FOUDA	Léon ENAMA
	Titre	Promotrice du musée	Conservateur du musée
	Tél	(237) 699591757	(237) 650863469
	Email		enamaleon@gmail.com
ADRESSE :	Carrefour ELIG-ESSONO, derrière pharmacie le Mfoundi		
CODE POSTAL :			
VILLE :	Yaoundé		
PAYS :	Cameroun		
TELEPHONE :	(237) 699591757		
E-MAIL :	contact@museedespeuplesdelaforet.org / enamaleon@gmail.com		
SITE WEB :	www.museedespeuplesdelaforet.org		
OBJET DE LA STRUCTURE :	Promotion du patrimoine matériel et immatériel des peuples de la forêt d'Afrique centrale		
ACTIVITES PRINCIPALES	- Conservation des objets.		
	- Exposition d'objets		
	- Bibliothèque spécialisée d'arts africains		
	- Transmission des connaissances		
	Ces activités sont pratiquées à des fins d'études, d'éducation et de délectation.		

Source : Musée Ethnographique des peuples de la forêt, 2015

III.2. Les facteurs d'implantation des musées à Yaoundé

Dans la plupart des cas, l'implantation d'un musée dans un centre urbain comme celui de Yaoundé n'est pas le fruit du hasard. En effet, plusieurs mobiles peuvent expliquer le choix du site d'implantation de ces musées dans la ville de Yaoundé.

III-2-1. Facteurs politiques et historiques

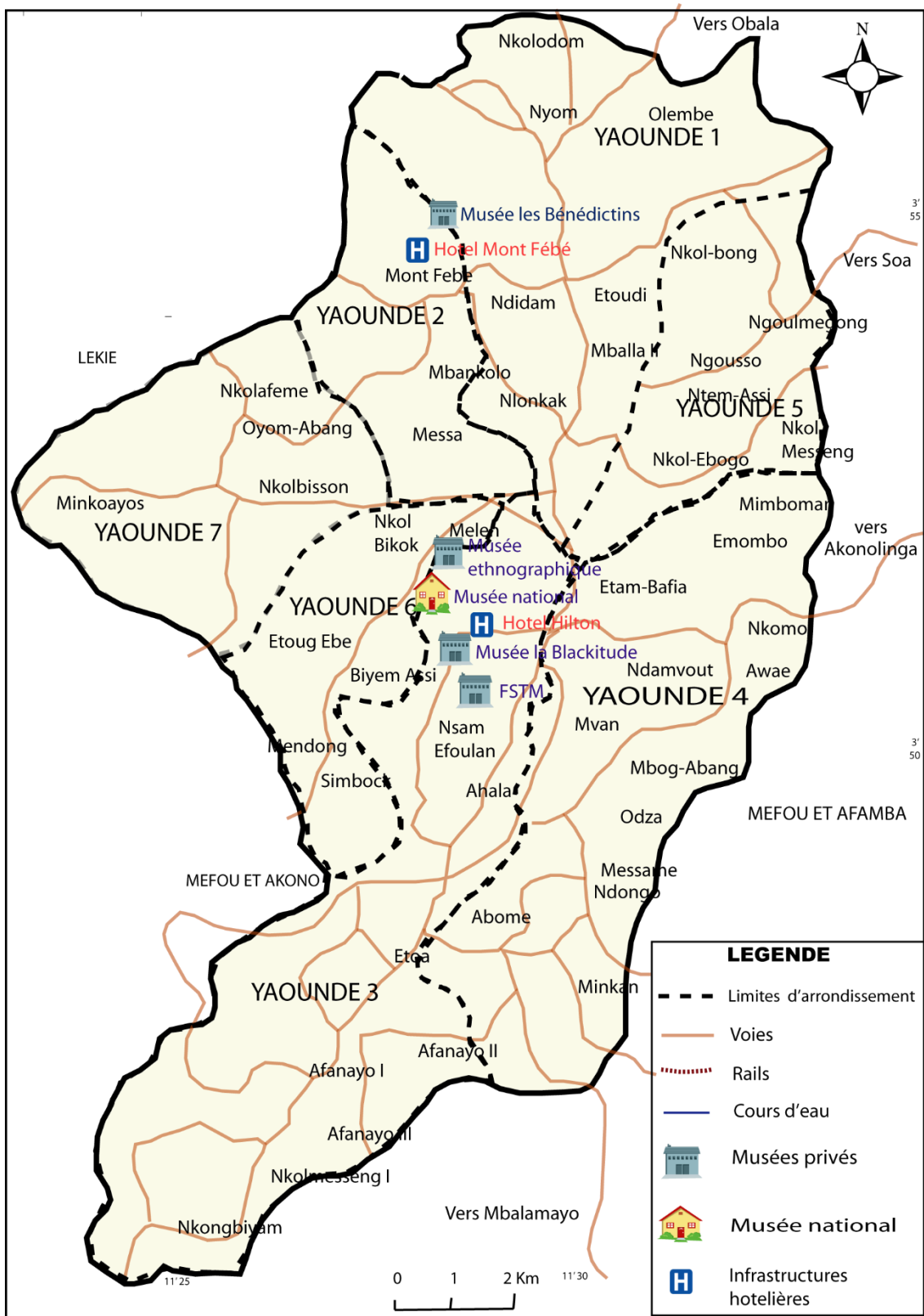
L'implantation de certains musées à Yaoundé est liée à des raisons historiques. Pour ce qui est du **musée national**, c'est un lieu chargé d'histoire. L'édifice qui l'abrite n'est autre que l'ancien palais présidentiel. Au corps central de l'immeuble, construit en 1932 par l'administration française, ont été rajoutées après l'indépendance des ailes latérales, en respectant le style architectural d'origine. Le premier chef de l'Etat camerounais l'a occupé jusqu'en 1981. Une tranche chargée de l'histoire nationale, qu'une visite de cet ancien haut lieu d'exercice du pouvoir permet, mieux qu'à travers les récits livresques, de revivre. C'est donc à ce palais, à l'histoire déjà fort riche, que le chef de l'Etat.

Le moins qu'on puisse dire, c'est que d'une pierre, la décision présidentielle a ainsi fait deux coups : ouvrir au grand public les portes de l'ancien palais présidentiel, tout en offrant aux articles du patrimoine culturel national un meilleur écrin d'exposition que l'ancienne résidence construite de 1996 à 1899 par Hans Dominik, gouverneur allemand de la ville de Yaoundé, bâtiment désuet et discrètement située à l'arrière de hauts bâtiments ministériels.

III-2-2. Les facteurs stratégiques

Planter une entreprise à un lieu ne se fait jamais de manière innocente. Il est important de signaler que les musées sont des entreprises à but lucratifs, par conséquent les responsables de ces musées se doivent de s'assurer que l'emplacement de leur musée leur sera favorable pour une rentrée maximum d'argent. En considérant que les visiteurs étrangers constituent une classe très privilégiée dans ces musées, on peut donc comprendre pourquoi ces musées (privés) sont implantés non loin des sites d'hébergement des touristes étrangers.

En effet, aussi bien le musée la Blackitude, le musée les bénédictins, le musée d'Elig-Essono, et même la Fondation Tandem Muna, sont implantés non loin des grands centres hôteliers de la ville de Yaoundé où sont sensés résider ces étrangers.



Source: CUY; 2010; et enquêtes de terrain.

Figure 5: Localisation des musées en fonction de quelques grands équipements hôteliers

III-2-3. Les facteurs socio-économiques et culturels

La ville de Yaoundé a servi de support à ces musées. En effet, le choix de la ville de Yaoundé a été motivé par un certain nombre de facteurs.

III-2-3-1. La diversité ethnique de la population yaoundéenne

Les 250 groupes ethniques estimés du Cameroun sont presque toutes représentées à dans la ville de Yaoundé. Il s'agit :

- Des peuples des plateaux de l'ouest, incluant les Bamilékés, Bamoun et d'autres groupes au nord-ouest
- Des peuples des forêts tropicales côtières, incluant les Bassa, Douala (ou Douala) et autres entités du sud-ouest
- Des peuples des forêts tropicales du sud incluant les Beti (ou Pahouins), Boulou, Ewondo et Fang (sous-groupes des Béti-Pahouin) et les pygmées Baka.
- Des peuples des régions semi-arides du nord et les terres centrales incluant les Peuls.
- Des Kirdi dans le désert du nord et les terres centrales

Il s'agit là donc des groupes ethniques qui parfois trouvent dans ces musées, un espace où ils ont la possibilité d'exprimer leur amour pour l'art et pour leur culture malgré la distance qui les sépare de leurs villages. C'est donc fort de ces raisons que la plupart de ces musées ont choisi Yaoundé pour site d'implantation.

III-2-3-2. L'attraction de la ville sur les étrangers.

Yaoundé constitue la capitale politique du Cameroun, par conséquent, elle capte la majeure partie des migrations issues à la fois du milieu rural, mais aussi des pays étrangers. On comprend donc que Yaoundé est considérée comme la première destination des visiteurs et même des touristes au Cameroun en ce qui concerne les migrations. Ainsi donc, c'est donc le lieu par excellence où on peut trouver une diversité de visiteurs (venus d'horizons divers).

III-2-3-3. Le pouvoir économique des populations

Il est connu que les musées, dans la plupart des cas, fonctionnent avec des fonds propres. Ce qui signifie que les recettes issues des visiteurs constituent l'essentiel des fonds de ces musées. Par conséquent, il n'est pas surprenant de constater que ces entreprises ne s'installeront que dans un espace où la population a un pouvoir économique assez moyen. Il est vrai que parmi les visiteurs approchés, beaucoup estiment que les prix pratiqués, mais, il importe de signaler que les étrangers doivent déboursier le double de ces prix. Un état de chose qui permet de constater que Yaoundé a été choisi comme site d'implantation pour les musées privés en particulier, du fait du pouvoir économique des populations.

III-3. Les acteurs impliqués dans les activités muséales à Yaoundé

Les données collectées sur le terrain ont montré qu'il existe une grande variété d'acteurs dans le développement des musées dans la ville de Yaoundé.

III-3-1 Acteurs institutionnels

III.3.1.1. Ministère des arts et de la culture (MINAC)

Le Ministre des Arts et de la culture est responsable de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique du Gouvernement en matière de promotion et de développement artistique et culturel. A ce titre, il est chargé

Du développement et de la diffusion des arts et de la culture nationale ; De la préservation des sites et monuments historiques ; De la protection, de la conservation, de l'enrichissement et de la promotion du patrimoine culturel, artistique et cinématographique ; De la promotion de la création artistique et culturelle ; De la promotion et du suivi de la diffusion des œuvres d'art et cinématographique, en relation avec les administrations concernées ; Des musées, des bibliothèques, des cinémathèques, des médiathèques et des archives nationales ; Des conservatoires et autres centres de formation professionnels dans les métiers concernés ; Du suivi des activités du ballet national, de l'orchestre national, du théâtre national ; De la promotion de la cinématographie et des arts dramatiques ; De la promotion et de l'encadrement professionnel des artistes ; De la promotion et de la supervision des grands événements culturels ; Du suivi des activités des structures nationales de gestion collective du droit d'auteur et des droits voisins du droit d'auteur.

Le Ministère des Arts et de la Culture (MINAC) est bien l'institution garante des innovations effectuées au sein du Musée National. Y sont même en train d'être reconstituées toutes les constitutions qu'a eu le Cameroun. En plus de cela, on a les cultures internes du Cameroun et bien plus encore qui ont été réhabilité. Des vestiges retraçant 70 000 années. 500 ans de richesse du Cameroun nettoyée. Et selon les dires des responsables rencontrés dans ce Ministère, le gigantesque travail du MINAC n'en est qu'au début car il y'a des projets encore plus innovants et grands dont les maquettes sont fièrement affichées. Comme la construction d'un Palais de la Culture dont les artistes camerounais rêvent depuis fort longtemps ; le village des artistes ; la salle de spectacle du MINAC qui n'attend que son ouverture officielle ; l'Institut National des Arts et de la Culture ; le musée audiovisuel sera même bientôt livré. Ces belles et grandes réalisations se situent sur le chemin de la postérité de la culture made in Cameroun car du Nord, au Sud, de l'Est à l'Ouest, tout y est. En passant par la grande famille des instruments présents au Cameroun aux vestiges, à l'histoires des tribus parfois constituées en Etat et plus encore, le Musée National sourie et respire véritablement d'Histoires et de Culture.

Toutefois il organise de temps à autre des séminaires et atelier de formation des formateurs en inventaire général du patrimoine culturel matériel et immatériel, c'est le cas de celui organisé du 05 au 09 mai 2014 par madame la ministre des arts et de la culture Ama Tutu Muna et au terme duquel les participants ont formulé plusieurs recommandations notamment :

- L'Implication des administrations publiques concernées, les Institutions publiques et privées, les ONG, Organisations de la Société Civile et autres associations, les collectivités territoriales décentralisées, les autorités traditionnelles les communautés ;
- La Sollicitation de l'appui des partenaires techniques et financiers ;
- L'élaboration d'un Document de stratégie Nationale de l'inventaire général du patrimoine culturel matériel et immatériel ;
- La mise en place d'un Comité spécifique pour la gestion de l'inventaire et la mise à disposition des outils et documentations appropriés aux équipes d'enquêteurs ;

- Les participants ont aussi recommandé l'utilisation des Technologies de l'Information et de la Communication(TIC) avant pendant et après le processus ;
- La constitution d'équipes de collecte mixtes et pluridisciplinaires et des équipes de collecte ayant en leur sein des personnes ressources connaissant les réalités locales. On cite aussi dans ce chapelet de recommandations, l'organisation d'une concertation permanente entre le Ministère des Arts et de la Culture et le Conseil National des Chefs traditionnels du Cameroun(CNCTC) et l'organisation d'une campagne de sensibilisation du grand public à travers la mise en place d'un plan média de communication ;
- Par ailleurs, la sollicitation auprès de l'UNESCO d'un appui en vue de la création d'une base de données relative au patrimoine culturel immatériel ;
- L'appropriation au préalable des différents textes législatifs réglementaires ainsi que des conventions internationales relatifs au patrimoine culturel matériel et immatériel par les équipes d'enquêteurs ;
- L'appropriation des codes déontologiques et éthiques, ainsi que des outils par les enquêteurs, tout comme la restitution aux communautés des données issues de l'inventaire, font également partie des recommandations de ce Séminaire-Atelier.

III.3.1.2. Ministère du Tourisme (MINTOUR)

Le décret n 2005/450 du 09 novembre 2005 portant organisation du ministère du tourisme assigne à ce dernier pour mission l'élaboration, la mise en œuvre et l'évaluation de la politique du gouvernement dans le domaine du tourisme en général.

Le même décret institue une direction de la promotion du tourisme et des sites touristiques chargés du développement et de la promotion, de la conception des circuits touristiques, de la réalisation et de la diffusion des documentaires et des bulletins d'information, du suivi de l'activité partenariale, de l'élaboration et du suivi de l'application de la réglementation relative aux sites touristiques, de la détermination des zones touristiques, de l'établissement et de l'actualisation de la carte touristique nationale et de la gestion et de l'exploitation des parcs nationaux et autres sites à des fins touristiques, en liaison avec les départements ministériels et organismes compétents.

Le MINTOUR est un acteur clé dans ce processus, et ceci s'observe à travers les multiples partenariats signés avec le MINCULT. En effet, la culture est un des produits phares de la destination Cameroun. Elle est non seulement riche, mais également diversifiée. Dans cette perspective, le renforcement du partenariat MINTOUR-MINCULT serait bien salubre. Une collaboration entre ces deux ministères permettrait d'entreprendre les actions suivantes :

- Le recensement de toutes les formes de culture camerounaise susceptibles d'être exploitées à des fins touristiques ;
- La création et la promotion des musées ;
- Etc.

Cependant le Ministère du Tourisme fait aussi des dons dans les musées Camerounais, c'est le cas en avril 2011, lors de la visite officielle du Ministre au musée des civilisations. Le but principal de cette visite était, au-delà de la découverte des réalisations du PRDC (Programme Route des Chefferies), une réelle volonté du gouvernement de stimuler le tourisme culturel, plus significatif dans la région de l'Ouest et dont le PRDC participe efficacement à l'impulsion. Suite aux échanges marqués par les discours de la PCA du MDC (Musées Des Civilisations), Mafo NGUOGHIA Jeannette au dîner et celui du président de

l'assemblée des chefs traditionnels de l'Ouest, le Ministre du Tourisme a annoncé un don personnel de 500.000 F CFA et un soutien du Ministère s'élevant à 10.000.000 F CFA. A cela, il a rajouté son accord de principe pour un partenariat entre le MINTOUR et le PRDC pour la création de l'Agence de Développement Touristique de la RDC. Un soutien, rappelle-t-il, qui s'inscrit dans la démarche de valorisation du tourisme culturel que porte le PRDC.

III.3.2 Les Organisations Intergouvernementales

III-3-2-1. L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT)

L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) est une institution spécialisée des Nations Unies. Elle a pour principale mission le développement et l'harmonisation du tourisme international. L'OMT réalise des études, expertises, et opérations pour la mise en valeur du tourisme et du patrimoine. En 1999, elle publie un code mondial éthique du tourisme. La relation entre tourisme et patrimoine est mise en exergue.

III-3-2-2. L'Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture (UNESCO).

L'UNESCO a adopté plusieurs conventions internationales dans le domaine de la sauvegarde et de la mise en valeur du patrimoine culturel et de la diversité des expressions culturelles. Le Cameroun a ratifié depuis 1982 la convention du patrimoine mondial de l'UNESCO pour la protection des biens culturels et naturels, puis en avril 2008 la convention de 2003 de l'UNESCO sur la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel, on observe une absence de dispositions spécifiques définissant les types de patrimoines culturels à conserver.

Les Musées font partie du patrimoine culturel du Cameroun. Ce sont des espaces qui devraient bénéficier d'une attention particulière des pouvoirs publics. Face à certains manquements observés dans ces musées, et plus particulièrement le musée national, L'UNESCO, à partir de ses structures d'appui et même ses partenaires intervient souvent pour donner un coup de pouce à ces structures. En effet, l'UNESCO a plusieurs fois au secours des musées nationaux d'Afrique parmi lesquels le musée national du Cameroun. C'est sans doute ce qui explique les multiples séminaires organisés par l'UNESCO à Yaoundé (au cours desquels les conservateurs des Musées nationaux reçoivent des connaissances et des outils indispensables pour une bonne conservation de ces espaces, véritables bibliothèques culturelles du pays), les formations, organisée par le Ministère Camerounais en charge de la culture en collaboration avec l'Unesco, etc.

III-3-2-3. La Banque mondiale (BM)

C'est une entité à vocation économique. Elle soutient au moyen technique et financier des projets en lien avec la valorisation du patrimoine culturel partout dans le monde. *C'est dans cette optique qu'en 2006, la Banque mondiale à Yaoundé a lancé un programme culturel, et Gregor Binkert (Directeur des opérations de la Banque mondiale pour le Cameroun) d'affirmer : « À travers ce partenariat culturel, que nous avons mis en place il y a quelques années, nous voulons apporter notre modeste contribution à la promotion de l'art Camerounais » Pour lui, le Cameroun est un véritable carrefour de l'art et de la culture africaine, et compte plus de deux cents ethnies, qui font toute la richesse du patrimoine artistique et culturel du pays. Les artistes camerounais sont régulièrement exposés dans les*

musées et galeries du monde entier, l'art camerounais étant célébré pour son originalité et son authenticité. L'art est quelque chose qui intéresse, touche et parle à beaucoup gens. L'art en général et ce vernissage en particulier, permet à notre esprit de voyager, de rêver et de nous évader le temps d'une pause culturelle.

En effet, la banque mondiale met en place des projets avec plusieurs autres musées tels le Musée des Civilisations. En septembre 2011, la Route des Chefferies (RDC) accueillait le PCFC (Projet Compétitivité des filières de croissance). Un projet mis en place par la coopération Banque mondiale- Ministère de l'économie, de la planification et de l'aménagement du territoire (MINEPAT). Pendant une semaine, cette équipe a visité les réalisations de la Route des Chefferies. De nombreuses résolutions effectives ont été arrêtées portant sur l'appui du PCFC à la Route des Chefferies (RDC). La visite de M. Gregor Binkert, directeur des opérations pour l'Afrique centrale de la Banque Mondiale, et son équipe au Musée des Civilisations est la confirmation que la Route des Chefferies (RDC) a été désignée comme projet d'excellence par la Banque mondiale. Cette visite a été une grande découverte pour M. Binkert et les personnalités qui l'accompagnaient. Explorer le Musée des Civilisations notamment a fait naître en chacun des hôtes un sentiment de fierté et de volonté de contribuer au développement d'une initiative aussi importante et qu'ils qualifieront de « futuriste ». Pour tous les participants, le Musée mérite une plus grande reconnaissance et devrait être soutenu pour son achèvement effectif. En promettant d'y revenir, ils s'en sont allés plus motivés et déterminés pour la sauvegarde ce patrimoine.

III-3-3 Les Organisations Non Gouvernementales (ONG)

III-3-3.1. Le Conseil International des Monuments et des Sites (ICOMOS).

Cette institution est étroitement liée à l'UNESCO lors de validation des dossiers pour la Liste du Patrimoine Mondial.

L'Organisation des Nations Unies pour l'Education la Science et la Culture est un acteur incontournable de la valorisation et de la protection du patrimoine. En effet, depuis la moitié du XXe siècle cette structure œuvre pour la reconnaissance des patrimoines dans une volonté d'instaurer la paix, la solidarité et la diversité culturelle entre les peuples.

III-3-3.2. L'Union Internationale pour la Conservation de la Nature (UICN).

Au même titre que l'ICOMOS, l'UICN intervient auprès de l'UNESCO mais pour des sites naturels. C'est un réseau mondial de protection de l'environnement qui œuvre dans la recherche des solutions pragmatiques au défis de l'environnement et du développement. Il intervient spécifiquement dans le « projet de Grand Ecosystème Marin du Golfe de Guinée » et le « Projet Waza Logone » qui a contribué au développement de l'écotourisme dans le parc national de Waza.

III-3-3.3. Le conseil international des musées (ICOM)



Figure 6: Logo de l'ICOM

L'ICOM est une organisation non gouvernementale en relation formelle avec l'UNESCO et entretenant un statut consultatif auprès du Conseil Economique et social des Nations Unies. L'ICOM lutte contre le trafic illicite de biens culturels, sensibilise sur la gestion du risque et prépare à l'urgence, dans le cadre de la protection du patrimoine culturel mondial lors de catastrophes naturelles ou conflits armés.

Par ailleurs, l'ICOM est la seule organisation de musées de et de professionnels de musées à l'échelon mondial. Elle a pour mission de promouvoir et protéger le patrimoine culturel et naturel, présent et futur, tangible et intangible. Avec 30 000 membres répartis dans 137 pays, l'ICOM est un réseau unique de professionnels de musées, dont le périmètre d'actions comprend de nombreux domaines liés au musée et au patrimoine.

Ainsi donc, les musées de Yaoundé, membres de ce groupe participe très régulièrement aux multiples Journées Internationales des Musées organisés par l'ICOM dans le but de leur inculquer de meilleurs technique de gestion et de préservation de leur patrimoine culturel. En effet, ces journées se tiennent très souvent à l'échelle mondiale, au mois de mai de chaque année, avec pour objectif de sensibiliser le grand public aux enjeux des musées dans le développement de la société. Cet événement gagne un peu plus chaque année en visibilité et en popularité. La participation à la Journée internationale des musées promeut une plus grande diversité et un dialogue interculturel au sein de la communauté muséale mondiale.

Par ailleurs on peut aussi souligner que la présidente de cette institution, en la personne de Sa **Majesté Agnès Fô Nab** Ngo Nana, (Fondatrice du Musée la Blackitude de Yaoundé) assure aussi les partenariats avec d'autres partenaires étrangers. A titre d'exemple, on peut citer sa rencontre avec son Excellence madame ISOPI, ambassadrice d'Italie au Cameroun, avec qui elle a échangé sur des questions d'ordre culturel.



Cliché la Blackitude, 2016

Photo 6: Rencontre entre la présidente de l'ICOM et l'ambassadrice d'Italie au Cameroun

Sa Majesté Agnès Fô Nab Ngo Nana (A), présidente de l'Icom-Cameroun (International Council of Museums), présidente du Conseil des Musées du Cameroun et par ailleurs fondatrice du Musée de la Blackitude de Yaoundé conduisait la délégation de l'Icom auprès de son Excellence Isopi. Si l'échange entre les deux dames s'est focalisé sur la préservation du patrimoine culturel, il a surtout été question de mettre en exergue la promotion et de la valorisation de la culture dans sa diversité. Madame Isopi (B) indique d'ailleurs que : « l'importance de la culture pour l'identité d'un peuple et pour sa capacité de résilience face aux grands défis de nos temps. Parce qu'une Nation est vivante si sa culture est vivante ! »

Le propos de son **Excellence Isopi** est bâti sur sa riche expérience qui l'a conduit entre autres à Sarajevo dans l'ex Yougoslavie, à Hanoï au Vietnam, à kabul en Afghanistan... Ayant été au contact de la diversité des cultures des différents peuples rencontrés dans son parcours, c'est en connaissance de cause qu'elle évoque avec pertinence et justesse la force et le lien entre identité et culture. D'autant qu'elle se trouve bien placée pour élaborer sur les aspects économiques, étant elle-même diplômée en sciences économiques de l'université de Bologne.

Au sortir de l'échange convivial d'avec son hôte, l'Ambassadrice s'est félicité des efforts fournis par la Présidente de l'Icom-Cameroun dans le domaine de la culture et a encouragé l'Icom à promouvoir le patrimoine **culturel** camerounais.

III.3.4. Les autres acteurs

III-3-4-1. Les promoteurs de musée

Il s'agit non seulement de l'initiateur du musée, mais aussi de l'ensemble du personnel qui participe tous les jours au bon fonctionnement du musée. Ce sont aussi des acteurs clés car le succès du musée dépend de l'engagement au travail, du professionnalisme, et de l'implication de tout ce beau monde.

III-3-4-2. Les donateurs

Il s'agit en majorité des âmes de bonne volonté qui régulièrement font des dons à ces musées afin de leur permettre de continuer leur grand projet de valorisation du patrimoine culturel. Les investigations de terrain ont permis de constater que ces donateurs ou bienfaiteurs se recrutaient parmi les hommes d'affaires, les hommes politiques, les opérateurs économiques, et même des bienfaiteurs anonymes. Ces acteurs jouent un rôle très important dans le développement du musée car en effet, dans un contexte où ces musées fonctionnent par un auto financement, une aide extérieure est toujours la bienvenue.

III-3-4-3. Les chefferies traditionnelles

Malgré les affres du temps, les chefferies ont su résister aux oppressions diverses. En 1960, le gouvernement camerounais, nouvellement créé, reconnaît les chefferies comme des auxiliaires administratifs servant de lien entre l'administration et les populations du village où elles ont encore autorité pour rendre la justice traditionnelle.

Les chefferies traditionnelles au Cameroun sont des entités politiques, sociales et culturelles, caractérisées par un territoire bien délimité, un peuple avec son histoire, ses us et coutumes. Elles sont placées sous la haute autorité d'un chef. Dans l'aire culturelle des Grassfield principalement (régions administratives de l'Ouest et du Nord-Ouest), les chefs Bamiléké (appelés roi, fo, fon ou sultan... selon les lieux) sont des personnages très respectés et craints de leur population. Ce sont les principaux dépositaires du patrimoine, qu'il soit matériel ou immatériel, parce qu'ils constituent le lien entre le monde des ancêtres et le monde des vivants (composé des humains et des animaux). Dans les Grassfield, les peuples pratiquent avant tout le culte des ancêtres. En termes de territoire, l'espace de vie du chef est le point focal où la vie culturelle foisonne.

III-3-4-4. Les visiteurs / touristes

Il s'agit là des acteurs clés du développement des activités muséales dans la ville de Yaoundé. En effet, il n'y a effectivement activité muséale que s'il y'a des visiteurs pour les apprécier. Pour les musées de Yaoundé, les investigations de terrain ont montré que ces visiteurs avaient des profils assez variés.

III-3-4-4.1. Les motivations des visiteurs

La plupart des visiteurs se rendent au musée avec la motivation de divertissement social, d'éducation, ou de respect profond. Kotler et Kotler (1998) ont classifié les motivations de visite en six : la récréation, la communication sociale, l'expérience éducative par l'apprentissage, l'expérience esthétique par la cognition sentimentale, l'expérience mémorable, l'amélioration des expériences émotionnelles et mentales de l'individu.

- Récréation : le visiteur se sent agréable, libre et gai grâce aux activités. Il revitalise à nouveau le corps et l'esprit.
- Communication sociale : le visiteur souhaite partager ses pensées avec autrui.
- Expérience éducative : le visiteur essaie de recueillir des informations et de développer la curiosité, la découverte et la capacité cognitive par la rencontre avec le nouvel objet.

- Expérience esthétique : le visiteur souhaite développer la cognition sentimentale par l'approche esthétique sur un objet d'art historique.
- Expérience mémorable : à mesure que le visiteur fait des expériences de personnages, d'événements, d'organisations et de structures liés aux faits historiques, il apprend la continuité du temps et la respecte.
- Amélioration des expériences émotionnelles et mentales : le visiteur poursuit l'amélioration émotionnelle et mentale telle que l'imagination, la fascination et le plaisir par la rencontre avec des objets précieux, dans un nouvel environnement, loin de la vie quotidienne.

Dans le cas précis des musées de Yaoundé, les visiteurs sont motivés par un certain nombre de motivations.

Tableau 6: Motivations de visite des musées

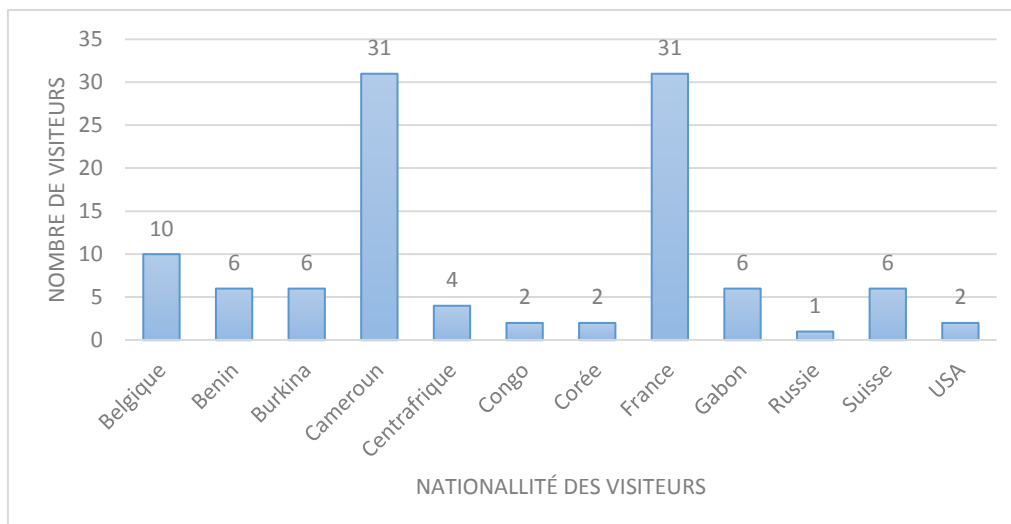
Noms des musées	Raisons de la visite du musée						Total
	Amour de la culture	%	Education personnelle	%	Distrac tion	%	
Musée nationale	23	74%	0	0%	8	25.8%	31
Musée la blackitude	13	44.8%	7	24.2%	9	31.1%	29
Musée ethnographique	8	66.6%	3	25%	1	8.3%	12
Musée les bénédictins	9	60%	3	20%	3	20%	15
Tandem Muna	11	55%	7	35%	2	10%	20
Total	64	59.8%	20	18.7%	23	21.5%	107

Enquêtes de terrain, 2015

Les données de tableau permettent de constater les visites des musées de Yaoundé sont principalement motivées par l'amour pour la culture. On comprend donc pourquoi les visiteurs n'hésitent pas à parcourir de très longues distances pour apprécier ce grand patrimoine culturel du Cameroun en particulier et de l'Afrique en général.

III-3-4-4.2. Des visiteurs aussi bien locaux qu'internationaux

L'activité muséale à Yaoundé comme partout ailleurs est toujours confrontée aux défis de l'attractivité. Le cas des musées de Yaoundé en effet montre que les visiteurs, au cours de notre période d'étude provenaient, en plus des locaux, de plusieurs pays étrangers.



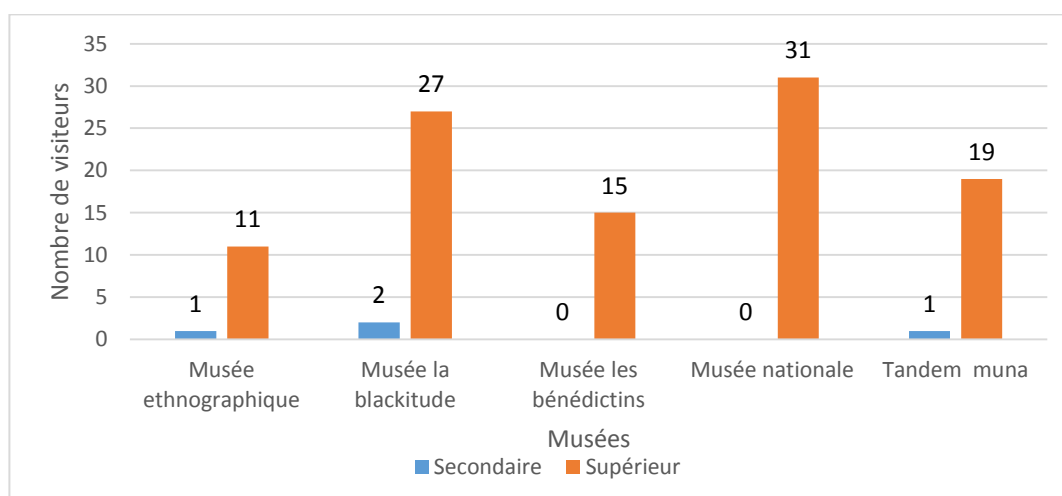
Source : Enquêtes de terrain, 2015

Figure 7: Nationalité des visiteurs des musées

Les investigations de terrain permettent de constater que les musées de la ville de Yaoundé attirent des visiteurs venus de tous les points de la terre. C'est la preuve que la culture camerounaise a de quoi attirer les touristes. On est tout de suite frappé par la proportion occupée par les Français qui se positionnent là comme les principaux partenaires étrangers des musées de Yaoundé. Nous pensons que cela peut être lié à l'histoire entre ces deux pays car, on le sait, le Cameroun a été pendant longtemps sous le contrôle de la France pendant la période coloniale. Par conséquent, ce pays est bien conscient de toutes les richesses culturelles que regorge le Cameroun.

III-3-4-4.3. Une activité jusque-là réservée aux plus instruits

Une autre réalité qui se dégage des investigations de terrain est que les visiteurs des musées sont constitués essentiellement des populations avec un niveau d'instruction supérieur.



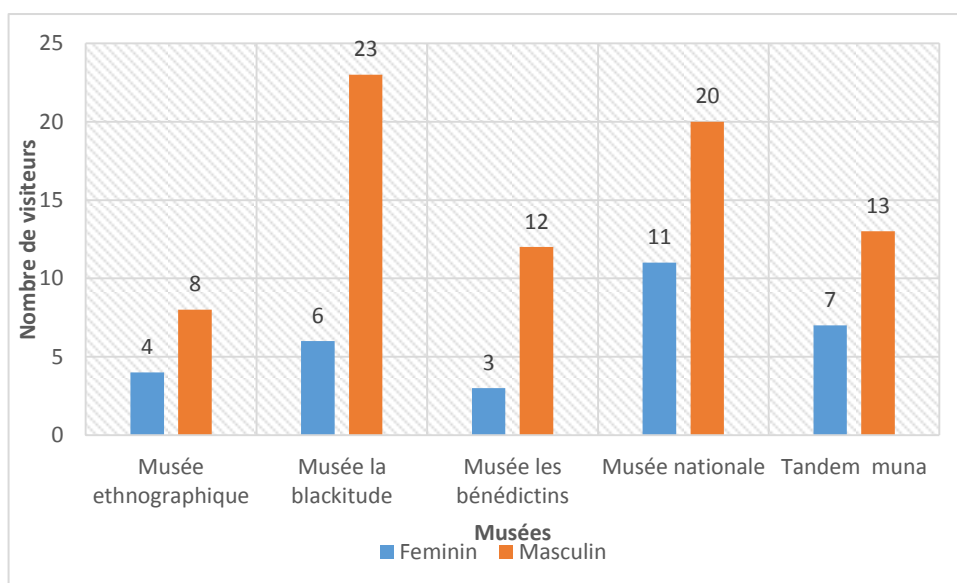
Source : Enquêtes de terrain, 2015

Figure 8: Niveau d'étude des visiteurs

Les chiffres sont assez surprenants. On constate à partir de cette figure que 96 % des visiteurs approchés dans ces musées ont un niveau supérieur. Cela voudrait dire que l'activité muséale est une activité qui jusqu'à présent appartient à une catégorie particulière de personne. Il s'agirait là de ceux qui ont pris conscience de la nécessité de s'impliquer dans les questions de gestion et de préservation du patrimoine culturel. 4% seulement ont un niveau d'étude secondaire et constituent tous des locaux.

III-3-4-4.4. Une activité en majorité masculine

Les données de terrain montrent que les Hommes semblent être beaucoup plus intéressés par les activités muséales que les femmes. En effet, notre échantillon montre que la proportion des hommes est largement supérieure à celle des femmes avec environ 71% contre 29%.

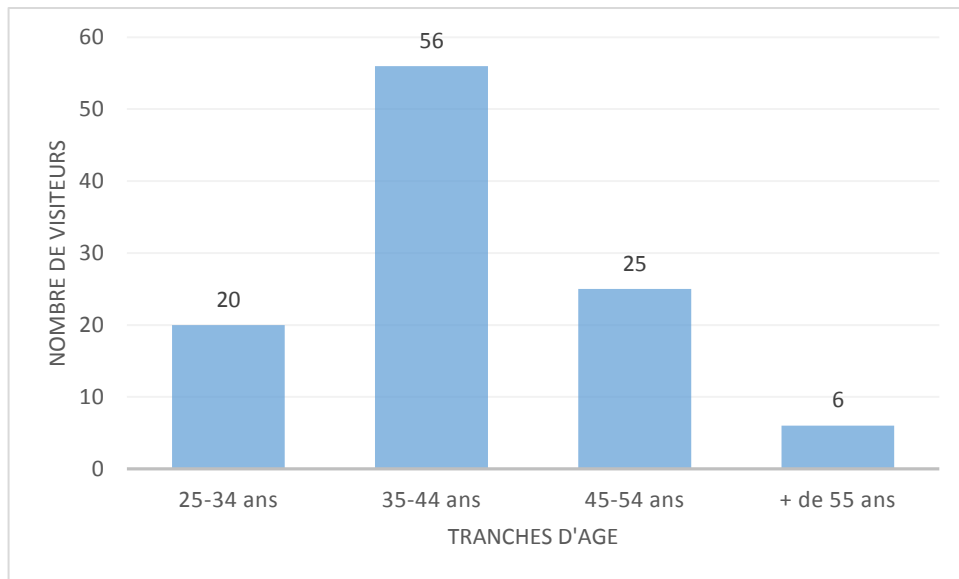


Source : Enquêtes de terrain, 2015

Figure 9: Répartition des visiteurs en fonction de leurs sexes

III-3-4-4.5. Des visiteurs relativement adultes

L'activité muséale à Yaoundé met au prise une diversité d'acteurs dont l'âge est relativement élevé. On constate tout simplement que c'est une activité qui intéresse particulièrement les plus âgés et les plus asservis.



Source : Enquêtes de terrain, 2015

Figure 10: Tranches d'âge des visiteurs

On peut constater à partir des données de la figure 10 que l'activité muséale intéresse beaucoup plus une population relativement mature. En effet, on peut constater que notre échantillon est composé en majorité d'une population dont l'âge oscille entre 35 et 45 ans. On comprend qu'il s'agit là de la tranche d'âge où l'Homme dispose encore d'assez de force pour effectuer de multiples voyages (pour les étrangers), et pour assez de maturité pour comprendre l'intérêt qu'il y'a à visiter régulièrement les musées. Les adultes de plus de 45 ans constituent un autre groupe de personne tout aussi intéressés par les questions de musées. Les plus jeunes quant à eux semblent moins intéressés et moins impliqués.

CHAPITRE IV : VITALITE, IMPACTS ET PROBLEMES DES MUSEES SUR DEVELOPPEMENT DU TOURISME A YAOUNDE

IV.1. VITALITE DE L'ACTIVITE MUSEALE A YAOUNDE

IV-1-1. Provenance des objets proposés par les musées

Au Cameroun, un ensemble de mesures réglementaires oriente les actes de protection, gestion et valorisation du patrimoine naturel et culturel. Il s'agit de : la loi N°91/008 du 30 Juillet 1991 portant protection du patrimoine culturel et naturel national et la loi N°96/12 du 5 août 1996 portant loi- cadre à la gestion de l'environnement). Le Cameroun est également signataire de plusieurs conventions internationales (Les conventions 1970 et 1972 de l'UNESCO, la convention 1984 ACP-EEC, Lomé III).

Le musée est le reflet du patrimoine culturel des différentes communautés des quatre aires culturelles du pays. Les objets exposés proviennent à la fois :

- Des propres collections ;
- Des partenariats avec les chefferies traditionnelles ;
- Des autres musées ;
- Des archives nationales ;
- De la coopération internationale ;
- Des dons ;
- Des saisies opérées par les administrateurs coloniaux et laissés au musée après leur départ ;
- Des rétrocessions de certains biens ;
- Des dépôts mis par des particuliers.

IV.1.2. Nature des produits proposés

Les investigations de terrain ont montré que les musées de Yaoundé exposent une gamme assez variée et diversifiée d'objets d'art. Les collections trouvées dans ces musées témoignent de l'histoire, de l'éducation, des origines et des cultures des peuples qui les ont produites. Elles renvoient à la démarche de la création de la société ancienne et d'une orientation vers le monde moderne. Nos multiples visites dans ces différents musées nous ont permis de distinguer : des masques, des tableaux, des tabourets, des objets de royauté, etc.

IV-1-2-1. Les masques

Les masques sont des phénomènes universels mais particulièrement répandu en Afrique noire. Il permet à l'homme de se déguiser ou de se travestir pour se dépasser et pour s'approprier les forces surhumaines des buffles, éléphants, panthères, singes, etc. Par le masque, les esprits et les puissances se font présents et peuvent avoir une fonction médiatrice entre groupes opposés ; ils ne sont donc pas que des divertissements.

La plupart des masques qui y sont exposés se portent comme des casques sur la tête et pas devant le visage, c'est pourquoi ils n'ont pas d'ouverture au niveau des yeux comme le montre la planche 1.



Planche 1: Quelques échantillons de masque des musées de Yaoundé

On retrouve dans ces musées une grande diversité de masques dont les attributions diffèrent en fonction de leur nature, des circonstances d'utilisation et des thématiques abordées. La plupart d'entre eux sont par ailleurs polyvalents, comme le masque de danse et d'initiation des peuples bamilékes. Ces masques sont portés par des sociétés secrètes des hommes. Les sociétés de femmes existent mais n'ont pas de masques. Les masques sont conservés dans des réserves gardées et ne peuvent être portés que par leurs propriétaires à des occasions précises comme les cérémonies de funérailles ou d'intronisation de chefs.

Les masques de la ligne 1, dépourvus de cheveux et plutôt beaux, sont ceux qui dans la région de l'ouest symbolisent la paix, l'amour. Les joues un peu ressorties observées sur le masque 2 de la ligne 1 indique un personnage prospère, bien nourri, c'est un élément artistique fréquent chez les bamouns et groupements apparentés.

Le masque situé à l'extrémité droite de cette même ligne porte sur la tête des sortes d'araignées, symbole de sagesse et de savoir-faire, et qui indiquent que ce masque appartient à un chef ou à un notable de rang élevé.

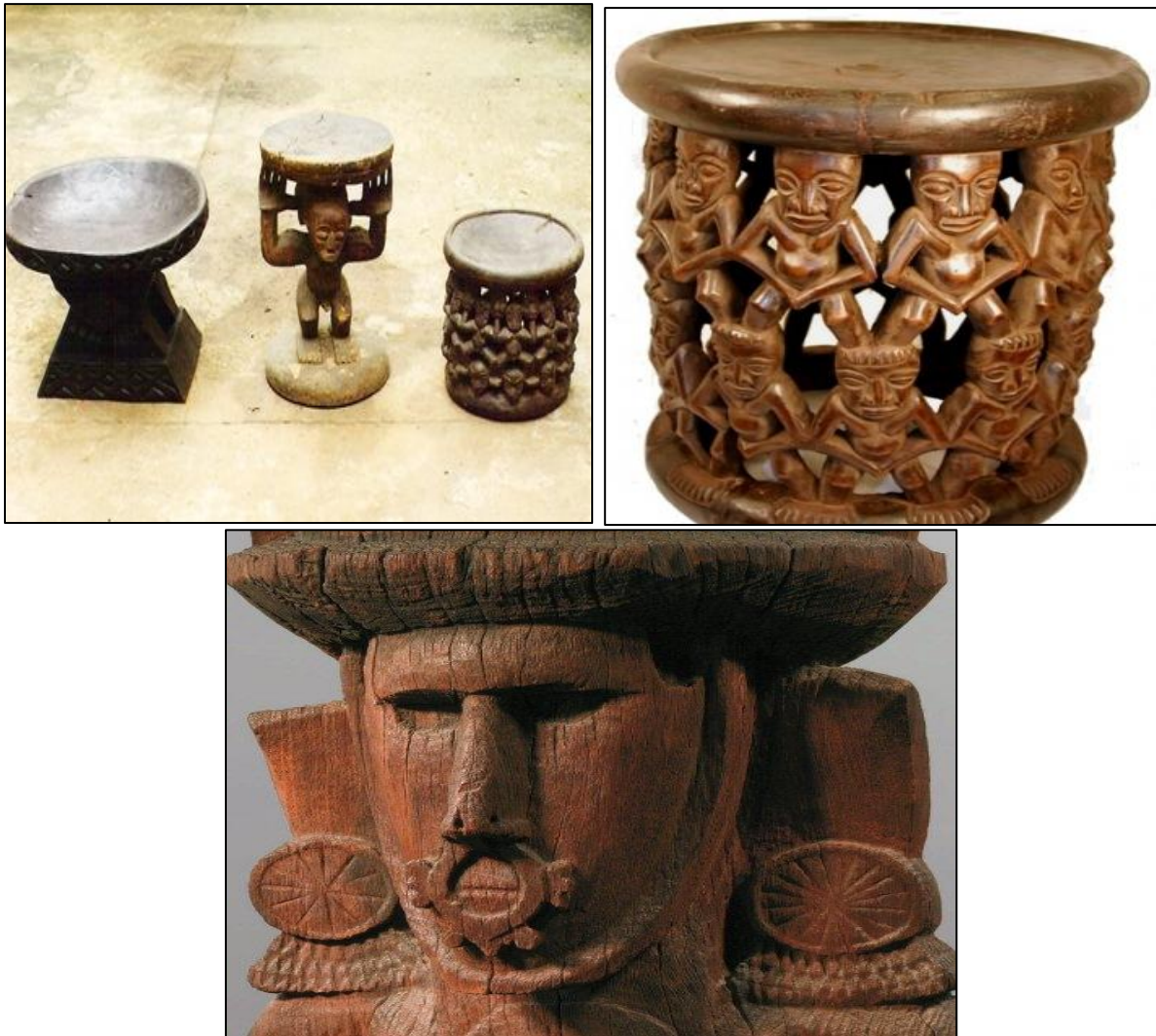
Les masques de la deuxième ligne par contre renvoient à la frayeur, et sont généralement utilisés pour se protéger et combattre l'ennemi.

Ces masques constituent des symboles de la vie des communautés et apparaissent comme outils de manipulation et de contrôle des non-initiés.

IV-1-2-2. Les Sièges

Ils sont généralement l'apanage des chefferies de l'ouest Cameroun. En effet, chaque chef a un tabouret en bois, sculpté au début de son règne. Cependant il peut être propriétaire de plusieurs autres tabourets qu'il peut offrir à ces notables et officiers de son plein gré.

Ces tabourets sont taillés d'une pièce, dans un tronc que l'on a creusé et évidé. Les parois ajourées ont des motifs d'araignées, de crapauds, de singes et autres animaux symboliques. Leur forme ronde est la caractéristique principale des tabourets de l'ouest Cameroun comme on peut l'observer sur la planche 2 ci-dessous.



Cliché Makou, 2015

Planche 2: Quelques échantillons de sièges trouvés dans le musée la blackitude

Sur la première ligne de cette planche, on observe des tabourets différents, véhiculant chacun un message particulier. Celui qui présente un seul personnage portant sur sa tête un trône représente la personnalité du chef à l'ouest Cameroun, qui est celui qui détient le pouvoir suprême et toute l'autorité. Le siège qui est constitué un ensemble de personnes est tout aussi très significatif, à la base, on observe un ensemble de vieillards portant les plus jeunes, ceci veut tout simplement dire que les jeunes vivent à la lumière des vieux et tirent ainsi du passé pour vivre le présent et préparer le futur.

On observe sur ce siège, des personnes se tenant la main, signe de solidarité, d'unité caractéristique des peuples de cette région, pour qui l'union fait la force.

Sur la seconde ligne, on observe un siège porté par un personnage aux oreilles très tendues, ceci signifie que dans ce royaume, il est important de rester à l'écoute, de rester ouvert au reste du monde pour mieux s'approprier le pouvoir.

Cependant, il existe dans ces musées, plus précisément au musée du Mont Fébé d'autres types de tabouret appelés tabourets douala comme on le voit sur la photo ci-dessous.



Cliché Makou, 2015

Photo 7 : Le tabouret douala

La photo 7 exposée au musée les bénédictins du mont Fébé est celle d'un tabouret trapu et rectangulaire retrouvé sur la côte atlantique de l'ouest du Cameroun et aussi dans les régions côtières des autres pays d'Afrique occidentales, comme le Benin, le Togo. Ils sont généralement ornés de dessins de poissons de crocodiles, et d'éléphants, symbole de richesse de la faune autrefois dans cette région de marais et rivière autour de douala.

IV-1-2-3. Les Statuettes

Tout comme les masques, chaque statuette a une histoire propre. Elles représentent souvent les ancêtres et sont gardés en des lieux spéciaux selon les traditions des différentes communautés. Dans certaines sociétés, elles sont placées près de la porte d'entrée pour protéger les habitants de la case et dans d'autres, elles sont les gardiennes du grenier.



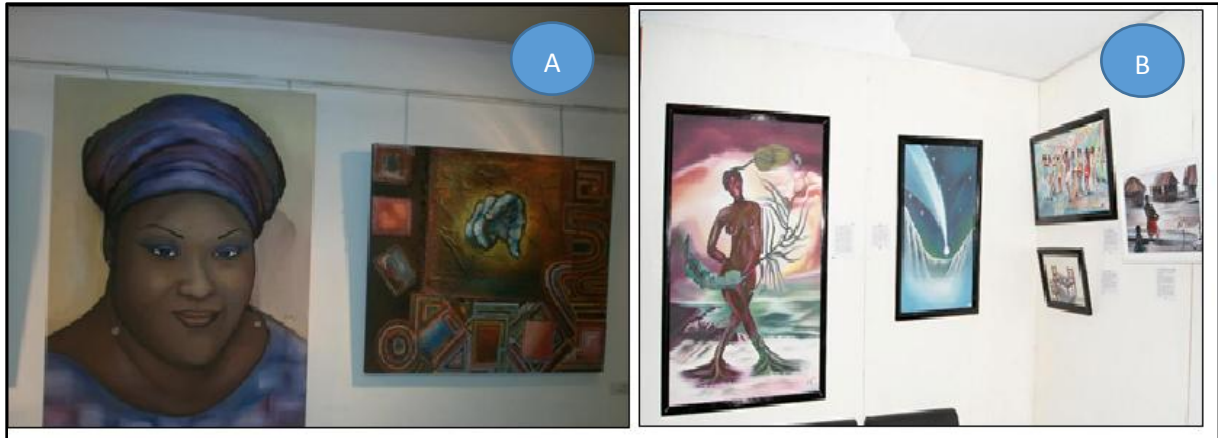
Cliché Makou et Musées, 2015

Planche 3: Diversité de statuettes retrouvées dans les musées

Dans ces musées de Yaoundé, les statuettes sont en majorité les objets d'art les plus visibles car elles sont généralement positionnées à l'entrée du musée et constituent alors la pièce d'accueil. Il s'agit généralement des objets conçus en bois et parfois décorés avec des perles, du bronze, etc. Jusqu'à nos jours, ces produits continuent d'être régulièrement produits par les peuples et artisans Bamiléké, Bamoun, Tikar, etc.

IV-1-2-3. Les tableaux d'art

Des séries de pancartes et tableaux résument les pratiques culturelles et la conception de l'univers cosmogonique des peuples. Ces tableaux présentent aussi parfois des personnalités comme support de décoration, ainsi que des sculptures qui traduisent des objets d'art à forte connotation culturelle dans certaines régions du Cameroun et même d'Afrique.



Cliché FSTM, 2015

Planche 4: Quelques tableaux d'art à la FSTM

Sur la planche 4 est exposée en A l'image de son excellence madame AMA TUTU MUNA, ancien ministre de la culture et fille de Salomon Tandeng Muna. Ceci étant une preuve palpable de soutien et de collaboration avec les autres membres de sa famille. En B, il s'agit tout simplement des tableaux quelconques qui véhiculent apriori des messages qui pourraient être mieux décelés par des professionnels en la matière.

IV-1-2-4. Les Jardins de musée

Il s'agit des espaces qui ont été soigneusement aménagés et qui traduisent les modes de vie des peuples d'Afrique avec un environnement quasi similaire.



Clichés Musée

ethnographique, 2015

Planche 5: Jardin de musée au musée ethnographique des peuples

Sur la planche 5, on observe en A une cuisine traditionnelle autrefois utilisée par les femmes de la forêt. Il s'agit d'une cuisine faite en matériaux locaux (pailles, bambous, branches d'arbres...) En B, il s'agit d'un jardin aménagé façon forêt pour matérialiser le type de musée

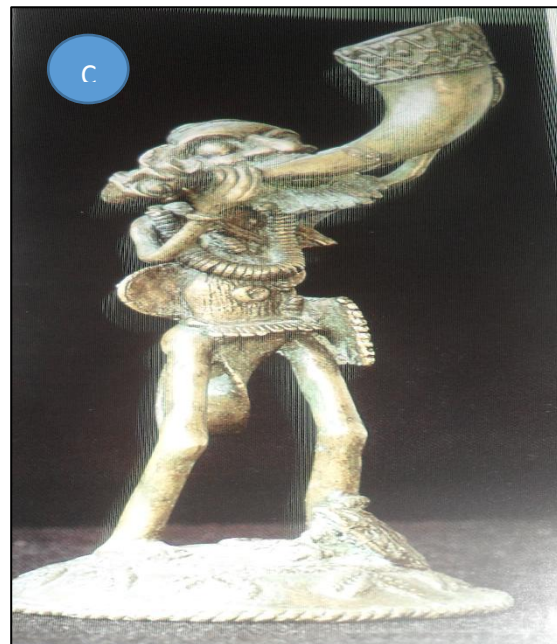
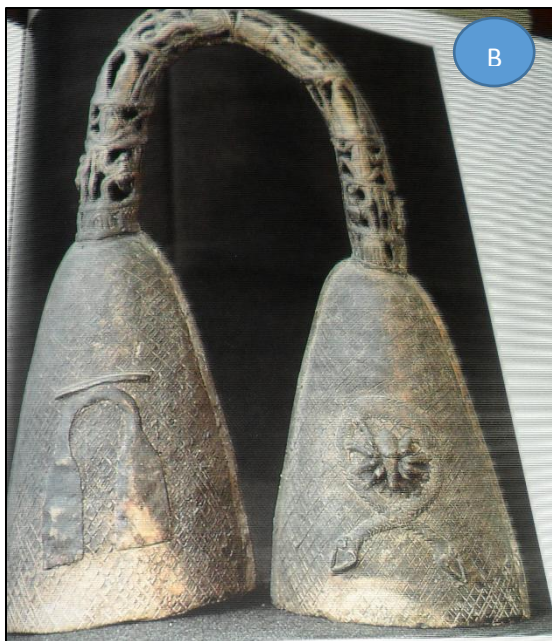
IV-1-2-5. Des instruments traditionnels de musique

Les instruments de musique comprennent une diversité d'objets. On y retrouve en effet des guitares bamoun, les cithares (mvet), des balafons, etc.



Cliché Musée la Blackitude, 2015

Photo 8: Quelques instruments traditionnels de musique au musée la Blackitude



Clichés Makou, 2015

Photo 9: Quelques instruments traditionnels de musique au musée les bénédictins

On observe sur les photos 8 et 9 qu'il existe dans les musées de Yaoundé toute une variété d'instruments de musique. En effet, on peut remarquer que sur la photo 8 A, le musée la blackitude regorge d'une diversité d'objets, notamment les guitares traditionnelles,

communément appelés « *Mvet* », les tam-tams, et balafons qui symbolisent la culture des peuples Bété.

Sur la photo 9 B, il s'agit d'un double gong de 39 cm de hauteur, formé comme des cloches, mais battu de l'extérieur avec un bâton. Fréquemment utilisé chez les Bamouns, c'est un symbole du chef Bamoun. C'est aussi un instrument à percussion sur lequel on peut observer un serpent à deux têtes, l'araignée et des dessins symboliques répétés sur l'anse en filigrane.

Sur la photo 9 C, il s'agit d'un héros soufflant de la corne en laiton de 26 cm de hauteur. Cet instrument avant était employé pour annoncer des cérémonies spéciales, des déplacements du chef ou son arrivée dans un village, et même pour accompagner des danses traditionnelles. Le père Marfurt l'avait intitulé autrefois le héraut du Roi Mboumbouo de Djimon (Bamoun) à 25 km à l'est de Foumban

IV-1-2-6. Les objets de royauté

« La royauté est aussi une caractéristique des sociétés africaines. L'on perçoit ici cette forte organisation sociale, ces royaumes qui ont fait éclore cet art grandiose. La vitalité des dynasties Bamouns, tikar et Bamiléké, a fait de cet art, un véritable fondement du patrimoine culturel camerounais au cours de cette période de rayonnement et de ces dynasties, comme l'art avait fleuri à Athènes au temps de Périclès ou en Egypte au temps des Pharaons. Humanisme des Sociétés traditionnelles, puissance des dynasties, voilà ce que traduisent ces statues et ces objets royaux ».



Clichés Makou, 2015

Planche 6: Quelques outils de royauté du musée les bénédictins du mont Febe

Sur la photo (A) de la planche 6, se trouve un trône royal (de 122cm de hauteur, et 44cm de diamètre) coulé en bronze qui était destiné au fils et successeur du chef Bamoun, pour qu'il soit assis à la même hauteur que les conseillers du chef. Le siège est porté par sept esclaves à crâne rasé ; chacun d'eux se tient debout sur la tête d'un ennemi vaincu. Un homme portant un diadème bien travaillé est assis, jambes écartées, sur trois esclaves agenouillés qui font partie du dossier du trône. Cet homme barbu et soigneusement tatoué

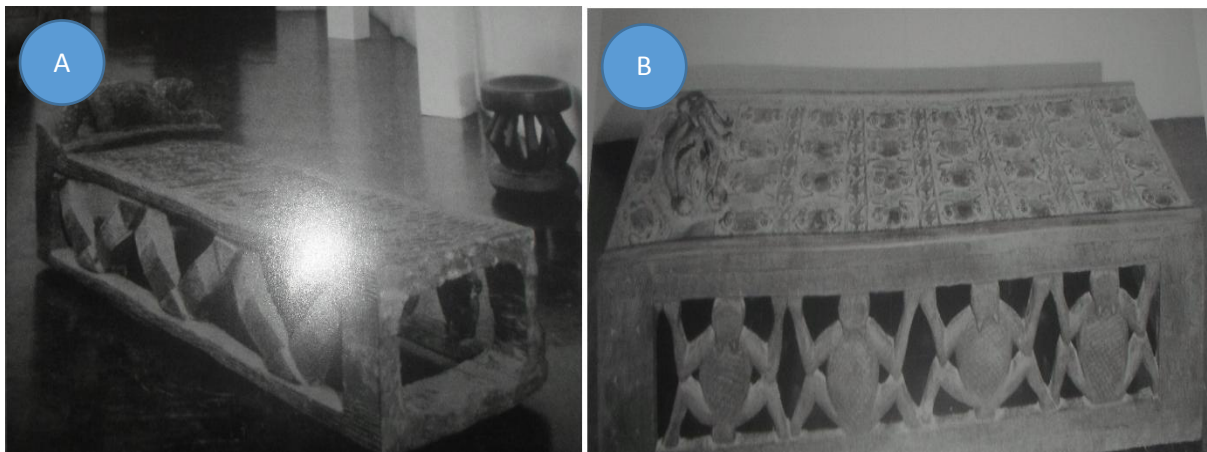
représente un ancêtre. Quatre femmes donc deux allument des pipes pour le Roi, des têtes de chiens et des têtes d'éléphants s'entrelacent pour former des accoudoirs du trône. Les femmes représentent les veuves du père donc le prince héritait à la mort du père. Le siège du trône est entièrement décoré de spirales, de motifs géométriques et de quatre figurines en relief, deux de sexe masculin, deux de sexe féminin, tournées vers les quatre coins cardinaux en signe du pouvoir royal s'étendant vers le nord, le sud, l'est, et l'ouest.

Sur la photo (B), on observe la figurine d'un chef sur la litière traditionnelle, d'une hauteur de 63 cm. D'après le père Marfurt, fondateur du musée les bénédictins, il s'agit sur cette pièce du roi Chigna, grand-père de Diadou, actuel roi de Klems, en voyage. Il est encadré de deux reines et porté par quatre esclaves tonsus dans la *kangara*, litière traditionnelle du 19^{ème} siècle.

Sur la photo (C), il s'agit d'un réservoir pour stocker de l'huile de palme, d'une hauteur de 89 cm. En effet, l'huile de palme rare dans la savane était emmagasinée dans ces vastes récipients. L'anse du couvercle est en forme de lion assis. Le couvercle et le rebord du vase sont décorés de motifs géométriques en filigrane représentant des crapauds. Le corps du réservoir est décoré tout autour de rangées de quarante et une figurines, hommes et femmes trapus, accroupis ; chaque femme portant un bébé sur son genou gauche. Le vase est soutenu par trois lions cariatides posés sur une base ornée de cauris

IV-1-2-7. Les lits royaux

Il s'agit des lits issus des chefferies



Cliché Makou, 2015

Planche 7: échantillons de lits sculptés du musée les bénédictins

Le lit (A) de la planche 7 est celui du chef Nbougoou (sixième chef du village ayant régné jusqu'en 1963) de la chefferie de Mayochoup. Il est sculpté d'une seule pièce dans un large tronc d'arbre. L'appui tête a la forme d'une panthère tachetée qui se tient couchée, symbole de la force virile du chef. La longue planche sur laquelle repose le chef est sculptée de six bas-reliefs représentant la vie quotidienne des bamouns. Le panneau central représente un serpent à deux têtes, symbole royal des bamouns. Le serpent entoure une grande araignée, symbole de sagesse.

Le lit (B) est celui de la femme du chef Magba, composé de planches taillées. L'appui nuque est une pièce de bronze en forme de panthère couchée, des incrustations métalliques sur la planche du lit représente des grenouilles et des lézards dont les yeux sont marqués par des perles de verre blanches. Le support du lit coté antérieur est une planche ajourée montrant quatre grand crapauds de fantaisie. Ces grenouilles et crapauds symbolisent la fécondité.

IV-1-2-8. Autres curiosités du musée la Blackitude

Nous avons retrouvé dans ces musées et plus particulièrement dans le musée la Blackitude certaines curiosités qui ont attiré notre attention.



Clichés Makou et Musées, 2015

Planche 8: quelques curiosités du musée la blackitude

Sur la photo A de la planche 8, on observe une série d'objets qui ressemblent à des masques et dont la matière et la structure semble être différentes des autres masques. Sur la photo, B, il s'agit d'une forme particulière de siège fabriqués à partir d'une matière assez rare.

IV.1.3. Autres activités organisés par les musées pour attirer les visiteurs

Plusieurs activités sont régulièrement organisées par les musées pour attirer les visiteurs. En gros, les activités des musées peuvent être regroupées en 2 groupes : les activités permanentes et les activités temporaires.

IV-1-3-1. Les activités permanentes

Les activités essentielles du musée sont :

- **Acquisition et collecte d'objets muséaux**

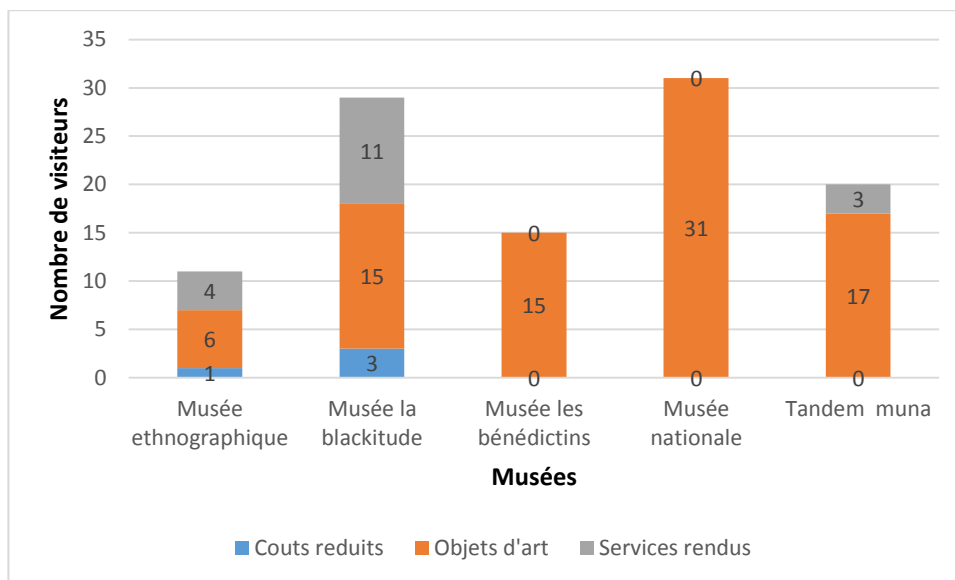
Il est évident qu'un musée ne saurait exister sans collections. La collecte des biens et témoins de civilisation des peuples du Cameroun est primordiale dès l'installation du musée.

Elle devra se poursuivre dans le temps pour s'enrichir davantage. Les données de terrain ont effectivement démontré que la diversité et l'originalité des collections constituent une grande richesse pour ces musées.

- Les expositions principales

C'est le moyen de communication d'un musée, l'exposition peut être permanente ou temporaire. Elle réunit un ensemble d'objets, faisant ou non partie des collections du musée, autour d'un thème, d'une idée, d'un fil conducteur. En ceci, elle constitue un discours de la part de ses concepteurs et doit orienter le visiteur vers la construction d'un sens. L'exposition temporaire permet d'assurer la rotation des collections, afin qu'une partie des œuvres ne reste pas constamment en réserve, de faire le point sur une question précise et éventuellement de renouveler les connaissances sur un sujet, mais aussi de raviver l'intérêt pour le musée, de diversifier son audience et d'accroître ses ressources financières. Ces expositions constituent la substance même des activités du musée. La durée des expositions principales du musée n'excèdera pas deux ans. Cela est nécessaire car il ne s'agit pas d'ennuyer le public mais de diversifier l'éventail des actions pour l'accrocher davantage ;

Nous avons aussi pu relever que ces objets d'art constituent en fait la principale attraction des visiteurs comme on peut le constater sur la figure 12 ci - après :



Source : Enquêtes de terrain, 2015

Figure 11: les principaux facteurs attractifs des visiteurs des musées

Les visiteurs des musées de Yaoundé ne se sont pas fait prier pour montrer que l'attraction qu'ils ont des musées est d'abord liée à l'exposition des objets d'art.

Pour le cas précis du musée national, il faut dire Le musée regorge en son sein :

- D'une quinzaine d'expositions qui présentent notre riche patrimoine culturel dont le thématique porte sur la connaissance de l'histoire du Cameroun, des personnages, des événements et des projets structurants en images, des collections diverses liées aux domaines de l'archéologie, la musique, la tradition, architecture, etc.

- D'un jardin dit « à la française » d'une superficie de 15 000 m² dont une partie servira d'espaces d'accueils d'événements d'envergure.
- D'une boutique qui propose au public des gadgets, des produits dérivés, des cartes postales, et une panoplie d'objets artisanaux valorisant le riche potentiel touristique du Cameroun.

Chaque visiteur fera le choix en fonction de ses goûts, son obédience culturelle, scientifique et son feeling.

- **Les visites guidées.** Classiques mais d'intérêt pour des animations spéciales ;

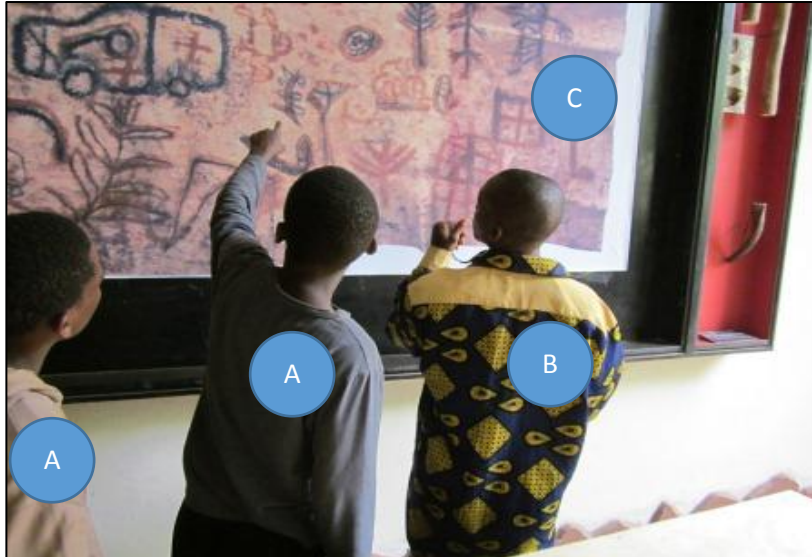
C'est le cas pour les visites guidées que nous avons observé dans le musée les bénédictins, la fondation Salomon Tandeng Muna, et le musée ethnographique des peuples de la forêt



Clichés Makou, 2015

Photo 10: Visite guidée à la FSTM

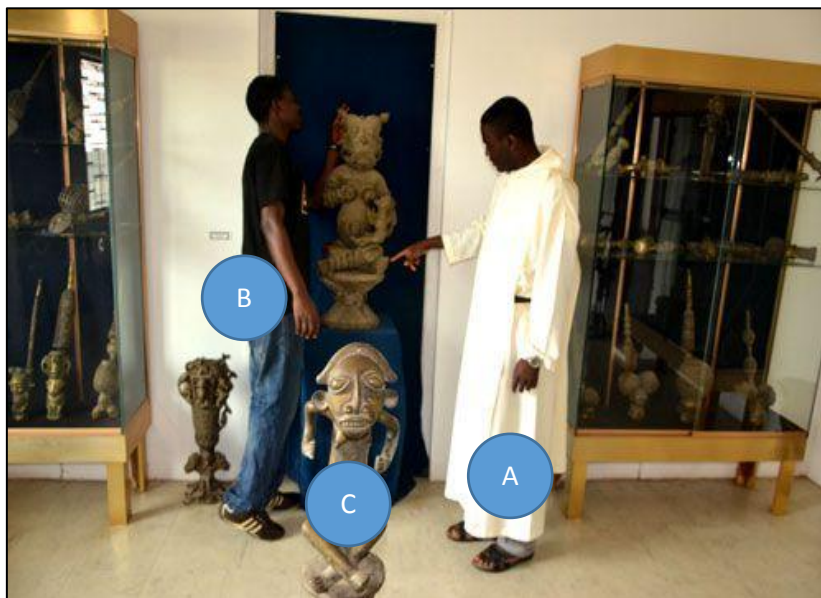
On peut observer sur la photo 10 une visite guidée effectuée à la FSTM. Il s'agit en effet d'un guide (A) qui fait profiter à cette famille (B) des joyaux de la fondation. Dans le cadre de cette photo, il s'agit d'un ensemble de tableaux d'art. On peut d'ailleurs lire sur cette photo toute l'attention que ces visiteurs accordent à la visite.



Clichés Makou, 2015

Photo 11: Visite guidée au musée ethnographique des peuples

On observe sur la photo 11 un groupe de visiteurs (A) qui profitent de la visite guidée au musée des peuples de la forêt d'Afrique Centrale. Le guide du musée (B) présente un exposé sur la signification des effigies présentes sur le tableau (C).



Clichés Makou, 2015

Photo 12: Visite guidée au musée les bénédictins

Sur la photo 12 prise au musée les bénédictins, on peut observer le guide (A) qui fait profiter à un visiteur (B) d'une exposition sur la diversité des statuette (C) retrouvés dans ce musée.

- Les rencontres avec les artistes, les critiques, les chercheurs, des personnalités diverses afin de permettre aux publics de découvrir sous un jour nouveau les collections et thématiques développées ;

- Les concerts de musiques traditionnelles et modernes avec un regard sur l'œuvre des artistes musiciens ;



Clichés Makou, 2015

Photo 13: Danses traditionnels organisées par la FSTM

On peut dire que les danses traditionnelles régulièrement organisées par la FSTM relèvent le défi lié à l'attraction des touristes. On peut d'ailleurs constater sur la photo 13 que ces touristes ne se sont pas fait prier pour se laisser aller à ce genre d'activité.



Clichés Makou, 2015

Photo 14: Cérémonies de danses traditionnelles à la FSTM

Sur la photo 14, il s'agit d'une cérémonie de danse traditionnelle à la fondation Salomon Tandeng Muna où les artistes exécutent avec brio les pas de danse sur une estrade bien aménagée à cet effet. Ils présentent cette danse à l'attention des spectateurs venus pour la circonstance.



Cliché Musée national, 2015

Photo 15: Grand concert culturel organisé par le Musée national

Le musée comme il est de coutume organise des concerts dans le but de promouvoir la culture. Sur la photo 15, on observe une foule de personnes ayant répondu présente au concert organisé par le musée national, ceci montre que la population est de plus en plus intéressée par la culture au Cameroun.

- Les publications de catalogues, de monographies et d'ouvrages scientifiques ;

IV-1-3-2. Les activités périodiques

- Organisation de conférences sur des sujets qui ont un rapport avec les thématiques d'expositions ou dans le cadre de la célébration d'une personnalité, d'une œuvre ;
- Organisation des colloques à l'endroit du public spécialisé avec des thématiques liées aux collections, au musée et son impact sur la vie culturelle locale et nationale ;
- Les ateliers de découverte pratique de l'art, de l'archéologie, des sciences et de la nature, etc.
- Des journées portes ouvertes pour attirer au maximum les visiteurs.
- Une journée porte ouverte est un événement durant lequel des lieux historiques généralement interdits au public sont exceptionnellement ouverts aux visiteurs. Ces journées portes ouvertes sont assez régulières au musée national pour qui ces journées revêtent un atout indéniable. En effet, dans le cadre de la réouverture du musée national le 16 janvier 2015, le musée a enregistré environ 6 000 visiteurs (MINAC, 2015), ce qui montre sans doute l'intérêt des citoyens pour ce musée.



Clichés Musée national, 2014

Photo 16: Le Musée national au sortir d'une Journée portes ouverte

La photo 16 est une journée porte ouverte au musée national. Elle se fait généralement pour permettre à la population de découvrir et ce gratuitement le musée pour ainsi valoriser le patrimoine camerounais dans le cadre de la réouverture du musée national le 16 janvier 2015, le musée a enregistré environ 6 000 visiteurs (MINAC, 2015), ce qui montre sans doute l'intérêt des citoyens pour ce musée.

- Organisation des activités socio culturelles

Il n'est pas rare que dans certains musées, il soit régulièrement organisé à l'attention du grand public ou des jeunes des séries d'activités socio culturelles dans le but de cultiver en eux l'esprit de la valorisation du patrimoine culturel. Il s'agit particulièrement : des causeries éducatives, des explications sur certaines valeurs culturelles, des animations socio culturelles, etc.

Au musée la Blackitude, ces activités sont régulièrement organisées à l'attention des jeunes élèves et sous la supervision de la fondatrice même du musée sa Majesté Agnès Fô Nab Ngo I.



Cliché Musée la Blackitude, 2015

Photo 17: Causerie éducative à la Blackitude

Il s'agit sur photo 17 d'une situation de causerie éducative de sa Majesté Agnès Fô Nab Ngo I en faveur des élèves du collège François Xavier Vogt dans un cadre prévu et aménagé à cet effet. Ces activités constituent pour le musée un moyen privilégié pour impliquer dès le bas âge les jeunes dans les questions de valorisation du patrimoine culturel.



Cliché Musée la Blackitude, 2015

Photo 18: Séance d'exposition à l'endroit des élèves à la Blackitude

Le Musée la Blackitude au service de l'éducation : Exposition permanente du musée la Blackitude : Explication des différents thèmes aux élèves du collège François Xavier Vogt en compagnie de leurs enseignants. La photo 18 montre très clairement les élèves observant attentivement les objets et tableaux exposés, preuve qu'ils sont très captivés par cette exposition et qu'ils ont été au sortir de leur causerie avec la fondatrice assez motivée et ont trouvé en cet entretien un intérêt assez particulier

IV.2. Le financement des activités des musées

Il importe ici de noter que mis à part le musée national, la plupart des musées de Yaoundé s'auto financent. Ainsi, pour continuer à assurer le développement de leurs structures, les musées multiplient les activités génératrices de revenus afin que ces derniers les accompagnent dans leur délicate ascension vers l'autonomie financière. Ces activités, lorsqu'elles sont bien organisées et efficaces, elles permettent au musée de collecter rapidement des fonds et d'en disposer librement. Ainsi, pour ce qui est des sources de financement, nous avons à partir des données collectées sur le terrain retenu plusieurs :

IV-2-1. La subvention annuelle accordée par l'Etat

Cette subvention est offerte sous forme de prise en charge d'une partie des salaires et traitement du personnel. Elle n'est valable que pour le musée national.

IV-2-2. Les recettes d'entrée des visiteurs,

Il s'agit ici des fonds qui découlent de l'ensemble des activités proposées aux visiteurs. Il s'agit particulièrement des fonds issus de :

- La billetterie (frais d'entrée),

Tableau 7: Frais d'accès dans les musées de Yaoundé

	Abonnement élève - étudiants	Enfants		Etudiants		Adultes	
		Cam	étrangers	Cam	Etrangers	Cam	Etrangers
Musée national	15 000 /an	2 000		4000		4000	10 000
Musée Blackitude	/					1000	
Musée Bénédictins	/	1000	1000	1000	1000	1000	1000
FSTM	/	250 - 300	2000	500	2000	1000	2000
Musée ethnographique	/	2 000	5000	2 500	10 000	5 000	10 000


Source ; Enquêtes de terrain, 2015

- De location d'espaces (théâtre de verdure, salles de conférence, jeux pour enfants) ;
- De la bibliothèque et du cyber centre ;
- Les recettes issues de la vente des objets de la galerie d'art et de l'exploitation du café-restaurant ;
- Les recettes issues de la vente des catalogues ;
- Les produits dérivés du musée (cartes postales, tee-shirt...) etc.

IV-2-3. Les dons venant d'horizon divers

Les dons constituent une source non négligeable de rentrée d'argent dans les musées. Ces dons sont très souvent offerts par des Hommes politiques, des Hommes d'affaire et même des groupes associatifs amoureux de l'art et soucieux de la préservation de ce patrimoine culturel.

Les dons peuvent être à la fois des dons financiers ou des dons d'œuvres. Dans le premier cas, la contrepartie des dons est un affichage, avec un système hiérarchisé de statuts (« donateur », « bienfaiteur », etc.) ainsi qu'un droit de regard sur la politique des musées. Le cas des dons d'œuvres est plus complexe. En effet, les musées sont souvent obligés d'accepter un ensemble de dons de qualité hétérogène, sans avoir la possibilité de vendre ou de ne pas exposer les pièces les moins intéressantes, ce qui impose des coûts (à la fois directs et d'opportunité) très lourds. Dans certains musées à l'instar du musée la Blackitude, les données de terrain ont montré que les fonds issus des dons représentent annuellement environ 25% des fonds du musée. A cet effet, pour le cas précis du musée ethnographique des peuples de la forêt, il est prévu une fiche que le bienfaiteur se doit de remplir en fonction de ce qu'il a à offrir.



ADHESION
au
Musée Ethnographique et d'Histoire des Peuples de la Forêt d'Afrique Centrale

Je souhaite apporter mon soutien aux actions du Musée Ethnographique et d'Histoire des Peuples de la Forêt d'Afrique Centrale en tant que

BIENFAITEUR

Nom (s) :

Prénom (s) :

Profession :

Adresse :

.....

Ville :

Pays :

Tél :

E-mail :

Montant (en chiffres et en lettre)

.....

Ci-joint chèque de

Don de

.....

A l'ordre du Musée Ethnographique et d'Histoire des Peuples de la Forêt d'Afrique Centrale

Photo 19: Fiche d'aide au musée Ethnographique

L'image de la photo 19 est celle d'une fiche d'aide généralement remise aux visiteurs bienfaiteurs par le musée ethnographique des peuples de la forêt. Il permet aux volontaires d'apporter leur aide pour encourager les actions du musée, et ceci peut être une somme d'argent, un chèque ou même le don des objets divers.

IV.3. L'impact des activités muséales sur le développement du tourisme

Avec l'essor grandissant des voyages internationaux, le tourisme est devenu l'une des premières industries mondiales et un enjeu majeur du développement par la valorisation du patrimoine culturel et de la culture en général. Or, les statistiques de l'Organisation Mondiale du Tourisme, indiquent qu'en 2002, le continent africain n'a guère attiré que 4,1 % du total des visiteurs internationaux, les sous-régions Nord et Sud étant les plus visitées.

IV-3-1. Le Musée, point d'appui du développement touristique

Dans un contexte de mondialisation accélérée, le tourisme culturel bénéficie d'un engouement croissant qui répond à un besoin accru de préserver et de promouvoir les identités culturelles nationales et sous régionales. Si les touristes sont à la recherche d'expériences et d'aventures « authentiques » (hors des sentiers battus), les communautés hôtes, elles, veulent s'assurer que la présence de touristes ne provoquera pas un éclatement de leur culture notamment pour la faire correspondre aux exigences de l'industrie touristique.

Quelle est la place des musées dans les systèmes touristiques urbains de Yaoundé ? Si le musée devient un label territorial, c'est aussi un lieu d'urbanité. Ces « musées événements », véritables icônes territoriales, deviennent des « points d'appui » de la circulation touristique au sein d'un territoire. En effet, les musées recueillent aujourd'hui un grand intérêt au sein des sphères médiatiques et/ou politiques, cette situation est sans doute liée au fait qu'ils apparaissent comme l'espace public par excellence, permettant le lien social et la mixité des usages et des publics, qui plus est un espace public modelable selon l'organisation d'un espace-temps différent en fonction des événements organisés.

Par ailleurs, le musée, lieu de rencontre des touristes et des autochtones, est un des lieux d'urbanité par excellence questionnant échanges, mixité et expériences communes.

Le tourisme est aujourd'hui un marché dans lequel les villes, les territoires sont concurrents. Ce phénomène a renforcé la définition des villes comme des marques. En effet, toutes les villes ont développé une identité au cours des siècles. Aujourd'hui, les villes et les territoires se sont impliqués fortement dans la construction de ces identités. Les musées permettent avant tout à la ville d'assurer sa notoriété à l'international. En effet, l'importance qu'aura le musée au niveau mondial va en faire un lieu de passage privilégié des touristes culturels augmentant par là même sa réputation et sa situation économique

Les musées sont des facteurs d'attractivité touristique. Cette approche rejoint celle du développement territorial et de la construction de la destination touristique, elle rejoint également des problématiques classiques des enjeux contemporains de la patrimonialisation et du développement des musées. Cela renvoie à la question des opérations publiques et privées qui incitent les musées à attirer le tourisme en tant que nouvelles destinations avec espoir de répercussions sur l'espace environnant, particulièrement lorsque celui-ci est en situation de crise ou de déprise.

Ce lien entre tourisme et fréquentation des musées est a priori marqué par l'évidence et alimente également des débats sur la finalité des musées et la question des publics, mais est assez rarement questionné. En effet, il semble que le musée ne puisse pas être pensé sans se référer au tourisme, même si le musée ne peut être considéré comme un simple artefact au service de l'attractivité touristique. De même, la ville produit des musées et du tourisme, mais réciproquement, le musée et le tourisme produisent de la ville.

Les enjeux de développement et d'émergence des pays en développement occupent les réflexions, de nos jours. L'Etat l'a si bien compris en faisant du secteur culturel, un pôle de développement. La création des musées entre largement dans cette vision. De par ses activités, les musées pourront induire des actions susceptibles de contribuer dans une large mesure à l'effort collectif de croissance et de prospérité.

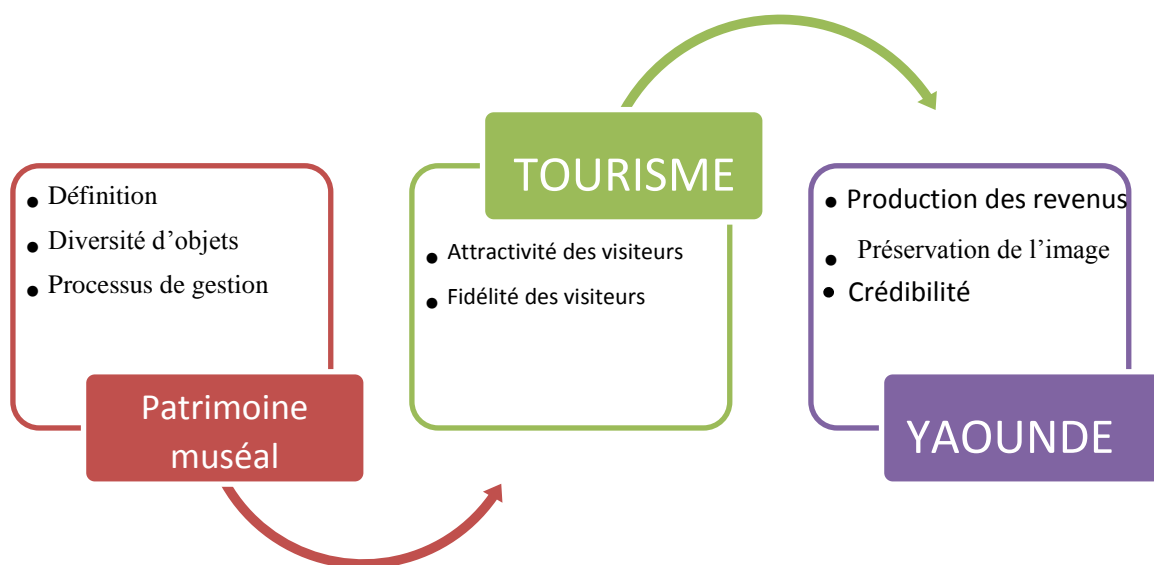
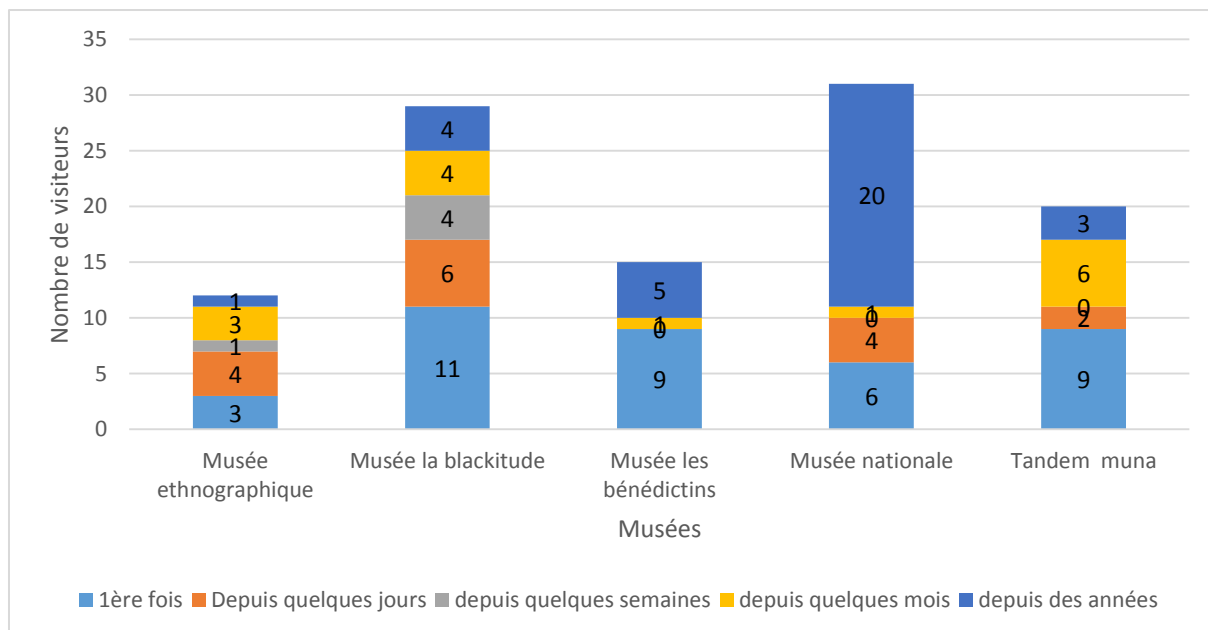


Figure 12: Influence des activités muséales sur le tourisme

Au regard de la figure 12, il ressort que les activités muséales sont un grand facteur de promotion du tourisme au Cameroun et à Yaoundé. En effet, le patrimoine muséal matériel et immatériel étant constitué d'une diversité d'objets, associé à une gestion convenable est un important attrait pour les éventuels touristes et permet ainsi à ces derniers de renouveler leur fidélité, fidélité qui entraîne par conséquent une production des revenus, une création des emplois et rehausse par là même la crédibilité du Cameroun à l'endroit des autres nations.

IV-3-2. Evolution du nombre de touristes/ visiteurs

Il est clair que les musées de la ville de Yaoundé font face à des grands défis. Mais, il n'en demeure pas moins qu'ils contribuent tant bien que mal à attirer un grand nombre de visiteurs. En effet, la plupart des visiteurs ont bien signifié qu'ils n'étaient pas à leur première visite dans ces musées.



Source : Enquêtes de terrain, 2015

Figure 13: Ancienneté du visiteur du musée

Ils sont très peu, ces visiteurs qui sont là pour la première fois. Nous considérons donc que si ces visiteurs ont tenu à revenir dans ces musées, c'est bien parce qu'ils y ont trouvé quelque chose de bien et d'appréciable. Sans oublier le fait que ces visiteurs, au fil de leurs visites, étaient de plus en plus nombreux.

IV-3-3. Niveau de satisfaction des visiteurs

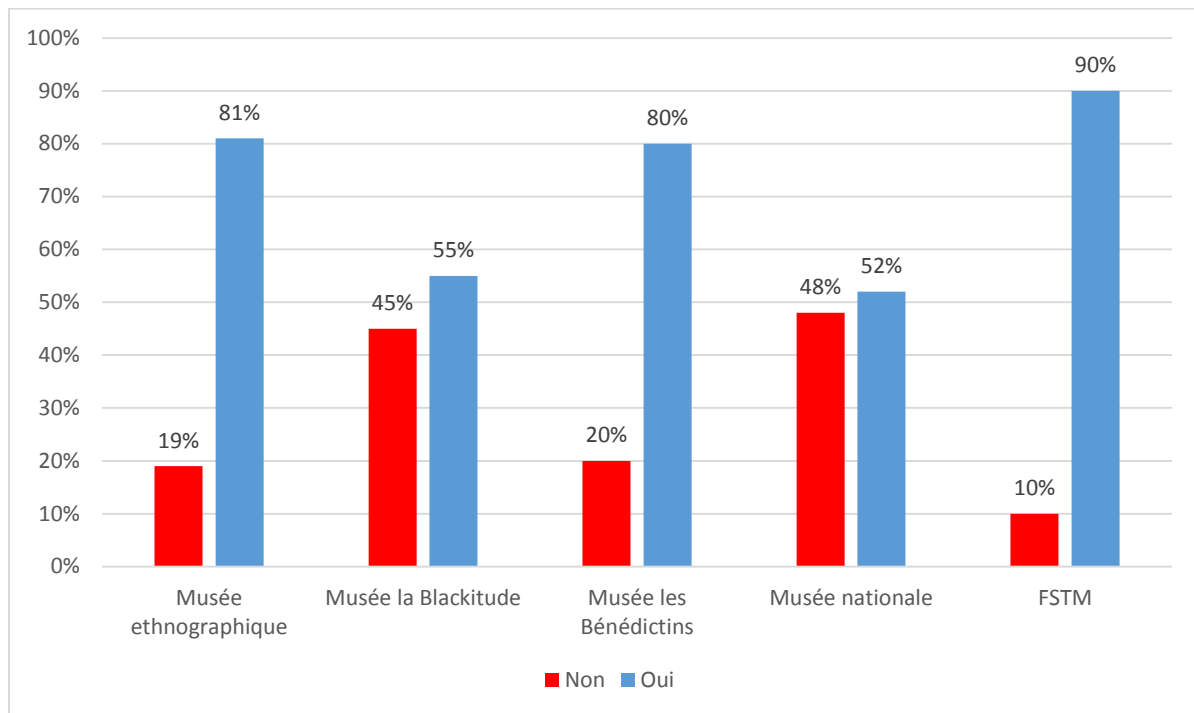
Il convient de signaler que le niveau de satisfaction d'un visiteur est fonction d'un certain nombre de facteurs qui influencent considérablement le comportement du consommateur.

Tableau 8: Facteurs influençant le comportement du visiteur

Facteurs	Indicateurs
Tendance macro environnementale	Social, politique, économique et technologique
Facteurs Culturels	Nationalité, cultures secondaires, classe sociale
Facteurs Sociaux	Groupes de référence, leaders d'opinion
Facteurs Psychologiques	Personnalité, croyance et attitudes, motivation
Facteurs Personnels	Occupation, circonstances économiques, l'étape de cycle de vie de famille

Source : Adaptation de Kotler, P. and Scheff J., *Standing Room Only : Strategies for marketing the performing Arts*, Havard Business School Press, Boston, 1997, p. 69

Au niveau de la satisfaction des visiteurs, les avis sont assez variés. Environ 66.4% des visiteurs sont très satisfaits de la visite qu'ils ont eu dans ces musées, mais pour d'autres, notamment 32.7%, les musées de Yaoundé sont très horribles à visiter. A la question de savoir si les services du musée ont été à la hauteur de leurs attentes, on a récolté des avis assez variés.



Source : Enquêtes de terrain, 2015

Figure 14: Evaluation des musées en fonction de la satisfaction des visiteurs

On constate à partir des données de la figure 14 que les musées ont encore beaucoup à faire. Cela témoigne sans doute du fait que non seulement les visiteurs attendent beaucoup plus de ces musées de Yaoundé, mais aussi que ces visiteurs sont de plus en plus exigeants et que par conséquent, les promoteurs de musées devraient s'impliquer davantage pour être à la hauteur de ces visites. Une autre réalité assez surprenante qui découle de ce graphique est le résultat du musée national. On note presque un certain équilibre entre les deux avis. Il s'agit pourtant du seul musée qui bénéficie non seulement des subventions de l'Etat, mais aussi des multiples partenariats nationaux et internationaux en vue de contribuer à son bon fonctionnement.

Par ailleurs, face à ces avis assez variés sur les prestations des musées, nous avons formulé auprès de ces visiteurs insatisfaits la question de savoir ce qui les déplaçait dans ces musées, et là aussi, les avis étaient assez variés.

Tableau 9: Défaillances observés par les visiteurs au cours de leur visite dans les différents musées

Critères	Musée ethnographique	Musée la blackitude	Musée les bénédictins	Musée nationale	FSTM	Total général
Accueil	0	3	3	4	1	11
la gestion des visiteurs	0		0	6	0	6
manque d'originalité	0	3	0	1	0	4
tarifs lourds	1	2	0	4	1	8
Vétusté des objets	1	5	0	0	0	6
Total	2	13	3	15	2	35

Source : Enquêtes de terrain, 2015

L'accueil semble être le principal facteur de mécontentement des visiteurs dans ces musées. Il en est de même avec la gestion des visiteurs. Ces visiteurs estiment donc être très mal gérés dans ces musées. Pour d'autres, les tarifs pratiqués dans ces musées sont de véritables moyens d'arnaques. Ils estiment à cet effet qu'il n'est pas normal que certains visiteurs déboursent de lourdes sommes d'argent pour le simple prétexte qu'ils sont des étrangers. C'est ce que laisse transparaître ces paroles d'un visiteur français approché au sortir du musée national.

« Nous avons renoncé à visiter ce musée...comme dit dans un autre commentaire 10 000f CFA pour les étrangers, plus du double du prix normal... A l'entrée gardes qui attendent sous un arbre qu'on dérange vraiment quand on arrive, il faut payer mais ils n'ont pas de tickets, ils ne veulent pas aller chercher les tickets il faut attendre leur collègue (ou alors il faut aller chercher leur collègue ? on n'a jamais trop compris vu la motivation du gars à nous expliquer) ensuite il faut laisser sac à main, portable sacoche... Bref zéro pointé pour le professionnalisme et l'accueil, finalement on est partis, s'ils ne veulent pas que l'on visite leur musée pas de soucis on est en vacances on n'est pas obligés.... ».

Un autre touriste, originaire de Bruxelles laisse exprimer sa déception au sortir de ce même musée national.

« Quelques belles pièces au rez de chaussée mais à part l'habitat, peu d'originalité. A l'étage, toute une partie constituée uniquement de photos des autorités, principalement le président, serrant des mains ou coupant des rubans. Un(e) guide par salle, aimables mais pas toujours très documentés. Prix d'entrée excessif (10 000CFA pour les non camerounais) Billets à prix réduit pour enfants de 5 à 12 ans. Mais on réclame le paiement même pour les bébés de 2 ans ! Le personnel (pléthorique) à l'entrée est très peu aimable. Ne vaut pas la visite !»

Lorsqu'on analyse bien ces plaintes formulées par certains visiteurs, on peut tout de suite comprendre avec Grönroos, C. (1990) que six critères permettent au visiteur d'évaluer les services proposés par ces musées.

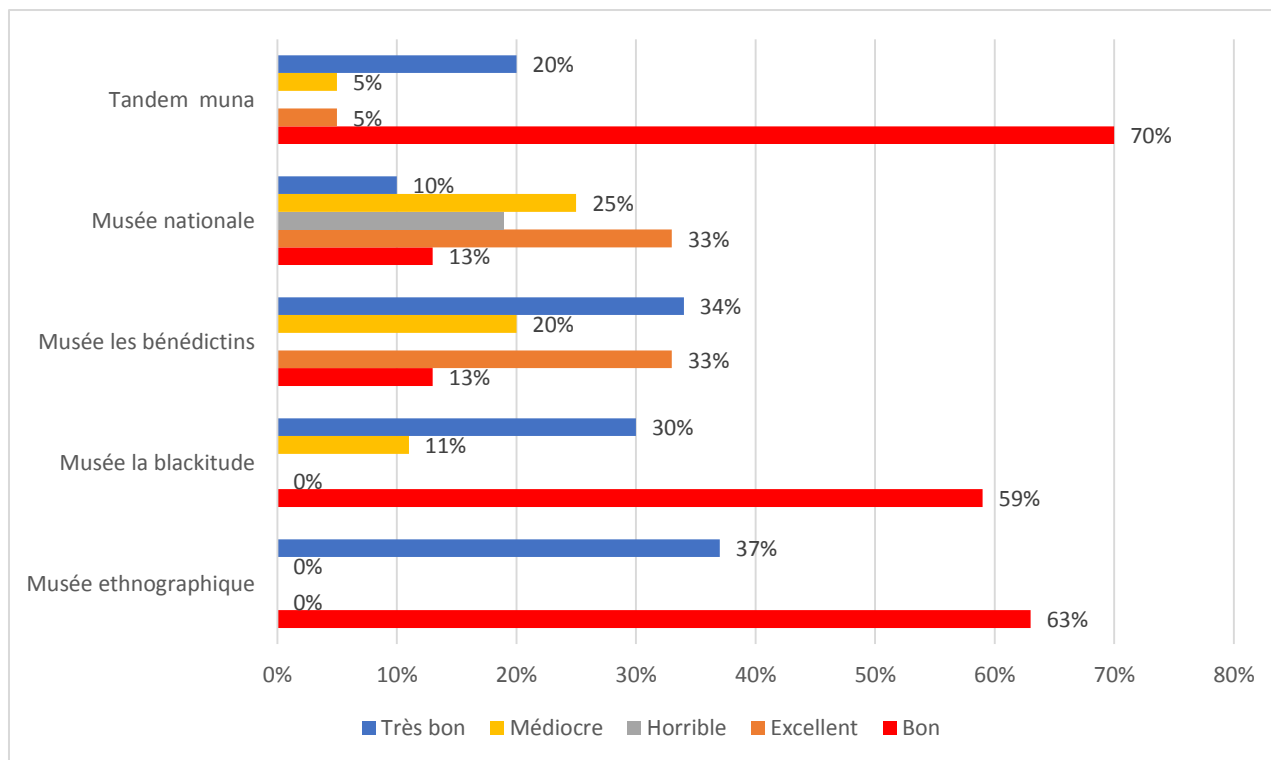
Tableau 10: Les six dimensions de la qualité du service perçu par les visiteurs

Dimension	Contenu
Professionalisme/techniques	La perception du consommateur selon laquelle le fournisseur de service, d'employés, du système de transmission et de ressources physiques sont appropriés et compétents pour résoudre des problèmes éventuels. (Critère lié au résultat)
Attitude/comportement	La perception du consommateur selon laquelle les employés tentent de résoudre des problèmes de consommateur avec gentillesse et spontanéité. (Critère lié au processus)
Accessibilité/flexibilité	La perception du consommateur selon laquelle l'accès au fournisseur de service et à tout le fonctionnement du système de fournisseur est en conformité aux besoins et aux désirs de consommateur. (Critère lié au processus)
Fiabilité/confiance	La croyance de consommateur selon laquelle le fournisseur et son employé tiennent sa parole quoi qu'il en soit et lui offre le service en le considérant en priorité. (Critère lié au processus)
Récupération de service	La perception du consommateur selon laquelle le fournisseur essaie de trouver positivement une solution convenable au consommateur en cas d'erreur imprévue. (Critère lié au processus)
Réputation/crédibilité	La confiance du consommateur sur l'opération du fournisseur de service, la valorisation du prix que le fournisseur offre et la découverte de la performance et de la valeur dans le service offert. (Critère lié à l'image)

Source: Grönroos, C.(1990), *Internal Marketing-Theory and Practice: Service Marketing in a Changing Environment*, American Marketing Association, Chicago, IL, pp. 41-47

Par ailleurs, il est aussi important de souligner que la satisfaction du visiteur est aussi parfois liée au niveau d'émotion éprouvé par le visiteur au cours de sa visite. En effet, Watson, Clark et Tellegen (1988) classent l'émotion positive et négative, développent dix sous items pour les évaluer, et les nomment le PANAS (*Positive Affect and Negative Affect Scale*). « Intéressé », « excité », « fort », « enthousiastique », « fier », « vigilant », « inspiré », « déterminé », « attentif » et « actif » sont des items mesurant l'émotion positive. « Angoissé », « ennuyé », « culpabilisé », « craint », « hostile », « irritable », « honteux », « nerveux », « tendu » et « peureux » mesurent l'émotion négative.

Pour le cas précis des musées de Yaoundé, la plupart des visiteurs semblent tout de même être contents et satisfaits de la visite et prêts à donner une mention « Bien » à ces musées.



Source : Enquêtes de terrain, 2015

Figure 15 : Evaluation de la visite des différents musées par les visiteurs

Il faut dire que les avis sont assez contrastés. Pour certains, la visite dans les musées a été excellente, et pour d'autres, c'était tout simplement horrible. Une grosse surprise aussi relève du constat selon lequel ce sont les visiteurs du musée national qui ont qualifié leur visite de très horrible. Pour ces visiteurs, le musée national brille plus par ses multiples arnaques que par ses services. Un constat qui se dégage aussi est que la plupart des visiteurs qui estiment que la visite était excellente sont en majorité des camerounais. En effet, un visiteur camerounais rencontré au musée national souligne :

« Le site est magnifique avec sa grande cour et les statues Tikar à l'entrée. Plusieurs salles consacrées aux objets d'arts musicaux. Vous y trouverez d'ailleurs le Saxophone du grand Manu Dibango avec laquelle il a composé "Soul Makossa" qui avait été repris par Michael Jackson et Rihanna. Une salle entière est consacrée au Polyptyque offert par l'école de peinture Poto Poto de Brazaville. A découvrir également une belle collection de masques traditionnels, vestiges préhistoriques, habitat et costumes traditionnels. Les guides sont vraiment dévoués à leur travail et vous entraînent comme dans une féerie dans les différentes salles vous abreuvant d'histoire. Vous avez la possibilité de prendre de belles photos dans le vaste jardin à l'extérieur et même devant la reine mère Tikar à l'entrée. »

Les étrangers quant à eux, sont un peu plus modérés dans leur appréciation. On peut supposer que leur appréciation est influencée par la comparaison qu'ils font entre les multiples musées qu'ils ont eu à visiter tout au long de leurs multiples voyages à l'échelle mondiale.

IV.4. Les problèmes rencontrés par les musées de Yaoundé

Les problèmes d'organisation et de gestion

IV-4-1. Les problèmes liés aux ressources humaines

IV-4-1-1. Une insuffisance considérable de personnel

La plupart des musées de Yaoundé sont marqués par une insuffisance de personnels. Les défis qui attendent les établissements, constituent une réalité certaine. Cette situation freine considérablement l'évolution de ces musées.

A titre d'exemple, nous pouvons soulever le cas du musée la Blackitude qui héberge le siège de l'ICOM Cameroun. De ce fait, certains membres du personnel de la Blackitude occupent en même temps des postes au sein de l'ICOM Cameroun. En gros, les effectifs du personnel dans ces musées de Yaoundé sont assez réduits.

Tableau 11: Effectif du personnel dans les musées de Yaoundé

Musées	Effectifs
Musée national	12
Musée la Blackitude	03
Musée les Bénédictins	04
FSTM	04
Musée ethnographique des peuples de la forêt	03

Enquêtes de terrain, 2015

En dehors du musée national et du musée de la Blackitude dont le personnel travaille exclusivement pour les causes du musée, le personnel des autres musées est partagé entre les travaux du musée et autres activités parallèles.

La question de l'effectif du personnel est très sensible et délicate dans la progression des activités du musée. En effet, dans un entretien mené avec un responsable rencontré au Ministère des Arts et de la Culture, on nous apprend que le MINAC, non seulement ne dispose pas de corps, mais aussi souffre d'une légendaire carence en personnel. Par ailleurs, depuis son ouverture, le musée national n'a toujours fonctionné qu'avec des temporaires recrutés par le MINAC et des bénévoles.

IV-4-1-2. Un personnel très peu formé et inexpérimenté

Les données issues des investigations de terrain ont permis de mettre en exergue la réalité selon laquelle le rôle du musée ne se limite pas à la simple collecte et l'exposition des objets d'art. Ces objets d'art ne peuvent en effet tenir un discours éloquent que s'ils sont faits par des personnes expérimentées. Dans ces musées, on note une sorte d'amateurisme des employés, il n'existe presque pas de spécialistes, et la majorité du personnel, surtout dans les musées privés, s'emploient à d'autres activités lorsqu'il n'y a pas de visiteurs.

Si nous prenons le cas de la FSTM, on a pu relever que la nommée Marie Noëlle SOSSO, titulaire d'un Master en Management avait été recrutée comme Assistante de Direction. Aujourd'hui, elle se retrouve aussi bien au restaurant, à l'accueil, etc. et même au musée. Cela témoigne sans doute de beaucoup d'amateurisme car non seulement la concernée n'est pas

occupée au poste pour lequel elle a été recrutée, mais elle est aussi, en fonction des besoins affectés dans des domaines où elle n'a aucune expérience, ce qui constitue un gros problème pour l'évolution de ces musées.

En gros, on peut conclure que le personnel des musées, dans sa grande majorité n'a presque jamais reçu de formation muséologique appropriée. Il serait donc excessif de les qualifier d'incompétent, d'où la nécessité d'établir une nuance entre ignorance et incompétence du personnel. On peut dire avec ONDOBO Luc (2011) qu'on est ignorant dans la mesure où on n'a jamais été initié dans un domaine. Dans ce cas, on est excusable. Par contre, un incompétent est celui qui a reçu une formation professionnelle précise, mais incapable d'appliquer les instructions reçues.

IV.4. 2. Les problèmes financiers

Le financement des activités muséales dans la ville de Yaoundé est un problème crucial. Il est clair que toute entreprise se doit d'investir afin de pouvoir en tirer les bénéfices. C'est cette dure situation que vivent nos musées de Yaoundé. En principe, pour le cas précis des musées privés, ce sont les promoteurs qui supportent tous les frais nécessaires au fonctionnement du musée.

En effet, les fonds nécessaires ici serviront à gérer un certain nombre de problèmes inhérents au musée :

IV-4-2-1. La collection des objets

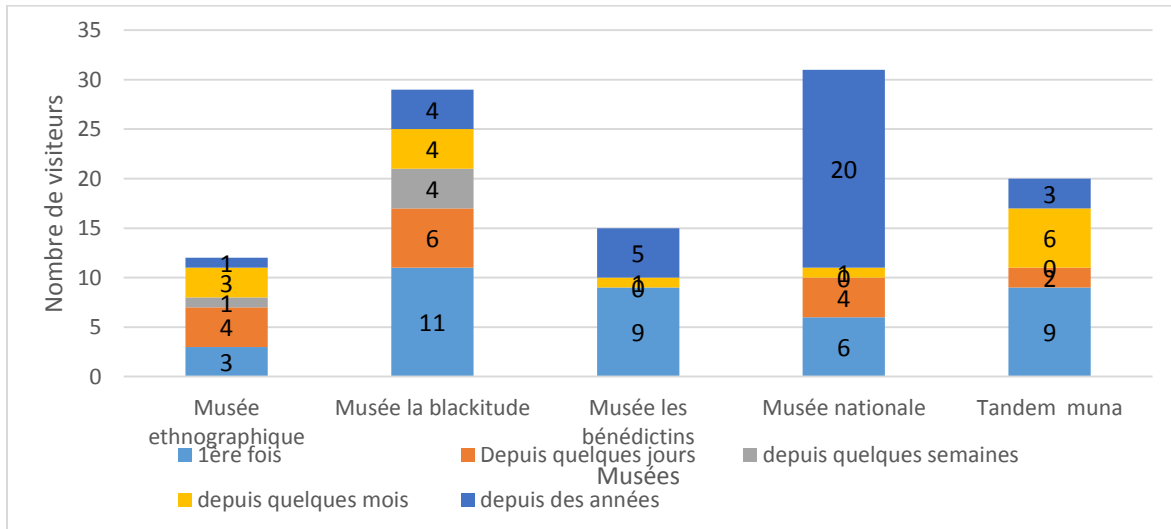
Il s'agit ici de l'ensemble des dépenses liées à l'acquisition et la conservation des objets d'arts. Pour ce qui est de la collecte de ces objets, on peut signaler qu'à l'exception du musée national dont les collections proviennent de toutes les aires culturelles du Cameroun et même de l'étranger, les autres musées privés proposent des collections en majorité régionales. La diversité culturelle apparaît de plus en plus dans nos musées comme une grande richesse. Un visiteur approché à la FSTM signalait déjà après sa visite que : « ce musée est une très beau musée, mais j'aurais tout de même souhaité aussi y retrouver des œuvres provenant de toutes les dix régions du Cameroun telles que le littoral et même aussi les œuvres provenant du Mbam ». Par conséquent l'acquisition de ces objets nécessite des moyens financiers assez considérables. Ainsi, la résultante de cette situation justifie donc la monotonie des collections dans ces musées, ce qui amène certains visiteurs à ne plus trouver d'intérêt à visiter le musée.

IV-4-2-2. La question de l'entretien des objets

Tout comme la collecte des objets d'art, l'entretien de ces objets nécessite aussi des moyens financiers importants. Dans la plupart des musées que nous avons visités, l'état de conservation des objets était assez déplorable. Nous y avons observé des fragments de peintures qui se détachent, des perforations faites par les insectes, etc. Cette situation montre en effet un sérieux manque dans la conservation de ces produits de musées. Cette réalité a été très frappante au musée la Blackitude et à la FSTM où nous avons été régulièrement en face des objets en très mauvais état. On peut donc conclure avec ONDOBO (2009) que la sérieuse dégradation que présentent ces expositions émane à la fois d'une polypathologie dont les causes se résument en l'ignorance, l'incompétence, la négligence et la manque de moyens financiers. En gros, l'entretien des collections coûte énormément cher aux musées.

IV-4-3. Les problèmes de médiatisation

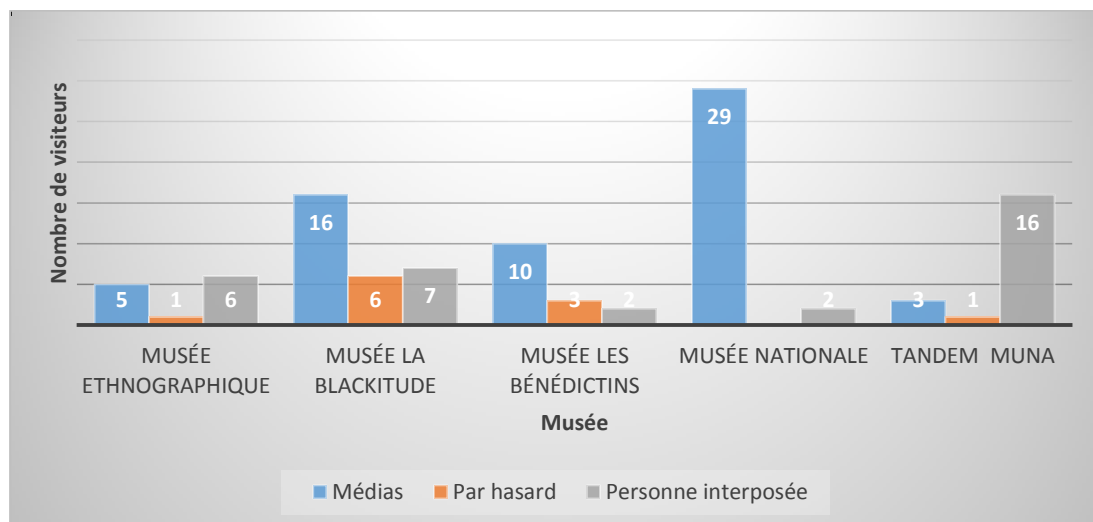
L'un des plus grands problèmes auxquels nos musées doivent faire face est l'insuffisance de la communication. En effet, cette communication peut être appréhendée à 2 niveaux : la communication interne (au sein du musée) et la communication externe (avec le monde extérieur). C'est sans doute ce qui explique que la majorité des visiteurs en soient seulement à leur première visite dans les musées. Seul le musée national semble ne pas être aussi méconnu.



Source : Enquêtes de terrain, 2015

Figure 16: Fréquence de visite des musées

La publicité fait cruellement défaut dans ces musées. En effet, sur les 107 visiteurs interrogés, très peu ont affirmé avoir été informé par les médias. La plupart ont été informés par personne interposés, mis à part le cas du musée national qui médiatise au maximum l'ensemble de ses activités. Nous pensons donc que c'est suite à ce mutisme médiatique, que beaucoup de personnes ignorent l'existence des musées.



Enquêtes de terrain, 2015

Figure 17: Moyens de découverte des musées

Nous pouvons constater à partir de la figure 17 que les médias ne constituent pas la principale source de connaissance des musées. L'implication des médias nationaux et internationaux dans la promotion de ces musées demeure faible et peu coordonnée, Ces musées fonctionnent presque tous dans l'anonymat. Rien n'indique leur présence dans la ville. Or les médias constituent un important outil de vulgarisation du potentiel et de la conscience touristique d'un pays. Cependant, ces musées pour la plupart ont mis sur pied des prospectus, des brochures, des catalogues, mais cela semble insuffisant pour attirer l'attention des visiteurs.



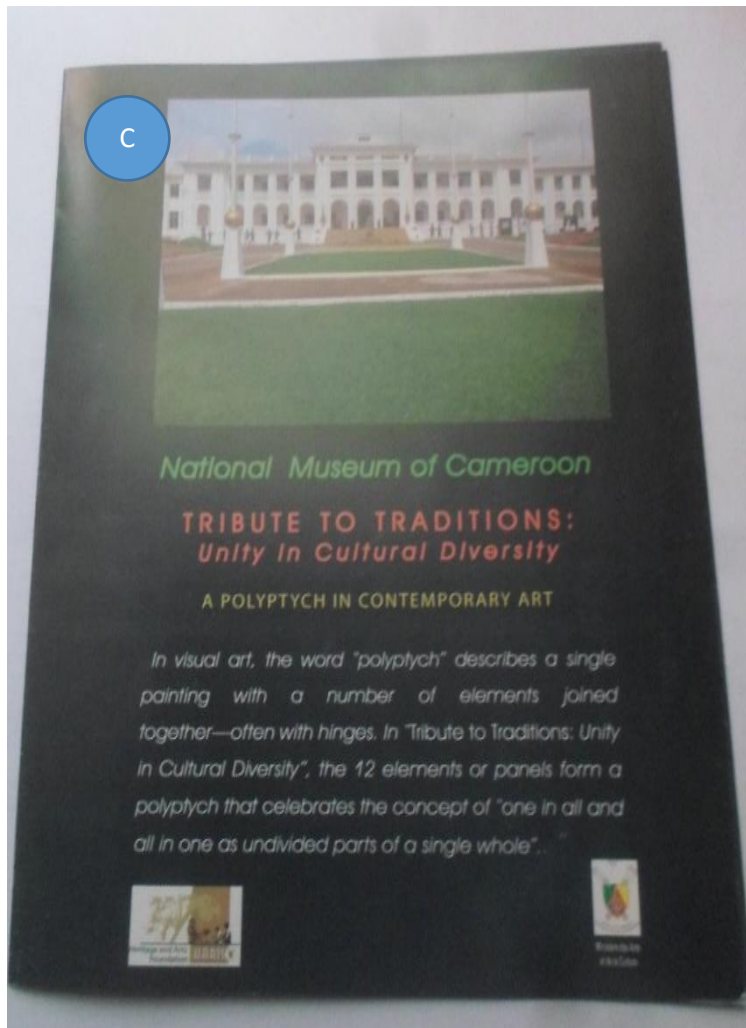


Planche 9: Quelques brochures mis en place par certains musées

On peut observer sur la planche 9 que certains musées ont tant bien que mal mis en place des brochures pour sensibiliser le grand public sur l'existence et les services proposés par le musée. En effet, on peut constater qu'en dehors du musée national qui a produit régulièrement des brochures (C), certains musées privés, notamment le musée la blackitude (A) et le musée ethnographique (B) ont le mérite de produire aussi des prospectus et des brochures.

En somme, on retiendra qu'il existe 5 principaux musées dans la ville de Yaoundé et qui proposent des services divers aux visiteurs. Plusieurs problèmes handicapent considérablement le développement et la prospérité de ces musées, mais ils contribuent tout de même dans la promotion du tourisme.

**TROISIEME PARTIE : VERIFICATION
DES HYPOTHESES, CRITIQUES ET
RECOMMANDATIONS**

CHAPITRE V : VERIFICATION DES HYPOTHESES

Au début de nos travaux de recherche portant sur les musées à Yaoundé et impact sur le développement du tourisme, 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 donc, à la fin de notre travail, de vérifier si ces hypothèses se confirment ou s'infirmement.

V.1. Des hypothèses presque validées

Les hypothèses que nous avons émises au début de notre travail sont en partie validées mais reste cependant incomplètes. Elles se trouvent consignées dans le tableau ci-après :

Tableau 12: Hypothèses émises et leur niveau d'appréciation

Numéro	Hypothèses	Appréciations
1	les musées de Yaoundé sont de diverses catégories	Hypothèse entièrement validée (100%)
2	les acteurs impliqués dans la gestion des musées de la ville de Yaoundé sont d'ordre public, privés	Hypothèse validée, mais incomplète
3	les musées de Yaoundé souffrent d'un problème de gestion et les responsables mettent un accent sur les campagnes médiatiques pour y remédier	Hypothèse validée, mais reste incomplète
4	l'activité muséale à Yaoundé a un impact économique et social majeur dans la promotion et le développement du tourisme	Hypothèse entièrement validée (100%)

Conçu par Makou, 2015

Hypothèse 1 :

La première hypothèse qui stipule que les musées de Yaoundé sont de diverses catégories, répond à la première question spécifique à savoir : quels sont les différents musées de la ville de Yaoundé ? Cette hypothèse est bien vraie, dans la mesure où nous avons dénombré dans la ville de Yaoundé deux grandes catégories de musées à savoir les musées publics et les musées privés. En effet, parmi les musées que nous avons identifiés dans la ville de Yaoundé, seul le musée national apparaît comme une institution publique, les quatre autres musées sont des initiatives privées. Mais, il faut noter que ces musées sont aussi représentatifs les uns des autres.

Tableau 13: représentativité des musées visités à Yaoundé

Musée		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Publics	Musée nationale	31	26,1	29,0	29,0
Privés	Musée la Blackitude	29	24,4	27,1	56,1
	Musée ethnographique	12	10,1	11,2	67,3
	Musée les bénédictins	15	12,6	14,0	81,3
	Tandem Muna	20	16,8	18,7	100,0
	Total	107	89,9	100,0	

Enquêtes de terrain, 2015

Hypothèse 2

A la question « quelles sont les acteurs impliqués dans la gestion des musées dans la ville de Yaoundé ? », la deuxième hypothèse émise est que les acteurs impliqués dans la gestion des musées de la ville de Yaoundé sont d'ordre public, privés et même les nationaux et les étrangers. Si cette hypothèse a été vérifiée sur le terrain, il est cependant important de relever qu'elle reste tout de même incomplète car on note également la présence des ONG et organismes intergouvernementaux.

Tableau 14: Diversité d'acteurs impliqués dans l'activité muséale à Yaoundé

Catégories d'acteurs	Institutions
Institutionnels	Ministère des arts et de la culture (MINAC)
	Ministère du Tourisme (MINTOUR)
Organisations Intergouvernementales	Organisation Mondiale du Tourisme (OMT)
	Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture (UNESCO).
	La Banque mondiale (BM)
Organisations Non Gouvernementales (ONG)	Le Conseil International des Monuments et des Sites (ICOMOS).
	L'Union Internationale pour la Conservation de la Nature (UICN).
	Le conseil international des musées (ICOM)
Les autres acteurs	Les promoteurs de musée
	Les donateurs
	Les chefferies traditionnelles
	Les visiteurs / touristes

Enquêtes de terrain, Janvier 2016

Hypothèse 3

L'hypothèse selon laquelle les musées de Yaoundé souffrent d'un problème de gestion et les responsables mettent un accent sur les campagnes médiatiques pour y remédier répond à la question portant sur les problèmes rencontrés par ces musées et les différentes politiques développées. La plupart des visiteurs semblent en effet très déçus d'un certain nombre de services offerts par les musées. Par ailleurs, en faisant une étude croisée et un test de Khi-deux, entre les musées de la ville et les éléments déplaisants y retrouvés, on obtient les données du tableau ci-après.

Tableau 15: Test de Khi-deux entre les musées visités et les éléments déplaisants des musées

Elément d'analyse	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-deux de Pearson	26,897 ^a	16	,043
Rapport de vraisemblance	31,014	16	,013
Association linéaire par linéaire	1,662	1	,197
Nombre d'observations valides	35		

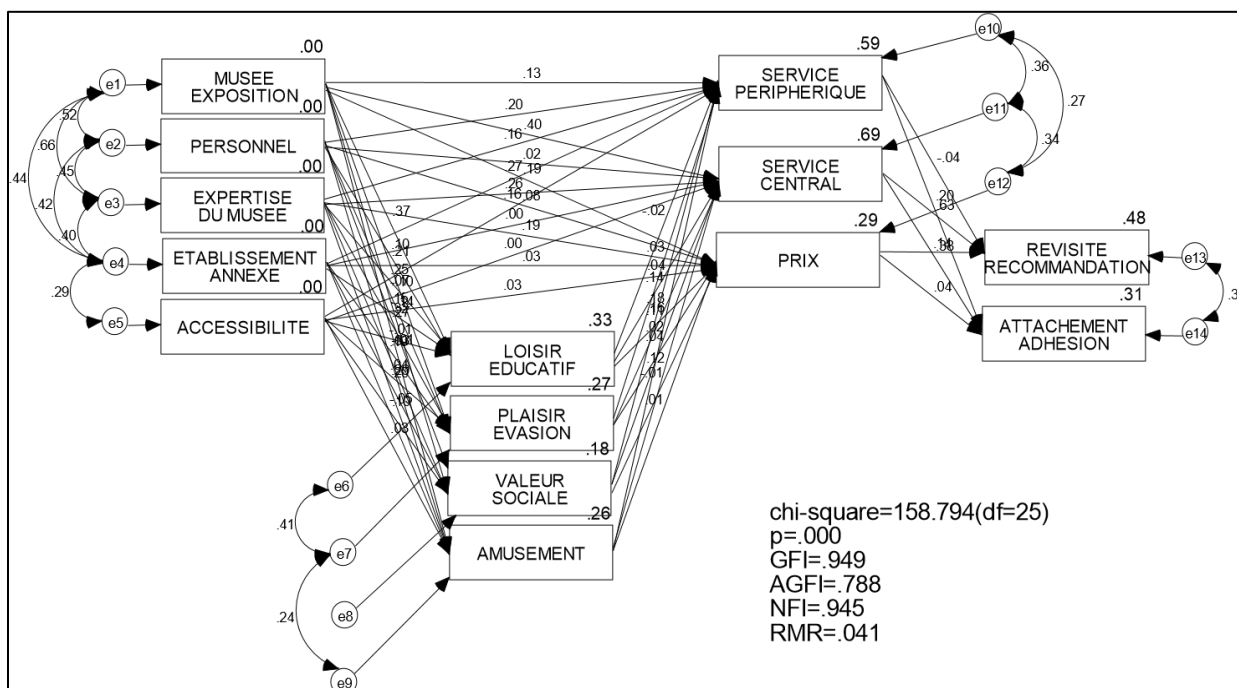
a. 25 cellules (100,0%) ont un effectif théorique inférieur à 5. L'effectif théorique minimum est de ,23.

Le tableau permet de constater que la valeur du test de khi-deux de Pearson nous donne une valeur de 0,45, ce qui signifie qu'il existe bel et bien une relation entre ces musées et les problèmes formulés par les visiteurs. Mais il importe de signaler que cette valeur met aussi en exergue la réalité selon laquelle cette relation est très peu significative.

Cette hypothèse se trouve donc être validée, mais reste incomplète vu la panoplie de problèmes que nous avons pu dénombrer sur le terrain, donc ne parler que de la gestion serait prendre en compte qu'une infime partie des problèmes de ces institutions. Il serait donc important de relever outre les problèmes de gestion, les problèmes d'insuffisance du personnel et surtout qualifié, les problèmes financiers problèmes de faible médiatisation...

Hypothèse 4

A la question de savoir quel est l'impact de l'activité muséale dans la promotion du tourisme à Yaoundé, la réponse provisoire était que l'activité muséale à Yaoundé a un impact économique et social majeur dans la promotion et le développement du tourisme. Au vu des résultats, ladite réponse peut être prise en considération, mais il faut tenir compte de d'autres paramètres. En effet, il est important de signaler que la promotion du tourisme par l'activité muséale est tributaire de plusieurs acteurs qui s'imbriquent et se complètent les uns aux autres non seulement pour une satisfaction maximale du visiteur mais également pour une augmentation des revenus liés à l'activité touristique, booster l'économie au travers de cette activité, vendre et promouvoir la culture qui est la leur afin de multiplier le nombre de touristes et enfin créer des emplois.



Enquêtes de terrain, 2015

Figure 18: Evaluation de l'activité muséale à Yaoundé

La figure 18 montre en effet que l'activité muséale à Yaoundé constitue un élément important dans la promotion du tourisme dans la ville de Yaoundé. Une étude minutieuse de cette activité montre qu'il existe une interaction entre les différents indicateurs de l'activité muséale et des indicateurs touristiques. Cela permet de comprendre que l'activité muséale a effectivement une influence majeure dans la promotion du tourisme au Cameroun.

V.2. Limites des hypothèses

Considérant l'appréciation qui a été portée aux hypothèses précédemment ou alors les résultats, fort est de constater que lesdites hypothèses décèlent des limites qui permettent au mieux de répondre aux questions que nous nous sommes posées.

Relativement à la première hypothèse, sur la base des résultats obtenus, nous pouvons dire qu'elle a été validée à 100%. En effet, dans la ville de Yaoundé nous avons effectivement dénombré deux catégories de musées, les musées publics et les musées privés. Le calcul du pourcentage a été effectué en utilisant une règle mathématique : la règle de trois. Nous avons en effet considéré que l'ensemble des deux (02) catégories identifiées équivalait au pourcentage de 100.

L'évaluation de la seconde hypothèse, à l'exemple de la première, montre en effet que les caractéristiques émises devraient être complétées par les autres distinguées dans les résultats, à savoir les acteurs tels que les ONG et les organismes intergouvernementaux. Quantifier le pourcentage de validation ici, est un exercice assez difficile dans la mesure où il s'agit ici de variables qualitatives.

Selon les résultats obtenus vis-à-vis de la troisième hypothèse, nous pouvons dire qu'en plus des problèmes de gestion soulignés au départ, on note aussi un manque de personnel, surtout qualifié, le manque de financement, les problèmes de collection et d'entretien des objets d'art, l'insuffisance de la médiatisation. Notons cependant que certains se démarquent en faisant un peu de publicité à travers des dépliants (le musée national, la blackitude, le musée ethnographique et d'histoire des peuples de la forêt).

L'hypothèse portant sur l'impact de l'activité muséale dans la promotion du tourisme à Yaoundé se trouve être validée car ils sont considérés comme point d'appui au développement touristique, une dimension cachée du tourisme.

Au regard de l'évaluation d'ensemble des postulats de départ émis en rapport avec les questions posées pour anticiper sur les résultats de terrain, nous pouvons dire que ceux-ci ont été plus ou moins validés. Le dernier postulat est de loin, le principal qui se trouve être validé approximativement à 100%. Si cette critique d'évaluation de l'ensemble des hypothèses se trouve être un exercice pertinent du travail de recherche, il faut aussi noter que celle de la méthodologie l'est aussi autant qu'elle.

CHAPITRE VI : CRITIQUES ET SUGGESTIONS

Dans cette partie, nous allons dans un premier temps présenter les différentes limites de notre travail, ensuite nous proposerons quelques solutions aux problèmes des musées suscités. Il est question pour nous d'améliorer non seulement l'environnement muséal, mais aussi de susciter l'intérêt des populations pour les établissements museaux.

VII.1. CRITIQUES

Notre travail présente quelques insuffisances sur le plan méthodologique et même scientifique

VII-1-1. Critiques méthodologiques

A la fin de tout travail de recherche, il est 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 probablement eu une incidence sur les résultats produits.

VII.1.1.1. Apports de la méthodologie

- **Dans recherche documentaire**

La méthodologie utilisée dans notre étude à savoir la méthode hypothético-déductive a consisté en une recherche documentaire dans divers centres de documentation. Cette méthode nous a été très bénéfique, car elle nous a permis d'identifier les vides scientifiques à propos de l'activité muséale dans la ville de Yaoundé, tout en nous permettant d'élaborer la revue de la littérature. Cette méthode a pour mérite de produire des informations authentiques, fiables, et crédibles, car à travers la revue de la littérature, elle nous évite toute redite. Aussi, cette étape de la recherche a été complétée par des enquêtes de terrain et le traitement des données recueillies.

- **Dans le 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 précis l'information. Il s'agit en effet :

- des logiciels SPSS, Excel et Statistiques qui a permis de faire analyses statistiques sur les données quantitatives.
- du logiciel Adobe Illustrator CS et Quantum Gis pour la réalisation des cartes pour la spatialisation du phénomène étudié.
- du programme Microsoft Word pour la saisie et la restitution du travail.

S'il est vrai que cette méthodologie a eu des avantages, elle connaît cependant quelques limites.

VII.1.1.2 Limites de la méthodologie

Notre méthodologie présente quelques limites qui sont observables au niveau de l'échantillonnage, de la collecte des données, et aussi de l'administration du questionnaire d'enquête.

- **L'échantillonnage**

Le principal problème ici réside au niveau de l'élaboration de l'échantillonnage. En effet, nous avons pris pour base de sondage les données issues de nos propres investigations et des estimations faites par les responsables des différents musées. Ainsi, pour déterminer l'effectif des visiteurs de chaque musée, Nous aurions préféré entrer en possession du « cahier d'or » pour relever les statistiques sur le nombre de visiteurs par année dans chaque musée. Mais ça n'a pas été possible, car les responsables de musée, très craintif, ont préféré nous les donner oralement, ainsi, nous pouvons penser que dans la crainte, ils ont pu nous donner des informations peu fiables, pour éviter de divulguer les chiffres de leur établissement.

- **La collecte des données**

Cette étape s'est faite sur une période assez courte. Ce temps relativement court n'a pas permis de multiplier les entretiens avec une partie de la population cible, notamment les Visiteurs, ce qui a conduit à une insuffisance des informations collectées.

- **L'exploitation du questionnaire**

Il s'agit ici de l'administration du questionnaire et le guide d'entretien. En effet, il n'a pas été aisé pour nous de passer ces questionnaires dans la mesure où les visiteurs n'étaient pas toujours disponibles pour nous. Ils nous donnaient parfois des réponses à la hâte, juste pour se débarrasser de nous, c'est pourquoi certaines informations peuvent créer une confusion dans le travail effectué.

Pour ce qui est des gestionnaires de musée, certains étaient parfois très retissant à l'idée de s'entretenir avec nous. Ils se comportaient comme si nous étions des agents de contrôle qui sur le terrain se font passer pour des étudiants pour mieux leur soutirer des informations sur leur activité. En effet, malgré l'attestation de recherche que nous avons pu leur présenter, certains ont quand même refusé de nous recevoir sous prétexte que les informations qui relèvent de leur établissement sont purement confidentielles. Et pour d'autres, ils ont pu nous fournir des informations pas très fiables pour se protéger de nous. Ainsi, à certaines questions posées au gérant d'un musée, celui-ci nous répond :

« Madame, c'est le secret de la maison contentez-vous du fait qu'on vous a accueilli dans cet établissement, ailleurs, il n'en serait pas pareil. »

VII-1-2. Critiques scientifiques

Ce travail présente des insuffisances pour ce qui est de l'organisation des chapitres. En fait, on note un déséquilibre dans les chapitres. Dans le souci d'apporter plus de lumière au phénomène étudié, nous avons trouvé toutes les informations fournies indispensables, c'est pourquoi on peut observer cette extension dans la deuxième partie.

Dans la rédaction, l'homme n'étant pas parfait, on enregistre quelques fautes et erreurs. En effet, notre étude relève le fossé existant entre la mise en œuvre du concept de musée et la pratique sur le terrain dans la valorisation de ceux-ci. Certains responsables de

musée ne se rendent pas compte de la place importante qui est la leur dans la promotion culturelle, ils sont parfois plus préoccupés par les gains qu'ils se feraient dans la gestion de cette structure que par l'impact que celle-ci aurait sur les populations. Pourtant les musées sont les gardiens de la culture africaine, lieux qui permettent de se retrouver et par la même conserver notre identité.

VII.2. SUGGESTIONS

Face aux problèmes (gestion, financier, non qualification du personnel, coût élevé...) que posent l'activité des musées et la culture au Cameroun et à Yaoundé, quelques recommandations peuvent être faites pour contribuer à promouvoir non seulement la culture Camerounaise, mais aussi faciliter le décollage de l'activité muséale afin de garantir le développement touristique.

VII.2.1. A l'endroit des responsables des musées

A partir des données de terrain, nous avons pu mettre en relief un certain nombre de propositions formulées par les visiteurs en fonction des musées visités.

Tableau 16: propositions formulées par les visiteurs à l'endroit des musées pour améliorer leur activité

Nom du musée visité	Propositions				Total
	Former le personnel	Revoir les prix à la baisse	Médiatisation des services	jours portes ouvertes	
Musée nationale	10	4	13	4	31
Musée la blackitude	10	4	13	2	29
Musée ethnographique	2	1	6	2	11
Musée les bénédictins	3	0	8	4	15
Fondation Tandeng muna	4	1	7	8	20
Total	29	10	47	20	106

Enquêtes de terrain, 2016

VII.2.1.1. Former le personnel

Il est important que ceux-ci comprennent que le bien être de leur structure passe par le personnel de qualité. Ainsi, ils devraient mettre l'accent sur la formation du personnel en place ou du moins recruter un personnel formé dans le domaine. Que ce soit les guides, les conservateurs, les secrétaires... ils faut leur donner une attention particulière pour ce qui est de leur formation, car ils sont la clé de la bonne marche d'un musée et sont au quotidien en contact avec les visiteurs, dont le retour prochain au musée sera fonction de l'accueil qu'ils ont précédemment eu au musée.

Toutefois, le personnel doit aussi être formé en matière d'entretien des objets d'art qui sont exposés dans le musée car ceux-ci valent une fortune et ne sauraient attirer les visiteurs s'ils sont défectueux. Lorsque le responsable d'un musée parvient à faire sa collection, ce qui n'est déjà pas facile, le personnel devrait lui donner une grande valeur, en maîtrisant les

techniques et méthodes d'entretien, ceci éviterait les pertes et favoriserait ainsi la promotion de la culture.

En effet, on ne peut exercer un métier sans l'aimer donc les responsables de musée doivent être des « amoureux » de la culture et des objets d'art, ils doivent être des exemples même de promotion culturelle, des personnes ressources sur qui on s'appuierait pour retrouver son identité. Ils doivent s'investir à fond pour attirer un maximum de visiteurs venant d'horizon divers.

Les promoteurs de musées doivent s'organiser en association, c'est-à-dire créer une structure au sein de laquelle ils pourront échanger, partager leur savoir et réfléchir ensemble sur les stratégies à mettre en place pour mener à bien leur activité.

VII.2.1.2. Médiatisation

Les responsables de musée doivent faire un maximum de publicité pour se faire connaître de par la radio, la télévision, les dépliants, les annonces dans les journaux, les plaques publicitaires, ...organiser les journées portes ouvertes pour sensibiliser au mieux les populations sur la culture. Pendant notre investigation, nous avons eu du mal à retrouver certains musées, ceci peut justifier pourquoi les gens n'y vont pas. Donc le faire changerait pour beaucoup l'environnement muséal. Cette médiatisation doit passer par un certain nombre de techniques.

- Internet

Les musées doivent développer leur propre site Internet. Ces sites doivent être très bien structurés et donner beaucoup d'informations sur les expositions actuelles, futures ou passées. Il est vrai que la plupart de ces musées disposent des sites internet, mais il faudrait y mettre toutes les informations susceptibles d'aider toute personne intéressée par les activités muséales.

- Les médias

Les médias (télévision, radio et presse écrite) apparaissent aujourd'hui comme des moyens privilégiés pour médiatiser au maximum les activités de musée. Le choix des partenaires médias se fait surtout pour attirer le plus large public possible.

Concernant l'accueil de ces visiteurs, le musée doit s'assurer que les visiteurs connaissent le musée, pourront s'y rendre, et que leur visite sera bien accompagnée. Ainsi, le musée doit investir dans une communication internationale.

VII.2.1.3. La création des activités parallèles

Il est cependant important de créer au sein des musées, les activités parallèles pour satisfaire les attentes des visiteurs et les mettre à leur aise. Il s'agit par exemple de créer des aires de jeu pour enfants, pour qu'une fois arrivé avec leurs parents, qu'ils ne s'ennuient pas. Créer des salles de spectacles, des coins de rafraîchissement, une bibliothèque pour mieux s'informer, un espace réservé aux cours de langues vernaculaires, danses traditionnelles... tout ceci ferait non seulement le bien des visiteurs mais aussi pourrait accroître les entrées des musées qui se plaignent déjà d'un manque criard de financement.

Par ailleurs, afin d'assurer sa compétitivité, le musée doit mettre en évidence sa valeur et ses bénéfices afin d'attirer l'attention et le choix des visiteurs. Pour ce faire, les dirigeants de musée doivent adopter des approches interdisciplinaires pour présenter et offrir au public des produits ou des services. D'ailleurs, ils doivent développer des programmes susceptibles de satisfaire l'attente et le besoin des visiteurs, tout en considérant leurs classes et leurs motivations de visite. Le fait le plus important à ne pas oublier dans cette planification est que la visite du musée n'est qu'un loisir, une sorte de dérapage du quotidien, un médicament efficace contre le stress conduisant le visiteur à une détente mentale et physique. Enfin, visiter un musée est une sorte d'apprentissage au travers de nouvelles expériences.

VII.2.2. A l'endroit de l'Etat et des ONG

Ceux-ci sont des acteurs incontournables de la promotion de la culture à travers les musées. Ils doivent donc accompagner les établissements de musée en leur accordant des subventions, en facilitant la réalisation des projets mis sur pieds dans ces musées. Les accompagner aussi dans la médiatisation de cette activité au plan national et international, leur faciliter l'obtention des visas pour voyager et visiter des musées occidentaux en vue de se former et d'améliorer la gestion de leurs musées.

L'Etat doit réglementer le secteur des musées, les textes de loi qui régissent ce secteur doivent être adoptés et connus de tous pour éviter que ceux-ci ne fonctionnent dans l'anarchie. Il devrait sensibiliser les jeunes sur l'importance de la culture et des musées qui leur permettent de renouer avec le passé et connaître leur histoire. Créer des centres spécialisés pour former des jeunes. D'après les données recueillies sur le terrain, plusieurs attentes à l'égard de L'Etat ont été formulées :

Tableau 17: Perspectives de l'activité muséale à Yaoundé

DIMENSIONS	ATTENTES
Règlementation de l'activité	-Réglementer ce secteur pour éviter l'anarchie car on note un vide juridique ; -Mettre en place un programme de sécurisation et d'inventaire du patrimoine.
Aménagement du cadre travail	Faciliter l'obtention des pièces y afférentes (résoudre le problème de lenteurs administratives et la corruption dans les bureaux afin d'apporter plus de transparences dans l'exercice des différentes tâches).
Financement	Accorder des financements permettant aux responsables de mettre sur pieds des politiques pouvant booster cette activité et aussi se procurer le matériel adéquat et le personnel de qualité .
Encadrement	-Créer des centres de formation des jeunes en matières de conservation, accueil, guide et aussi organiser des séminaires de formation des agents déjà en services sur les nouvelles méthodes de gestion du patrimoine culturel ; -Sensibiliser la population camerounaise à ses valeurs culturelles afin d'aboutir à une réappropriation de son patrimoine matériel et immatériel.

Enquêtes de terrain 2016

VII.2.3. A l'endroit des communautés locales

Les élites locales peuvent aider dans la sensibilisation des populations sur les enjeux liés à la conservation de leur patrimoine. Les actions à mener peuvent ainsi consister à :

- Lutter contre l'exode rural des jeunes en les impliquant dans les activités culturelles et touristiques
- Préserver et revitaliser les traditions culturelles menacées de disparition et présentant un attrait touristique
- Encourager et stimuler l'organisation d manifestations culturelles (festivals, fêtes, semaines culturelles, foires artisanales...) pour familiariser les jeunes à leur culture et leur permettre de retrouver leur identité.
- Organiser des rencontres mettant en contact les vieillards avec les plus jeunes, pour leur permettre de renouveler leurs connaissances sur les cultures traditionnelles, de les pratiquer et de les intégrer dans leurs valeurs.

Au vu de tout ce qui a été dit plus haut, il ressort que pour une gestion efficace des musées, il est important que ces trois groupes d'acteurs travaillent en collaboration et dans une synergie totale. Ainsi, la teneur de nos propositions peut être résumée à travers le schéma ci-après :

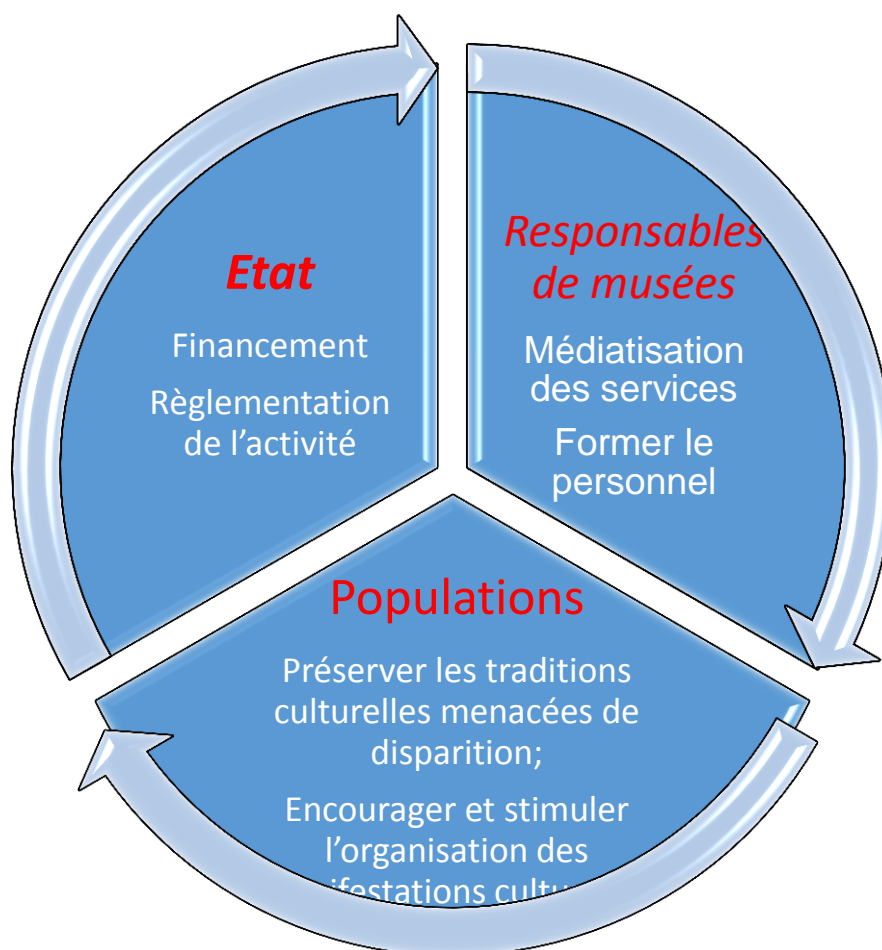


Figure 19: Perspectives pour une meilleure gestion des musées dans la ville de Yaoundé

CONCLUSION GENERALE

Parvenu au terme de notre étude qui portait sur les musées de Yaoundé et leurs impacts sur le développement du tourisme, il était question pour nous de montrer en quoi les musées influencent le développement du tourisme dans la ville de Yaoundé, nous pouvons conclure que les musées, gardien de la culture camerounaise, et véritables attraits touristiques sont des éléments majeurs de la promotion touristique. Ainsi, pour vérifier cette réalité qui au départ a constitué l'hypothèse principale, nous avons mené la recherche dans l'objectif d'analyser l'influence des musées sur le tourisme dans la ville de Yaoundé. Pour atteindre cet objectif, la méthodologie dont on s'est servi a consisté en la collecte des données secondaires d'une part, et la collecte des données primaires d'autre part, grâce aux observations directes, aux questionnaires, aux entretiens, interviews et au traitement ainsi qu'à l'analyse de ces données.

Il ressort de cette étude que le Cameroun possède une grande diversité culturelle qui peut se faire valoir par le biais des musées. Ces derniers constituent alors le reflet de la culture et de l'artisanat d'un peuple, ainsi lorsqu'ils sont bien gérés et même approvisionnés, ils sont d'excellents outils de promotion touristique. Cependant, l'implantation de ces musées est fonction de nombreux facteurs donc politiques et historiques, stratégiques (fonction des centres urbains), ainsi que des facteurs socio-économiques et culturels (diversité ethnique, attraction des villes sur les étrangers, pouvoir économique des populations).

Dans la ville de Yaoundé, il existe deux catégories de musée, (public et privés), exposant des produits de diverses natures, résumant les quatre coins du pays et même de l'Afrique. Le constat est clair sur le fait que les musées à Yaoundé sont une affaire surtout des personnes âgées et en majorité des hommes, on peut aussi se rendre compte que ce sont le plus souvent des personnes instruites qui s'y intéressent.

En effet, plusieurs acteurs sont impliqués dans l'activité muséale notamment les acteurs institutionnels, les organisations intergouvernementales, les organisations non gouvernementales et les acteurs privés chacun jouant un rôle précis et contribuant à sa façon à l'émergence de ces institutions. Malgré la coexistence de tous ces acteurs, les musées de Yaoundé connaissent tout de même une multitude de problèmes, entre autres, le manque de financement, la faible médiatisation, le manque de personnel surtout qualifié, les problèmes de collection et d'entretien des objets, l'absence d'une véritable loi régissant ce secteur. Pour résoudre ce problème, nous avons préconisé plusieurs solutions parmi lesquelles, l'octroi des subventions à ces institutions, l'amélioration de leur cadre de travail, la création des écoles adaptées à ce secteur, l'organisation des séminaires de formation du personnel de musée, encourager la médiatisation en vue de sensibiliser le public Camerounais sur l'importance des musées.

BIBLIOGRAPHIE

A. TEXTES, LOIS ET CONVENTIONS.

ICOM, (2001). Code de déontologie de l'ICOM pour les musées.

ICOMOS, (1990). Charte internationale pour la gestion du patrimoine archéologique.

UNESCO, (1972). Convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel, consultable en ligne sur : <http://whc.unesco.org/fr/conventiontexte>.

B. OUVRAGES GENERAUX ET AUTRES

ABBA, (2002-2003), « *Incidences du tourisme dans le processus de développement des communautés locales : le cas de l'Arrondissement de Mora* », 97p

AFRICA (2009), « *Les pratiques de conservation traditionnelle en Afrique* », Cratère-EAG, juillet 2001, Grenoble, France

ALLIBERT, D., (2005), « *Aller au musée : un vrai plaisir mais une attente de convivialité et de pédagogie* », CREDOC, Paris

AMAHAN (1991), « *Les grands musées. Un public essentiellement touristique* », in C. et Y. Lacoste (dir. publ.), *L'état du Maghreb*, Casablanca, Le Fennec, 1991, pp. 299-301.

BARBER, M. B. et Venkatraman, M. (1986), « *The determinants of satisfaction for a high involvement product : Three rival hypotheses and their implications in the health care context*, » *Advances in Consumer Research*, vol. 13, Richard Lutz, ed. Association for Consumer Research, Provo, UT., pp.316-320.

BARÇON Claudine (2003), « *Stratégies touristiques des villes, un délicat équilibre à trouver* », *Cahiers Espaces*, n°78, juillet 2003, pp. 54-66.

BENOIST, Luc, (1971), « *Musées et muséologie* », Presses Universitaires de France, Paris

CASTILLA, Americo, (2007), « *Une politique pour les musées du 21ème siècle en Argentine* », *Museum International* n°232, Unesco, Paris, pp. 44-53

COSTA, A. (1989) « *Mozambique, 1989, : faire des musées une source permanente d'enseignement et d'étude.* » *Museum*, 1989, n°161, p. 32-35

DELOCHE B, (2007) « *Définition du musée* », In MAIRESSE F. et DESVALLEES A ; vers une redéfinition du musée ? Paris, l'Harmattan.

DESVALLEES, A. (1985). « *Emergence et cheminement du mot patrimoine, Musées et collections publiques de France* », N° 208, Septembre, pp. 6 -- 29.

- DESVALLEES,A ,MAIRESSE, F,(2010)**, « *concepts de museologie* » ICOM, (ed),Armand collin,Paris,87p
- DIENER, E. et EMMONS, R. A. (1984)**, « *The Independence of Positive and Negative Affect,* » *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, pp. 1105-1117
- GRÖNROOS, C. (1982a)**, « *An Applied Service Marketing Theory,*” *European Journal of Marketing* », Vol. 18(7), p. 40.
- GRÖNROOS, C. (1982b)**, “*Strategic Management and Marketing in Service Sector,*” *Swedish School of Economics and Business Administration*, Helsingfor, Sweden, pp. 31-37.
- GRÖNROOS, C. (1984)**, « *A Service Quality Model and Its Marketing Implication* », *European Journal of Marketing*, 18:4, pp. 37-40.
- GRÖNROOS, C. (1990)**, « *Internal Marketing Theory and Practice: Service Marketing in a Changing Environment* », American Marketing Association, Chicago, IL
- GRÖNROOS, C. (1990)**, « *Service Management and Marketing: Managing the Moments of Truth in Service Competition* », Lexington Books
- GRÖNROOS, C. (1994)**, « *Relationship Marketing: The Strategy Continuum,* » *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24, pp. 252-254.
- GRÖNROOS, C. et RAVALD, A. (1994)**, « *The Value Concept and Relationship Marketing* », *European Journal of MARKETING*, Vol. 30(2), pp. 19-30.
- ICOMOS (2011)** « *Patrimoine Mondial en Afrique* » : Paris, UNESCO-ICOMOS Documentation Centre, 2011, 140p
- LAURENCE A ,Z(1991)**, « *problèmes et perspectives :le musée en Afrique* » 91p
- MUSEUM International (2006)** « *Afrique : les succès d’un Continent* », N° 229 / 230, 111p
- MVE NG, E. (1992)**, « *Protection et conservation du patrimoine culturel : A quand le musee national du Cameroun* », In *L’archeologie au Cameroun*, ESSOMBA, J.M., (ed), Khartala, Paris, pp. 287 – 293
- MVENG, E. (1992)**, « *Protection et conservation du patrimoine culturel : A quand le musée national du Cameroun* », In *L’archéologie au Cameroun*, ESSOMBA, J.M., (ed), Khartala, Paris, pp. 287 – 293
- NDOBO M. (1999)** . « *Les musées publics et privés au Cameroun* ». In : *Cahiers d’études africaines*, vol. 39, n°155-156, 1999.Prélever, exhiber. La mise en musées. pp. 789-814
- ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME, (2008)**, « *Yearbook of tourism statistics* » 2008, Editions de l’OMT, Madrid
- PETR Christine (2005)**, « *Le musée, une institution légitime pour le touriste ?* », *Cahiers Espaces* n°87, novembre 2005, pp.20-28.

PLANEL Michèle (2005), « Tourisme et musées, une coopération nécessaire », *Cahiers Espaces* n°87, novembre 2005, pp.8-12.

SAUTY, F. (2001) « Ecomusées et musées de sociétés au service du développement local, utopie ou réalité ? » Collection Jeunes Auteurs, N°3 – source 2001, 110p

SOME, Roger, (2003), « *Le musée à l'ère de la mondialisation* », L'Harmattan, Paris, 210p

WASSERMAN Françoise, et al (2009) « *Musée et tourisme* », table-ronde de l'ICOM, Caen, 2009.

C. MEMOIRE ET THESES

ARCUSET Laurent (2013) « *La prise en compte de la diversité des acteurs dans un processus de tourisme durable* ». Thèse pour le grade de docteur. Université de Grenoble. Département Géographie, 2013, 523p.

DE MICHELI, Francesca, (2005), « *Diversités culturelles et patrimoniales : une étude des musées au Maroc* », Thèse de Doctorat de Sociologie, EHESS, Paris

NGOUOH F., (2011) « Protection et Gestion du patrimoine culturel du Cameroun : Proposition pour la mise en valeur des sites archéologiques ». **Mémoire de Master professionnel**, Université Senghor,

QIYAH Rachid (2011) « *La valorisation du musée national de la céramique (la médiation patrimoniale comme une possibilité de valorisation)* », Mémoire de fin d'étude, Université Cadi Ayyad (FLSH) - Licence professionnelle 2011.

ZERBIRII Laurence Anick (1991) « problèmes et perspectives : le musée en Afrique », Mémoire de master, Ecole Nationale Supérieure de Bibliothécaires, 92p

WEBOGRAPHIE

<http://www.persee.fr/collection/pumus> consulté le 10 Novembre 2015 à 10h32 min

http://www.museumexperts.com/qui_sommes_nous/tourisme consulté le 12 Décembre 2015 à 11h43

<http://www.nouveautourismeculturel.com/blog/2012/07/25/la-visite-touristique-des-musees-des-expositions-et-des-monuments-et-des-villes-et-pays-d%E2%80%99art-et-d%E2%80%99histoire/> consulté le 10 Janvier 2016 à 8h23 min

<https://rslnmag.fr/la-culture-les-musees-le-tourisme-et-le-numerique/> consulté le 10 janvier 2016

<http://www.editions2015.com/cameroun/curiosites2.php> consulté le 11 Février 2016

https://fr.wikipedia.org/wiki/Mus%C3%A9e_national_du_Cameroun consulté le 11 Février 2016 à 10h23min

<http://www.editions2015.com/cameroun/index.php/les-sites-touristiques/> consulté le 12 Février 2016 à 11h00

<http://fr.allafrica.com/stories/200810271008.html> consulté le 12 Janvier 2016 à 12h

<http://www.ici.cm/13879-la-fondation-solomon-tandeng-muna> consulté le 17 Avril 2016 à 15h00 min

ANNEXES