



UFR : Sciences de l'Homme et de la Société

Année Académique 2015-2016

Code attribué par la Bibliothèque



THESE UNIQUE DE GEOGRAPHIE

Option : Géographie des océans et des mers

Sujet :

TOURISME ET STRUCTURATION DE L'ESPACE RURAL DANS LA REGION DU SUD COMOE

Présenté par :
BISSOU Guikahué Daniel

Composition du jury

Président

Monsieur **OLADOKOUN Wonou David, Géographe, Professeur Titulaire**

Université de Lomé au Togo

Directrice de Thèse :

Madame **KOFFIE-BIKPO Céline Yolande, Géographe, Professeur Titulaire,**

Université Félix Houphouët-Boigny de Cocody

Membres :

Monsieur **ANOH Kouassi Paul, Géographe, Professeur Titulaire,**

Université Félix Houphouët-Boigny de Cocody

Monsieur **KOFFI Brou Emile, Géographe, Professeur Titulaire,**

Université Alassane Ouattara de Bouaké

Monsieur **ALLOU Kouamé René, Historien, Professeur Titulaire,**

Université Félix Houphouët-Boigny de Cocody

Monsieur **APHING-KOUASSI N'dri Germain, Géographe, Maître-Assistant,**

Université Félix Houphouët-Boigny de Cocody, Directeur de Cabinet du Ministère du tourisme

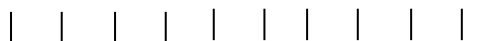
Abidjan, Novembre 2016



UFR : Sciences de l'Homme et de la Société

Année Académique 2015-2016

Code attribué par la Bibliothèque



THESE UNIQUE DE GEOGRAPHIE

Option : Géographie des océans et des mers

Sujet :

TOURISME ET STRUCTURATION DE L'ESPACE RURAL DANS LA REGION DU SUD COMOË

Présenté par :
BISSOU Guikahué Daniel

Composition du jury

Président

Monsieur **OLADOKOUN Wonou David, Géographe, Professeur Titulaire**

Université de Lomé au Togo

Directrice de Thèse :

Madame **KOFFIE-BIKPO Céline Yolande, Géographe, Professeur Titulaire,**

Université Félix Houphouët-Boigny de Cocody

Membres :

Monsieur **ANOH Kouassi Paul, Géographe, Professeur Titulaire,**

Université Félix Houphouët-Boigny de Cocody

Monsieur **KOFFI Brou Emile, Géographe, Professeur Titulaire,**

Université Alassane Ouattara de Bouaké

Monsieur **ALLOU Kouamé René, Historien, Professeur Titulaire,**

Université Félix Houphouët-Boigny de Cocody

Monsieur **APHING-KOUASSI N'dri Germain, Géographe, Maître-Assistant,**

Université Félix Houphouët-Boigny de Cocody, Directeur de Cabinet du Ministère du tourisme

Abidjan, Novembre 2016

*« Les seules façons de produire un travail fabuleux sont de se
laisser stimuler par un modèle de réussite et d'aimer ce que l'on fait »*

Christine Degioanni (Consultante RH)

A nos maîtres,

*À la première femme Professeur Titulaire de Géographie en Côte d'Ivoire !
À celle qui agit comme une Mère et encourage à l'excellence dans le savoir*

À ma charmante épouse Agathe

À mes beaux enfants Jean Ange, Myriam Pascale et Marie-Victoire

À mes mères chéries Christine, Monique, Geneviève, Mamayary, Céline

RESUME

La politique touristique ivoirienne a été longtemps déterminée par les formes de tourisme d'affaires et balnéaire. Elle s'oriente davantage vers la mise en tourisme du milieu rural. Cela met en évidence l'intérêt des liens entre le tourisme et les campagnes. C'est dans ce cadre que s'inscrit cette thèse sur le tourisme et la structuration de l'espace rural dans la région du sud Comoé. Cette région est marquée par les mobilités touristiques. Elle constitue l'une des premières destinations des visiteurs nationaux et étrangers en Côte d'Ivoire (MINTOUR, 2014). De même, elle dispose d'un espace rural qui est non seulement riche en ressources territoriales touristiques mais constitue aussi un cadre d'attraction d'au moins 1000 visiteurs par an (PADVTI, 2014). Cependant, il connaît des insuffisances en dépit de ses opportunités et atouts touristiques. Cette étude s'attelle à analyser les raisons de la faible structuration touristique de l'espace rural. D'un point de vue théorique, elle mobilise principalement le champ de l'analyse systémique et une approche multidisciplinaire dans laquelle des concepts économiques, sociologiques, historiques et géographiques sont utilisés. Cette thèse se fonde sur l'observation directe, l'analyse documentaire, une enquête exhaustive par l'administration de questionnaires aux acteurs du tourisme en milieu rural, des entretiens avec les autorités administratives et des focus groupes avec les parties prenantes. Ces méthodes et techniques ont favorisé la collecte des données dont le traitement à l'aide d'outils adaptés ont permis d'apporter des réponses à la préoccupation centrale de cette étude.

Certes, tout l'espace rural de la région possède des attraits touristiques mais 28% des 178 villages constituent des attractions touristiques. Ces derniers concentrés au sud de la région traduisent une forte littoralisation du tourisme dans le milieu rural de la région du Sud Comoé. Par ailleurs, l'activité touristique y est fragilisée à cause de la faible coordination des acteurs. 95% des opérateurs ne présentent aucune vision de développement rural intégré par le tourisme. Les activités touristiques sont pratiquées dans l'indifférence et même au détriment des populations locales. L'analyse MACTOR a permis de constater que les relations entre les différents acteurs sont potentiellement conflictuelles. Enfin, l'impact du tourisme sur l'espace rural en termes d'aménagement et d'apport économique est insignifiant. La distribution spatiale des activités touristiques présente un caractère diffus. Cela traduit un faible ancrage spatial du tourisme dans plus de 80% des villages de la région. Le tourisme nécessite une réelle implication des populations locales et un encadrement communautaire comme cela se fait dans le secteur agricole.

Mots clés : Côte d'Ivoire, tourisme, espace rural, structuration, système

ABSTRACT

Long time ago the Ivorian tourist policy has been determined by some seaside resorts and tourist matters types. This policy is being more and more concerning rural areas. It clears up the importance between rural areas and tourism. The present dissertation deals with tourism and the structuration of rural area in south Comoé's region. This region has a remarkably tourist place. It is one of the most important place visited in by international and national tourists (MINTOUR, 2014). There, is a large space which is not only full of tourist sites but also constitutes a locality that at least one thousand tourists visit per year. (PADVTI, 2014). However, there are some deficiencies despite its tourist's assets and opportunities. From the theoretical point of view, the dissertation takes into account some systemic analyses and multidisciplinary approach in which some concepts like geographical, historical, sociological and economical are used. This works based on direct observation, the analysis of some documents, an exhaustive investigation by asking some questions to the responsible of tourism in rural area, some interviews with the authorities in the administration and some others with all the actors. These techniques and methods favored some data collections that wean lazed accordingly by using some appropriate tools and they allowed us to give answers to our research question.

It is true that the south Comoé region possesses some tourist assets but twenty-eighth per cent of the one hundred and seventy-eight villages lack tourist attractions. These villages, located in the south of the region are strongly coastal to favor tourism in the rural environment of the south region Comoé. Moreover, the tourist activity is slow there because of the weak collaboration with the actors. Ninety-five per cent of the decision makers do not any rural development taking on account tourism. That our its activities are done in indifference even by ignoring local population. We have noticed through MACTOR analysis that the relations between the different actors are some relations of conflict. Finally, the impact of tourism on the rural space in terms of economic laid and development is considerably low. There is an inegal distribution of the area in tourist activities. And this puts some limits in the land in more than eighty per cent of the villages of the region. Rural population must be considered in the development of tourism as it is done the agricultural domain.

Keys words: Côte d'Ivoire, tourism, rural area, structuration, system

SOMMAIRE

SOMMAIRE	1
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS	6
REMERCIEMENTS	8
AVANT-PROPOS	10
INTRODUCTION GENERALE	11
I- REVUE DE LITTERATURE	14
II- PROBLEMATIQUE	81
III- OBJECTIFS DE RECHERCHE.....	83
IV- LES HYPOTHESES DE TRAVAIL.....	83
V- METHODOLOGIE DE RECHERCHE.....	84
V- TABLEAU SYNOPTIQUE	103
VII – DIFFICULTES ET ARTICULATIONS DE LA THESE.....	104
PREMIERE PARTIE : LES VILLAGES TOURISTIQUES DANS LA REGION DU SUD COMOE	106
INTRODUCTION DE LA PREMIERE PARTIE.....	107
CHAPITRE 1 : LES ATTRAITS TOURISTIQUES INITIAUX DANS LES TERRITOIRES RURAUX DU SUD COMOE	108
CHAPITRE 2 : LES EQUIPEMENTS TOURISTIQUES DANS LES TERRITOIRES RURAUX DE LA REGION DU SUD COMOE	164
CHAPITRE 3 : LES TERRITOIRES RURAUX DES PRATIQUES TOURISTIQUES DANS LA REGION SUD COMOE	185
CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE.....	209
DEUXIEME PARTIE : SYSTEME TOURISTIQUE EN MILIEU RURAL DANS LA REGION DU SUD COMOE	210
INTRODUCTION DE LA DEUXIEME PARTIE.....	211
CHAPITRE 4 : LES PARTIES PRENANTES DU TOURISME DANS LA ZONE RURALE DE LA REGION DU SUD COMOE	212
CHAPITRE 5 : LE JEU DES ACTEURS DU TOURISME DANS LE MILIEU RURAL DE LA REGION DU SUD COMOE : UNE ANALYSE PAR LA METHODE MACTOR.....	231
CONCLUSION DE LA DEUXIEME PARTIE.....	252
TROISIEME PARTIE : IMPACTS SOCIOECONOMIQUES ET SPATIAUX DU TOURISME DANS L’ESPACE RURAL DE LA REGION DU SUD COMOE	253
INTRODUCTION DE LA TROISIEME PARTIE	254
CHAPITRE 6 : IMPACTS SOCIOECONOMIQUES DU TOURISME DANS LE MILIEU RURAL DE LA REGION DU SUD COMOE.....	255
CHAPITRE 7 : AMENAGEMENT TOURISTIQUE DANS LES VILLAGES DE LA REGION DU SUD COMOE	276
CONCLUSION DE LA TROISIEME PARTIE	297
CONCLUSION GENERALE	298
BIBLIOGRAPHIE	303
TABLE DES ILLUSTRATIONS	330
LISTE DES FIGURES	330
LISTE DES TABLEAUX	332
LISTE DES PHOTOS	333
ANNEXES	334
TABLES DES MATIERES	350

LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS

ANADER	Agence Nationale d'Appui et du Développement Rural
ASRDLF	Association de Science Régionale de Langue Française
BM	Banque Mondiale
BNETD	Bureau National d'Etudes Techniques et de Développement
C I T	Côte d'Ivoire Tourisme
CCT	Centre de Cartographie et de Télédétection
CDD :	Contrat à Durée Déterminée
CDI	Contrat à Durée Indéterminée
CERAP	Centre de Recherche et de l'Action pour la Paix
CEREC	Cabinet d'Expertise et de Renforcement des Capacités
CNPS	Caisse Nationale de Prévoyance Sociale
CNU	Conférence des Nations Unies
CRDTA	Comité Régional de Développement Touristique d'Auvergne
CSNU	Conseil de Sécurité des Nations Unies
CST	Compte Satellite du Tourisme
DSSNU	Direction de la Sûreté et de la Sécurité des Nations Unies
ENSEA	Ecole Nationale de la Statistique et de l'Economie Appliquée
EPIC	Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial
EUROSTAT	Commission Européenne des informations Statistiques
FDT	Fond de Développement Touristique
ICTA	Ivory Coast Travel Agency (Agence de voyage de Côte d'Ivoire)
IGT	Institut de Géographie Tropicale
INS	Institut National de la Statistique
INSEE	Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques
IRD	Institut de Recherche et de Développement
MINTOUR	Ministère du tourisme
OCDE	Organisation de Coopération et de Développement Économique
ATOUT France	Agence de développement Touristique de la France
OIPR	Office Ivoirien des Parcs et Réserves
OMT	Organisation Mondiale du Tourisme
PADVTCI	Projet d'Appui, de Développement et de Valorisation Touristique des Collectivités Ivoiriennes
PARGEP	Projet d'Appui au Renforcement de la Gestion Publique en Haïti
PAS	Programme d'Ajustement Structurel
PATA	Pacific Asia Travel Association (Association pour le Voyage en Asie Pacific)
PDT	Plan de Développement Touristique
PIB :	Produit Intérieur Brut
PMA	Pays Moins Avancés
PND	Plan National de Développement
RGPH	Recensement Général de la Population et de l'Habitat
RSC	Région du Sud Comoé
SIETHO	Société Ivoirienne des Etablissements Touristiques et Hôtelières
SITOUR	Société Ivoirienne du Tourisme

SODEXAM

Société d'Exploitation et Développement Aéroportuaire, Aéronautique,
Aéroport et de la Météorologie Nationale

UNESCO

United Nation for Education, Science and Culture Organisation
(Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et Culture)

REMERCIEMENTS

Au début de cette thèse, nous rendons grâce à Dieu pour tous ses bienfaits. Depuis 1995, nous rêvons d'être chercheur en géographie du tourisme. Aujourd'hui, ce rêve est une réalité à travers ces 348 pages. Cela a été possible grâce aux contributions spirituelle, morale, pédagogique, matérielle et financière de nombreuses personnes à qui nous traduisons toute notre reconnaissance. Avant les remerciements spécifiques, nous honorons l'IGT par cette thèse, à l'occasion de son cinquantenaire (1966-2016).

Nous exprimons notre gratitude au Pr KOFFIE-BIKPO Céline Yolande, la directrice de cette thèse. Quels mots écrire ici pour vous traduire la valeur absolue de notre reconnaissance tellement cette dernière dépasse même les profondeurs de la mer dans notre être intérieur. Madame BIKPO Céline est une femme de cœur ! Elle est une femme d'exception douée d'un sens de rigueur et du travail bien fait. Nous affirmons que de la peur que nous avions loin d'elle, nous sommes arrivé à bénéficier d'un honneur auprès d'elle. A juste titre, elle s'est engagée pour notre intérêt. Elle nous a donné l'occasion de nous valoriser à travers cette thèse. Cela, d'une part, par son accord d'en assurer la direction scientifique. D'autre part, par son mode d'encadrement emprunte d'humanisme et qui vise le développement intégral de l'homme chercheur. Professeur, au-delà du savoir, vous nous avez donné une réelle assurance et appris les astuces de l'excellence. Tel un griot, les souvenirs de votre magnanimité à notre endroit, nous inspireront toujours les éloges pour vous rendre honneur. Oui, nous nous unissons à tous nos parents et beaux-parents pour vous exprimer dans leurs langues ce vocable « merci » : « *Ayoké* », « *hia Bia* » « *Mô cloi* ».

Au Dr APHING-KOUASSI N'dri Germain, notre maître et précurseur en géographie du tourisme. Vous avez facilité notre intégration au sein de la grande famille de l'IGT. Vous avez conduit nos pas dans la recherche depuis 2008. Vous avez su nous permettre de relever plusieurs défis de la vie universitaire. Grâce à cet homme qui est plein d'humour et d'amour, nous avons eu l'honneur d'échanger avec le Secrétaire Général de l'OMT et d'accéder au Ministère du tourisme pour l'acquisition de données. Cher maître, nous vous serons toujours reconnaissant.

Au Pr ANOH Paul. Cette personnalité nous a marqué depuis notre soutenance de maîtrise par son attitude bienveillante, la pertinence de ses critiques et de ses apports scientifiques.

Nous remercions également les Professeurs ALOKO Jérôme (Directeur de l'IGT), KABLAN Joseph (Chef du département), AFFOU Yapi, YAPI Diahou, KOFFI Brou Emile, ALLOU Kouamé René, BECHI, Assi KAUDJHIS, DJAKO Arsène, OLADOKOUN Wonou David, YAVO William, TEA Basilide et tous nos maîtres qui ont marqué notre parcours universitaire à Bouaké et à Abidjan. Merci à ceux qui ont animé nos formations doctorales.

Nous remercions Côte d'Ivoire Tourisme (CIT) qui nous a intégré au projet pilote du PADVTICI dans la région du Sud Comoé. Dans ce projet, il nous a été confié la gestion des données de terrain. A ce titre, nous avons élaboré les questionnaires, réalisé et supervisé l'enquête de terrain. En outre, nous avons coordonné l'analyse des données recueillies. Cela nous a été utile d'autant plus que l'essentiel des résultats de cette recherche en provient. Cette étude est aussi le fruit de ce projet. Nous traduisons notre gratitude à Monsieur SOMET Jean-Marie (Directeur Général de CIT), à monsieur ASSIELOU Oua Assielou (Coordonateur général du PADVTICI) aux experts du PADVTICI, au Dr AKA Aoulé (Président du Conseil régional du Sud Comoé), aux agents du Conseil Régional et des sept mairies, aux 178 autorités villageoises, aux agents de CIT, aux agents du Ministère du tourisme en particulier à monsieur KOUADIO (Directeur régional du tourisme) et aux opérateurs du secteur.

Nos remerciements sont aussi adressés à tous ceux qui nous ont fourni des informations et une documentation, particulièrement aux agents des bibliothèques : CERAP, IRD, IGT, ENSEA,

Sociologie, SODEXAM, aux agents du Cabinet CEREC dont madame ESSOH la directrice et Docteur ESSOH, l'expert principal.

Nous remercions tous nos frères et sœurs de la Communauté Catholique de la Pierre Vivante et de la Louange avec à leur tête le frère Yoboué Laurent (Serviteur Général). Merci aux différents prêtres qui nous ont encouragé : les Pères Éric Norbert Abékan (Directeur spirituel), Benoît-Marie Eté (notre père spirituel), Jean de Dieu (le célébrant de notre mariage), Mona Stanislas Kouya Alexandre, Akoun, Akafou, Marc Arthur et Jean Dieu.

Que par ces mots notre tendre épouse, Agathe Bissou reçoive aussi, l'adresse de notre reconnaissance. Cette jeune dame mérite cette attention solennelle. Depuis maintenant 15 ans (5 ans de cheminement et 10 ans de mariage civil et religieux), avec elle, nous parcourons les sentiers de la réalité humaine dans l'amour, la prière, la solidarité, l'attention mutuelle et la joie de vivre l'un pour l'autre. Depuis notre mariage, le 19 Août 2006 avec elle, nous faisons une belle expérience de l'amour filial à travers nos enfants Emmanuel-Marie, Anne-Ness et Lise-Bérénice. Ces enfants ont été une source de motivation pour la réussite de cette thèse. Nous sommes aussi reconnaissant à notre belle nièce Emmanuéla et à toutes ces filles qui ont veillé sur nos enfants particulièrement Ange et Martine.

Merci à tous les membres de notre famille biologique et de notre belle-famille, spécifiquement à notre courageuse mère N'guessan N'dri Christine épouse Bissou et ses sœurs Cathérine, Marie-Claire, Marie Boni, notre père Bissou Gouaméné Boniface, nos belles-mères Koffi Adjo Clémentine et Adjaffi Agnès, notre père adoptif Bissou Jérôme et son épouse Monique, nos frères et sœurs biologiques Rose, Rémi, Georgette, Germain, Jean, Jeanine, Lucie, Hilaire, Martine et de façon spéciale, à notre grand frère Julien qui est pour nous tous un père, mes beaux frères et belles sœurs dont Kévin Bosson, Thérèse Koua.

Notre reconnaissance est aussi exprimée à l'endroit de la famille Koffié qui nous a adopté. Particulièrement à Tantie Léa, Tonton Serge, Odilon et aux enfants Bikpo : Franck, Marianne, Yann et Georges.

Merci à tous nos bienfaiteurs et bienfaitrices notamment, Docteurs Tandia Mamary, Meda Guillaume, Niango Pierre Claver (notre témoin de mariage), Adèle Nanié et Drezen. A nos amis et connaissances : Dr Bolou, Cissoco Mamady, Konan Syriac, Guikahué, Akuesson, Kanga Stanislas, Niamké, Séka, Jean Jacques, N'cho, Takpa, Estelle Kabran, Claudine, Shadrac, Gahuidi, Ayékpa, Cheick, Eunice, Christelle, nous traduisons notre gratitude. Nous remercions spécialement, à travers Parfait (le cathéchiste), la petite communauté Catholique d'Aghien Atié télégraphe qui nous a hébergé pour la rédaction de cette thèse.

Nous avons aussi une pensée pieuse pour tous nos proches qui ne sont plus de ce monde dont Dr KOUAKOU Kouamé Marc Fondateur de la Communauté Catholique de la Pierre Vivante et de la Louange, notre grand-mère Oponou Bra Antoinette avec son époux et Shékinaelle.

AVANT-PROPOS

Les liens entre le tourisme et les espaces ruraux sont de plus en plus interrogés à l'échelle mondiale, nationale et même locale. Plusieurs opinions s'accordent sur les caractères originaux des modes de vie des territoires ruraux. Aussi, convergent-elles vers la prééminence de la qualité des attraits de leur milieu naturel dont le souci de préservation inspire le développement du tourisme durable. Cette dernière a fait son apparition vers la fin du XX^e siècle (OMT, 2000). Cette nouvelle politique de développement touristique contribue à la protection de l'environnement et au bien-être économique, social et culturel des populations locales tout en permettant aux voyageurs de s'ouvrir au monde. C'est dans ce cadre général que s'inscrit cette étude réalisée à l'occasion de la mise en œuvre du PADVTCL. Ce travail de recherche s'oriente, en effet, sur les impacts d'ordre socioéconomique et spatial du tourisme dans les zones rurales.

Les lectures exploratoires et le questionnement se sont portés sur le tourisme et la structuration de l'espace rural dans la région du Sud Comoé. Cela a amené à s'interroger sur les conditions de développement touristique, à se rendre compte de l'existence réelle de la pratique touristique dans cette partie de la région d'étude, à identifier les types de produits et les destinations de cette pratique, à observer les interrelations qui lui sont liées et à cerner les enjeux actuels du tourisme dans les territoires ruraux.

Par ailleurs, cette recherche géographique consacrée spécifiquement au tourisme a été motivée, d'une part, par une ambition exprimée depuis 1995, celle d'une spécialisation en géographie du tourisme pour découvrir les richesses du monde et, particulièrement, contribuer à la valorisation de la beauté du milieu naturel et de la diversité culturelle originale des territoires de la Côte d'Ivoire. D'autre part, elle a été motivée par l'obligation pédagogique du cursus universitaire. En effet, à ce niveau d'étude, la formation universitaire nécessite obligatoirement la rédaction d'un document qui est le fruit des enseignements reçus et de la recherche de l'étudiant. Il s'agit pour ce dernier de démontrer aux maîtres, son aptitude à mener des recherches, à réfléchir sur un sujet donné et à en rendre compte dans un document scientifique.

INTRODUCTION GENERALE

Le monde est marqué par le phénomène de déplacement à but non lucratif, d'un lieu habituel à un lieu étranger depuis des siècles. Le cas de nombreuses personnes qui, depuis l'antiquité, se sont lancées à la découverte des différentes parties du globe pour satisfaire leurs instincts de curiosité, de recherche et pour des aventures annonçait déjà les prémices du tourisme (BOYER, 1999). Ce dernier est qualifié de phénomène social et de source de développement par des opinions politiques, économiques et civiles. En cela, pendant la période 2009-2010, le Secrétariat Général de l'OMT n'a cessé de demander que le tourisme jouisse, davantage, d'une meilleure place dans les priorités mondiales et nationales. A cet effet, il a rencontré dix-huit (18) chefs d'Etat et de gouvernement de mai à décembre 2010 afin de les convaincre de la valeur que le tourisme représente pour la croissance économique et le développement (OMT, 2011). Aussi, a-t-il poursuivi ses actions dans ce sens en lançant une nouvelle initiative, début 2011. Cette opération de sensibilisation a été réalisée sous le titre « Campagne des dirigeants mondiaux en faveur du tourisme ». A ce titre, dans une lettre ouverte adressée aux chefs d'Etat et de gouvernement du monde entier, le Secrétaire Général de l'OMT, TALEB Rifaï a appelé à reconnaître la valeur prise par les voyages et le tourisme face aux enjeux mondiaux actuels. C'est également dans ce contexte qu'au sommet mondial du tourisme dans la capitale guinéenne en 2013, il a affirmé : « Là où le tourisme progresse, la pauvreté régresse » (OMT, 2013). Par cette affirmation, il met en évidence une réalité du tourisme : sa perception comme activité contributrice au développement socioéconomique et à la structuration spatiale. Le terme de structuration est compris ici comme une organisation progressive d'un espace en un tout cohérent, ordonné, intégré et fonctionnel (BRUNET et al, 2005). BRUNET (2005), précise que la structuration de l'espace se fait par la réaltion des lieux, dans la relation entre les actions et acteurs du système local.

Or la naissance du tourisme est le fruit des actions des hommes sur l'espace : les voyages d'agrément et d'aventure, les visites de montagne et de mer. C'est donc judicieux de percevoir le tourisme, avant tout, comme une pratique structurante de l'espace. A cet effet, des infrastructures, des équipements et des entreprises ont été créés dès le XVIII^e siècle. La preuve, l'adoption du mot tourisme en 1841 a coïncidé avec l'ouverture d'une agence de voyages par Thomas Cook en Angleterre (BOYER, 2003). Par la suite, de nombreuses organisations touristiques ont été mises en place dans plusieurs autres pays comme la France. Si une activité économique représente l'ensemble des actions que doit accomplir l'homme afin de satisfaire ses besoins grâce à la production et à la commercialisation de biens et de services marchands, alors, le tourisme en est une. Il favorise plusieurs initiatives à caractère

économique. Il s'identifie comme une pratique générant des gains. BOYER (2003) explique à cet effet que le tourisme est un ensemble de consommation de biens et de services liés aux déplacements des personnes qualifiées de touristes. Cette activité génère des devises importantes pour les pays du monde. L'OMT (2012) souligne qu'en 2011, le tourisme représentait 9 % du PIB mondial. Il est créateur de richesse, tout en étant un bien de consommation qui n'engendre pas directement d'autres biens. Il crée des emplois qui se chiffrent entre 2010 et 2011 à environ 250 millions d'emplois directs dans le monde, soit 8% des emplois au niveau mondial. Il procure des ressources annexes (DERRUAU, 2007). C'est ce que justifie l'OMT (2000) en affirmant que le tourisme figure manifestement parmi les phénomènes économiques et sociaux les plus remarquables du siècle passé. Il ne fait aucun doute qu'il conservera cette place dans ce siècle qui commence. Dans la plupart des pays, le tourisme fait désormais partie des secteurs de l'économie les plus dynamiques et dont la progression est la plus rapide. De même, RENAUD (2003) explique que dans les années 1970, la Banque Mondiale, proclamait que le « grand » tourisme était l'activité économique miracle procurant, en échange d'un investissement minime, une manne quasiment inépuisable de devises. Dans cette optique, l'assemblée Général de l'OMT a déclaré en 1980 : « Le tourisme est devenu un phénomène de civilisation. L'ampleur acquise l'a fait passer du plan limité d'un plaisir élitaire au plan général de la vie sociale et économique » (OMT,1980). L'une des conséquences de cette croissance mondiale du tourisme est son intégration dans les plans de développement de plus de 50 % des pays du monde et de 75% des pays africains.

LIPPMAN, en sa qualité de conseiller spécial du Secrétaire Général de l'OMT, soutient que le tourisme maîtrisé constitue un meilleur moyen pour dynamiser l'économie des pays pauvres dont la majorité est africaine (OMT, 2005). Dans 94% des PMA, le tourisme est déjà une des premières activités exportatrices et créatrices d'emplois et même considéré comme la source principale de devises. Le tourisme dans les PMA est aussi intéressant pour les professionnels, les consommateurs et les stratégies d'aide extérieure des pays riches d'où viennent les touristes. IAIN-CHRISTIE et DOREEN, (2001) évoquent que, conscients de cette valeur ajoutée considérable, les pays africains se battent pour arracher une part plus grande du tourisme mondial. Il est remarqué, de façon générale, une activité touristique en consolidation et en voie d'exercer un pouvoir de marketing considérable. Par conséquent, l'accroissement des arrivées touristiques et la fidélisation des visiteurs constituent des défis pour ces pays, surtout pour ceux qui, bien qu'ayant peu d'expérience dans le secteur du tourisme, en ont fait un des moteurs de leur redressement économique au plan national. La Côte d'Ivoire en est un. Elle a opté résolument, pour le développement du tourisme.

Depuis trois décennies, l'économie de ce pays franchit une nouvelle étape de son développement. D'une économie de croissance basée sur l'exportation de produits agricoles et miniers bruts et l'importation de produits finis destinés à la consommation, elle veut passer définitivement au stade d'une économie plus ascendante. Pour cela, elle s'est attachée d'une part, à diversifier ses productions agricoles afin d'être moins vulnérable aux aléas de la conjoncture internationale et à la fluctuation des coûts. D'autre part, elle s'attelle à monter les industries permettant de transformer sur place les produits bruts et d'exporter les produits finis capables de répondre aux exigences du marché mondial. C'est dans la même perspective de diversification de l'activité économique et d'une meilleure mise en valeur des richesses nationales qu'est apparu le tourisme. Ce dernier a été inscrit officiellement parmi les secteurs prioritaires du développement économique et social à partir de 1970. Cette année marque la définition des premières politiques touristiques. Il s'agit de l'institution du ministère du tourisme en juillet 1970 avec la création de trois sociétés touristiques placées sous la tutelle dudit ministère notamment la SIETHO, la ICTA et la ONAA (MINTOUR, 1988, PDT 1990-1994). D'autres services publics et parapublics du tourisme ont également été créés. C'est à partir de cette même année que les autorités vont envisager la planification des objectifs, la définition des zones prioritaires, la décentralisation pour maîtriser les rythmes de développement du tourisme, phénomène nouveau pour les populations. Ainsi, se dessine la volonté des pouvoirs publics de réaliser la mise en œuvre du tourisme régional. Cette stratégie consiste à concevoir une activité touristique dynamique dans chaque région ivoirienne afin de réduire les disparités territoriales en rapport avec le tourisme. A cet effet, l'Etat a recommandé que chacune des régions nouvelles prenne la dimension touristique en compte dans son plan d'aménagement de territoire qu'il s'agisse des voies d'accès aux sites susceptibles d'intéresser nos visiteurs ou des réceptifs (VISION DE COTE D'IVOIRE, 1997). En d'autres termes, l'autorité publique invite à faire du tourisme un moyen de développement local. Par conséquent, le lien entre tourisme et espace rural met en évidence la stratégie de développement local. Cette approche consacre l'évolution de la conception du développement dès les années 1970 en Côte d'Ivoire.

De même, le développement du tourisme peut s'inscrire dans cette stratégie pour le milieu rural. Il est, d'ailleurs, souvent évoqué pour enrayer le déclin d'espaces en difficulté et considéré comme une activité de renouvellement du monde rural en contribuant à la diversification des activités rurales et en répondant aux objectifs de développement général de l'économie et d'aménagement du territoire (BERTRAND, 1991). Pour BERTRAND (1991), le tourisme connaît une évolution remarquable qui affecte particulièrement les territoires ruraux. Tourisme et espace rural sont donc en interactions (SIMONNEAUX,

1999). Ces interactions conduisent à intégrer les aspects socioculturels, environnementaux et économiques avec un accent particulier sur la dominance agricole du milieu rural. La prise en compte de ces aspects traduit la vision du développement durable de l'ensemble de l'espace rural par le tourisme. C'est une préoccupation récente des autorités ivoiriennes. Le développement du tourisme en Côte d'Ivoire a été longtemps orienté vers le tourisme d'affaires. C'est ce qui pourrait expliquer la concentration des activités touristiques à Abidjan considérée comme pôle des affaires en Afrique de l'ouest. Aujourd'hui, les autorités en charge du tourisme motivent les autorités locales à une conciliation entre l'agriculture et le tourisme. L'activité agricole se déroulant essentiellement dans les zones rurales, elles entendent développer ces espaces par le tourisme (MINTOUR, 2012). Certains concepts comme écotourisme, agrotourisme ou agritourisme, tourisme intégré sont donc énoncés. La région du Sud Comoé située sur le cordon littoral Est de la Côte d'Ivoire s'inscrit dans cette stratégie. Le tourisme fait partie des opportunités selon son Conseil Régional. Ce dernier a décidé de mettre un accent particulier sur son espace rural longtemps ignoré dans l'essor du tourisme de la région. Cette stratégie exige en amont des études touristiques conséquentes. A ce titre, il est la première institution régionale ivoirienne à opter pour le PADVTCI par une convention avec C I T chargée de l'étude (Cf. Annexe 5). Ce travail de recherche intitulé : « **Tourisme et structuration de l'espace rural dans la région du Sud Comoé** », trouve alors tout son intérêt. Il s'inscrit dans ce contexte et se justifie par le souci d'aider à faire du tourisme un pilier de développement local. C'est une étude d'impact du tourisme sur l'espace rural particulièrement dans la région du Sud Comoé. Par sa complexité, le tourisme est apparu souvent mal identifié et soulève cette question de départ : Par son essor, quels sont les enjeux socio-économiques et spatiaux du tourisme dans une zone foncièrement agricole ?

Pour une meilleure approche méthodologique de cette question fondamentale, il a été nécessaire d'aborder la revue de littérature. Le point des connaissances a situé sur nombreuses interrogations et a suscité d'autres relatives au tourisme tout en relevant ses besoins et ses effets.

I- REVUE DE LITTERATURE

L'étude sur le tourisme est récente dans le monde. En France, par exemple, les premières thèses sur le tourisme datent des années 1960. En Côte d'Ivoire, la première thèse d'ivoirien en géographie sur le tourisme est celle de HAUHOUOT Asseypo (1978). C'est extraordinaire de constater, qu'en occident, en moins d'un demi-siècle, il y a une abondante

littérature sur tous les aspects du tourisme : sociologie, anthropologie, histoire, géographie. Alors que ce n'est pas le cas en Côte d'Ivoire où il y a moins de dix (10) thèses en géographie après 46 ans (1970-2016) de l'institution officielle du tourisme et 50 ans (1966-2016) d'existence de l'IGT. Cette étude s'inspire des réflexions, des résultats dans ce domaine en occident, en Afrique et en Côte d'Ivoire. Cette revue de littérature s'attelle à préciser les contours sémantiques et l'évolution du tourisme, à mettre en évidence son dynamisme organisationnel, avant de faire une approche de ses effets.

I-1- Contours sémantiques et évolution du tourisme

I-1-1- Contours sémantiques du tourisme

I-1-1-1- Tourisme, voyage et loisir : entre confusion et complémentarité

Le tourisme apparaît familier. Mais face à la question « Qu'est-ce que le tourisme ? », il apparaît une variété de définitions parfois divergentes. L'opinion publique semble considérer que le tourisme, c'est le « voyage » ou en encore « les loisirs ». Nombreuses confusions existent entre le tourisme et ces termes qu'il convient d'élucider. Aussi, le concept de tourisme demeure-t-il polysémique. Un inventaire des définitions est donc une étape indispensable dans l'élaboration de la compréhension du tourisme.

La recherche définitionnelle permet de découvrir que le voyage est l'action de se rendre ou d'être transporté en un autre lieu. C'est un déplacement volontaire ou contraint dans l'espace, effectué vers un point plus ou moins éloigné dans un but personnel, professionnel ou autre : déplacements motivés par des besoins familiaux, des activités sportives ou socio-culturelles ou de grands événements.

Quant au tourisme, il est souvent défini comme l'action de voyager, de visiter un site pour son plaisir. C'est un ensemble d'activités, de techniques mises en œuvre pour les voyages et les séjours d'agrément. Aussi, KRIPPENDORF (1975) soutient-il que le tourisme est un déplacement entrepris par les individus pour aller dans un endroit autre que celui de leur résidence, pour toutes autres raisons que le travail ou l'immigration. Dans cette même vision, PATIN (1997), évoquant le tourisme au XVII^e siècle, affirme que : « le grand tour est une pratique aristocratique d'origine britannique qui s'est rapidement étendue à l'ensemble de l'Europe. Elle consistait à parcourir les hauts lieux historiques artistiques et naturels du continent ». L'une des raisons de cette similitude du tourisme avec le voyage serait alors dans l'histoire. A juste titre, SIMONNEAUX (1999) atteste que jusqu'à l'avènement de l'industrialisation, le tourisme est synonyme de voyage. Il explique que le voyage est sans

doute l'un des plus anciens termes parmi ceux qui évoquent le moment où les personnes quittent leur domicile. On comprend avec lui que cet acte est lié essentiellement au travail et peut être pratiqué par plusieurs catégories de personnes. Mais, seule la classe aristocratique lui donne un objectif de loisir ou de plaisir. Par conséquent, le tourisme et le voyage sont des modalités d'épanouissement et d'ouverture des individus (SIMONNEAUX, 1999). LEIPER (1993) relève cette subtile confusion à travers la difficulté pour identifier les frontières du segment tourisme à l'intérieur du marché du voyage « Travel Market » car les « services and facilities » sont utilisés conjointement par les touristes et les autres voyageurs ainsi que les locaux. Pour lui, Il faudrait spécifier le nombre d'industries connectées avec le tourisme pour éviter les confusions. A ce stade, on peut retenir que le tourisme est le voyage.

Cependant, quelques nuances sont perceptibles : le tourisme est un déplacement volontaire contrairement au voyage qui peut être contraint. La pratique touristique est la réalisation d'un projet ayant pour origine uniquement une volonté personnelle. Certes, le voyage peut avoir aussi pour origine une volonté personnelle, mais peut parfois être imposé pour des raisons professionnelles ou politiques. Le touriste effectue obligatoirement un voyage pour réaliser son projet. Contrairement au touriste, le voyageur ne réalise pas forcément une pratique touristique. Le tourisme et le voyage constituent alors deux réalités différentes. LEVY (2003) relève quelques différences censées entre touristes et voyageurs mis en évidence par une intervenante lors de l'édition 2013 du festival des étonnants voyageurs qui se tient annuellement à Saint-Malo (ouest de la France) :

« Le voyageur adore improviser son voyage alors que le touriste adore tout planifier ;

Le voyageur n'a généralement pas de ticket de retour, le touriste le garde précieusement dans sa valise ou le donne en consigne ;

Le voyageur est actif, libre et insoumis, le touriste est passif et se laisse guider par toutes sortes de balises ;

Le voyageur sortira du voyage transformé sur le plan ontologique, le touriste, au mieux, rafraîchi et reposé. »

De même, LOZATO-GIOTART, LEROUX et BALFET (2012) déterminent cette nuance entre tourisme et voyage à travers les acteurs. Ils soulignent d'une part que la notion de voyageur est essentielle lorsqu'on désire approcher le comportement de l'acteur clé de l'activité touristique. D'autre part, ils soutiennent que le voyageur qui intéresse l'ensemble des offreurs du tourisme est le voyageur « visitant » par opposition au « voyageur passant ». Ils définissent une articulation qui consiste à bien cerner cette distinction entre tourisme et voyage par la figure 1 suivante.

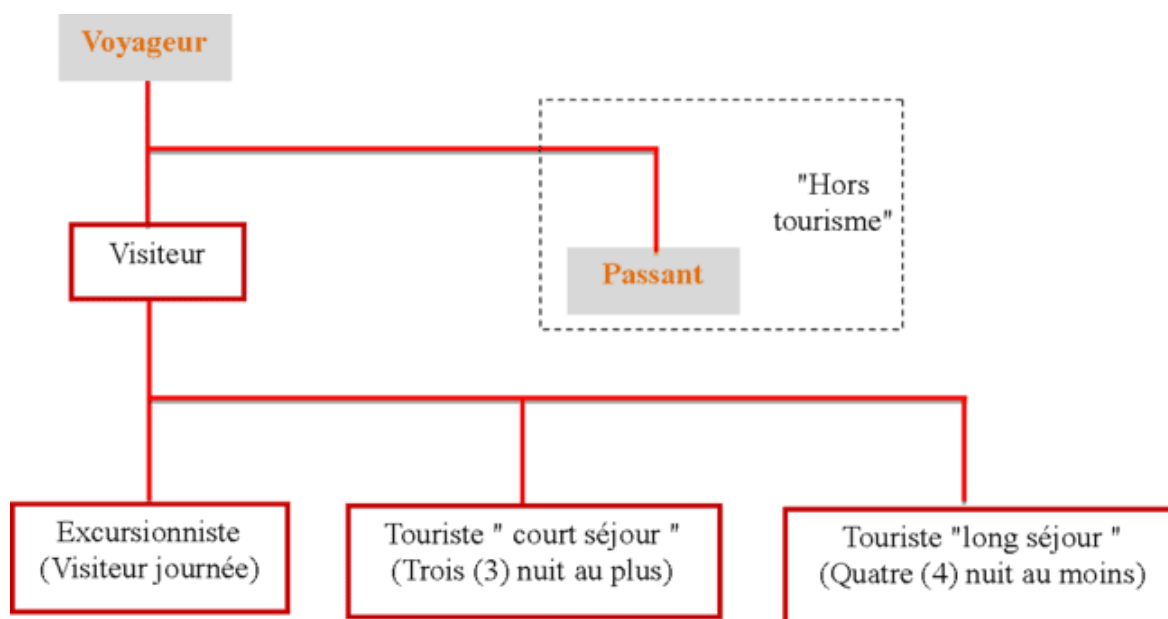


Figure 1 : Du voyageur au touriste

Source : LOZATO-GIOTART, LEROUX et BALFET (2012)

De cette articulation modélisée par la figure 1 ci-dessus, il ressort que l'ensemble des voyageurs « visitant » peut-être réparti en trois sous-ensembles :

Les personnes dont la visite n'entraîne pas une nuit passée à l'extérieur du domicile habituel, appelées les « excursionnistes », les personnes dont le déplacement entraîne trois nuits consécutives, ou moins, hors de leur domicile habituel, ou « touristes court séjour » et, les personnes dont le déplacement entraîne au moins quatre nuits consécutives hors du domicile habituel, ou « touristes long séjour ».

La limite supérieure de la durée du séjour est fixée à moins d'une année bien que dans de nombreux pays, comme les Etats-Unis et la France, le visa de séjour touristique soit limité à trois mois (LOZATO-GIOTART, LEROUX et BALFET, 2012). Par ailleurs, l'histoire du voyage et du tourisme, montre que ce dernier est un nouveau type d'activité. Il est généralement considéré comme un sous-ensemble du voyage. Cette idée est partagée déjà en 1942 par deux académiques suisses Huntziger et Krapf qui définissent le tourisme comme un ensemble des relations et des phénomènes résultant du voyage (BURKART et MEDLIK, 1974). De même, LEIPER (1993) en identifiant la difficulté de démarcation entre les champs de tourisme et voyage, soutient implicitement que le tourisme est un segment à l'intérieur du marché du voyage.

En réalité, le tourisme existe à partir de plusieurs activités plus ou moins spécifiques et nécessaires pour le visiteur. La pratique touristique regroupe d'autres activités dont le voyage. Dans ce cas, le voyage est une activité. Cette conception est plus perceptible quand

on utilise le terme « transport ». En cela, le voyage est l'ensemble des moyens techniques qui permettent le déplacement du touriste. Il constitue un maillon ou une étape dans le processus de la réalisation du projet touristique. Selon l'INSEE (2005) c'est la période écoulée entre la date de départ du domicile habituel et la date de retour. C'est l'indicateur de « mobilité touristique » qui sert de base au calcul du taux de départ. C'est à juste titre que la CST le classe parmi les activités spécifiques du tourisme. Ainsi, le tourisme n'est pas le voyage ou le transport, mais ce dernier constitue plutôt un moyen dont il se sert. Pour découvrir la destination de son choix, le visiteur doit effectuer un déplacement ou utiliser le transport.

Par ailleurs, le tourisme est, généralement, confondu aux loisirs. LANGUILLON-AUSSEL (2011), souligne que le loisir est une catégorie plus floue et plus subtile. Il relève que cette subtilité tient à ce que le terme change de sens en fonction de son nombre. Au singulier, « le loisir » se réfère au temps affranchi des exigences du temps contraint, en particulier du temps de travail. Au pluriel, « les loisirs » se réfèrent à l'ensemble des activités s'exerçant autant dans l'espace local et le temps quotidien, que dans l'espace-temps du hors quotidien. Ainsi, non seulement les loisirs constituent une catégorie spécifique du loisir, par distinction du sommeil, du repas, des discussions, mais aussi les loisirs ne se posent pas en rupture ni avec le quotidien, ni avec le tourisme. C'est pourquoi, GRABURN (1983) dans « Anthropology of tourism », met l'accent sur l'aspect psychosocial du tourisme : il le décrit comme une nécessité qui brise la vie quotidienne des gens, un moyen de changer le comportement et les activités de tous les jours en les remplaçant par des activités inhabituelles. Ces activités peuvent tout autant correspondre à des jeux, à des cérémonies et des rituels, à des pèlerinages qu'à des activités sportives extrêmes. Ainsi, le tourisme est un moment de récréation où l'individu peut faire les choses qu'il veut vraiment, se libérant temporairement du rôle social qui lui est habituellement attribué. Dans son approche du tourisme, GRABURN (1983) insiste sur les loisirs à travers les « jeux » et les « activités sportives extrêmes ». Il confond le tourisme et les loisirs. Cette confusion s'expliquerait d'une part, par le fait que tout comme le tourisme, les loisirs sont des pratiques qui s'inscrivent dans une société donnée et dans un contexte spatial et temporel bien spécifique. D'autre part, le tourisme et les loisirs se pratiquent hors de l'exercice de profession. Ces pratiques sont en rupture avec le travail. Elles se confondent dans le sens commun de détente, d'agrément qu'on leur donne. Beaucoup d'éléments concernent aussi bien le tourisme que les loisirs (CAZES, 1992). Cette confusion de concept entre tourisme et loisirs participe grandement à la cacophonie et le manque de clarté de la définition du tourisme (BOYER, 2003).

Les opinions qui défendent un relativisme absolu du tourisme aux loisirs présentent un caractère restrictif du tourisme. Le tourisme ne se limite pas aux loisirs. Aussi, faut-il noter que le tourisme n'est pas le loisir et les loisirs. Les loisirs sont un ensemble d'activités récréatives pratiquées à son domicile ou hors de son domicile. C'est aussi le temps dont on dispose pour faire commodément quelque chose, en dehors de ses occupations habituelles et des contraintes qu'elles imposent. Cette analyse de la littérature permet de relever que « les loisirs ou le loisir » peut se pratiquer au lieu habituel de résidence alors que la pratique touristique est censée obligatoirement être hors de ce lieu. Ainsi, le tourisme se trouve certes comme les loisirs, en rupture avec le travail, mais il l'est aussi particulièrement avec la vie du quotidien. Le tourisme ne fait pas partie traditionnellement de la vie de la cité à travers ses résidents, il s'est développé à ses marges, dans une situation de périphérie. LANGUILLON-AUSSEL (2011) illustre cette idée quand il soutient que le tourisme répond à une logique d'évènements exogènes tandis que les loisirs répondent à une logique d'évènements mercatiques endogènes. Les loisirs ne constituent qu'un motif du touriste et donc une activité qui intervient autant que le voyage dans la réalisation de la pratique touristique sur le territoire d'accueil. Le tourisme peut être motivé par les loisirs et commencer par le déplacement ou voyage tel que schématisé par la figure 2.

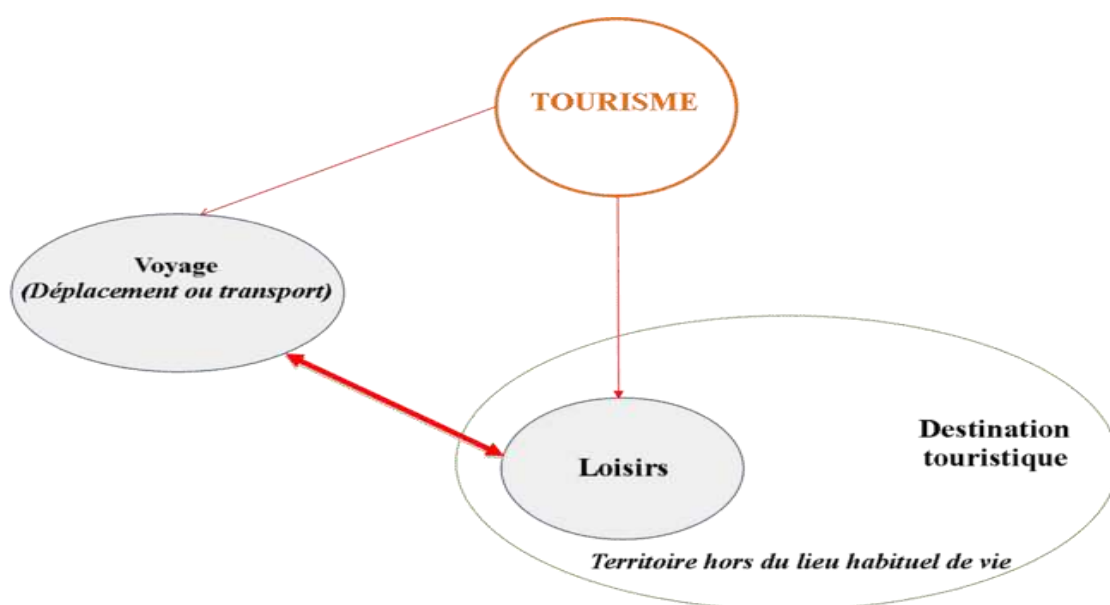


Figure 2 : Processus sommaire de la pratique du tourisme

Source : OMT (2010),

Conception et réalisation : BISSOU, 2014,

Il est observable sur la figure 2, ci-dessus, que voyage et loisirs sont des constituants du tourisme. La machine tourisme est actionnée par l'engrainage voyage qui conduit à la satisfaction d'un motif (loisirs) dans une destination touristique. Cette dernière est censée être hors du lieu habituel de vie du visiteur. Le voyage peut être provoqué par les loisirs.

Les pratiques touristiques sont donc des pratiques complexes de déplacement, de loisirs, d'hébergement, de restauration (Figure 3).

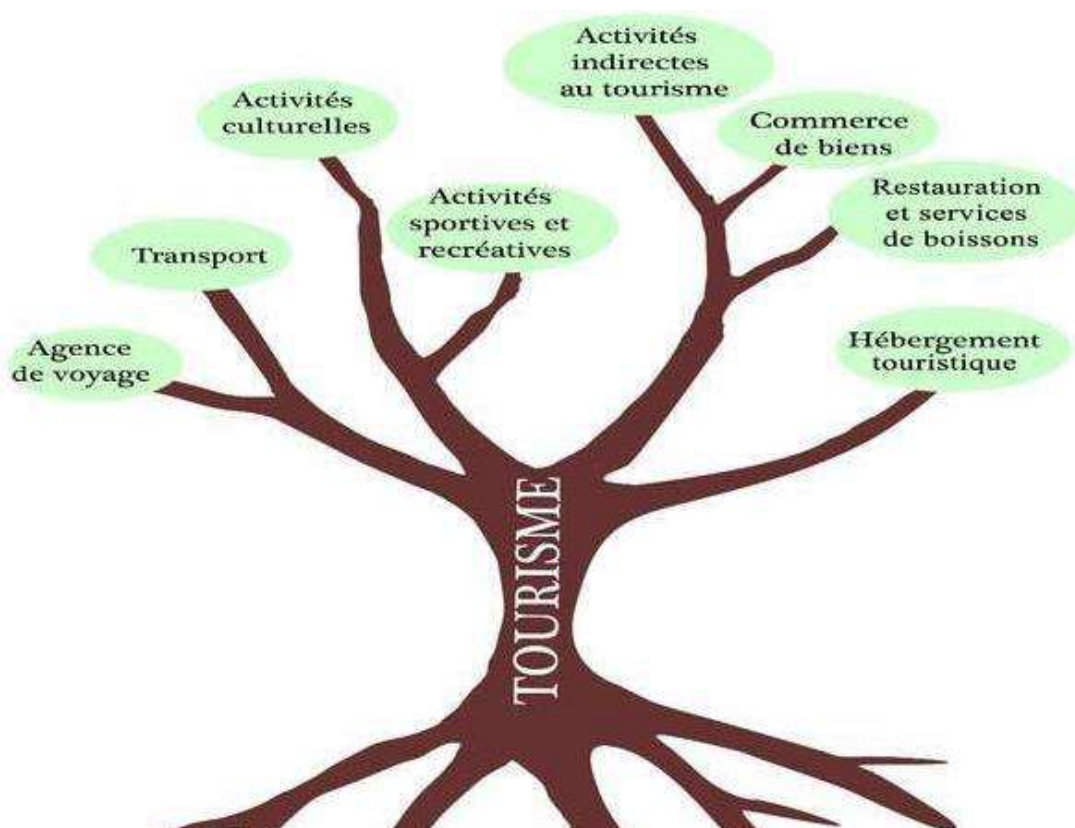


Figure 3: Grand ensemble des activités du tourisme

Sources : OMT (2000) et Géoconfluence (2013) Conception et réalisation : BISSOU, 2015

Le but de ces pratiques touristiques est de satisfaire un certain nombre de besoins culturels et matériels. Ainsi, à travers la figure 3, on peut comprendre autrement le voyage comme une section du tourisme. Dans ce cas, le voyage est généralement assimilé au déplacement ou transport. Cette figure montre également que le tourisme constitue un ensemble d'activités dont souvent la nomenclature demeure difficilement exhaustive. En cela on peut le considérer comme un ensemble T d'une multitude d'activités (Figure3) à l'instar de l'ensemble R en mathématiques. Le tourisme conduit à une découverte des sites, des paysages, des villes, des villages, des monuments et d'autres peuples de la planète. On peut en dégager toute une série d'interactions négatives et positives avec le milieu physique, économique et social. Cette précision faite permet de comprendre l'approche du tourisme comme objet d'étude. C'est en cela que cette étude a conduit à observer plusieurs composantes (voyage, loisir, hôtellerie, restauration, culture) qui sont des indicateurs importants du tourisme. Par ailleurs, les multiples conceptions sémantiques du tourisme motivent un regroupement définitionnel en rapport avec trois dimensions.

I-1-1-2- Le tourisme : une approche définitionnelle tridimensionnelle

Certes, une relative distinction entre tourisme, voyage et loisirs a pu être perçue à travers ce qui précède. Mais, persiste le problème de la pluralité de définitions du tourisme. Cela présente des divergences quoiqu'il s'agisse d'un seul phénomène. Le sens du terme tourisme varie d'une discipline à une autre. Cette variation met en évidence le caractère multidimensionnel et pluridisciplinaire du tourisme. De ces définitions non exhaustives, MEYER (2005) permet de comprendre que le sens du tourisme est essentiellement en rapport avec l'économie, le social et sa conception technique. Cet exercice de regroupement est initié par LEIPER (1979) et plusieurs autres chercheurs. A partir de la littérature, trois approches définitionnelles se dégagent : approches technique, économique et holistique qui seront retenues pour cerner les aspects du tourisme.

D'abord, l'*approche technique du tourisme* qui insiste particulièrement sur les bases légales et administratives du tourisme. Elle est aussi appelée « définition institutionnelle ». Elle dégage les normes du tourisme au niveau international et national. En effet, pour faire suite aux définitions des statisticiens et pour permettre la mesure du phénomène touristique, la CNU a identifié officiellement deux catégories de visiteurs : les touristes et les Excursionnistes (SEYDOUX, 1983). Cette classification a été reprise par les organismes supranationaux OMT et OCDE. La dernière définition adoptée par l'OMT (2000) tient, en théorie, lieu de référence pour l'ensemble des pays membres : Le tourisme est donc « les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs ».

Cependant, comme il ne s'agit que de recommandations, chaque pays précise ses propres concepts selon ses spécificités, d'où, un flou. Deux exemples illustrent cette réalité. Premièrement l'exemple de la France. Dès 1950, elle fait une distinction entre les vacances et les autres séjours. Jusqu'en 1994, l'INSEE a utilisé cette distinction (INSEE, 2000). Deuxièmement, on note le Canada. Ce pays définit quant à lui, très précisément un rayon de 80 Km pour qu'un canadien soit considéré comme un touriste à la condition qu'il n'ait pas traversé une frontière internationale (GAGNON, 2001)

Cette approche définitionnelle non exhaustive, montre que la connaissance du phénomène touristique pose des grandes difficultés autant du point de vue quantitatif, que du point de vue qualitatif. En ce qui concerne les difficultés qu'on rencontre au niveau quantitatif, on peut citer celles qui sont posées par la quantification des flux touristiques. Les statistiques

internationales sont hétérogènes et comportent des méthodologies différentes, ce qui pose parfois un problème de fiabilité. En particulier, les méthodes de comptage aux frontières sont différentes selon le pays.

Au niveau qualitatif, on rencontre des difficultés importantes dans la définition même du tourisme. Elle diffère selon les pays et les organisations internationales. En fait, il s'avère difficile de définir le phénomène touristique de façon uniforme et de formuler une définition qui puisse tenir compte de la grande variabilité du phénomène. Il faut, en effet, distinguer le tourisme d'affaires ou d'agrément, un déplacement domestique, une excursion ou une visite. Le tourisme, voué à une évolution constante de ses pratiques, ne facilite pas la tentative de définition (SPIZZICHINO, 1991). Cette difficulté est due non seulement à la complexité du tourisme mais aussi à la jeunesse épistémologique de ce domaine. C'est la raison pour laquelle, les organisations locales et internationale se réfèrent toujours au repère normatif. Le normatif rassure. Il est appréciable et mesurable. Ce repère est la recommandation adoptée par l'OMT qui donne une orientation sémantique au concept de tourisme dont s'inspirent les Etats membres comme la Côte d'Ivoire. Cette définition est le résultat de plusieurs travaux et rencontres de hauts niveaux initiés par des institutions internationales spécialisées telles que L'OMT, la DSSNU et les commissions régionales des Nations Unies, ainsi qu'avec d'autres organisations régionales et supranationales, principalement l'OCDE, l'EUROSTAT, la PATA, la CTO, (OMT, 2000). Selon l'OMT, (2000), cette définition recommandée est basée sur les critères suivants :

- définition applicable sur une base universelle, aussi bien dans les pays développés que dans les pays en développement ;
- définition voulue simple et claire ;
- définition émise à des fins strictement statistiques ;
- définition émise pour être compatible, dans la plus large mesure du possible, avec les normes et classifications internationales recommandées dans d'autres domaines, tels que la démographie, les transports, le commerce et l'industrie, les migrations internationales, la balance des paiements, la comptabilité nationale ;
- définition émise pour être exprimée en termes simples qui puissent être mesurés dans le cadre des difficultés d'ordre pratique des enquêtes auprès des visiteurs.

Ensuite, l'*approche économique du tourisme* dont les définitions sont celles qui considèrent le tourisme comme un ensemble d'activités offert par un territoire aux visiteurs et qui génère des devises à travers les dépenses, les investissements, les divers emplois. Dans ce cadre, BOYER (2003), soutient que le tourisme est perçu comme objet d'estimations statistiques. Il est nécessaire de rappeler que pour lui, c'est un ensemble de consommation

de biens et de services liés aux déplacements des personnes qualifiées de touristes. Ainsi, l'objectif du tourisme est la production et la consommation de biens et de services divers nécessaires à la satisfaction des besoins de touriste : produits alimentaires, vêtements, transport, hébergement, loisirs. Cette approche traduit le principe économique de l'offre et la demande. Dans ce cadre économique, le tourisme est parfois considéré comme une « industrie », d'où le concept "d'industrie touristique". KASSE (1976) justifie l'emploi de ce dernier en affirmant que si on entend par industrie une somme d'opérations ayant pour objectif la production et la circulation de richesses, ce ne serait pas un abus de langage de parler d'industrie touristique. Cet économiste sénégalais explique cela par le fait que le terme industrie est ici synonyme de secteur. Dès lors, le secteur touristique se compose d'un ensemble de sous-secteurs d'importance inégale comme les sous-secteurs du transport, de l'hébergement, de la restauration, de la distribution. Mais il faut noter qu'il existe tout de même une nuance entre les termes « Industrie » et « secteur ».

L'industrie est définie étymologiquement comme un ensemble des activités économiques qui produisent des biens matériels par la transformation et la mise en œuvre de matières premières. Elle est foncièrement tournée vers la production en série de biens grâce à la transformation des matières premières ou produit semi-finis et exige l'exploitation des sources d'énergie. Elle sous-entend :

- une certaine division du travail, contrairement à l'artisanat où la même personne assure théoriquement l'ensemble des processus : étude, fabrication, commercialisation, gestion ;
- une notion d'échelle, on parle de « quantités industrielles » lorsque le nombre de pièces identiques atteint un certain chiffre ;
- l'utilisation de machines, d'abord manuelles puis automatisées, qui modifient la nature même du travail.

Alors qu'un secteur d'activité économique est le regroupement des entreprises de fabrication, de commerce ou de service qui ont la même activité principale. Il s'agit, ici, d'un regroupement relativement homogène. C'est en cela qu'on notera :

- Le secteur primaire qui consiste à l'exploitation directe de la terre ou des ressources terrestres ;
- Le secteur secondaire traduit par l'industrie telle que définie ci-dessus
- Le secteur tertiaire qui regroupe l'ensemble des activités de commerce et de service dont le tourisme. Ici le produit ne provient d'aucune transformation mécanique ou automatisée. De plus, les notions d'offre et de produit ne sont pas d'une délimitation facile du fait de la spécificité du phénomène touristique qui réunit soit accidentellement, soit volontairement de façon coordonnée un ensemble de services aussi divers et hétérogènes

que les structures d'accueil, les environnements géographiques, les cultures et les arts, les modes de vie. Il faut y voir donc là un abus de langage. Cela repose d'ailleurs sur une traduction imparfaite de l'expression anglaise " tourism industry " qu'il est préférable de traduire par " activité ", " économie " ou " secteur ". Les produits manufacturés issus de la véritable industrie sont des produits stockables à la différence du tourisme qui forme un agrégat de produits non stockables. BOYER (2003) permet de retenir que le tourisme est un secteur de services. A ce titre, on n'y transforme pas des matières premières qui seraient l'eau, l'air, la nature. On n'y transporte pas de produit. Il s'y agit d'un produit intangible. Le consommateur (visiteur : touriste et excursionniste) vient à lui. Par ailleurs, en économie une industrie est caractérisée par un produit homogène et isolé alors que le produit touristique est un amalgame de diverses composantes. L'OMT (2000) a affirmé, à plusieurs reprises, que l'emploi du terme " industrie " pour désigner les activités économiques du tourisme était incorrect et à proscrire. Il ne s'agit donc pas d'une industrie mais d'une activité économique (OMT, 2000). L'avantage de ce concept est de mettre clairement en évidence le caractère systémique du tourisme. En cela, le tourisme est conçu comme non seulement un ensemble d'interactions mais aussi une chaîne d'acteurs et d'activités indispensable à la satisfaction du client qui est le visiteur.

Le tourisme se prête dans ce cas aux mesures et à l'estimation économique. Cette estimation s'effectue par le biais du CST. Ce compte est un ensemble de recommandations internationales concernant le cadre conceptuel et des recommandations élaborées sur la base du système de comptabilité nationale pour les statistiques du tourisme. Les deux documents sont en harmonie l'un avec l'autre et fournissent un cadre conceptuel pour mesurer et analyser le tourisme en tant qu'activité économique. (CST, 2000). En tant qu'instrument statistique de mesure économique du tourisme, le CST est un ensemble de 10 tableaux récapitulatifs. Chacun des tableaux contient des données et représente un aspect distinct des données économiques du tourisme : dépenses du tourisme récepteur, du tourisme interne, du tourisme émetteur et du tourisme intérieur, comptes de production des activités touristiques, valeur ajoutée brute et PIB résultant de la demande touristique, emplois, investissements, consommation des administrations publiques et indicateurs non monétaires. Selon MEYER, BURI et CORNUZ (2013), c'est depuis 1930 que les pays cherchent à mesurer le tourisme en vue d'une uniformisation des statistiques et démarcation des touristes des autres voyageurs. Cependant cet instrument adopté officiellement par l'OMT et l'ONU en 2000, n'impose pas encore d'homogénéité entre les pays. Aussi, leurs propres systèmes subissent-ils des modifications régulières de critères. Il est presque inexistant ou non exploité dans certains pays. Cet état de fait empêche toute comparaison rigoureuse. Malgré les efforts

d'harmonisation menés par l'OMT, chaque pays développe ses propres indices pour apprécier les activités secondaires liées au tourisme telles que les loisirs, les restaurants ou la location de voitures. Certains le font sérieusement en utilisant une méthodologie fiable. D'autres pays donnent beaucoup moins d'importance à cette statistique (COOPER et al, 1993).

En somme, l'approche économique du tourisme consiste, d'un côté, à définir le tourisme comme un secteur économique. Le tourisme est un fait économique par les flux financiers qu'il génère. De l'autre côté, elle s'évertue à établir les indicateurs, les outils et méthodes de comptabilité du tourisme. Elle se démarque dans ce cas d'une approche holistique du tourisme.

Enfin, l'*approche holistique du tourisme* : les définitions holistiques considèrent le tourisme comme un tout. Il est repris, ici, la conception émise par MAUSS (1993), de considérer le tourisme comme un ensemble de « faits totaux ». Selon lui, le tourisme est un ensemble de phénomènes qui mettent en branle, dans certains cas, la totalité de la société et de ses institutions et, dans d'autres cas, un grand nombre d'institutions. En outre, pour comprendre le tourisme, il faut effectuer la recherche des faits qui ont compté, qui ont marqué dans le passé, qui sont porteurs d'avenir, ceux qui sont occultés dans une analyse préconçue (BOYER, 2003, BOYER, 1999 et LORCIN, 1999). Par conséquent, le tourisme est une création de l'histoire.

Plusieurs travaux attestent que le tourisme s'intègre à toutes les réalités humaines. Cela se traduit par cette réflexion de WAHAB (1975) qui soutient qu'il faut inclure, dans l'approche du tourisme, l'élément humain, spatial, temporel. De même, JAFARI (1977) propose la prise en compte des touristes, de l'activité touristique, des hôtes et également des impacts sur l'environnement physique, économique et socioculturel des hôtes. SIMONNEAUX (1999) adhère à cette approche quand il écrit : « le tourisme, c'est à la fois un fait économique, un fait social car il marque les préoccupations de la société face aux loisirs, un fait juridique car il fait référence au droit du travail, un fait religieux par les pratiques religieuses qui peuvent y être associées ». Pour appréhender l'évolution du tourisme, il est nécessaire de tenir compte de sa dimension socioculturelle et de son ancrage dans l'histoire des cultures. Le tourisme est un phénomène social, culturel, économique et spatial. De toutes ces approches, on retient que la première permet de dégager des déterminants du tourisme.

I-1-1-3- Les principaux déterminants du tourisme

A partir de la définition technique, LE GARREC (2008) déduit que le premier acte fondateur du tourisme est de se déplacer. La durée minimum pour qu'un voyage soit qualifié de « touristique » est de 24h. Les déclinaisons du mot « tourisme » se font aussi sur le motif du déplacement : on pense au tourisme d'affaires, au tourisme de découverte, au tourisme de loisirs, au tourisme affinitaire. Elle ajoute que le deuxième acte fondateur du tourisme est de séjourner en un lieu, avec au moins une nuitée passée en ce lieu : l'hébergement est donc l'autre composante essentielle du tourisme.

Ce point de vue met en évidence les actions concrètes du visiteur qui détermine la pratique touristique. Mais, LE GARREC (2008), en soulignant que la durée minimum du déplacement est de 24h, exclut les excursionnistes. Ces derniers sont pris en compte dans le tourisme par les recommandations sur les statistiques du tourisme de l'OMT. Aussi, tente-t-elle de relever les déterminants du tourisme. Cependant, elle les présente de façon globale. Par conséquent, elle ne permet pas de bien cerner des indicateurs importants comme la destination et le motif. Au-delà de ce que soutient LE GARREC (2008), le premier déterminant en termes de projet et de pratique touristique est le motif. Quatre déterminants sont donc identifiables : le motif touristique, la mobilité touristique, la destination, la durée du séjour.

Le motif touristique soulève une question essentielle : pourquoi les gens se rendent-ils dans une destination touristique ? Selon BOTTI, PEYPOCH et SOLONANDRASANA (2013), cette question se rapporte à la notion de motivation ou motif et est à l'origine de nombreuses recherches scientifiques. Le motif est une raison de nature intellectuelle qui induit une action. C'est la raison de la pratique touristique ou du choix de la destination par le visiteur. GAY-PARA (1985), a précisé que le choix d'une destination par le touriste résulte d'un processus complexe de prise de décision qui dépend en partie du motif de voyage. Il existe plusieurs types de motifs touristiques : le motif principal, le motif secondaire et le motif tertiaire. Le troisième est le motif inconnu au départ mais qui s'exprime une fois sur le territoire de séjour. Le deuxième motif est considéré comme la motivation connue avant le départ mais n'est pas le stimulateur du choix de destination. Quant au motif touristique principal, il se définit comme le motif en l'absence duquel

le voyage n'aurait pas eu lieu (OMT, 2000). C'est le motif qui provoque le déplacement pour une destination principale. La figure 4 ci-après montre les différents motifs reconnus.

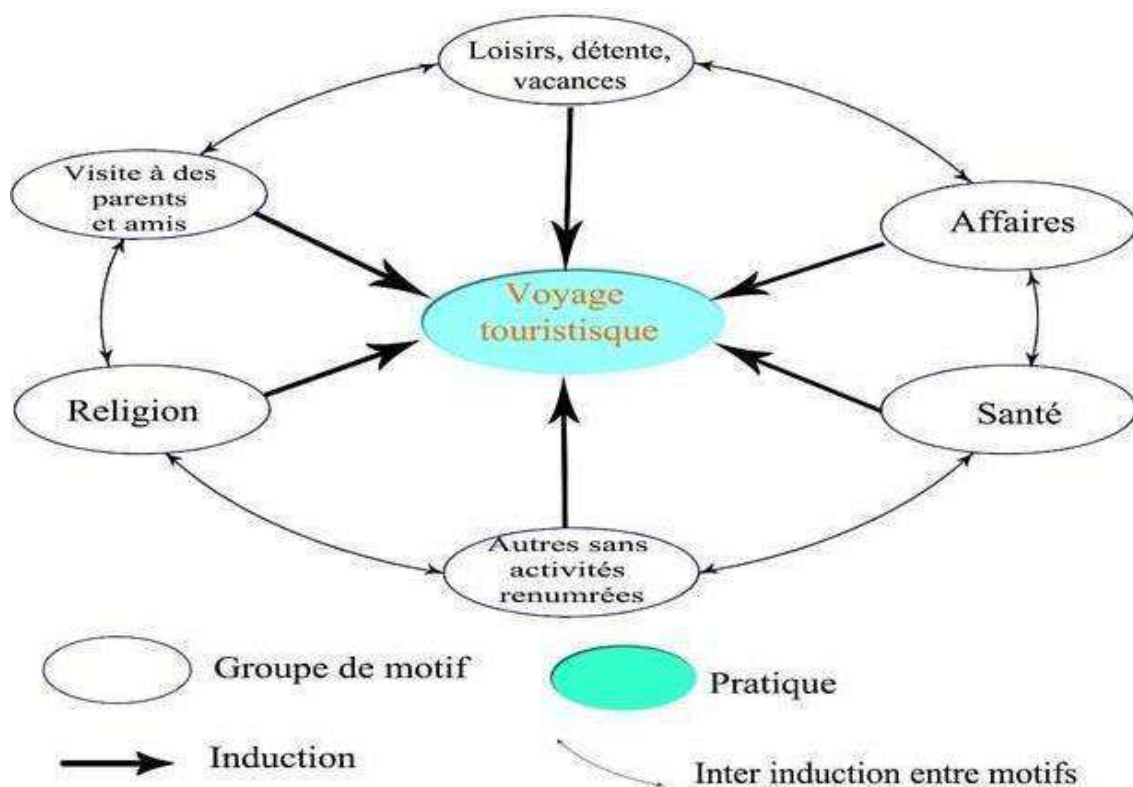


Figure 4 : Groupes de motif du tourisme

Source : OMT (2000)

Conception et réalisation : BISSOU, 2014

Les raisons des voyages touristiques peuvent être différentes : les loisirs ou affaires, le goût de l'exotisme, les séjours linguistiques, la découverte d'autres cultures. L'OMT (2000) donne une classification des motifs touristiques par groupe. Elle précise que la classification du motif de la visite en grands groupes qui est recommandée, se base sur la classification proposée par l'ONU en 1979 dans les lignes directrices provisoires sur les statistiques du tourisme international. Cette classification a pour objet de mesurer les segments clés de la demande touristique à des fins de planification, promotion et commercialisation. La figure 4 montre que la classification du motif de la visite se présente en grands groupes.

La classification des voyages touristiques en fonction du motif principal du voyage permet d'analyser les comportements en matière de consommation et de dépense du visiteur, de mieux évaluer la demande de services spécifiques, d'identifier différents sous-ensembles de visiteurs : visiteurs en voyages d'affaires, visiteurs en transit. (BLOC-DURRAFOUR et MESPLIER, 1992). Elle est aussi nécessaire pour déterminer les types de tourisme. Cependant, la définition officielle du tourisme ne fait pas de distinction entre les motivations et les pratiques. Elle considère seulement le point commun entre ces activités : le

déplacement pour une durée du séjour entre un (1) jour et douze (12) mois. Par conséquent, l'homme d'affaires qui voyage sans libre choix et sans agrément est mis sur le même niveau qu'un étudiant qui part à l'étranger pour apprendre une langue ou un vacancier qui passe une semaine au bord de la mer. (BLOC-DURRAFOUR et MESPLIER, 1992). L'exercice d'une activité rémunérée sur le lieu visité ne constitue pas un motif touristique. Si la personne entre dans un pays pour y exercer une activité rémunérée, elle doit être considérée comme un migrant. Les voyageurs d'affaires qui se rendent dans une filiale sont, par contre, considérés comme des touristes. La motivation est un des aspects les plus importants du phénomène touristique, d'autant plus que BOYER (1982) énonce : « notre société, toujours plus compétitive et rationalisée, produit chez l'homme un fort besoin qui doit être satisfait à travers une évasion offerte par un tourisme, et plus en général, par des loisirs riches en mythes et en rêves ». Elle induit les déplacements ou mobilités.

La mobilité touristique : dans son acception la plus générale, la mobilité désigne un changement de lieu. Elle est simplement considérée comme terme générique de tous les types de mouvements et de l'ensemble de ceux-ci exprimé par des déplacements effectués à différentes échelles spatiales et temporelles. C'est donc un concept englobant dont il importe de décliner toutes les notions qui en découlent (déplacement, transport, migration), et que, trop souvent, on confond avec lui (LEVY et LUSSAULT, 2013). Cette confusion est constatée alors qu'il importe de ne pas amalgamer la mobilité à d'autres termes, tels que les flux, qui peuvent être de personnes, de marchandises, ou de capitaux : flux matériels ou immatériels, ou les mouvements. Le flux est considéré, premièrement, comme un courant d'échanges (circulation) de personnes, de marchandises, d'argent, d'informations entre deux points. Deuxièmement, comme la quantité de marchandises, de personnes ou d'informations en circulation. C'est l'ensemble des déplacements, orientés par leur lieu d'origine et de destination et affectés à un trajet. La circulation peut être résumée en tant qu'un ensemble formé par le déplacement et par l'espace produit ou affecté par ce déplacement (LEVY et LUSSAULT, 2013). Par ailleurs, au-delà des mouvements physiques (déplacements individuels et des objets), la circulation concerne également des mouvements immatériels (informations, finances). En comparaison avec la notion de flux, la dimension spatiale de la circulation est plus large. La circulation des biens, des personnes, est à la source de processus d'échange, de diffusion (valeurs, idées, technologies), moteur essentiel du développement de l'humanité. La migration est le « mouvement d'une personne, d'une origine à une destination » (MERLIN et CHOAY 2005). Le point commun à ces termes est la notion du mouvement ou changement. Cependant, la mobilité ne se limite pas à cette notion. Elle se distingue de ces termes. Non seulement, la mobilité change de plus en plus vite d'ampleur, mais elle

évolue dans sa nature, dans ses modalités, ainsi qu'en termes de causes et d'effets (VODOZ, 2004). Cette distinction se perçoit aussi à travers la chronologie de l'usage des termes « transport, déplacement et mobilité » dans les politiques et les actions d'aménagement du territoire et d'urbanisme (Figure 5).

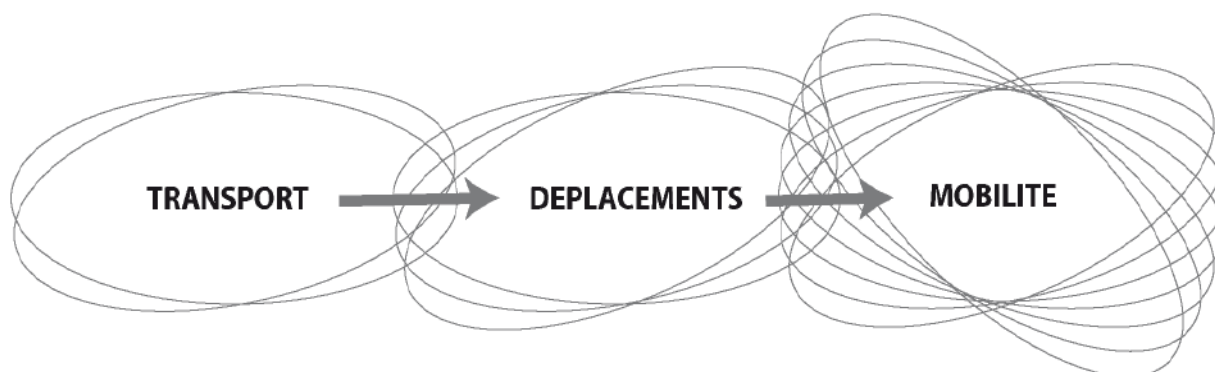


Figure 5 : Dimensions et évolution d'utilisation des termes : transport, déplacement, mobilité

Source : TABAKA, (2009)

Cette figure 5 présente l'évolution du concept de mobilité. On note avec TABAKA (2009) que dans les années 1950-1960, avec la démocratisation de la voiture particulière et de grands investissements en transports en commun, on fait l'usage de la notion de « transport ». Dans les années 1970 et jusqu'aux années 1980, qui voient entre autres l'apparition des enquêtes ménages déplacements, la crise pétrolière et celle de grands investissements d'infrastructure, la notion des « déplacements » prend le relais. A partir de la dernière décennie du XX^e siècle et jusqu'à aujourd'hui, les deux notions précédentes cèdent la place au terme des « mobilités » (DEBIZET, 2004).

Le déplacement ne constitue qu'un élément de l'ensemble qui est la mobilité. Il constitue un élément central de la mobilité, il est l'expression réelle de la propension à se mouvoir. Il est l'expression explicite de la volonté d'atteindre une ressource nécessaire ou « d'accéder à » pour l'individu. Le déplacement existe du fait de l'existence de distance séparant les objets de la société. Face à la distance et aux contraintes qu'elle soulève, les habitants construisent, en fonction du contexte social, des stratégies, des actes, des idéologies, des technologies, des savoirs (LEVY et LUSSAULT, 2003). Le déplacement peut être également présenté en tant qu'acte d'usage d'une trame spatiale, étant en effet, sa mise en œuvre individualisée par la personne se déplaçant. S'il est vrai qu'un ordre spatial organise un ensemble de possibilités et d'interactions, l'individu en déplacement actualise certaines d'entre elles. Mais aussi, il les déplace et il en invente d'autres puisque les traversées, dérives ou improvisations des déplacements, privilégient, modifient ou délaissent des éléments spatiaux. Par exemple, le

marcheur transforme en autre chose chaque signifiant spatial (CERTEAU, 1990). Dans cette perspective, en employant le terme de la mobilité individuelle, l'accent est plutôt mis sur l'accès à l'ensemble des pratiques spatiotemporelles des personnes, plus que sur le déplacement en tant que tel. La mobilité fait référence à la fois aux pratiques qui mettent en mouvement et en contact les individus et au conditionnement de ces pratiques. La mobilité ne se limite pas au déplacement physique effectif et même aux techniques de transport ou à l'accessibilité. Elle embrasse les idéologies et les technologies du mouvement en cours dans une société. Elle prend en compte, non seulement, un ensemble de valeurs sociales, une série de conditions géographiques mais aussi, un dispositif technologique et son arsenal de techniques et d'acteurs. Dans cette optique, la mobilité se définit comme la « capacité à se mouvoir, à changer, à se déplacer. La mobilité se définit encore, comme la « propension d'une population à se déplacer (MERLIN et CHOAY, 2005). Ce n'est plus le seul acte de se déplacer qui est pris en compte, mais l'ensemble des conditions qui composent le mouvement (Figure 6).

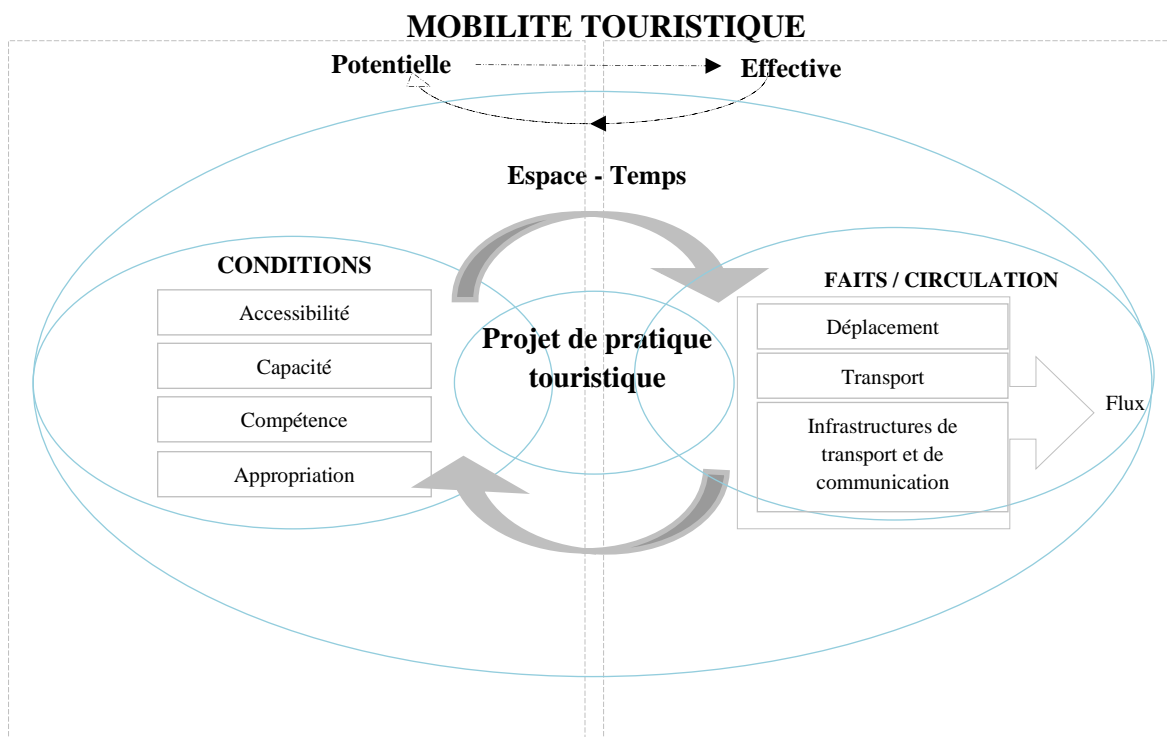


Figure 6 : Composantes de la mobilité touristique et leurs relations réciproques

Source : TABAKA (2009)

Conception et réalisation : BISSOU, 2014

La mobilité se réfère, en géographie, à la pratique des échanges et des déplacements qu'effectuent les individus (PUMAIN et SAINT-JULIEN, 2001). Les travaux géographiques réservent donc l'usage du terme de mobilité à celui des personnes (KNAFOU

et al, 1997, PUMAIN et SAINT-JULIEN, 2001). Ils l'abordent de différentes manières, en différents types d'espaces.

Dans cette étude, la mobilité peut être assimilée au voyage. Pratiquer le « tourisme c'est nécessairement se déplacer » (KNAFOU et al, 1997), et ce, pour une durée limitée. Le tourisme implique le déplacement de personnes. Ainsi, de la variété de mobilité énumérée plus haut, cette recherche met l'accent sur la mobilité touristique. Car l'argent disponible pour des activités non-essentiels, le temps libre, les infrastructures et moyens de communication sécurisent et facilitent le voyage. Les mobilités touristiques impliquent des variations importantes des populations présentes dans un territoire à un moment donné (résident et séjournant) et une dissociation des temps et des lieux de production et des temps et des lieux de consommation. La consommation en un point du territoire varie en fonction de la population réellement présente à une date donnée. Aussi, la prise en compte des déplacements touristiques, aussi bien des nationaux que des étrangers, a-t-il conduit à une autre approche de l'économie territoriale, l'économie "présentielle", formule proposée par DAVEZIES et TERRIER (2004). Elle permet d'évaluer les consommations induites par la présence de personnes sur un territoire à un moment donné en mesurant et en cumulant les absences et les présences un même jour. Cela induit le critère de séjour touristique.

Le séjour touristique : le visiteur peut demeurer en un lieu fixe hors de son cadre habituel de vie ou effectuer un circuit avec au moins une nuit. Il bénéficie d'une prestation comprenant l'hébergement dans un même lieu et pendant plusieurs jours consécutifs. Ainsi, évoquer le séjour, c'est faire allusion à une présence temporaire du visiteur en un lieu de son choix. Dans cette optique, plusieurs travaux s'accordent pour comprendre le séjour comme le fait de demeurer pendant un certain temps en un lieu. Aussi, dans le cadre du tourisme, TABARLY et DOCEUL (2012) pensent-ils que c'est la durée pendant laquelle un touriste habite une destination touristique. La définition exacte de l'INSEE (2000) est la suivante : « un séjour est une période d'au moins un jour qui est fixe, si l'individu est resté au même endroit. Le terme séjour, surtout s'il s'applique à la sphère touristique, emporte l'idée de dépaysement, de découverte, de changement, de déplacement par rapport au lieu ordinaire d'habitation avec, en arrière-plan, la supposition que la distance entre le domicile et le lieu de séjour soit suffisante pour entraîner une modification du rythme de vie quotidien ». A titre d'exemple, la résidence d'été où le monarque effectue des séjours aux beaux jours : Château de Windsor pour la couronne d'Angleterre, à quelques km à l'ouest de Londres. Castel Gandolfo pour le souverain pontife, à 5 km de Rome. Cette résidence d'été peut être spatialement proche mais modifier les habitudes des occupants y effectuant un séjour

touristique. En revanche, occuper plus ou moins alternativement deux propriétés d'un même territoire, selon des critères propres, ne peut répondre à la définition de séjour touristique. Si l'on associe la notion de séjour à celle de loisirs, la question se pose de savoir si les voyages à caractère mixte¹ entrent ou non dans la catégorie séjour touristique. La réponse sera donnée par la proportion accordée à chacun des aspects du déplacement tout en sachant qu'à l'origine, les aristocrates fortunés, les artistes de Cour, les diplomates qui se déplaçaient à travers l'Europe, en précurseurs du tourisme, avaient pour objectif l'étude des mœurs étrangères, des paysages, des politiques pratiquées plutôt que les loisirs. L'histoire du séjour, entendu comme une succession d'une à 365 nuits en un lieu extérieur au domicile, se confond étroitement avec celle du développement du tourisme, lui-même conséquence de l'industrialisation qui a engendré les congés. D'innombrables facteurs tels l'allongement de la durée de vie, l'âge de la retraite, la prolongation des études, l'augmentation du nombre de jours de congé et leur fragmentation, l'internationalisation du marché, ont fait que la courbe représentative de l'évolution des séjours, sujette à l'explosion du niveau de vie et aux variations imputables aux crises économiques cycliques, est loin d'être linéaire. Une connaissance de ces facteurs d'évolution des séjours touristiques est nécessaire à une adaptation du tourisme aux besoins engendrés par une société de loisirs, particulièrement avide de découvertes. Sans remonter à l'aube des temps où les voyages n'avaient pour objectif que la migration de peuplement, la conquête militaire, la promotion d'échanges commerciaux, on peut signaler que les premiers séjours sans but économique direct remontent à l'époque des pèlerinages à vocation culturelle.

Certaines définitions en précisent la durée. Cette dernière peut être définie comme un espace de temps que dure une chose. La durée précise du séjour en tourisme est comprise entre 1 jour et 365 jours. En termes économiques et selon les normes internationales, est considérée comme séjour touristique une durée de résidence incluant au minimum une nuitée et au maximum un an, temps au-delà duquel on parle de domicile (PEYPOCH, 2008). Cette conception du séjour exclut l'excursion qui est pourtant pris en compte dans le compte des flux touristiques. Le séjour touristique est caractérisé par la durée. Cette dernière est appréhendée ici comme un espace de temps ou période pendant laquelle s'effectue une pratique touristique. Il s'agit du temps mis par le visiteur dans la destination de son choix. C'est sans doute, en cela que BOTTI, PEYPOCH et SOLONANDRASANA (2013) soutiennent que le temps est un élément qui paraît prépondérant dans le choix du touriste. Selon ces auteurs, celui-ci achète des séjours dont les caractéristiques principales sont la

¹ Partir en cure thermale d'agrément en incluant un volet médical. Profiter des congés pour contacter la clientèle d'une région

durée et la localisation. La durée de séjour constitue un autre critère qui permet de distinguer le tourisme des autres formes de déplacement. Elle représente une sorte d'extension de la notion d'environnement habituel. En effet, une personne qui séjourne plus d'un an à un endroit donné n'est plus considérée comme un touriste mais comme un résident du pays visité. Les statistiques du tourisme sont principalement exprimées avec une unité qui est le séjour ou la durée du séjour et non le visiteur. C'est ce que traduit LEIPER (2004) en ces termes: « différents touristes tendent à percevoir la même destination de différentes manières et une variable très influente est le temps disponible passé dans chaque lieu ». BOTTI, PEYPOCH et SOLONANDRASANA (2013) expliquent que le temps est donc l'unité de mesure par laquelle le consommateur évalue la quantité de séjour qu'il peut acquérir. Il a donc une place importante dans le choix de la destination.

Un séjour est comptabilisé au moment du franchissement de la frontière pour ce qui est du tourisme international. Chaque séjour se décompose lui-même en séjours détaillés représentés, d'une part, pour les touristes non-résidents avec la combinaison d'une commune de séjour et d'un mode d'hébergement. D'autre part, pour les touristes résidents, par les différents pays visités. Un voyage peut intégrer plusieurs séjours. Le décompte des séjours touristiques se réduit au décompte des arrivées touristiques. Un touriste peut donc effectuer plusieurs séjours au cours d'une même année. Selon l'INSEE (2000) un court séjour comporte une à trois nuits tandis qu'un long séjour en comporte quatre ou plus.

La nuitée a été retenue comme unité de mesure du séjour car s'appuyant nécessairement sur les ressources d'hébergement propres au tourisme dans les lieux touristiques. Une nuitée est une unité de compte de la durée du séjour, constituée d'une nuit par personne passée en hébergement hors de son domicile déclaré. Le séjour touristique constitue un déterminant indispensable pour l'étude du tourisme. Les statistiques du tourisme dans les pays développés et en voie de développement s'établissent sur la base du séjour touristique. Or, on ne parle de séjour touristique que lorsqu'il y a au moins une nuitée effectuée uniquement par les touristes et les vacanciers. Cependant, l'étude touristique doit prendre en compte les excursionnistes. A partir de ces postulats, un problème de la recherche en tourisme est relevé. Car bien que la notion de tourisme s'étende maintenant aux excursionnistes, les données se limitent essentiellement aux touristes et aux vacanciers dans le territoire d'accueil. Ce dernier constitue le quatrième déterminant du tourisme.

La destination ou le territoire d'accueil : Tous les chercheurs, sur la question du tourisme, s'accordent sur le fait qu'un critère important dans la définition des activités touristiques est qu'elles se déroulent en dehors de l'environnement habituel. Certains auteurs précisent qu'il s'agit de la destination. Ce concept est plusieurs fois associé au phénomène

touristique. KADRI, KHOMSI et BONDAREMKO (2011) relèvent 347 occurrences du terme destination à partir de l'analyse de 73 documents. Ils relèvent que la synapsie « destination touristique » représente 20,4% des treize synapsies du terme destination pertinentes pour l'analyse sémantique. La réflexion sur cette assertion permet de constater avec évidence que ce terme fait l'objet d'une importante utilisation tant par les organismes, par les entreprises touristiques et par les acteurs du développement que par les chercheurs en tourisme qui ne partagent pas une définition commune et reconnue de ce concept. Ce concept devient l'objet d'un enjeu scientifique entre les disciplines exerçant une domination sur le champ du tourisme (KADRI, KHOMSI et BONDAREMKO, 2011). Quelle signification du mot destination convient-il d'utiliser dans une étude sur le tourisme ?

(BOYER, 2011) distingue trois grandes phases chronologiques dans l'évolution sémantique du terme destination. D'abord la fin du XII^e siècle période de l'apparition du terme destination. A cette époque, son origine est liée à l'idée de prédestination : une fin déjà programmée à l'avance. Le terme est utilisé dans le contexte de la relation de l'homme avec une divinité. Cette dernière exerce un pouvoir absolu de décision. Cette idée demeure encore d'autant plus que la destination est assimilée aux significations implicites de but et de vocation. Ensuite, au XVII^e siècle, précisément à partir de 1690, cette signification sera essentiellement accolée à un objet et à sa fonctionnalité : Emploi auquel une chose est destinée. La perspective actuelle initiée par le Marketing et l'Economie s'apparente à cette idée. Selon cette perspective, la destination peut être perçue comme un produit et un système. Dans cette même logique, TOCQUER et ZINS (1999) définissent la destination touristique comme un type de produits et services touristiques issus de nombreux opérateurs privés et publics. En cela, il est admis que la destination respecte les phases du cycle de vie du produit. Cependant, d'une part, le cycle de vie d'un produit n'est qu'un outil qui doit être utilisé à côté de l'intuition. D'autre part, la destination n'est pas un produit tangible. Elle est perçue comme une image en rapport avec l'homme. Des auteurs comme KYE-SUNG (1990), ETCHNER et RITCHIE (1991), STABLER (1988), TELISMAN-KOSUTA (1989), GALLARZA et al. (2002), définissent la destination à partir de l'image que cette dernière renvoie à ses visiteurs. Elle est donc empreinte de subjectivité humaine. Aussi, est-il remarqué que le concept de destination est appréhendé comme un qualificatif, un statut accordé à un lieu ou à un territoire pour signifier sa touristification et sa touristicité. On se demanderait alors : quels sont les critères qui font d'un territoire une destination touristique ? Enfin, au XVIII^e siècle, dès 1770, la « destination est plutôt considérée comme un « lieu où l'on doit se rendre », coïncidant ainsi avec la naissance du tourisme en Europe ». A juste titre, KADRI, KHOMSI et BONDAREMKO (2011) affirment que le succès du tourisme est

étroitement associé au mot destination. Ce mot fait, certes, l'objet de plusieurs significations (destinée, usage, direction), mais la plus dominante est celle du « lieu ». Cette orientation sémantique est celle du Dicotour en ligne du site de GeotourWeb qui met l'accent sur le lieu où se rendre. De même, BRUNET et al. (1993), considèrent la destination comme un lieu vers lequel on se dirige pour s'y arrêter. Quant aux dictionnaires de géographie, ils limitent sa définition à l'idée d'une place choisie à l'avance. Cette dernière idée correspond bien au corpus du tourisme. Malgré la nature de totalité et de complexité du phénomène touristique, le concept de destination reste attaché à une dimension spatiale. Si l'approche par la géographie est la plus dominante au sein de la littérature francophone, c'est parce que les partisans de cette discipline considèrent la destination d'abord comme un lieu (KADRI, KHOMSI et BONDAREMKO, 2011). Les définitions, telles que celle de l'Equipe MIT (2005), montrent clairement le poids de la variable spatiale dans l'interprétation de ce concept. Pour elle, la destination est un lieu d'interactions territoriales qui concentre les données socioculturelles, naturelles, patrimoniales et techniques. Dans cette perspective, la destination peut être un site, un village, une ville, une région, un pays ou une zone. Une des plus grandes évolutions dans le tourisme, ces dernières années, a été la reconnaissance du poids et du rôle des destinations (FROCHOT et LEGOHEREL, 2010).

La littérature est enrichie sur le concept de destination. Dans le cadre de cette étude, son utilisation se rapporte plus à l'aspect géographique (au lieu). Toutefois, cette thèse n'occulte pas ses dimensions économique (marché, produit, système ou fonctionnement) et psychosociologique (motivation du consommateur) qui sont contenues dans le mot lui-même. Cette étude s'est inspirée, en cela, d'une définition plus élaborée du terme destination tiré de l'Encyclopedia of Tourism où JAFARI (2000) écrit : « *Destination, as distinct from origin or market, refers to the place where tourist intend to spend their time away from home. This geographical unit visited by tourists may be a self-contained center, a village or a town or a city, a region or an island or a country. Furthermore, a destination may be a single location, a set of multi-destinations as part of a tour, or even a moving destination such as a cruise* ». Par ailleurs, cette triple dimension susmentionnée, est justifiée par VIOLIER (2009). En effet, cet auteur montre que la destination présente des caractéristiques géographiques : objets naturels, population et activités. Il soutient qu'au-delà de ses caractéristiques, la destination serait ce que les touristes perçoivent comme l'espace où ils mettront en œuvre des pratiques touristiques. La destination est considérée comme un lieu de production de produits touristiques concentrant l'attention et les motivations des visiteurs (DAVIDSON et MAITLAND, 2002). De même, CERIANI et al. (2008) soutiennent qu'un

lieu correspond plus ou moins au projet formé par les touristes. C'est la mise en acte d'un projet fédérateur des pratiques touristiques.

A l'issue de cette approche définitionnelle, on peut retenir que le tourisme se présente comme un phénomène non isolé. Mais un phénomène intégré à l'espace (dimensions géographique) à la vie socio-économique de la société (dimension social et économique). Il existe par un ensemble de faits hétérogènes. De ce fait, le tourisme est fortement marqué par son caractère multidisciplinaire. Au-delà de tout, l'épineuse question de la scientificité du tourisme demeure. Toutefois ce contour sémantique permet de percevoir certaines de ses spécificités et aide non seulement à le distinguer des autres secteurs dont il se sert. Il aide aussi, à identifier les principaux variables d'une étude touristique afin de comprendre son évolution.

I-1-2- Evolution des pratiques touristiques à l'échelle mondiale continentale et nationale

Le tourisme a pris forme à un moment donné de l'histoire de l'humanité. Son évolution, marquée par trois grandes phases chronologiques, met en évidence une réelle croissance des flux, recettes. Ainsi, il est nécessaire d'analyser les pratiques touristiques à l'échelle mondiale, continentale et nationale.

I-1-2-1- Evolution de la pratique du tourisme dans le monde : croissance arrivée et recettes touristiques

Le tourisme a évolué au cours du temps à travers des changements notables qu'il a connus dans les différents territoires du monde depuis sa naissance jusqu'à nos jours. Ces changements sont quantitatifs (une clientèle en croissance) et qualitatifs (des attentes variées) (SIMONNEAUX, 1999). Ils se traduisent essentiellement, par la croissance des arrivées touristiques qui induisent l'ancrage spatial et de fortes recettes telles que présentées dans le tableau 1 suivant.

Tableau 1:Recettes touristiques dans le monde entre 1980 et 2013

Années	1980	1990	2000	2005	2009	2010	2011	2012	2013
Recettes (en million d'euro)	75,5	212,6	515,2	546	612,3	699	740	869,1	902,4

Source : WTO, 2012

Par ailleurs, les arrivées touristiques sont un indicateur important pour mesurer la dynamique du tourisme. Les statistiques touristiques révèlent toujours que ces dernières sont marquées en général par une croissance (Figure 7).

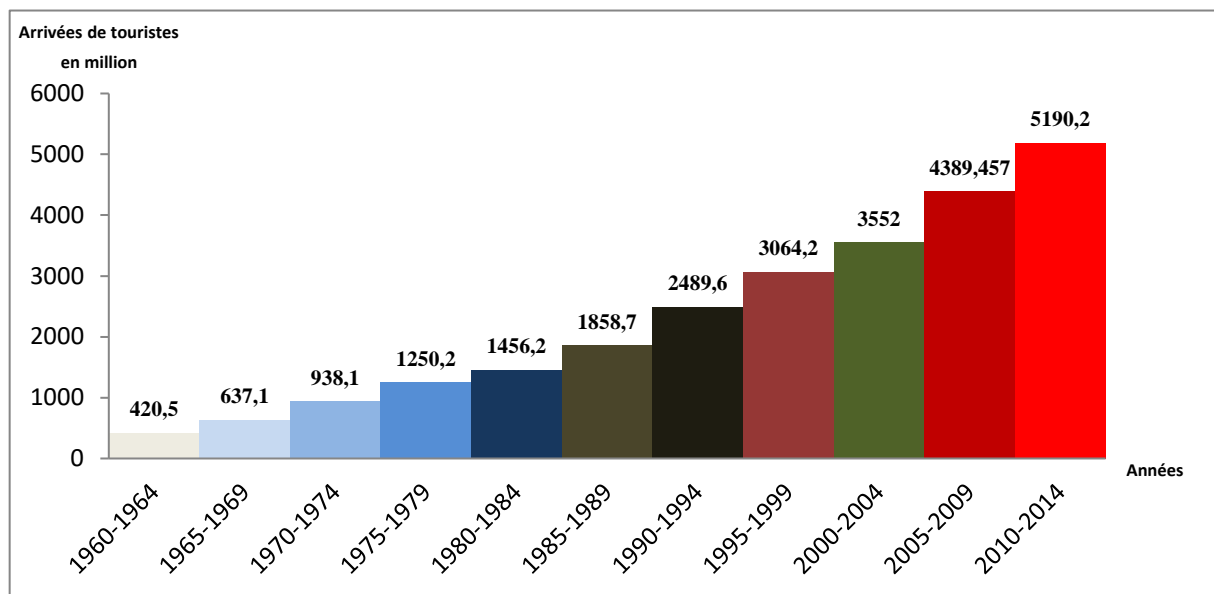


Figure 7: Evolution des arrivées de touriste dans le monde de 1960 à 2014

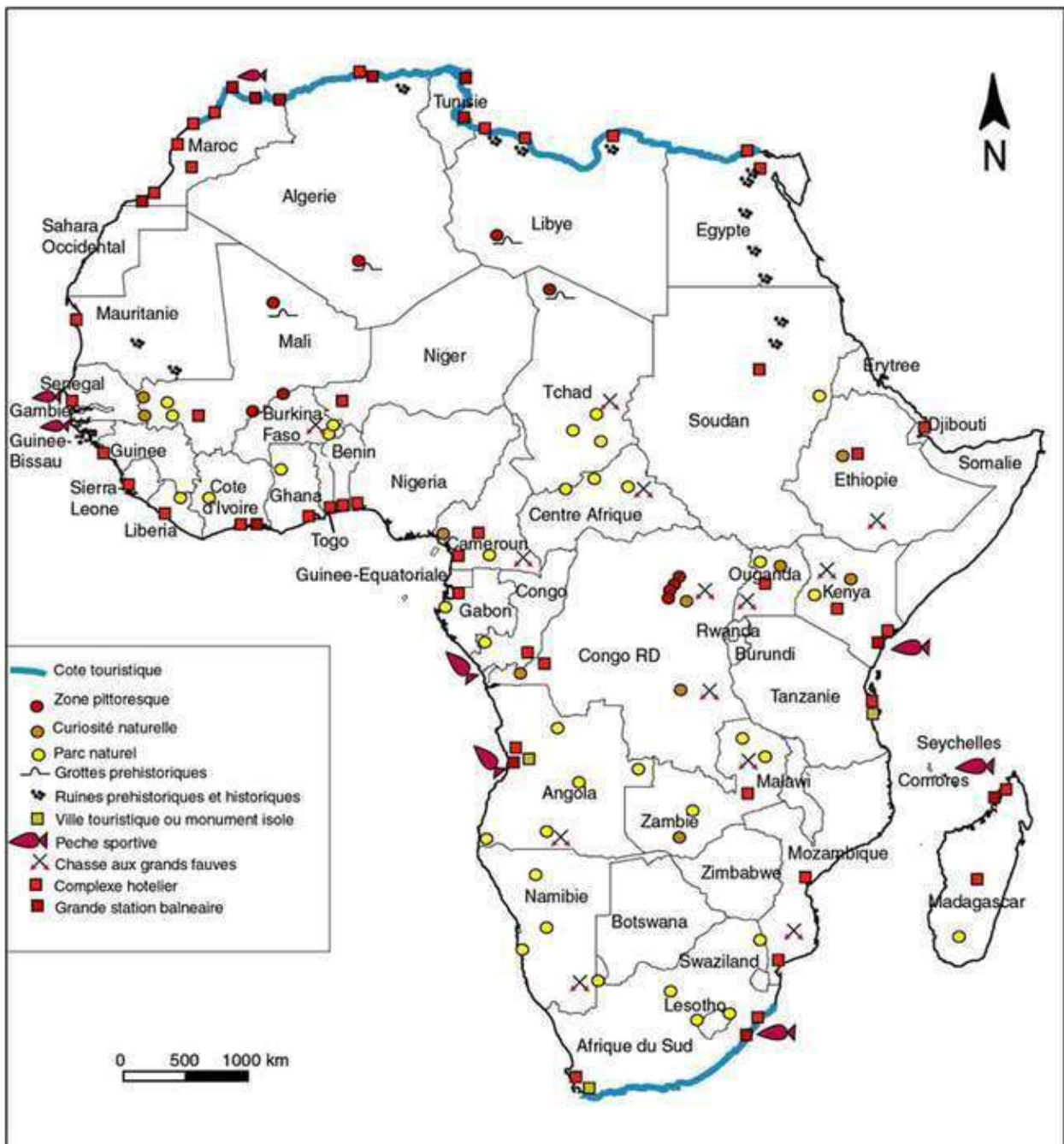
Sources : OMT (2000) ; (2003) ; (2010) ; BM (2014)

Elles n'ont cessé de croître depuis la naissance du tourisme malgré les effets conjoncturels (OMT, 2000, 2010). C'est pourquoi le secrétaire général de l'OMT soutient que le tourisme a montré qu'il est un secteur très résistant (OMT, 2011). Les données présentées par la figure 7 montrent que les flux touristiques doublent relativement chaque décennie. En 40 ans, de 1960 à 2000, le nombre de touristes internationaux a été multiplié par 10 : environ 70 millions en 1960, 165 millions en 1970, 286 millions en 1980, environ 466 millions en 1990, 700 millions en 2000. Selon RENAUD (2003), le nombre des touristes a augmenté huit (8) fois plus que la population mondiale. Ces flux touristiques sont observés dans tous les pays, d'autant plus que la diffusion du tourisme dans le monde est l'illustration de la mondialisation des mœurs et des échanges (LECLERC, 1999). Cependant, ces flux sont inégalement répartis dans les grandes régions et pays de la planète. L'Afrique particulièrement, présente une faible proportion de mobilité touristique. Selon les données de l'OMT (2013) en 2012, elle détient 5% des arrivées touristiques loin derrière l'Europe et l'Amérique qui occupent respectivement la première place avec 30% et la deuxième place avec 20% des arrivées touristiques. Au-delà de cette inégale répartition, les flux touristiques, demeurent croissant dans chaque pays.

Ces pays à forte proportion des mobilités touristiques sont des territoires d'émission et de réception des visiteurs. Ils permettent aussi d'évaluer la dynamique du phénomène touristique dans son expression spatiale. Nous pouvons y observer des transformations de l'espace d'une époque à une autre. Pour le Géographe DERRUAU (2007), le tourisme, longtemps considéré comme une activité négligeable, a pris une ampleur considérable. Il se propage dans l'espace. Par un processus d'occupation successives, un lieu atteindrait un degré "X" d'occupation ou de saturation. (GAGNON, 2007). Nous pouvons en déduire qu'au fur et à mesure que se développe le tourisme, une organisation spatiale de plus en plus évolutive avec des phases de transformation de l'espace se met en place. Les transformations de l'espace s'adaptent plus ou moins aux variations des tendances touristiques. C'est pourquoi, TORRENTE (2000) énonce que l'histoire du tourisme en France est découpée en trois étapes qui correspondent à de grandes périodes d'organisation du territoire à partir du phénomène touristique. Il ajoute que ce dernier dans son évolution a permis à certains lieux de s'autonomiser. Ces lieux sont passés d'un statut de dépendance, de territoire relais ou intermédiaire à un statut de pôle touristique à partir duquel peuvent s'organiser des itinéraires en boucle dans la région. L'espace est le support de la pratique touristique. Le développement du tourisme devrait donc se traduire dans l'aménagement de l'espace qu'il soit urbain ou rural. Cela est malheureusement quasiment imperceptible dans de nombreux pays comme la Côte d'Ivoire.

I-1-2-2- Aperçu des flux touristiques en Afrique et en Côte d'Ivoire

L'introduction du tourisme dans le programme de développement des pays africains est un fait récent. Comme d'autres pays en développement, de plus en plus, les gouvernements africains s'intéressent au tourisme comme source de croissance économique et de diversification des activités économiques. De nombreux travaux récents, indiquent que le tourisme en Afrique peut contribuer efficacement au développement économique, si les conditions s'y prêtent. Par exemple, les dépenses relevant du tourisme peuvent constituer un stimulant considérable pour d'autres secteurs de la production (agriculture, pêche, élevage) et des services. Pour KLANCNIK (2000), c'est la seule activité du secteur des services où tous les pays africains, en majorité PMA, ont un avantage comparé en raison de la diversité de leurs atouts touristiques : leurs ressources naturelles, leurs traditions et leurs cultures (figure8). D'ailleurs, RENAUD (2003), soutient que l'Afrique est commercialisée de manière variée en tant que destination caractérisée par la nature, les réserves naturelles, les stations balnéaires et le patrimoine culturel (Figure 8).



Sources : Atlas de l'Afrique, 1977 ; 2010 ; MEMENTO DU TOURISME, 2012

Réalisation: BISSOU, 2014

Figure 8 : Atouts touristiques du continent africain

La figure 8 ci-dessus montre que l'Afrique possède des ressources considérables non seulement pour le tourisme côtier ou balnéaire, mais aussi, pour le tourisme de nature ou l'écotourisme, le tourisme culturel ou tourisme de découverte, le tourisme sportif. Tous ces atouts présentent l'Afrique comme une destination exotique spécifiée par son originalité. Par ailleurs, l'Afrique bénéficie de sa situation géographique. Elle est bien située pour attirer de nombreux touristes. En effet, elle a l'avantage d'être assez proche de l'Europe et moins loin de l'Amérique qui représentent respectivement 58% et 28 % des départs du monde (OMT,

2013). Ces deux continents sont les importants marchés émetteurs pour l'Afrique. En 2012, la clientèle touristique de l'Afrique a été originaire de l'Europe pour 76 % et d'Amérique du nord pour 11 % (OMT, 2013). Aussi, selon APHING-KOUASSI (2001), l'évolution des loisirs et agréments en Afrique est-elle la conséquence de la croissance urbaine et du développement des loisirs urbains. Il estime que c'est le phénomène urbain et en particulier la croissance de grandes villes africaines, qui a développé le phénomène touristique et récréatif. Ces nombreux avantages lui ont permis d'enregistrer des chiffres importants dans le domaine du tourisme.

En ce qui concerne les arrivées touristiques, l'OMT indique que le secteur du tourisme africain affiche une croissance d'environ 7,8 % par an (OMT, 2003, 2012 et 2015). Ce taux moyen annuel dépasse légèrement celui du monde (4,9%). Les arrivées de touriste international en Afrique sont relativement en croissance telle qu'illustré par la figure 9.

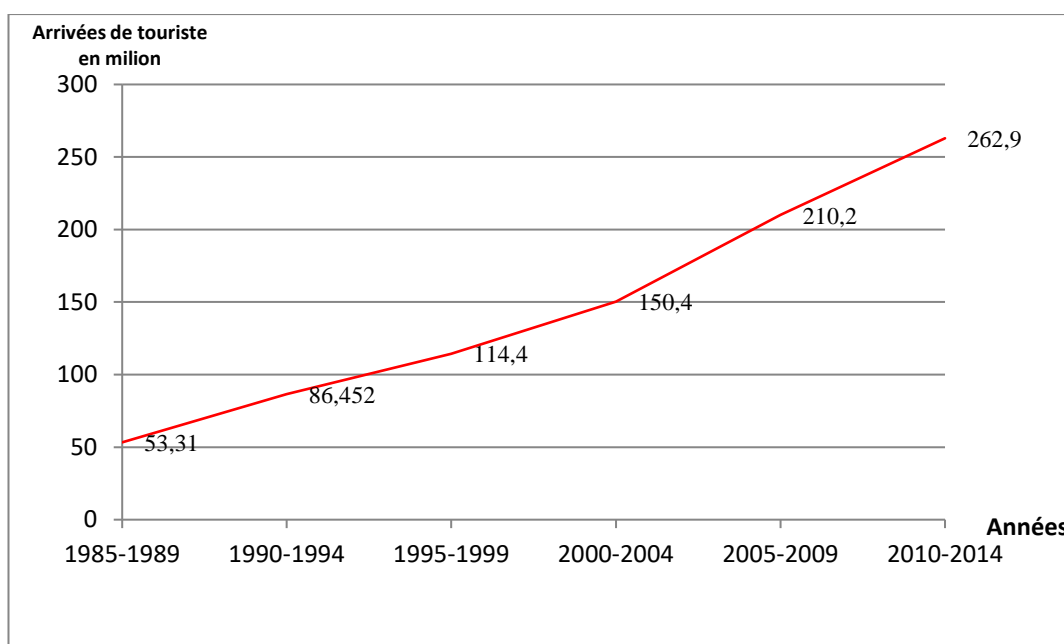
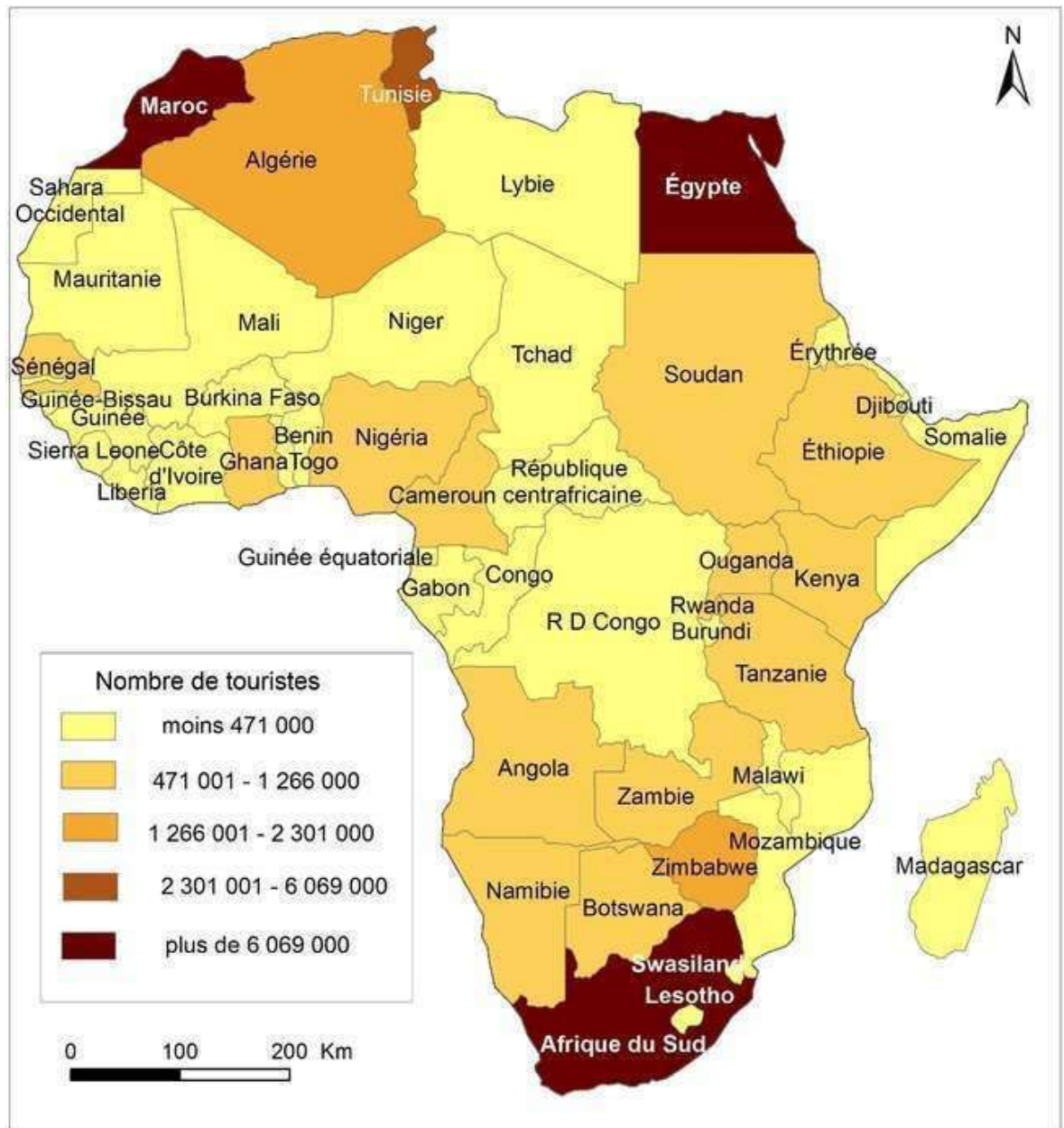


Figure 9 : Evolution des arrivées de touriste en Afrique de 1985 à 2014

Sources : WTO, 2003, OMT, 2012, OMT, 2013

Cette croissance de la courbe traduit une augmentation permanente des visiteurs sur le continent africain. A juste titre, les données publiées par l'OMT ces dernières années démontrent que l'Afrique a reçu environ 25 millions de touristes en 1998. Ce nombre a doublé en dix ans. Il est passé à 58 363 000 visiteurs en 2008. Et il n'a cessé de croître jusqu'à atteindre plus 62 000 000 de visiteurs en 2014. Au cours de cette année, cette croissance touristique a généré une recette de plus 11,4 milliards d'euros selon le rapport de l'OMT (2015). Les résultats de l'Afrique restent néanmoins limités. Considérant son

potentiel, il ne semble pas juste qu'aujourd'hui encore, l'Afrique ne représente que 5% des flux touristiques mondiaux et seulement 1,5% des recettes touristiques mondiales. A côté de cette faible part que l'Afrique possède dans le tourisme mondial, on y constate aussi une disparité dans la répartition des arrivées touristiques. Certaines zones africaines constituent des destinations remarquables en raison du fort taux d'arrivée de touriste. Cependant d'autres reçoivent un faible nombre de touriste (Figures 10 et 11)



Source: africa-onweb, 2005 / MINTOUR 2013

Réalisation: BISSOU & KANGAH, 2015

Figure 10 : Répartition des arrivées touristiques dans les pays africains en 2013

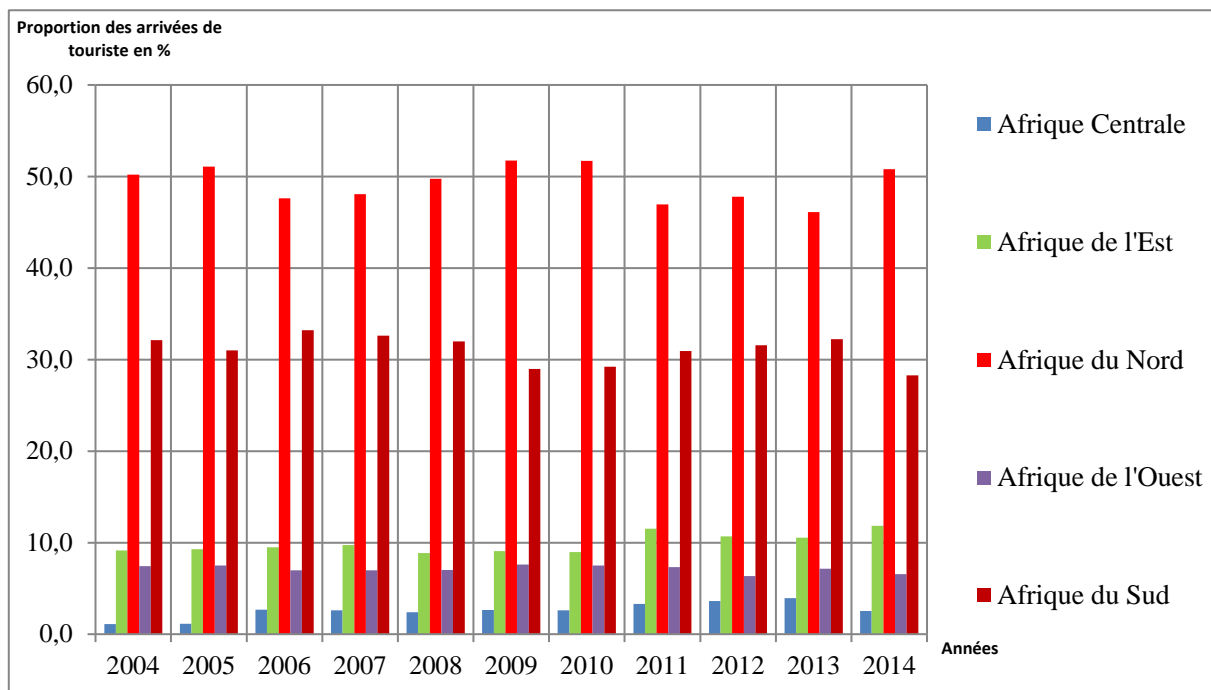


Figure 11 : Proportion des arrivées de touriste par grande région africaine entre 2004 et 2014

Sources : OMT, 2012, OMT, 2013, 2015

Les figures 10 et 11 représentent respectivement ces disparités dans la répartition des arrivées touristiques tant au niveau des pays que des grandes régions de l'Afrique. En effet, le nombre de touriste varie d'un pays à l'autre sur le continent africain. Certains pays sont plus visités que d'autres. A juste titre, la figure 10 permet de constater qu'il existe 5 classes de pays africains : la classe des pays qui accueillent moins 470 000 visiteurs, celles des pays qui reçoivent entre 472 000 et 2 300 000 visiteurs et celles des pays qui accueillent plus 2 305 000 visiteurs. Aussi, la figure 11 montre-t-elle que les zones qui constituent les principales destinations actuelles des touristes en Afrique sont celles du nord et du sud. Ces deux grandes régions africaines représentent à elles seules, en moyenne, 70% des arrivées touristiques en Afrique entre 2004 et 2014. C'est dans ces zones qu'on trouve les pays les plus visités en Afrique. Il s'agit par exemple de l'Afrique du sud, l'Egypte et le Maroc. Au-delà de ce déséquilibre, l'Afrique demeure une zone d'accueil importante. Il est donc nécessaire qu'elle dispose des équipements touristiques capables de satisfaire les exigences des touristes internationaux. On note un effort remarquable en ce qui concerne la capacité hôtelière : une croissance de nombre de lits au fil des années (Tableau 2).

Tableau 2 : Capacité hôtelière mondiale et africaine (1980- 2004)

Zone	Millier de places-lits par Année				
	1980	1985	1997	2000	2004
Monde	16277	18241	29344	31321	33745
Afrique	269	525	834	1041	1255

Source : OMT, 2005

Cependant, la capacité hôtelière demeure encore en dessous des normes touristiques. Elle ne représente que 3% des équipements hôteliers dans le monde. En plus, l'Afrique souffre surtout d'une image médiocre en matière de sécurité et de qualité. Cette réalité met en évidence la problématique de la dynamique et la maîtrise des flux touristiques dans chaque pays d'Afrique. C'est ce qui motive d'ailleurs cette présente étude.

Certes, des difficultés existent encore dans ce secteur. Mais les perspectives de développement du tourisme en Afrique jusqu'en 2020 sont prometteuses selon des experts de l'OMT. Cette année-là, il est estimé qu'elle recevra 77 millions de touristes et le tourisme sera parmi les secteurs les plus développés de l'économie. Ce développement probable est à la fois une occasion et un défi pour les pays d'Afrique. Ce développement repose sur la mise en œuvre des stratégies de promotion et de commercialisation des produits touristiques au niveau national. C'est ce que la Côte d'Ivoire ne cesse de faire depuis 1970.

En effet, l'Etat ivoirien prend conscience de l'existence de nombreux produits touristiques, de l'urgence à aménager leurs espaces, à les conditionner, à les promouvoir et à les vendre. Pour cela, des travaux ont été effectués. Ceux-ci traduisent l'intérêt scientifique de l'étude touristique. Pays de l'Afrique occidentale en zone chaude et humide, la Côte d'Ivoire couvre une superficie de 322 462 km². Suite au décret N°2011-263 du 28 septembre 2011 portant organisation du territoire national en district et en région, elle a été subdivisée en 2 districts autonomes et 30 régions administratives. Le nombre de région est passé à 31 avec la création de la région du Moronou par le décret N°2012-612 du 4 juillet 2012 portant création de la région du Moronou. Ces districts et régions correspondent à des aires géographiques et culturelles bien définies avec des attraits qui leur sont plus ou moins spécifiques. La Côte d'Ivoire bénéficie de plusieurs caractéristiques géo-climatiques : paysage soudanien au nord, montagnes pittoresques à l'ouest et au nord-ouest, plusieurs chaînes de collines par endroit, surtout, au centre, au centre-nord, des savanes arborées au centre, forêt dense au sud, jusqu'à la côte atlantique. Cette dernière est parfois rocheuse vers l'ouest et bordées d'immense plaines de sables fins à l'est. Elle est favorisée aussi par une variété culturelle d'autant plus que KINDO (1996), affirmait : « C'est l'Afrique en miniature

avec 60 groupes ethniques représentant 60 "Afrique" fascinantes ». DELAFOSSE (1989) explique que ce pays a d'immenses potentialités : la mer, le soleil, la faune, la flore, un riche folklore, une diversité culturelle intégrant plusieurs aspects de l'Afrique. Il existe autant de motifs qui peuvent attirer un nombre important de touristes, qui ne cherchent que le dépaysement dans les autres parties du pays (DELAFOSSE, 1989). PIERRE DU PREY, (1970), GLORIEUX (1975), HAUHOUOT (1978), REMY (1983), GAUDIO et al (1984), avaient déjà commencé à réaliser une monographie des potentialités touristiques (Figure 12).



Sources : HAUHOUOT (1978, 2002) ; REMY (1996), MINTOUR (2012)

Réalisation : Bissou, 2014

Figure 12: Atouts touristiques de la Côte d'Ivoire

Selon les études traduites sommairement par la figure 12, les auteurs présentent la Côte d'Ivoire ainsi : le littoral avec des sites exceptionnels entre l'océan et la lagune favorables au tourisme balnéaire ; l'ouest (Man/Gouessesso) offrant des paysages et des sites pittoresques (chutes d'eau, pont de lianes) des spectacles de danses célèbres (Masque, tématé) ; le nord dont le développement du tourisme relève de la beauté du paysage de savane, de la richesse des villages d'artisans, du folklore traditionnel. Ce qu'il faut retenir de cette généralité du potentiel touristique du nord c'est ce que REMY (1996) a appelé « le chapelet de villages d'artisans » ; le centre avec le barrage de Kossou, la réserve de la marahoué, des édifices fascinant comme la basilique, ses villages de potières et de tisserands ; l'est avec la région d'Abengourou, riche d'une organisation royale encore authentique : la cour du roi des rois des Agni.

Ainsi, on voit se dessiner une carte touristique de la Côte d'Ivoire. Toutes ces virtualités, d'une part, permettent une variété de forme de tourisme. D'autre part, elles contribuent des flux touristiques en Côte d'Ivoire. Depuis longtemps, la Côte d'Ivoire ne cesse de recevoir des touristes. Cependant, la statistique touristique est mise en place à partir de 1970. Depuis cette année, on constate que les arrivées touristiques connaissent une variation d'une année à une autre telle que présentée par la figure 13.

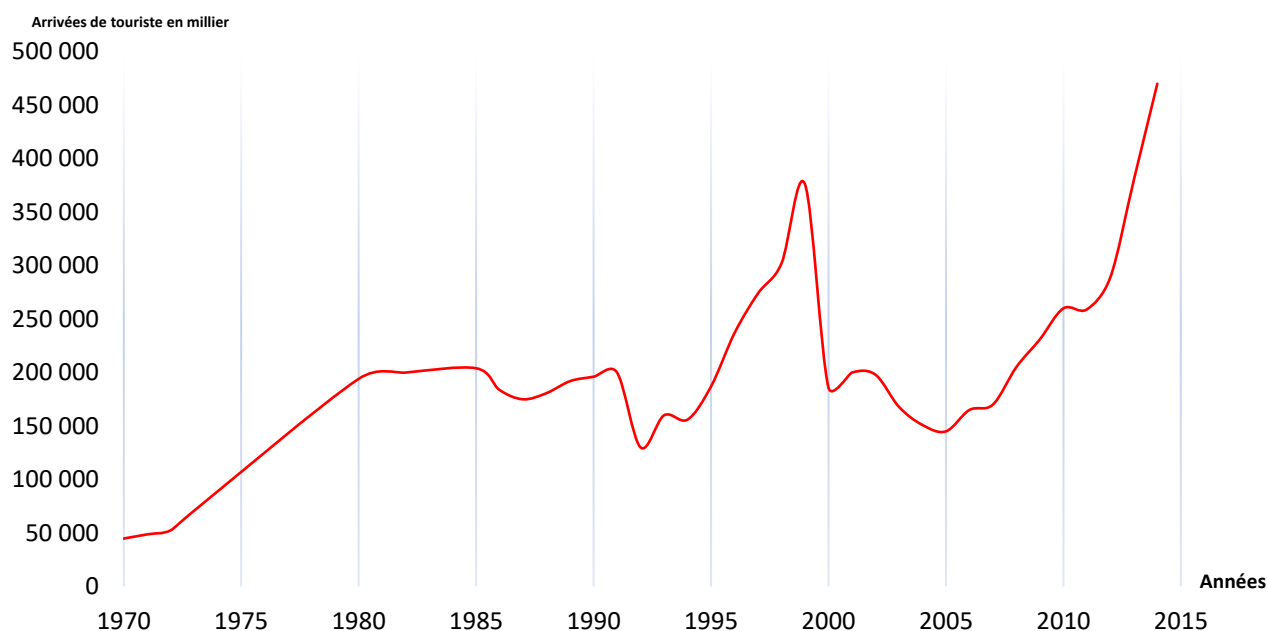


Figure 13: Evolution du flux touristique en Côte d'Ivoire

Sources : MINTOUR, 1993, 2014

Que traduit cette évolution des arrivées de touristes à partir de 1970 ? GLORIEUX (1975) énonce que le tourisme ivoirien était très timide avant 1970. Il souligne qu'à cette époque,

ce secteur était confronté essentiellement à un manque de structures de développement touristique et une inexistence d'institution touristique. De 1970 à 2014 le tourisme ivoirien amorce une croissance générale relative comme le présente la courbe de tendance du flux touristique. Toutefois, la courbe d'évolution du flux touristique présente un rythme irrégulier d'évolution. Entre 1970 et 1980 cette évolution des flux touristiques connaît une croissance rapide. Le nombre de touriste est passé de 44826 en 1970 à 194100 en 1980. Seulement en 11 ans de lancement officiel, le nombre de touriste a été quadruplé en Côte d'Ivoire. Le rythme de croissance a été extrêmement rapide d'autant plus que GLORIEUX (1975) soutient qu'il est le plus élevé de tous les secteurs d'activité. Ainsi pour lui, le tourisme est devenu un puissant facteur de développement pour la Côte d'Ivoire au cours de la décennie 1970-1980.

Au cours de la décennie 1981-1990 les arrivées de touriste atteignent le seuil des 200000 touristes en 1982. On note une légère croissance de ce nombre en 1985 avec 205000 visiteurs soit un taux de croissance de 1,23%. Après 1985 jusqu'à 1990, l'activité touristique connaît une baisse. Le nombre de touristes est inférieur à 200000 même s'il demeure relativement croissant. Ce nombre régresse de 5,5% de 1985 à 1986. A partir de cette année, le nombre moyen d'arrivée touristique est de 185510 avec un taux de croissance d'environ 1%. Par conséquent, cette décennie est marquée par une stagnation de l'activité touristique. Les nombres des arrivées de touristes sont relativement constants. Cela s'explique par la crise économique que connaît le monde et particulièrement la Côte d'Ivoire. Tous les secteurs sont en régression. Le tourisme ivoirien, étant essentiellement dominé par le tourisme d'affaire, en a subi alors les effets néfastes.

La décennie 1990-1999 commence par une légère reprise des activités touristiques avec une croissance de 0,98% entre 1990 et 1991. En effet, le nombre de touriste qui était à 196 109 en 1990 a retrouvé le seuil de 200 000 touristes en 1991 après 5 ans. Cela a permis à notre pays de recevoir environs 20 milliards de francs CFA (MINTOUR, 1993). A ce titre, le tourisme a été qualifié d'un des secteurs importants pour la promotion économique de la Côte d'Ivoire. Aussi est-il considéré comme une possibilité offerte à la Côte d'Ivoire pour renforcer son assise économique et pour faire rentrer des devises (VISION CI, 1996). Cependant, le tourisme ne peut se développer que dans un environnement stable et rassurant. Cela n'a pas été le cas entre 1991 et 1995 marqué par la lutte pour l'avènement du multipartisme avec ses corollaires de mouvements et de violences, créant ainsi une atmosphère d'insécurité. Par conséquent, le nombre de touristes a fléchi de 1991 à 1992 avec respectivement 200 000 et 130 000 touristes. Cette baisse est estimée à 21,21%. Une autre régression de 1,27% est constatée entre 1993 et 1994. Cette décennie est tout de même

marquée par une phase de croissance remarquable entre 1995 et 1999. Au cours de ce quinquennat, une augmentation de 14% est constatée. On note 187 000, 236 913, 274 000, 302 000 et 376 000 touristes respectivement en 1995, 1996, 1997, 1998 et 1999. Ce rebond s'explique par une relative stabilité après les élections. Il est aussi favorisé par la politique de l'éléphant d'Afrique qui accordait une place importante au développement du tourisme. Ce dernier en était d'ailleurs le quatrième pilier.

En fin 1999 et début 2000, la croissance du tourisme ivoirien, qui semblait soutenue, s'est enrayée et les arrivées de touriste ont baissé de 34 % sous l'effet conjoint du coup d'Etat de décembre 1999 et des attaques armées de 2002 qui ont plongé la Côte d'Ivoire dans une longue période de crise. Les arrivées de touristes en Côte d'Ivoire ont atteint un total de 186000 en 2000 contre 376 000 en 1999. D'après les données statistiques de Ministère du tourisme pour l'ensemble de la Côte d'Ivoire, pendant pratiquement six ans, (2000-2005) le tourisme connaît une véritable phase sombre. Il est noté un ralentissement de 4,74% par rapport à la progression annuelle moyenne de 3,26 % qui avait caractérisé la décennie précédente. Les quatre dernières années de la période 2000-2005 ont vu une chute d'environ 8% des arrivées en Côte d'Ivoire après une hausse de moins de 4% entre 2000-2001. D'autres évènements ont eu un effet négatif sur l'activité touristique : les manifestations violentes contre les forces étrangères, la division du pays en deux parties avec une partie, précisément celle du Nord, hors du contrôle du gouvernement ivoirien. Ces événements ont nui à l'ensemble de l'activité touristique du pays.

Au terme de six années de stagnation et de régression le tourisme ivoirien a enregistré un rebond à partir de 2006. Durant cette année le nombre d'arrivées de touristes a progressé de 6,46% par rapport à 2005 qui s'était révélée une année particulièrement difficile en raison de l'insécurité grandissante du fait de la crise ivoirienne et de plusieurs problèmes conjoncturels exogènes tel que la guerre en Irak et de l'atonie économique. Depuis 2006, le nombre de touristes en Côte d'Ivoire ne cesse de croître jusqu'à 2014. Même si entre 2010 et 2011 on note une légère baisse de 1% à cause de la crise postélectorale, l'évolution de nombre de touriste montre une croissance spectaculaire de 7% entre 2006 et 2014 contre la chute de 8% de la période 2000-2005. Le record historique des arrivées de touriste est atteint au cours de cette dernière période en 2014. Cette année a dépassé les attentes avec des arrivées de touristes atteignant 470000 contre 145000 en 2005. Le tourisme ivoirien a progressé de 53% par comparaison à 2005. Cela représente son plus fort taux de croissance sur les quatre décennies de son histoire et plus du double de 2005. Les résultats confirment à la fois la croissance soutenue des dernières années et l'élasticité du secteur face aux obstacles internes et externes. Cet essor a été suscité par le renforcement du dialogue direct entre les

protagonistes de la crise ivoirienne, leur cohabitation au sein d'un même gouvernement, enclanchant alors un processus de fin de crise par des actions en faveur de la paix. Elle a fortement contribué à la promotion du tourisme ivoirien. Ainsi, depuis 2011, le tourisme connaît une période de croissance régulière. Cette croissance des flux touristiques soulève une préoccupation essentielle : celle de leur maîtrise. Cette préoccupation exige l'amélioration et la mise en place de stratégies de développement de tous les secteurs d'activité qui ont une part importante dans la dynamique du tourisme en Côte d'Ivoire. Selon des données statistiques, le secteur du transport a connu une amélioration remarquable, il a pris une part importante dans le dynamisme des flux touristiques. Par exemple, en 1972, le transport des touristes représentait à lui seul 38% du trafic aérien de passagers de l'aéroport d'Abidjan (HAUHOUOT, 1978). L'importance de la Côte d'Ivoire en tant que destination aérienne est encore démontrée par les nombreux vols intercontinentaux qui la desservent chaque semaine. Aussi, la Côte d'Ivoire a-t-elle été marquée par l'accroissement de la clientèle simultanément avec le progrès de l'équipement hôtelier. Il est à souligner que les performances actuelles du tourisme n'ont pu être atteintes que grâce à un effort d'investissement sans précédent dans le secteur hôtelier. Par exemple, entre 1970 et 1973, ce sont plus de 8 milliard de francs CFA qui y ont été investis, le nombre de nouvelles chambres de standing international construites étant d'environ 1450 (GLORIEUX, 1975) De nombreuses réalisations ont été enregistrées ces dernières années.

Malgré ces atouts et les nombreux efforts de développement, le tourisme ivoirien rencontre encore de nombreux obstacles : il existe une disparité et un déséquilibre dans son développement. Cette activité est concentrée à Abidjan. Beaucoup d'effort reste à faire pour le rendre plus active dans l'économie ivoirienne. C'est certainement ce qui a conduit les autorités à opter pour une activité touristique contributrice du développement local avec un accent particulier pour l'espace rural.

I-2- Espace rural, attractivité touristique et organisation du tourisme

I-2-1- Espace et ruralité

La notion 'espace' a évolué de l'espace absolu vers l'espace relatif. On déclare souvent que la géographie est la science de l'espace sans donner un sens précis à ce concept. « Espace » est un terme complexe. Une définition précise de l'espace tel qu'étudié par les sciences sociales, a mis du temps à être formulée. La réflexion épistémologique sur le concept d'espace en sciences sociales et particulièrement en géographie, est récente. Elle

commence dans les années 1970 et connaît une évolution sémantique. L'examen des travaux et des recherches montre que l'espace avait au début une connotation absolue dans le sens d'un support, d'une étendue inamovible. Mais, il a perdu, au fil du temps, ce caractère absolu pour revêtir une dimension de plus en plus relative.

Le sens originel du mot espace, en latin "spatium", désigne non seulement, un champ de courses, une arène. Il désigne aussi une étendue, une distance ou encore une durée, un laps de temps. Ces différentes idées sont d'ailleurs attribuées aux sciences dites sciences dures : mathématique, physique, astronomie. Elles considèrent donc l'espace comme un objet figé, un objet en soi indépendant de toute autre réalité. Les premières réflexions sur ce concept attribuées à la philosophie grecque dominées par Platon, Aristote, Newton, ont été à la base de cette idée de l'espace comme entité absolue. A juste titre, PLATON développe dans Le Timée sa théorie de l'espace. Celle-ci se caractérise par l'identification de l'espace et de la matière. Il identifie le monde des corps physiques avec celui des formes géométriques. Il explique qu'un corps physique est simplement une partie d'espace limitée par des surfaces ne contenant que du vide. Sa physique est ainsi géométrique. Pour ARISTOTE, l'espace définit le lieu comme l'enveloppe immobile d'un corps. Ainsi, il n'y a pas de vide, l'espace est la somme de tous les lieux occupés par les corps. Quant à NEWTON (1642-1727), il considère l'espace comme une sorte de substance qui existe indépendamment de toute matière et possède une structure d'espace euclidien infini à trois dimensions. L'espace persiste à travers le temps sans aucun changement. Il ne peut ni être perçu directement comme un champ magnétique ni être détecté par nos sens. On peut inférer son existence sur la base d'expériences. Cependant, si on s'en tient à cette conception, comment peut-on poser l'espace devant soi et l'étudier ? N'est-on pas déjà dedans sans pouvoir en sortir ? N'est-ce pas là déjà un biais spatial qui nous rend un peu prisonniers ? Peut-on étudier objectivement ce dont on est prisonnier ?

Il faut souligner que cette première conception de l'espace a fortement influencé l'évolution générale de la géographie. Elle continue même à caractériser, dans une très grande partie, la géographie physique. Cet espace qu'il fallait situer dans le cosmos et représenter est un cadre de référence dans lequel on localise les objets moyennant un système de coordonnées qui quadrillent l'espace : les méridiens et les parallèles. C'est une conception géométrique de l'espace qui prévaut. En cela, l'espace est l'ensemble de lieux (points) définis par leurs coordonnées qui peuvent être multiples (latitude, longitude, altitude, temps) où on peut calculer des distances, des surfaces, déterminer les limites et les représenter. La cartographie utilise ces données de l'espace absolu. Faut-il rappeler la liaison historique entre la

géographie et les mathématiques dans la Grèce au moyen âge ? Géographie et géométrie s'associaient pour représenter l'espace terrestre.

L'espace, en géographie est ainsi un objet localisable, concret et banal, affirmait PERROUX (1950). Contrairement à la pensée platonicienne, il ajoute que l'espace se fait et évolue à partir d'un système de relations dans un cadre concret : la surface de la terre. C'est un espace changeant et différencié dont l'apparence est le paysage ou la "physionomie" (VIDAL DE LA BLACHE, 1948 cité par DEMOUCHEY, 1994). Il se décrit également car imprègné d'histoire. C'est ce qui le distingue de l'espace mathématique (continu, homogène, infini) ou économique (discontinu) (DOLLFUS, 1970). La connotation absolue de l'espace subsiste. Dans la mesure où c'est une étendue formée de lieux, un support de distributions qu'on peut représenter, mesurer et localiser. On y retrouve la vision classique de la géographie : la "géographein" c'est-à-dire description de la terre. Cette approche s'intéresse au visible.

Ne définit-on pas la géographie comme la science de la différenciation spatiale et l'espace comme une étendue-donnée variable ? La géographie n'a sa raison d'être que si les lieux présentent des différences (LELANNOU, 1948). On retrouve aussi cette vision chez CLAVAL (1977), lorsqu'il admet que la géographie est une étude de la différenciation spatiale qui résulte de deux facteurs en relation dialectique : les faits spatiaux qui sont autonomes et l'action humaine (BEUNIGEN, 1979). ROCHEFORT (1976) n'exprime pas le contraire quand il écrit « l'espace est non seulement un milieu physique mais aussi une organisation antérieure ». On perçoit ici, la rencontre du déterminisme et du possibilisme.

En somme l'espace absolu est d'abord une localisation, un contexte, une étendue qui forme à la fois la condition, la contrainte et la possibilité. C'est ce qui fonde la géographie physique et la bio-écologie d'un côté, l'étude de l'organisation de l'espace fonctionnel de l'autre. Cela est traduit par l'école néo-positive qui voit en l'espace un support d'organisation et un champ ou un contenant démarqué du contenu.

Mais un contenant seul, un cadre de référence est vide de sens, si bien qu'on s'est acheminé progressivement au concept de l'espace relatif. Cet espace relatif s'exprime d'abord en termes de temps et de coût beaucoup plus que de distance physique. On se situe comme cela se constate dans un autre espace, un espace susceptible de contraction et d'extension, un espace à géométrie variable selon le sujet (profil, revenu, âge), le groupe et l'état des techniques de communication, un espace mobile. On constate ici une rupture dans la compréhension de l'espace. C'est d'ailleurs, pourquoi KUHN (2008) soutient que ce terme d'espace est complexe. Il a permis de révolutionner une science qui semblait s'éteindre. Dans le même sens, BRUNET (1990) explique que la géographie a, durant les époques, changé d'objet central. Passant de la science du dessin de la terre à celle des territoires (BRUNET, 1990).

Dans cette logique, RITTER (1859) ne le contredit pas quand il énonçait, au XIX^e siècle que la géographie est une discipline empirique à la recherche d'hypothèses et de lois. Il affirme par conséquent qu'il n'y a plus raison que CLAVAL, (1998) déclare que cette science de l'organisation de l'espace, ne se limite qu'à la description. Il estime qu'il faut prendre en compte la recherche de l'explication. Nous pouvons donc comprendre, comme GUMUCHIAN et MAROIS (2000), que la géographie, est devenue l'étude de l'espace, de son organisation et de son fonctionnement. Elle est la science de l'organisation et de la différenciation de l'espace (GUMUCHIAN et MAROIS, 2000). Depuis des siècles, elle s'est intéressée aux nombreux problèmes des sociétés. Quoi qu'il en soit, la véritable préoccupation de la géographie, aujourd'hui, reste le bien-être ou encore les questions synonymes de celles des sociétés desquelles sont issues les géographes. L'on comprend aisément pourquoi, à travers le temps, les questions de l'espace ont pris de l'ampleur dans les études géographiques au point où on a pu parler d'une science sociale ayant comme objet central l'espace et/ou le territoire et qui n'a pas renoncé pour autant à prendre en compte, tant en matière de réflexion que d'action, les faits naturels constitutifs du territoire », (BERTRAND 1992).

Cette notion d'espace permet de réfléchir et d'organiser la relation des humains à leur environnement : un environnement naturel (géographie classique) et un environnement humain fait de personnes, de lieux, d'idées, d'apprentissages. Désormais, on se situe dans un espace-temps ou un espace-coût. L'unité de mesure n'est plus la distance physique. « On ne choisit pas souvent le chemin le plus court : on choisit le plus attrayant, le plus calme, le plus animé, le moins saturé selon les moments et les objectifs du déplacement. Ne rejette-t-on pas, ici la neutralité de l'espace ? L'espace géographique n'est pas un espace vide du géomètre. Il se trouve ponctué d'objets qui lui donnent une identité, une structure et un sens » (BELHEDI, 1993).

Cela illustre bien, la notion de fonction d'usage, la centralité du vécu, du perçu et de la praxis où temps et coût sont devenus de plus en plus déterminants dans la pratique spatiale. La même distance se trouve parcourue ou traversée à des coûts de plus en plus bas et en un temps sans cesse réduit. C'est cet espace-temps ou coût qui permet d'analyser le mouvement : les flux, les comportements, les décisions et, de là, toute la dynamique. Cet espace relatif est très complexe parce qu'il introduit des distorsions dans l'espace absolu et dans notre représentation qu'on se fait de ce dernier (de cet espace). L'espace-temps ou coût varie selon les directions et dans le temps. Cette difficulté est au niveau de l'analyse de la représentation. Comment représenter des distances non uniformes sur un plan ?

Les phénomènes qu'on étudie font partie intégrante de l'espace, ils sont même, la condition sine qua non pour le caractériser, l'identifier et lui donner une structure. La structure n'est-elle pas, dans un sens, la disposition spatiale ? Dans cette optique, l'espace ne peut pas être défini seulement par ses coordonnées mais aussi par les propriétés et attributs attachés aux substances qui le définissent. L'espace est donc contenant et contenu à la fois, c'est l'espace relatif. L'espace n'existe pas indépendamment de la matière, de la substance et de la localisation de cette matière qui le ponctue ; la localisation abstraite ne constitue guère la géographie. Cet espace n'existe pas non plus en dehors de la société. L'espace se trouve défini par ses attributs beaucoup plus que par ses coordonnées, il est plus qu'un simple contenant ou un support matériel (BUNGE, 1966). Selon (SACK, 1981), un terme spatial non référé à une substance spécifiée, est insuffisamment défini pour être un concept significatif.

Cela ne revient-il pas à tenir le langage de la géométrie et de la substance, des coordonnées et des attributs à la fois ? HARVEY (1969), quant à lui, soutient qu'on peut contourner cette difficulté en considérant la localisation comme un attribut, la carte n'est pas, en même temps, un contenant et un contenu. On retrouve non seulement, la localisation et l'échelle mais aussi un contenu : des densités, des modalités d'occupation, des limites et des franges de transition. L'espace est perçu comme une étendue aménagée par l'homme pour y vivre ; c'est un espace social régi par la maximisation de la reproduction ou de l'interaction sociales (RACINE, 1989). Il est donc une projection des rapports sociaux. De ce fait, il est perçu dans une dimension subjective et cognitive.

Partageant cette même vision, MASSEY (2004), résume, en quelques propositions, son approche de l'espace. Elle définit l'espace est, d'abord, reconnu comme un produit d'interrelations. Il est constitué à travers des interactions, de l'immensité du global, à l'intimement petit. Ensuite, l'espace est cerné comme la sphère rendant possible l'existence de la multiplicité dans le sens de la pluralité contemporaine : la sphère dans laquelle coexistent des trajectoires distinctes, c'est-à-dire la sphère de l'hétérogénéité coexistante. A juste titre, elle affirme « without space, no multiplicity; without multiplicity, no space » (MASSEY, 2004). En d'autres termes, si l'espace est le produit d'interrelations, il doit dépendre de l'existence de la pluralité. Celle-ci et l'espace sont co-constitutifs. Enfin, il faut toujours voir l'espace comme étant en construction. Selon cette approche, comme il est le produit d'interrelations nécessairement liées à des pratiques matérielles, l'espace est toujours en train d'être fait et ne peut jamais être fini ou fermé. Ainsi, traduisant cette expression de MASSEY (2004) « stories-so-far », nous pourrions l'imaginer comme une simultanéité d'histoires jusque-là. Dans ce même sens, BELHEDI et al (1993) évoque que le fait spatial est le résultat d'un processus interactif complexe : objet-perception- filtrage-image mentale-

décision-pratique spatiale. Cette relation sujet-objet devient du coup un centre d'intérêt, elle est nécessaire pour comprendre l'homme et l'espace à la fois, dans la mesure où il y a identité. L'espace n'est que ce qu'on lui donne comme sens, ce qu'on pense qu'il est. Cet espace n'est rien sans les hommes qui lui donnent un sens comme l'affirme BERTRAND (1978) : « la ville est faite plus d'idées que de pierres ou de bétons ».

L'on assiste de ce fait, à une rupture épistémologique et paradigmatique : au lieu de partir des attributs de l'espace "absolu" "mesurés" "objectivement", de données observées et de variables collectées, on part des construits du sujet. Le point de départ est désormais le sujet qui connaît, perçoit et pratique l'espace, l'image qu'il se fait de cet espace et la relation qui en résulte. Comprendre l'espace revient à saisir la relation privilégiée qui s'instaure entre l'espace et le sujet. La géographie devient alors l'étude des connaissances et des pratiques que la société possède de son espace (RAFFESTIN, 1978).

L'homme construit l'espace, l'organise à son image et il lui donne des sens d'où l'importance de la sémiotique. L'espace est porteur de sens qu'il incombe de déchiffrer pour explorer l'humain. C'est un champ sémantique, une écriture, il est le signifiant et le signifié à la fois. Les problèmes d'organisation spatiale ne sont pas que des problèmes d'adaptation à un espace physique, de spatialité matérielle, mais un symbolisme qui traduit la perception d'un peuple. Les hommes ne peuvent rien voir autour d'eux qui ne soit leur visage, qui ne leur parle d'eux-mêmes. De ce fait, l'espace aménagé se révèle un texte, une écriture où se projette celui qui l'a créé. L'espace géographique est un espace humanisé et construit, il constitue une réalité historique construite à partir de la réalité matérielle et de l'étendue. On passe alors de la « géo-graphie » description de la terre à l'étude de la terre comme écriture à déchiffrer (DARDEL 1990). L'espace est une sémantique au sens de RUFFLE (1976) qui écrit « tout usage social est converti en signe de cet usage ». L'espace est toujours et nécessairement relié à la société qui l'occupe et l'aménage. Il n'y a pas de faits spatiaux qui existent comme variable indépendante du groupe social. Ce serait absurde d'essayer d'expliquer l'organisation spatiale de la cellule du corps humain par exemple sans faire appel à la biologie. De la même manière, CORRADO (2007) pense qu'il est impossible d'avancer dans l'explication des phénomènes spatiaux réglés par des processus sociaux, sans utiliser des théories de la société.

Au niveau social, l'espace ne constitue pas une donnée autonome et exogène car il est construit en modes d'organisations spatiales. Il se trouve à chaque moment relié à la société qui le détermine et le fonde. Le temps se trouve, à chaque instant relié au milieu, au contexte et au processus social. De la même manière, les formes spatiales sont à relier nécessairement aux processus sociaux. C'est pourquoi LIPIETZ (1977) conçoit que la structuration de

l'espace est la dimension spatiale des rapports sociaux. Selon LEVY et LESSAULT (2013) l'espace se caractérise par :

- une métrique qui est un mode de mesure et de traitement de la distance. Elle détermine la taille. Cette étude de la distance, mesurable donc selon la mesure que l'on veut (mètres, heures, coût), implique des rapports à la distance. Elle a comme conséquences : des mobilités, des effets de coprésence, de co-localité. Cela permet de penser l'espace aussi en termes de localisation, par exemple, autour d'un système de projection : la latitude, la longitude, l'altitude.

- une échelle, soit un rapport de taille entre des réalités géographiques. Cela permet de mesurer la distance dans un espace. Cette échelle permet aussi de mesurer et de montrer des seuils de discontinuités dans la mesure des distances. CLAVAL (1977) a montré qu'il faut combiner les échelles pour comprendre l'espace terrestre comme l'espace zonal (Régions, nations, grands espaces).

- une substance, c'est-à-dire une composante non spatiale d'une configuration spatiale qui décide alors du type de distance qui correspond à tel ou tel phénomène. Ces dimensions non-spatiales permettent d'ajouter à la géographie, les autres sciences humaines : sociologie, ethnologie, économie, démographie. L'espace est fait d'acteurs et d'objets qu'on peut étudier pour eux-mêmes. Le rôle de la géographie est de les relier et d'étudier les liens entre eux. Les acteurs spatiaux construisent des stratégies et posent des actes. Ils suivent des logiques issues d'idéologies, ils répondent à des demandes ou à des offres technologiques. Par exemple, les effets de la radio, de la télévision et bien sur du téléphone ou d'internet changent le rapport à l'espace mais aussi au territoire.

Ces trois éléments ne sont pas fixes. Chacun d'entre eux est variable en taille et dans le temps, ce qui permet de montrer que l'espace est d'une part mouvant, d'autre part dynamique. C'est de cette réflexion que découle le concept d'espace vécu, qui vise à expliquer le rapport existant entre les individus et leur espace géographique. C'est pourquoi selon Sofia, faire de la géographie ne consiste pas uniquement à décrire l'espace, mais bien au contraire, à étudier les relations entre l'homme et le territoire. Les hommes ne vivent pas dans l'espace tel qu'il est, mais dans l'espace qu'ils se représentent et qu'ils investissent. C'est par ses actions que l'homme modifie l'espace et devient l'auteur de sa propre géographie. La construction du lien socio-spatial produit des formes géographiques que sont la localité (commune), la région, et la nation. La genèse des formes et rapports sociaux se fonde sur des facteurs géographiques, économiques et politiques. Les représentations mentales individuelles et collectives façonnent l'espace et régissent nos pratiques géographiques. BERCQUE (1982) soutient qu'il est nécessaire de réconcilier deux dimensions antagonistes

de l'idéologie régionale : celle de la fonctionnalité et l'objectivité, sans occulter la dimension représentative de la perception et du vécu. La notion d'« espace vécu » définit le territoire comme espace approprié par un sujet. En d'autres termes, Le territoire est un espace approprié par la pratique concrète ou par le vécu. Il est également un espace organisé, aménagé, réfléchi. Il est instinct et stratégie, vécu et organisation. C'est un « sujet social » et un « sujet politique » (VANIÉ, 2010). Il renvoie au pouvoir (BADIE, 1995), mais aussi à la pratique quotidienne (FRÉMONT, 1976, BAILLY et DEBARBIEUX, 1991).

Il ressort, de ce qui précède que le concept de l'espace a évolué. L'on est passé d'un espace physique support-étendue-localisation, à l'espace champ-fonctionnel, puis à l'espace social-produit-rapport social selon un cheminement complexe et dialectique, de l'espace absolu à l'espace relatif. Plus encore, le mot espace est souvent assorti et accompagné d'un adjectif pour le qualifier et le préciser : espace public, espace privé, espace urbain, espace rural. Quel sens renferme ce dernier ? Est-il une construction sociale ?

JOLLIVET et MATHIEU (1989), font remarquer que définir le monde rural dans le contexte actuel marqué par des mutations intenses des sociétés n'est pas chose facile. Comme l'indique BALIMA (2005), le degré de transformation et de diversification des activités des espaces ruraux, de la nature, du nombre et de la vigueur d'éléments perturbateurs externes montrent que les mutations observées en milieu rural entraînent une modernisation ou urbanisation de ce monde. D'ailleurs, le fait que nous ayons autant de définitions qu'il y a d'auteurs qui se soient intéressés à la question est une preuve tangible de cette difficulté qui néanmoins ne saurait occulter la pertinence de dégager un ensemble de traits dont la simple évocation fait penser à cet espace. SANSELME (1999) n'exprime pas le contraire lorsqu'il écrit : « le terme rural est flou mais c'est toute la difficulté et l'intérêt. C'est quelque chose de transversal. C'est un espace à gérer. Le rural c'est assez large ».

Généralement, dans la littérature, lorsque toute réalité est liée au qualificatif « rural » l'opinion publique en a une conception restrictive. Elle pense tout de suite à l'agriculture, à une utilisation non artificialisée des sols, à ce qui s'oppose à l'urbain. A juste titre, SIMONNEAUX (1999) écrit que sa définition est confrontée, aussi bien, à la prise en compte de la diversité des espaces ruraux et, qu'à une vision du rural par rapport à la ville. Il ajoute, que, pour certains, le rural existe par opposition à l'urbain alors que d'autres considèrent un continuum entre ville et campagne car il existe de nombreux stades qui vont du rural profond à la ville. Dans l'ensemble, le monde rural s'identifie à la campagne par opposition à la ville. CHAMBERS (1990) note que « rural » est issu du latin « ruralis » qui signifie campagne et sert, dans bien des cas, comme épithète pour qualifier, de façon générale, tous les phénomènes qui ont trait à la campagne : exode rural, territoire rural, milieu rural, population

rurale. Il mentionne à titre de conclusion que la campagne est également un concept qui s'identifie au domaine qui s'étend au-delà de la ville. Cette définition est l'expression d'une imprécision technique et scientifique du terme rural et la production d'une adhésion à la conception de la dichotomie entre rural et urbain. GRAWITZ (1999), lui, donne une précision subjective en définissant le rural comme l'ensemble des problèmes du peuplement agricole et de l'écologie agraire. Cet auteur lui ajoute un sens plus sociologique quand il précise que le rural « qualifie les hommes au service de la terre, conscients de leur communauté d'intérêt et de comportement ». Le rural va au-delà de la campagne et concerne forêts et espaces verts dans un espace donné. BIGOT, HATCHUEL et BERARD (2001) affirment que partants et non partants ont des difficultés à attribuer, à l'espace rural, des territoires précis. De plus, on observe que la campagne est souvent caractérisée par des connotations négatives du type « la campagne, ce n'est pas la mer, ni la ville ». Dans tous les cas, nombreux sont ceux qui, à travers leur définition laissent apparaître des éléments communs même si les termes pour le signifier diffèrent d'un auteur à un autre. Il ressort de l'analyse des écrits de plusieurs chercheurs que le monde rural est celui qui se distingue de l'espace urbain par son bâti discontinu, une prédominance des activités du secteur primaire notamment agricoles et, dans une certaine mesure, son statut juridique et administratif. Il est caractérisé par une densité relativement faible des habitants et des constructions faisant apparaître une prépondérance des paysages à couverture végétale, un usage économique à prédominance agro-sylvo-pastoral. Un mode de vie de ses habitants caractérisé par leur appartenance à des collectivités de tailles limitée et par leur rapport particulier à l'espace. L'espace rural a été longtemps assimilé au milieu naturel, à l'environnement physique dominé par l'activité agricole. Mais s'il est admis l'espace comme espace relatif, cette conception de l'espace rural n'est-elle pas révolue ?

Les campagnes ne sont pas seulement des espaces productifs ou naturels. Plusieurs chercheurs occidentaux admettent que l'agriculture, qui a pendant longtemps été un secteur essentiel dans beaucoup de régions rurales européenne n'y est plus aussi prédominante. Cependant, elle le demeure encore dans l'espace rural de l'Afrique subsaharienne, en général et, de la Côte d'Ivoire en particulier. De plus, l'analyse ne peut se limiter à un aspect statique ; il faut prendre en compte les évolutions à la fois qualitatives et quantitatives. En d'autres termes, la définition ou la connaissance du monde rural devrait prendre en compte à la fois l'aspect géographique, économique et sociologique. Et cela est bien rendu par le concept de ruralité.

La notion de ruralité comporte de nombreuses facettes relevant de l'histoire de l'espace, de son organisation, des modes d'occupation de son territoire, des activités et d'une économie

solidaire et du système de valeurs des populations qui occupent l'espace rural. Ainsi, définir la ruralité nécessite de la considérer sous plusieurs angles. Selon RIEUTORT (2012), elle désigne l'ensemble de représentations collectives et de caractères concourant à une forme d'identité et de fonctionnement des espaces ruraux. Sa définition exige donc de revenir sur la question du « rural » et de s'inscrire, de plus en plus, dans la dialectique des rapports ville-campagne. La « ruralité » comme concept commun traduit aussi «la ruralité » comme représentation (KAYSER, 1990). BERGER (1989) souligne que c'est une construction sociale de la réalité. Il s'agit de l'objectivation, de la création et des sentiments collectifs d'un groupe social dans son processus de construction identitaire. De même, le ministère des Affaires municipales et des Région du Québec précise que le concept de ruralité se définit aux plans sociologique et géographique comme un espace habité de petites communautés humaines, dont les valeurs d'entraide et l'histoire commune tournent encore autour de la fierté et de l'appartenance à un milieu, à un territoire et à la famille. On y retrouve une dynamique et des pratiques sociales, culturelles et économiques fondées sur la proximité, la convivialité, l'entraide et la coopération. Cette communauté humaine est représentée comme un milieu de vie qui associe intimement le territoire, les relations de vie et la cohésion sociale. La population y maintient un lien étroit avec son environnement immédiat tout en valorisant une culture identitaire différenciée qui inclut tous les individus. Quant à KAYSER (1990), il explique que la ruralité se définit comme un mode de vie particulier d'utilisation de l'espace et de vie sociale. La ruralité comme représentation des hommes est, peut être avant tout, l'expression forte de leur inscription dans une histoire institutionnelle. Une histoire qui, à l'origine, fut fortement teintée de corporatisme agricole. Au-delà de cette cosmogonie agricole, la ruralité est actuellement synonyme de micro-monde, de communauté bien identifiable et donc support d'identification sous la forme première et matérielle d'une territorialité. Cette identité et cette représentation spécifique sont fortement connotées à la culture paysanne.

Réalité géographique évidente d'une zone, d'un milieu, d'un espace, d'un lieu ou d'un territoire d'implantation, la ruralité exprime aussi, un espace privilégié dont la charge symbolique ne saurait se réduire à une seule lecture topographique. La territorialité, donnée première et immédiate, car empiriquement appréciable, ne se suffit pas à elle-même. Il s'y investit bon nombre de représentations qui, plus ou moins naturalistes, contribuent à la réification, assez largement idéalisée, de la ruralité. Le rural est ainsi une communauté humaine identifiée comme socialement et professionnellement homogène. Un processus d'identification, certes, quelque peu sommaire, mais révélateur d'une représentation visant l'unité d'un monde. Une unité qui, sous une forme parfois très caricaturale et catégorique, se

nourrit d'altérité (SANSELME, 1999). Cette conception sociologique de la ruralité est renforcée par un directeur de Maison familiale rurale qui soutient dans un entretien, soutient : « Univers de semblables, la ruralité désigne un groupe humain caractérisé par sa forte sociabilité, son réseau de relations de proximité qui scelle l'attachement à un type de relation entre les personnes qui se connaissent. A une communion dans la fraternité, la communication et l'inter-connaissance, s'ajoute la maîtrise d'un destin social commun, qui se réalise dans la prise en charge éducative du milieu par lui-même. Enfin, la ruralité c'est peut-être aussi une moralité et une psychologie collectives « indigènes » qui sont célébrées à travers le mythe du bon sens pratique paysan. En milieu rural, il reste une valeur qui peut-être ailleurs se perd. On trouve peut-être plus de gens qui sont plus moraux, plus simples, plus honnêtes. Parce qu'en général, le campagnard est peut-être moins business, moins entourloupe que ne peut l'être le citoyen ». Nous retenons que la ruralité renferme de nombreuses valeurs tant naturelles ou environnementales que socio-culturelles et économiques. De plus elle ne doit pas être considérée comme un espace opposé à tout ce qui est urbain. La ruralité a beaucoup évolué au fil des siècles en Europe, suite à l'industrialisation ayant contribué à une forte urbanisation de ce continent. Cette forte modernisation des espaces ruraux dans ce continent confirme la révolution de la conception de la ruralité. C'est pourquoi, MENDRAS (1992) soutient que « la fin des paysans » a transformé les campagnes en des espaces complexes. Nous percevons que la ruralité s'aborde sous différents angles. Sous l'angle socioéconomique, la ruralité dans une région donnée n'est pas uniforme et regroupe des milieux diversifiés sur les plans démographiques, économiques, géographiques, climatiques, historiques et même culturels. L'agriculture, son fondement avec la foresterie et les pêches, y tient toujours une place de choix dans l'occupation dynamique du territoire rural et dans l'économie rurale des pays africains. Les milieux ruraux connaissent d'ailleurs des conditions économiques très variables qui vont des milieux très dévitalisés souffrant d'un fort taux de sous-emploi, d'une stagnation économique et même de détresse sociale, jusqu'à des milieux très prospères à démographie croissante qui sont notamment en manque de main-d'œuvre. Cette ruralité plurielle se projette en nuances importantes entre les régions et au sein même des régions. Géographiquement, les zones rurales se situent dans les périphéries ou même, dans des endroits plutôt enclavés, loin des grands centres urbains. Sur le plan démographique, elles ont de faibles densités de population. Enfin, des points de vue économique, social et culturel, elles sont souvent considérées comme en retard. L'OCDE (2012) définit une région rurale selon trois critères : sa densité de population inférieure à 150 habitants au km², au moins 50% de la population régionale vivant dans des communautés rurales, et, enfin, l'absence

d'un centre urbain de plus de 200 000 habitants. Une région rurale est donc un territoire avec une faible densité de population située à l'écart des grands pôles urbanisés. De même, BALIMA (2005), évoque, à ce sujet, un certain nombre de « critères de discrimination entre l'espace rural et l'espace urbain ». Ainsi, elle cite la démographie, les fonctions, la morphologie et le statut juridique comme traits référents lorsqu'il s'agit de définir l'espace rural.

Les campagnes ont évolué et ne sont plus uniquement tournées vers l'agriculture. La ruralité est loin d'être homogène sur tous les continents ce qui rend le paysage géographique très contrasté. Il est difficile de donner une correcte définition à la ruralité. L'OCDE (2012), en fournit l'ébauche. Mais il n'y a pas réellement d'accord international sur le sujet. En outre, une diversité entre les campagnes s'observe au niveau de chaque pays. Une distinction est établie entre les différentes zones rurales de l'Europe. Ces dernières sont classées en quatre catégories. D'abord, sont identifiées les « régions rurales éloignées et dynamiques ». Elles bénéficient de ressources naturelles et d'atouts environnementaux attirant entreprises et touristes. Ensuite, les « régions rurales éloignées en retard de développement » correspondent à l'image traditionnelle donnée aux zones rurales enclavées et en déclin. Enfin, les « régions intermédiaires dynamiques » sont situées à proximité d'un espace urbain et bénéficient de liens étroits avec cet espace favorisant leur développement. L'on ne doit pas, bien sûr, oublier les « régions intermédiaires en retard », sont les anciennes régions industrielles devant restructurer leur base économique et faisant face à une fuite de l'activité vers le pôle urbain le plus proche (OCDE, 2012). Ainsi, les campagnes se situant à proximité des villes profitent et pâtissent à la fois de cette situation géographique. Si elles n'ont pas de problème de désertification comme c'est le cas pour les zones rurales éloignées, elles sont bien souvent des « cités dortoirs », où il y a peu d'activités et de services, ceux-ci se retrouvant dans la ville-centre proche. Les zones enclavées souffrent également d'une telle insuffisance mais cette fois due à leur distance avec les grands centres névralgiques urbains et à une infrastructure pauvre sur le plan des transports. Parmi les autres difficultés recensées au sein des territoires ruraux, on trouve le déclin et le vieillissement démographique. Chaque territoire a ses propres maux, par conséquent, les politiques de développement rural doivent être adaptées aux spécificités de tous.

Dans un ouvrage consacré à l'espace rural et qui fait suite aux travaux et réflexions du groupe de prospective « Espaces naturels et ruraux et société urbanisée », PERRIER-CORNET (2002) définit trois figures de l'espace rural. La première est la « campagne ressource ». Elle renvoie à un espace productif où l'agriculture tient une place centrale. La deuxième figure correspond à un espace récréatif attirant de plus en plus d'urbains, c'est la « campagne cadre

de vie ». Enfin, la troisième, « campagne nature », fait référence aux richesses naturelles que celle-ci héberge et qu'il faut protéger et conserver. Cette typologie, attribuée en l'espèce à la France, peut tout aussi bien s'appliquer à l'espace ivoirien. Elle permet de mettre en exergue les différentes étapes de la ruralité dans l'histoire. La campagne ressource renvoie à l'image d'une terre agricole et reprend la conception originelle du mot. La campagne cadre de vie émergea dans les années 1970. Elle est aujourd'hui l'image type de l'espace rural chez les urbains qui viennent à la campagne pour leurs loisirs et qui la perçoivent comme un bien public consommable. Or, l'espace rural appartient, toujours et majoritairement, aux agriculteurs et aux forestiers, c'est-à-dire à des intérêts privés. La dernière forme, la campagne nature, connaît une progressive notoriété à travers la montée en puissance des problématiques environnementales dans le débat public.

Une des mutations essentielles des zones rurales réside dans ce que PERRIER-CORNET (2002) appelle la « désagricolation ». Cet auteur exprime simplement une ouverture de l'espace rural à plusieurs d'autres activités non agricoles comme le tourisme qui y prend de l'ampleur. Il convient donc de découvrir et d'analyser, à travers la littérature, les facteurs de développement touristique de ce type d'espace.

I-2-2- Attractivité touristique de l'espace rural

LAZZAROTTI (1993) éclaire d'emblée sur des éléments explicatifs de l'attraction d'un territoire touristique. Il souligne que le pouvoir attractif d'un territoire dépend aussi de la qualité de son environnement naturel et construit. Il retient que le premier le rend très dépendant d'un arrière-pays continental et/ou un avant-pays marin parfois très lointain. Le second impose aux aménageurs de respecter le passé souvent porteur de charge identitaire et un cachet tout en assurant l'adaptation du site aux changements en cours. Ces deux groupes de paramètres à travers les exigences qui en découlent traduisent le concept de « ressources territoriales » touristiques émis par de nombreux chercheurs.

Tout comme les autres types d'espace, l'espace rural peut posséder des ressources dites territoriales qui sont des facteurs de valorisation touristique. La notion de ressource a été développée par les géographes et les économistes travaillant sur le développement. Dès 1980, dans le quatrième chapitre de son ouvrage, dénommé « Ressources et Pouvoir », RAFFESTIN (1980) explique que les différentes matières naturelles ne deviennent ressources que lorsque les hommes leur attribuent des propriétés. Il en est de même dans la définition donnée par BRUNET et al (1993). Ils soutiennent que la ressource désigne les moyens dont dispose un individu ou un groupe pour mener à bien une action, pour créer de

la richesse. Ainsi, une ressource n'existe que si elle est connue, révélée et exploitable, que si des hommes lui attribuent une valeur d'usage (BRUNET et al, 1993). Pour les spécialistes du développement local, la notion de ressource renvoie à des facteurs de compétitivité immatériels, expliquant le développement de certains territoires (BENKO et LIPIETZ, 1992) ; BENKO et LIPIETZ (2000) ; GILLY et TORRE, (2000) ; PECQUEUR et ZIMMERMANN, (2004)). Des travaux plus récents, concernant le développement territorial, ont investi la notion de ressource d'une finalité de qualification ou de différenciation du territoire. Les ressources décrites sont alors de différentes natures : patrimoniales (BERARD et al, 2006), culturelles (BLETON-RUGET, 2004), naturelles (CAMAGNI et al, 2004) et généralement une combinaison de celles-ci (VANDECANDELAERE, 2002).

La synthèse de ces différentes approches a amené les chercheurs du laboratoire « Territoire » de l'Institut de Géographie Alpine, autour de GUMUCHIAN et de PECQUEUR, (2007), à développer la notion de ressource territoriale. Ils la définissent comme une caractéristique construite d'un territoire spécifique et ce, dans une optique de développement (GUMUCHIAN et PECQUEUR, 2007). Elle comporte quatre grands traits. D'abord, des attributs de position et de localisation qui sont liés à l'histoire du lieu, aux apprentissages locaux, puis des attributs liés à sa constructibilité, qui sont à rapprocher des jeux d'acteurs locaux, de leurs coordinations et des conflits. Elle s'inscrit, en outre, dans une complexité systémique, c'est-à-dire qu'elle résulte d'une synergie de ressources locales combinées au sein du projet de territoire. Enfin, elle comporte un sens, ou une nature idéale et une temporalité propre, qui sont liés à sa matrice territoriale.

Néanmoins, cette acception de la notion de ressource territoriale ne peut convenir tout à fait à cette présente étude, cela pour deux raisons principales. La région du Sud Comoé ne correspond pas à une entité territoriale homogène alors que la notion de ressource territoriale telle qu'elle est définie par GUMUCHIAN et PECQUEUR (2007) est fortement associée à une construction territoriale. En outre, dans cette étude, il ne s'agit pas de rechercher uniquement les ressources territoriales déjà construites, mais également celles reconnues et non valorisées, ou encore celles qui sont mobilisées presque « inconsciemment » par les acteurs. Aussi, semble-t-il intéressant de retenir une définition de la notion de ressource territoriale proposée par CORRADO (2007) lors du colloque organisé par le laboratoire « Territoire » sur cette notion. Il énonce que la ressource territoriale représente la découverte et l'actualisation d'une valeur latente du territoire par une partie d'une société humaine qui la reconnaît et l'interprète comme telle, à l'intérieur d'un projet de développement local. Cette acception présente l'intérêt d'intégrer la dimension dynamique de constructibilité de

la ressource. Ici, se justifie l'utilisation de l'adjectif « territorial » dans le sens où la ressource est issue des liens entre le bassin de production et le territoire. Par conséquent, elle est spécifique puisqu'elle dépend à la fois des caractéristiques de ces liens, du système de reconnaissance et de valorisation locale. Il s'agit alors de comprendre le processus de reconnaissance et de valorisation des ressources territoriales par les acteurs concernés. Cela amène à mobiliser le travail de KEBIR (2006). Pour elle, la ressource résulte d'une relation entre un objet (connaissance, matière première) et un système de production. Elle soutient que la relation objet système de production s'établit dès lors qu'une intention de production est projetée sur un objet (connaissance, savoir-faire, minerais, bâtiment). Entité propre (un château est un château), l'objet devient ressource, c'est-à-dire un intrant mobilisable dans le cadre, par exemple, du système de production touristique (un château est un bâtiment remarquable). Dans ce contexte, la ressource est relationnelle, elle ne préexiste pas. C'est un construit situé dans le temps et dans l'espace (KEBIR, 2006). L'étape de projection d'une intention de production ou de valorisation sur un objet, en lien avec un système de production donné, alors constitue la phase de reconnaissance, et de construction de la ressource. Ce processus met en jeu :

- une technique ou des modalités organisationnelles permettant l'articulation concrète entre l'objet et le système de production (anticipation sur la forme de valorisation) ;
- un collectif d'acteurs et la manière dont ils s'organisent pour coordonner la relation objet/système de production (association, réseaux, acteurs publics...) ;
- un territoire, qui renvoie à la façon dont la ressource s'inscrit dans le temps et dans l'espace (échelles mises en jeu, provenance des acteurs impliqués, etc.).

Par ailleurs, le territoire tel que défini par l'ASRDLF (2007), est constitué de :

Patrimoine territorial composé par l'ensemble des valeurs culturelles, économiques et sociales du territoire hérité de son passé. Le patrimoine territorial est donc le gardien des traditions et de la culture d'une société (BOURDIN, 1984 ; ASRDLF, 2007) ;

L'ensemble des potentialités produites par le territoire, reconnus et saisies par les sujets avant d'être des ressources ;

Le réseau que constituent les relations coopératives et/ou conflictuelles entre les sujets pour l'usage, la valorisation et la reproduction des composantes du milieu, éléments nécessaires pour la réalisation de projets partagés (ASRDLF, 2007).

Appréhendé de la sorte, le « territoire touristique » est un assemblage de ressources du territoire (VITTE, 1998). Les ressources ne peuvent exister sans territoire. Inversement, le territoire ne peut se construire sans la mise en valeur des ressources territoriales. Il existe une symbiose implicite entre le produit et le milieu dans lequel il est inséré (HUGUES,

2009). Les ressources contribuent, de ce fait, à l'identification du territoire. Une fois investie socialement, une ressource permet la différenciation du territoire et lui donne une image spécifique qui manifeste la préférence du touriste (GARNIER et DOISE, 2002 ; DUJARDIN, 2008). Plus encore, elles déterminent les pratiques des touristes. Ainsi, ces pratiques sont fonction des ressources existantes sur l'espace. A partir de ces ressources, particulièrement en géographie, des critères permettent de rendre compte de l'essence du territoire sur l'espace. DUJARDIN (2008) s'appuie sur la définition que CORRADO (2007) donne de la ressource. Il en déduit que la ressource territoriale est une caractéristique construite d'un territoire qui renvoie à une intention des acteurs concernés, en même temps qu'en son substrat idéologique (DUJARDIN, 2008). Un espace géographique quelconque se distingue des autres par ses ressources. Ses caractéristiques dépendent de ses ressources qui sont :

- Des composants matériels ou des données matérielles : faune, flore, relief, hydrographie ;
- Des composantes humaines : force de travail, culture ou patrimoine organisation sociale
- Des composants idéels. La notion de ressources se définit, à cet effet, dans le produit final du processus de patrimonialisation.

Loin d'être linéaire, celle-ci s'effectue par la répétition des étapes qui sont la sélection des produits virtuels, la justification, la conservation en vue de leur valorisation. Ces différentes étapes permettent la mutation, la transformation d'une ressource passive en une ressource active.

Selon DUJARDIN (2008), une ressource territoriale présente plusieurs caractéristiques. Elle est :

- Relative : le territoire n'existe pas en amont de l'action des acteurs. Tout comme le territoire, la ressource n'existe pas a priori. Tous deux sont l'objet d'une construction sociale et édifiés par l'usage qui les charge de sens. Par exemple, les grands espaces du tourisme sont définis par des valeurs que les groupes sociaux accordent à l'ensoleillement, aux jeux d'eau et la neige (BRUNET et al, 1992). Les ressources sont toujours inventées, parfois bien avant d'être « découvertes » (LEVY et LUSSAULT, 2013) ;
- dynamique : elle peut prendre différentes formes dans le temps, en liaison avec le moment historique de départ du processus, d'identification et de reconnaissance de la ressource par les sujets ;
- actuelle : elle exprime une potentialité latente et une expression réelle d'une valeur territoriale ;

- composite : elle exprime la diversité des éléments qui constituent les ressources. En même temps, elle renvoie à l'idée que les composantes sont susceptibles de se combiner de multiples façons ;
- empreinte d'une complexité systémique : les ressources se combinent entre elles dans les configurations variables. La combinaison des ressources est libre, non définitive et largement fonction des processus historiques (ANGEON et CARON, 2004 ; DUJARDIN, 2008).

Cependant, la ressource territoriale est reconnue sans être valorisée ou presque mobilisée par les acteurs. En plus, elle est liée au milieu de production ou au territoire. Par conséquent, l'offre est spécifique parce qu'elle est issue de la ressource qui dépend à la fois des caractéristiques territoriales et du système de reconnaissance et de valorisation locale. La rigidité de la localisation est à l'origine de la spécificité de la ressource qui s'y trouve. Le concept de ressource n'est pas comprimé dans des valeurs territoriales universelles, elle possède des caractères propres tels qu'ils sont « non reproductibles » et « non cessibles » (ANGEON et CARON, 2004, DUJARDIN, 2008).

La définition de (RAFFESTIN, 1980) traduit le même sens. Car il souligne que les différentes matières naturelles ne deviennent ressources que lorsque les hommes lui attribuent des propriétés. A l'état virtuel ou valeur latente, la ressource ne peut être ni comparée ni transférée, elle est actualisée par la société humaine. La valeur potentielle du territoire, à cet effet, se transforme en une valeur actuelle. Autrement, l'actif est le résultat de l'actualisation. Elle devient transférable. Elle a une valeur marchande. Ainsi, le capital territorial est la vraie richesse compétitive d'un territoire, à condition que son emploi dans les projets de développement territorial se passe d'une manière durable et vise la production de valeurs usage et marché. A côté de la valeur marchande, s'articule le couple différenciation-spécification. Pour PECQUEUR (2001), des produits spécifiques peuvent émerger de ces ressources. Ils sont identiques à une région et à un système unique de reconnaissance et de valorisation locale (système de production). Cela favorise la différenciation de l'offre sur le marché. PECQUEUR (2001) souligne que la reproduction et la croissance du capital du terroir passe par l'association et la combinaison convenable d'un ensemble d'offres aboutissant à ce qu'il a appelé « panier biens et services ». Cet ensemble tend à s'articuler autour d'un produit phare occasionnant d'autres produits. C'est « l'effet de panier ». Le panier de biens et de services territorialisés constitue un modèle de développement spécifique prôné par les initiateurs du tourisme durable (DUJARDIN, 2008). La valorisation touristique est menée dans une option durable et intégrée. Le tourisme est la découverte des cultures différentes de celles de l'origine des visiteurs. Aussi, est-il considéré

comme un phénomène social et une source de développement économique (APHING-KOUASSI, 2001). Il est le résultat de la transformation des ressources territoriales.

De même, le tourisme est fondé sur une relation profonde entre le produit touristique et le territoire (ESCADAFAL, 2005). La ressource territoriale présente des affinités particulières avec les produits touristiques. Ce dernier a des caractères communs à ceux du territoire qui ne peut exister qu'après sa révélation précédant la valorisation avant d'être un produit touristique. Celui-ci est, d'une part, une ressource particulière et, d'autre part, la combinaison de plusieurs ressources. Il peut se baser sur une ressource particulière, mais bien souvent il repose sur plusieurs ressources combinées qui « composent le produit (ANGEON et CARON, 2004 ; DUJARDIN, 2008). Le tourisme constitue un apport global des productions du territoire. Il offre simultanément les différents produits territoriaux aux consommateurs. Par conséquent, la notion d'image du territoire se manifeste par la préférence des touristes. Ainsi, la spécificité d'une destination touristique découle de l'assemblage des prestations proposées. Effectivement, les ressources touristiques permettent aux consommateurs d'accéder à ces différentes prestations (MIOSSEC, 1977). Dans ce cas, le tourisme est considéré comme un opérateur des ressources territoriales. Cette qualification repose aussi sur un élargissement de la dynamique des ressources spécifiques en lien avec l'identité et la dynamique territoriale (DI MEO, 2001 ; HUGUES, HIRCZAK et SENIL, 2006.). Le tourisme naît des ressources touristiques et l'espace rural en est une « mine ».

Cette possibilité à posséder les ressources touristiques en lien avec la demande actuelle expliquerait la place de la campagne dans les tendances touristiques. En effet, d'années en années, l'espace rural devient une destination majeure pour le tourisme. Au milieu du XX^e siècle, le développement des moyens de transport, en particulier aériens, favorise une diversification des destinations touristiques. Parmi la diversification des destinations, les années 1980-1990 sont marquées par une reconnaissance de la campagne comme lieu de vacance symbole d'un moment de retour à la nature. L'expression « avoir une campagne », (SIMONNEAUX, 1999) exprimant l'existence de résidences secondaires dans le monde rural de la France, illustre ce retour aux sources. Dans son analyse de l'évolution du tourisme dans le monde rural en France, BERGER (1989) soutient qu'il faudra attendre les années 1970 pour que la tendance s'inverse et pour que l'on assiste à un repeuplement des campagnes. Ce revirement de situation est en partie dû aux mouvements néo-ruraux de 1968 qui idéalisent les modes de vie à la campagne. C'est alors que l'image de la campagne est redorée. Un repeuplement qui s'explique aussi par l'ouverture des campagnes, par le développement des communications. Elle est opposée à la ville caractérisée comme un

milieu artificiel, fruit de la technique, occultant le milieu naturel. L'espace rural s'identifie surtout comme un espace naturel domestique et agricole. Les nouvelles populations rurales viennent y chercher un espace de vie plus calme et y retrouver les vraies valeurs (BERGER, 1989). Par ailleurs, les années 1980 sont marquées par la montée de préoccupations environnementales dans les milieux urbains promouvant ainsi, une image positive de la campagne. Ce phénomène va attirer vers l'espace rural un nombre important de citoyens. Par conséquent, comme le souligne SIMONNEAUX (1999), le succès des formules d'accueil à la campagne confirme une tendance générale. Depuis lors, nous constatons que les médias, y compris la télévision, évoquent abondamment et régulièrement la pratique du tourisme en espace rural par un reportage ou un article sur un village, sur une famille qui a choisi la campagne pour y passer ses vacances, sur un agriculteur qui s'est diversifié dans le tourisme. La multiplicité des types de tourisme lié à l'espace rural sont devenus la mode sur fond d'une société du loisir qui se fait jour. Ainsi, nous pourrions affirmer comme SIMONNEAUX (1999) « la campagne prend ses lettres de noblesses » elle acquiert un privilège particulier. Lors d'un entretien, à la question : « En quoi le milieu rural constitue-t-il un espace assez privilégié ? », le Directeur de Maison familiale rurale répond qu'il faut cerner le terme rural au sens plus large et ne pas le restreindre seulement au sens agricole. Pour lui, l'espace rural est privilégié parce qu'il est riche de diversités. Aujourd'hui plusieurs travaux attribuent au rural, une identité qui a su aussi dépasser une assignation originelle à un secteur socio-économique donné, l'agriculture, ceci pour s'ajuster aux mutations du monde rural. Dans cette optique, SIMONNEAUX (1999) soutient que le développement des zones péri-urbaines et la perte de poids économique et politique des agriculteurs entraînent une évolution de l'identité rurale qui ne peut plus être assimilée uniquement à une identité paysanne qui a prévalu jusqu'au milieu du XX^e siècle. La forte croissance des moyens de communication (voiture, téléphone, télévision, internet) associée à une évolution importante de la productivité et des systèmes de production, a fortement contribué à une ouverture sociale des ruraux vers l'extérieur. Ainsi, de la même manière qu'il ne suffit pas d'opposer la ville à la campagne, on ne peut plus aujourd'hui associer les espaces ruraux uniquement au passé et la ville, à l'avenir. Nous constatons un retour à la terre de plus en plus fréquent. Les mouvements permanents entre ville et campagnes amenuisent également un différentiel culturel entre ces deux entités. Les mutations démographiques et des modes de consommation s'ajoutent aux mutations professionnelles et aux espaces sociaux et économiques des ruraux

En effet, les activités touristiques font partie des changements importants apportés dans plusieurs espaces ruraux. Nous devons prendre en compte les bouleversements sociaux,

économiques et environnementaux créés par un développement touristique. Si le village reste une unité spatiale pour l'analyse des identités sociales, il n'en demeure pas moins une unité spatiale pertinente pour l'essor de l'activité touristique.

Les attentes du tourisme relèvent essentiellement du plaisir, du repos. Les prestations touristiques ont autant pour but de nourrir et loger les touristes que d'assurer la satisfaction de nombreux autres besoins qui relèvent de l'appartenance, de l'affection, de l'estime ou de l'accomplissement de soi, pour reprendre la classification ou la pyramide de MASLOW (1943) adaptée au tourisme par VLES (1996). L'espace rural est un territoire patrimonial car les identités sociales dont il s'agit se résument en patrimoine constituant un attrait touristique et occupant une part importante dans les motifs touristiques. A juste titre, SIMONNEAUX (1999) réaffirme que le patrimoine, d'un côté, peut être abordé dans le paysage d'autant plus qu'il peut être soumis à une vision esthétique dans un ensemble large. De l'autre côté, il est un des éléments du territoire rural car il est une trace du passé qui peut transparaître encore aujourd'hui et être objet ou support d'action individuelle ou collective. Lorsque CHOAY (1992) évoque un héritage construit, il s'agit du patrimoine. Le territoire, au travers du patrimoine, trouve sa justification dans le monde domestique : la valeur accordée à l'espace rural entre dans la logique de reconnaissance des générations précédentes et des liens affectifs qui relient l'habitant à cet espace. En d'autres termes, l'espace rural présente un intérêt touristique à travers son patrimoine. C'est pourquoi SIMONNEAUX (1999) précise : les activités touristiques s'appuient sur l'utilisation du patrimoine. Un espace devient site touristique lorsque sa notoriété devient importante, cette notoriété se fonde sur la valeur patrimoniale de l'objet ».

Aussi, observe-t-on que la campagne est certes considérée comme un paysage ou un lieu de tradition, parce qu'elle reste surtout attachée à l'espace naturel et à sa préservation. La nature peut être perçue différemment, mais elle constitue une ressource touristique commune. Elle permet d'ailleurs la naissance de divers types de tourisme : le tourisme vert, l'écotourisme, le safari tourisme, l'agrotourisme. Ces derniers ont des sens proches et sont parfois utilisés indifféremment. Par exemple pour SIMONNEAUX (1999), l'agrotourisme désignerait les activités touristiques spécifiques aux agriculteurs.

On a aussi, rattaché à la campagne un certain nombre d'ambiances et de valeurs qui diffèrent entre les individus ayant déjà réalisés un séjour à la campagne et ceux ne l'ayant jamais fait. Les valeurs comme le ressourcement, l'isolement, le calme, la sérénité, le terroir, la convivialité, la famille, l'absence de convention et de contrainte lui sont attribuées. En ce qui concerne les ambiances, l'on perçoit à la campagne, comme un facteur santé avec l'absence de pollution et l'existence d'une vie plus saine. La campagne, c'est aussi un espace

où l'on peut observer une faune, une flore, des paysages particuliers et y faire des activités extérieures et intérieures. Il existe également un attachement sensoriel important autour de la campagne. En effet, on lui attribue une sensation de fraîcheur avec « le vent », « le bol d'air », « les rivières » et des odeurs telles que celles du « fumier », « du bois mouillé », « de la pluie sur l'herbe ». Autant d'éléments donc qui montrent que les individus s'approprient l'espace rural. Dans ce même ordre d'idée, l'air pur, la vie saine et équilibrée de la campagne, le calme ou les produits naturels sont des atouts régulièrement cités comme éléments attractifs de l'espace rural.

Tous ces nouveaux attraits pour l'espace rural s'expliquent par un changement de sa perception par les populations. En effet, suite à l'étude réalisée par le CREDOC (2001) on constate que les français sont attachés à l'espace rural qui acquiert aussi une connotation positive dans l'esprit des populations. Il est perçu comme un paysage naturel préservé propice au calme et au repos. Selon son sondage en France, 31% de la population interrogée rattache l'espace rural aux champs, à la végétation et 20% l'associe au calme, au silence et à la tranquillité. Un cadre de vie et une qualité d'environnement qui séduisent et qui expliquent le nouvel intérêt des populations pour l'espace rural. Ces nouvelles perceptions peuvent donc justifier aujourd'hui un renouveau des campagnes et un développement de ces dernières comme nous l'avons vu avec l'attribution de nouvelles fonctions. De plus, cette nouvelle image de l'espace rural peut aussi expliquer l'arrivée de populations touristiques à la campagne et le développement d'une offre spécifique pour ces nouveaux flux de populations. Ils sont alors l'expression de l'intérêt des visiteurs pour l'espace rural. A juste titre, ODIT France, (2005) relève qu'en 2002 la campagne était le premier espace fréquenté par les Français en nombre de séjour. Le visiteur en campagne a pour principales motivations la recherche d'un cadre de vie où il peut se détendre, rompre avec son quotidien et passer un moment en famille ou entre amis. La pratique des activités arrive dans un second temps. Il ne s'agit pas de la motivation première. En effet, selon cette étude réalisée par ODIT France (2005), on a pu observer que pour 40% des séjours en espace rural, les individus ne pratiquaient pas d'activités. En ce qui concerne les clientèles étrangères notamment anglaises et allemandes, les motivations sont davantage tournées vers la gastronomie, l'authenticité et le dépaysement. A côté des caractéristiques attractives du territoire rural, il y a la question de l'organisation des pratiques touristiques sur ce territoire.

1-2-3 Approches de l'organisation du tourisme

L'organisation est avant tout vue comme une manière dont quelque chose ou un ensemble d'acteurs se trouve structuré ou agencé avec une interaction qui vise un résultat meilleur. Selon SIMONNEAUX (1999), ce terme peut être retenu comme une unité économique ou sociale en vue d'atteindre un ou des objectifs. Cette définition met en évidence une attente, une coordination plus ou moins implicite des acteurs de cette organisation. Par conséquent, toute organisation est caractérisée essentiellement par une coopération. SIMONNEAUX (1999) ajoute que cette coopération au sein d'une organisation se situe dans un système complexe en équilibre où les relations d'autorité ne sont pas absentes.

L'organisation est une construction des acteurs face aux circonstances données. De même, (CROZIER et FRIEDBERG, 1977) pensent que l'organisation est un système d'action composé d'acteurs dont les actions sont coordonnées. Les individus ne sont plus neutres dans les activités et les décisions. Ainsi, l'analyse de l'organisation du tourisme en milieu rural, consiste à chercher à comprendre comment les individus de ce secteur parviennent à coordonner leurs actions dans un ensemble structuré. Cela vise particulièrement, à expliquer les règles de fonctionnement et leur application, les responsabilités des acteurs, les procédures de décision, l'information et sa circulation dans la prise de décision (CROZIER et FRIEDBERG, 1977).

En se référant, aux travaux de SIMONNEAUX (1999), l'organisation du tourisme s'applique à des entités différentes :

D'une part, l'organisation du tourisme des entreprises. Celle-ci traduit la conception économiste de l'organisation du tourisme. Elle s'observe par les organismes de promotion, de réservation et de vente. Ce sont des ensembles structurés, retenus par SIMONNEAUX (1999) comme « ensemble économique rationnel ». Ils sont dominés par le souci d'atteindre des objectifs économiques ou la maximisation du profit. C'est sans doute ce type d'organisation qui pousse les économistes à voir le tourisme comme une industrie. Cette approche se fonde sur la définition normative du tourisme recommandée par l'OMT (2003) : « tous les établissements, dont l'activité productive principale est une activité productive caractéristique du tourisme ». Cette définition permet aussi bien la création d'une base commune de statistique entre pays, que la compréhension de ce qu'évoque NIGHTINGALE, (1978) cité par ALDEBERT (2004) : « le tourisme est constituée par un ensemble d'entreprises représentées par leur propre marché indépendant ». De ce fait, chaque entreprise effectue une tâche liée à sa fonction ou à sa compétence spécifique, pour la satisfaction du touriste. Elle constitue une étape du processus de création et de

consommation du produit touristique. BARREIRO (2005) précise que le processus qui conduit à la fabrication d'un bien doit être analysé comme une chaîne où chaque maillon représente une activité particulière. Ces dernières sont coordonnées par des structures ayant les capacités adéquates.

D'autre part, l'organisation territoriale. Cette notion d'organisation, qui s'applique mieux au secteur du tourisme en milieu rural, va au-delà des entreprises selon SIMONNEAUX (1999). C'est une approche du territoire comme une organisation. Elle montre que les acteurs interagissent dans un ensemble territorial. La structuration de ce système d'action ne s'appuie pas sur des services à l'instar des entreprises, mais sur les structures administratives, politiques et socioéconomiques.

Toutefois, les rapports entre les acteurs sont de plusieurs ordres : rapport économiques et social hiérarchisé ou non. Ils ne respectent pas de façon absolue une rationalité économique universelle ou une linéarité. A ce titre, PASSET (1996) énonce que comprendre les attitudes des acteurs, qu'ils soient excursionnistes, touristes, prestataires ou intermédiaires, passe par l'identification des objectifs poursuivis sans se limiter aux objectifs économiques. Il précise que la sphère économique est incluse dans la sphère humaine et non l'inverse. Il insiste de ce fait sur le caractère social des rapports entre acteurs. Les acteurs du tourisme se dotent de stratégies et de moyens plus ou moins adéquats pour promouvoir le tourisme à l'intérieur de ces échelons et au-delà. Les acteurs effectuent cette valorisation touristique de manière cloisonnée, au sein de chaque échelon. Mais pour améliorer et rentabiliser leurs actions, ils ont besoin de tisser des partenariats. Car aucun des échelons ne saurait lui seul se suffire. De plus, SIMONNEAUX (1999) considère deux catégories d'acteurs du tourisme : « les acteurs-producteurs » et « les acteurs-consommateur ». Dans le cadre de cette étude ces deux groupes sont représentés d'un côté, par les structures d'hébergement, de restauration, de transport, de régulation... de l'autre côté, par les visiteurs (Excursionnistes et touristes).

Il est vrai que les rapports entre les deux catégories d'acteurs identifiées par SIMONNEAUX (1999), ont un caractère économique en accordant au produit consommé une utilité économique. Toutefois PASSET (1996) soutient que l'utilité économique est toujours combinée à une utilité sociale ou individuelle. Pour justifier cette pensée, il écrit « la finalité de l'acte économique, la prééminence de l'« avoir » sur l' « être », ne peut plus être un élément explicatif pertinent dans une économie avancée où la satisfaction des besoins franchit un nouveau seuil. Les symboles de la valorisation sociale se modifient. L'« avoir » ne constitue plus qu'un moment de l' « être ».

En général, l'organisation du tourisme met en évidence des paramètres de fonctionnement : Les ressources touristiques, les producteurs de services, le produit

touristique et les consommateurs. Des ressources touristiques sont identifiées les attraits du territoire (Paysage, patrimoines, société) conditionnés, mis en valeur et vendus au touriste par les producteurs en accord avec les propriétaires du territoire. Autour de ces ressources, est effectué un ensemble d'actions émanant des producteurs de services. Les actions de ces derniers aboutissent à la réalisation du produit touristique. ADELBERT (2004), s'inspirant de CACCOMO et SOLONADRASANA (2001), définit le produit touristique comme la combinaison d'un ensemble de prestations séparées dans le temps et dans l'espace (transport, hébergement, restauration, loisirs) et pouvant être fournies soit par la même entreprise, soit par différentes entreprises. De plus, PAPTAEODOROU (2000), note que c'est « a time-consuming activity applied to different spatial entities ». Ainsi, le produit touristique est par excellence un indicateur de différenciation des territoires touristiques. Il est caractérisé par une originalité, une authenticité et donc non reproductible. Il n'est, non plus transportable vers le consommateur à savoir le touriste ou visiteur. C'est plutôt ce dernier qui se déplace vers les biens et services répondant à ses motifs de voyage. Il consomme une succession de prestations touristiques de façon séquentielle (ADELBERT, 2004).

De tout ce qui précède sur l'organisation du tourisme, il en ressort le caractère transversal et complexe. Car il met en œuvre tout un ensemble imbriqué d'acteurs hétérogènes, de structures physiques et industrielles et des services de natures différentes. Il s'agit d'une relation de service entre ces acteurs et structures. C'est ce qui motive ADELBERT (2004) à affirmer que le tourisme comprend des relations de services entre un prestataire (Agence de voyage, transporteur, hôtel, restaurateur, gestionnaires des loisirs) et un visiteur. Elle précise que ces relations de service reposent sur un support de consommation de type industriel (chambre d'hôtel, table de restaurant et menu).

Cet état de fait justifie, l'adoption du concept de système touristique ou système d'acteurs touristique par plusieurs chercheurs. A cet égard, CLARY (1993) définit ce concept comme un ensemble composé d'éléments en interaction. TROUSSET et VIOLIER (1998) dans leur article « Systèmes d'acteurs et dynamique touristique des villes », identifient deux aspects du système touristique. Premièrement, le système idéal, une construction théorique et générale qui considère que les acteurs d'une organisation ont intérêt, étant donné leurs complémentarités, à travailler ensemble. C'est le système idéal dans lequel il y a une bonne coordination entre les différents acteurs. Cette coordination est d'autant plus indispensable qu'il y a une interdépendance entre les prestations proposées pour un même touriste. En effet, le visiteur conserve une impression globale de son passage dans un lieu. Les mauvaises prestations d'un seul offrant, dans un territoire donné ont des effets négatifs sur l'offre touristique toute entière.

Deuxièmement, le système effectif élaboré à partir des relations stratégiques concrètes établies entre les acteurs au sujet du tourisme. Il s'agit alors des relations effectives entre différents acteurs territorialisés par leur position.

En somme, l'espace rural, au-delà de quelques conceptions négatives et des difficultés qui y persistent, constitue un cadre potentiel et concret de réalisation de nombreux projets touristiques et de mise en exécution des politiques d'aménagement ou de mise en tourisme par des acteurs publics ou privés.

I-3-De l'aménagement du territoire à l'aménagement touristique

I-3-1- Évolution historique de la pratique de l'aménagement du territoire en Côte d'Ivoire

La pratique de l'aménagement du territoire, comprise simplement comme organisation de l'espace, contrairement à ce qu'on pourrait croire, n'est pas récente en Côte d'Ivoire. Les préoccupations explicites d'organiser de manière rationnelle le territoire étaient exprimées dans nos sociétés traditionnelles avant la colonisation. Par la géographie vernaculaire, HAUHOUOT (2002) montre que l'histoire de nos sociétés tribales est parcourue de conquêtes et de prise de possession des terres indispensables à la vie des groupes. Il met en évidence la perception, les sentiments et les connaissances préscientifiques que ces sociétés ont de l'espace. Aussi, souligne-t-il leurs techniques ou méthodes traditionnelles d'aménagement du territoire. La colonisation a fait irruption dans ce décor naturel et humain de la Côte d'Ivoire traditionnelle (HAUHOUOT, 2002). Les politiques nationales de l'aménagement du territoire amorcées dans la première décennie de l'indépendance, se sont inspirées du système colonial. Les pouvoirs publics, face aux problèmes de disparités régionales comme le développement du sud forestier par rapport à la zone de savane au nord, ont entrepris plusieurs programmes spécifiques d'urgence. Ceci avait pour objectif d'arriver à long terme à un développement équilibré du pays grâce à une redistribution harmonieuse de la population, des activités, des infrastructures et des équipements. Sur le plan historique, l'aménagement du territoire a connu dans son évolution trois (3) grandes périodes :

Avant 1960 : une période de mise en place d'infrastructures et d'équipements dominée par la politique coloniale elle vient bouleverser les habitudes traditionnelles d'occupation spatiale. A juste titre, HAUHOUOT (2002) écrit : « l'institution des cercles et subdivisions comme unités administratives en remplacement des territoires traditionnels, est une donnée majeure de la dynamique coloniale de reconversion. L'entrée en scène du système territorial colonial provoque une désorganisation profonde de l'espace d'origine ».

Cette politique coloniale visait essentiellement une exploitation efficace et totale de la colonie pour satisfaire les besoins des progrès industriels en Europe et particulièrement en France. Cette politique s'est traduite d'abord par la mise en place des comptoirs de pénétration dont les premiers créés furent ceux d'Assinie et de Grand-Bassam en 1843 (HAUHOUOT, 2002). Ensuite, par la création des postes militaires. Enfin, par la constitution des cercles qui vont amorcer l'existence des premières armatures urbaines tout en favorisant les aires régionales d'échange (HAUHOUOT, 2002) créant ainsi un réseau de villes entre 1912-1919.

De 1960 à 1980 : Dès les premières années de l'indépendance de la Côte d'Ivoire, les autorités politiques ont marqué un intérêt particulier pour l'aménagement du territoire en définissant clairement leurs options à l'occasion des différents Plans Quinquennaux de Développement Economique, Social et Culturel ainsi que des études prospectives. Cette politique menée durant trois décennies a connu un arrêt brutal avec l'avènement des PAS liés à la crise économique des années 1980. En effet, certaines dispositions ont été prises autant pour résoudre le problème de disparité entre les grandes régions héritées de l'administration coloniale que, pour asseoir les bases institutionnelles de la planification spatiale en Côte d'Ivoire. A cette époque, les travaux ont consisté à concevoir et à mettre en place les infrastructures et équipements structurants et non devant servir de support aux actions de développement socio-économique. Les options alors arrêtées ont été essentiellement :

- l'amélioration des voies urbaines et interurbaines dans la perspective de disposer d'un réseau de voies de qualité pouvant faciliter la circulation des biens et des personnes ;

- la création des infrastructures portuaires, aéroportuaires et ferroviaires de manière à diversifier les modes de transport et à améliorer, ainsi, les échanges commerciaux internes et externes ;

- l'amélioration de l'accessibilité des populations aux services de base que sont l'alimentation en eau potable, en électricité et l'ouverture aux télécommunications ;

- la répartition spatiale des activités économiques de manière à mieux redistribuer, sur l'ensemble de l'espace les investissements publics ;

- la constitution d'un réseau de villes autour de trois pôles régionaux que sont Abidjan, Bouaké et San-Pedro afin de favoriser l'édification d'une armature urbaine nationale capable de soutenir et contribuer aux actions de développement global du pays.

Cette période a connu la presque totalité des travaux de planification de l'aménagement du territoire ivoirien et la création de plusieurs structures ou outils d'organisation de l'espace. De ce fait, elle pourrait être caractérisée de période de constructions de la côte d'Ivoire indépendante. Il est simplement bon de savoir que la plupart des infrastructures économiques

qui font aujourd'hui la fierté de la Côte d'Ivoire ont été programmées durant les travaux entre 1960 et 1980.

De 1980 à 2015 : En dépit de tous les dispositifs prévus, le sous-système de planification spatiale n'allait pas donner des résultats concrets en termes d'impact réel sur le mode vie des populations et de désenclavement du territoire. L'administration publique demeurait centralisée, entravant le fonctionnement du processus de développement régional dont la logique visait l'élaboration des plans de développement régional par la région concernée afin de prendre en compte effectivement les contraintes et les potentialités des zones qui s'y trouvent ainsi que les aspirations légitimes des habitants. Selon le Ministère d'Etat Ministère du Plan et du Développement, jusqu'au début des années 90, les actions de l'Etat en matière d'aménagement du territoire ont, en effet, procédé d'une vision à la fois sectorielle, principalement tournée vers l'équipement, et centralisée parce que menée par l'Etat (ou au travers de sociétés de développement régional), en tant qu'unique initiateur. Conscient des évolutions de la persistance de plusieurs problèmes d'organisation de l'espace, l'Etat a entrepris la mise en œuvre d'une nouvelle orientation de la politique d'aménagement du territoire. Cette politique alors proposée, vise, il est vrai à maintenir les objectifs généraux de la politique d'aménagement du territoire définis au cours de la période précédente, mais s'oriente désormais à consacrer une approche plus participative du développement. En d'autres termes, c'est le point de départ d'une stratégie articulée autour d'une plus grande participation des populations et des autorités administratives locales et régionales au développement. Cette approche devra également déboucher sur une nouvelle orientation en matière de structuration de l'espace et de zonage des actions. Elle a consisté donc à distinguer les équipements et les services structurants (infrastructures de transport, télécommunication, services aux entreprises) des équipements dits non structurants (santé, enseignement, équipements sociaux). Cette nouvelle stratégie consacre, de façon effective, l'avènement des conseils généraux en 2003. Ce qu'il faut retenir de cette troisième période et qui est très significative, c'est le passage d'un type d'aménagement du territoire centralisé et étatique à un aménagement décentralisé. Si la politique de l'aménagement du territoire mis en place depuis l'indépendance a permis d'observer des résultats satisfaisants. Il faut, cependant, reconnaître que le secteur du tourisme n'a presque pas été pris en compte dans l'aménagement du territoire. Par ailleurs, la politique, dans le cadre de l'aménagement du territoire, préconisait l'approche territoriale comme base de développement national à travers la planification, l'aménagement du territoire et la décentralisation. Pourtant, la dimension spatiale qui pourrait contribuer à établir l'armature économique-urbaine du pays et à orienter le mouvement des hommes, des capitaux et des marchandises a été assez

occultée par les pouvoirs publics. Tous les gouvernements qui se sont succédé n'ont su considérer pleinement la planification spatiale dans leurs stratégies de développement. Et, au lieu d'élaborer un cadre général définissant la vision du développement et d'aménagement d'où découleraient des schémas, plans ou politiques, les dirigeants ont préféré mettre en place des programmes d'urgences qui, la plupart du temps, ne reflètent pas les aspirations des populations. Une telle situation a montré ses limites au plan national. Et, l'aménagement du territoire en tant qu'une des composantes de la planification a subi les contre-coups. Avec la relance des activités d'aménagement du territoire visant l'émergence à l'horizon 2020, tous les problèmes constatés dans l'exécution des plans précédents devront être résolus.

I-3-2- Lieu touristique et mise en tourisme des lieux

Le lieu touristique est un indicateur de la pratique touristique. Il peut être un espace urbain ou un espace rural. Il est une destination pour les voyageurs-visitant. L'approche du tourisme uniquement comme secteur d'activité économique, ne répond pas à toutes les questions sur l'effet du tourisme. Elle ne cerne pas non plus les pratiques de loisir sur le cadre rural, ni sur la capacité de la campagne à répondre à toutes les attentes dont elle fait l'objet. La pratique touristique ne se résume pas aux flux. Elle consiste aussi à marquer un territoire et à exploiter un lieu touristique. CLARY (1993), BARON-YELLES (1999), DEWAILLY (2000) partent des espaces et de la structuration de l'espace géographique (littoral, montagne, urbain, rural) pour interpréter les comportements des touristes. Par contre, d'autres proposent une lecture du tourisme à partir des touristes, considérant que le choix d'une destination s'effectue en vue d'accomplir un projet précis dont l'objectif est de se « recréer » (Équipe MIT, 2002 ; 2005). Au-delà des divergences dans l'approche touristique, le lieu où l'espace, à travers ses ressources naturelles, ses atouts humains et économiques, constitue la véritable source d'information sur : Les motifs de la pratique touristique et le niveau d'impact de la pratique touristique. Le lieu touristique constitue l'espace aménager par ou pour le tourisme. En d'autres termes, c'est ce qu'on pourrait appeler la matière première du tourisme. Le lieu, en tant que produit touristique, est soumis à un cycle de vie comme l'argumente les travaux de BUTLER (2006) (Figure 14).

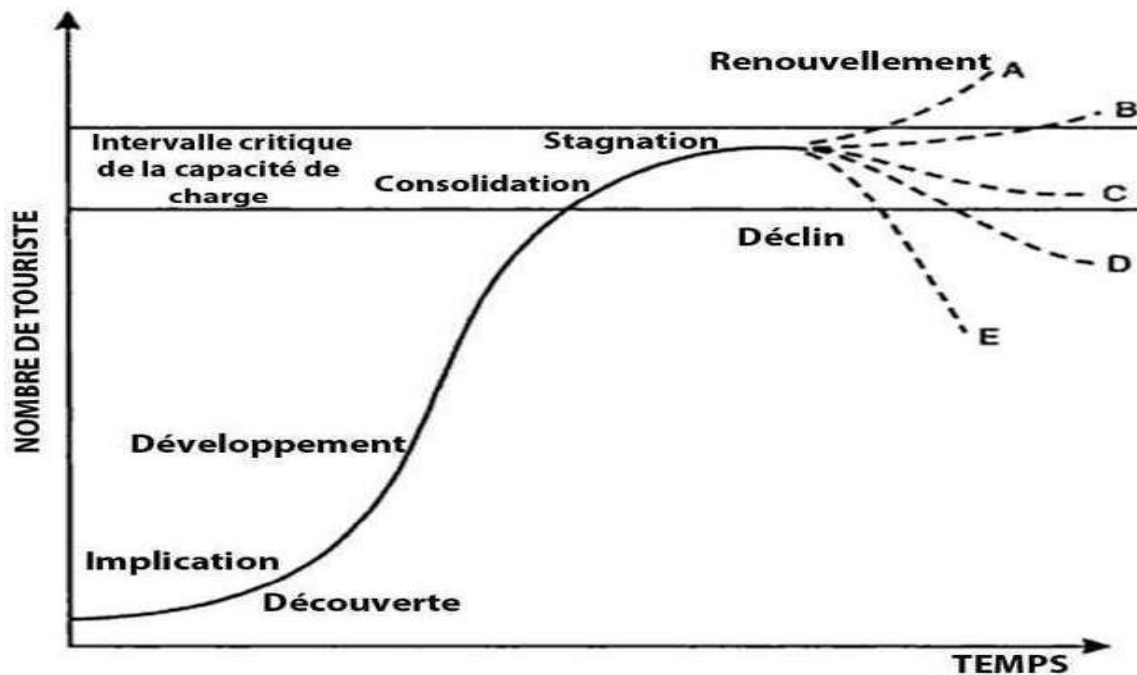


Figure 14 : Cycle de vie d'un lieu touristique

Source : BUTLER (2006)

En effet, le cycle de vie d'un lieu touristique, se résume en six étapes. Il passe par la phase d'exploration et de développement, la phase de stagnation jusqu'à la phase de déclin lorsque des limites de capacité sont franchies. On est passé du tourisme pionnier au tourisme de masse. Ce dernier provoque le déclin du lieu quand la capacité de charge est atteinte, le taux de croissance des visiteurs décline. Les six (6) phases se déclinent ainsi :

- **Découverte** : peu de touristes ; infrastructure légère ou inexistante, environnement vierge.
- **Implication** : développement d'initiatives locales, promotion touristique, augmentation de la fréquentation.
- **Développement** : fréquentation importante, perte de contrôle des locaux, dégradation de l'environnement.
- **Consolidation** : réputation du site, sa fréquentation maintenue, voire en hausse et les touristes sont plus nombreux que les locaux.
- **Stagnation** : la fréquentation n'augmente plus, l'environnement naturel et humain se dégrade.
- **Déclin** : la fréquentation baisse, les infrastructures ne sont plus adaptées, ... ou *renouvellement* si les responsables ont pris conscience des problèmes. Une réaction peut avoir lieu qui réoriente le produit.

Le lieu touristique s'avère être le plus important d'autant plus qu'avant tout, le tourisme se pratique en un lieu. C'est ce dernier qui suscite des déplacements par son attractivité. L'identification de ces espaces dans une campagne permet d'y analyser l'ampleur des activités touristiques. Plus, une campagne est marquée par une nébuleuse touristique, plus elle est dite village touristique. Quand on part en vacances, c'est dans l'intention de se récréer par le relâchement des contraintes sociales (ELIAS, DUNNING, 1998). Cette « récréation » se réalise mieux dans certains lieux (Équipe MIT, 2002). Ce choix rend compte du déplacement touristique. Les pratiques touristiques sont spécifiques selon les types de lieux : les lieux familiers seraient associés au repos contrairement aux lieux de découverte chargés d'altérité. Cette recherche de nouveauté justifierait le déplacement vers des lieux inhabituels, « déroutinisants ». Si le touriste choisit une destination en fonction d'un projet de « récréation », ce choix s'exercerait au sein d'un répertoire précis de lieux. Ce dernier peut être défini comme l'état chargeant des informations dont dispose un acteur pour opérer un choix. On ne choisit un lieu qu'en fonction d'une connaissance préalable, laquelle peut être enrichie par différents moyens (bouche à oreilles, presse, Télévision, internet, acteurs professionnels du tourisme). Cela induit une autre conséquence : le recours au marché et aux opérateurs n'interviendrait pas dans l'ensemble des mobilités touristiques.

Ces lieux touristiques sont créés par ou pour le tourisme. Ils peuvent aussi faire l'objet de rénovation quelle que soit leur nature d'existence. Dans ce cas précis, ces lieux touristiques existent déjà, ils ont été rénovés pour garder leur attractivité. (Figure 15)

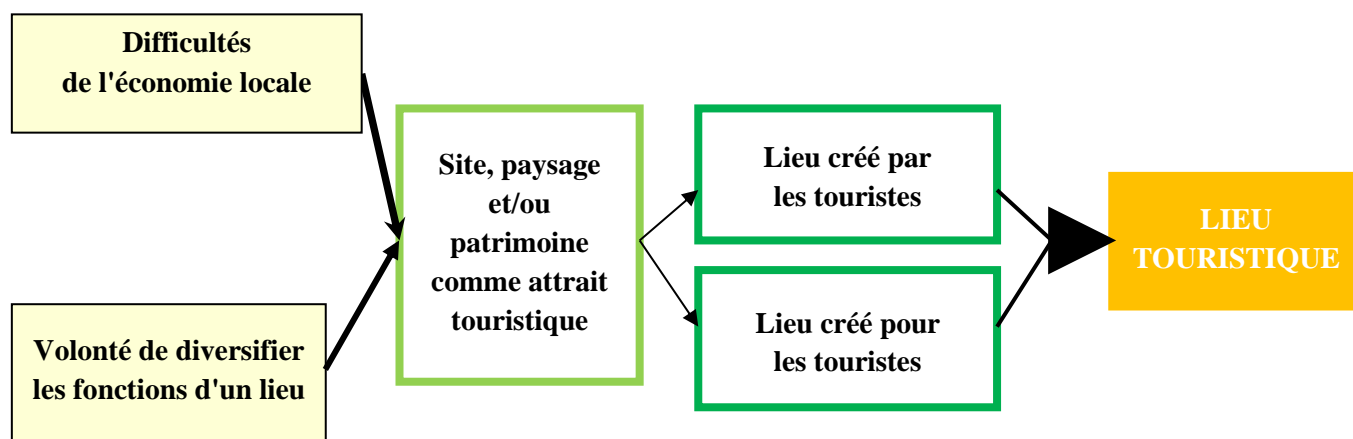


Figure 15 : Lieux transformés et orientés pour le tourisme

Sources : BUTLER (2006), BARBAZA (1970)

Conception et réalisation : BISSOU (2014)

Les investigations montrent d'ailleurs que les campagnes européennes et américaines se reconvertissent. Les anciens sites industriels sont aménagés et transformés pour des besoins

touristiques. Ceci démontre la volonté du pouvoir à redynamiser le tourisme. Le lieu touristique tire son originalité économique du processus inversé qui lie la consommation touristique au déplacement des consommateurs vers le produit à consommer. Ce phénomène de délocalisation présente le grand avantage de permettre, par la mesure des flux de clients, l'évaluation de la consommation. Il permet également celle des processus de relocalisation qui concernent la production des équipements d'accueil (VLES, 2005). Cette dernière résulte de l'aménagement de l'espace destiné aux pratiques touristiques. Il faut entendre par mise en tourisme d'un patrimoine, la transformation du patrimoine en produit touristique. C'est le fait de faire du patrimoine, qu'il soit matériel ou immatériel, un objet d'attraction ou un produit d'appel touristique. Le patrimoine est intégré au circuit touristique sur le territoire. Par conséquent, la mise en tourisme est considérée comme un ensemble de démarches dont la finalité est de favoriser la pratique touristique des lieux.

Avant d'aménager, il faut d'abord prendre soin de l'existant, en particulier "les arbres majeurs", et de tout ce qu'on ne voit plus à force de le voir tous les jours. Ensuite, les projets doivent avoir un lien étroit avec le contexte paysager, en utilisant les savoir-faire qui existent localement et en accentuant la démarche dans les sites touristiques. Tout espace est potentiellement touristique et peut devenir un lieu dédié ou un lieu touristique. Le tourisme nécessite des équipements de transport, d'hébergement, de loisirs, etc. Il suppose donc souvent une politique touristique, à l'échelle d'une région ou d'un Etat, et la création d'aménagement compétitif et donc l'intervention d'acteurs institutionnels ou privés.

Depuis 1990, les collectivités ivoiriennes sont sensibilisées sur la nécessité de mettre en œuvre des politiques renouvelées conformes à la mission de développement économique que leur donne le code général des collectivités territoriales. Du fait de son potentiel impact sur l'ensemble des territoires et des besoins des visiteurs, le tourisme apparaît aujourd'hui comme un facteur important d'aménagement du territoire régional en Côte d'Ivoire. La décennie 2000 a vu monter en puissance le fait touristique dans les politiques publiques, en parallèle avec la prise de conscience croissante de l'importance du secteur dans le développement économique régional. Le développement d'un tourisme durable est fondamental car il permet d'allier les pratiques touristiques et le respect du territoire, de ses richesses et de la qualité de la vie de ses habitants. L'importance du tourisme pour les cités et les territoires est aujourd'hui indiscutable. A juste titre, APHING-KOUASSI (2007) réaffirme la pertinence du tourisme durable pour la Côte d'Ivoire (Figure 18).

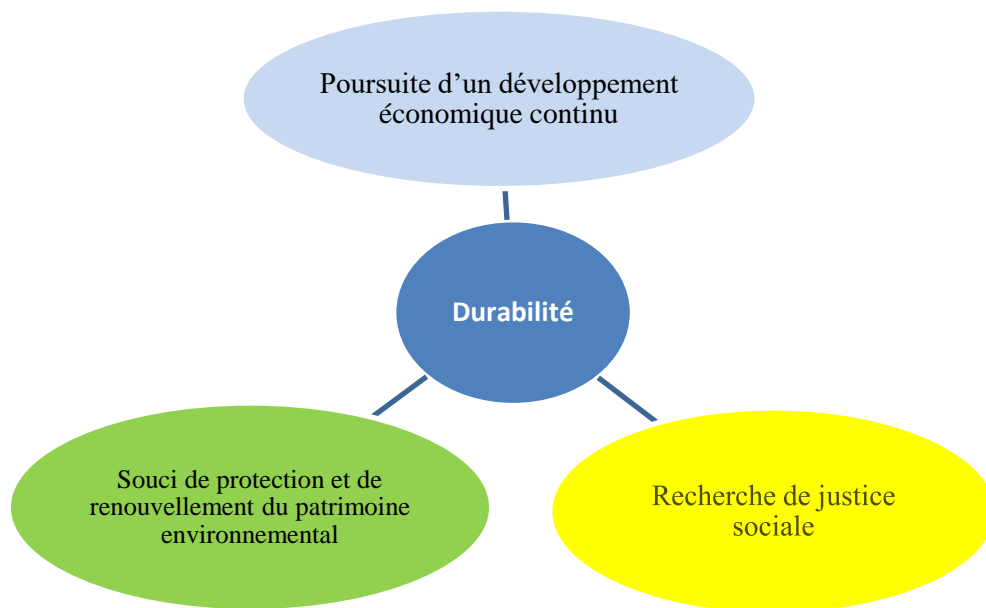


Figure 16 : Triple préoccupation de la durabilité par le tourisme

Source : APHING-KOUASSI (2008)

Pour lui, la notion de durabilité implique que le tourisme ne soit plus seulement évalué du point de vue de la rentabilité économique à court terme de la destination, mais aussi par rapport à un ensemble de critères jusqu'à présent peu considérés :

- Fragilité de la destination à long terme ;
- Distribution des revenus du tourisme dans l'économie locale ;
- Contribution à la gestion de l'eau, à la pollution de l'air

Cependant, seulement une minorité adopte de nouvelles politiques locales du tourisme à travers :

- La mise en place de stratégies de développement du tourisme par la recherche de l'efficacité de leur système territorial en matière de gestion touristique.
- Une stratégie de développement du tourisme pour définir un modèle de territoire du présent et du futur, dans une dialectique renouvelée des processus de production et de consommation des services et dans une recherche différente du sens donné aux espaces : espaces de production, espaces de consommation, scènes symboliques et de représentation, espaces de pratique ludique pour les habitants permanents, le tourisme comme moyens pour renforcer la fonction internationale et les avantages concurrentiels de la cité ou du territoire sur la scène mondiale.
- Des projets de création de station touristique. Cette dernière est donc, avant tout, une collectivité territoriale organisée autour d'hébergements, d'équipement et de service marchands. Elle concentre un volume de lits hôteliers, para-hôteliers et non banalisés

importants et offre un ensemble de prestations ludiques ou de découvertes toujours plus diversifiées. Géré par une collectivité locale (village, commune, communauté de communes ou agglomération), le territoire est aujourd'hui appréhendé et dirigé comme une station touristique dont on cherche à rapprocher les activités, c'est-à-dire comme une unité de production et de consommation de loisirs constituée de sites multiples, souvent indépendants à l'origine mais qui le sont de moins en moins.

En somme, les travaux sur le tourisme s'accordent sur son caractère transversal. Il n'est pas une activité en soi mais un agrégat d'activités complémentaires. Ainsi, le tourisme n'est ni le voyage, ni les loisirs, mais un ensemble d'activités (hébergement, restauration, animation, voyage, loisirs...). On retient, par ailleurs, que l'attractivité touristique des lieux est fondée sur leurs ressources naturelles, humaines et les stratégies d'organisation. Le tourisme, en réalité, transforme les territoires et contribue ou non à leur développement socioéconomique. L'avènement du tourisme durable a fait émerger les politiques touristiques maintenant tournées vers la valorisation du monde rural. Il ressort de cette revue de littérature que le tourisme en milieu rural demeure encore insuffisamment connu en Côte d'Ivoire. En cela, cette étude constitue une contribution à la maîtrise des aspects du tourisme dans les villages ivoiriens, à travers ceux de la région du Sud Comoé.

II- PROBLEMATIQUE

Le tourisme est un secteur englobant plusieurs activités comme le transport, les loisirs, l'hôtellerie et la restauration. Il constitue un secteur florissant dans le monde depuis plus d'un demi-siècle, particulièrement, dans plusieurs pays africains dont les principaux sont : l'Afrique du Sud, l'Égypte, le Maroc, la Tunisie, l'Algérie, le Kenya, le Sénégal, (OMT, 2013). La Côte d'Ivoire, consciente de ses enjeux socio-économiques, a porté un choix privilégié sur le tourisme comme pilier de développement économique. En effet, dans l'élaboration et la mise en œuvre de son plan national de développement 2012-2015, le gouvernement ivoirien a mis l'accent sur des plans sectoriels, notamment celui du tourisme, puis ceux de la culture et de l'artisanat, deux secteurs influents du tourisme.

Cette option stratégique favorable à l'amélioration du climat des affaires, a créé le contexte propice à la relance du tourisme. Par ailleurs, les autorités politiques ont exprimé clairement, à travers le PND, la volonté de mettre en œuvre une stratégie pour le développement local des collectivités territoriales, basée sur la promotion touristique. Cela s'illustre par le thème de la quatrième édition du SITA : « Tourisme en région : source de richesse ». Cette politique vise plusieurs finalités pour les collectivités territoriales : l'offre des voies pour le développement économique de la région, la création des emplois durables, la motivation de la cohésion sociale, la réduction ou même l'arrêt de l'exode rural. Cette dernière finalité justifie, ici, une nouvelle orientation territoriale du tourisme qui est la zone rurale. Elle met en évidence le souci de développer le tourisme dans les zones rurales de la Côte d'Ivoire. Il soutient indirectement l'agriculture en milieu rural par la transformation des ressources territoriales pour en faire un produit de destination. Le tourisme est alors un consommateur des ressources territoriales. Il est également un mobilier et un équipement de base, puis un moyen de communication et d'échange culturel entre les peuples.

La Côte d'Ivoire opte, à l'instar de plusieurs autres pays du sud, pour le tourisme comme moyen de réduction de la pauvreté. Ainsi, on entend parler d'écotourisme ivoirien, de développement de l'agrotourisme dont le champ de réalisation est l'espace rural. A cet effet, il est recommandé aux autorités en charge du développement régional de prendre en compte le secteur du tourisme dans leur politique d'aménagement du territoire. Aussi, dans toutes les régions est-il nécessaire de manifester le désir de développer le tourisme.

Aujourd'hui, la région du sud Comoé est marquée par les mobilités touristiques. On constate que toutes les villes de cette région optent désormais pour un développement touristique ou pour son renforcement à travers des événements. Ainsi, émerge, dans ces villes, toute une économie de la récréation et du ludique (DUHAMEL et KNAFOU, 2007). En Côte d'Ivoire

particulièrement, cette région constitue l'une des premières destinations des touristes étrangers. Des pratiques touristiques (séjour et excursion) se développent dans ses villes et leurs banlieues. Elle fait l'objet de fortes demandes. Selon des données croisées des mairies de Grand-Bassam, de Bonoua et d'Adiaké, de la Sous-préfecture d'Assinie, du musée des costumes de Grand-Bassam, du musée Aniaba d'Assinie, environ 10000 visiteurs y effectuent des déplacements à des périodes de l'année. Même malgré les crises qu'a connues la Côte d'Ivoire entre 2002 et 2010, cette région, à travers des villes comme Grand-Bassam et Adiaké, a reçu des touristes, des hommes d'affaires, des professionnels d'entreprise. Les fréquentations touristiques dans cette région, devraient, par conséquent, influencer l'aménagement spatial et développer des activités à consommation touristique dans ses villages.

Les zones rurales du Sud Comoé regorgent d'une variété de ressources touristiques d'ordre naturel et socioculturel. Notons que, le statut de pôle touristique ivoirien attribué à la région du Sud Comoé se fonde sur les énormes ressources territoriales et potentialités touristiques. Elles peuvent être exploitées pour le compte du développement rural. En outre, ces ressources qui font la fierté de l'espace rural du Sud Comoé, y favorisent l'arrivée croissante des visiteurs généralement les week-ends.

D'autres constats, les moyens pour parvenir à maîtriser et à mieux développer le tourisme ne sont pas encore en adéquation avec les ambitions annoncées. De même, les zones rurales de cette région n'ont presque pas fait l'objet d'une opération touristique de grande envergure. On y note un faible niveau de vie des populations.

De ces constats, il ressort que malgré la croissance des arrivées touristiques dans la région de Sud Comoé, les richesses de ressources touristiques de son vaste espace rural, il y existe un faible niveau de développement socio-économique et spatial en rapport avec le tourisme. Ce problème sus-évoqué motive la réflexion sur le sujet : **Tourisme et structuration de l'espace rural dans la région Sud Comoé**. Il suscite de ce fait, la question centrale suivante : pourquoi le tourisme, malgré son développement, rencontre des difficultés à structurer l'espace rural dans la région du Sud Comoé ? De cette question centrale découlent une série de questions secondaires :

- Où se localisent les espaces ruraux regorgeant des attraits exploités pour contribuer au développement du tourisme dans la région du Sud Comoé ?
 - Comment est organisé ce secteur dans les localités rurales de la région du Sud Comoé ?
 - Quel est l'impact des activités touristiques sur l'espace rural de la région du Sud Comoé ?
- Ces questions essentielles constituent les centres d'intérêt de la présente étude.

III- OBJECTIFS DE RECHERCHE

Les objectifs de cette étude sont de deux ordres : l'objectif général et les objectifs spécifiques.

III-1- Objectif général

L'objectif général est d'analyser les raisons pour lesquelles le tourisme n'arrive pas à structurer l'espace rural dans la région du Sud Comoé malgré son développement.

III-2- Objectifs spécifiques

De façon spécifique ce travail consiste à :

- Localiser les espaces ruraux regorgeant des attraits touristiques exploités dans la région du Sud Comoé ;
- Analyser l'organisation du secteur touristique dans les zones rurales de la région du Sud Comoé ;
- Evaluer l'impact de cette activité sur l'espace rural dans la région du Sud Comoé.

IV- LES HYPOTHESES DE TRAVAIL

Le courant géographique dans lequel s'inscrit ce travail est la démarche hypothéticodéductive. En cela, la partie empirique suit un processus rétroactif pour esquisser des pistes de réponses au problème, surtout à travers la vérification des hypothèses. L'hypothèse est définie comme une réponse temporaire et provisoire que propose le chercheur devant une interrogation formulée à partir d'un problème de recherche (HUOT, 2003). Cette étude en distingue deux types : l'hypothèse conceptuelle ou la thèse et les hypothèses secondaires.

IV- 1- La thèse

Cette étude défend la thèse suivante : la faible structuration touristique de l'espace rural dans la région du Sud Comoé malgré le dynamisme de l'activité, est due à une quasi absence de politique d'aménagement touristique en faveur des zones rurales.

IV- 2- Les hypothèses secondaires

Trois (3) hypothèses à vérifier ont été dégagées pour cette thèse.

Première hypothèse :

Les principaux attraits touristiques exploités s'observent en majorité dans les zones rurales situées au sud de la région du Sud Comoé

Deuxième hypothèse :

Le secteur touristique est, en grande partie, marqué par une absence de système de coordination des acteurs appropriés à l'espace rural dans la région du Sud Comoé.

Troisième hypothèse :

Dans l'espace rural de la région du Sud Comoé, le tourisme est caractérisé par une dispersion spatiale qui traduit son faible impact socio-économique.

V- METHODOLOGIE DE RECHERCHE

V-1- Cadre théorique de référence

Toute recherche en géographie doit s'inspirer de l'épistémologie de la science afin de clarifier la démarche scientifique. Dans cette optique, après la revue de littérature qui permet de circonscrire le sujet d'étude, il est nécessaire de présenter la posture épistémologique.

V-1-1- La posture épistémologique de l'étude

L'épistémologie a pour racine grecque « logos » qui signifie « discours » ou « étude » mais aussi « épistèmê » qui peut se traduire par « connaissance ». Il s'agit, en fait de la production de connaissances et le développement des disciplines telles que les sciences humaines dans l'histoire et d'une constitution de savoirs établis et reconnus (FOUREZ, 2003). La légitimité des connaissances s'établit selon plusieurs ordres : la qualité de la recherche, la méthodologie et l'éthique (LE MOIGNE, 1995). KUHN (1962) soutient que la posture épistémologique ou « le paradigme épistémologique » correspond à un cadre général de référence dans lequel se positionne le chercheur. A l'intérieur de ce cadre, se mettent en place des méthodes et des courants de pensées. La géographie n'échappe pas à cette recherche de connaissances. Elle a connu plusieurs courants de pensée (PITTE, 1989). GRASLAND (2012) explique que la géographie universelle est passée, dès le XIX^e siècle, des courants réalistes (le positivisme, l'évolutionnisme et le déterminisme) aux courants

Poststructuralistes en passant par les courants constructivistes (le possibilisme, environnementalisme, béhaviorisme).

Cette thèse s'insère dans la posture scientifique « poststructuraliste ». Ce courant de pensée est né dans les années 1980 et défendue par Mathis Stock sur la manière d'appréhender la géographie proposant un fond de questionnements et de compréhension plutôt qu'une lecture descriptive et argumentée. Selon STOCK (2006), le projet scientifique de la géographie se fonde sur les questionnements, de diverses manières, dont l'espace est constitué et mobilisé par les sociétés humaines. Ce courant est une amélioration du structuralisme développé dans les années 1950-1960. En effet, il est dominé par la notion de structure. La structure correspond à un modèle constitué d'un ensemble d'éléments. Chacun des éléments n'a de sens que par les relations avec les autres et que la modification d'un seul élément entraîne la modification de l'ensemble (RUSS, 1988). On retrouve dans ce courant, les sources de la systémique.

IV-1-2-Une étude touristique sur fond d'analyse systémique

Formalisé en 1968 par Ludwig Von Bertalanffy, la théorie générale des systèmes aborde ses objets d'étude dans une approche globale ou holistique selon le degré de complexité des unités structurales et l'ensemble social des relations. Elle a influencé l'ensemble des lignes d'analyse qui ont permis de traiter le sujet choisi. Cette étude est donc fondée sur l'analyse systémique qui selon l'expression d'APHING-KOUASSI (2005) relève à la fois des sciences naturelles, des sciences techniques et des sciences sociales. L'analyse systémique a pour objectif essentiel la mise en valeur de modèles types à partir d'un certain nombre de critères ou de paramètres communs aux exemples étudiés. Cette théorie est fondée sur le système qui fait référence à un assemblage d'éléments fonctionnant de manière unitaire et en interaction permanente. Il s'agit alors d'étudier un ensemble d'éléments qui se coordonnent pour concourir à un résultat. Ainsi, cette théorie met en évidence quatre paramètres fondamentaux pour comprendre un ensemble :

L'interaction (ou l'interrelation) : il renvoie à l'idée d'une causalité non linéaire. Elle permet de comprendre la coévolution et la symbiose en biologie.

La totalité (ou la globalité) : certes, un système est d'abord un ensemble d'éléments, mais, il ne s'y réduit pas. Selon la formule consacrée, le tout est plus que la somme de ses parties. Au niveau global, apparaissent des propriétés non déductibles des propriétés élémentaires, ce qu'on peut expliquer par un effet de seuil.

L'organisation qui est l'agencement d'une totalité en fonction de la répartition de ses éléments en niveaux hiérarchiques. Selon son degré d'organisation, une totalité n'aura pas les mêmes propriétés. On arrive ainsi à cette idée que les propriétés d'une totalité dépendent moins de la nature et du nombre d'éléments qu'elle contient que des relations qui s'instaurent entre eux.

La complexité : la complexité d'un système tient au moins à trois facteurs : le degré élevé d'organisation, l'incertitude de son environnement et la difficulté à identifier tous les éléments et toutes les relations en jeu. D'où, l'idée que les lois qui permettent de décrire ce type de système ne conduisent pas à sa reproduction à l'identique, mais à la détermination d'un comportement global caractérisé par une productivité réduite.

En somme, selon Bertalanffy, l'idée essentielle de la théorie générale des systèmes est la meilleure compréhension d'une totalité ou d'un ensemble. Cela est obligatoirement possible non seulement par l'identification et l'analyse des éléments, mais aussi, par l'étude de leurs relations. Cette théorie est adaptée aux études sur le tourisme du fait de caractère transversal de ce dernier. En effet le tourisme, met en jeu plusieurs services, acteurs et environnements (Figure 17). La défaillance de l'une influence négativement la qualité du produit.

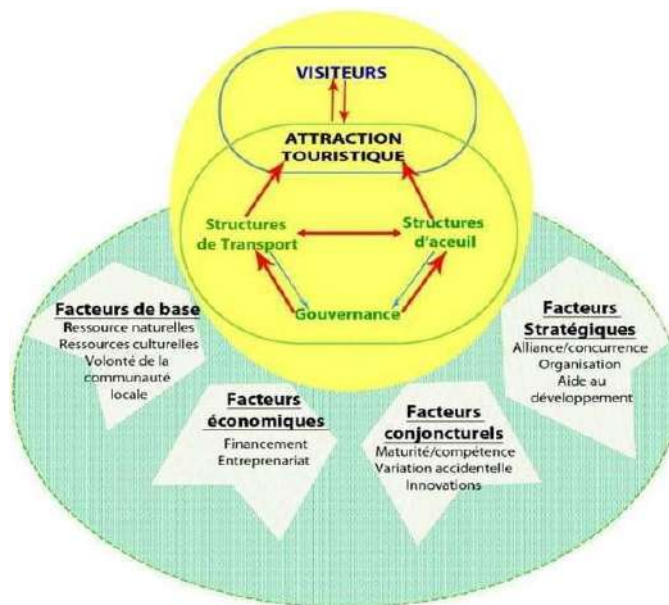


Figure 17 : Schéma du cadre théorique

Sources : GUN (1988) et de DE GRANDPRE (2009)

Réalisation : BISSOU (2014)

La mise en tourisme des ressources d'un territoire, permet de faire de ce dernier une destination touristique. Ainsi, le territoire constitue l'environnement dans lequel se réalise la pratique touristique. A l'intérieur de ce territoire, existe un ensemble de variables, considéré comme des facteurs de bases, des facteurs économiques, des facteurs conjoncturels et même stratégiques qui lui sont spécifiques. Ces facteurs ont des influences qui varient

selon les différents éléments du système touristique, c'est-à-dire d'un côté les visiteurs et de l'autre les structures d'accueil, les structures de transports et les différentes échelles de gouvernance. Au sein du système touristique on assiste à des relations d'influences ou d'interactions entre les différents maillons du système dont la finalité est la création d'une attraction touristique.

Dans le domaine du tourisme, il existe plusieurs études qui ont utilisé cette approche et ont fait émerger le concept de système touristique. Par conséquent, plusieurs modélisations systémiques ont été réalisées pour faciliter la compréhension du phénomène touristique (Figure 17).

V-1-3- Le caractère pluridisciplinaire de l'étude touristique

Le tourisme est, à l'évidence, une activité transversale nécessitant une vision d'ensemble du territoire. Il s'agit, en réalité, d'une offre jointive composée d'éléments divers et variés allant du climat, des actifs naturels, patrimoniaux et culturels présents sur le territoire à l'idée ou à la représentation que l'on se fait du lieu. Etudier, par exemple, les potentialités de développement touristique d'un territoire ne se limite donc pas à la seule étude des principales filières d'activités touristiques. Il faut porter un regard global sur le fonctionnement du territoire pour y percevoir la résonance du secteur touristique. Par ailleurs, cette démarche privilégie, tour à tour, le diagnostic et la stratégie de gestion des zones rurales.

Cela montre que l'analyse du phénomène touristique se situe au croisement des chemins de plusieurs disciplines. Le tourisme n'est pas une branche d'activité classique. Il est, par nature, multiforme et multisectoriel (BOTTI et PEYPOCH, 2012). Ce travail s'inscrit donc dans une perspective pluridisciplinaire. Pour tenir compte des multiples dimensions qui caractérisent l'analyse des phénomènes touristiques, cette étude a eu recours, en plus des orientations géographiques, aux approches et concepts de l'économie et statistique, de la sociologie, de l'histoire, des sciences de gestion et de l'aménagement du territoire au niveau rural.

Particulièrement, l'approche géographique renvoie à la diversité des équipements, des acteurs, des actions et des événements (DEFERT, 1972 ; DEBARBIEUX, 1992 ; GAGNON, 2000). Elle permet aussi d'intégrer l'espace rural qui a un contenu symbolique et humain. Cependant, PEARCE (1993) souligne que dans le domaine de la géographie du tourisme il n'existe pas encore de modèle touristique complet. Cela signifie que l'analyse géographique des activités touristiques doit continuer de mettre l'accent sur l'accumulation et l'évaluation

des observations empiriques de façon à développer graduellement une meilleure connaissance des phénomènes impliqués. Ainsi, en tenant compte de l'attractivité des sites, de la mobilité et des stratégies des acteurs, cette thèse tente d'analyser l'influence des caractéristiques spatiales et géographiques sur les activités touristiques et la structuration consécutive de l'espace.

L'approche économique permet d'utiliser des « indicateurs quantifiables » qui caractérisent l'offre et la demande touristique au niveau rural (STAFFORD, 1995). Vu simplement du point de vue économique, le tourisme a pour objet une production et une consommation de biens et services hétérogènes qui concourent à la satisfaction des besoins des touristes et des non-touristes (produits alimentaires, vêtements, transport, hébergement, loisirs) (PY, 1996). Les outils de l'analyse statistique permettent, quant à eux, d'identifier et de mesurer les relations entre les différents déterminants de l'offre et de la demande. La combinaison de ces approches offre une meilleure compréhension des relations qui existent entre acteurs et activités touristiques et anime la réflexion en termes des stratégies de développement rural et régional, des transformations spatiales et d'aménagement du territoire.

Le corpus épistémologique de cette thèse se fonde sur un questionnement. C'est-à-dire dégager une question centrale à travers la formulation d'une problématique. Cette dernière se présente comme un cadre opératoire de recherche. Elle est aussi considérée comme un processus de réflexion. A juste titre, BEAUD (1988) indique que la problématique est l'ensemble construit autour d'une question principale, d'hypothèses et de recherche. Ce travail utilise donc une problématique de recherche en étape introductive à la méthodologie de recherche qui est formulée par une question générale et des hypothèses en se conformant à ce que soutient GAUTHIER (1984). Cet auteur énonce que la problématique de recherche se réfère généralement à l'ensemble des éléments formant le problème. Aussi, se fonde-t-elle sur la structure d'informations dont la mise en relation engendre, chez un chercheur, un écart se traduisant par un effet de surprise ou de questionnement assez stimulant pour le motiver à faire une recherche. Puis, cette étude exploite la question de recherche afin de permettre, par la formulation d'hypothèses, une relation entre des variables mesurables, potentiellement exploitable dans le cadre empirique. Les hypothèses, formulées à partir de la question de recherche, sont vérifiées dans la partie empirique

V-2- Délimitation de la zone d'étude

Toute étude géographique exige le choix d'un espace comme cadre et objet d'étude qu'il convient de bien délimiter. A ce titre, la région du Sud Comoé, (RSC) est le cadre de cette étude. Elle est située au sud-est de la Côte d'Ivoire et couvre une superficie de 7189 km², selon le CCT du BNETD (Figure 18).

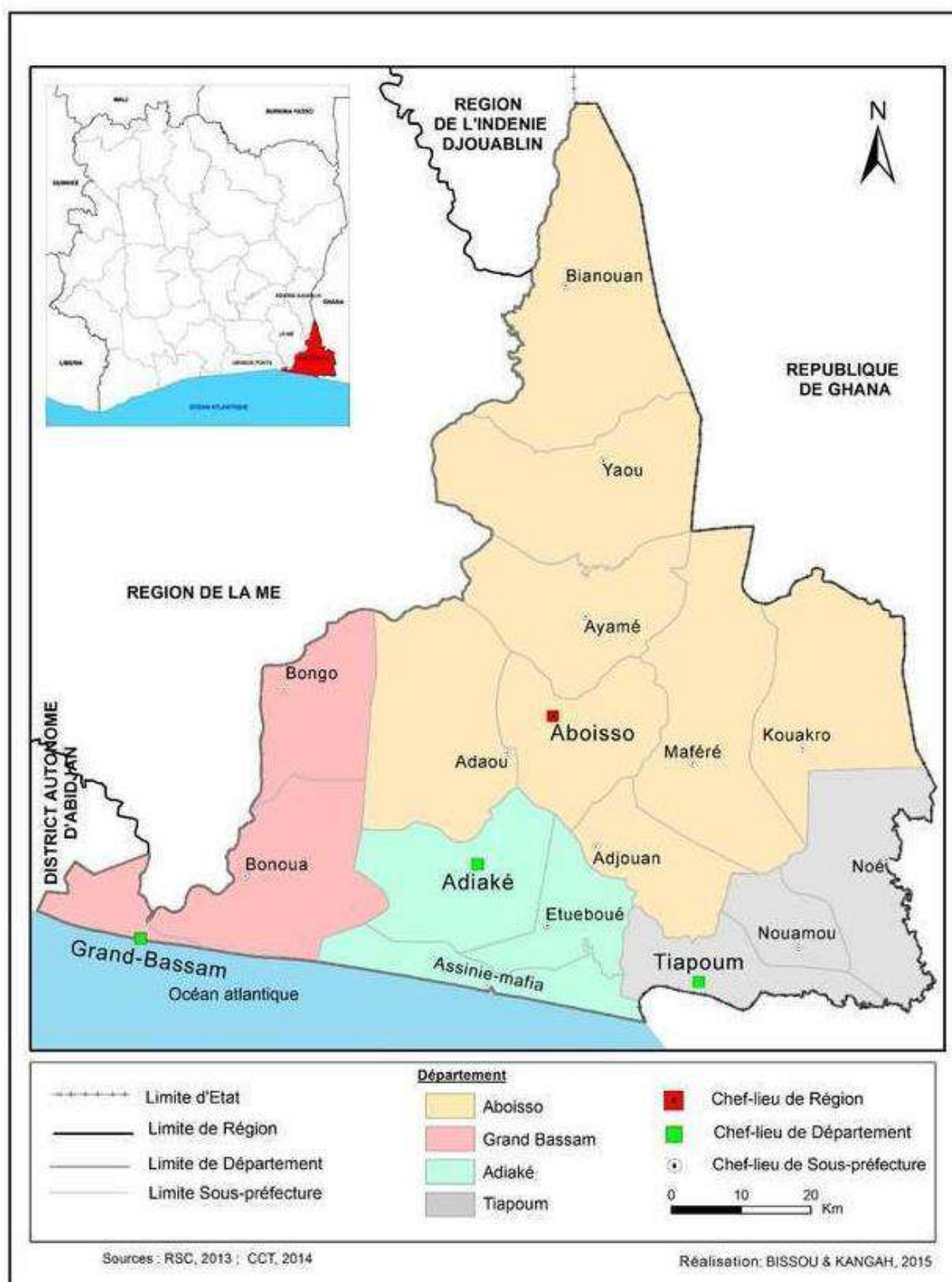


Figure 18 : Situation administrative de la région du Sud Comoé

La Région du Sud Comoé est localisée entre les parallèles 5°10 et 6°15 de latitude nord et en longitude entre les méridiens 2° 48 et 3°53. Les documents administratifs consultés au BNEDT, au Conseil Régional du Sud Comoé, instruisent qu'elle a été créée par le décret n°2011-263 du 28 septembre 2011 avec comme chef-lieu de région Aboisso et les limites suivantes : à l'ouest par le District Autonome d'Abidjan et la région de la Mé, au nord par les régions de l'Indénié-Djuablin et de la Mé, à l'est par la république du Ghana, au sud par la république du Ghana et l'Océan Atlantique. Ce découpage administratif la structure, par rapport à l'administration déconcentrée, en quatre (4) départements, dix-sept (17) sous-préfectures et 178 villages. Aussi, fait-il cohabiter deux (2) entités au niveau de l'administration décentralisée ou des collectivités territoriales qui sont la région et les sept (7) communes (Tableau 3).

Tableau 3 : Composition administrative de la région du Sud Comoé

ADMINISTRATION DECONCENTREE			ADMINISTRATION DECENTRALISEE	
Départements	Sous-Préfectures	Villages	Région	Communes
Aboisso	Aboisso	Eholié, Nèguié, Assouba Ayebo, Bakro, Kohourou, Koffikokorekro, Temin-Débarcadère, Allié kro, Ebakro, Ehia, Ehouessebo, Epienou, Kodiakro, Krindjabo, Sanhouman	Régions du Sud Comoé	Aboisso Ayamé, Maféré
	Adaou	Adaou, Ahigbé-koffikro, Amanikro, Babadougou, Ayénouan, Diatokro, Doudoukro, Toumanguié-village, Beniakré, Kouakoukro-Limite, N'Zikro, Toumanguié V1, Yapokro, Toumanguié V2, Toumanguié V3		
	Adjouan	Aby, Adjouan, Ehania V3, Ehania V4, Ehania V7, Eboué, Akakro, Djémissikro, Ehania V1, Kassikro, Ehania V2, Etubéty		
	Ayamé	Diéviesso, Akressi, Amoakro, Biaka, Gnamienkro, Koukourandoumi		
	Bianouan	Appouasso, Kouakoukro, Soubéré, Bianouan, Kplékro, Kétesso, Songan		
	Kouakro	Aboulié, Affié nou, Kotoka, Kouakro M'Gbasso, Dadiesso, Mouassué, M'Possa, Niamienlessa, Toliesso		
	Maféré	Baffia, Diby, Koffikro-Afféma, Ehania V5, Ehania V6, Ehania V8, KokotiléAnvo, Mouyassué		
	Yaou	Ebikro-N'Dakro, Sanhoukro, Yaou		

Adiaké	Adiaké	Aboutou, Bindo-Bégnin, Dadiékro, Djiminikoffikro, Ehoussou, Ekromiabra, Elokouan, Eplémlan, Gnamiendissou, Kacoukro, Kongodjan, Mauricekro, Petit Paris, Roa, Toumanguié, Anga, Assomlan, Assouankakro, Bondoukou, Eleman, Etuessika, Melekoukro, N'Galwa		
	Assinie Mafia	Akpagne-Poste, Angboudjou, Afforenou-Poste, Anzé-Assahoun, Ehono-Agnanganou, Essoukporety, Kacoukro-Lagune, Manman, Assinie France, Assinie Mafia, AssinieSagbadou, Badianeha, Essankro, Mandjian, Assouindé, Ebotiam		
	Etuéboué	Aby-Mohoua, Adjouan-Mohoua, Akounougbé, M'Braty, Abiaty, Etuéboué		
Grand-Bassam	Bongo	Bongo SAPH, Bongo village, Bongo V12, Ono 14, Wéhou, Akroaba-Akoudjékoa, Akroaba-Béniékoa, Kimoukro, Ono		Grand-Bassam Bonoua
	Bonoua	Adiaho, Kodjoboué, Tchintchébé, Yaou, Mohamé, Ebé, Abrobakro, Alohoré, Samo, Adosso, Assé, Larabia, Médina, Wogninkro		
	Grand Bassam	Azuretti, Ebrah, Gbamblé, Modeste, Mondoukou, Moossou, Petit Paris, Assoyam, Vitré 1, Vitré 2		
Tiapoum	Noé	Allakro, Noé, Nougoua, Ehanian-Tanoé, Kadja-Gnanzoukou, Kongodjan-Tanoé, Saykro, YaoAkakro		Tiapoum
	Nouamou	Attiékro, Gaoussoukro, Malamalakro, Bléoulékro, Dohouan, Elokobabo, Kotouagnoua, Nouamou, Ouessèbo		
	Tiapoum	Edjambo, Kodjokro, Kouassiblékro, Allangouanou, Andjé, Atchimanou, Frambo, N'Zobénou, Bodoua, Eboinda, Eboko, Famienebrobo, N'Guiémé, Assué 1, Assué 2, AssuéGnamboa, Assué Mossi,		

Sources : BNEDT (2013) ; RSC (2014)

Conception : Bissou (2016)

La région du Sud Comoé est en zone forestière, dans le prolongement des plaines littorales et fluviales avec quelques contrastes géomorphologiques et floristiques dans certaines localités. Des chaînes de collines avec des altitudes importantes sont observées dans la zone d'Ayamé, des végétations de savane sur l'axe Grand-Bassam-Bonoua. Elle possède aussi un

important réseau hydrographique caractérisé par une variété de cours d'eau : lac, rivière, fleuves, lagunes et mer qui lui confère un paysage authentique. Elle est dominée par un climat de type subéquatorial avec deux saisons sèches et deux saisons pluvieuses.

Par ailleurs, elle possède une population croissante avec un taux d'accroissement moyen annuel de 3%. Cette population est passée de 328365 habitants en 1988, 459487 habitants en 1998, à 642620 habitants en 2014 selon les données de l'INS. Cette population est composite et donne par conséquent à cette région de bénéficier d'une variété culturelle tant convoitée par les touristes. A ces caractéristiques naturelles et démographiques, est joint l'aspect économique. Au plan économique, la région du Sud Comoé est une zone fortement agricole avec de grandes plantations industrielles localisées dans les zones rurales. Elle est d'ailleurs considérée comme la zone pionnière de l'agriculture et, pourquoi pas, du tourisme d'autant plus qu'elle est la porte de pénétration des européens sur le sol ivoirien.

En somme, cette délimitation et cette succincte présentation de la région du Sud Comoé, montre la prééminence du monde rural. Cette importance s'observe tant au niveau de nombre de village, de la proportion démographique qu'au niveau de l'agriculture qui constitue la principale activité de la région. Toutes ces caractéristiques donnent à la région l'opportunité des pratiques touristiques. Il est important, après cette délimitation du cadre général de la présente thèse, de bien définir le champ ou domaine d'étude.

V-3- Définition du champ d'étude et intérêt géographique d'une étude touristique

Le tourisme est un domaine d'étude très vaste. Il suscite un intérêt scientifique dans plusieurs disciplines et son étude exige souvent une mutualisation des diverses connaissances scientifiques. Cela entraîne des confusions si des précisions ne sont pas faites au niveau de l'orientation scientifique de l'étude du tourisme. Ce dernier se présente de façon variée d'une science à une autre. Toutefois, il n'est pas exclu qu'un champ disciplinaire bien précis emprunte le résultat des autres domaines d'étude. D'ailleurs, les études de certaines sciences surtout la sociologie et l'économie ont été d'un apport nécessaire dans cette thèse. Elles ont permis de comprendre :

- les motivations et les intérêts psychosociaux des touristes en rapport avec les territoires ruraux visités ;
- le degré de structuration spatiale du tourisme à travers, d'un côté, la conception des résidents sur le tourisme et ses ressources territoriales. Et de l'autre, l'impression des touristes vis-à-vis des territoires ;

- les réalités économiques du tourisme à travers les concepts de marché, d'offre et de demande touristique, d'entreprises touristiques.

Il est bon de rappeler que cette thèse s'inscrit dans une approche géographique du tourisme. Il s'est agi essentiellement, de mettre en évidence les aspects du lien entre tourisme et territoire, objet de la géographie. Le tourisme est spatial. Il se déroule aussi bien dans la zone urbaine que rurale. Ce qui retient l'attention, c'est la zone rurale prise comme une organisation marquée par des effets touristiques endogènes et exogènes. Par conséquent, cette réflexion se limite aux phénomènes touristiques dans les milieux ruraux.

Cette circonscription est motivée par le contexte de la politique touristique en Côte d'Ivoire. En effet, les autorités en charge du tourisme mettent un point d'honneur sur le développement de l'agrotourisme. Elles ont cette volonté politique de développer le tourisme à travers les principaux produits agricoles comme le cacao dont la Côte d'Ivoire est le premier producteur. Aussi, admettent-elles que le tourisme est un moyen de promotion du développement durable et de lutte contre la pauvreté en faveur des milieux fragiles. La réalisation de cette politique aura pour conséquence le développement local.

Par ailleurs, elle relève de façon implicite l'intérêt géographique de l'étude du tourisme. Les études sur le tourisme sont depuis longtemps d'un intérêt remarquable en géographie, à cause de l'importance de ce secteur d'activité économique, de l'aménagement spatial et des flux qu'il implique. A juste titre, PHILIPONNEAU (1999) soutient que les activités touristiques de loisir, de récréation représentent le secteur économique pour lequel les implications de la géographie ont connu le plus grand développement. Cet intérêt justifie sans doute l'existence de la géographie du tourisme. Cette branche de la géographie a été développée dans les années 1950. Autrefois intégrée à la géographie de la circulation, puis de loisir, elle est aujourd'hui considérée comme une branche à part entière de la géographie. Elle étudie non seulement les flux touristiques et leur localisation, mais aussi, les conséquences des activités touristiques sur les ressources naturelles et humaines. Elle est comparable à un système disposant d'émetteurs de flux (les pays d'origine des touristes) et de récepteurs (pays d'accueil des touristes) (APHING-KOUASSI, 2001). Selon DERRUAU (1999), la géographie du tourisme est un des aspects de la géographie des loisirs ou de la récréation.

V- 4- Les unités et les échelles d'observation

V-4-1- Les unités d'observation

Il s'agit des principales cibles de l'enquête. Plusieurs unités d'observation ont été identifiées pour aider à la vérification des hypothèses. En effet, pour la vérification de la première hypothèse émise sur la localisation des ressources touristiques dans les zones rurales, les unités suivantes ont été observées : le milieu naturel, les sites et objets touristiques, les aires agricoles, l'espace villageois, les infrastructures et équipements en rapport direct et indirect avec le tourisme (hôtel, restaurants, centre de loisir)

Quant à la deuxième hypothèse portant sur l'organisation du tourisme en milieu rural, sa vérification a été possible en observant, essentiellement, les acteurs du tourisme à travers les groupements, associations ou fédérations en faveur du tourisme, les entreprises touristiques, les autorités villageoises, les autorités administratives et élues (Sous-préfet, maire) dont dépendent les villages.

L'accent a été également mis sur les activités touristiques tant du côté des entrepreneurs que des touristes, la population locale, l'espace villageois pour parvenir à l'évaluation de l'impact du tourisme.

A cet effet, plusieurs visites des communes de la région du Sud Comoé ont été réalisées. Cela a consisté en une reconnaissance et une observation de la structuration de la région, de l'état du réseau de communication, de l'état des villages.

V-4-2- L'échelle d'étude

Les unités identifiées ont été observées essentiellement à l'échelle locale, précisément dans des villages reconnus par l'administration nationale. Ce premier niveau spatial est toujours considéré comme le lieu de l'agriculture en Côte d'Ivoire. Les études sur les activités non agricoles sont insuffisamment abordées pour élaborer des stratégies adéquates de développement local et permettre à ces zones de faire face à la pauvreté et à l'exode de sa population.

Toutefois, cette étude a eu recours aux unités d'observation à l'échelle nationale, régionale et urbaine. Ces différentes échelles ont permis aussi bien d'apprécier la dynamique organisationnelle du tourisme que d'expliquer les effets exogènes des milieux ruraux en matière de tourisme.

V-5- Les variables de recherche

La réalisation de cette étude exige que nous recherchions plusieurs types de variables en rapport avec la problématique que nous avons dégagée. En d'autres termes, nous allons recueillir des données statistiques et des informations sur le terrain afin de mieux atteindre nos objectifs spécifiques et tester nos hypothèses.

V-5-1- Les variables de recherche en rapport avec la première hypothèse

La première hypothèse, stipule que « *les principaux attraits touristiques exploités s'observent en majorité dans les zones rurales situées dans la partie australe de la région du Sud Comoé* ». Les variables permettant de vérifier cette hypothèse sont d'ordre naturel, humain et infrastructurel (Tableau 4).

Tableau 4 : Les variables liées aux atouts naturels, socioculturels et aux infrastructures de développement

Thématiques	Variables qualitatives	Variables quantitatives
Attraits naturels	<ul style="list-style-type: none"> ▪ les types de relief ▪ les types de climat ▪ les types de végétation ▪ les différents cours d'eau ▪ la liste et les caractéristiques des sites touristiques naturels ▪ le niveau d'exploitation ou d'attraction des sites touristiques naturels ▪ le niveau des flux touristiques sur les sites 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ le nombre de site naturels ▪ la superficie des aires végétales, ▪ les dimensions des cours d'eau ▪ le nombre de visite des sites naturels ▪ l'effectif des visiteurs sur les sites naturels
Atouts socio culturel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ les caractéristiques démographiques de la population ▪ les différents peuples du monde rural ▪ les spécificités culturelles des peuples ▪ le niveau d'attraction des événements culturels 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ l'évolution quantitative de la population ▪ le nombre des zones culturelles ▪ la liste des événements culturels
Infrastructures et équipements touristiques	<ul style="list-style-type: none"> ▪ la typologie des équipements touristiques ▪ l'état des infrastructures socioéconomiques et équipements touristiques ; ▪ la répartition géographique des équipements touristiques ▪ les types d'infrastructures de transport ▪ le degré d'exploitation de chaque infrastructure de transport 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ le nombre d'équipement touristiques ▪ la distance des équipements touristiques par rapport aux sites touristiques ; ▪ le taux d'occupation des équipements d'hébergement ▪ la capacité d'hébergement des hôtels ▪ la capacité des restaurants, maquis ▪ le nombre de touristes qui visitent les villages ▪ la distance des villages par rapport aux villes émettrices ▪ le nombre des infrastructures de transport ▪ les statistiques de répartition spatiale des équipements et infrastructures touristiques

V-5-2-Les variables liées à la deuxième hypothèse

Selon la deuxième hypothèse, « *l'activité touristique est, en grande partie, marquée par une absence de système de coordination des acteurs approprié à l'espace rural dans la région du Sud Comoé* ». Cette hypothèse peut être vérifiée avec les variables en rapport avec les acteurs du tourisme dans le milieu rural (Tableau 5).

Tableau 5 : Variables liées au fonctionnement du secteur touristique

Thématique	Variables qualitatives	Variables quantitatives
Fonctionnement du tourisme en milieu rural	<ul style="list-style-type: none"> ▪ les différents types d'acteurs dans le secteur du tourisme en milieu rural ▪ les rôles des acteurs du tourisme dans le milieu rural ▪ l'état d'organisation des activités touristiques ▪ le niveau d'implication des populations locales ▪ les objectifs des acteurs de tourisme ▪ l'état des relations entre les différents acteurs 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ le nombre des acteurs

V-5-3 Les variables de recherche au niveau de la troisième hypothèse

La troisième hypothèse énonce que « *dans l'espace rural de la région du Sud Comoé, le tourisme est caractérisé par une dispersion spatiale qui traduit son faible impact socio-économique* ». Dans le cadre de cette étude, les variables qui ont permis de vérifier cette hypothèse sont en rapport avec certains indicateurs de développement et l'occupation spatiale que présente le tableau 6.

Tableau 6: Variables liées aux indicateurs de développement et à l'occupation spatiale du tourisme

Thématique	Variables qualitatives	Variables quantitatives
Indicateurs de développement socioéconomique du tourisme	<ul style="list-style-type: none"> ▪ le niveau de vie des agents du tourisme ▪ le niveau de migration vers les zones rurales à vocation touristique ▪ les types d'activités touristiques ▪ la qualité des services offerts par les hôtels, restaurants, maquis... 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ le nombre d'emploi dans le tourisme ▪ le nombre d'activités touristiques ▪ le niveau d'investissements des activités touristiques ▪ le chiffre d'affaires des activités touristiques ▪ le nombre d'employés ou d'acteurs ayant reçu une formation appropriée
Occupation spatiale du tourisme	<ul style="list-style-type: none"> ▪ les types d'occupations spatiales des activités touristiques ▪ le niveau d'occupation spatiale du tourisme ▪ le niveau de transformation des sites touristiques ▪ la répartition des activités touristiques sur le territoire 	

V-6- La Collecte des données

Il existe, en science sociale, deux méthodes de collecte de données : la recherche documentaire et la méthode empirique.

V- 6-1- La recherche documentaire

Elle a consisté à l'obtention des informations en relation avec le thème d'étude. Il s'agit de la recherche documentaire ou bibliographique ou encore, la revue de littérature qui constitue la première source de tout travail scientifique. La documentation écrite a permis de parcourir quelques ouvrages plus ou moins en rapport avec le sujet d'étude. Plusieurs documents ont été consultés : des documents portant sur la géographie du tourisme, des ouvrages relatifs aux facteurs de développement du tourisme, à l'importance et aux conséquences du tourisme dans les régions, villes et campagnes de l'occident, une littérature concernant le tourisme en Côte d'Ivoire, le tourisme dans le sud ivoirien. Des documents de géographie générale ont été également parcourus. L'exploitation des photos, des cartes et même des films ont permis de faire une observation indirecte de nombreuses campagnes d'ici et d'ailleurs pour découvrir l'impact du tourisme dans l'espace rural. A cet effet, nombreuses bibliothèques, institutions, services public et privé ont servi de cadre de consultation et d'emprunt. Ce sont les bibliothèques de l'IGT, du CERAP, de l'IRD, du département de Sociologie, du BNEDT, du musée ANIABA, du CIT.

V- 6-2- La méthode empirique

Cette méthode s'identifie à l'étape de la recherche sur le terrain d'étude. Il s'agit de l'observation directe et de l'enquête sur le terrain à travers lesquelles des informations ont été recueillies. Cette étape a été la plus délicate, la plus exigeante et la plus laborieuse de ce travail. Cette méthode recouvre un ensemble d'étapes qui respectent ce que les chercheurs ont appelé la démarche du géographe. Cette démarche part de l'observation à la comparaison en passant par la localisation, la description et l'explication du phénomène étudié.

V-6-2-1 Le déroulement de l'enquête

L'enquête a été réalisée auprès des visiteurs, des opérateurs touristiques, des autorités administratives et des autorités villageoises. En somme, Il s'est agi d'une enquête transversale qui a ciblé la quasi-totalité des unités statistiques du secteur concerné par

l'étude. On pourrait noter qu'il s'agit d'une enquête exhaustive dans la mesure où, durant la période de collecte, tous les individus cibles ont été approchés.

En effet, cette enquête était inscrite dans le PADVTICI pour la région du Sud Comoé. Nous avons été intégrés à ce projet comme consultant, chargé des opérations de collecte de données sur le tourisme dans la région du Sud Comoé. A ce titre, la charge nous est revenue de constituer des groupes d'enquêteurs, d'assurer leur formation et superviser la collecte des données. Cette dernière a été précédée de plusieurs enquêtes exploratoires. Elles ont permis d'appliquer la première étape de la démarche du géographe : l'observation. Cette démarche a consisté à aller sur le terrain. Quatre visites exploratoires ont été effectuées : la première en avril 2012 dans le cadre d'une sortie d'étude en histoire-géographie des élèves du collège Voltaire Marcory dans les villages de Moossou et Vitré 1 situés dans la commune de Grand-Bassam. La deuxième visite exploratoire fut en Décembre 2013. En prenant l'alibi d'une sortie détente en famille, nous nous sommes comportés en excursionniste dans le village de Gbambélé en passant par Modeste. La troisième en mars 2014 à la rencontre d'une structure d'animation touristique. Il s'agit de Global tourisme qui a une expérience dans l'organisation des visites touristiques tournées vers les villages de la région du Sud Comoé. La quatrième s'est effectuée en juillet 2014 dans le cadre des excursions d'étude des étudiants en Licence 3 de l'IGT. Avec notre maître Dr APHING-KOUASSI et deux étudiantes venues de France, nous avons sillonné les localités de Modeste, de Gbambélé, d'Azuréty, de Grand-Bassam, de Moossou, de Bonoua, de Samo, d'Assinie-mafia, d'Assouindé, d'Adiaké. Ce spécialiste du tourisme a expliqué durant cette visite exploratoire, les types d'occupation du sol, la concentration des équipements touristiques sur le littoral, les effets de la mer sur les équipements et la structure spatiale des populations. En sommes, l'observation répétée à travers ces visites exploratoires, a permis de faire attention :

- aux différents types de ressources disponibles dans les villages visités ;
- aux mutations constatées dans l'occupation du sol par les opérateurs du secteur ;
- aux comportements des visiteurs sur les plages ;
- à une variété des acteurs du secteur du tourisme ;

Ces visites exploratoires nous ont permis d'avoir une connaissance sommaire sur le phénomène touristique dans la région du Sud Comoé, et ont milité, d'ailleurs, en notre faveur pour notre intégration au PADVTICI.

La phase de la collecte d'information a été précédée d'un atelier de formation sur la procédure de collecte des données tenu du 08 au 12 octobre 2014 à la salle des fêtes de la mairie d'Aboisso. Il a eu pour cible soixante-dix (70) enquêteurs originaires de la région. Cette formation a porté pour l'essentiel sur :

- le rappel des objectifs de l'enquête afin de permettre aux uns et aux autres d'être au même niveau d'information et de compréhension des termes de références ;
- la présentation et la discussion sur les outils de collecte ;
- la méthodologie de travail sur le terrain et le rôle de chaque acteur ;
- les conseils pratiques d'usage sur le terrain ;
- la confidentialité, surtout l'observation de la neutralité et la discrétion.
- Le consentement éclairé des personnes interrogées demandé avant tout interview ;

A l'issue de cette formation, une enquête pilote a été réalisée, à Aboisso, à l'hôtel Sanwi. Elle a permis d'apporter des ajustements au questionnaire afin de le rendre plus opérationnel. A la suite de cet atelier, nous avons constitué 21 équipes de 3 personnes, chaque équipe ayant la responsabilité de couvrir les villages ciblés dans une zone territoriale donnée. La collecte des données proprement dite a eu lieu sur trois semaines à partir du 21 octobre 2014 dans les 4 départements de Grand-Bassam, Adiaké, Aboisso, Tiapoum, les 17 Sous-préfectures et 178 villages de la région du Sud Comoé. Dans chaque village, après les formalités d'usage et les informations relatives à l'enquête auprès des chefs et des notables, les enquêteurs se sont déployés sur le terrain pour administrer les questionnaires aux unités concernées. A la fin de chaque journée, un débriefing était fait par équipe afin de corriger tous les manquements observés et trouver des solutions aux difficultés rencontrées. A la fin de l'opération, en plus des questionnaires, chaque équipe a élaboré un rapport d'enquête de terrain. Aussi avons-nous effectué de façon personnelle une autre enquête de complément d'information auprès des visiteurs selon la méthode itinérante tout le mois de janvier 2015.

A la suite de cette phase, il y eut le géoréférencement. En effet, une équipe de spécialiste en cartographie et nous, avons sillonné toutes les localités enquêtées pour géoréférencer tous les points relevés par l'enquête de terrain. Cette opération s'est effectuée à l'aide des GPS du 12 au 26 mars 2015.

Nous précisons qu'après les tueries du 13 mars 2016 perpétrée par les terroristes, nous sommes retournés sur le terrain dans les villages environnants pour actualiser certaines données. Dans le cadre de cette enquête de terrain, certaines techniques de collecte des données ont été utilisées. Il s'agit des différents moyens qui ont servi à obtenir des informations. Et ce, en vue de permettre de relever et d'appréhender tous les aspects du sujet d'étude. Il s'agit de l'entretien, du « focus group » et du questionnaire.

V-6-2-2- L'entretien

Il se définit comme une discussion orientée, un procédé d'investigation utilisant un processus de communication verbale pour recueillir des informations en relation avec les objectifs fixés. C'est avec des personnes ressources : les autorités administratives (conseil régional, mairie, ministères), certains responsables de d'autres secteurs d'activité (OIPR, Eau et Forêt, Direction Régionale de la Culture) que nous avons choisi de faire des entretiens afin d'avoir des informations utiles pour la vérification des hypothèses. Les informations issues des entretiens sont en rapport avec l'organisation du tourisme, l'implication de ces différents acteurs, le rapport du tourisme avec d'autres champs comme la culture, l'environnement et l'agriculture. Chaque représentant des secteurs ci-dessus mentionnés, nous a accordé environ 20 à 45 minutes d'entretien. Ce sont au total 36 personnes ressources qui ont été interrogées.

V-6-2-3- Le « focus group »

Le « focus group » ou les entretiens de groupe focalisés, selon THIBEAULT (2010), est une technique d'entretien de « Groupe d'expression et d'entretien dirigé ». Il permet de collecter des informations sur un sujet ciblé. Il fait partie des techniques d'enquête qualitative par opposition aux enquêtes quantitatives reposant essentiellement sur un questionnaire. Cette technique permet d'évaluer des besoins, des attentes, des satisfactions ou de mieux comprendre des opinions, des motivations ou des comportements. Elle sert aussi à tester ou à faire émerger de nouvelles idées inattendues pour le chercheur. Dans le cadre de cette étude, cette technique a été utilisée. Elle a constitué un moyen efficace pour la prévalidation du document stratégique du développement touristique de la RSC dans le cadre du PADVTCL. En effet, les 8, 9, 10 et 11 mars 2016, les acteurs ont été rencontrés ensemble, respectivement dans les chefs-lieux de département Grand-Bassam, Boisson, Tiapoum et Adiaké. Les quatre groupes rencontrés étaient essentiellement composés de : Préfet, Sous-préfet, Maire, Conseillers municipaux, Transporteurs, Enseignant chercheur, Autochtones, Notables, Chefs de village, Représentants des jeunes, Représentant de l'OIPR.

Le 11 mai 2016, les opérateurs du secteur du tourisme ont été rencontrés dans la ville d'Aboisso. Tous ces entretiens de groupes focalisés ont permis de :

- Cerner la variété des opinions des acteurs sur l'organisation du tourisme dans la région du sud Comoé, sur les faits et traits culturels des peuples autochtones... ;
- Mettre en évidence des différences de perspective entre les groupes d'individus ;
- Identifier les facteurs associés aux opinions, les comportements ou les motivations ;

- Recueillir des informations utiles à l'interprétation des résultats et des nouvelles informations non précédemment prises en comptes.

IV-6-2-4- L'enquête par questionnaire

Nous avons opté pour une enquête par questionnaire en ce qui concerne les villages, les opérateurs du secteur et les touristes. Pour cette étude, les questionnaires, au nombre sept (cf Annexe 6) couvraient plusieurs secteurs et thématiques visant à mettre en relief les capacités de l'activité touristique de la région. Chaque questionnaire avait plusieurs sections. Pour les questionnaires relatifs à l'hôtellerie, aux établissements de restauration et aux espaces de loisir et artisanat, globalement, on y trouvait les sections suivantes :

- Identification de l'établissement ;
- Equipements et services de l'établissement ;
- Données économiques et politiques commerciales ;
- Politiques d'investissements ;
- Données sociales.

Pour les autres questionnaires, on y trouve des sections comme :

- Identification ;
- Etat et exploitation du site ;
- Patrimoine socioculturel ;
- Pratique du tourisme ;
- Besoins de formation.

V-6-2-5-Le type d'enquête

L'enquête a été exhaustive. Toutes les unités concernées par l'étude ont été interrogées. Lors de l'enquête sur le milieu rural, tous les 178 villages ont été visités. Dans ces villages, tous les hôtels et lieux d'hébergement existant ont été visités et les gérants interviewés. Tous les monuments et sites touristiques du village ont été recherchés et des données y ont été collectées, les lieux de travail des artisans ont été également recherchés et les responsables interrogés (Cf. Annexes 1,2,3,4). Dans les villages, le questionnaire a été adressé aux chefs, aux notables ou aux personnes ressources recommandées par les autorités villageoises. Au total, le questionnaire a été administré à 178 personnes représentant chaque village identifié dans la région du Sud Comoé. En somme c'est à 452 individus que les questionnaires ont été administrés. Il s'agit précisément de 178 autorités villageoises, 66 hôteliers, 131 opérateurs de restauration, 22 artisans, 55 gérants d'espace de loisirs.

A côté de l'enquête exhaustive, cette étude a utilisé l'enquête par sondage pour obtenir des informations des visiteurs. Ce dernier type d'enquête exige un échantillonnage. Cet échantillonnage s'est fait selon la méthode empirique non aléatoire. Le choix de cette méthode d'échantillonnage s'explique par le fait qu'il n'existe pas de base de sondage sur les excursionnistes et touristes dans l'espace rural de la région du Sud Comoé

V-7- Traitement des données

Les différentes informations obtenues après l'enquête de terrain ont été soumises à des spécialistes pour la justesse dans leur traitement. En effet, pendant un mois le cabinet CEREC spécialisé dans le traitement et l'analyse des données statistique a eu cette charge. Dans ce cabinet, les données collectées ont été soumises à un contrôle de qualité, et à une post codification de l'ensemble des questions et à un traitement des questions ouvertes. Le masque de saisie élaboré sur le logiciel Epi Data regorgeait de nombreux contrôles, filtres et sauts pour minimiser les erreurs de saisie. Les vérifications systématiques de toutes les tables de données ont aidé à l'apurement des différentes bases de données. Celles-ci ont ensuite été transférées vers le logiciel SPSS pour analyse. Cette analyse a consisté à établir des cartes, des tableaux de comparaison et de croisement, des graphiques. Les résultats ont été analysés par thème en rapport avec les variables.

IV-7-1 -Les traitements cartographiques

Ce type de traitement s'est fait essentiellement avec l'outil informatique. Les logiciels conçus à cet effet ont été utilisés. Il s'agit d'ARCGIS, Adobe Illustrator. Ils ont permis de réaliser, par exemple, des cartes sur les potentiels touristiques de la région du Sud Comoé, sur les ressources touristiques territoriales du milieu rural de cette région, sur la distribution spatiale des activités touristiques, sur les lieux de concentration des touristes...

IV-7-2- Les traitements statistiques

Les données recueillies ont permis d'établir des tableaux statistiques. A ce titre le logiciel EXCEL, des logiciels spécialisés ont été utilisés. On note par notamment, SPSS pour un dépouillement efficient et MACTOR pour l'évaluation du jeu des acteurs.

V- TABLEAU SYNOPTIQUE

Questions de recherche	Objectifs	Hypothèses	Variables d'analyses	Méthodes de collecte des informations	Expression des résultats	Plan de l'étude
Pourquoi le tourisme malgré son développement rencontre des difficultés à structurer l'espace rural dans la région du Sud Comoé ?	Analyser les raisons pour lesquelles le tourisme n'arrive pas à structurer l'espace rural dans la région du Sud Comoé malgré son développement.	La faible structuration touristique de l'espace rural malgré la dynamique du tourisme dans le Sud Comoé, est due à une quasi-absence de politique d'aménagement touristique en faveur des zones rurales	Les variables liées aux atouts de développement du tourisme Les variables liées à l'organisation du secteur touristique Les variables liées à l'impact du tourisme	Recherche documentaire Observation de terrain Enquête de terrain Entretien Focus group	Texte, Carte, Tableaux, Photographie, Graphique	
Où se localisent les espaces ruraux regorgeant des attraits exploités pour contribuer au développement du tourisme dans la région du Sud Comoé ?	Localiser les attraits touristiques exploités dans les zones rurales de la région du Sud Comoé ;	Les principaux attraits mis en tourisme s'observent en majorité dans les zones rurales situées au sud de la région du Sud Comoé	Les variables liées aux atouts de développement du tourisme	Recherche documentaire Observation du terrain Entretien avec des autorités villageoises	Texte, Carte, Tableaux, Photographie, Graphique	Les villages touristiques de la région du Sud Comoé
Comment est organisé le secteur touristique dans les localités rurales de la région du Sud Comoé ?	Analyser l'organisation du secteur touristique dans les zones rurales de la région du Sud Comoé ;	Le secteur touristique est, en grande partie, marqué par une absence de système de coordination des acteurs appropriés à l'espace rural dans la région du Sud Comoé.	Les variables liées à l'organisation de les activités touristiques	Recherche documentaire Observation de terrain Enquête auprès de la population, des touristes, des employés du secteur Entretien avec opérateurs du secteur Focus group	Texte, Carte, Tableaux, Photographie, Graphique	Système touristique en milieu rural dans la région du Sud Comoé
Quel est l'impact des activités touristiques sur l'espace rural de la région du Sud Comoé ?	Evaluer l'impact de cette activité sur l'espace rural dans la région du Sud Comoé.	Dans l'espace rural de la région du Sud Comoé, le tourisme est caractérisé par une dispersion spatiale qui traduit son faible impact socio-économique	Les variables liées à l'impact du tourisme	Recherche documentaire Observation de terrain Enquête auprès de la population, des touristes, des employés du secteur Entretien avec opérateurs du secteur	Texte, Carte, Tableaux, Photographie, Graphique	Impacts socio-économiques et spatiaux du tourisme dans l'espace rural de la région du Sud Comoé

VII – DIFFICULTES ET ARTICULATIONS DE LA THESE

VII-1- Difficultés rencontrées

Dans l'élaboration de cette thèse, nous n'avons pas échappé aux difficultés communes à tout chercheur. Nos difficultés ont été d'ordre structurel et conjoncturel.

Les difficultés structurelles sont celles inhérentes à l'exécution de la recherche doctorale. Il s'agit en outre :

- des difficultés liées à une grande insuffisance des ouvrages sur l'objet et le cadre d'étude en rapport avec le domaine de la recherche. Même les librairies au niveau national n'en disposaient pas. Cette insuffisance a posé le problème d'acquisition d'informations sur le tourisme en Côte d'Ivoire. Nous avons pu contourner cette difficulté en adoptant une comparaison avec les milieux ruraux des autres régions du monde qui ont bénéficié d'une riche littérature sur leur activité touristique. Cette difficulté a été en partie contournée grâce à l'occasion offerte par Pr KOFFIE-BIKPO. Elle a permis d'acquérir une quinzaine d'ouvrage lors d'un de ses voyages en France.

- des difficultés d'ordre financier. Une thèse exige un budget énorme. Nous avons été éprouvé par cette réalité existentielle. En effet, nous ne disposions pas des fonds planifiés pour la réalisation de cette recherche (Achat d'ouvrage, impression de documents, achat de données secondaires). L'une des conséquences de cette difficulté fut le non-respect du chronogramme préétabli. Pour cela, nous avons eu recours à des personnes de bonne volonté. Aussi, notre intégration au PADVTCI nous a-t-il été d'un grand soulagement.

- des difficultés liées à l'enquête qui ont été traduites par des appréhensions vis-à-vis du ministère du tourisme. D'un côté, les acteurs opérateurs du secteur estiment être lésés par le ministère quand celui-ci dispose des données précises de leurs activités. Par conséquent, nous avons fait face à l'hésitation des propriétaires à répondre à certaines questions relatives au fonctionnement des établissements, à la peur du personnel de dire son salaire, aux difficultés de se faire une idée sur le chiffre d'affaires exact des équipements touristiques. De l'autre côté, les autorités villageoises ont exprimé leur colère vis-à-vis des autorités administratives locales qui effectuent à répétition ce type d'opération sans retombées et qui ne tiennent jamais leur promesse. Ces difficultés ont été surmontées par l'ingéniosité des enquêteurs et souvent par l'intervention du Conseil Régional.

Quant aux difficultés conjoncturelles, elles sont des problèmes qui résultent d'un concours de circonstances. Ce sont les problèmes ponctuels qui ont à un moment donné entravé le processus de réalisation de cette recherche. Il s'agit, par exemple, des événements

socioculturels dans certains villages qui ont empêché la tenue de l'enquête, l'absence des opérateurs à la date prévue pour l'enquête. A cela, il faut ajouter les crises armées survenues en Côte d'Ivoire, qui ont provoqué des sentiments de méfiance à l'égard des personnes étrangères. A cela, il faut ajouter le problème lié à la langue de communication. Nous ne comprenons pas les langues du terroir. Certes, nous avons été toujours accompagnés par les enquêteurs, autochtones des villages visités. Toutefois, quelques biais ont été remarqués dans les traductions.

VII-2- Architecture de la thèse

Le présent document est articulé en deux grandes phases : la première théorique et méthodologique et la seconde, celle de la restitution des résultats.

La première phase a pour but de fixer le cadre théorique de notre recherche. Elle propose un ensemble de principe général d'analyse des processus de pratique et de développement du tourisme aux niveaux des territoires ruraux. Cette phase a donc fixé les orientations théoriques et méthodologiques appropriées pour parvenir à notre objectif général. Elle constitue par ailleurs, le cadre conceptuel qui a servi de référence à l'analyse qualitative d'un système territorial en rapport avec le tourisme. La seconde phase est celle de la restitution des résultats de la démarche empirique. Elle comprend trois parties. De façon générale, ces différentes parties sont subdivisées en chapitre.

La première partie est composée de trois chapitres. Elle est intitulée : *les villages du tourisme dans la région du sud Comoé*. Cette partie met en évidence les potentialités touristiques d'ordre naturel, socio-culturel et infrastructurel et détermine la différenciation entre les territoires ruraux en rapport avec le tourisme. Cela afin de comprendre les raisons des disparités spatiales dans la pratique du tourisme malgré les apparences similaires

La deuxième partie comprend deux chapitres et est axée sur la construction des mécanismes de l'activité touristique à l'intérieur des villages.

Quant à la troisième partie, elle a consisté à indiquer l'analyse du phénomène touristique dans les zones rurales du Sud Comoé en terme d'impact local qui influence leur capacité compétitive.

PREMIERE PARTIE :

**LES VILLAGES TOURISTIQUES
DANS LA REGION DU SUD COMOE**

La littérature en rapport avec le tourisme permet d'énoncer qu'il constitue, en général, une activité économique remarquable dans le monde et potentiellement favorable pour les milieux ruraux en particulier. Comme toute activité économique, le tourisme pour son développement exige l'existence de plusieurs facteurs multidimensionnels. Il se fonde particulièrement sur l'attractivité des lieux. Pour GAGNON (2001), les positions attractives jouent un rôle de premier plan dans l'organisation spatiale des territoires. Ces territoires s'organiseraient à partir des pôles attractifs sur lesquels vient se brancher l'activité économique qui rentabilise les sites choisis. De même, BRIÈRE (1961) souligne que, se superposant aux attraits physiques ou agissant indépendamment d'eux, les attraits culturels prennent une part importante à la vie touristique.

C'est d'ailleurs ce qui fait l'objet de réflexion dans la première partie de cette étude. Cette dernière est consacrée essentiellement à ce que LOZATO-GIOTARD (1993) appelle une « sitologie touristique ». C'est l'opération qui consiste à identifier les attraits touristiques. Cela se traduit par une présentation des caractéristiques des villages de la région du Sud Comoé, de leur population et de leurs acquis dans le domaine du tourisme. L'étude met aussi un accent particulier sur l'évolution du tourisme dans ces milieux ruraux.

Il est important de connaître les fondements du tourisme. Leur connaissance met en lumière l'évolution et le développement touristique des régions rurales d'autant plus que les attraits physiques, démographiques, sociaux, économiques et culturels sont les bases à partir desquelles s'effectue le développement de tous les secteurs économiques comme le tourisme.

Cette phase de la réflexion s'articule autour des axes suivants :

- Le territoire rural du Sud Comoé, incluant l'ensemble des ressources physiques et humaines ;
- Les infrastructures de base ou l'offre des biens et services touristiques
- La touristicité dans l'espace rural de la région du Sud Comoé

CHAPITRE 1 : LES ATTRAITS TOURISTIQUES INITIAUX DANS LES TERRITOIRES RURAUX DU SUD COMOÉ

Les atouts touristiques initiaux sont les ressources de base qui favorisent ou non la pratique touristique sur un territoire. Dans ce sens, DEFERT, (1972) affirme : « Nous entendons par ressources, tout élément naturel, toute activité humaine ou tout produit de l'activité humaine qui peuvent motiver un déplacement désintéressé. Ils sont plus ou moins déterminants et constituent les matières premières du tourisme ». Il s'agit tant de ressources naturelles telles que le relief, le climat, la flore, la faune et l'eau que des ressources culturelles tels que les modes de vie, l'art, les activités humaines, l'histoire... Il en fait une classification thématique, adaptée à cette étude et en définit les quatre thèmes suivants

- Le phythôme (les éléments naturels hormis l'eau) ;
- L'hydrôme (l'eau) ;
- Le lithôme (les monuments et vestiges) ;
- L'anthropôme (les activités humaines).

Ces éléments caractérisent précisément l'environnement de l'activité touristique qui est, dans le cadre de cette étude, l'espace rural de la région du Sud Comoé. Ce chapitre met en évidence ces attraits initiaux de l'espace rural de la région du Sud Comoé selon les orientations suivantes :

- la situation géographique des villages et l'enjeu touristique qui en découle ;
- les intérêts touristiques du milieu naturel ;
- les intérêts touristiques des ressources humaines.

I- SITUATION GÉOGRAPHIQUE DES VILLAGES DE LA RÉGION DU SUD COMOÉ : OPPORTUNITÉS ET CONTRAINTES DES PRATIQUES TOURISTIQUES

I-1- Les villages du sud Comoé : implantation et localisation en rapport avec les départements

La région du Sud-Comoé compte un (1) Conseil régional, quatre (4) départements, dix-sept (17) sous-préfectures et cent soixante-dix-huit (178) villages. La répartition par circonscriptions territoriales est récapitulée comme suit dans le tableau 8 :

Tableau 8 : Circonscriptions administratives et populations de la Région du Sud Comoé

Départements	ABOISSO	ADIAKE	GRAND-BASSAM	TIAPOUM	TOTAL
Superficie en km ²	4452	789	1011	940	7192
Nombre de sous-préfecture	8	3	3	3	17
Nombre de commune (villes)	3	1	2	1	7
Nombre de village	77	40	30	31	178
Nombre d'habitant	307852	83547	179063	72158	642620

Sources : *BNEDT -CCT (2011, 2012) ; RSC (2014) ; RGPH (2014)*

L'administration déconcentrée de la région du Sud Comoé est organisée selon une hiérarchie spatiale (Figure 19).

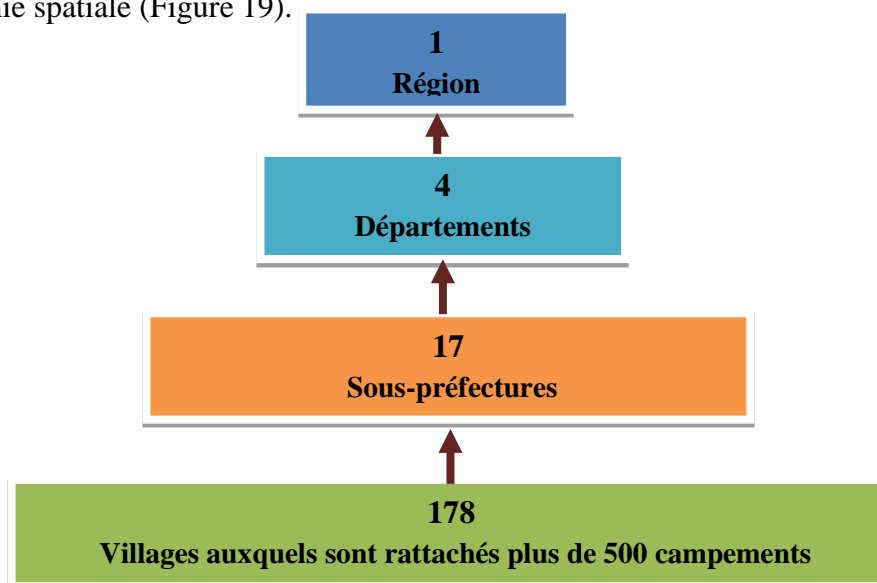


Figure 19: Pyramide des circonscriptions de la Région du Sud Comoé

Sources : *BNEDT, (2012) ; RSC, (2014)*

Conception et réalisation : *BISSOU (2014)*

Cette hiérarchie spatiale de l'administration territoriale se présente sous forme de pyramide en se référant au nombre de chaque entité administrative et au processus de sa constitution. D'où, l'adoption de l'appellation de « pyramide des territoires administratifs ». On part de la plus petite échelle à la plus grande. C'est une réunion de villages (base de toute entité territoriale administrative en Côte d'Ivoire) qui forme la Sous-préfecture et ainsi de suite jusqu'à la région administrative. Cette pyramide des territoires administratifs à une base large du fait du plus grand nombre de villages dont l'ensemble constitue d'ailleurs le cadre spécifique de cette recherche. Les villages sont repartis disproportionnellement dans les 4 départements : Aboisso, Adiaké, Grand-Bassam et Tiapoum (Figure 20).

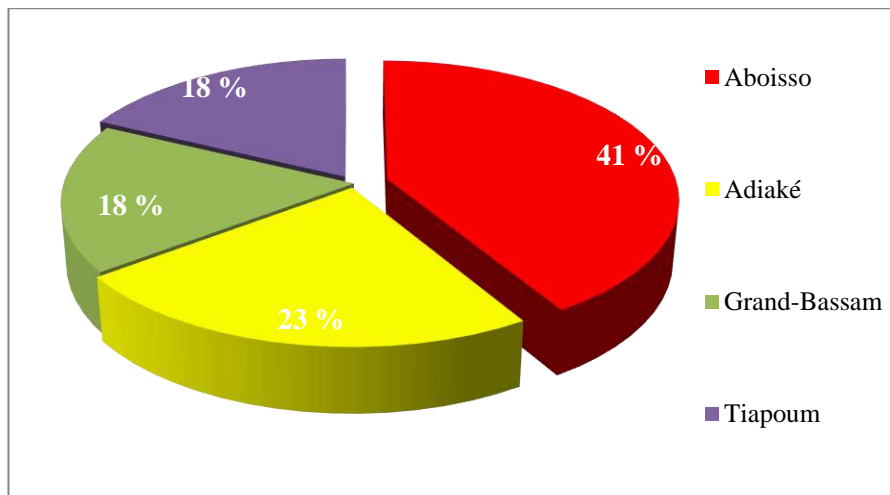
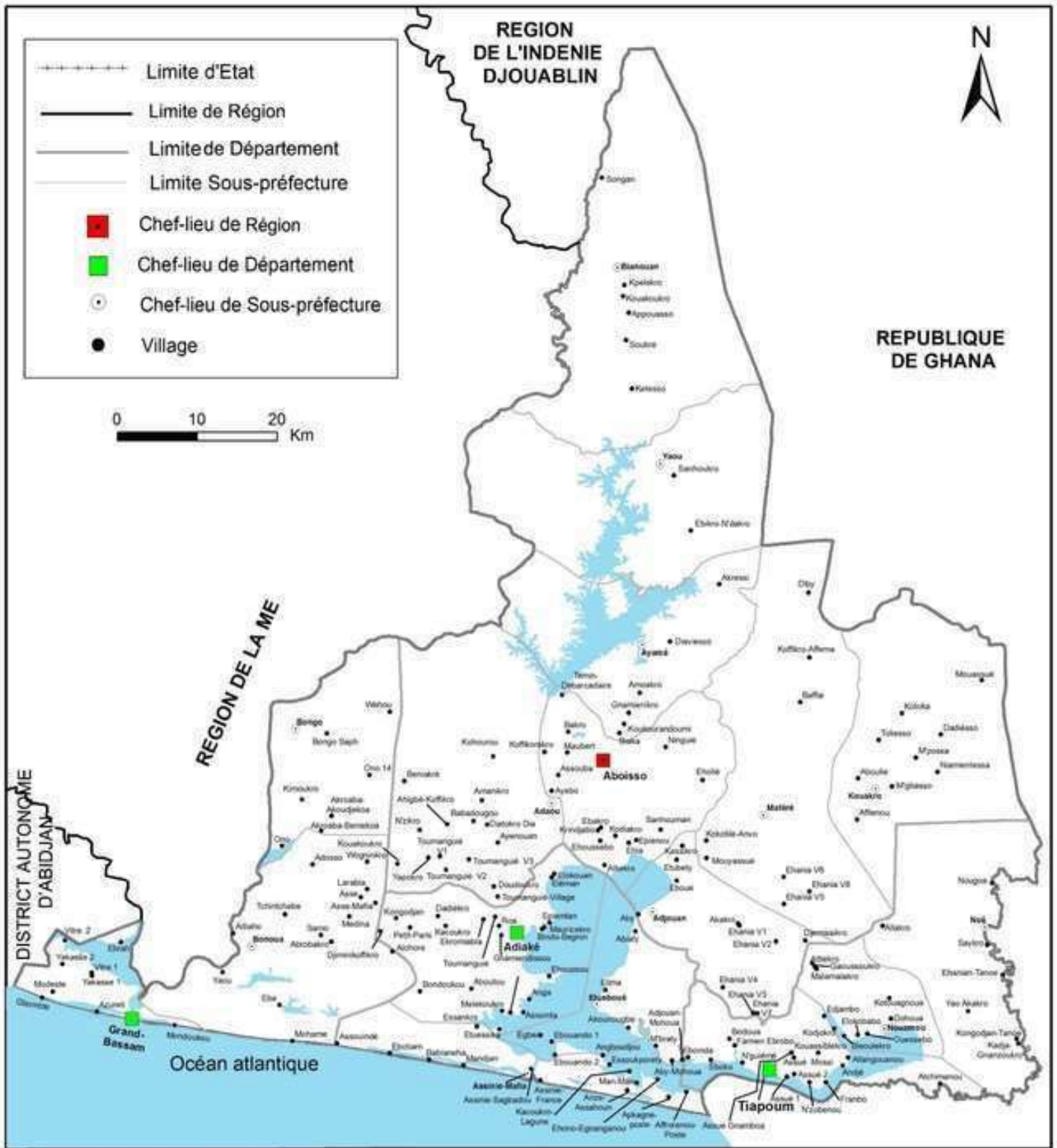


Figure 20 : Proportion des villages par département dans la Région du Sud Comoé

Sources : BNEDT (2012) ; RSC, (2014)

Conception et réalisation : BISSOU (2014)

De l'analyse du tableau 8 et de la figure 20, il ressort une implantation de la majorité des villages dans le département d'Aboisso. Ce département concentre 41% des villages de la région devant les départements d'Adiaké, Tiapoum et Grand-Bassam qui possèdent respectivement 23%, 18% et 18% des villages de la région du Sud Comoé. Cette forte implantation des villages dans le département d'Aboisso explique sûrement le choix d'Aboisso comme chef-lieu de région. En ce sens, le critère de choix est la taille de ce département en superficie, en population, en nombre de localités rurales. Toutefois, s'il est le seul critère qui a conditionné cette décision, il pousse à émettre des interrogations : ce critère purement administratif suffit-il pour le choix d'un chef-lieu de région ? La dimension de pôle économique n'a-t-elle pas été occultée ? Ces interrogations ont aussi guidé la réflexion dans l'explication de l'impact spatial et socio-économique du tourisme dans les milieux ruraux de la région du Sud Comoé. Par ailleurs, dans le cadre de l'implantation des villages en rapport avec les circonscriptions administratives, l'enquête a fait ressortir deux catégories de village : des villages appartenant à une sous-préfecture, mais localisés dans les limites des communes ou villes, des villages appartenant uniquement aux sous-préfectures. Cette observation montre que la majeure partie des villages est située hors des limites des territoires communaux. Certes, tous les villages dépendent forcément d'une sous-préfecture, mais il est constaté que 77% des villages dépendent uniquement d'elle. Les villages qui sont directement rattachés aux communes ne représentent que 23% (Figure 21).



Source: RSC, 2013, CCT, 2014

Réalisation: BISSOU & KANGAH, 2015

Figure 21 : Localisation des villages de la région du sud Comoé

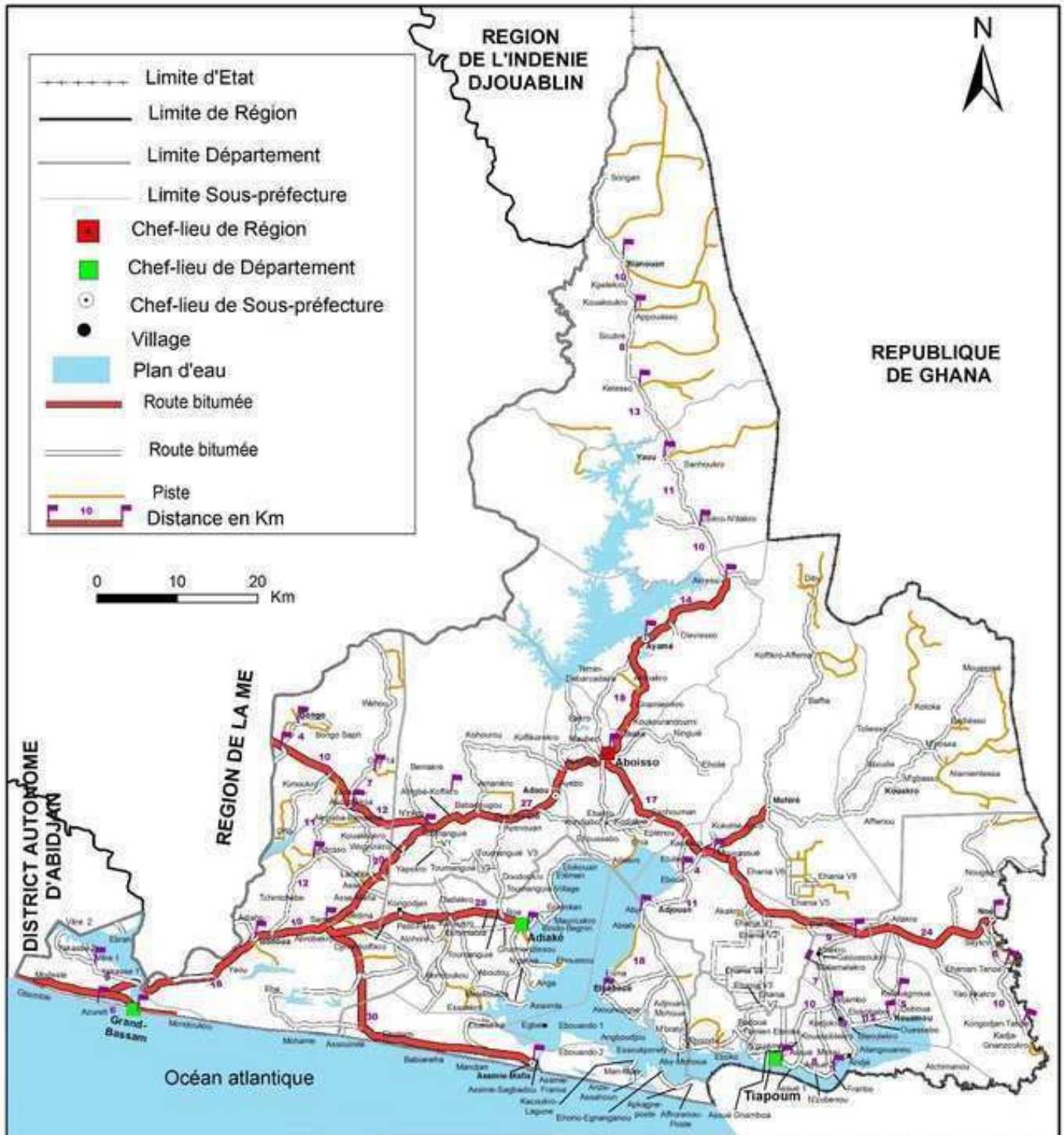
Cette configuration territoriale justifie la relative touristification des villages implantés dans les limites communales. En effet, le tourisme est une activité de périphérie pratiquée généralement par les populations urbaines. Les visiteurs provenant des villes ont tendance à aller dans les localités à proximité. Ainsi, on note que l'implantation dans les limites communales constitue un facteur favorable à l'essor touristique de ces villages. Mais seulement 23% des villages de la région présentent cette opportunité. L'étude de terrain a montré que plusieurs villages, malgré leur proximité aux villes, ne présentent aucun intérêt touristique. Aussi, note-t-on que plusieurs villages situés hors des limites des communes sont des attractions touristiques dans la région. La superficie du milieu rural est de 7140 km². Elle représente 99 % de la superficie totale de la région du Sud Comoé. Ces données recueillies au niveau du Conseil régional et des communes mettent en évidence une faible urbanisation de la région. 90% des villages enquêtés, affirment plus leur appartenance aux cantons qu'à la sous-préfecture. Cette forme d'implantation des villages fortement liés aux cantons, traduit le caractère rural de la région et le poids encore important de l'organisation traditionnelle des sociétés. Cela constitue un atout pour le tourisme dans la région d'autant plus que les tendances actuelles révèlent une remarquable demande de retour aux sources traditionnelles, une découverte des sociétés authentiques et conservatrices des valeurs des premières civilisations.

I-2- L'accessibilité aux villages, un intérêt des pratiques touristiques

L'accessibilité constitue un indicateur de fréquentation touristique et, par conséquent, de transformation des lieux en destination touristique. Cette accessibilité s'évalue à travers les distances des destinations en rapport avec les foyers émetteurs des visiteurs, les modes d'accès et l'état des voies d'accès aux zones touristiques. Il est indéniable qu'un village à l'accès facile (ou possible par plusieurs moyens) est favorable à un développement touristique. Pour mieux comprendre le niveau d'attraction touristique des villages, cette étude a pris en compte les distances qui séparent les différents villages de la ville immédiate et aussi du foyer émetteur important qui est Abidjan.

En analysant les données des distances du village par rapport à la ville, elles vont de 1 à 99 km. Les villages qui sont, très éloignés de leur chef-lieu, se regroupent dans la tranche de 50 à 99 km. Les pourcentages sont insignifiants, soit 3,3%. Mais ceux qui sont à une distance comprise entre 1 à 20 km représentent 85,6%. Quant à l'autre tranche de 21 à 48 km, elle représente 11,1%. Les villages sont, en moyenne localisés aux alentours des villes or, les pratiques touristiques observées dans les villages sont celles des populations urbaines. Ces dernières effectuent des mouvements de fin de semaine vers les villages pour plusieurs motifs

pris en compte dans la comptabilité du tourisme. Le constat, c'est que les villages situés à la périphérie des villes sont de facto les premières destinations des visiteurs. Ainsi, cela justifie que la majorité des villages est favorable au tourisme, soit 96,7% des villages. Par ailleurs, 121 sur 178 villages enquêtés disposent de plusieurs voies d'accès, soit 68% contre 32%. En effet, dans la région du Sud Comoé, on observe plusieurs possibilités d'accéder aux différents points (Figure 22).



Sources: BNETD,2012; CCT, 2014.; RSC, 2014

Réalisation: BISSOU & KANGAH, 2015

Figure 22 : Typologie des routes de la région du Sud Comoé

La région dispose de deux grands ensembles de voies terrestres : les voies bitumées et les routes non bitumées ou pistes. Le premier ensemble comporte notamment : l'autoroute du sud-est défini par l'axe Grand-Bassam-Bonoua-Aboisso-Noé, l'axe Bonoua-Assinie, l'axe Bonoua-Adiaké, l'axe N'zikro-Bongo et l'axe Aboisso-Toliesso. Cet ensemble représente moins de 10% des routes de la région en termes de distance tel que le présente le tableau 9.

Tableau 9 : Types de voies terrestres dans la région du Sud Comoé

Types de voies	km
Voie bitumée	352
Voie non bitumée	2674
TOTAL	3026

Sources : *BNEDT (2012) ; RSC (2014), BISSOU (2014)*

Ces dernières confèrent au Sud Comoé une densité routière de l'ordre de 39km/100km², soit l'une des plus élevées de Côte d'Ivoire dont la moyenne nationale est de 25km/100km² (Livre Blanc de la RSC, 2015). Cela constitue donc un intérêt pour le tourisme dans le milieu rural. La figure 22 justifie que toutes les localités rurales sont desservies par voie routière. En effet, la route est un préalable au développement touristique. Ainsi, cette forte densité routière dans la région, est, non seulement, utile pour faciliter les flux des hommes et des marchandises, mais aussi, pour favoriser l'accès aux nombreux attraits touristiques dans les villages. On affirmerait que la route précède la mise en tourisme des lieux. Toutefois, cette forte densité routière est mise en mal par l'état précaire des voies qui mènent aux villages. A juste titre, au niveau de l'état de la voies, l'enquête de terrain a permis de faire les observations consignées dans le tableau 10 suivant :

Tableau 10 : Répartition des voies d'accès aux villages selon leur état

Etat de la voie	Effectifs	%
Bon	27	14,2
Acceptable	87	49,2
Impraticable	64	35,6
Total	178	100,0

Sources : *PADVTCI-RSC (2014), BISSOU (2014, 2015)*

En se référant à la figure 22, on constate que les routes non bitumées sont les plus dominantes. Elles représentent 63,60% des distances totales. Les voies d'accès sont, cependant, plus ou moins acceptables soit 49,2%, mais les voies impraticables ne sont pas négligeables avec 35,6%. A juste titre, les autorités régionales font remarquer que la majorité des routes de la région Sud Comoé reliant les chefs-lieux de département aux chefs-lieux de sous-préfectures, les chefs-lieux de sous-préfectures aux villages et des villages entre eux et franchissant de nombreux cours d'eau sont en terre. Aussi, en raison de la forte pluviométrie et de l'absence de programme national ou régional systématique d'entretien routier, la plupart des villages ne sont-ils pas accessibles surtout en saisons pluvieuses (Photos 1 et 2).



Photo 1 : Route difficilement praticable en saison de pluie sur l'axe Adjouan-Aby-Abiaty
Sources : BISSOU (2015)



Photo 2 : Voie d'accès au site Agropastoral « Campement Ambassadeur » fortement dégradée
Sources : BISSOU (2016)

Il est à noter le cas particulier du Bac de Frambo qui n'a jamais été réhabilité. Les chefs-lieux de département de la région sont accessibles par route bitumée, à l'exception encore de Tiapoum (Photo 3).

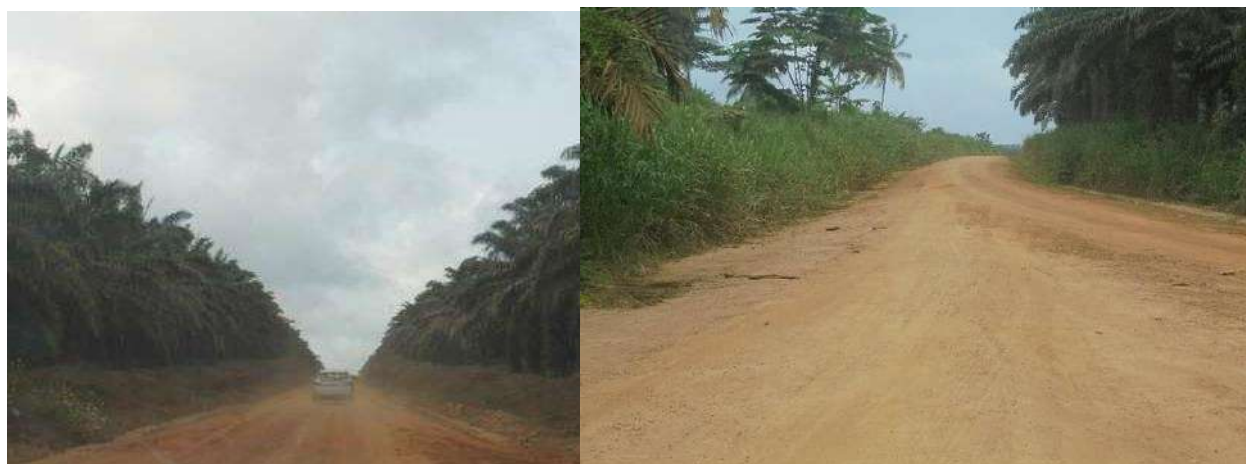


Photo 3: Vues de la voie d'accès au chef-lieu de département de Tiapoum
Sources : PADVTICI-RSC (2014) ; BISSOU (2014)

Quant aux voiries bitumées de ces villes, elles sont pour la plupart, fortement dégradées. Par conséquent, les populations se tournent plus facilement vers le Ghana proche où les routes de frontière sont viables pour y écouler les productions agricoles et autres. De même, la fréquentation des bureaux de l'administration pour l'obtention des documents administratifs (actes de naissance, pièces d'identités, titres fonciers etc.), n'est pas évidente. La réhabilitation des voies d'accès semble une solution sine qua non au développement du tourisme régional.

En outre, la région est traversée par des voies fluviales et lagunaires navigables sur plusieurs kilomètres (Figure 22). La région dispose d'importants plans d'eau fluvio-lagunaires utilisés pour le transport des personnes, des marchandises et des produits de pêche et d'agriculture. Ce plan d'eau facilite les échanges commerciaux entre de nombreux villages permettant, ainsi de désenclaver ceux qui sont difficilement accessibles par le réseau routier. Ces deux types de voie par eau constituent pour certains villages l'unique voie d'accès. Elles peuvent offrir aux visiteurs la possibilité de découvrir le paysage hydrographique de la région (Mangrove, espèces animales rares...). Cet atout quasi unique en Côte d'Ivoire, n'est pas convenablement exploité. Cela s'observe principalement par l'insuffisance en nombre des quais et des embarcations. Ces derniers sont, pour la plupart, mal entretenus, dégradés, inadaptés et dangereux pour la sécurité des usagers.

Quant aux infrastructures aéroportuaires, l'observation sur le terrain a montré qu'il n'existe jusqu'à ce jour qu'un aérodrome privé à Assouindé. Cette localité rurale est accessible par les trois types de voies qui existent dans la région du Sud Comoé. Ce qui pourrait expliquer aussi son érection en zone prioritaire du tourisme en Côte d'Ivoire.

L'observation sur le terrain, permet aussi de faire une classification des villages de la région du Sud Comoé en trois groupes par rapport l'accessibilité. On note :

Les groupes des villages enclavés : ce sont les villages dont les voies d'accès sont quasiment impraticables.

Les villages moyennement accessibles : il s'agit des villages situés sur les voies secondaires dont l'état des voies d'accès est acceptable ;

Les villages très accessibles : ce sont les villages qui bénéficient non seulement de plusieurs types de voies d'accès très praticables, mais aussi, sont situés à proximité des villes, des centres émetteurs des visiteurs des campagnes.

II- ATTRAITS TOURISTIQUES NATURELS DANS LES VILLAGES DE LA REGION DU SUD COMOË

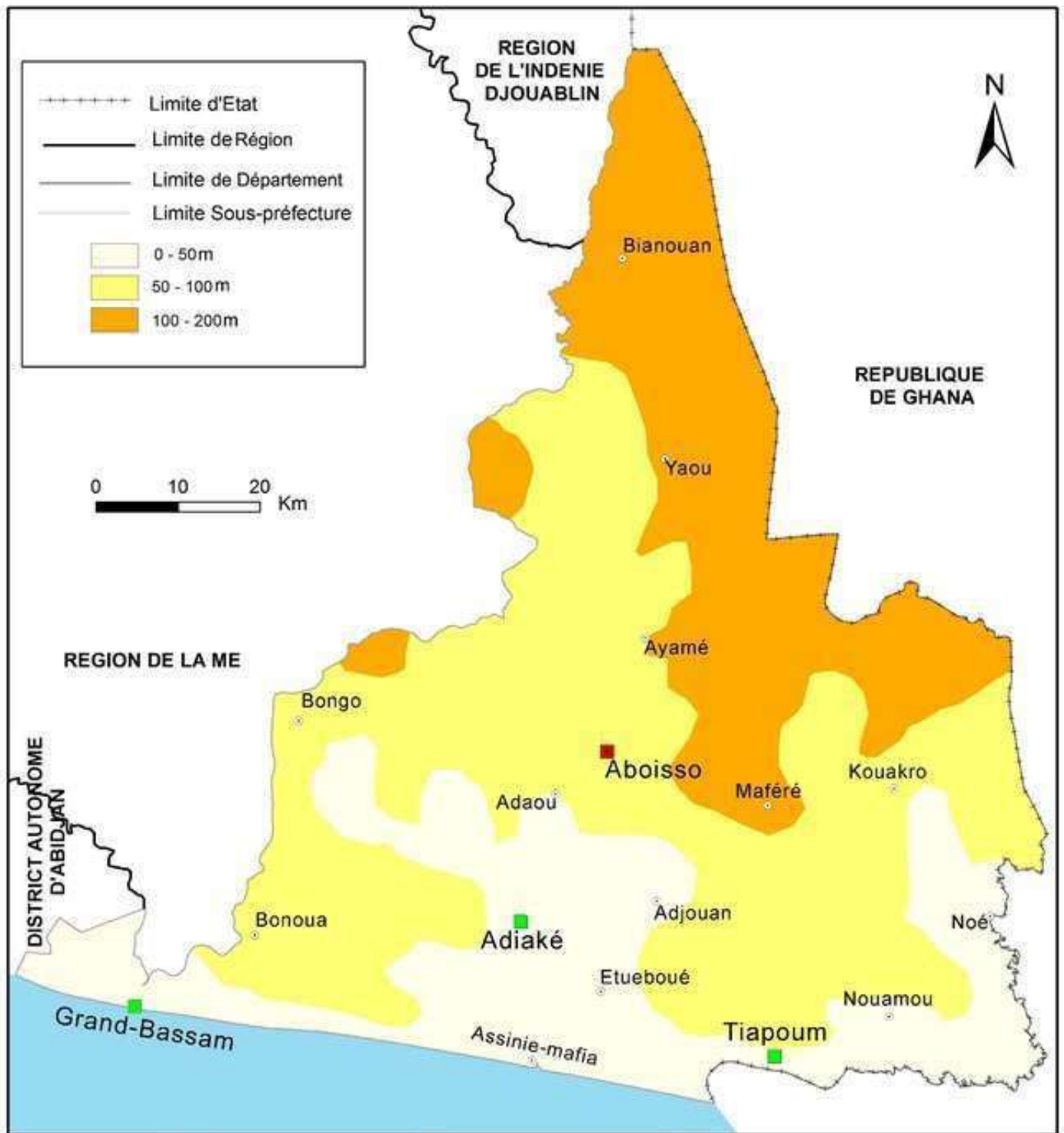
LOZATO-GIOTART, (1993), soutient que l'espace peut être considéré comme la matière première du tourisme. Sans mésestimer les autres facteurs, les conditions géographiques jouent un rôle de premier plan souvent essentiel dans l'attraction d'un lieu touristique. Le terme de composantes naturelles auquel les géographes accordent beaucoup d'importance, prend ici une relativité bien significative. Les éléments naturels, végétation, sol, reliefs des villages s'intègrent dans les caractéristiques naturelles globales de la région du Sud Comoé. Cette région, par sa situation au sud de la Côte d'Ivoire, est dominée par une végétation de forêt.

II-1- Un phytôme diversifié et exploitable pour le tourisme

Le phytôme constitue un déterminant de l'essor du tourisme dans les territoires. Il est composé des éléments du milieu naturel qui se résument dans le cadre de l'étude touristique, essentiellement au relief et à la végétation. Dans l'ensemble, la région du Sud Comoé présente la beauté et l'authenticité du paysage par la flore et le relief.

II-1-1 Le relief, une composante de la beauté paysagère de l'espace rural

La disposition des unités morphologiques de l'espace rural suit un modèle similaire à l'ensemble de la région. Un arrangement qui suit une douce inclinaison vers le sud, aux altitudes décroissantes du nord au sud de la région. La structure géomorphologique de la région du sud Comoé présente une relative planimétrie dans l'ensemble. On constate un équilibre relatif entre deux groupes principaux de relief, c'est-à-dire les plaines et les plateaux (Figure 23).



Sources: BROU, 2005; BNEDT, 2012; CCT, 2014

Réalisation: BISSOU & KANGAH, 2015

Figure 23: Orographie de la région du sud Comoé

L'observateur longeant le sud de la région du sud Comoé, découvre cette plaine géomorphologique mise en évidence par des plaines au réseau hydrographique plus ou moins organisé. Il s'agit de plaines côtières ou littorales (0 à 50 m). Cette région possède 86 km de côte, soit 15 % des 570 km de la côte ivoirienne. Cette zone appartient au secteur Est du littoral

ivoirien. La côte y est basse et sableuse avec un littoral parfois mince (entre 50 dans la zone d'Assinie et 100 m dans les zones d'Azuréty et Mondoukou) et des cordons de sables entre mer et lagune. Ainsi, cela permet de remarquer l'existence de nombreuses plages et de berges lagunaires sur l'espace rural.

Le relief y est fait de sol sableux et de bas-fonds. Ces derniers, souligne BROU (2005), se caractérisent par une hydromorphie résiduelle temporaire ou permanente toute l'année, avec des sols mal drainés. A partir de la ligne formée par les sous-préfectures Kouakro, Adjouan, et Adaou, Bongo, on note une sensible ondulation qui laisse apprécier difficilement des altitudes variant entre 50 à 100m. Cette partie représente des plaines intérieures ou alluviales. Cette remarquable planéité est rompue en allant plus vers le nord de la région. En effet, la partie septentrionale de la région du Sud Comoé est la plus élevée avec environ 100 à 200 m d'altitude. C'est une zone de plateau marquée par la présence de reliefs isolés, les inselbergs, prenant la forme d'alignements de collines, de buttes tabulaires ou de dômes granitiques comme les barres rocheuses d'Aboisso illustrées par le Boka Kpri près d'Aboisso et les formes de collines observées dans la sous-préfecture d'Ayamé. Précisément à Ayamé, de nombreux cadres de cette région ont tenu compte de ce relief pour bâtir leurs différentes résidences. Les collines sont décoiffées et aménagées pour la construction des maisons. Ainsi, depuis l'entrée d'Ayamé, le visiteur découvre des maisons de haut standing au sommet des collines. La plus en vue est le manoir de Maitre Kanga Dominique, l'ancien maire de la commune (Photo 4).



Photo 4 : Vue d'un manoir aux sommet d'une colline à l'entrée d'Ayamé

Sources : GLOBAL TOURISME, 2013 ; PADVTICI, 2014 ; BISSOU, 2015

Ces édifices sur les collines traduisent la volonté de valoriser le relief pour en faire des attractions. La beauté du relief est en partie perceptible sur l'axe Aboisso-Bianouan. L'un des points les plus attractifs du relief dans cette zone, est le village de Yaou avec sa route sinueuse

en forme de « SSS ». Cette voie en haute altitude forme un « S » dont la position en pente permet une belle vue sur le village situé dans une cuvette.

En somme, l'espace rural du Sud Comoé, comme l'essentiel de la zone du sud-est de la Côte d'Ivoire, présente une relative uniformité de relief. Peu de choses distinguent ces paysages géomorphologiques des autres paysages de la plateforme sud orientale ivoirienne. L'unité, la planéité d'ensemble qui s'en dégagent, sont évidemment associées à l'allure générale du socle qui s'incline du nord vers le sud en direction de l'Atlantique avec une pente régulière. Cette retombée méridionale ne se fait pas d'un seul bloc d'autant plus qu'on constate une relative variation des altitudes du sud au nord et des exceptions marquées par des reliefs isolés et résiduels. Toutes ces indications tendent à donner une région tout en nuances, un peu comme les taches d'une peinture impressionniste. Ce relief ne constitue pas un obstacle majeur à l'implantation des structures d'accueil et des équipements indispensables à la pratique du tourisme. Toutefois, l'espace rural dans son ensemble ne présente pas des unités de relief exceptionnelles qui pourraient constituer des attractions uniques dans la région du Sud Comoé ou même en Côte d'Ivoire, à l'instar de la région de Man. Par conséquent, la création des produits touristiques basés exclusivement sur l'originalité géomorphologique, serait très peu compétitive.

II-1-2- La flore et la faune, un important attrait touristique pour des villages dans la région du Sud Comoé

Le milieu rural est, en général, l'espace de prédilection pour la découverte du paysage floristique. L'espace de cette étude est l'ensemble des villages de la région du Sud Comoé au Sud-est de la Côte d'Ivoire. Cette partie du territoire national est principalement le domaine guinéen avec une dominante de la forêt ombrophile (forêt dense et humide). Selon BROU (2005) ADJANOHOUN et GUILLAUMET (1971), ce type de forêt est caractérisé par la présence de géants arbres atteignant parfois jusqu'à 60 m, de structures originales, contreforts, racines palettes, racines échasses (*Uapaca guinéensis*), fût très droit des arbres de première et deuxième grandeur, une abondance de lianes et d'épiphytes, la rareté des herbes en sous-bois. On en observe par quelques îlots forestiers existants encore dans la région. La photo 5 en présente un aspect.



Photo 5: Aspect d'une réserve de forêt aux environ de Songan (S/p de Bianouan)

Source : PADVTICI-RSC, (2014)

Cette photo 5 permet d'observer que cette formation est stratifiée généralement en trois strates principales :

- La strate basse ou herbacée, est peu importante et parfois inexistante.
- la strate moyenne, qui est arbustive et riche, en espèces végétales atteignant entre 20 et 30 m de haut.
- La troisième strate dominée par de grands arbres de 50 à 60 m de haut.

Cette formation végétale est toujours fermée et verte. En cela, elle entretient un microclimat chaud, humide et sombre. Elle est située généralement dans les régions climatiques les plus favorables (1800 mm de pluie et saison sèche réduite).

La végétation de la région regorge de nombreuses essences utilisées comme bois d'œuvres. Cette forêt est essentiellement composée des essences très recherchées telles que l'Azohé *Lophira Azata*, le Niangon *Terrietia UtiZis* et, surtout l'Acajou Bassam ou *Khaya Ivorensis*. Cette dernière essence fut, d'ailleurs, la première grume d'acajou (*Khaya Ivorensis*) de Côte d'Ivoire coupée dans la région du Sud Comoé et expédiée en France dans les années 1880 par la Maison Verdier de Côte d'Ivoire et dont l'exploitation, proprement dite, débute en 1885 (MENSBRUGE, 1969). Par conséquent, cette région, porte d'entrée des colonisateurs, fut très tôt le premier lieu de l'exploitation forestière. MONNIER (1983) souligne, de ce fait, que l'exploitation forestière, en ouvrant des pistes dans ce monde clos, l'a désacralisé, favorisé sa conquête et sa mise en valeur agricole. Par ailleurs, ce milieu bien drainé a été très tôt ouvert à

l'agriculture de plantation, le milieu végétal a été très fortement humanisé (ADJANOHOUN et GUILLAUMET, 1971). Aujourd'hui, la forêt dense n'existe qu'en quelques "boqueteaux" de forêts classées et de forêts sacrées très jalousement défendues.

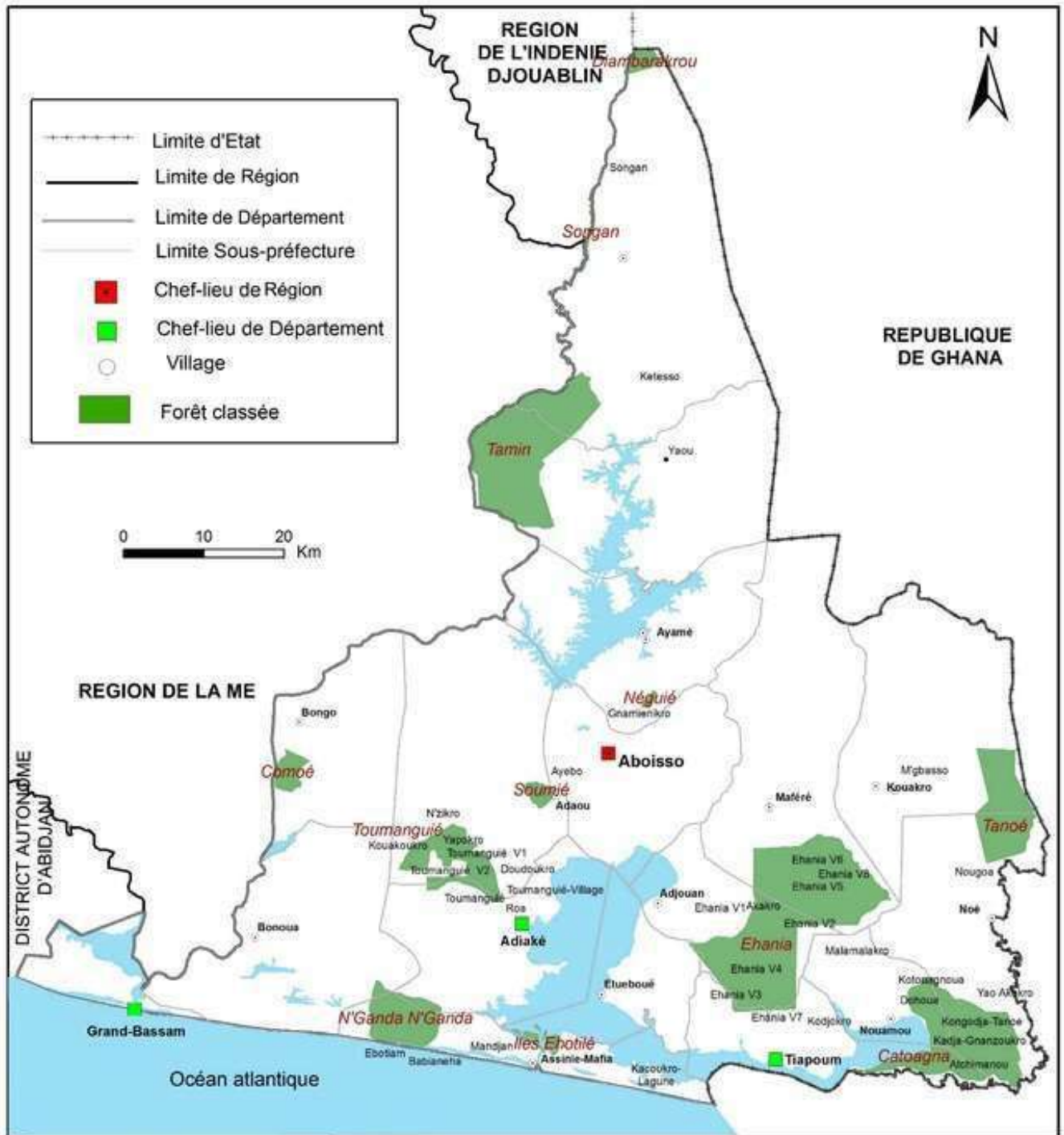
Ainsi, quelques réserves et vestiges forestiers ont été identifiés (Tableau 11). On dénombre, précisément, douze (12) forêts classées pour 82 696 ha ainsi qu'un parc national (les Îles Ehotilé). Les plus importantes sont listées dans le tableau 11 avec leur superficie.

Tableau 11 : Réserves forestières dans l'espace rural du Sud Comoé

Réserves forestières	Villages	Sous-Préfecture	Superficie en ha
Forêt classée Comoé	Bongo	Bongo	1360
Forêt classée Nganda Nganda	Nganda Nganda	Assinie	5005
Forêt classée de Soumié	Soumié	Adaou	805
Forêt classée de Nèguié	Nèguié	Ayamé	207
Forêt classée d'Ehania	Ehania	Adjouan/Maféré	24026
Forêt classée Tanoé	Kouakro /Nougoua	Kouakro /Noé	6956
La forêt des marais Tanoé-Ehy	9 villages	Tiapoum/Nouamou	3448
Les Îles Ehotilé	N'galwa/Egbéi	Ettuéboué	550
La forêt de Diambarakrou	Diambarakrou	Bianouan	26415
La forêt Songan	Songan	Bianouan	48892
La forêt de Tamin	Yaou	Yaou	29828
La forêt de Toumanguié	Toumanguié	Adaou/Adiaké	5099

Sources : OIPR (2012) ; INS (2014)

Ces réserves sont situées quasiment dans les territoires ruraux. Elles peuvent donc permettre à ces villages de devenir des destinations de pratique écotouristique. Ces réserves existent dans les différentes parties de la région (figure 24).



Sources: CCT, 2014, OIPR, 2014, INS 2014

Réalisation : BISSOU & KANGAH, 2015

Figure 24: Localisation des réserves forestières dans l'espace rural du Sud Comoé

La localisation diversifiée de ces couverts végétaux pourrait favoriser la création de circuits touristiques tournés vers la découverte des espèces floristiques et fauniques. Les autorités en charge des forêts classées n'ont cessé d'insister sur leurs richesses pluridimensionnelles qui ne laisseraient aucun visiteur indifférent. A côté de la forêt dense, on

distingue deux autres types de peuplement végétal, mais d'extension plus faible. Les autres formations végétales sont les formations hydromorphes et les savanes littorales.

Les formations hydromorphes sont composées de forêt marécageuse et de mangroves. Les forêts marécageuses occupent la partie septentrionale du cordon littoral ainsi que les vallées et les bas-fonds. Une espèce végétale prédomine : le palmier raphia, (*GracilZis*). Les mangroves s'étendent aux rives basses des estuaires et des lagunes. C'est une formation monotone peuplée d'espèces adaptées à la vie aquatique. Les espèces les plus caractéristiques sont les palétuviers *l'avicennia* et le *risophora-rucemosa*. Ce type de formation végétal est cité parmi les attraits touristiques de la région. En effet, les mangroves sont des agréments des balades lagunaires des visiteurs, par le paysage qu'elles façonnent. Il est bon de souligner aussi que c'est de ces mangroves que les populations tirent des arbres qui servent de décoration dans les résidences secondaires. La photo 6 présente une mangrove susceptible d'être mise en valeur à des fins touristiques.



Photo 6: Végétation de mangrove sur les îles Ehotilé

Source : PADVTCL-RSC (2014)

La dernière formation végétale qu'on rencontre dans la région du Sud Comoé, est une végétation de savanes pré lagunaires. Elle est particulièrement développée sur l'axe Bonoua - Samo-Adiaké. C'est une formation herbacée que dominent des peuplements de rôniers. L'origine de ces savanes est très fortement controversée. Pour certains, elles sont le résultat de mise en valeur intensive et très ancienne de la forêt dense ; pour d'autres, elles sont des reliques d'épisodes paléoclimatiques. L'ensemble floristique, dans la région du Sud Comoé, met en évidence un paysage attrayant qui réconcilie avec la campagne et peut intéresser les visiteurs. Sans nul doute, l'étude diagnostique des atouts touristiques de la région du Sud Comoé relève

que les villages enquêtés de la région du Sud Comoé possèdent plus de sites naturels à l'état primaire et aménagé (70,8%). Ces sites naturels fonctionnent en majorité (66,7%) comme des lieux de rite traditionnel, d'autres constituent des lieux de repos (18,0%) et de divertissement (9,7%). Seulement 5,6% de ces sites sont utilisés comme des centres de recherche scientifique. Ce paysage floristique présente de nombreuses curiosités en termes de faune fascinante avec des diverses espèces animales. En plus, cette végétation est favorable, à certains endroits de l'espace rural, à l'écotourisme. A travers cette forme de tourisme, le visiteur a la possibilité de découvrir la beauté de la nature, le paysage floristique et faunique.

II-1-3- Le climat, premier déterminant du caractère saisonnier du tourisme en espace rural

Le cadre d'étude présente les caractéristiques générales du climat dans le sud-est ivoirien. L'espace rural de la région du Sud Comoé est soumis à un climat de type subéquatorial, caractérisé par la succession de quatre saisons.

- un grande saison sèche de décembre à mars ;
- une grande saison de pluie d'avril à mi-juillet ;
- une petite saison sèche de mi-juillet à mi-septembre ;
- une petite saison de pluie de mi-septembre à novembre.

La région d'étude se situe dans une zone de pluviométrie variée, l'irrégularité inter-annuelle y est plus remarquable (Tableau 12).

Tableau 12: Variation de la pluviométrie dans la région du Sud Comoé

Années	Précipitations annuelles en mm	Températures moyennes annuelles en °c	Nombre de jour de pluie en moyenne par an
2004	1781	26,5	139
2005	1748,4	26,4	135
2006	1361,3	26,5	135
2007	2119,8	26,4	148
2008	1715,7	26,4	131
2009	2061,5	26,7	129
2010	1798,1	27	126
2011	1912,2	26,6	124
2012	1506,2	26,9	131
2013	1275,3	26,8	135
2014	1236,4	26,4	133

Source : SODEXAM-Adiaké, 2015

Ces données ont été obtenues à la station météorologique installée dans la ville d'Adiaké. APHING-KOUASSI, (2001) souligne que la hauteur des pluies, le nombre de jours de pluie et la durée d'insolation sont les principaux critères permettant de mesurer la possibilité de faire

du tourisme dans un espace. En ce qui concerne la région du Sud Comoé l'analyse des données météorologiques du tableau 9 a permis de faire les constats suivants :

- D'importantes précipitations : ces dix dernières années, il a été constaté une pluviométrie de l'ordre de 1236,4 à 2119,8 mm de pluie (SODEXAM, 2015). Toutefois, les précipitations connaissent une baisse relative entre 2011 et 2014. La même observation est faite au niveau du nombre de jour de pluie dans la même période. On note, à cet effet, que la moyenne du nombre jour de pluie sur la période de 10 ans est de 122 jours alors que celle, calculée sur la période 2011-2014, donne 102 jours. En revanche, les températures sont constantes. Elles traduisent un ensoleillement acceptable. Cette situation semble présenter des scénarios de développement touristique dans la région, en général, et l'espace rural, en particulier. A ce sujet, plus de 62% des opérateurs du secteur estiment que s'il pleut moins, les visiteurs seront réguliers et leurs activités seront, par conséquent, permanentes sur toute l'année. Ils ne connaîtront plus de périodes creuses qui leur sont préjudiciables. Le traitement des données de température et de précipitation des années 2013 et 2014 a été traduit par les figures 25 et 26. Ces dernières représentent des courbes ombrothermiques à partir des relevés météorologiques de la station d'Adiaké.

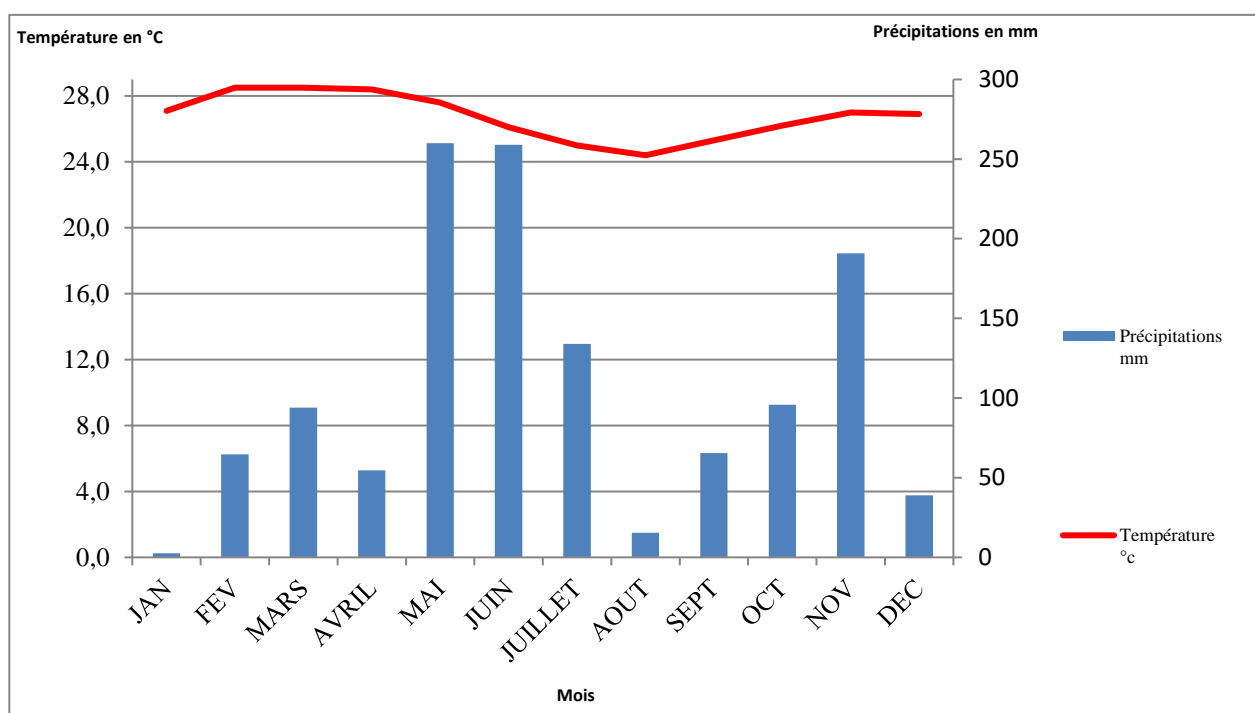


Figure 25: Courbe ombrothermique de la région du Sud Comoé en 2013

Source : SODEXAM-Adiaké, 2015

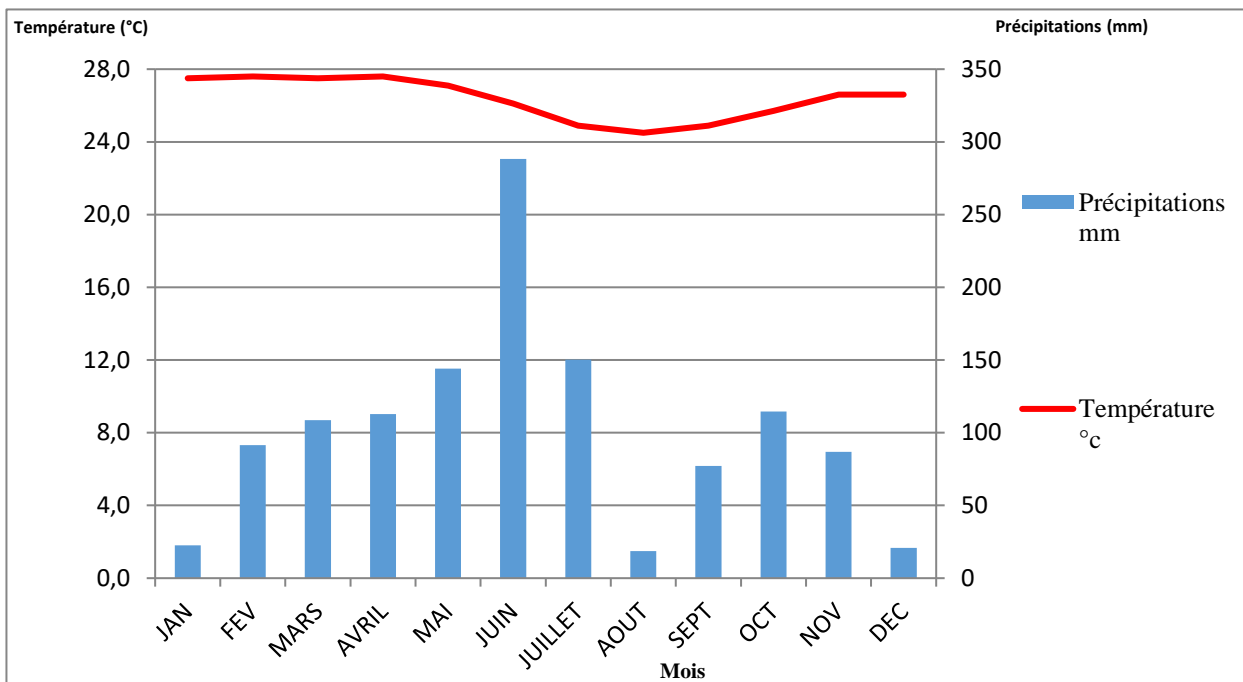


Figure 26: Courbe ombrothermique de la région du Sud Comoé en 2014

Source : SODEXAM-Adiaké, 2015

Ces différentes figures réalisées à partir des données obtenues à la SODEXAM (2015) permettent de constater que les mois de forte pluviométrie sont restés, en général, mai et juin. Par ailleurs, la période mai, juin juillet, constitue celle qui correspond à la forte pluviométrie dans la région du Sud Comoé. Par conséquent, au cours de cette période, les pratiques touristiques sont réduites. Les voies d'accès à plusieurs destinations touristiques rurales sont impraticables.

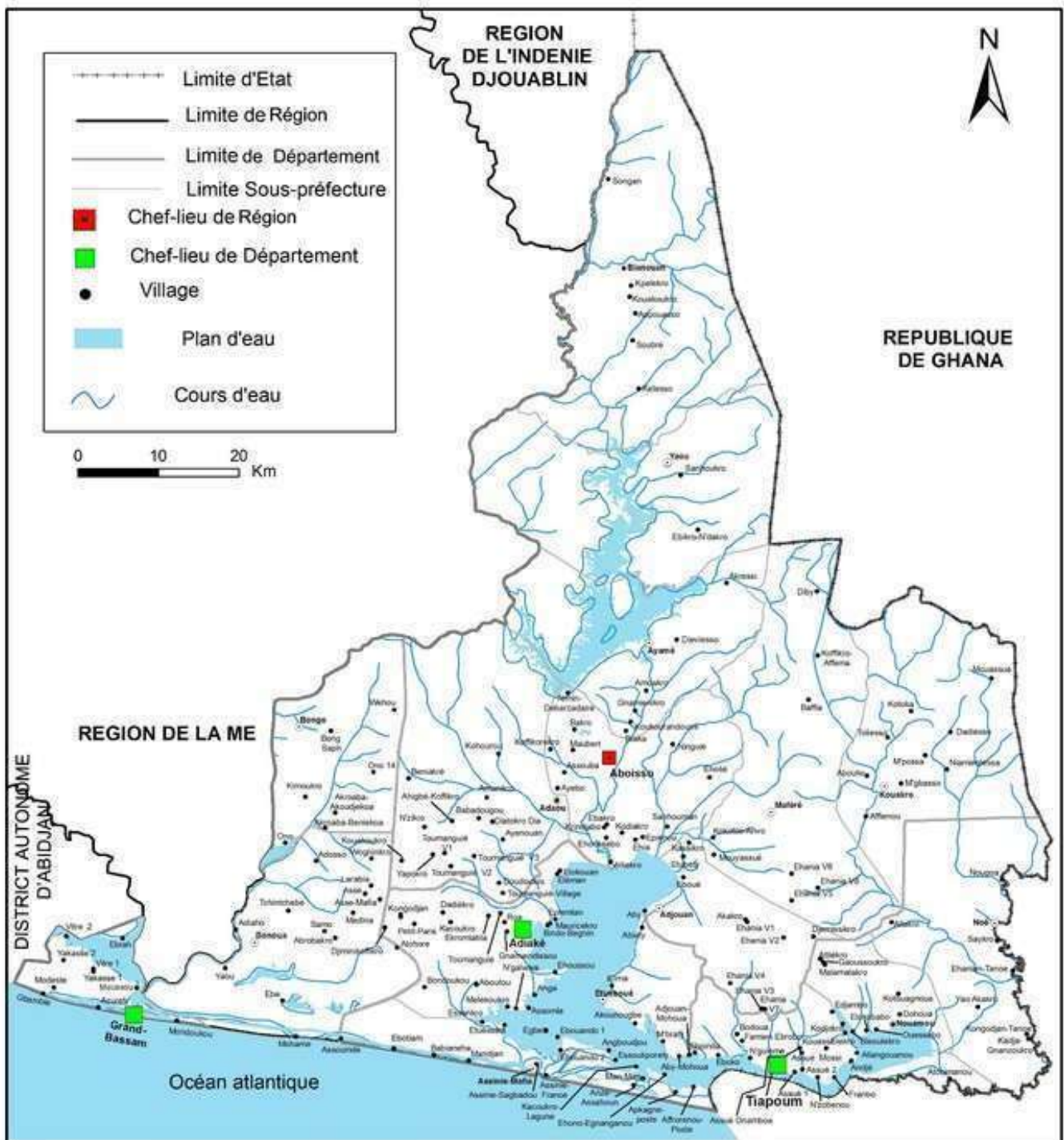
- L'hygrométrie moyenne, quant à elle, varie de 68 à 90 % d'humidité (SODEXAM, 2015). Cette réalité peut constituer un obstacle aux activités touristiques. Toutefois, APHING-KOUASSI (2001) relève que cette humidité ne constitue pas un handicap insurmontable. Il explique cette assertion par les raisons suivantes : d'une part, la température moyenne et l'existence d'un vent de secteur sud-ouest/nord-est atténuent beaucoup les effets d'humidité. D'autre part, le touriste n'a pas à fournir d'effort physique important pour trouver, dans des lieux de repos et de distraction, une climatisation qui a pour effet de réduire la température et l'humidité, même les activités touristiques extérieures ne sont pas impossibles.

- Une insolation relativement élevée : la durée de l'insolation consiste à déterminer le nombre d'heures pendant lesquelles l'espace est ensoleillé afin de savoir si elle est favorable au tourisme. Un lieu ensoleillé est synonyme de farniente et de repos et permet la satisfaction des vacanciers venus surtout des pays occidentaux. La durée d'insolation dans la région du Sud Comoé est estimée entre 1500 et 1800 h par an, selon les informations sur les tendances recueillies auprès du responsable de la station météo d'Adiaké.

Il est possible de pratiquer le tourisme dans l'ensemble de la région du Sud Comoé. Cette région bénéficie de longs moments favorables à l'activité touristique. Toutefois, l'expérience sur le terrain pendant les mois de mai, juin, juillet et septembre en 2013 et 2014, justifie ce caractère déterministe du climat sur le tourisme, particulièrement dans les villages. Au cours de cette période de pluie abondante, les voies routières vers les sites de curiosité en milieu rural sont impraticables, l'atmosphère est insupportable sur les plages de mer (mauvaise visibilité, difficulté à respirer...), les déjeuners champêtres sont impossibles... les activités de plein air sont irréalisables faute de moyens adéquats pour dompter ce revers du climat. Ainsi, la réalité est que l'activité touristique est régie naturellement par le climat en termes de période de pratique. Cela justifie sans doute le caractère très saisonnier du tourisme, surtout en milieu rural. Contrairement au climat, l'eau est une ressource favorable à la dynamique touristique dans la région du sud Comoé.

II-2-L'eau, un attrait touristique incontesté dans le sud Comoé

L'OMT (2012) affirme que l'eau est l'un des principaux atouts du tourisme dans le monde entier. Tous les ans, des millions de personnes voyagent de par le monde vers des destinations qui disposent de plans d'eau attractifs. Elle est également l'une des plus précieuses ressources du tourisme puisqu'elle alimente toutes les activités touristiques particulièrement tous les hôtels et les restaurants, loisirs et transport. Cette assertion, est justifiée, en Côte d'Ivoire, par la priorité de la politique touristique longtemps accordée aux régions balnéaires comme la région du Sud Comoé. Cette dernière présente une surface fortement drainée par l'eau. Ses eaux de surface se composent de plusieurs cours d'eau, de retenues d'eau réparties sur l'ensemble du territoire régional et des lagunes situées dans la zone côtière au sud (Figure 27).



Source: CCT 2014

Réalisation: BISSOU & KANGAH, 2015

Figure 27: Hydrographie de la région du Sud Comocé

Le principal bassin fluvial est constitué par le fleuve Comoé. Ce dernier prend sa source dans les deux plateaux gréseux du Burkina Faso, à Péri localité située entre la région de Banfora et celle de Bobo Dioulasso (AYRAUD et al, 1976 ; HAUHOUOT, 2002). Il a un cours de 900 km (RSC, 2015). Son lit draine un bassin versant d'environ 78000 km² (KOFFI ABE et KOTHIAS, 1991). Ce fleuve pénètre dans la région du Sud Comocé par le village Malamalasso vers le nord-ouest. A partir de cette localité, il coule sur près de 94,7 km avant de se jeter dans

la lagune Ebrié aux environs du village Moossou. D'un autocar, le visiteur peut observer l'embouchure du fleuve Comoé et de la lagune Ebrié dans cette zone d'un autocar à partir du deuxième pont de Moossou. Ce fleuve est navigable par endroit dans la région. Par exemple, les autorités villageoises des villages d'Adiaho et Yaou affirment l'emprunter pour vaquer à leurs travaux champêtres. Elles soulignent, par ailleurs, que les pratiques de promenade en pirogue s'effectuent sur ce cours d'eau dans l'optique de dépaysement et détente. Il permet aussi la pêche. Ce fleuve, à la base de plusieurs autres cours d'eau, arrose les villages Malamalasso, Adiaho, Yaou et Moossou, dans la région du sud Comoé (Figure 37). A côté du fleuve Comoé on note au moins 15 autres cours d'eau dont les plus connus sont les rivières Bia et Tanoé qui irriguent les villes d'Aboisso et d'Ayamé. Leurs nombreux affluents traversent plusieurs contrées. On rencontre aussi la rivière Songan au nord de la s/p de Bianouan, les rivières Alouba, Ambroran, Koun, dans la s/p d'Ayamé, Temin, Abroussué, N'djoma et Soumié dans la s/p d'Aboisso. Ehania, Toumanguié, le Ngotropré, Eholié, le Niangué, le Tomatié, Langloran, le Houni.

Les deux principaux lacs sont celui de la Bia de 1,7 km² et celui de Gbamele. L'Etat a construit les premiers barrages hydroélectriques de la Côte d'Ivoire sur la Bia dans la s/p d'Ayamé : les barrages Ayamé 1 et 2. A Ayamé, les deux barrages hydro-électriques peuvent faire l'objet d'une mise en tourisme plus importante avec des parcours thématiques et des événements dédiés à l'eau et à la lumière (fête de la lumière).

La figure 37 illustre bien que la région du Sud Comoé est un territoire fortement baigné par les eaux. En plus des fleuves et rivières, le milieu rural bénéficie de deux types de plans d'eau très remarquables et favorables au tourisme dans cette région : les plans d'eau lagunaire et maritime. Le plan d'eau lagunaire est constitué d'un immense réseau de lagunes qui ne laissent pas les visiteurs indifférents (Figure 28). La région du Sud Comoé est arrosée par plus de 14 lagunes dont quelques unes sont : la lagune Ouladine à Grand-Bassam, la lagune Ebrié qui mouille Moossou, la lagune Tendo qui borde les sous-préfectures de Tiapoum et de Nouamou, la lagune Aby (la plus vaste de la région avec 424 km²) qui baigne les territoires d'Aboisso, d'Adiaké, d'Etuéboué. On note que 4 territoires de la région du Sud Comoé ; notamment Grand-Bassam, Assinie, Adiaké et Tiapoum, appartiennent à un réseau de localités ivoiriennes possédant un ensemble, de lagunes reliées entre elles sur près de 350 km. C'est une réalité unique en Afrique, ainsi, du village d'Aby à l'extrême Sud-Est jusqu'à la ville de Sassandra, située au Sud-Ouest, peut-on naviguer uniquement par voie d'eau en passant par Bingerville, Abidjan, Jacquville, Dabou et Grand-Lahou. Les lagunes se concentrent sur 60% du littoral et occupent environ 1200 km² (ZORKOT, 2012). D'est en ouest, se succèdent, ainsi,

les lagunes Ehi, Tendo, Aby, Kodioubé, Ouladine, Potou, Adjin, Ono, Aghien, N’doupé (ou Ebrié), Makey, Tiegba, Brignan et Niouzoumou. La lagune Ebrié qui va de Grand Bassam à Toukozou, dans la région de Grand-Lahou, est la plus importante.

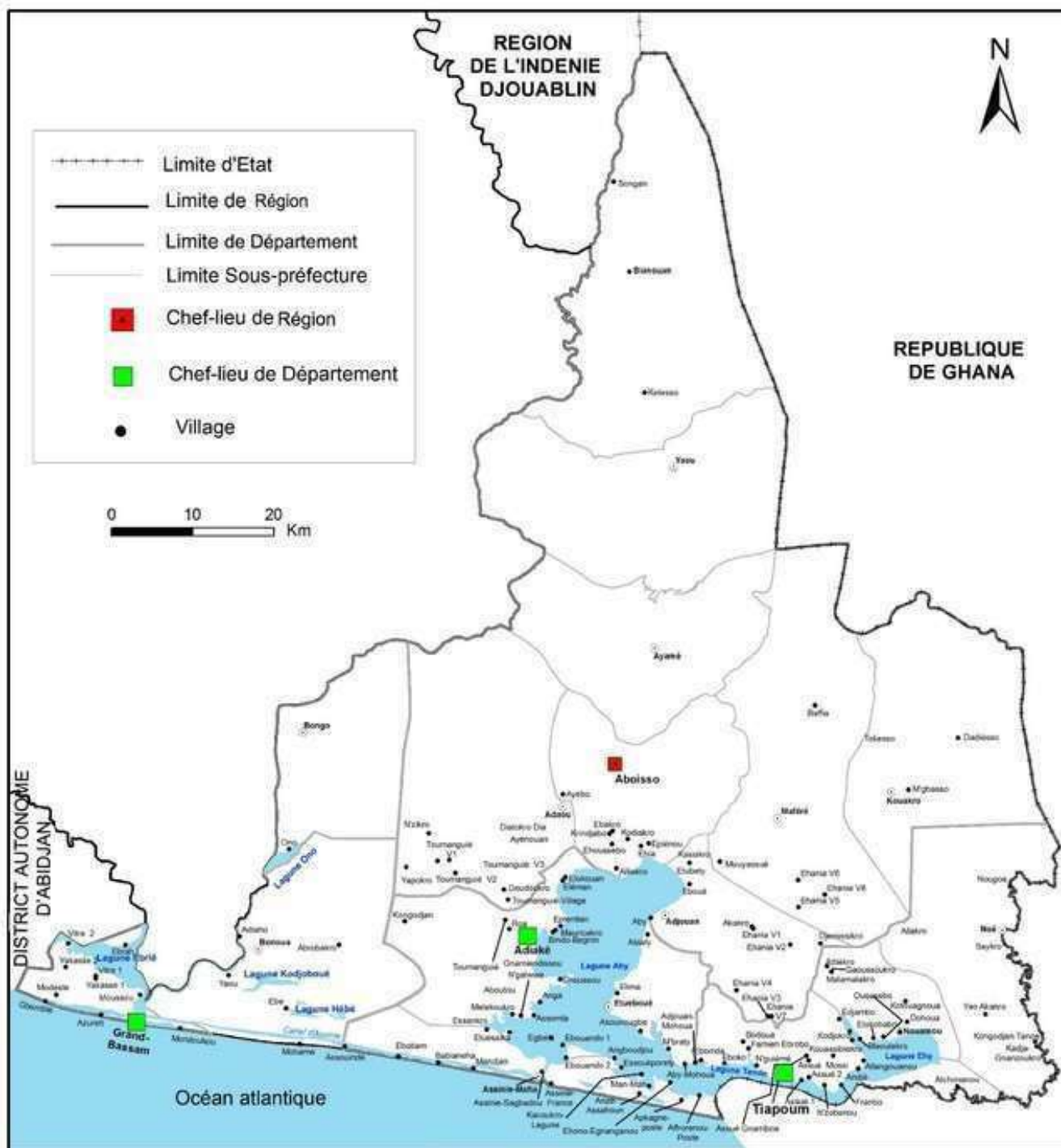


Figure 28: Réseau lagunaire de la région du Sud-Comoé

Situées dans des villages de pêcheurs proches plus ou moins des principales villes, ces lagunes favorisent le tourisme fluvial. Cette forme de tourisme permet de voguer sur les eaux à

bord de petites embarcations. En outre, elle permet aux touristes de découvrir les anciennes localités coloniales de la région du Sud Comoé. En plus de l'histoire et des vestiges coloniaux dans ces territoires, le visiteur y a la possibilité de s'attarder sur l'écosystème exceptionnel qu'offrent ces lagunes, notamment les mangroves, les ilots forestiers, etc. Certaines se confondent à la mer pendant la période de crue, ce qui fait la joie des habitants du village. A Pour corroborer cela, des autorités villageoises et des témoignages d'habitants des villages affirment qu'à ces périodes, les lieux d'embouchure attirent de nombreux spectateurs.

La zone littorale de la région du Sud-Comoé est d'environ 86 km de long. Le littoral est une étendue de terrain, le long des côtes au bord de l'océan. Ainsi, défini le littoral est un espace en contact direct avec l'océan. Par conséquent, il est entièrement influencé par le plan d'eau océanique. Ceci explique la présence d'un paysage particulier, d'un microclimat. Le littoral rural du Sud-Comoé laisse apparaître un paysage luxuriant, une côte sableuse. Cette côte est dominée par du sable dont la grosseur des grains varie de la Sous-préfecture de Grand-Bassam à celle d'Assinie. Cet espace est déterminé aussi par un climat frais et humide, mais ensoleillé par moments. Cela est un facteur favorable pour l'implantation des hôtels sur la côte et la pratique de plusieurs formes de tourisme dont le tourisme balnéaire. Ce terme désigne l'ensemble des produits et des services qui utilisent la mer et ses environs (plage) à des fins touristiques. Le littoral rural de la région du Sud Comoé est également un paradis balnéaire. Il offre aux visiteurs qui arrivent des sites balnéaires. Ces villages offrent de très belles baies maritimes et de superbes plages entourées par la forêt ou des plantations de coco (Photo 7). On perçoit une belle harmonie entre lagune, plage, mer et végétation pour donner un paysage attractif (Photo 8).



Photo 7 : Plantation de coco à Kassana village

Source : PADVTCL-CRSC, 2014



Photo 8 : Paysage lagunaire aux environs d'Edjambo (S/p de Tiapoum)

Source : PADVTCL-CRSC, 2014

Ces plages s'étendent des villages Gbambélé (s/p Grand-Bassam) à l'Ouest, à Aforénou-Poste à l'Est (s/p Etuéboué). Quelques-unes des plages qu'offre l'océan Atlantique font déjà l'objet d'une mise en tourisme dans les zones de Grand-Bassam et d'Assinie. Ce tourisme balnéaire a favorisé de nombreuses constructions : des hôtels remarquables, de somptueuses résidences secondaires et même, un parc zoologique, Dipi Crocodile à Assinie. La plage de Mondoukou a un caractère particulier avec l'océan peu profond, doux et calme. Ce village de pêcheur dispose d'une des belles plages de la Côte d'Ivoire. Les plages donnent la possibilité de détente, de baignade, de sports nautiques tels la voile, le surf, la pêche sportive en mer (surf-curting) dans le milieu rural. Les lagunes, fleuves et rivières constituent des attraits pour le développement du tourisme particulièrement dans l'espace rural de cette région. Ils peuvent également favoriser le développement du sport nautique (ski nautique, pédalo, canoë-kayak, etc.). Un volet particulier pourrait être consacré à la course de pirogues, un élément de l'attractivité touristique du territoire. Cette abondance des eaux, propices au développement du tourisme, constitue l'un des atouts majeurs de la région du Sud Comoé.

En somme, le milieu naturel, qui caractérise l'espace rural dans la région du Sud Comoé, constitue une manne pour l'essor du tourisme. A cela, s'ajoutent les ressources culturelles dont la mise en tourisme passe par sa connaissance et son identification.

III- UN PATRIMOINE CULTUREL DIVERSIFIÉ ET ATTRACTIF

La prise en compte du patrimoine culturel des communautés villageoises dans le processus de dynamique touristique est très importante. Cela exige une étude de ces différentes ressources socioculturelles pour une meilleure réalisation de leur mise en tourisme dans l'optique du tourisme durable. Cette section fait un diagnostic des villages sous l'aspect des peuples, des activités sociales, culturelles et économiques en rapport avec l'activité touristique.

III-1- Création et nom des villages : une identité des peuples

Le village est une étendue de la surface terrestre sur laquelle vit un groupe humain. C'est donc l'existence humaine sur un espace qui fait de ce dernier un territoire. En d'autres termes, le groupe humain donné aménage l'espace selon ses besoins, ses rites ou civilisations. Par conséquent, le territoire constitue un patrimoine du peuple concerné et il révèle son identité socioculturelle. Cette identité du village est littéralement renfermée dans son nom qui est aussi la trace de toute l'histoire de la communauté donnée. Le tableau 13 ci-après en donne une preuve pour ce qui concerne les villages enquêtés de la région du Sud Comoé.

Tableau 13 : Noms des villages et leurs significations

NOM VILLAGE	SIGNIFICATION DU NOM	NOM VILLAGE	SIGNIFICATION DU NOM
ABIATY	Le sommet du raisin africain bordant la lagune aby	EHANIA V6	Court d'eau non loin de l'usine centrale v1
ABOISSO	Sur caillou	EHANIA V7	Village 7 des employés de la société
ABROBAKRO	L'intellectuel	EHANIA V8	Viens et vois
ABY	Nom du génie qui occupait l'espace.	EHANIA VILLAGE 3	Nom d'un fleuve vers Noé
ABY MOHOUA	Je vais en guerre, si je meurt	EHIA	Il n'y a aucun autre village ailleurs
ADAOU	Causerie	EHOLIE	Rivière
ADAOU SOUMIE	Rivière entre Adaou et soumie	EHONO-AGNAGANOU	Nom d'un arbre appelé egnan
ADIAHO	Dans les bambou	EHOUSSOU	C'est le nom d'un génie
ADJOUAN	Le nom de la rivière adjouanou	ELEMAN	Si tu ne possèdes pas viens et tu en auras
ADJOUAN MOHOUA	Je vais en guerre si je meurs...	ELIMA MBOIN	Sur la colline au bord d'une rivière
AFFORENOU POSTE	Nom d'un village ghanéen	ELOKOBABO	Bois (en bas du bois)
AHIEKRO	Village ahie	EPIENOU	Le village porte le nom du génie
AHIGBE KOFFIKRO	Village de Koffi ahigbe (ethnie du Togo)	EPELMAN	La papaye
AHOUESSEBO	En dessous du canaris de la mort	ESSANKRO	Village d'essan
AKAKRO	Village du nom du fondateur	ESSOUKPORETTY	Au bout de file
AKOUNOUGBE	Arbre fruitier "dabou dabou"	ETUEBOUE	Le sous rochet en ehotide
AKPANGNE	Bois dur	ETUESSIKA	C'est l'endroit de masse de tronc de rafia
AKPESSI	Nom de marigot	FAMIEN EBROBO	Le village porte le nom de celui qui l'a crée
AKROABA AKOUDJEKOA	Village des akouzzins	FRAMBO	Sous l'arbre de fram
AKROABA BENIEKOA	Le village de bénie	GAOUSSOUKRO	Village de Gaoussou
AKROMIABLA	Village attie	GNAMBAKRO	Qui suit une personne qui est morte
ALLANGOUANOU	Tourbillon qui se faisait dans le fleuve tanoé.	GNAMIEN DISSOU	Si dieu me bénit ou je suis caché personne va me voir
ALLAOUKRO	Village d'allaou	GNAMIENKRO	Nom du fondateur du village
ALLIEKRO	Le village de nourriture	KACOUKRO	Village de kacou
ALOHORE	Le lieu de plusieurs médicaments	KASSIKRO	Village de kassi
AMANIKRO	Village d'amani	KETESSO	Koitouso (s'abaisser pour regarder)
AMOAKRO	Nom du fondateur du village	KIMOUKRO	Village de kimou
ANDJE	Campement	KODJOKRO	Porte le nom du fondateur kodjo
ANGAH	Bleke nous sommes restés	KOFFIKOKOREKRO	Le village de koffi le claire
ANGBOUDJOU	Lieu de joie et d'animation	KOFFIKRO	Village de koffi
ANZE ASSAHOUN	Crevette dans la lagune aby	KOHOUROU	Chien de l'eau
APPOUESSO	Situe dans une cuvette sur différents rochers	KOKOTILE-ANWO	Sans torteil nul ne peut grimper l'arbre
ASSE	Nom du lac	KONGADJAN	L'éloignement des champs du village djimini
ASSINIE FRANCE	Village des colons	KONGODJAN	Campement éloigné
ASSINIE MAFIA	Où passeras tu pour te cacher	KOTOUAGNOUA	Je m'en genouillé dans le sable
ASSOMLAN	Bois azobe et essole	KOUAKOUKRO LIMITE	Village de kouakou
ASSOUANKAKRO	Nom du premier habitant	KOUAKRO	Qui peut sauter le village pour aller à krindjabo
ASSOUBA	Où on fait beaucoup d'enfants	KOUASSIBLEKRO	Village de kouassible
ASSOUE I	L'eau	KOUKODOUMI	Ce qu'on ne peut pas soulever
ASSOUE II	L'eau	KPELEKRO	Le village de kpele
ASSOUE MOSSI	Habite par les mossi	KRINDJABO	Sous l'arbre krindja
ASSOUNDE	Lieu de palétuviers	LARABIA	Ancienne chaise (en baoule)
ASSUE GNAMBOA	Habite par les gnamboa	MAFERE	Les femmes sont fatiguées
AYAME (AYAMIN)	Tu m'as provoque	MALAMALAKRO	Fondateur malan
AYEBO	Sous le palmier	MAN-MAN	Si je n'étais pas arrive
AYENOUAN	Nom de rivière	MAURICEKRO	Maurice
AZURETTI	La fin de lagune	MEDINA	A l'image de Médine de l'Arabie saoudite
BABADOUGOU	Village de baba	MELEKOUKRO	Melekou
BAFFIA	On s'est caché venez fait de même	MODESTE	Exploitant forestier français
BAKRO	Les enfants ont leur propre village	MONDOUKOU	Je ne quite plus "je ne bouge plus"
BEDOBEGNIN	Jette pas le regard à cause des litiges	MONDOUKOU	Je ne bouge plus du à l'avance de la mer
BENIEKRE OU BENIAKLE	Coup de regard inquiet	MOOSSOU	A cause de mamam
BIAKA	Le nom d'une rivière	MOUYASSUE	Mouhi-assue la rivière de mouhi
BIANOUA	Au bord de la bia	MPOSSA	Malasser de la nourriture
BIANOUAN	Au bord de la bia	NGALWA	Je reste ici
BILEOUEKRO	Village du vieux bileoue	NGBASSO	En souvenir de la sœur du fondateur ablan n'gba
BODOUA	Voilà la queue de l'éléphant que j'ai tué	NGNIEME	Terre d'accueil
BONDOKOU	Charlatan	NOE	Nom de fleuve
BONGO VILLAGE	Village à l'accès difficile	NOUAMOU	Champs de canne
DADIEKRO	Village de dadie	NOUGOUA	La nourriture en abondance
DADIESSO	La puissance du sabre	N'ZIKRO	Village de n'zi
DIATOKRO	Village de diatto	NZOBENOU	Le nom d'un arbre n'zobe
DIBY	Il faut manger aussi	ONO	Lagane ono
DIEVISSOU	Village qui est sur la mer	OUESSEBO	Sous colatier
DJEMISSIKRO	Village de Djemissi Koulibaly	PETIT PARIS	La case de la propreté
DJIMINIKOFFIKRO	C'est l'ethnie de celui qui portait l'impôt aux colons	PETIT PARIS (EDJOUOLON)	Poisson en décomposition
DOHOUAN	Rassemblement du peuple	ROA	Nom d'une rivière
DOUDOUKRO	Village de doudou	SAMO	Grande mère assoie toi
EBAKRO	Village de eba	SANHOUKRO	Nom du fondateur
EBIKRO-NDAKRO	Famille ebe	SANHOUMAN	Seule le vent qui peut enlever le chapeau du roi.
EBOINDA	Deux eaux jumelles	SAYKRO	Say nobbou propriétaire
EBOKO	Va et vient du peuple ehotide	SOUBRE	Assue blie (eau noire)
EBOKOFFI	Quartier de koffi	TCHANTCHEVE	Appellation d'une famille de bonoua
EBOTIAHON	Rivage du fleuve ebo	TEMIN DEBARCADAIRE	Village situe au bord de l'eau
EBOUANDO 1	Un village de pêche	TIAPOUM	Atraper et fumer les poissons
EBOUANDO 2	L'entrée du canal	TOLIESSO	Au bord du fleuve tolle
EBOUE	Le nom de la rivière	VITRE I	Régime de graine
EBRA "OBGOU"	Les frères menteurs	VITRE I VETE	Régime de graine
EDJAMBO	En bas de l'arbre	VITRE II OTCHOUGBô	Nom du génie du site
EGBEI	Lieu où il y a beaucoup de poissons de type arrandi	VITRE IIOTCHOUGBO	Nom du génie du site
EHANIA TANOE	La rencontre des rivières	WEHOU	Soupir d'extenuation
EHANIA V1	Nom d'une rivière du côté de Noé	WOGNINKRO	Village de wognin
EHANIA V4	Numérotation pour distinguer les villages	YAO AKAKRO	Village de Yao Akakro
EHANIA V5	SODEPALM	YAOU	On va mourir en agni
	Nom du ruisseau	YAOU	Nom de rivière

Sources : PADVTCL-RSC (2014), BISSOU (2014, 2015)

Dans le cadre d'un projet touristique en milieu rural, ce préalable est aussi important à noter. D'ailleurs, des études sur le tourisme en milieu rural africain, des documentaires et les approches des visiteurs et potentiels visiteurs des villages, ont montré que plusieurs visiteurs des villages s'intéressent aux significations des noms et à l'histoire de création des villages. Comme illustration, l'enquête auprès des visiteurs nationaux et étrangers révèle que 90% des personnes interrogées dans ce sens se posent les questions suivantes :

A quelle période ce village est-il créé ?

Comment ce village a-t-il été créé ?

Que signifie le nom de ce village ?

De l'enquête réalisée dans les villages de la région du Sud Comoé, il ressort que 83% des villages tirent leurs noms d'un fait historique ou d'un événement marquant la vie du fondateur. Ces faits sont généralement liés à un événement heureux à l'issue d'une partie de chasse ou de pêche fructueuse. Dans certains cas, c'est à l'issue d'une victoire remportée sur l'ennemi ou dans le cas d'une hostilité. Enfin, moins de 10% tirent les noms de la création de plantation ou usine industrielle dans la région. Quelques exemples sont édifiants en la matière :

Les plantations et création d'usine :

« Ehania V1 : Robert GARNIC crée des plantations et une usine, les Agni refusaient de rester sur le site pour travailler avec les blancs ;

Mondoukou : signifiant Je ne bourge plus face à l'avancée de la mer était une plantation de cocotier de M. EBAGNIN » ;

Les exploits des chasseurs d'éléphants :

« Aby : un Chasseur d'éléphant du nom d'Amia Bléhou vivant dans le village Assomoukro découvre un site au bord de la lagune au XIX^e siècle auquel il donne le nom d'un génie qui signifie géant fromager » ;

« Melekoukro du nom de Meloukou, un chasseur venu d'Elipè (Etuéboué) qui s'y installe à cause de l'eau »,

« Bianouan qui signifie au bord de la Bia s'appelait autrefois Anakon (entente) qui fut découvert par un chasseur d'éléphant N'GUESSAN Soroba » ;

Les exploits des pêcheurs :

« Nanan Akpanhi après une bonne pêche dans la lagune Aby donna le nom de Anzé-Assahoun au lieu qui est le nom actuel du village »,

« Tiapoum signifie attraper le poisson pour le fumer du peuple N'zima venu du Ghana » ;

Les immigrations :

« N’galwa : après une crise interne, une fraction du peuple Ehotilé quitte Assôkô-Monobaha, Bianou pour le territoire actuel N’galwa. Le chef de file Wanda Famian à la vue de cet endroit propice s’exclama « Je reste ici » cette exclamation devint le nom du village actuel » ;

« Bedobegnin : deux frères venus d’Eplema après des litiges sont allés s’installer de l’autre côté appelé désormais Bedobegnin qui signifie « Ne jette pas le regard » ;

Les victoires remportées après des litiges

« Appouesso venu d’Egypte en passant par le Ghana et Koun, le peuple a livré une longue bataille avec les gorilles pour obtenir une terre libre » ;

« Ketesso : s’abaisser pour voir après une lutte victorieuse contre les gorilles » ;

Les exploitations forestières :

« Ono 14 était à l’époque un repère pour les colons lors des exploitations forestières : 14 désignait la quatorzième zone d’exploitation et Ono la lagune vers laquelle les bois devaient être conduits pour être acheminés à Bassam, Bongo : Niangra Kouamé partie de Bonoua en 1912 découvre une forêt à environ 50 km de sa communauté. Exploitant forestier, il dit que l’endroit est difficile d’accès donc on n’y va pas. Vongo en langue et bongo pour les colons ».

L’analyse des mêmes données d’enquête montre que 88,4% des villages de la région du Sud Comoé ont été créés avant l’indépendance de la Côte d’Ivoire. La création des plus vieux villages date des années 1600. Cette période correspond d’ailleurs aux premières migrations des peuples akan vers cette partie de la Côte d’Ivoire. Toutefois, les localisations actuelles des villages ne sont toujours pas les espaces originels. Plusieurs autorités villageoises affirment que les habitants ont été regroupés ou déplacés au bord des grandes voies de circulation à la demande des autorités coloniales d’autrefois et des autorités administratives ivoiriennes après l’indépendance.

III -2- Situation démographique du Sud Comoé

III-2-1- Evolution de la population du Sud Comoé

La population de la région du Sud Comoé est de 642620 habitants selon le RGPH 2014. Ce volume de population représente 2,8% de la population ivoirienne (RGPH, 2014). Cette population connaît une croissance rapide à l’instar de celle des autres régions de la Côte d’Ivoire et des localités dans les pays africains. La figure 29 ci-dessous en est une illustration.

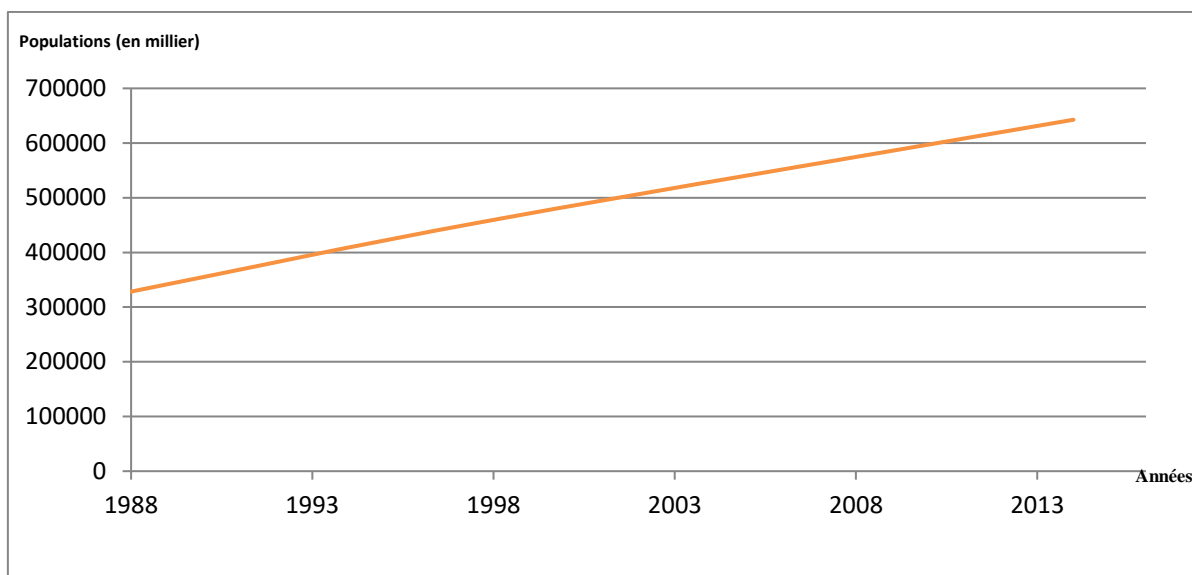


Figure 29 : Evolution de la population de la région du Sud Comoé entre 1988 et 2014

Sources : INS (1989), RGPH (1998, 2014)

L'analyse des données de recensement de la population montre que la population de la région du sud Comoé est passée de 328 365 habitants en 1988 (INS, 1989) à 642 620 habitants en 2014 (RGPH, 2014). Elle met en évidence que la population de 2014 fait presque le double de celle de 1988. Le taux d'accroissement moyen annuel sur la période de 1988 à 2014 est de 2,12 %. Au regard des données démographiques de 2014, la région du Sud Comoé occupe la 11^{ème} place en terme de volume de population des 31 régions ivoiriennes. Mais elle se situe parmi les régions de forte densité de la population avec une densité estimée à 89 hbts/km². Cette concentration de la population s'explique par de nombreuses opportunités d'habitation, d'exploitation économique qu'offre son milieu naturel. Evidemment, les visiteurs curieux de découvrir ce milieu, n'y manquent pas. Cette population est inégalement répartie sur toute la région (Tableau 14 et Figure 30)

Tableau 14 : Volume et densité de la population par département en 2014

	Superficie en km ²	Population	Proportion pop en %	Densité hbts/km ²
ABOISSO	4 452	307 852	48	69
ADIAKE	786	83 547	13	106
GRAND-BASSAM	1 011	179 063	28	177
TIAPOUM	940	72 158	11	77
TOT REGION	7 189	642 620	100	89

Source : RGPH, 2014

La densité de la population est forte dans les départements de Grand-Bassam et Adiaké. Les effectifs cumulés de la population par département classe Aboisso en tête, avec 307 852 habitants, suivi de Grand-Bassam, Adiaké et Tiapoum qui comptent respectivement 179063, 83547 et 72158 habitants. Un autre fait important est la proportion élevée de la population rurale estimé à 54 % de la population totale.

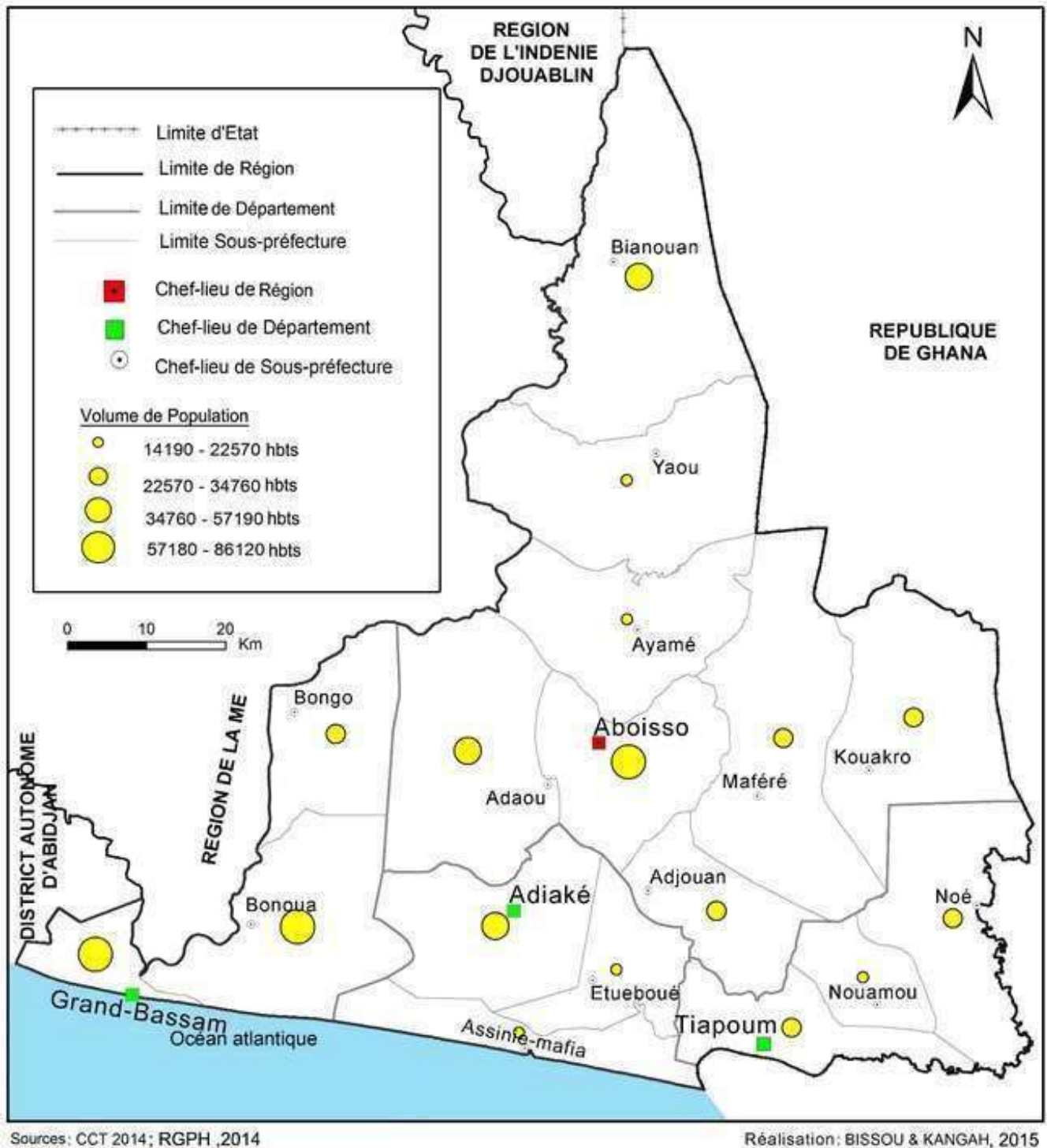


Figure 30 : Population par sous-préfecture en 2014

III-2-2- Structure démographique par type de lieu

La population de la région du Sud Comoé est à dominante rurale. L'étude de l'espace rural de la région du sud Comoé révèle que cet espace a été toujours habité. Il est d'ailleurs reconnu comme la première porte d'entrée des explorateurs et des colonisateurs de la Côte d'Ivoire entre le XVIIe et XVIIIe siècle. On note que cette région n'a pas connu de grandes villes précoloniales à l'instar des villes comme Kong au nord de la Côte d'Ivoire, Tombouctou et Gao au Mali. Les villes actuelles sont en grande partie le fait des pouvoirs coloniaux. Cela montre la ruralité de cette partie de la Côte d'Ivoire avant la colonisation. Les premiers villages à accueillir les colons sont Assinie, Elima, Assouindé, Assoyam.

En 1998 les ruraux représentaient 67 % et les citadins 33% soit un écart de 34 %. Selon ESSAN (1986), en 1985, les populations rurales et urbaines étaient respectivement estimées à 101191 habitants (82%) et 21719 habitants (18%) soit un écart de 64%. L'écart entre les deux types de population a diminué. Il est passé de 64% en 1985 à 34% en 1998 et 8% en 2014. Certes, la région tend à s'urbaniser mais la proportion de la population rurale montre qu'elle est encore en majorité rurale. Cette population est synonyme de force de travail pour une meilleure productivité surtout des activités du secteur primaire dont les villages sont les lieux de prédilection. Elle traduit aussi, la compétence par le savoir, l'imagination et le dynamisme qui apporte toujours des innovations dans les secteurs d'activité comme le tourisme.

III-3- Composition ethnoculturelle

III-3-1- Les peuples autochtones et leur installation

L'espace rural constitue le noyau ethnoculturel de tout individu en Afrique. L'appartenance ethnique est généralement définie en rapport avec les localités rurales. Cette variété ethnique constitue une richesse culturelle. A juste titre, SABOURIN, (1985) énonce que les particularités culturelles d'une population sont du point de vue touristique des atouts importants en vue de susciter la venue des visiteurs. Celles-ci sont d'autant plus intéressantes qu'elles sont spécifiques à une région et qu'elles sont mises en valeur par une population consciente de ce qu'elles représentent. De l'enquête effectuée auprès des villages, il ressort que la région du Sud Comoé est composée Ehotilé, Essouma, N'zimah, Abouré et Agni-sanwi comme des principaux peuples.

III-3-1- 1- Le peuple Ehotilé

Le peuple Ehotilé est cité parmi les premiers habitants de la Côte d'Ivoire d'autant plus qu'aucune étude ne précise clairement l'origine et les dates de ses migrations vers la Côte d'Ivoire. En cela, de la source orale abondamment consultée sur ce peuple, on peut retenir que selon les populations, leurs ancêtres seraient sortis de l'eau et se sont installés sur l'île Monobaha (côté Ouest de l'île Assoko-monobaha). Après avoir été combattus par les Agni de Krindjabo qui les déportèrent sur la Bia, les Ehotilés se sont retrouvés, par la suite, dans la sous-préfecture d'Etuéboué (Figure 31).

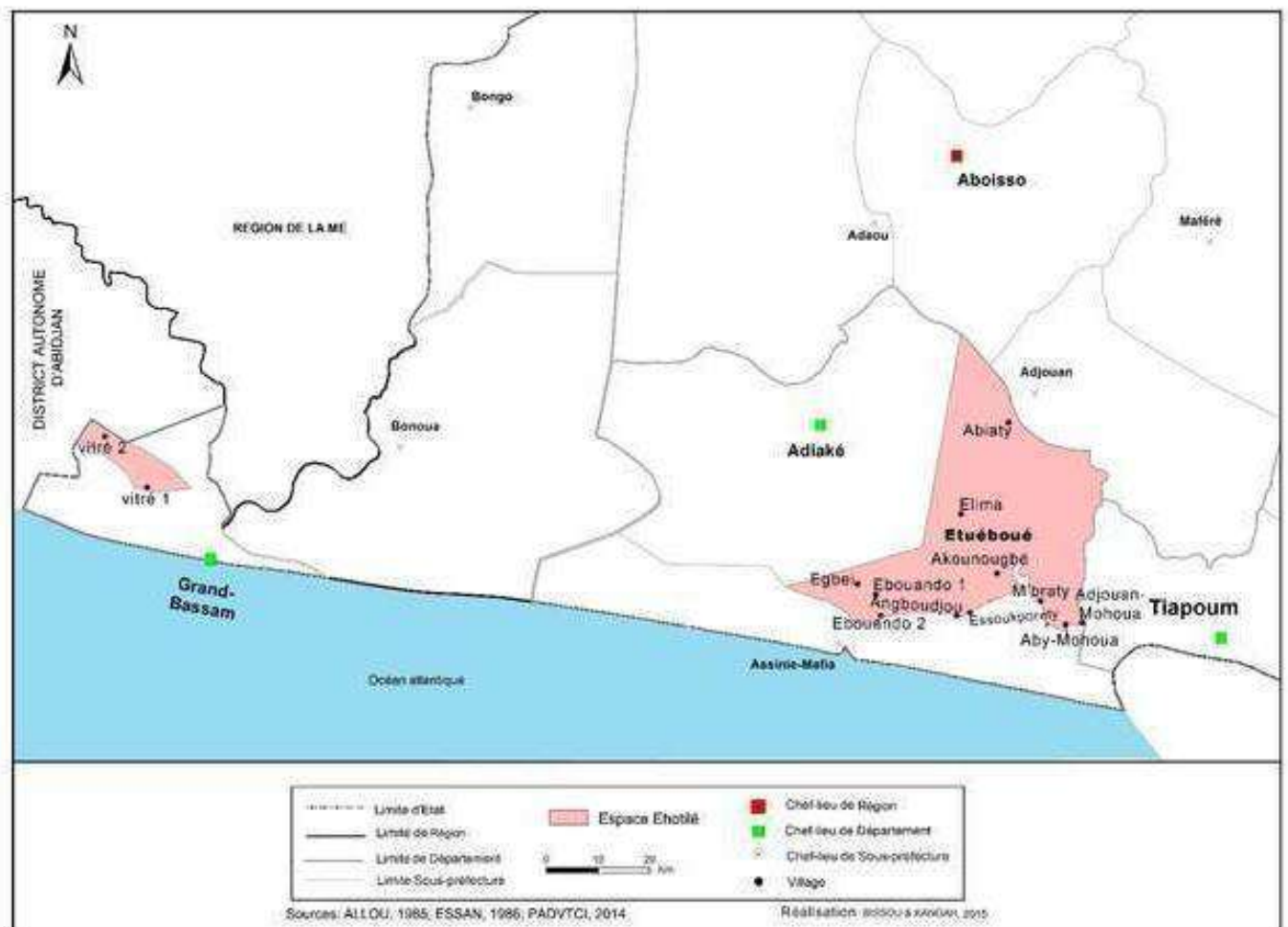


Figure 31: Occupation spatiale du peuple Ehotilé dans la région du Sud Comoé

La figure 31 permet d'observer que le peuple Ehotilé est reparti sur 13 villages de la région du sud Comoé (Figure 31). Onze (11) de ces villages sont localisés dans le département d'Adiaké et 2 dans le département de Grand-Bassam (Vitré 1 et vitré 2). Les villages Ehotilé sont essentiellement situés sur les rivages aquatiques (lagune, mer), à savoir les îles. Pour

prévenir d'éventuelles invasions ennemies et empêcher leur peuple déjà minoritaire d'être décimé, les Ehotilés se sont installés tout autour de la lagune Aby samandje. Cela justifie d'ailleurs le très fort lien entre les Ehotilés et l'eau.

III-3-1-2- Le peuple Essouman

Le nom Essouman signifie littéralement « ils pleurent mais continuent de marcher ». Ce vocable est donc une preuve de la témérité de ce peuple. En effet, le peuple Essouman, tout comme bien d'autres peuples akan, est arrivé sur les côtes atlantiques ivoiriennes après maintes batailles. Les Essouman ont combattu plusieurs ennemis. Ils ont gagné d'innombrables batailles et ils ont perdu plusieurs de leurs braves guerriers dans ces campagnes militaires sur le chemin qui les menait à la mer, à l'actuel territoire d'Assinie. Les populations Essouman, affirment que leurs ancêtres sont venus du Ghana. Ces derniers s'étaient installés sur l'île Assoko (Côté Ouest de l'île Assoko-Monobaha). L'ancêtre des Essouman, Adjri Bitá, étant à la recherche de sel, a découvert la mer aux environs d'Assinie Mafia. C'est dans cette zone qu'il s'établit avec tout son peuple (Figure 32).

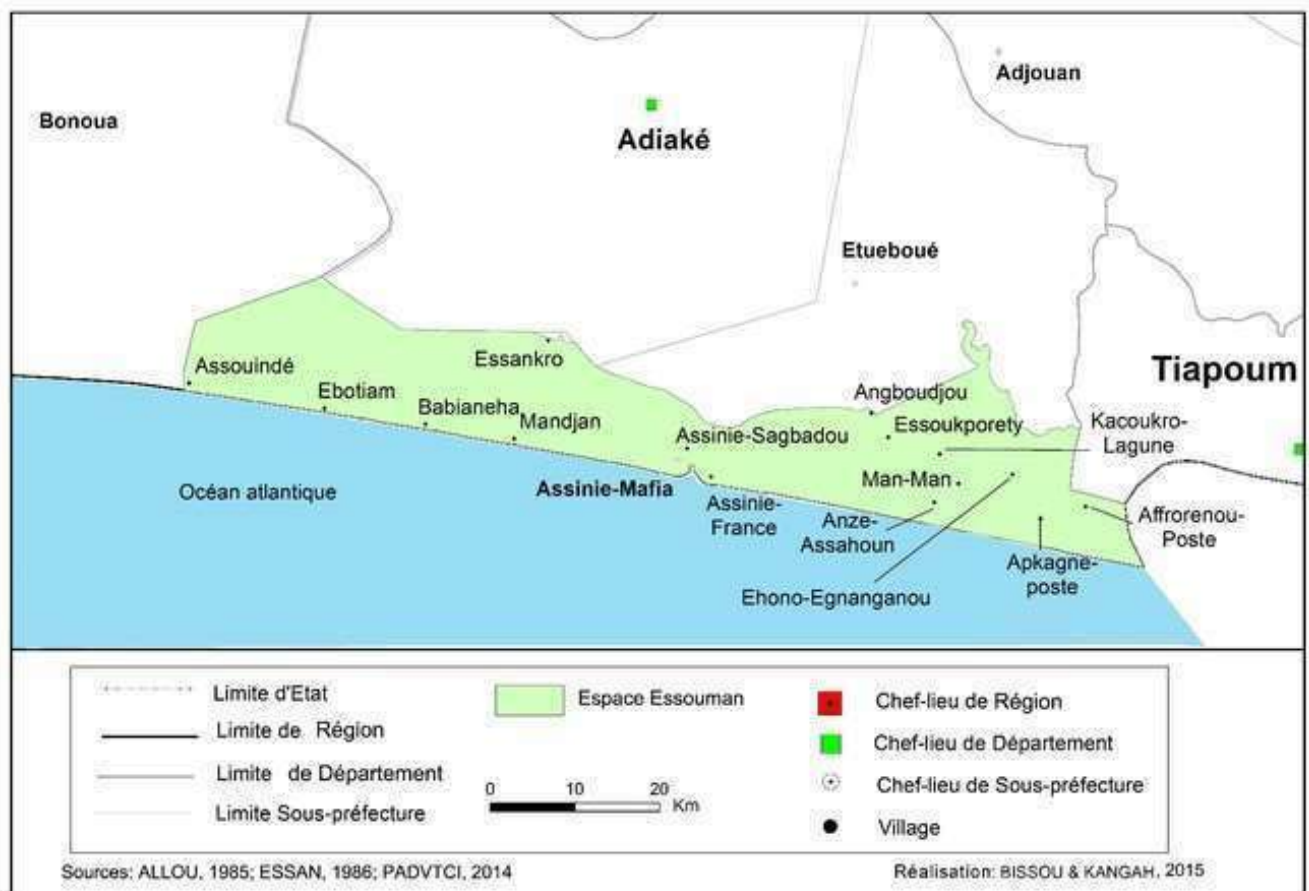


Figure 32 : Occupation du peuple Essouman dans la région du Sud Comoé

Ainsi, ce peuple occupe actuellement les principaux villages de la sous-préfecture d'Assinie Mafia (Assinie, Assouindé, Ebotiam, Essankro). Cette localité est la capitale du royaume Essouman. C'est le lieu où les envahisseurs européens, les chasseurs d'esclaves, les colonisateurs ont mis les pieds premièrement. C'est le site de la première école de type européen et le site du second comptoir d'échange commercial entre blancs-européens et noirs-africains dans le golfe de Guinée.

Une fois installés sur les côtes atlantiques, ils ont connu un succès économique grâce au florissant négoce de l'or, de sel et aux contacts fréquents avec les explorateurs au milieu du XVII^e siècle. Des contacts du roi Nana Zena avec la France, le prince Aniaba, à l'âge de 15 ans bénéficiera d'un séjour auprès du roi Louis XIV. Le prince y a appris à lire et à écrire. Il fut baptisé à la religion chrétienne en 1691 et fut fait officier de cavalerie en Picardie. Aujourd'hui, ce dernier reste une figure emblématique du peuple Essouman.

III-3-1-3-Le peuple N'zimah

Ce peuple a connu différentes appellations. Les plus connues sont « N'zimah, N'zema » et « Appolo ». Ces appellations sont en rapport, non seulement, avec l'histoire de son peuplement, sa première destination de refuge, mais aussi, ses premiers contacts avec les européens. Plusieurs études en histoire (LOUCOU, 1983, 1985 ; DIABATE, 1984 ; ALLOU, 1999), révèlent que le nom Apollo tiré de Apollonia (nom portugais) est lié au petit promontoire de Benyinli dans l'actuel Ghana. En effet, les portugais Joao de Santarem et Pedro De Escobar, en arrivant au large du littoral de la région le 9 février 1640 (jour de Sainte Apolline), ont aperçu un promontoire qu'ils appelèrent Cabo De Santa Apollonia. Ce nom fut d'ailleurs attribué au fort de Benyinli bâti entre 1768 et 1770 à la demande du roi N'zimah Amihyia Kpanyinli II. Ainsi, les habitants de cette région furent appelés par ce nom. Quant au nom N'zimah, il viendrait selon un notable à Assoyam, de l'expression *Menzema* (je ne sais pas) ou *Njeba* (traquer), car refuge de ceux qui sont traqués. Mais des mécontentements dus à la gestion de plusieurs rois, aux guerres civiles, surtout après la mort Kaku Aka en 1851, vont provoquer des vagues de migrations des populations N'zimah vers la Côte d'Ivoire actuelle. Des fractions du peuple N'zimah ont trouvé refuge dans le royaume sanwi et le territoire Essouma avant de migrer plus vers l'ouest pour s'établir à Assoyam dans l'actuelle sous-préfecture de Grand-Bassam. Au début de la guerre civile au XIX^e siècle, d'autres fractions ont migré vers la Côte d'Ivoire pour occuper d'autres espaces dans l'actuelle région du Sud Comoé. Ces populations y fondent plusieurs villages pour marquer leur installation (Figure 33)

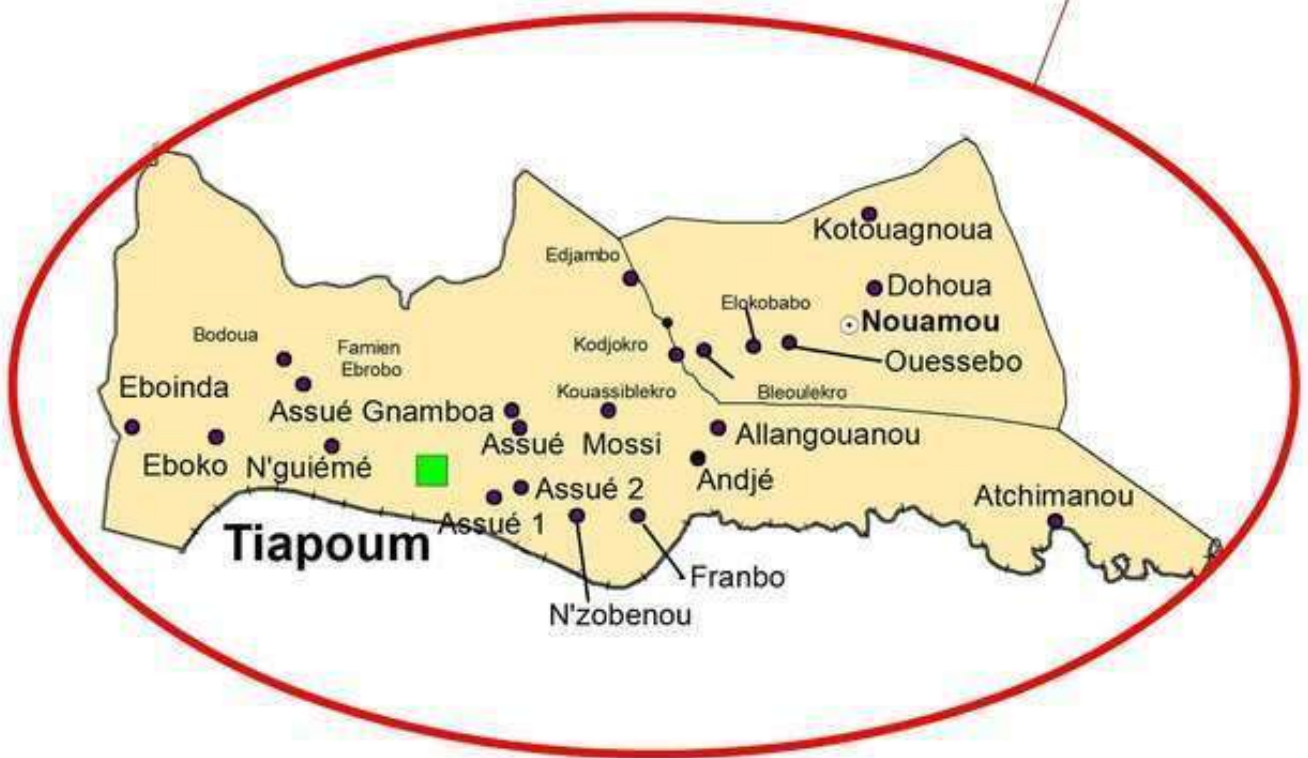


Figure 33 : Occupation du peuple N'zima dans la région du Sud Comoré

La figure 33 montre que les populations N'zimah ont occupé, finalement, une partie de la sous-préfecture de Grand-Bassam et la Sous-préfecture de Tiapoum.

Une autre autorité villageoise, dans la sous-préfecture de Tiapoum, relate, que « les premiers N'zimah qui se sont installés sur la rive Nord de la lagune Tendo-Ehy, sont partis du village d'Adusuazo (Adu) sous la direction d'Amon Aka, le fondateur de Ngyeme. L'arrivée de la première vague d'Aduvolè (les originaires d'Adusuazo) se situe entre 1868 et 1870, au début de la guerre civile ». D'autres N'zimah, pendant toute la durée de la guerre civile et même plus tard, partent de divers villages du royaume pour s'établir dans la zone actuelle de Tiapoum qui prendra naturellement le nom de pays N'zimah-aduvalè (ALLOU, 1999). Le nom Aduvalè signifie simplement les originaires d'Adu (Adusuazo).

Les populations N'zimah ont été des habiles commerçants, nombreux et forts, avec les explorateurs et administrateurs des anciennes puissances coloniales (les Anglais, les Portugais, les Hollandais et les Français). Selon une autorité villageoise, le peuple a eu des contacts très poussés à l'intérieur de la Côte d'Ivoire. Ils pratiquaient le commerce intérieur appelé Ebonougoua et Egnuanzougoua en langue locale (marché intérieur ou marché entre nous). Les N'zimah vendaient le tabac, le sel, les pagnes, la liqueur, et des serviettes. En outre, poursuit-il, il y avait parmi eux des planteurs de cocotiers.

Quelle que soit leur appartenance aux différents territoires et royaumes, au niveau de l'institution des familles dans le peuple N'zimah, il y a sept grandes familles ou sept clans. Chacun a son symbole, son organisation interne et porte un nom singulier. Le trône ou Aboussouan Bia ne pose aucun problème. Ce sont :

- les Alonhomba qui ont pour symbole le raphia et la calebasse ;
- les N'Djuaffô ou les Ahua ou encore les Mahilé : ils ont pour symbole le chien et le feu ;
- les Azanhounlé ont pour symbole l'igname et tout ce qui pousse sur la terre ;
- les Adahounlin ont pour symbole la graine palmiste et le perroquet ;
- les Ezohilé ont pour symbole l'eau, le riz et le corbeau ;
- les N'Vavilé sont les propriétaires de l'Abissa ;
- les Mafilé ont pour symbole l'or.

Une autre autorité villageoise, interrogée, précise que les Mafilé et N'Vavilé ont les mêmes origines. « Dans la vie courante, ces deux familles sont toujours ensemble ».

Toutes les 7 familles, réunies, forment le peuple N'zimah dans sa globalité. Le peuple N'zimah appartient au groupe Akan et a pour mode de fonctionnement le régime du matriarcat. Chez les N'zimah, il n'y a pas de distinction de localité. L'individu est régi par sa famille, quel

que soit l'endroit où il se trouve. Dans la société traditionnelle n'zimah, le roi est le chef des 7 familles, le patron de ce peuple.

Les populations N'zimah ont aussi en commun la cérémonie marquant l'année nouvelle, le Kundum ou Abissa. Elle sert comme moyen d'unification des N'zimah. Cette institution, à l'origine propriété du clan N'vavilé, a été récupérée par les rois qui en ont fait une forme de rituel s'inscrivant dans le domaine des stratégies. Elle permet au trône principal de se donner périodiquement une nouvelle vigueur. A cette occasion, les sièges secondaires réaffirment leur allégeance au roi.

Chez les N'Zimah, les femmes sont les gardiennes du trône. L'épouse du roi et leurs enfants n'héritent pas du trône, c'est plutôt le neveu ou le frère. Les notables sont choisis parmi les chefs de famille. Le collège de notables est dirigé par un chef qui est le premier conseiller du roi appelé Tfouhen. C'est lui qui, au nom du roi, règle les problèmes de la société. Les notables ont pour rôle le règlement des litiges. Ils encadrent le peuple dans sa gestion quotidienne. Actuellement, la région du Sud Comoé compte deux royaumes N'zimah: Le royaume des N'zimah aduvolè dont le siège est à Tiapoum et celui des N'zimah Kotoko dont le siège est à Assoyam (Grand-Bassam).

III-3-1-4- Le peuple Abouré

Selon les informations recueillies auprès des personnes ressources, lors de l'enquête, les Abouré s'appelaient anciennement Efié pour certains et Abou pour d'autres. Le nom Abou est proche d'Abouakwa ou Abuakwa (guerriers abou). C'est un peuple guerrier originaire de Kokobiante, une localité adanse dans le royaume, Dansa du pays ashanti dans l'actuel Ghana (ALLOU, 1985). Autrefois, ce peuple vivait précisément dans une région proche des sources du fleuve Tanoé dans le pays Bono et dans le royaume Dansa. Les Abuakwa sont les fondateurs de l'Etat Akyem Abuakwa et ses dirigeants sont membres du matriclan Asona.

Les Abouré seraient venus du Ghana vers 1620, fuyant les troubles dans leur royaume. Ils ont migré vers l'Ouest, passant la Tanoé et le Bouègne pour s'installer à la fois près des sources de l'Ehania et sur les rives du complexe lagunaire Aby-Tendo-Ehy. Plus tard, ils subissent une attaque meurtrière des Anyi Sanvi. Face à ce désastre, Une fraction des Abouré, les Ehivè, quittent cette première zone pour s'installer dans la région de Samo, en y créant plusieurs villages par affinité matriclanique. Par la suite, Alouan Kabi un membre du matriclan Hulunvi, découvre le site d'Oboluon (Bonoua) à l'orée de la forêt. Le roi Kakou Nogbou successeur du roi Ahoulé, persuade les autres matriclans de venir s'y regrouper afin de mieux résister aux attaques persistantes des Okyi (comme les Abouré appellent les agni sanwi).

Une autre fraction à savoir les Ehè s’installe au confluent du Comoé (ce fleuve est appelé Mèmèlè par les Abouré) et de la rivière Owlavé pour après s’établir définitivement à Moossou.

Certains Ehivè, dirigés par un lignage de matriclan Ogboum, quittent Samo pour Sèhièho. Ils étaient dirigés par Aboua Aboua. Après une longue pérégrination, ils se fixent à Agbou connu sous le nom d’Ebra et forment le sous-groupe Abouré des Ossuon. Les populations Abouré ont connu plusieurs mutations spatiales. C’est vers la fin du XVII^e siècle qu’elles se sont installées définitivement sur leurs sites actuels (Figure 34)

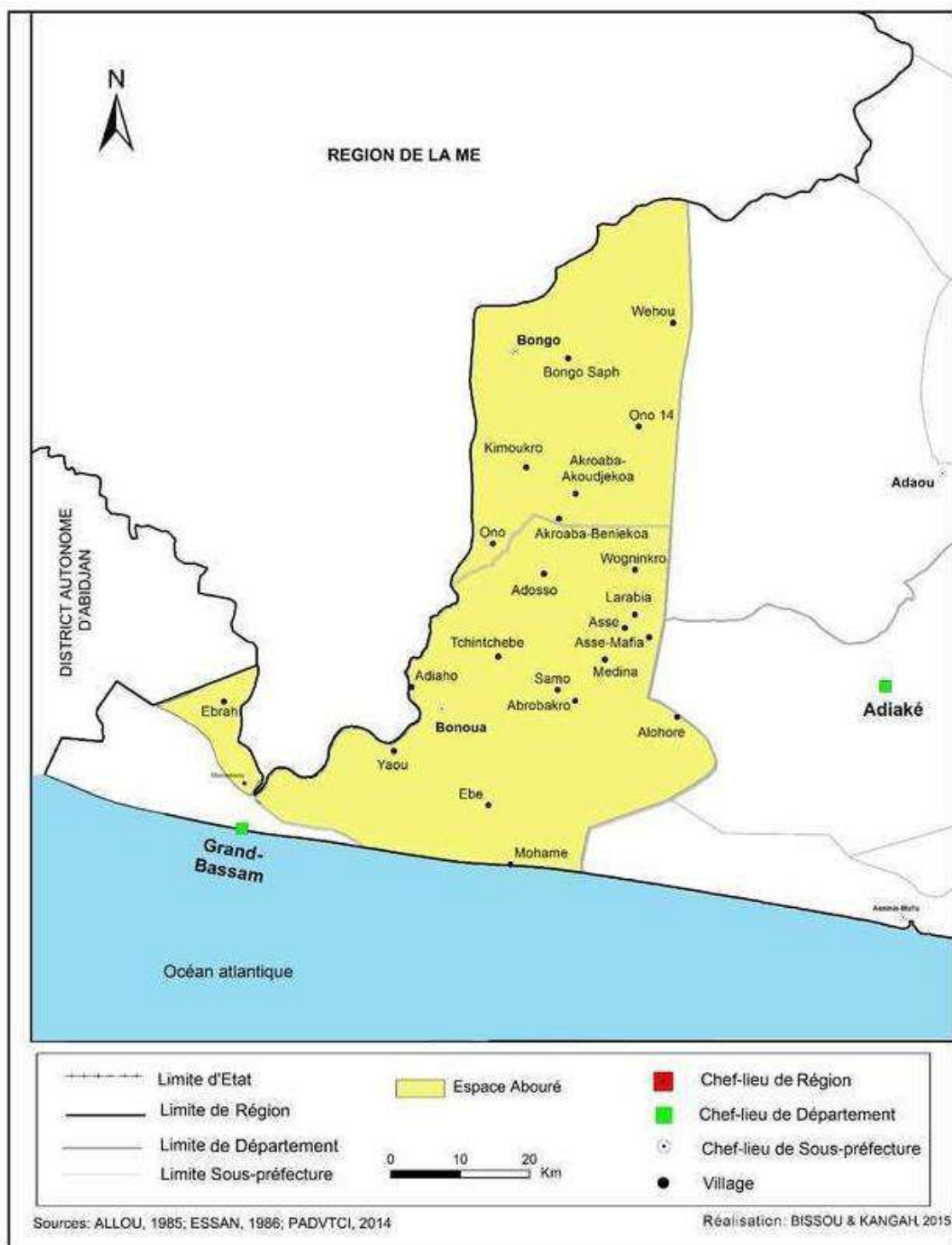


Figure 34: Espace Abouré dans la région du Sud Comoé

III-3-1-5- Le peuple Agni-sanwi

Le peuple Agni de la région du Sud Comoé est connu sous le nom d'Agni Sanwi. Le terme Agni est une déformation du terme Anyi qui, lui, provient de « Aowin ». Plusieurs historiens (DIABATE, 1984 ; ALLOU, 1985) énoncent que les Aowin doivent leur nom aowin ou anyi après une dure épreuve de la guerre contre le Denkyira. A travers cette épreuve, ils estimaient avoir grandi, mûri (anyi). Quant au terme sanwi ou sanvi, il est composé de deux locutions : « sa » qui signifie « guerre ou guerrier » et « nvi ou nfi » qui se traduit par l'expression « au centre ». Ainsi, le terme sanwi se traduit littéralement « au centre des guerriers ». L'agni sanwi pourrait alors se définir comme le peuple qui acquit sa maturité au milieu des épreuves de guerre. L'enquête, confirmée par plusieurs études historiques (ALLOU, 1985 ; DIABATE, 1984 ; ESSAN 1986 ; LOUCOU, 1983) indique que le peuple agni de la région du Sud Comoé est un des sous-groupes aowin qui a migré du Ghana vers la région au XVIII^e siècle. En effet, en 1721, par plusieurs attaques, l'Asante parvient à vaincre les Aowin. Ces derniers subissent une désastreuse défaite. Par conséquent, ils se dirigent dans toutes les directions. A ce titre, ALLOU (1985) note qu'un hollandais écrit en mai 1722 « le grand exode des Aowin a commencé en 1721 ; c'est l'Ouwien, la contrée la plus riche en or, qui a le plus souffert, sa population a été dispersée par les Asjantijnse, et elle a été chassée de son pays ». Les plus nombreux sous-groupes se dirigent vers l'Ouest du royaume aowin. La tradition indique qu'Amalaman Ano, l'ancêtre des Ôyôkô (ôyôkôfoe) et fondateur du royaume Sanvi, était le chef de l'avant-garde de l'armée aowin et, donc, un des notables importants du roi des aowin Ano Asema. Du fait de la crise entre l'aowin et l'asante, déjà entre 1715 et 1716, celui-ci fut instruit par le roi de trouver une zone de repli pour le peuple en cas de défaite. Amalaman Ano et ses hommes, particulièrement son neveu Aka Esoïn (Aka Siman Adu Kpanyi/Aka Sima Adu I), envahirent la région à l'Ouest de l'Aowin, usant de force, d'alliance et créant des établissements. Les Brafè, le noyau dirigeant, étaient sous le commandement direct d'Amalaman Ano et de son neveu Aka Esoïn. Ce noyau passa par Dibi, Kotoka et s'installa provisoirement dans la grande forêt de siman en soumettant les agoua anyi. La tradition raconte que c'est à siman qu'Amalaman ano est décédé et a été inhumé. L'on comprend pourquoi la forêt de Siman est devenue un lieu sacré d'une haute importance pour les Sanwi. Désormais sous la seule conduite d'Aka Esoïn, ils poursuivent leur marche vers le sud-ouest où ils découvrent Ebweso (sur la pierre) ou aboisso et aliékro. Par la suite, au milieu du XVIII^e siècle, ce noyau des Brafé fonde Krindjabo où s'installe la famille royale avec comme roi Aka Esoïn sous le titre de Amon Ndufu Kpanyi ou Amon Ndufu 1^{er}. Ainsi est né le royaume Sanwi. Il s'agrandira par les conquêtes et les annexions. Après avoir dominé les terres intérieures de la

région, les guerriers sanwi vont soumettre les territoires originels des Ehotilé N’zema et Essouma. Vers 1833, le royaume sanwi atteint son apogée par sa plus grande extension vers le Sud. L’occupation spatiale actuelle du peuple Agni dans la région du Sud Comoé présente une configuration illustrée par la figure 35.

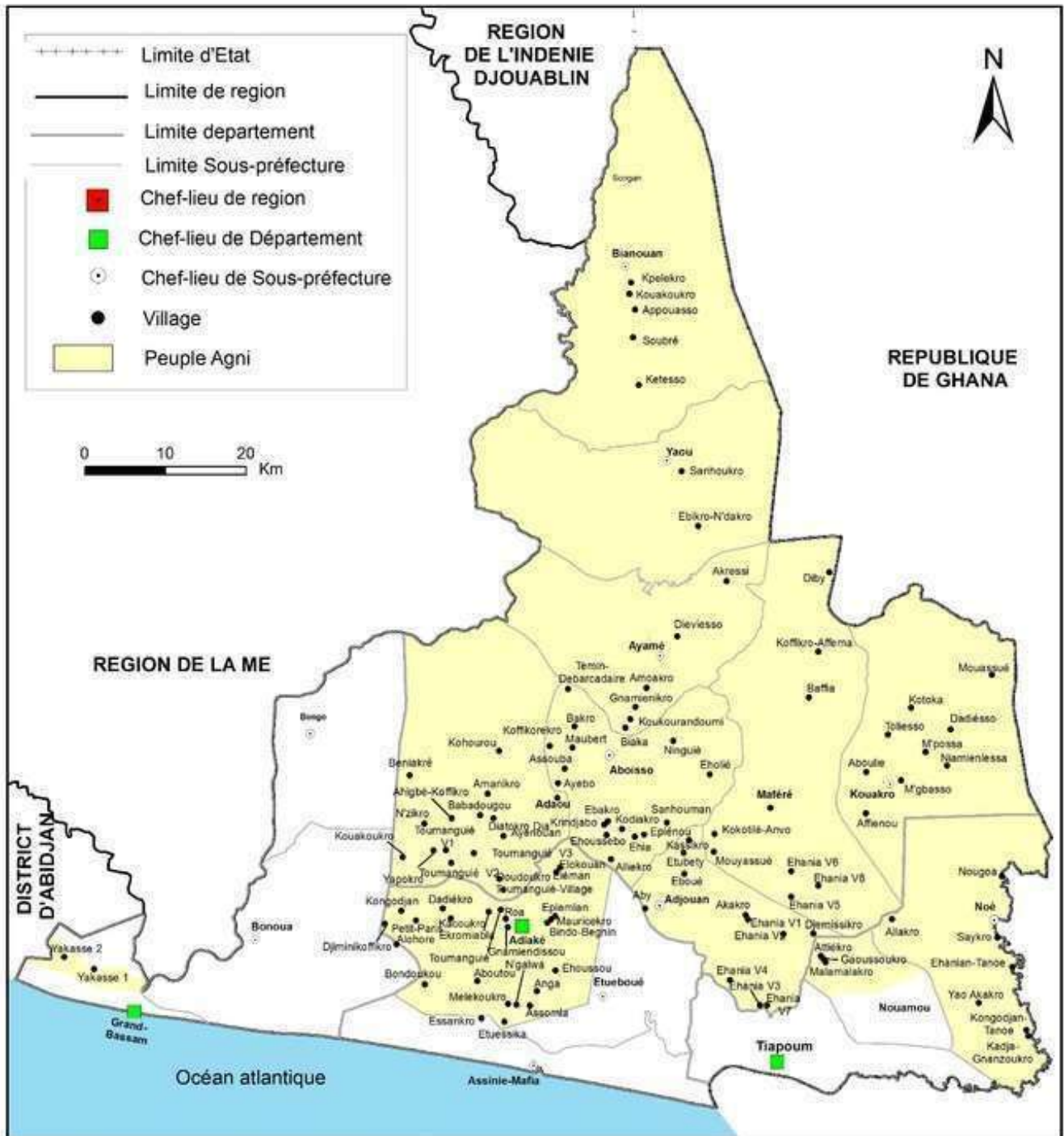


Figure 35 : Occupation spatiale du peuple Agni Sanwi

Les groupes fondateurs du Sanwi qui sont arrivés de l’Aowin étaient très composites. ALLOU (1999) soutient que, dans le cadre géographique défini, les Agni sont organisés en

quatre noyaux ethno-politiques : les noyaux d'Assouba sur les marges occidentales du royaume Sanwi, de Krindjabo sur le cours inférieur de la Bia, le noyau d'Adjouan Aby au nord-est de la lagune Aby et aux portes du pays Ehotilé. Le dernier groupe est celui des Affema, dans la partie nord-est du Sanwi avec pour capitale Kouaokro.

En somme, tous les peuples de la région d'étude appartiennent au grand groupe akan. Toutefois, chaque peuple a une riche histoire de peuplement qui lui est spécifique. En effet, les mouvements historiques dans le monde rural de la région du Sud Comoé renferment un intérêt touristique qu'il est conseillé d'exploiter à travers des circuits historiques. De façon précise, concernant le peuplement autochtone, le paysage ethno-politique de la région du sud Comoé est dominé par cinq ethnies : les Agni, les Nzimah, les Abouré, les Ehotilé et les Essouman. La figure 36 présente la proportion des villages occupés par chaque peuple autochtone.

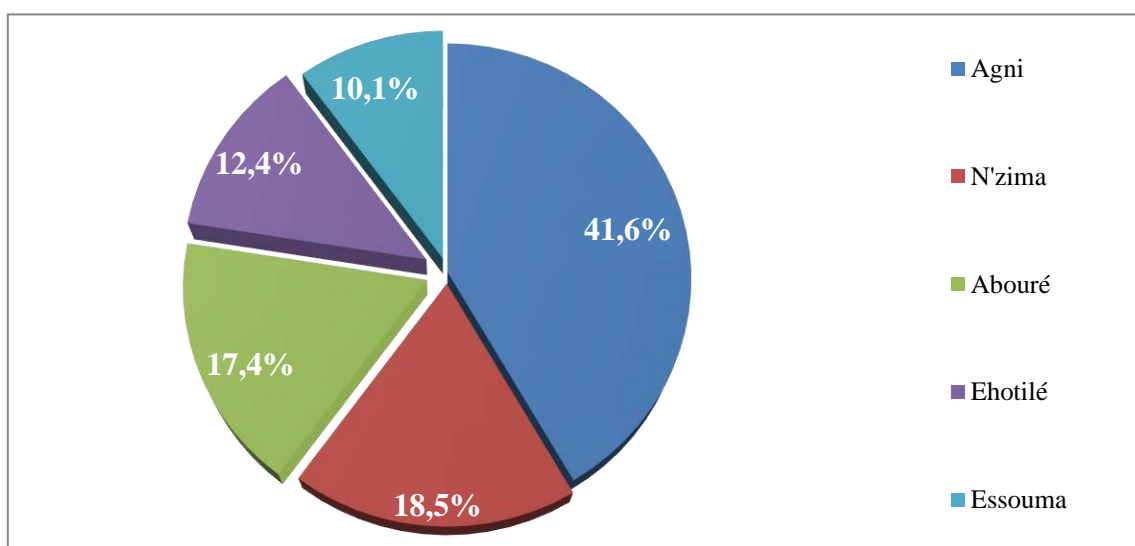


Figure 36 : Proportion des occupations des peuples autochtone de la région du Sud Comoé
Sources : PADVTCL-RSC (2014) ; BISSOU (2014, 2015)

Le peuple Agni-sanwi est le peuple qui domine la région, en termes d'occupation spatiale. Cette réalité trouve son explication dans l'histoire du peuplement des différents peuples autochtones dans la région du Sud Comoé. Encore aujourd'hui, on retient que c'est le peuple Agni qui a plus de notoriété, en termes de pouvoir royal. Aussi, les faits historiques sur la création des différents villages de la région tels que rapportés par les personnes ressources mettent-ils en évidence cette domination territoriale du peuple Sanwi. Selon, ces affirmations, les peuples Essouma, Ehotilé et même N'zimah aduvolè tiennent leur installation des accords avec le roi du Sanwi. Par conséquent, il est important de connaître la configuration spatiale qui ressort de l'occupation spatiale de chaque peuple de la région. En cela la figure 37 en donne une illustration.

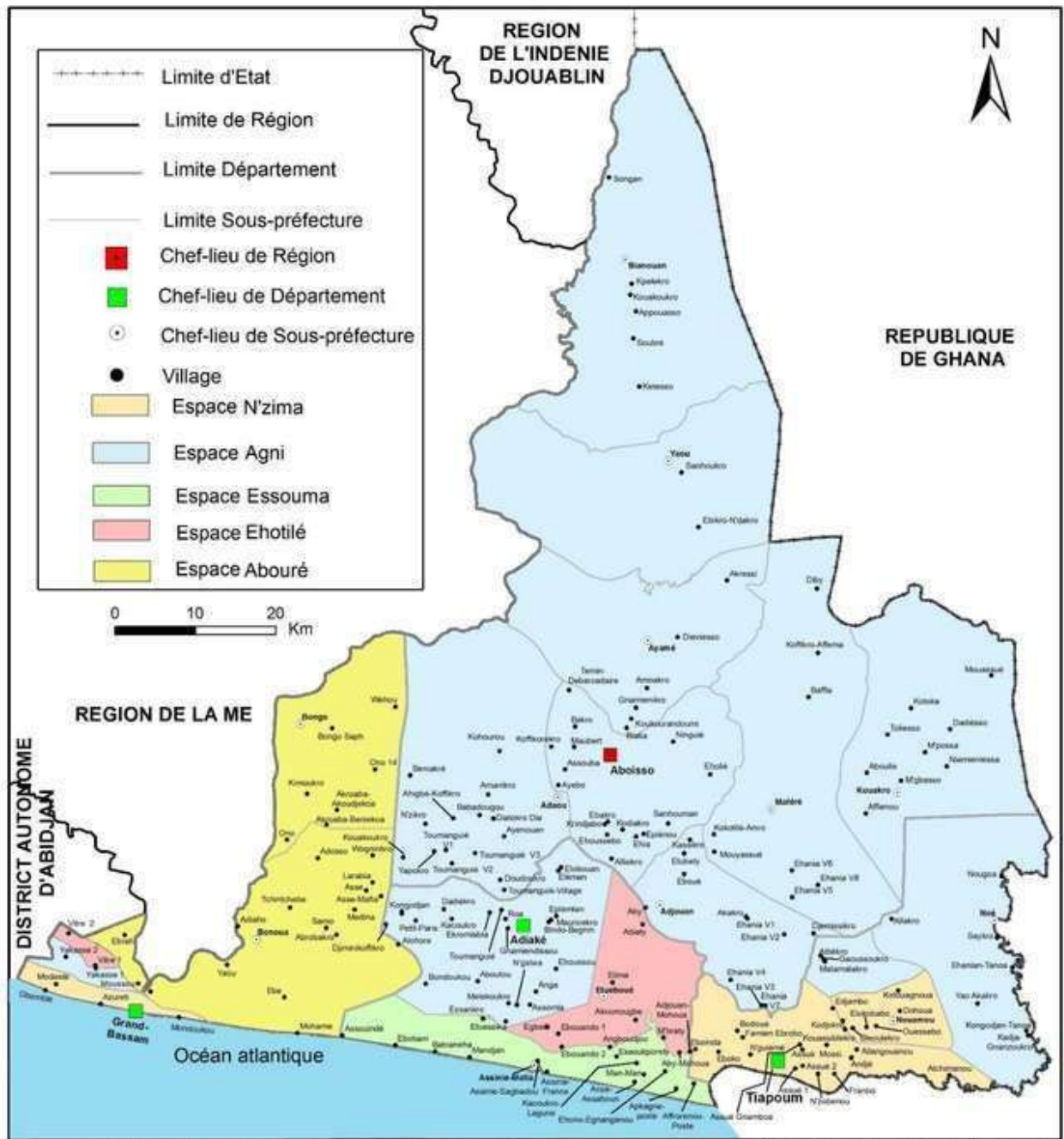


Figure 37 : Occupation Ethnoculturelle de la région du Sud Comoé

Les nouvelles tendances du tourisme mettent l’accent sur l’originalité ethnologique des destinations touristiques. La région du Sud Comoé répond à cette exigence d’autant plus qu’elle regroupe des peuples autochtones dont l’histoire d’installation est riche en enseignement. Par ailleurs, les peuples forment une configuration ethnospatiale qui constitue une opportunité pour un circuit touristique historique, culturel et communautaire, à partir des zones ethniques identifiées sur la figure 47. La prise en compte de cet aspect peut favoriser, non seulement, le renforcement de la cohésion sociale, mais aussi, l’essor d’un tourisme durable. Cependant,

aucune politique touristique n'est encore orientée dans ce sens, cet atout n'est pas encore exploité pour une mise tourisme efficace. En plus de ces peuples autochtones, on note la présence de plusieurs peuples allogènes et étrangers dans l'espace rural de la région du Sud Comoé.

III- 4 - Les peuples allogènes et les peuples étrangers dans les villages

La population allochtone est composée d'ethnies ivoiriennes, notamment de Baoulé (32,5%), d'Agni (15,6%), d'Attié (9,2%) et de Bété (7,5%). On note également une forte colonie étrangère constituée de burkinabés (24,7%), togolais (21,1%), ghanéens (19,2%), maliens (18,6%) et les mauritaniens (16,4%). La région est sujette à une forte pression démographique due à la concentration de la main d'œuvre agricole et ouvrière autour des importantes entreprises agricoles et agro-industrielles. Cette étude a permis de constater que des villages ont été créés par des peuples allochtones et également, par des peuples étrangers. C'est le cas des villages dont les fondateurs allochtones sont des peuples Baoulé, Gnamboa, Malinké et les fondateurs étrangers sont des peuples togolais, malien burkinabé.

En somme, la région du Sud Comoé constitue une terre de diversité culturelle favorable à l'agrément des visiteurs.

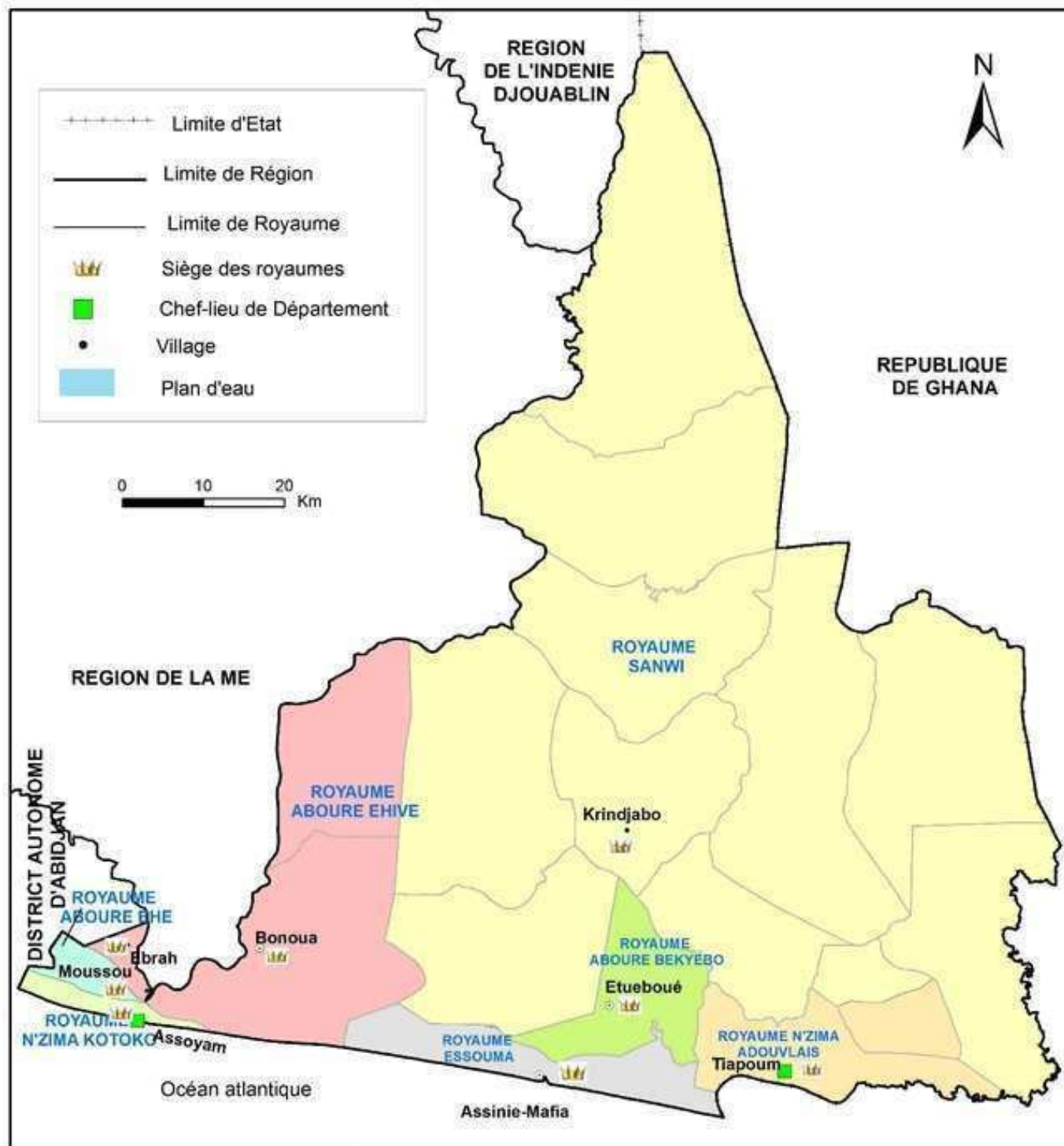
IV- LES MŒURS ET FAITS SOCIAUX DANS LES VILLAGES COMME ATTRAITS TOURISTIQUES

Dans l'ensemble, le monde rural de la région du Sud Comoé présente une homogénéité culturelle. Celle-ci, est sans doute, liée à l'origine commune des ethnies qui le composent et aux mécanismes d'assimilation.

IV-1- La royauté : une gouvernance territoriale authentique et attractive

L'un des traits distinctifs du Sud Comoé, c'est la présence marquée sur son territoire de plusieurs royaumes aux traditions millénaires. Le mode de gouvernance des territoires ruraux dans la région du sud Comoé est marqué par la royauté. Certes, le mode de gouvernance le plus répandu dans la région du Sud Comoé est celui de la chefferie avec un taux de 88,2% (157 villages sur 178) contre seulement 5,1% pour la royauté (9 villages). Mais ce qui influence le paysage social de cette région et constitue un motif de curiosité, c'est l'existence et la cohabitation de 8 royaumes sur un même espace régional (Figure 38). Ces royaumes ont réussi,

en ce XXI^e siècle, à garder leur authenticité et leur pouvoir territorial nonobstant la création des préfectures et sous-préfectures.



Sources : PADVTCl-RSC, 2013 ; BISSOU, 2014 ; CCT, 2014

Réalisation : BISSOU & KANGAH, 2015

Figure 38 : Royaumes dans la région du Sud Comocé

La figure 38 permet d'identifier :

- les trois royaumes Abouré ;
- les deux royaumes N'zema ;

- le royaume Békyebo ou Ehotilé ;
- le royaume Essouma ;
- le royaume Agni sanwi.

On a, dans la partie septentrionale de la région, le royaume Agni du Sanwi qui a pour capitale Krindjabo. La partie sud de la région est partagée entre les autres royaumes :

A l'extrême sud-ouest, se situe le royaume Nzima Kôtôkô dénommé originellement Azoulé Eyamin (signifie « je suis entouré d'eau » en langue Nzema) ;

A proximité, se trouve le royaume Abouré éhè dont le trône est à Moossou, s/p de Grand-Bassam. Dans cette même sous-préfecture, on note le royaume Abouré Osson avec pour capitale Ebrah et le royaume Abouré éhivè dont le siège royal est à Bonoua.

Vers le sud-est de la région, on identifie :

- Le royaume Essouma ayant pour capitale Assinie ;
- Le royaume Békyebo ou éhotilé dont le siège royal est Etuéboué ;
- Le royaume n'zema aduvolé avec pour siège royal Tiapoum.

Des chefferies importantes sont disséminées sur toute l'étendue du territoire régional organisé en cantons, puis en villages. On retrouve les cantons, essentiellement dans le royaume Sanwi. Ce royaume est vaste, mais l'organisation politique a été toujours marquée par le système de pouvoir centralisé, traduit par un regroupement des villages autour d'un noyau secondaire confié à un homme de confiance du roi. Ainsi, dans le royaume, sont identifiés les cantons tels que repartis sur la figure 46, selon les études de DIABATE (1984) ALLOU (1999) et LOUCOU (1983).

Tous les villages de la région du Sud Comoé appartiennent totalement à un territoire royal. Du fait, de la centralisation du pouvoir, les villages constituent les vassaux des royaumes, selon l'histoire de création de ces royaumes. Cette présence de plusieurs royaumes s'explique par le fait que les peuples appartenaient à des familles royales et ils étaient déjà constitués en royaume dans leur territoire d'origine, dans l'ancien Ghana. Leur migration dans cette région d'étude est d'ailleurs, expliquée aussi par le fait qu'ils ont été vaincus par d'autres royaumes plus forts militairement. L'existence de ces royaumes est traduite par des territoires ruraux, des faits et événements culturels, des objets sacrés, des rituels. Tous ces éléments sont liés à la personne du roi. Ce dernier possède des attributs dont quelques-uns sont présentés ci-dessous (Photo 9).






ATTRIBUTS	DESCRIPTION
	<p>Dans les différents royaumes de la région, la canne ou sceptre ou « pômahan » en agni, « kpôman » en Nzima « okpoman » en abouré symbolise le pouvoir royal. En général, elles sont faites d'âme de bois recouvertes de feuille d'or. Elles portent à leur extrémité la figuration de scènes ou d'objets qui ont trait au pouvoir politique et commentent généralement des proverbes (PERROT, 1982).</p> <p>La canne à gauche est marquée par trois tête « <i>etile ko eby namulé</i> » ou « <i>Il faut plusieurs têtes pour porter le monde</i> » (OMAÏS, 2013)</p> <p>La canne à droite présente deux personnages. Un homme qui grimpe à un arbre poussé par un autre. Elle traduit le proverbe qui signifie que « le roi (ou le chef) qui n'est pas soutenu par ses sujets ne pourra atteindre son but ». Rechercher et atteindre le consensus est donc une nécessité. (PERROT, 1982)</p>
	<p>Un siège d'apparat royal bas et sculpté dans une seule pièce de bois Son assise est de cuir. Ses montants et barreaux de bois sont couverts de clous de cuivre. On y perçoit aussi des figurées qui traduisent les principales qualités attendues d'un roi. Le siège d'apparat est aussi le symbole de la noblesse et la richesse du roi.</p>
	<p>Une couronne recouverte des de figurine en or. Ces figurines traduisent chacune un message ou un symbole qui définit la nature du trône et traduit la protection du roi.</p>
	<p>Un Sabre d'apparat royal appelé « aoto/ehoto » en Agni, « ôhôtô/ehoto » en Abouré. Il symbolise le pouvoir militaire du Roi et fait de lui le chef suprême des armées (OMAÏS, 2013, DIABATE, 1984)</p>
	<p>Lors de leur intronisation, les rois reçoivent des bagues des bracelets et des chaines ou colliers en or comme attributs. Ces parures ont eu non seulement un caractère sacré mais aussi d'ornement. On observe ici :</p> <p>à gauche en haut : un collier avec un cœur au centre d'un triangle. Il porterait le message suivant : « Akoumba » qui signifie « Si tu es Roi, il te faut de la patience et du cœur » (OMAÏS, 2013)</p> <p>à gauche en bas : un bracelet au bras qui symbolise la loi. Il traduirait le message suivant : « Personne ne peut saisir le Roi par le bras »</p> <p>à droite : une bague à quatre têtes qui symbolise le rassemblement et la reconnaissance d'une même origine. « Nous venons tous des mêmes entrailles »</p>

Photo 9: Attributs royaux dans l'espace rural de la région du Sud Comoé

Sources : OMAÏS (2013) ; PADVTICI-RSC (2014)

Il s'agit sur la photo 6 d'un ensemble d'attributs royaux dans la région du Sud Comoé. Ces attributs sont très importants dans l'existence des royaumes d'autant plus qu'ils constituent des supports de pouvoir (PERROT, 1982).

Les royaumes constituent des sujets d'intérêt pour le visiteur par leurs caractéristiques originales : leurs éléments constitutifs, leur organisation et leur fonctionnement. Leurs sièges royaux sont comptés, par l'originalité, parmi les attraits touristiques les plus importants de la région. Cela s'explique par le fait que le siège royal est le symbole de la personnalité juridique, politique et morale du royaume. Il est le réceptacle de l'esprit des ancêtres du peuple, et de leur présence. Environ 65% des visiteurs intéressés par les faits culturels, affirme ne être fascinés par les costumes ou apparats des rois. Ceux-ci sont principalement les attributs des rois dans les différents royaumes de la région. Pour jeune, la quasi-totalité des colonies de vacances organisées dans cette région intègre les visites des cours royales. Les enfants y sont instruits sur l'organisation du royaume, les faits et personnalités importantes du royaume, les attributs du roi dans le royaume. Par les rituels de la cour (sortie et prise de parole du monarque, les jugements populaires, fêtes traditionnelles), les royaumes seraient des pôles d'attractions qui peuvent alimenter une offre touristique de type culturel et générer de nombreux métiers, notamment les métiers d'art.

IV-2- Les danses, fêtes traditionnelles et littérature orale

L'authenticité et la créativité des peuples dans les villages du Sud Comoé s'expriment par nombreuses danses et musiques traditionnelles. L'une est étroitement liée à l'autre. Ces arts populaires constituent des ressources touristiques importantes pour le milieu rural d'autant plus qu'ils peuvent faire l'objet d'une plus grande mise en tourisme à travers des concepts spécifiques : l'accueil des touristes au village, des ateliers d'initiation, des concours, festivals et autres événements susceptibles de drainer du monde. Dans ce sens, les danses sont un domaine à valoriser vu que, généralement, elle suscite la curiosité et crée de l'attraction touristique selon le directeur de CIT. Par rapport à ces danses traditionnelles, on constate qu'elles sont pratiquées dans tous les villages enquêtés. De façon générale, la danse la plus prisée dans l'espace rural de la région est l'Abodan (18 villages), l'Adjoss et le Balafon dans 5 des villages sur les 178 visités. Ces danses sont pour la plupart exécutées par les différentes couches de la population et à tout moment.

Particulièrement, dans la région d'Aboisso, les danses très en vogue sont : l'Abodan, le Gros Lot, le Sider ou Sida (Petit lot), l'Ahossi, le Kpandan, le Momoné, le N'gofè, les danses Adaha et Ampadou. Ces danses, le plus souvent accompagnés de musique, s'exécutent

généralement lors de fêtes de réjouissances ou des funérailles. La danse Aketè est la danse des Rois. Il existe aussi une danse N'Dôba, dite danse des revenants, qui se produit de 23 h à l'aube. La danse N'nolè est la danse de réjouissance des jeunes filles.

Dans les zones de Grand-Bassam et de Tiapoum, en pays Nzima, on trouve l'Abissa, le Gros Lot et Sikimpé. A Bonoua et Moossou, en pays Abouré, on rencontre les danses Odo, Ofoua qui sont étroitement liées aux fêtes de générations. Les danses Broussoué, Djoma et Tiamyokolo s'exécutent lors d'évènements heureux ou malheureux.

S'agissant des fêtes traditionnelles, les plus pratiquées dans les villages sont : la fête des ignames (14 villages soit 20,6%), suivie de l'Abissa (11,8%), les fêtes de génération et les Beach qui se déroulent tout le long de l'année sur l'ensemble du territoire régional. La fête des ignames, elle est organisée pour célébrer le nouvel an en pays Agni. Elle comprend un volet consacré aux retrouvailles, le rituel de la chaise royale, les rites de purification et diverses danses de réjouissances. Les fêtes des ignames ont lieu à Affiénou (canton Kouakro), Affema (canton Kouakro), à Maféré, Ayamé Assouba et Krindjabo. La plus importante reste la fête des ignames de Krindjabo avec notamment la parade du Roi du Sanwi. Les « Beach » sont des événements culturels dans les villages situés en bordure de mer ou de lagune. Les plus connues sont le Climbié Beach d'Assinie Mafia (s/p d'Assinie), le Beach d'Aby (s/p d'Adjouan), l'Anouanzélé Beach de Mondoukou (s/p Grand-Bassam. Ces événements drainent un grand nombre de jeunes dans les villages concernés et sont l'occasion de promotion du tourisme local (hôtel, restaurant, visites de sites touristiques).

Au cours de ces fêtes traditionnelles, les populations se parent des plus belles tenues vestimentaires traditionnelles qui ont aussi tout un sens social et spirituel. L'enquête a montré que dans tous les villages de la région du Sud Comoé, on identifie au moins une danse et un événement culturel. Leur localisation et leur périodicité constituent des atouts pour l'animation d'un tourisme culturel.

Tous ces événements culturels constituent des atouts touristiques pour les villages de la région. L'analyse des données d'enquête permet de noter que seulement 5% des fêtes traditionnelles de la région ont fait l'objet d'une mise en tourisme. Aussi, n'existe-il aucune coordination de ces activités pour les transformer en attraction touristique véritable. Il n'existe pas de calendrier ou de planification chronologique de ces événements qui sont riches en curiosités pour tout visiteur dans la région. Pourtant l'office national du tourisme recommande d'en faire un calendrier précis. Cela permettra de mieux coordonner leur mise en tourisme pour leur promotion tant au niveau national qu'au niveau international.

A côté de ce qui précède, il existe une abondante littérature orale dans le Sud Comoé. Cette région témoigne d'une riche littérature orale composée des proverbes, mythes, contes, légendes, ainsi que de la poésie orale (épopée, poésie élégiaque, etc.). Les contes et légendes du Sud Comoé ont fait l'objet d'une première édition de la part de deux pionniers de la littérature ivoirienne. Bernard Binlin Dadié, originaire d'Assinie, a, en effet, publié « *Le pagné noir* » paru aux Editions Présence Africaine en 1955. Quant à Amon d'Aby, il est l'auteur de *La mare au crocodile*, un recueil de 40 contes, publié aux Nouvelles Editions Africaines en 1973. Ces deux ouvrages inspirés du riche patrimoine historique et culturel du terroir, ont été pendant plusieurs années au programme dans les écoles, collèges et lycées de Côte d'Ivoire. Cela témoigne du succès des récits historiques du milieu rural de la région du Sud Comoé. Ces ressources, aujourd'hui négligées, continuent de faire l'admiration des certains visiteurs qui en demandent. Ainsi, ce patrimoine peut être compté comme attrait touristique.

En outre, le langage des tambours est un autre trait distinctif de la culture régionale. A la fois art, artisanat et moyen de communication ce langage est un trésor (NIANGORAN-BOUAH, 1981). NIANGORAN-BOUAH, fils de la région a été un promoteur de la Drummologie. Cette discipline gagnerait à être promue et pérennisée à travers des écoles de maîtres et un festival spécifique.

IV- 4- La gastronomie traditionnelle

Des mets traditionnels portent les marques de l'identité culinaire régionale (Photo 10).



Photo 10: Aperçu de quelques attrait gastronomiques dans le milieu rural

Source : BISSOU, 2015

Parmi ces mets, on peut citer ceux évoqués par les enquêtés : les sauces N'gbota (graine), N'gatiétolo (arachide), N'zouhologan ou Trohoufouè (sauce claire), Dabiétolo (pistache et graine), associées à l'Akondèh (foutou de banane au manioc) ou au N'voufou (igname ou banane écrasée à l'huile rouge) sont autant de mets qui marquent l'expérience des visiteurs. Une autre spécialité régionale est l'écrevisse noire appelée « Kokobé ». Ce produit très prisé par la population locale mérite toute l'attention et pourrait faire l'objet d'une mise en tourisme plus importante, en particulier à Ayamé et Aboisso. On note aussi l'attoukpou qui est une sorte de galette de manioc, le Bolo (gâteau de riz sucré ou salé) de Bonoua, le poisson braisé avec les écailles une spécialité des Békyebo dans la sous-préfecture d'Etouéboué ainsi que les alcools traditionnels de la région (Koutoukou, Nayo, etc.) qui sont vantés autant pour leur vertu thérapeutique qu'aphrodisiaque. Tous ces produits de la gastronomie témoignent d'un art culinaire et d'un art de vivre autour desquels la région peut construire un tourisme de terroir notamment dans les villages.

IV-5- Les ressources et espaces de loisir dans les villages

Le Sud Comoé présente d'autres formes d'expression culturelle telles que les jeux et sports traditionnels. On a l'Awalé, jeu de stratégie très connu et présent dans d'autres régions du pays, l'Atè, jeux de toupie, l'Aklô, jeu d'adresse et d'observation, le Transiékokodja, jeu d'adresse construit autour du lancer de pagne. L'Akoutoukéle ou lutte traditionnelle et la course de pirogue sont les deux survivants des sports traditionnels pratiqués dans la région. Ces jeux et sports traditionnels sont menacés de disparition et devraient faire l'objet de sauvegarde et de promotion à travers des programmes dédiés. Des recherches devront également être menées auprès des anciens, dépositaires de la mémoire et des traditions afin d'identifier et de restaurer d'autres jeux et sports traditionnels.

L'enquête a permis de compter 68 espaces de loisirs dans la région du Sud Comoé plus précisément dans les départements de Grand-Bassam avec 13,6% des établissements, Adiaké 37,9%, Aboisso 45,5% et Tiapoum 3,0%. Ces établissements sont repartis presque équitablement entre les villes (50,7%) et les villages (49,3%). La plupart des espaces de loisir du milieu rural sont concentrés dans la zone Assinie-Assouindé, Mondoukou. Ils sont des entreprises individuelles. Les responsables des espaces de loisirs sont, en majorité, des commerçants. Les autres propriétaires sont issus des secteurs de l'agriculture ou de l'élevage, de l'artisanat, de l'enseignement, des forces armées ou de la fonction publique. On compte également parmi eux quelques retraités. La majorité des employés (80,3%) des espaces de loisirs enquêtés n'ont reçu aucune formation. Les espaces de loisirs présentent une grande

diversité de services aux clients. Ils proposent, en effet, les boutiques de journaux, la vente de produits locaux, la bibliothèque, les jeux de société, la location de vélo, l'accompagnement touristique, l'animation à thème.

IV-6- L'habitat rural influencé par la modernisation

L'habitat du Sud Comoé se caractérise par la présence de bâtiments modernes construits en parpaings de ciment et couverts de tôle en aluminium. Ainsi, de Grand-Bassam à Noé et de Tiapoum à Bianoua, note-t-on la présence de logements de divers standings : des villas élégantes avec jardin, des immeubles de deux à quatre étages et des cours communes (logement communautaire pour économiquement faibles où plusieurs familles se partagent la même cour). Les villages n'échappent pas à cette modernisation de l'habitat. On observe, ainsi, de nombreux villages "modernisés" et souvent sans aucun charme. Il existe, toutefois, quelques villages qui ont conservé leur habitat de type traditionnel, fait de murs en bois ou en banco, de toits en paille et de clôture faite de palmes de cocotier. Les visites dans les villages ont permis de se rendre compte d'une variété d'architecture qui traduit une organisation sociale des peuples autochtone de la région.

En somme, les riches traditions orales, le langage des tambours, les généalogies et les mythes fondateurs, les danses et musiques royales, ainsi que les danses populaires, les symboles et attributs royaux, les costumes, parures, sièges royaux, tapisseries sont autant de facettes des cultures locales qu'il conviendrait de promouvoir à travers livres, guides thématiques, cartes postales, photographies d'art et objets en série.

V- LES INTERETS TOURISTIQUES DES PRINCIPALES ACTIVITES ECONOMIQUES DES POPULATIONS RURALES

L'analyse des données d'enquête montre que la majorité des activités dans la zone d'étude est l'agriculture, la pêche et l'élevage avec respectivement 129 villages, 43 villages et 9 villages sur 178 villages qui les pratiquent principalement.

V-1- L'agriculture : une opportunité insuffisamment inexploitée pour le tourisme en milieu rural

Grande pourvoyeuse de richesse à l'économie nationale, la région du Sud Comoé reste avant tout une zone agricole porteuse. L'activité agricole ou agropastorale occupe une place de

choix dans l'organisation économique régionale et principalement dans la vie des populations des milieux ruraux avec plus de 295725 planteurs dont 14000 femmes actives dans le secteur agricole en 2010. Les villages constituent essentiellement la plateforme de l'agriculture dans la région du sud Comoé. En cela, le Sud Comoé est reconnu comme une région à l'avant-garde du progrès économique et social. A juste titre, le Président du Conseil Régional, Dr Aka Aouélé Eugène a indiqué que le Sud Comoé, qui a de tout temps été le précurseur en maints domaines, reste dans cette dynamique. Il a ajouté que sa région soit reconnue comme tel par tous, avec les avantages que cela implique.

Cette forte vocation agricole de la région est illustrée par l'analyse des données d'enquête. Celles-ci montrent que 72,47% des villages de la région ont répondu avoir comme unique et principale activité, l'agriculture. L'activité agricole y est dynamique et diversifiée. Le milieu rural est à dominante agricole avec la cohabitation d'une agriculture de rente pratiquée en majorité par les grands planteurs industriels et une agriculture vivrière aux mains du petit paysannat. Le développement de l'agriculture industrielle est matérialisé par la présence de grandes plantations présentant un paysage artificiel d'une beauté qui attire et captive le regard du visiteur. L'agriculture de rente s'organise autour de quelques produits-phares qui constituent des symboles régionaux : le palmier à huile qui occupe 52000 ha soit 24,5% des terres cultivable en Côte d'Ivoire, le cacao 80727ha (4,2%), le café 70000 ha (6%), la banane, l'ananas et, plus récemment l'hévéa. Ces grandes surfaces de plantation ont favorisé l'implantation de quelques unités industrielles dans certains villages de la région.

Ce sont pour l'essentiel des unités de transformation de l'huile de palme. On en trouve à Ehania, Bongo et N'zikro. On dénombre également une usine de production d'eau minérale (CDC Olgane) et une usine de production de boisson gazeuse (NBC) aux environs de Bonoua. Les cultures vivrières sont principalement le manioc, le maïs ainsi que de nombreux fruits et légumes (tomate, concombre, orange, pamplemousse, etc.). La vie des populations s'organise autour de ces spéculations.

Les entretiens avec les organisateurs de l'Abissa et du Popo carnaval ont révélé que chaque année des plantations sont identifiées pour l'organisation de déjeuner champêtre. Cette activité touristique requiert l'adhésion de milliers de visiteurs selon les affirmations des responsables d'organisation. Toutefois, aucune initiative véritable n'est encore prise par les planteurs pour donner à ces grandes plantations une autre valeur ajoutée par leur exploitation à des fins touristiques. Leur étendue, leur situation géographique au bord des cours d'eau constitue des attraits qui pourraient favoriser le développement de certaines pratiques agrotouristiques. On note qu'il existe dans la région la plus grande plantation de palmier à huile

dans le monde avec 10000 ha en un seul tenant. Cette plantation est observée sur l'axe Aboisso –Noé.

Ainsi, l'espace rural possède un vaste réseau de plantations de cultures industrielles et fruitières susceptibles d'amorcer l'agrotourisme. Il faut noter que ce type de tourisme connaît une forte attraction dans le monde.

V-2- La pêche traditionnelle : intérêt touristique

Les moyens de subsistance de nombreuses populations, au-delà de l'agriculture, résident dans cette floraison de cours d'eau. De ce fait, la pêche, l'aquaculture et la pisciculture deviennent des activités prisées, surtout dans la commune d'Ayamé, à proximité des barrages hydroélectriques et sur la lagune Aby la plus vaste de la région avec plus 424 km². La direction régionale du ministère de la production animale et des ressources halieutiques note une forte activité dans le domaine de la pêche maritime lagunaire et en eau continentale. Plus de 3000 pêcheurs recensés en 2012.

En 2012, Les statistiques donnent 1748,475 t de poissons frais pêchés 734,954 t de poissons fumés. Les crustacés, crabes, crevette et langouste sont estimés, quant à eux, à 223,496 t. Selon les spécialistes de ce ministère, la région du Sud Comoé, par cette activité, rapporte chaque année, des recettes d'environ 2 milliards de francs à l'Etat de Côte d'Ivoire. Les plus importantes ressources halieutiques pêchées dans la région sont naturellement les ressources d'eaux douces à savoir les tilapias, les machoirons, des silures et des crustacés. Cette activité de pêche révèle un enjeu touristique dans la région ; elle constitue une source d'approvisionnement des hôtels, restaurants et maquis en produits halieutiques.

V-3- Artisanat d'art au service du tourisme

L'artisanat d'art demeure encore faiblement représenté dans les villages de la région du Sud Comoé. Pourtant, ces derniers en possèdent des atouts qui devraient être valorisés. L'artisanat d'art est situé en amont et en aval de la pratique touristique. C'est lui qui matérialise, sous forme de pièces artisanales et d'objets d'art, le parcours, les rencontres et les souvenirs des touristes. Pour cela, il ne doit pas apparaître comme un secteur laissé pour compte. Le questionnaire en rapport avec l'artisanat d'art a permis de compter 67 établissements artisanaux. Ces derniers sont inégalement répartis dans trois départements de la région (Tableau 15).

Tableau 15 : Répartition des artisans d'art par département

Département	Effectifs	Proportion en %
Grand-Bassam	52	78
Aboisso	8	12
Adiaké	7	10
TOTAL REGION	67	100

Sources : PADVTICI-RSC (2014) ; BISSOU (2015)

En outre, 67 % des centres artisanaux ont été enregistrés dans les villes avec la ville de Grand-Bassam qui regroupe 94% d'établissements artisanaux en espace urbain suivi respectivement par les villes d'Ayamé 4% et Bonoua 2%. L'espace rural de la région ne possède que 33% des centres artisanaux (Figure 39)

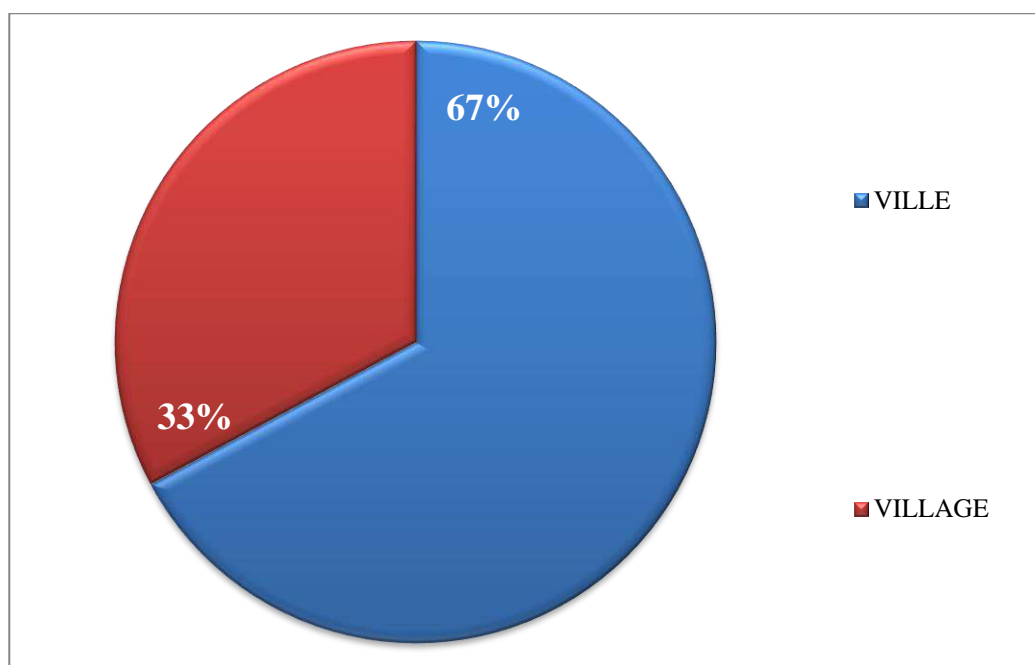


Figure 39: Répartition des établissements artisanaux selon les types d'espace

Sources : PADVTICI-RS, (2014) ; BISSOU (2015)

Dans l'espace rural de la région du Sud Comoé, l'activité d'artisanat d'art a été observé dans 11 villages sur 178 enquêtés soit 6%. La proportion de localisation des centres artisanaux dans lesdits villages de la région est illustrée par la figure 40.

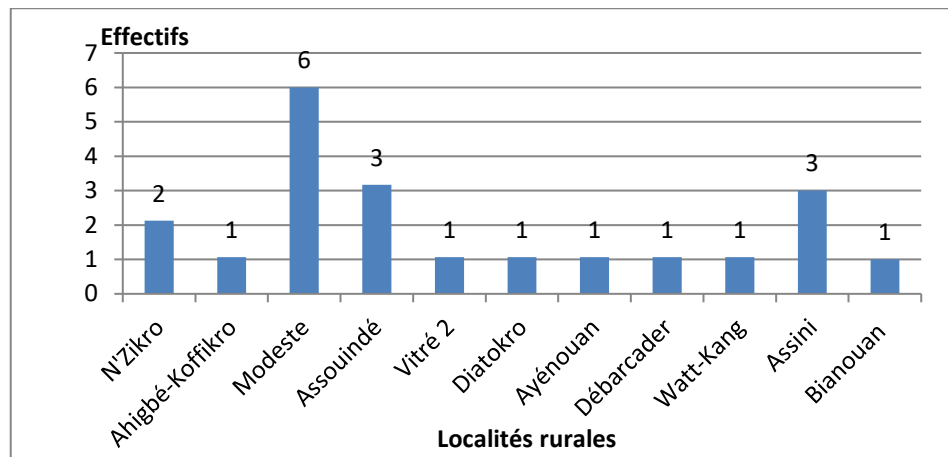


Figure 40 : Répartition des établissements artisanaux dans les villages

Sources : PADVTCI-RSC (2014) ; BISSOU (2015)

La figure 40 présente une forte proportion des structures d'artisanat d'art (28%) localisées uniquement dans le village de Modeste (Sous-préfecture de Grand-Bassam). Après suivent les villages d'Assouindé et d'Assinie qui en possèdent respectivement 15 et 14%. La majorité des structures identifiées dans les villages ne font que du commerce et non de la production. Cela signifie qu'elles s'approvisionnent en objet d'art dans les villes comme Grand-Bassam et même dans les pays voisins qu'elles vendent aux visiteurs. Par ailleurs, 70,1% des 67 personnes interrogées sont propriétaires des différents établissements. Elles sont presque toutes de nationalité étrangères. En réalité, les autochtones ne sont pas artisans de tradition. Les rares objets d'art fabriqués dans certains terroirs de la région ne sont pas commercialisables. Elles servent pour les rites. Ces objets constitués de parures, proviennent du Ghana. Aussi, observe-t-on que tous les artisans sont concentrés dans les sous-préfectures de Grand-Bassam et Assinie à cause de la forte affluence des visiteurs qu'elles connaissent. En somme, l'artisanat d'art justifie aussi la pratique touristique dans les villages de la région du Sud Comoé.

Ce chapitre, indique que l'espace rural de la région du Sud Comoé constitue un gisement d'attraits touristiques d'ordre naturel et humain. Dans cette région d'étude, il existe des matières premières relativement favorables à la pratique touristique dans la quasi-totalité des villages. Cependant, contrairement aux campagnes françaises et aux campagnes des pays africains comme le Kenya, l'Afrique du Sud où la majorité des attraits même les plus insignifiants ont fait l'objet d'une mise en tourisme conséquente, ceux dans les villages de la région du Sud Comoé sont encore à l'état brut et ne sont pas encore envisagés comme éléments conditionnés pour leur mise en tourisme. En plus de ces attraits, d'autres facteurs interviennent dans le caractère touristique des villages de la région. Il s'agit, par exemple, des équipements touristiques.

CHAPITRE 2 : LES EQUIPEMENTS TOURISTIQUES DANS LES TERRITOIRES RURAUX DE LA REGION DU SUD COMOÉ

Quel que soit le temps mis dans la destination touristique, la présence des visiteurs nécessite des services qui leur sont indispensables : les services d'hébergement, de restauration, de loisirs ou de détente. Ces derniers exigent l'existence d'équipements adaptés pour leur meilleure qualité. Il s'agit des équipements d'hébergement, des équipements de restauration et des équipements de loisirs dont l'analyse dans ce chapitre justifie de la pratique touristique dans l'espace rural de la région du Sud Comoé.

I- LES EQUIPEMENTS D'HEBERGEMENT DANS LES VILLAGES DE LA REGION DU SUD COMOÉ

I-1 L'équipement hôtelier dans la zone rurale de la région du sud Comoé

L'activité hôtelière est un avantage pour le tourisme dans la région du Sud Comoé et particulièrement dans sa zone rurale. L'existence des hôtels sur un territoire traduit plus ou moins la pratique touristique sur celui-ci. En outre, le développement du tourisme dans une région passe par la connaissance des capacités hôtelières de celle-ci. En effet, si des visiteurs arrivent dans une région, ils devraient pouvoir trouver des lieux agréables pour leurs séjours. Nul ne doute que la qualité des lieux d'hébergement et la qualité de service occupent une place de choix dans l'attractivité touristique. Aussi cette étude s'est-elle consacrée à proposer un diagnostic de l'hôtellerie dans la région et particulièrement dans son espace rural.

I-1-1- L'évolution de l'hôtellerie dans la zone rurale du sud Comoé

Les enquêtes ont permis de dénombrer 121 établissements hôteliers dans la région du Sud Comoé en 2014. Les données recueillies permettent d'affirmer que l'équipement hôtelier est récent dans toute la région du Sud Comoé (Figure 41).

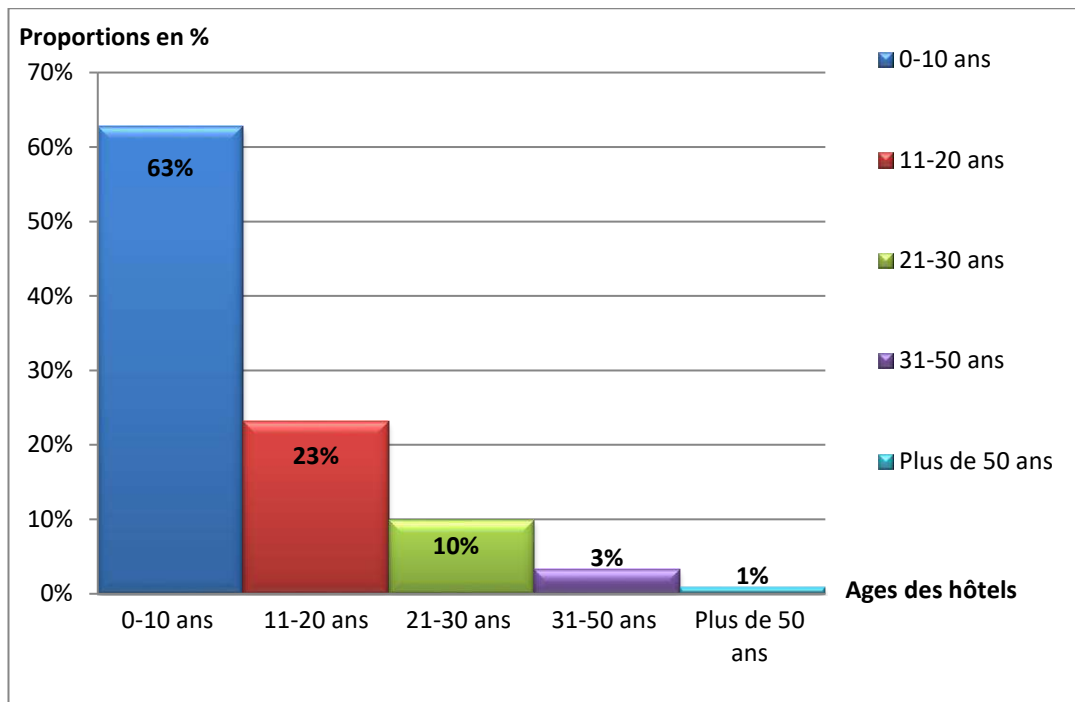


Figure 41 : Répartition des établissements hôteliers selon la durée d'existence

Source : PADVTICI-RSC (2014) ; BISSOU, 2015 Conception et réalisation : BISSOU 2014

Plus de la moitié des hôtels visités (63%) ont moins de onze ans d'existence. Les établissements qui ont entre 11 et 20 ans d'existence représentent 23% de l'ensemble de ceux visités. Mais à partir de 21 ans d'existence, leur nombre diminue jusqu'à atteindre 1% pour les plus anciens, c'est-à-dire ceux ayant plus de 50 ans. Cette étude a permis de noter qu'il a connu un progrès depuis l'avènement de la république de Côte d'Ivoire jusqu'à nos jours. A partir de ces figures 42 et 43, la croissance des hôtels dans la région a connu trois phases.

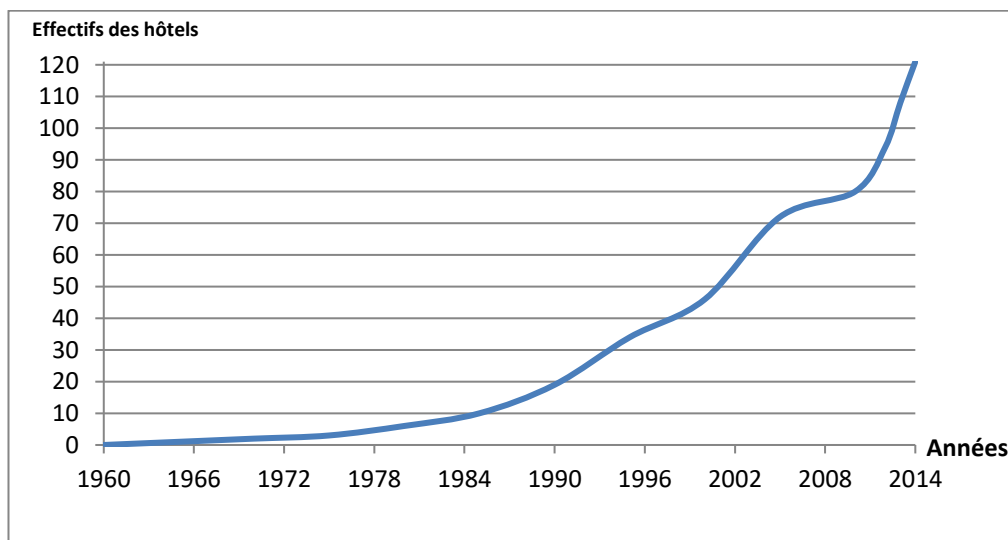


Figure 42: Evolution de l'hôtellerie dans la région

Source : PADVTICI (2014)

Conception et réalisation : Bissou 2014

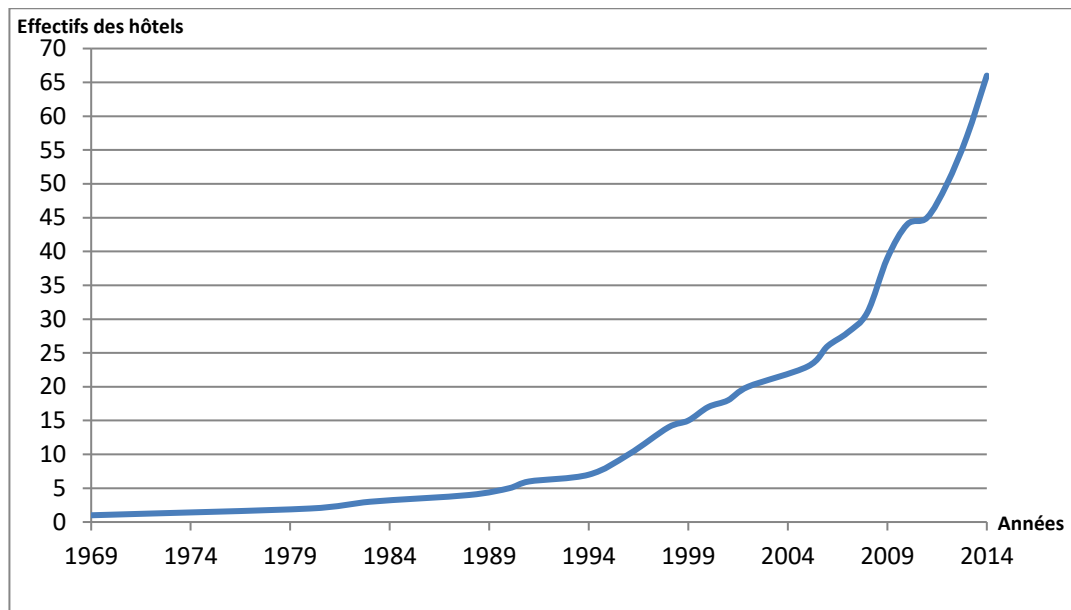


Figure 43 : Evolution de l'hôtellerie en espace rural

Source : PADVTICI-RSC (2014)

Conception et réalisation : Bissou (2014)

I-1-1-1-Période avant 1970

L'hôtellerie connaît un développement récent dans toute la région du sud Comoé et particulièrement dans son espace rural, bien que cette zone soit la première porte d'entrée des occidentaux et même considérée déjà comme une terre de prédilection pour le tourisme. À la fin des années cinquante, on n'y parlait pas véritablement d'hôtel. Néanmoins, selon des opérateurs rencontrés, on constatait ici et là quelques demeures de passage au confort sommaire. Au cours de la décennie 1960-1970, la situation progresse relativement, le projet d'aménagement touristique du site d'Assinie connaît ses débuts de réalisation. Des hôtels de petite dimension se construisent dans la région du Sud Comoé. A cette époque, il y'avait moins de cinq (5) hôtels situés dans la ville de Bassam entre 1963 et 1969. C'était des hôtels possédant un petit nombre de chambres et un espace à manger. Il s'agissait, par exemple, de « La Taverne Bassamoise », située, au quartier France, qui a ouvert ses portes aux visiteurs en 1963. Il existait, aussi, des demeures de passage qui étaient gérées par les autorités administratives. Ces demeures étaient équipées, elles servaient à loger les fonctionnaires et les visiteurs étrangers de passage dans la zone. Particulièrement, dans les villages il n'existait pas encore d'hôtel. C'est vraiment à partir de 1970 que les projets d'équipement hôtelier ont été réalisés.

I-1-1-2-La période de 1970 à 1980

Au plan national, cette période, correspond à l'institution du tourisme par la création du ministère du tourisme et de l'hôtellerie. Pour le territoire régional, elle correspond à l'érection du village d'Assinie en zone prioritaire du tourisme et à l'achèvement du premier plan de développement touristique de ladite zone. Cette émergence a été favorisée tant par la réalisation de la voie bitumée que par la promotion du tourisme à Grand-Bassam et à Assinie. C'est à cette période que l'hôtellerie a commencé réellement à s'y développer. Des opérateurs sont encouragés par la perspective d'un accroissement considérable du nombre de visiteurs sur le littoral d'Assinie, les autorités adoptent des mesures incitatives à l'endroit des personnes désireuses d'investir dans cette branche d'activité considérée comme prometteuse et encore inexploitée. Le souci de favoriser la création d'établissement hôtelier dans la région ne visait que la mise en place des facteurs indispensables au développement du tourisme.

Ainsi, les premiers éléments d'une infrastructure hôtelière digne de ce nom se mettent en place. Le nombre d'hôtel à caractère touristique passe de 2 en 1973 à 5 en 1980 avec une capacité d'hébergement d'environ 100 unités. Cette capacité était en dessous des proportions des touristes qui se rendaient dans la région. On note que l'espace rural de la région est marqué par la construction des deux hôtels dans les villages d'Assinie et d'Assouindé.

I-1-1-3-De 1980 à 2015

A partir de 1980 l'équipement hôtelier connaît une croissance remarquable dans toute la région. Il ressort de l'analyse des données d'enquête que le nombre d'hôtel a doublé de 1970 à 1980. Le nombre d'hôtel dans la région est passé de 4 entre 1960 et 1970 à 8 dans la période 1980-1984. Dans le milieu rural, précisément pour les mêmes périodes, le nombre d'hôtel est passé de 2 à 4. La décennie (1990-2000), quant à elle, a été marquée par la floraison d'établissements hôteliers de petite taille pour s'adapter à l'émergence d'une nouvelle clientèle nationale dans les villages. Cette période a connu l'ouverture de 10 nouveaux hôtels. Et ce malgré la crise politico-militaire en Côte d'Ivoire. Comme la présente les figures 53 et 54, au cours de la période 2010-2015, on observe une croissance rapide qui traduit une forte augmentation des hôtels et donc une dynamique de l'activité touristique. Dans le milieu rural 26 nouveaux hôtels fonctionnent et accroissent le nombre des hôtels à 55. Comment sont-ils repartis dans la région du Sud Comoé ?

I-1-2- La répartition spatiale des équipements hôteliers

La région du Sud Comoé compte 121 hôtels classiques toute catégorie confondue et 2221 chambres. Le département de Grand-Bassam possède 43%, Adiaké 30%, Aboisso 23% et Tiapoum 4% des établissements hôteliers de la région. La répartition à l'échelle des Sous-préfectures est représentée par la figure 44.

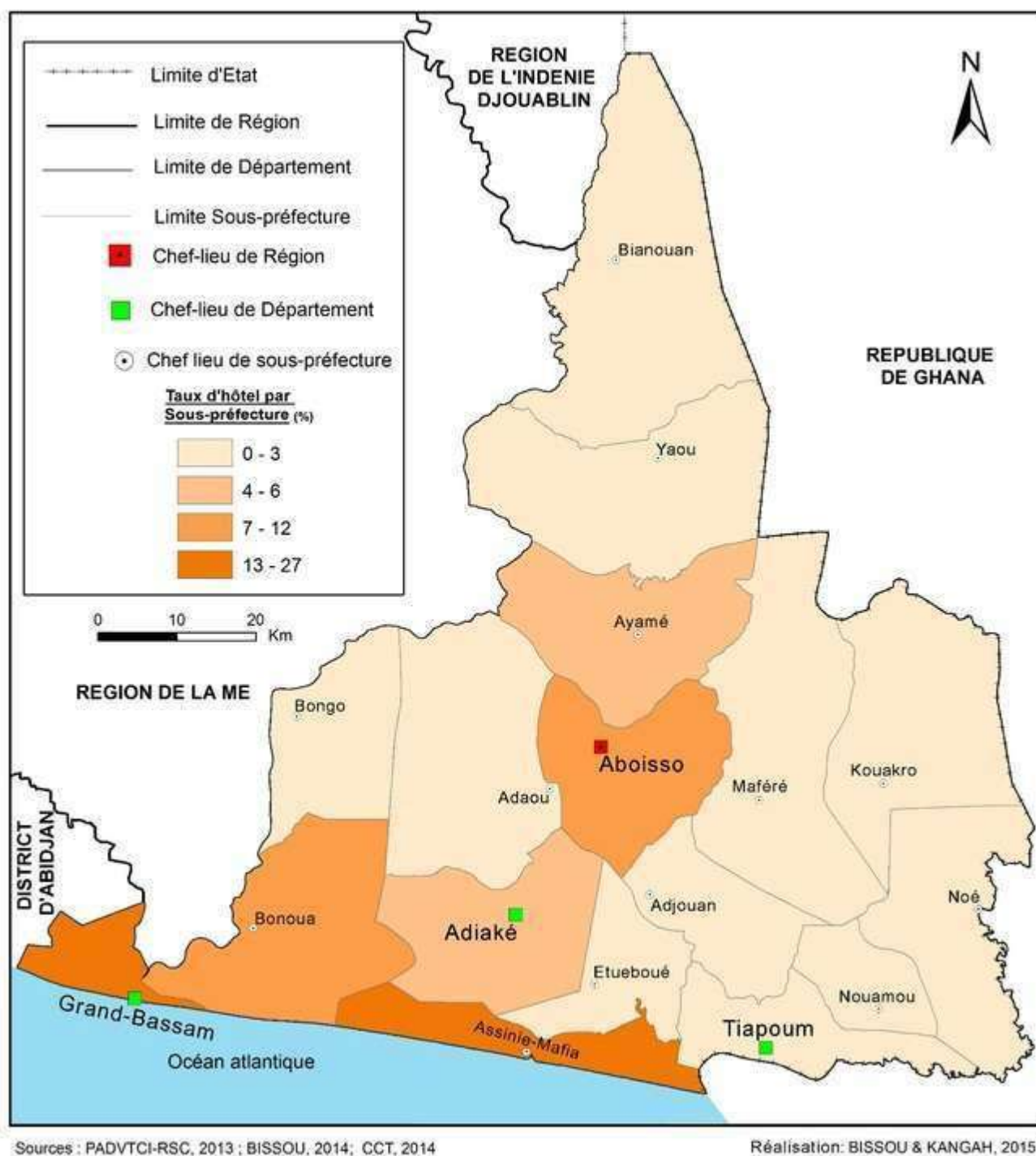


Figure 44 : La proportion des hôtels par Sous-préfecture dans la région du Sud Comoé

Les données à l'échelle des sous-préfectures, représentées sur la figure 46, permettent de constater que les équipements hôteliers sont concentrés essentiellement dans les sous-préfectures de Grand-Bassam, d'Assinie, d'Aboisso et de Bonoua. Ces 4 sous-préfectures disposent de 10% et plus des hôtels de la région. Les plus équipées en hôtels sont seulement les sous-préfectures de Grand-Bassam et d'Assinie. Cela justifie l'ampleur des activités touristiques dans ces circonscriptions administratives.

Selon les données de l'enquête de terrain, l'espace rural de la région du Sud Comoé compte 66 hôtels. Par conséquent, dans la région du Sud Comoé, les hôtels sont localisés en majorité dans les villages. Ces derniers possèdent 55% des équipements hôteliers de la région tandis que l'espace urbain n'en possède 45% (Figure 45).

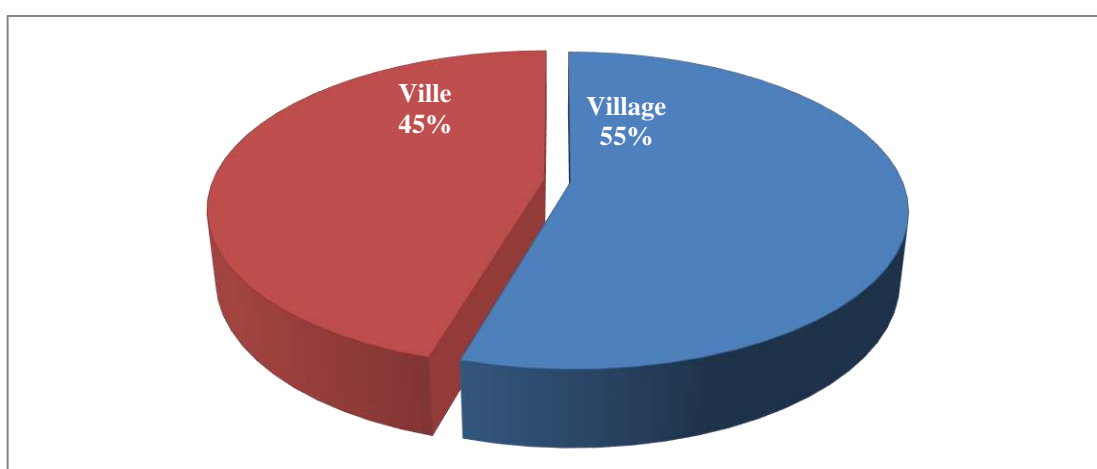
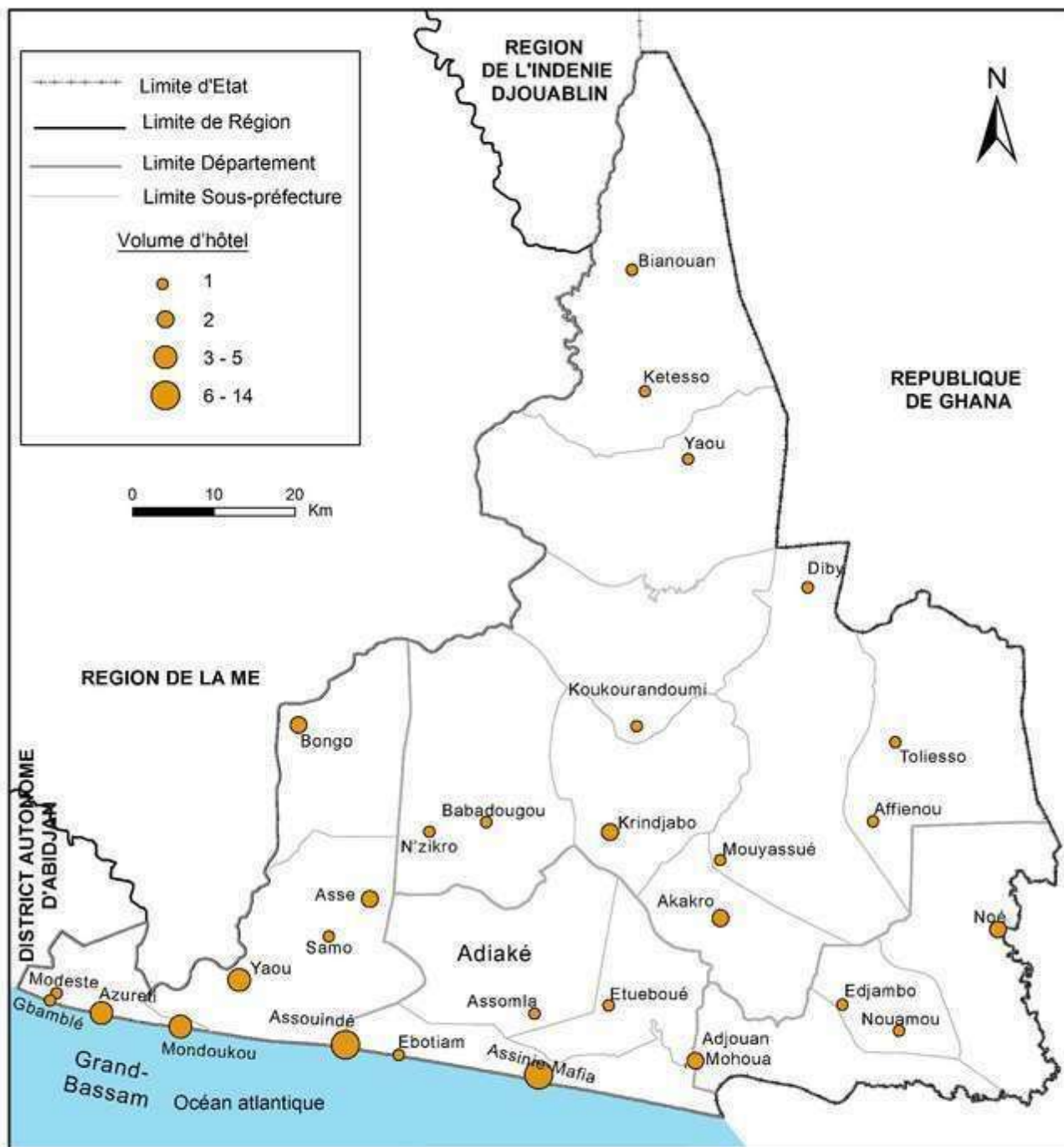


Figure 45 : Répartition des équipements hôteliers par type d'espace dans la région du Sud Comoé

Source : PADVTCL-RSC (2014)

Cette forte proportion des hôtels dans l'espace rural de la région justifie que les pratiques touristiques se réalisent dans les villages. Ces derniers présentent les atouts naturels et humains décrits dans le chapitre précédent. Ces atouts sont les éléments qui répondent aux motifs des visiteurs. D'ailleurs, des archives consultées attestent que les premiers hôtels de renommée internationale ont été construits dans le milieu rural. C'est le cas des hôtels et village de vacances SITOIR et Club Méditerranéen ouverts en 1971 dans les villages d'Assouindé et d'Assinie. Toutefois, ces hôtels sont représentés dans 28 villages sur 178. Les villages possédant au moins un équipement hôtelier ne représentent que 14% des villages de la région du Sud Comoé. Aussi sont-ils inégalement répartis sur l'espace rural comme l'illustre la figure 46



Sources: CCT, 2014; PADVTCI-RSC, 2014; Bissou 2015.

Réalisation: BISSOU & KANGAH, 2015

Figure 46 : Répartition des hôtels par village dans la région du Sud Comoré

La localisation des hôtels répond au souci de leur rentabilisation. Par conséquent, il existe des hôtels créés aux abords des gares, des aéroports pour réduire les effets de la fatigue des clients et leur coût du transport, les hôtels au centre commercial ou centre des affaires. La figure 46 montre que la majorité des établissements hôteliers est concentrée dans la partie sud de la région où se trouve d'ailleurs le front de mer.

Cette inégale répartition, constatée, est à mettre aussi au compte de l'option de certains opérateurs économiques du secteur : développer un tourisme social s'adressant d'abord aux gens de classe moyenne. Plus 75% des hôtels sont pour ce qu'on peut appeler "hôtel campement". Dans ce cas, le client ne séjourne pas souvent plus de 48 heures dans l'établissement. Ces établissements sont fréquentés par les visiteurs qui vont dans les villages pour des questions d'ordre familial et pour la supervision de leurs activités agricoles. Aussi, le coût du séjour, qu'il soit long ou court, est relativement bas. Il varie entre 3500 et 10000 F la nuitée. Ces hôtels sont localisés dans les villages marqués par une intensité de l'activité agricole. Cette dernière est traduite dans ces villages, par l'existence de grandes plantations agroindustrielles. Il s'agit par exemple de Bongo, Ehania, N'zikro. Par contre, d'autres établissements s'adressent à une autre classe de la société beaucoup plus exigeante. Généralement, ces établissements se situent dans les villages qui répondent aux exigences de nombreux visiteurs. En effet, les touristes préfèrent le calme, la propreté, les lieux retirés de la ville propices à la détente. Or, les villages situés sur le front de mer ou qui possèdent des berges lagunaires répondent à ces exigences. Ce qui explique donc leur choix pour l'implantation d'hôtels.

I-1-3 Les types d'équipement et leur mode de gestion

Il est difficile de répartir les hôtels de l'espace rurale de la région du sud Comoé selon leur catégorie. Dans cette zone, la majorité des hôtels qui existent, n'est pas classée. Dans l'ensemble, les hôtels ne disposent pas des agréments d'exploitation. Depuis 1983, il n'existe plus de politique véritable de contrôle et de distinction des établissements sur le territoire national. Des hôtels ne sont pas jusque-là classés et reclassés. A ce sujet, le ministre du tourisme Roger Kakou affirme que 83% des hôtels en Côte d'Ivoire n'ont pas d'agrément. Les attributions que les hôteliers portent, ils leur sont octroyés en fonction des critères que la commission de classement a émis. Par exemple, la catégorie 2 étoiles correspond aux hôtels dont les chambres ont une dimension de 12 m², pour les 3 étoiles, la dimension est plus de 12 m². Un spécialiste du secteur soutient « Les hôtels sont classés ou homologués tourisme par arrêté, après délibération de la commission d'action touristique. Ils sont classés de 0 à 4 étoiles. Les conditions requises pour ce classement portent sur le nombre de chambres, les locaux communs, l'équipement de l'hôtel, la surface et le confort des chambres, le niveau des services rendus par le personnel de l'hôtel ». L'une des difficultés soulignées par l'autorité compétente dans la région du Sud Comoé est que la classification nécessite non seulement le recensement et le contrôle ou l'inspection de tous les hôtels, mais aussi le dépouillement, l'examen des

enquêtes et des dossiers en tenant compte des normes définies par la charte de l'hôtellerie. Ce travail nécessite assez de moyens alors que le ministère du tourisme ne dispose pas de budget conséquent. D'ailleurs certains responsables du ministère du tourisme affirment « il est "le parent pauvre" du gouvernement en Côte d'Ivoire ». Aussi, nombreux sont les opérateurs qui refusent de se faire classer, ils estiment que les impôts tiennent compte de cela pour augmenter leur taxe. Ainsi, les hôtels sont construits en fonction des moyens dont disposent les opérateurs économiques. Ces derniers réalisent leurs hôtels en fonction des objectifs qu'ils veulent atteindre ou des normes existantes qui définissent la catégorie des hôtels. Néanmoins, on distingue trois grands ensembles.

D'abord les hôtels de haut standing : ils possèdent en même temps un hébergement, un bar, un restaurant, une piscine, une salle de conférence, une variété de chambres très équipées, un hall d'accueil équipé et vaste, une grande capacité d'accueil ; ils remplissent généralement les normes des hôtels de 3 à 4 étoiles. C'est ce type d'hôtel qui est beaucoup sollicité par les touristes internationaux, les personnalités politiques et administratives et les opérateurs économiques ou grands hommes d'affaires. Dans l'espace rural de la région de Sud Comoé ces types d'hôtel sont situés à Assinie et Assouindé.

Ensuite, les hôtels de moyen standing. Ce sont les équipements hôteliers qui correspondent à 2 étoiles. Ils répondent généralement à une catégorie de la clientèle composée des nationaux ou résidents étrangers de la classe moyenne des cadres moyens des entreprises. Dans les villes, ils sont généralement localisés au quartier d'affaires non loin des maquis, des boîtes de nuit, et autres équipements de divertissement. Dans l'espace rural de la région du sud Comoé cette catégorie d'hôtel se trouve en majorité dans les villages Assinie, Assouindé, Krindjabo, Mondoukou.

Enfin, à côté des deux catégories précédentes, existe un dernier groupe d'établissement de taille et de prestation plus modeste ainsi que des formules de logement informel. Ce type d'équipement hôtelier de petit standing englobe un éventail d'établissements qui s'échelonnent de la recherche d'un complément de revenu à l'entreprise familiale à une activité lucrative pour les temps de retraite professionnelle. Son niveau de prestation est hétérogène et sa clientèle est composée de voyageur qui résident sur le territoire ou aux environs et qui n'a pas les mêmes exigences que l'étranger de passage. C'est en grande partie des ouvriers ou des personnels au SMIG. Cette catégorie s'est développée de façon autonome à partir d'initiatives isolées. Ils sont moins dépendants du tourisme international car mobilisent les énergies et les ressources locales à l'aide de techniques simples et une main d'œuvre non qualifiée. C'est ce type d'hôtel que possèdent plus 87% des villages enquêtés.

Tableau 16 : Répartition des hôtels en fonction des ensembles

	Grand standing		Moyen standing		Petit standing		Total	
	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%
Ensemble région	3	100	34	100	84	100	121	100
Espace Rural	2	67	16	47	48	57	66	55
Espace Urbain	1	33	18	53	36	43	55	45

Sources : PADVTCI-RSC, (2014) ; BISSOU, (2015)

Au-delà de toute cette différenciation, il faut indiquer que l'hôtellerie dans l'espace rural de la région du sud Comoé revêt un caractère commun : l'équipement hôtelier dans les villages témoigne du type de tourisme pratiqué et prédominant. Il s'agit des hôtels de tourisme. Il faut entendre par hôtel de tourisme, les établissements qui accueillent des personnes uniquement pour le loisir et le repos. La quasi-totalité des établissements hôteliers de l'espace rural correspondent à ce type de tourisme.

I-2- Les résidences secondaires et les paillotes dans les villages de la région du Sud Comoé

I-2-1- Les résidences secondaires dans les villages de la région du Sud Comoé

A côté des équipements hôteliers qui constituent l'essentiel des équipements d'hébergement marchands, il existe d'autres types d'équipement d'hébergement dans l'espace rural de la région du Sud Comoé : les résidences secondaires.

Les résidences secondaires ou « occasionnelles » sont des cellules d'habitations privées de type pavillonnaire ou villa, destinées à l'hébergement des touristes évoluant en dehors des structures collectives d'hébergements hôteliers marchand. Communément appelées « paillote privée », elles offrent des conditions de vie individuelle et permettent de réunir en un seul endroit un nombre plus ou moins important de commodités pour agrémenter le séjour des visiteurs propriétaire ou non. Ce sont des habitations qui servent notamment de logement de villégiature à leurs propriétaires ou locataires, ceci uniquement pour des périodes de courtes durées durant l'année (vacance, week-end, loisir). Ce type d'hébergement s'inscrit dans la vision des habitations de villégiature. Les résidences secondaires sont considérées comme des équipements touristiques car elles répondent aux motifs des visiteurs-touristes. Les premières résidences secondaires dans l'espace rural du sud Comoé datent des années 1970. Aujourd'hui la région compte plus de 300 résidences secondaires dont 86% situées en zone rurale. Aussi est-il important de constater que la quasi-totalité des résidences secondaires sont dans la partie sud

de la région. Le littoral d'Assinie possède plus de la moitié de ces résidences. Ces résidences appartiennent non seulement aux nationaux qui sont des autochtones et des étrangers : libanais, européens. Ces derniers sont attirés non seulement par le calme et la pureté de l'air qui caractérisent les villages mais surtout par la présence des cours d'eau douce et marine dont bénéficient les villages au sud de la région du Sud Comoé. HAUHOUOT (2010) souligne, qu'on assiste au développement de résidences secondaires sur bord de mer. Ces résidences sont construites dans un style architectural qui s'intègre au paysage. Les architectes ont opté pour un mélange de matériaux locaux et de briques en ciment (Photo 11).



Photo 11 : Résidence secondaire à Abiaty

Source : BISSOU (2014)

Sur le littoral d'Assinie qui concentre 86% des résidences secondaires, on distingue trois principaux ensembles pavillonnaires. Ce sont Le Front de mer, le Front lagunaire et Assinie-Maffia (tableau 17).

Tableau 17 : Répartition des réceptifs pavillonnaires sur le littoral de l'espace rural

Site	Assinie	Assouindé	Mondoukou	Gbambélé	Etuésika	Abiaty	Total
Résidences secondaires	258	35	5	2	1	1	301

Sources : BISSOU (2014, 2015)

On peut estimer à environ 301 l'ensemble des réceptifs pavillonnaires disponible uniquement dans l'espace rural de la région du Sud Comoé. Cela représente 1798 lits. Environ 97,34% de ces résidences sont localisées sur le littoral d'Assinie. Cette proportion permet

d'estimer la capacité d'hébergement non marchand à 1465 lits. L'analyse des données fait remarquer que plus de 2/3 des réceptifs dans cette partie de l'espace rural, se concentrent sur le front de mer : cette zone a constitué le premier front d'aménagement pavillonnaire du littoral, les autres sites, quant à eux, sont caractérisés par une installation plus récente. Ce sont, en effet, des zones pavillonnaires secondaires. A côté de cette zone, on note aussi l'existence des résidences secondaires dans d'autres villages comme Mondoukou, Gbambélé, Etuésika, Abiaty. Ces villages possédaient respectivement lors de l'enquête en 2014, 5, 2 et 1 résidences secondaires. Ces types d'équipement traduisent essentiellement la pratique du tourisme non marchand dans les villages de la région du Sud Comoé. Cet aspect du tourisme s'explique aussi par l'accueil en famille des visiteurs. L'enquête a permis de se rendre compte qu'environ 35% des villages ont répondu « Oui » à la question « accueillez-vous des touristes en famille dans votre village ? » Cette caractéristique du tourisme non marchand échappe à la statistique touristique. Aucune donnée fiable ne permet d'en faire une analyse conséquente dans le cadre de cette étude.

I-2-2- Les paillotes dans les villages de la région du Sud Comoé

La paillote était autrefois, la première habitation des exilés et des colons. Elle est devenue jusqu'au milieu du XX^e siècle, l'habitation traditionnelle des populations rurales pauvres. Aujourd'hui, elles sont en voie de disparition dans ce milieu. Mais comme dans plusieurs pays littoraux, les constructions en paillote marquent encore les plages et les berges dans la région du sud Comoé (Photo 12).



Photo 12 : Paillote aménagée sur la plage de Mondoukou

Source : Bissou (2015)

La paillote est une hutte ou une cabane construite à l'aide de paille. Elle est couverte de paille et est propre aux pays tropicaux et équatoriaux. Elle est faite de végétaux bruts ou tressés. La paillote a évolué en s'adaptant aux matériaux trouvés sur place.

Le bois et les feuilles de tôle ont recouvert murs et toits, des ouvertures ont été percées pour donner un peu de lumière. Le modèle s'est orienté vers le " bois sous tôle ". Dans l'espace rural de la région du Sud Comoé, la paillote est faite de branches de cocotier nattées qui servent de toit et de mur.

De forme rectangulaire, la paillote a souvent deux pans de toitures dans les hauts et quatre dans les bas où les vents nécessitent une meilleure stabilité apportée par sa forme dite " en pavillon ". Elle est posée aussi souvent sur un soubassement de pierre éventuellement rehaussé en torchis. La structure est en bois brut de faible section. Sur les plages et les berges lagunaires, on en trouve aussi sous forme de parasol et de hangar traditionnel (Photos 13 et 14).



Photo 14: Paillotes en parasol sur la plage d'Assouindé

Sources : PADVTCL-RSC, (2014) ; BISSOU, (2014, 2015)



Photo 13: Paillotes sur la berge lagunaire d'Eboué

Sources : PADVTCL-RSC, (2014) ; BISSOU, (2014, 2015)

La paillote est plus qu'un simple abri, c'est un habitat élémentaire. Elle sert de lieu de détente pour les visiteurs de journée. Les paillotes sont également propices aux déjeuners plus discrets en petit comité professionnel, familial ou amical avec l'effet mer. Elles sont disséminées sur les plages. Par conséquent, l'étude de l'activité touristique dans les villages révèle que les paillotes sont essentiellement concentrées dans les villages du sud littoral de la région. L'enquête a montré que le village de Mondoukou en disposait 71, au mois d'août 2014. Ces paillotes appartiennent aux jeunes du village et leur location est estimée à 10000 F CFA la journée. Ils accueillent d'ailleurs 80 % des visiteurs dans le village selon l'enquête de terrain.

II LES EQUIPEMENTS DE RESTAURATION DANS LES VILLAGES DU SUD COMOE

Les capacités de restauration sont très déterminantes dans le choix des lieux de tourisme. En effet, la diversité nutritionnelle, l'abondance des mets et leur goût et surtout leur qualité conduisent de nombreux visiteurs potentiels à choisir leur destination touristique. Cette enquête de diagnostic a consacré un volet aux établissements de restauration du Sud Comoé.

II- 1 L'avènement des restaurants et maquis dans les villages du Sud Comoé

La restauration regroupe l'ensemble des maquis et restaurants de la région du sud Comoé, que de nombreux touristes visitent pour des raisons diverses : absence de restaurant dans la majorité des hôtels, se sentir plus proche de la population résidente fréquentant ces lieux. Il existe 277 lieux de restauration dans la région du Sud Comoé selon l'enquête menée entre 2013 et 2014. Autrefois, concentrés uniquement dans les villes, ces restaurants et maquis émergent davantage dans l'espace rural de la région. C'est une activité en pleine expansion dans les villages de la région au regard des équipements de restauration qu'on y dénombre. Le nombre de lieu de restauration dans l'espace rural est presque égale à celui de la zone urbaine. Ces deux espaces comptent respectivement 131 et 146 lieux de restauration soit 47 % et 53%. La figure 47 ci-après illustre ce relatif équilibre susmentionné.

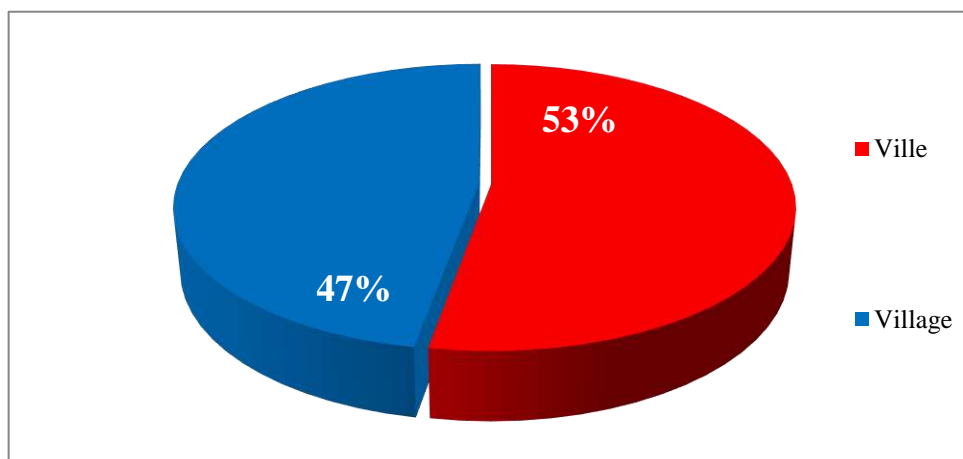


Figure 47: Répartition des établissements de restauration selon le type d'espace (%)

Sources : PADVTCL-RSC 2013 ; BISSOU (2014)

Sur les 248 restaurants et maquis ayant donné leur date de création, 211 ont été créés à partir des années 2000 soit plus de 85% des lieux de restauration. Le plus ancien de ce type d'équipement touristique dans la région a 55 ans d'existence. Il s'agit de maquis la cantine située à Ayamé 1. Par ailleurs, les années 2012, 2013 et 2014 ont vu naître au moins 25

nouveaux restaurants dans toute la région. De façon spécifique, dans l'espace rural, les établissements de restauration ont commencé à émerger à partir de 1976 (Figure 48).

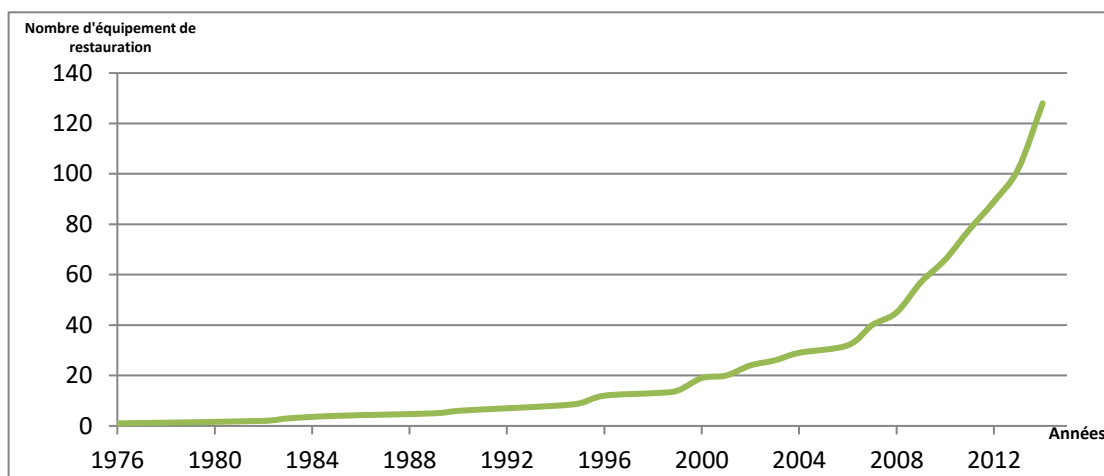


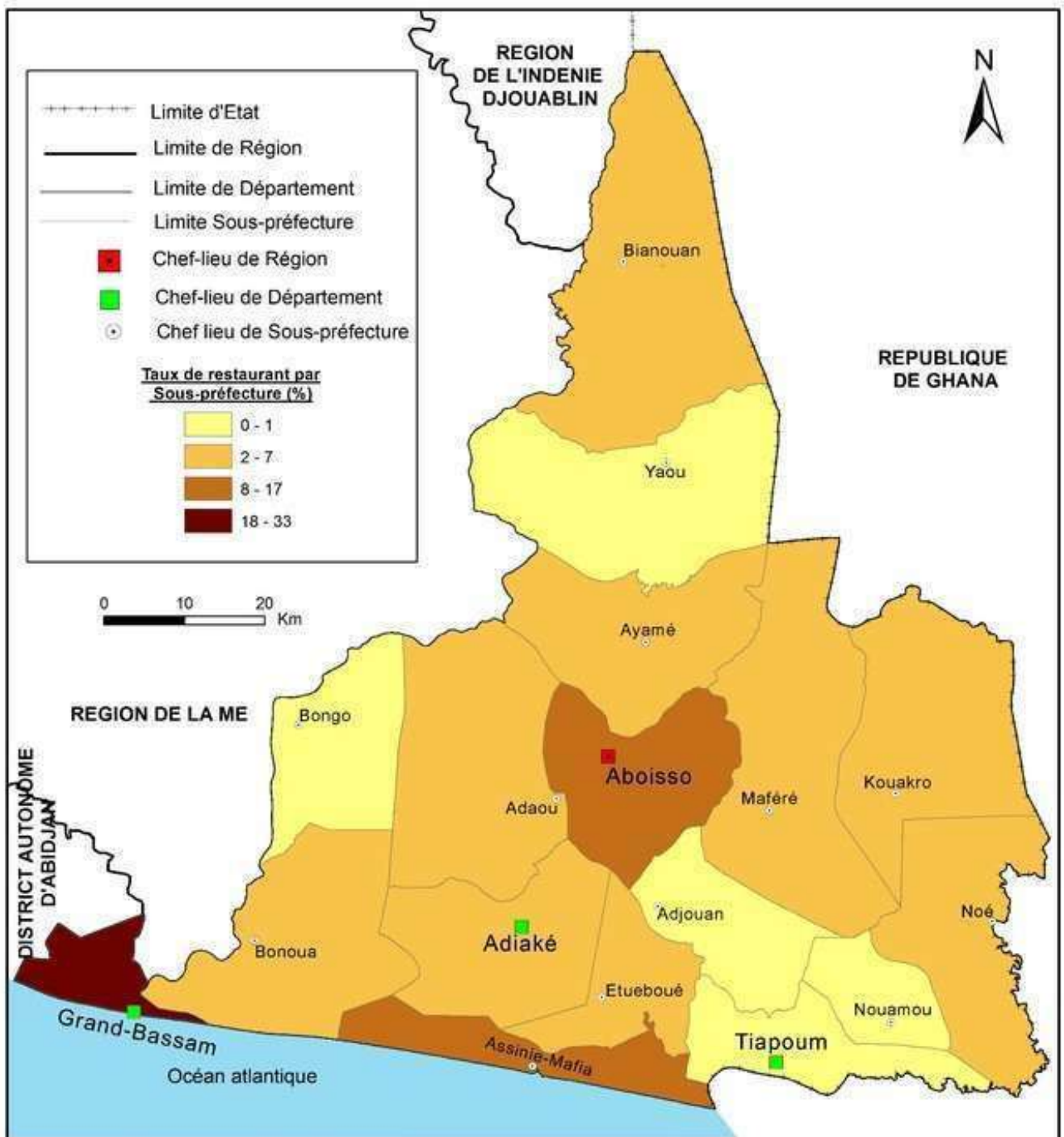
Figure 48 : Evolution des établissements de restauration dans l'espace rural de la région du Sud Comoé entre 1976 et 2014

Sources : PADVTFCI-RSC, 2013 ; BISSOU, 2014

Depuis lors, ils ont connu une croissance remarquable avec un taux de croissance de 8% entre 2000 et 2014. Dans l'espace rural, le nombre de lieu de restauration est passé de 14, entre 1976 et 1999, à 131, en 2014. 117 nouveaux maquis et restaurants ont été créés entre 2000 et 2014. Les lieux de restauration ne cessent de croître dans les villages. Cela justifie l'existence des pratiques touristiques. Ces lieux participent aussi à la promotion du tourisme par le sens de l'hospitalité, la variété et l'originalité de la gastronomie. Ces restaurants et maquis existent dans plus de 80% des villages de la région.

II-2- L'inégale répartition des équipements de restauration

Les restaurants et maquis sont inégalement répartis dans toute la région du Sud Comoé. Ils sont repartis dans les départements de Grand-Bassam avec 46% des établissements, Aboisso 34%, Adiaké 17% et Tiapoum 3% (Figure 49).

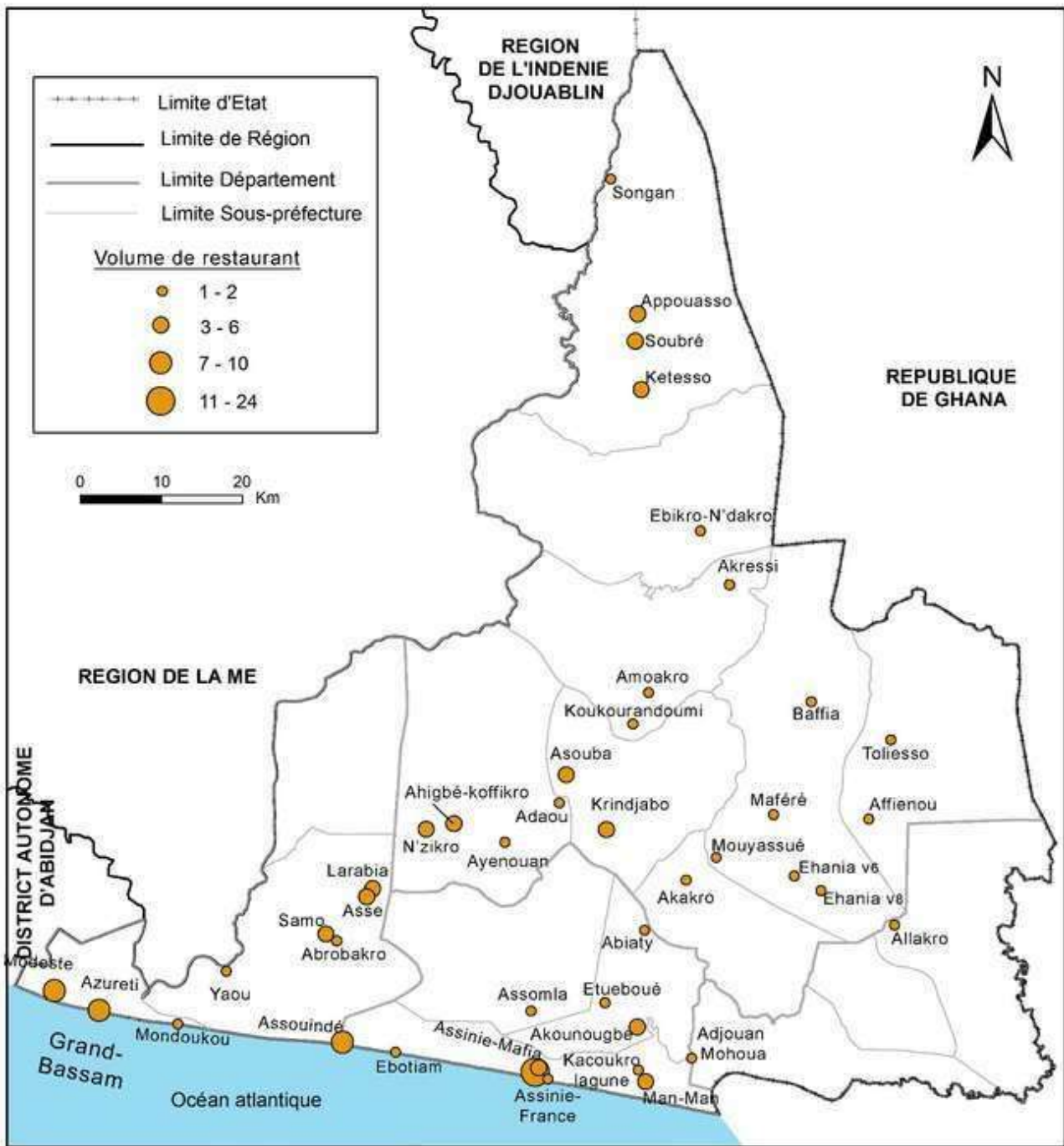


Sources : PADVTCI-RSC, 2013 ; BISSOU, 2014 ; CCT, 2014

Réalisation: BISSOU & KANGAH, 2015

Figure 49 : Proportion des équipements de restauration par sous-préfecture

L'analyse des données d'enquêtes spécifiques à l'espace rural permet de constater que plus 60% des équipements de restauration sont localisés dans la partie sud de la région, surtout dans les villages situés sur le cordon littoral et les berges lagunaires (Figure 50).



Sources : PADVTCl-RSC, 2013 ; BISSOU, 2014 ; CCT, 2014

Réalisation: BISSOU & KANGAH, 2015

Figure 50 : Répartition des lieux de restauration dans les villages de la région du Sud Comoé

Les villages situés dans les zones côtières possèdent les fortes proportions de lieu de restauration dans la région du sud Comoé. Par exemple, les villages Assinie Assouindé regroupent 23% des équipements de restauration de l'espace rural de la région.

III LES ESPACES DE LOISIRS DANS LES VILLAGES DE LA REGION

III-1 Les espaces de loisir inégalement répartis dans la région et dans l'espace rural

La diversité des espaces de loisir est généralement une source d'attractivité touristique. Les touristes cherchent le plus souvent des moyens de se divertir. L'enquête a permis de compter 68 espaces de loisirs dans toute la région, plus précisément dans les départements de Grand-Bassam avec 13,6% des établissements, Adiaké 37,9%, Aboisso 45,5% et Tiapoum 3,0% (Figure 51).

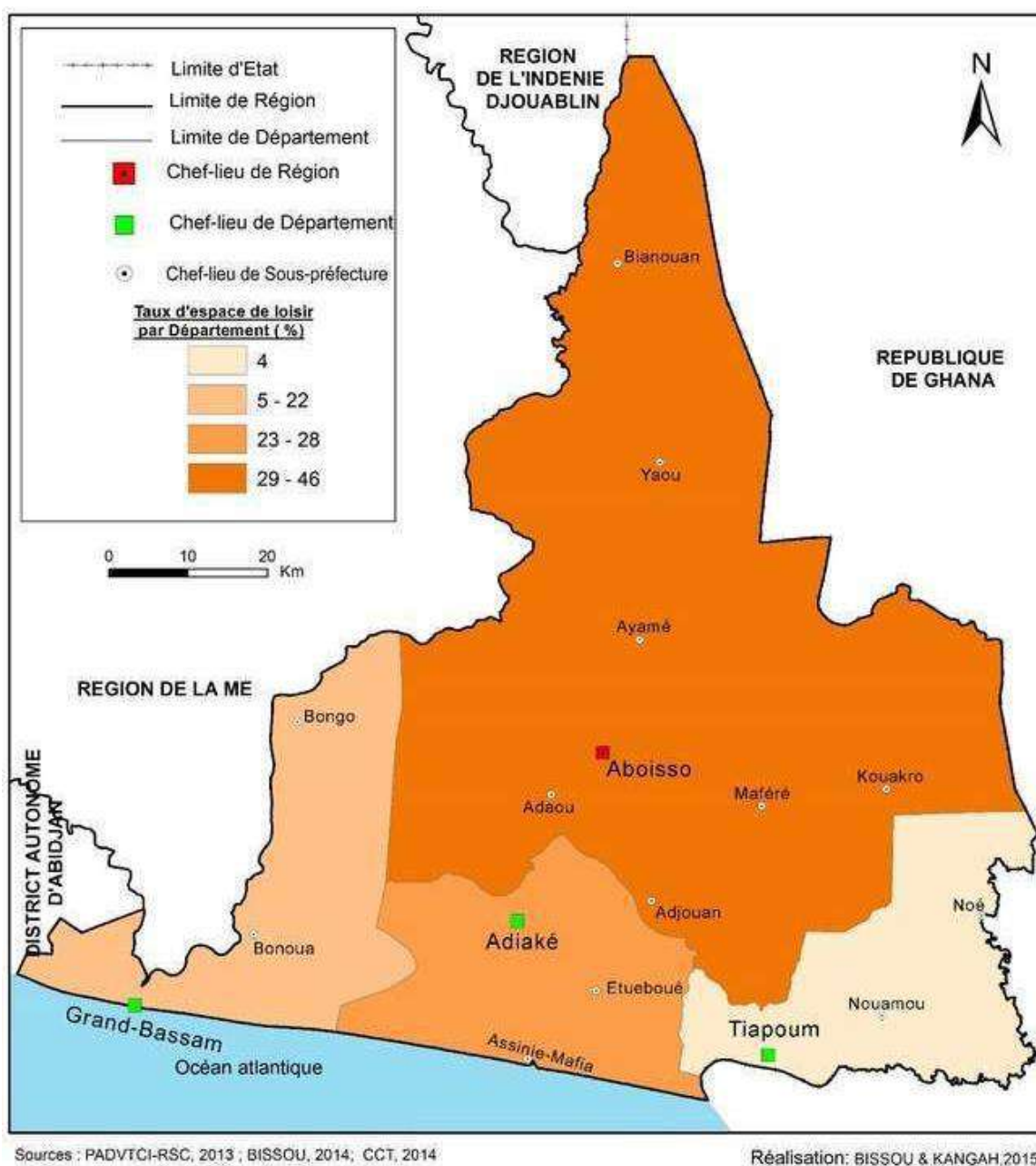
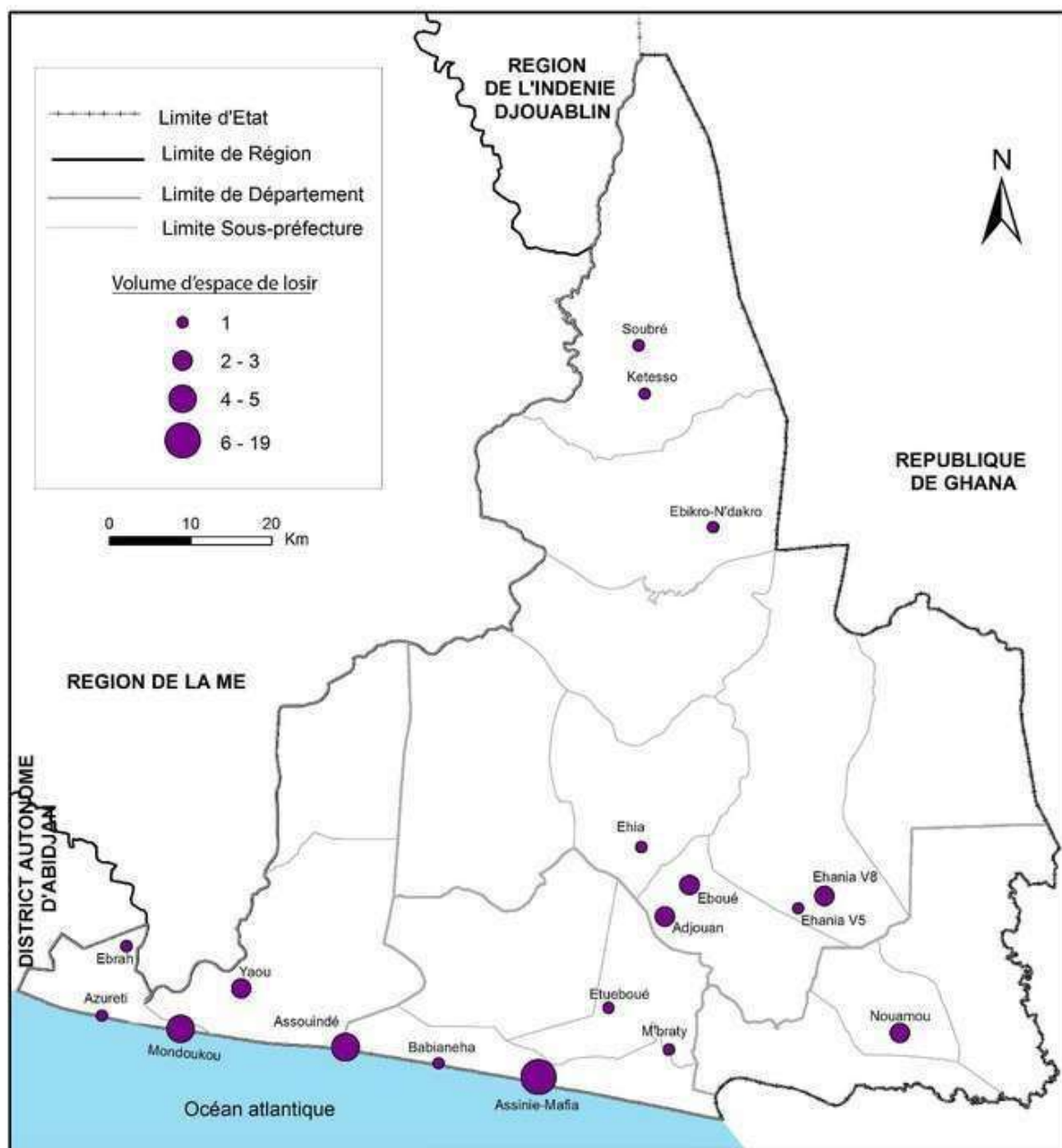


Figure 51 : Taux de répartition des espaces de loisir dans la région du Sud Comoe

Les villes (16%) et les villages (84%) de la région se partagent inégalement les espaces de loisirs identifiés, avec une hausse de 68% pour l'espace rural. Les villages les plus connus pour leurs espaces de loisir sont : Assinie, Assouindé, Mondoukou, Moossou, Krindjabo... La figure 52 suivante illustre cette inégale répartition des espaces de loisir dans les villages de la région du Sud Comoé.



Sources : PADVTCI-RSC, 2013 ; BISSOU, 2014 ; CCT, 2014

Réalisation: BISSOU & KANGAH, 2015

Figure 52: Volume d'espace de loisir par village dans la région du Sud Comoé

De la lecture de cette carte, il ressort une fois encore que la partie sud de l'espace rural de la région du sud Comoé concentre plus de la moitié des établissements et espaces de loisirs. Le sud possède, à lui seul, 77% des villages de la région avec au moins un espace de loisir.

III-2- la durée d'existence

Dans la région du Sud Comoé, les premiers espaces de loisir datent des années 1970 tant en zone urbaine que rurale. Plus de 61,3 % des espaces de loisirs ont moins de 10 ans d'existence. Les espaces les plus anciens, dont l'âge est compris entre 21 et 40 ans, représentent (17,5 %) de leur ensemble. Ils sont ainsi les moins représentés (Figure 53).

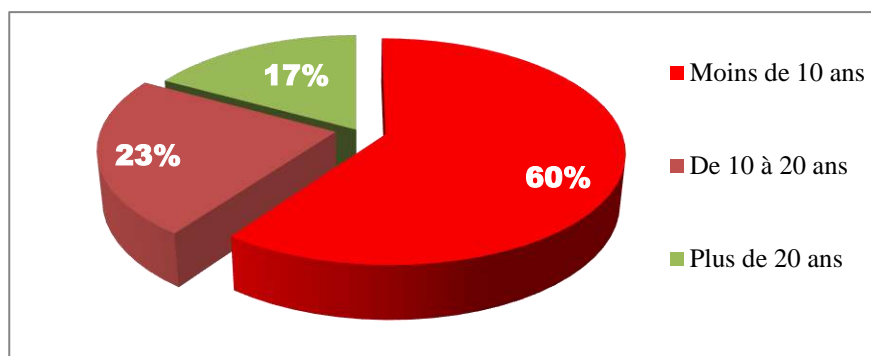


Figure 53: Répartition des espaces de loisirs de la région du Sud Comoé en fonction de leur durée d'existence

Source : PADVTCI (2014)

Les espaces de loisir ayant une durée d'existence comprise entre 11 et 20 ans, quant à eux occupent 20,7 % des espaces visités. Les espaces de loisir mettent en évidence la dynamique du tourisme dans l'espace rural à travers leur croissance en nombre de 1970 à 2014. Dans la dernière décennie 2004-2014, c'est plus de 21 nouveaux espaces de loisir qui ont été créés dans la zone rurale, soit une augmentation de 60%. En effet, la détermination de la durée d'existence de ce type d'établissement dans les villages de la région, a permis de savoir qu'il en existe qui ont moins de 10 ans, 20 ans et plus de 20 ans (Figure 53). Les données statistiques, à cet effet, pour l'espace rural, montrent que c'est environ 60 % des espaces de loisirs qui ont moins de 10 ans d'existence. Les espaces de loisir dont l'âge est compris entre 10 et 20 ans sont estimés à 23% du nombre total. Quant à ceux qui ont plus de 20 ans d'existence dans l'espace rural de la région, ils représentent 17 % de leur ensemble. Ils sont ainsi les moins représentés. L'espace le plus ancien compte 37 ans d'existence. L'on peut donc affirmer que l'avènement des loisirs dans les villages est récent, mais son intensité est forte depuis les années 2000.

En somme, l'activité touristique se perçoit et s'évalue par l'existence de plusieurs activités directes notamment, l'hôtellerie, la restauration, les loisirs. Ceux-ci sont observés à travers l'implantation des équipements correspondants. A ce stade de l'étude, on peut affirmer que l'espace rural de la région du Sud Comoé est marqué par le tourisme dans l'ensemble. Toutefois, le constat est que les équipements touristiques sont concentrés dans la partie Sud de

la région. Cela met en évidence l'exercice de l'activité touristique mais également une forte disparité de cette dernière dans l'espace rural de la région du Sud Comoé comme le justifie la figure 54.

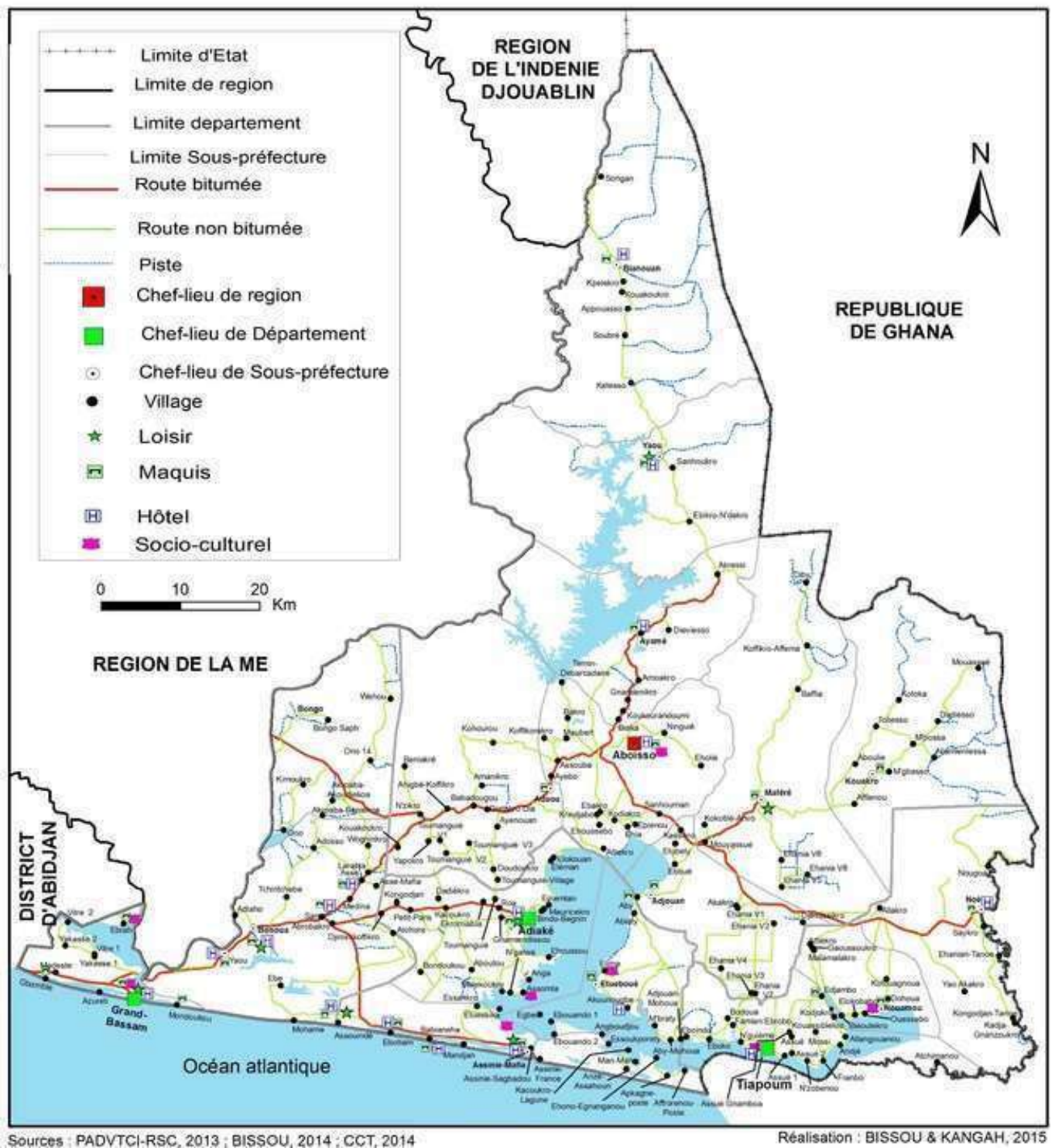


Figure 54: Equipements touristiques dans la région du Sud Comoé

CHAPITRE 3 : LES TERRITOIRES RURAUX DES PRATIQUES TOURISTIQUES DANS LA REGION SUD COMOÉ

L'étude des ressources touristiques initiales et dérivées, a permis de cerner les approches de l'environnement rural du tourisme de la région du Sud Comoé. Par ailleurs, elle a permis de relever l'enjeu touristique des territoires ruraux à travers les attraits naturels, humains et les équipements touristiques. Mais, un territoire qui ne reçoit aucun voyageur-visitant alors qu'il présente de nombreuses potentialités touristiques peut-il être considéré comme destination touristique ? Cette interrogation traduit la nécessité d'analyser l'attraction touristique de l'espace rural. Ce chapitre, qui s'inscrit dans cette optique, a donc pour objectifs de :

- Identifier les villages qui constituent des attractions touristiques dans la région du Sud Comoé
- Analyser la localisation de ces attractions touristiques dans l'espace rural de la région du Sud Comoé

I LES ATTRACTIONS TOURISTIQUES DANS L'ESPACE RURAL DU SUD COMOÉ

L'opération de collecte des données de terrains a permis l'identification des attractions touristiques. Il s'agit des ressources qui font l'objet des visites dans l'espace rural de la région du sud Comoé. Ces attractions mettent en relief non seulement les pratiques des visiteurs mais aussi les formes de tourisme qui sont pratiquées dans les villages de la région d'étude.

I-1 Les attractions touristiques naturelles et les formes de tourisme correspondantes

Dans la région du Sud Comoé, l'analyse du tourisme met en évidence l'émergence des pratiques touristiques fondées sur des éléments du milieu naturel. L'enquête a montré qu'il existe des séjours tournés vers la pratique d'activités de nature. De ce fait, ces visites constituent des indicateurs majeurs de valorisation touristique des ressources naturelles. Selon les informations recueillies auprès des autorités administratives et villageoises, les principales attractions naturelles du milieu rural dans cette région d'étude sont celles répertoriées dans le tableau 18 suivant.

Tableau 18: Répertoire des principales attractions naturelles dans le milieu rural de la région du Sud Comoé

ATTRIBUTIONS TOURISTIQUES	TYPES DE RESSOURCE NATURELLE	VILLAGE	NOMBRE MOYEN DE VISITEUR/AN
Sable blanc et coquillage blanc	Eau	KACOUKRO	25
N'gotokpre	Eau	M'BRATY	40
Berge lagunaire aménagé	Eau	M'BRATY	60
L'espace au bord de la rivière étingrin 2	Eau	MOOSSOU	1200
Berge lagunaire aménagé	Eau	MOOSSOU	4300
Berge lagunaire aménagé	Eau	M'POSSA	225
Adjaïke	Eau	ABIATY	125
Berge lagunaire aménagé	Eau	ABIATY	60
Plage du sud-Comoé	Eau	AFFIENOU	500
La cascade de la rivière	Eau	AKOUNOUGBE	120
Berge lagunaire aménagé	Eau	AKOUNOUGBE	120
Plage	Eau	ANGAH	60
Plages et berges lagunaires aménagé	Eau	ASSINIE	18000
Berge lagunaire aménagé	Eau	ASSOUANKA-	1200
Plage	Eau	ASSOUINDE	11000
Plage	Eau	AZURETTI	7500
Ancien puit d'extraction de	Eau	EBOUE	24
Berge lagunaire aménagé	Eau	EBOUE	120
Plage	Eau	MONDOUKOU	1786
Ebolo	Eau et faune	BROU-ADJAME	120
Lac aux caïmans	Eau et faune	EBOUE	12
Espace ahoubou	Eau et faune	M'BRATY	36
Tafila	Eau et flore	ELDOUSSOU	24
Forêt de mangrove	Eau et flore	M'BRATY	20
Mouyassue/kpalefoue	Eau et flore	SAMO	170
Campement brou adjane	Eau et flore	SOUBRE	220
Adjabiassou	Flore	BROU-ADJAME	120
L'arbre à palabre	Flore	KRINDJABO	1200
Campement ambassadeur	Flore	Zone de Maféré	500
L'île bosson asshou	Flore et eau	AKOUNOUGBE	1000
L'île perdue ghandjo	Flore et eau	AKOUNOUGBE	300
La baie d'akounougbe	Flore et eau	AKOUNOUGBE	24
Bosson alici (rochet sacré)	Flore et relief	EBOUE	36
Eleman kanwou	Flore et relief	ELIMA	40
Le parc national des îles éhotiles	Flore faune et eau	ELIMA	1200
Tchelewe (île au chauve)	Flore faune et eau	AKOUNOUGBE	1000
La forêt des marais tanoé-ehy	Flore, faune et eau	9 Villages autour de la forêt	120
Bamouan (l'arbuste sur ro-	Flore, relief et eau	M'BRATY	24
Ebouessouinh	Relief	ABIATY	40

Source : PADVTICI-RSC (2014), BISSOU (2014, 2015)

Le tableau 18 ci-dessus relève le nombre d'attractions touristiques naturelles enregistrées dans l'espace rural dans la période de 2012-2014. Selon ces informations, il existe 42 attractions touristiques liées essentiellement à la faune avec ses composantes et à l'eau sous les formes de fleuve, lagune et mer. Aussi, le tableau qui précède permet-il la réalisation d'une cartographie de ces attractions (Figure 55) pour mieux observer la configuration spatiale des pratiques touristiques liée aux ressources naturelles dans la zone rurale de la région du Sud Comoé.

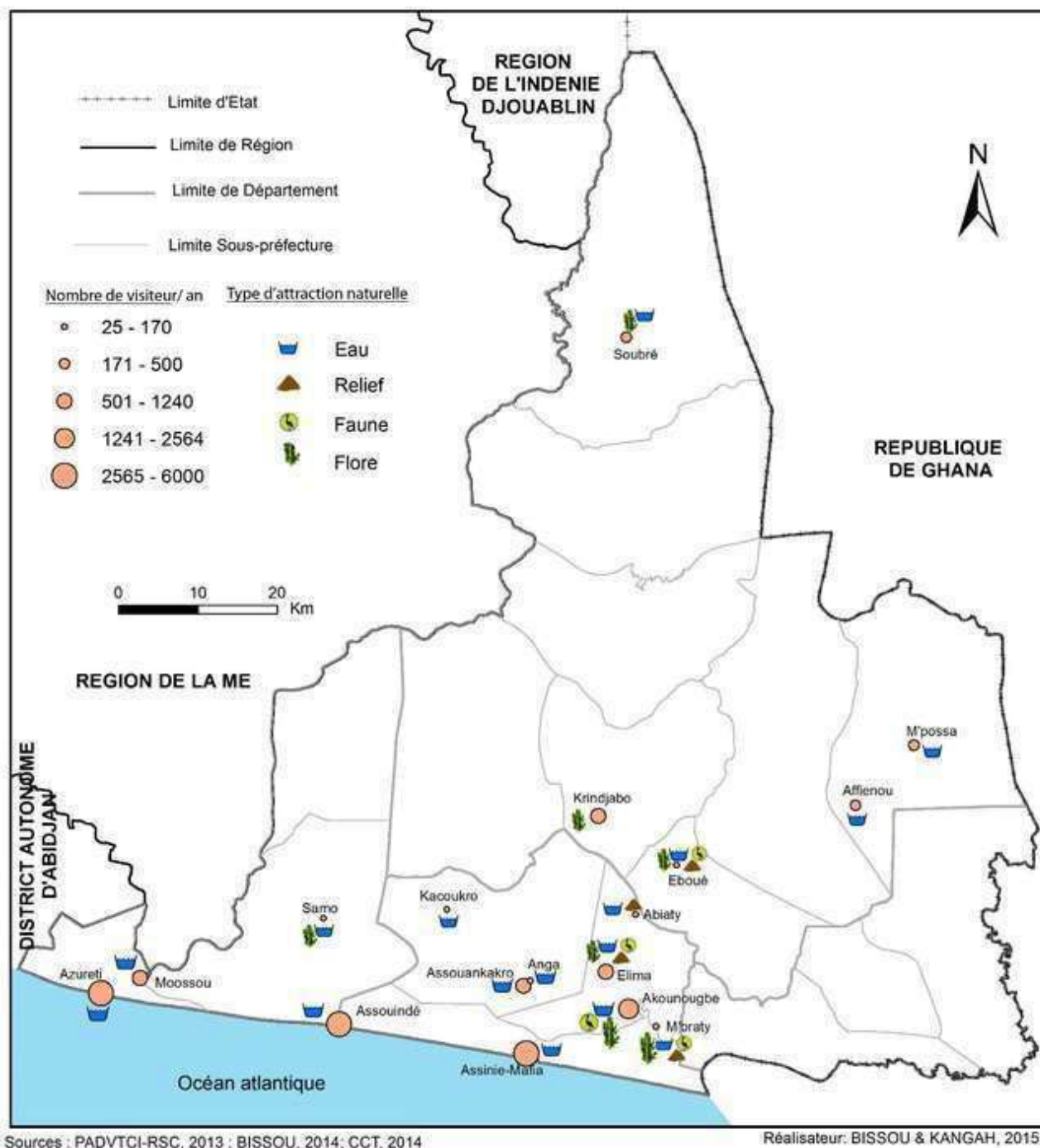


Figure 55: Localisation des attractions touristiques naturelles et leur volume de visiteurs

Le milieu rural concentre 64% des attractions touristiques naturelles dans la région. La majorité des sites et phénomènes naturels qui constituent les motifs de déplacements des visiteurs dans la région du sud Comoé sont essentiellement localisés dans les villages. Toutefois, la lecture de la figure 54 présente une inégale répartition de ces attractions en milieu rural. Les principales attractions touristiques sont localisées dans la partie australe de la zone d'étude. A l'analyse des données cartographiques sur les atouts touristiques, il a été relevé que la quasi-totalité des villages présentent des possibilités de pratique touristique. Il est constaté ici, que, de façon concrète, ce sont moins de 15% des villages qui sont visités à des fins touristiques sous plusieurs formes. Ces attractions naturelles traduisent la réalisation d'une variété de forme de tourisme dans le milieu rural de la région dont les principales sont :

Le tourisme balnéaire et le tourisme fluvial ou lagunaire qui sont des formes de tourisme liées au réseau hydrographique de la région du Sud Comoé.

Le tourisme balnéaire : ce tourisme de masse est pratiqué en relation avec la mer, la plage de sable et le soleil qui constituent des attractions importantes pour les visiteurs. Des activités comme le bronzage, le repos sous l'air marin, la natation, la plongée sous-marine, les sports nautiques (voile, planche à voile, ski nautique, surf, kitesurf, motonautisme, etc.) et les sports de plage (Beach volley, beachminton, beach soccer, beach basket, etc.), y sont pratiquées. Le tourisme balnéaire requiert, la plupart du temps, l'aménagement de sites dédiés. Les villages renommés pour la pratique de cette forme de tourisme sont Assinie, Assouindé, Mondoukou, Azuréty, Gbambélé. Quant au tourisme fluvial, il consiste à naviguer, dans un bateau spécialement aménagé, sur des eaux calmes telles que les fleuves et les lagunes. Cette forme de tourisme est en développement à Aby, Assinie, Etuésika, Moossou, Mondoukou. Elle permet surtout aux visiteurs étrangers de bénéficier d'une promenade aquatique personnalisée (en couple ou en famille). Cette pratique touristique se traduit dans cette zone par les sports nautiques, la pêche sportive dont une illustration est faite sur les photos 15 et 16 suivantes.



Photo 15 : Visiteurs sur la lagune Aby
Source : Carnet et Voyage Afrique, 2013



Photo 16: Pêcheurs sportifs après une promenade en lagune aux environs du village Aby

Source : Carnet et Voyage Afrique, 2013

Par ailleurs, il existe des attractions liées à la flore et à la faune. Plusieurs réserves naturelles dans l'espace rural de la région du Sud Comoé font l'objet de visites à des fins scientifiques et touristiques. Parmi elles, le parc national des îles éhotilé, la forêt classée le marais, sont à noter. Cette pratique est appelé tourisme de nature. La photo 17 en, donne une illustration.



Photo 17 : Excursionniste sous les mangroves sur les îles éhotilé (île Assoko monobaha)

Source : PADVTCI-RSC (2014)

Tout récemment promu sous l'étiquette « écotourisme », le tourisme de nature est axé sur la découverte de la nature et les bienfaits qu'elle procure. Il comporte une part d'éducation et de sensibilisation à l'environnement aussi bien à destination des visiteurs que des autochtones. C'est un tourisme respectueux, avant tout, de la nature et des populations d'accueil. Il veille

notamment à leur procurer des revenus à travers la création d'entreprises locales ou communautaires. Ce type de tourisme se pratique aussi par les sports de plein air comme la randonnée en forêt ou le naturalisme qui consiste à faire des recherches sur la nature. L'analyse des données d'enquête montre que l'attraction touristique liée à la végétation est encore très faible dans la région du Sud Comoé. Les espaces de végétation ou de cadre écotouristique existent. Mais, ils sont insuffisamment mis en tourisme. La quasi-totalité n'est pas encore ouverte aux visiteurs.

Avec ses milliers d'hectares de forêt verdoyantes encore existantes, le Sud Comoé gagnerait à valoriser à des fins touristiques ces atouts certains pour le développement d'un tourisme de nature associé à l'écologie. Il s'agit, dès lors, en lien avec l'OIPR, le cantonnement des Eaux et Forêts et l'aimable collaboration des responsables des plantations industrielles, d'aménager des circuits de visites thématiques. En forêt, ces circuits viseront à la découverte de la faune et de la flore. Il est également possible de construire des aires de repos et de restauration à l'intérieur ou à proximité des sites cibles (Photo 18).



Photo 18 : Espace de détente aménagé à l'intérieur d'une cocoteraie dans les environs d'Assinie

Source : PADVTCL-RSC, 2014

A juste titre, tel que l'illustre la photo 18, des espaces d'accueil ont été aménagés en plein air. Dans cette optique, il peut être envisagé la construction de sites d'hébergement à la périphérie des aires protégées pour permettre des séjours touristiques.

I-2- Les attractions socioculturelles et les formes de tourisme correspondantes

Les attractions touristiques à caractère socioculturel sont les faits culturels, sites artificiels et activités humaines qui font l'objet d'exploitation à des fins touristiques. Dans le milieu rural

de la région du Sud Comoé, l'enquête a permis aussi d'identifier plusieurs faits culturels et activités traditionnels qui attirent les visiteurs. Selon les données recueillies les principaux patrimoines culturels considérés comme attraction touristique sont ceux présentés par le tableau 19 et la figure 56.

Tableau 19 : Attractions touristiques socioculturelles dans le milieu rural de la RSC

ATTRactions TOURISTIQUES	VILLAGE	NOMBRE MOYEN DE VISITEUR/AN
Usine d'extraction Ehania v8	Ehania 8	1200
La cour royale des Abouré Ehé	Moossou	5600
Première infirmerie de la Côte d'Ivoire	Elima	120
Tombe de JIARA	Diatakro	600
Première école de Côte d'Ivoire	Elima	120
Maison blanche d'Elima	Elima	120
Espace Coul Beach	N'guiémé	48
Première usine café cacao	Elima	120
borne 54 et 55	Affrorénou poste	1200
centre Jean Paul Kodjoboue	Kodjoboué	3600
Musée Aniaba d'Assinie mafia	Assinie	6000
La frontière Entre la Côte d'Ivoire et le Ghana à Noé	Noé	3000
Aby Fahalê (pirogue de guerre)	Aby	5000
Site de pèlerinage du campement Ambassadeur	Maféré	1200
Le Beach de Mondoukou	Mondoukou	5000
le Beach d'Assinie	Assinie	10000
Le Beach d'Aby	Aby	2500
Le Beach de Bianouan au bord du fleuve Tanoé	Bianouan	500
La fête d'igname de Krindjabo	Krindjabo	1000
L'Abissa d'Assoyam (Grand-Bassam)	Assoyam	20000
La grotte Notre Dame des victoires	Assouba	10000
La grotte Notre Dame de la Garde	Yaou	10000
Les fêtes de génération	Moossou	15000

Sources : PADVTCI-RSC, (2014), BISSOU, (2014, 2015)

On note que ces attractions touristiques sont les preuves de l'exploitation des ressources socioculturelles des villages de la région à des fins touristiques. C'est aussi la mise en œuvre de plusieurs formes de tourisme par les visiteurs dans la zone rurale du Sud Comoé. Les formes de tourisme généralement observées dans cette partie d'étude sont :

Le tourisme culturel et patrimonial : il a pour but de faire découvrir le patrimoine culturel d'un village, d'une ville ou d'une région et, par extension, le mode de vie de ses habitants. Le tourisme culturel et patrimonial s'organise autour de sites patrimoniaux classés ou non, de

musées, de parcours historiques, de fêtes traditionnelles ou de festivals thématiques. Ce type de tourisme répond spécifiquement au besoin des visiteurs de découvrir l'environnement culturel des peuples autochtones de la région. Il se pratique essentiellement toute l'année. Mais à cause de l'absence d'une veille statistique dans ce cadre, on ne peut pas déterminer un nombre précis de visiteurs. Dans cette région, les cérémonies de l'Abissa, du Popo carnaval, des Beach et des fêtes d'ignames constituent les attractions touristiques culturelles remarquables : elles sont fondées sur les réalités sociales des peuples autochtones. Particulièrement, l'Abissa et le Popo carnaval issus des villages N'zimah et Abouré, constituent, grâce à leur renommée nationale et internationale, une identité culturelle de la région. Ce sont deux événements majeurs qui ont lieu chaque année à Grand-Bassam et à Bonoua. Ils constituent des périodes de fortes attractions touristiques dans la région. Par conséquent ils sont des périodes fastes pour les hôteliers et les restaurateurs qui affichent complet pendant ces festivités. Les transports connaissent un regain d'activités et de nombreux petits métiers naissent de façon spontanée (maquilleuses, vendeurs d'objets d'art, restaurateurs occasionnels, etc.).

L'Abissa du peuple N'zimah kotoko d'Assoyam (Grand-Bassam) est une fête annuelle de purification de ce peuple et de célébration de l'unité des sept familles qui composent le royaume. Avec quelques 15 à 20 000 visiteurs venant d'Abidjan et de l'étranger, l'Abissa a évolué de la fête traditionnelle à un véritable festival qui mobilise, pendant une semaine, artistes, hôteliers, restaurateurs et transporteurs. Il existe une autre fête de l'Abissa à Tiapoum avec le peuple N'zimah aduvolè. Elle regroupe les N'zimah de la région et connaît la participation de leurs frères venant du Ghana voisin. L'Abissa de Tiapoum est peu connu. Il constitue, tout de même, un centre d'intérêt touristique Cette cérémonie est marquée par plusieurs temps forts (Photos 19 et 20).



Photo 19: Moment de l'exécution de la danse Abissa à Grand-Bassam

Source : BISSOU, (2013)



Photo 20: Parade du roi lors de l'Abissa d'Assoyam (Grand-Bassam)

Source : CIT, (2015)

Le Popo Carnaval, quant à lui, est une fête inspirée de la tradition (fête de génération) adaptée aux événements modernes de l'Europe. Cet événement populaire et costumé est marqué par une foire commerciale et gastronomique, un défilé masqué, des concerts et soirées thématiques. Ce carnaval mobilise, à chacune de ses éditions, un public estimé à plusieurs dizaines de milliers de personnes (Photo 21)



Photo 21 : Entrée et accoutrements du Popo carnaval de Bonoua

Source : BISSOU, 2015

Dans l'espace Abouré, la génération ou Biman comporte quatre (4) classes d'âges ou Ôfoua. La sortie d'une génération se fait, en principe, une fois tous les 21 ans. Elle est marquée par la Fakwé, une danse guerrière exécutée au rythme du grand tambour du même nom après un mois d'initiation. Il est souvent constaté à Bonoua, la sortie d'une génération à l'occasion

du décès d'un de ses membres. La fête de génération en pays Abouré se déroule dans la période pascale dans le village de Moossou. Il comprend le transport des flambeaux (odo), l'annonce des bonnes nouvelles et la performance de la danse guerrière (Fakwé). Le déroulement et le contenu de cette fête (Figure 22) émerveillent toujours le visiteur qui en fait l'expérience.



Photo 22: Danse guerrière autour du roi lors de la fête de génération à Moossou
Sources : BISSOU (2015)

Ce type de tourisme traduit au mieux la notion de l'aménité très chère au tourisme en milieu rural. Cette notion se définit comme l'idée de la relation à un lieu ou avec une personne qui est agréable, que l'on aime, qui éveille un sentiment d'attrance. Une Aménité touristique est un lieu qui amène, c'est-à-dire, un lieu plein de charme, d'agréments, plaisant pour les sens. Les Aménités sont donc les éléments qui contribuent à rendre une propriété plus attractive.

Le tourisme religieux : également appelé tourisme de la foi, il constitue l'une des plus vieilles formes de migration touristique. Il a comme motif principal la visite des sites et monuments religieux. Il consiste donc à se rendre dans une région qui abrite un lieu saint dans un but de pèlerinage, de rassemblements religieux ou pour le simple plaisir. Cette forme de tourisme représente une activité en plein essor avec de grandes destinations mondialement connues : la Mecque, le Vatican, Lourdes, Jérusalem, Fatima, etc. Dans l'espace rural de la région du Sud Comoé, on dénombre trois principaux lieux de pèlerinage pour les chrétiens catholiques. Les villages d'attraction pour ces derniers, sont appelés villages sanctuaires. Les plus célèbres de la région sont Assouba, Kodjoboué et Yaou (Photo 23 et 24).



Photo 23 : Sanctuaire marial Notre Dame des Victoires d'Assouba (S/P d'Aboisso)

Sources : BISSOU (2015)



Photo 24 : Sanctuaire marial Notre de la Garde de Yaou (S/P Bonoua)

Sources : PADVTCL-RSC, 2015

Ces sites religieux accueillent des milliers de visiteurs excursionnistes par an. Ils sont visités en groupe et individuellement par les visiteurs qui viennent des autres villes de la Côte d'Ivoire et même de l'étranger. A côté de ces zones rurales de renom pour le tourisme religieux dans la région, on note aussi l'émergence d'un nouveau lieu aménagé à cet effet. Il s'agit du campement Ambassadeur.

Le tourisme de découverte économique : il peut être défini comme la découverte, par le public, d'un site présentant un savoir-faire appartenant au passé, au présent ou à l'avenir. Trois pôles peuvent être mis en évidence : le tourisme d'entreprises en activité, le tourisme de patrimoine industriel et le tourisme scientifique.

Le tourisme d'entreprises en activité se définit comme la visite de sites en activité, qu'ils soient industriels, administratifs, commerciaux, agricoles, artisanaux ou de service. L'ouverture

de l'entreprise à la visite peut refléter différentes motivations : valoriser ses savoir-faire auprès du grand public, motiver le personnel et renforcer la culture d'entreprise. Ces visites sont une occasion unique de découvrir les coulisses des entreprises ; elles sont ponctuées de visites, d'animations et de découvertes insolites. Cette forme de tourisme existe dans le milieu rural de la région du Sud Comoé d'autant plus que les usines agroindustrielles implantées dans les villages attirent des visiteurs, surtout les participants des colonies de vacances.

Le tourisme de patrimoine industriel réunit l'ensemble des sites valorisant les techniques de production et les savoir-faire appartenant à l'histoire industrielle locale : vestige de sites industriels, espaces dédiés à une activité industrielle spécifique. Les sites correspondant à ce type de tourisme existent dans les villages qui ont été marqués par des activités de production au cours de la période coloniale. Il s'agit, par exemple, de l'usine de transformation du café de l'époque coloniale dont les vestiges existent encore dans le village d'Elima (Photo 25)



Photo 25: Vestige de l'usine de transformation du Café à l'époque coloniale (Elima S/p d'Etтуéboué)

Sources : PADVTCl-RSC, (2014)

Le tourisme scientifique inclut les sites dont l'objectif est la diffusion de la culture scientifique auprès du public : sites de patrimoine scientifique, centres de culture scientifique, centres de sciences. Cette forme de tourisme, encore moins développée, se pratique dans la région du sud Comoé auprès des entreprises agroindustrielles installées dans les environs des villages. La pratique de cette forme de tourisme est souvent le fait des colonies de vacances. Pour les années 2012, 2013 et 2014, on a dénombré respectivement 2, 5 et 8 colonies de vacances dans la région.

L'agrotourisme : ce type de tourisme, appelé aussi agriturisme, consiste à réaliser des pratiques touristiques en lien avec l'activité agricole à proximité ou dans les plantations et espaces agropastoraux. On se poserait la question de savoir si cette forme de tourisme est développée dans la région de Sud Comoé en général. Les approches auprès de certaines personnes ressources permettent de répondre par l'affirmatif. Des propriétaires ou organismes appropriés organisent des visites thématiques dans des plantations. On a, par exemple, le programme « aux sources du chocolat » qui consiste, pour les touristes, à visiter une plantation de cacao. Des thématiques semblables sont souvent construites autour du palmier à huile ou encore de l'ananas dans l'espace rural dans la région du Sud Comoé. Elle est pratiquée, mais de façon informelle et très timide. Il s'agit des promoteurs du Popo Carnaval et de l'Abissa qui, sur la recommandation de Côte d'Ivoire tourisme, organisent des déjeuners champêtres dans les plantations de Palmier à huile dans certains villages identifiés à cet effet. Cela consiste à créer un cadre de repas au cœur des plantations avec les moyens traditionnels afin de plonger les visiteurs dans l'esprit de campement. En effet, le campement est l'espace de résidence temporaire du planteur du fait de l'éloignement de sa plantation du village principal. Dans ce cadre, tout s'intègre à la nature et permet de profiter de l'atmosphère pure de cette nature. Ainsi, les visiteurs avides d'un retour à la source apprécient cette pratique (photos 26 et 27).



Photo 26 : Déjeuner champêtre à Babadougou
Source : Dk-TOURISME, 2015



Photo 27 : Visiteur sur l'un des sites des plantations coloniales de cacao à Elima
Source : PADVTICI, 2015

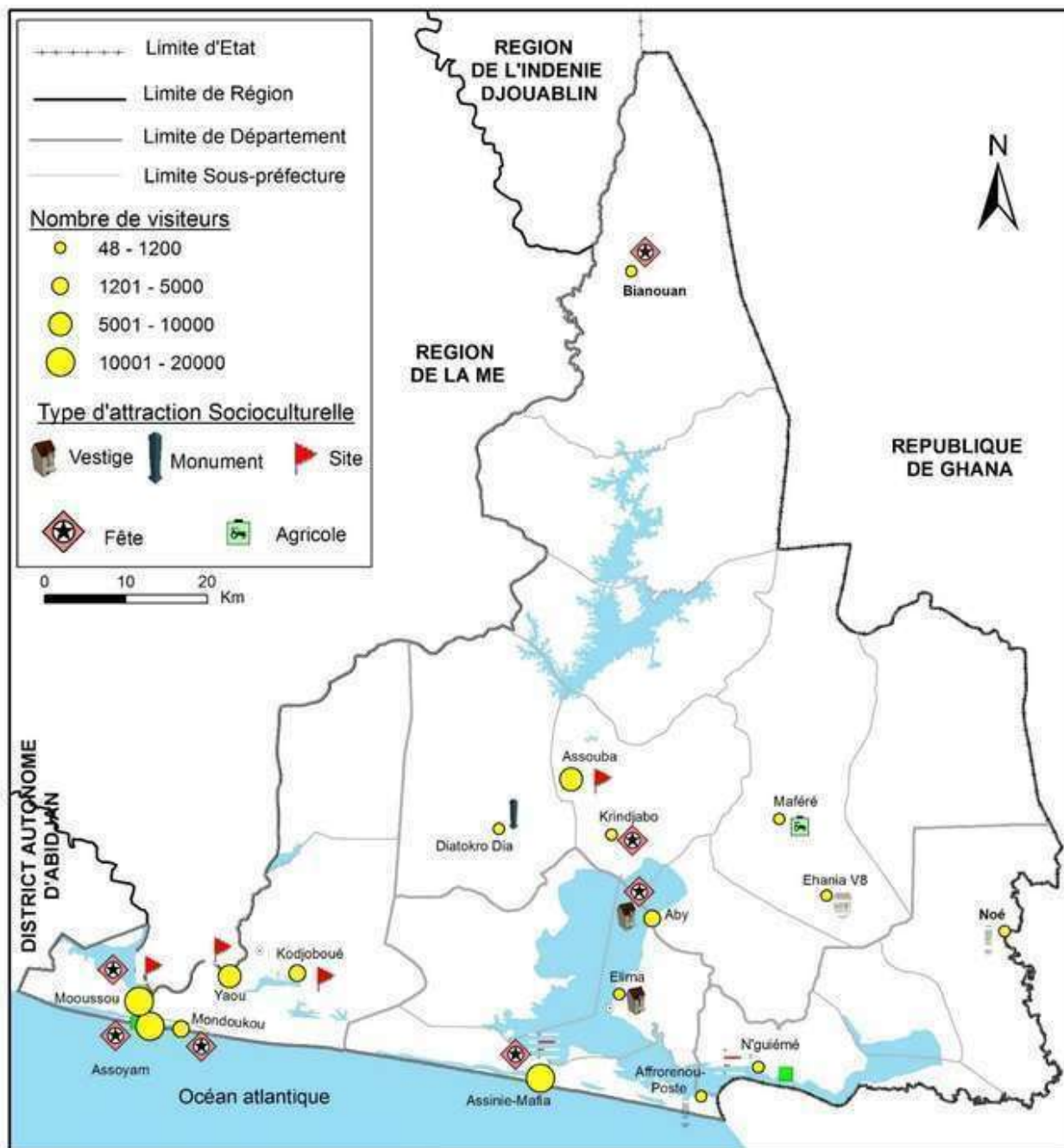
Aussi, les visites sur le terrain ont-elles permis de découvrir deux espaces agropastoraux aménagés spécialement à cet effet. Ils sont situés dans les villages Ono14, au bord de la lagune Ono dans la Sous-préfecture de Bongo et au campement ambassadeur dans la sous-préfecture

de Maféré. Il s'agit, dans le premier cas, d'un espace champêtre qui regroupe d'une part, des plantations de palmier, de café et de cacao et des fermes de plusieurs types d'animaux : volaille, caprin, Bovin avec des espèces rares d'animaux qui suscitent la curiosité des visiteurs. D'autre part, on y trouve un camping de 12 chambres construit en bordure de la lagune. Selon, l'un des ouvriers rencontrés, ce lieu est méconnu du grand public. Toutefois, il reçoit en moyenne 5 visiteurs par mois. Cela justifie que cette activité est encore timide. Elle nécessite une volonté de promotion touristique. La deuxième attraction est l'espace agropastoral connu sous le nom de « Campement ambassadeur ». Selon la gérante, cet espace comprend deux parties : il s'agit, d'une part, d'un cadre spirituel pour accueillir les pèlerins chrétiens à la recherche de ressourcement spirituel, de recueillement et de repos. D'autre part, on y a une grande pisciculture riche en plusieurs variétés de poissons qui attirent l'admiration des visiteurs. Ces derniers ne manquent d'en acheter à la fin de leur séjour.

Par ailleurs, l'activité agricole constitue un motif de déplacement dans les villages de grandes plantations agricoles. De riches propriétaires de plantation effectuent des déplacements dans les champs avec des amis ou en famille, non seulement, pour passer des moments de détente, mais aussi pour organiser des réunions d'affaire. A cet effet, on pourrait dans le cadre de cette étude soutenir l'existence d'une pratique de tourisme d'affaire en milieu rural.

Dans le cadre du tourisme en milieu rural, les affaires constituent un motif pour certains visiteurs qui se rendent dans les villages du Sud Comoé. Des visiteurs sont classés dans cette catégorie de motif d'autant plus qu'ils choisissent les villages pour leurs rencontres de coopération technique et économique. Dans ce cas, les villages d'Assinie, Assouindé et Mondoukou, présentant des structures adaptées, accueillent la quasi-totalité des visiteurs d'affaires en espace rural. Ces visites d'affaires sont marquées par d'autres activités à caractère touristique.

Les attractions touristiques dans l'espace rural de la région du Sud Comoé sont variées. On en déduit huit (8) formes de tourisme en rapport avec des motifs touristiques, à savoir, le tourisme d'affaire, le tourisme balnéaire et fluvial, le tourisme religieux, l'agrotourisme, le tourisme scientifique, l'écotourisme et le tourisme culturel. Ces formes de tourisme se pratiquent dans les localités possédant des attractions qui leur correspondent (Figure 56).



Sources : PADVTICI-RSC, 2013 ; BISSOU, 2014; CCT, 2014

Réalisation : BISSOU & KANGAH, 2015

Figure 56 : Attractions socioculturelles dans les villages de la région du Sud Comoé

L'existence de ces attractions atteste que les villages touristiques de la région proposent plusieurs services à leurs visiteurs nationaux ou étrangers. Il s'agit par exemple des promenades pédestres, des divertissements ou loisirs (jeux, sports ...), des prestations artistiques (contes, danses, chants, instruments traditionnels...) et des pratiques quotidiennes (cuisine, activités champêtres...). A ce propos, un groupe de trois visiteurs étrangers, a bien apprécié son séjour dans le village Akounoubé. Ces vsteurs y ont appris à demander les nouvelles selon la tradition éhotilé, à préparer l'attiéqué, à faire la libation... (Photos 28 et 29).



Photo 28 : Touristes apprêtant la farine de manioc pour la préparation de l'attiéké à Akounougbé

Source : BISSOU, 2014



Photo 29: Visiteur étranger en pleine séance de libation à Akounougbé

Source : BISSOU, 2014

Selon l'analyse des données, environ 78 % des destinations touristiques rurales sont cotières et lagunaires. On en déduit encore que la plupart des visiteurs sont attirés par la ressource eau dans le milieu rural de la région d'étude. L'analyse des réponses à la question « Quels services les villages proposent –ils aux touristes ? », relève d'une part que le taux de répondant à cette question est faible (28,08%). D'autre part, elle montre que les éléments spécifiques proposés en grande partie dans les villages du Sud Comoé sont : l'espace lagunaire (46,9%), les réserves naturelles et forêts sacrées (22,4%), les usines de transformation de matières agricoles (14,3%), les grandes plantations agro-industrielle (10,2%), les danses et biens ancestraux (6,1%). On retient que le milieu rural de la région du Sud Comoé offre des activités touristiques. Par conséquent, il accueille des visiteurs. Il y a donc l'intérêt d'analyser la fréquentation touristique de ce milieu.

II- LA FREQUENTATION TOURISTIQUE DANS LES VILLAGES DU SUD COMOE

II-1 La dynamique des fréquentations touristiques en milieu rural

Les statistiques concernant le nombre précis de visiteurs dans les villages de la région du Sud Comoé n'existent pas. Par conséquent, il est impossible, à l'heure actuelle, de faire une analyse de l'évolution du nombre de visiteur dans les campagnes à partir d'une base de données statistiques officielles. Toutefois, l'enquête menée auprès des villages, permet d'avoir une

estimation du nombre moyen de visiteurs par an. Seulement 28,4% des villages dans le Sud Comoé constituent des destinations d'attraction touristique remarquables. Ce taux est, certes, en-dessous des potentialités touristiques estimées, mais il augure de bons signes pour le développement du tourisme en milieu rural.

S'agissant du type de touriste, on note de manière générale que les villages sont plus visités par les touristes nationaux (26,4%) que par les touristes internationaux (20,9%). Toutefois 47,1% des villages visités ont jugé faible le niveau de fréquentation des touristes nationaux et 58,2% en ont fait de même pour le niveau de fréquentation des touristes internationaux. Le niveau d'affluence n'est pas reluisant. Plus de la moitié de ces villages (51,6 %) a déclaré n'avoir aucune affluence de touristes et le quart (25,0%) une faible affluence. Seulement 9,5% des villages a signalé un fort niveau d'affluence de touristes. Par conséquent, ces visiteurs sont inégalement répartis.

Par ailleurs, les fréquentations touristiques connaissent une évolution irrégulière dans l'espace rural de la région du Sud Comoé. Les différentes tendances des fréquentations touristiques données par les autorités villageoises et les opérateurs des secteurs de l'hébergement, de la restauration, des loisirs et de la gestion des sites et monuments historiques mettent en évidence cette réalité. Selon ces personnes ressources, les fréquentations touristiques en général, sont en baisse, stable ou en hausse selon les années (Figure 56).

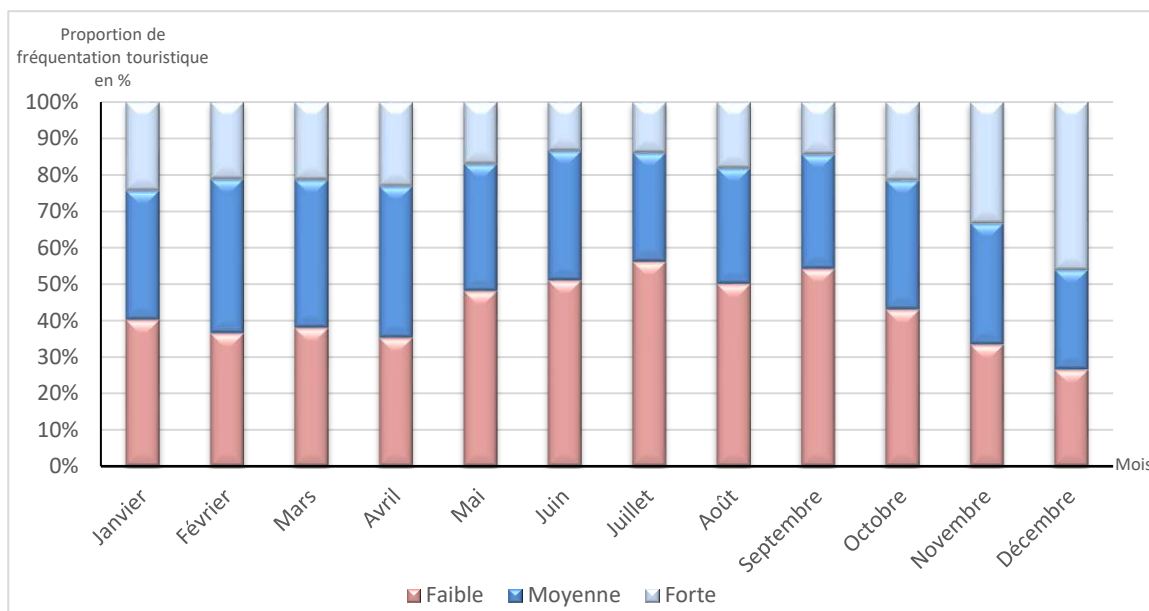


Figure 57 : Répartition des établissements hôteliers en fonction de leur niveau de fréquentation par mois

Sources : PADVTCI-RSC, (2014) ; BISSOU, (2015)

Les villages sont fortement fréquentés dans les mois de novembre (33,3%) et de décembre (46%). Le taux de fréquentation y est relativement faible dans les mois de juin, juillet et septembre, (Figure 57). L'analyse des résultats révèle une fréquentation moyenne dans les mois de février (42,3 %), mars (40,7 %) et avril (41,7 %).

Durant l'enquête, les opérateurs des établissements hôteliers ont été interrogés sur le niveau de fréquentation de leurs établissements en 2011, 2012 et 2013. S'agissant de la fréquentation hôtelière, elle a été en baisse en 2011 pour un grand nombre d'hôtels, relativement stable en 2012 et a commencé à reprendre la hausse en 2013. En effet, 60,0% des structures ont déclaré une baisse de leur fréquentation hôtelière en 2011 contre 40,0% en 2013 d'où la reprise sensible (Figure 58).

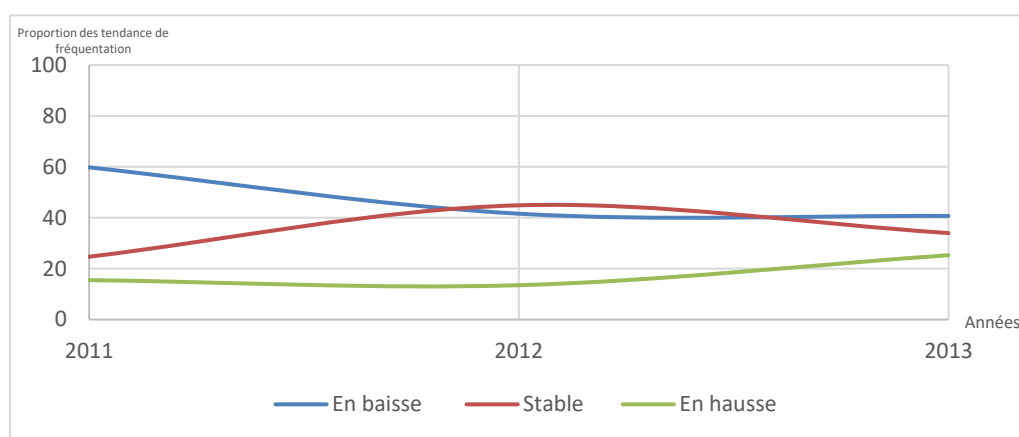


Figure 58: Répartition des hôtels selon l'évolution de leurs activités par année

Sources : PADVTCI-RSC (2014) ; BISSOU (2014)

Pour l'affluence des restaurants intégrés aux hôtels, le constat reste le même. La baisse était notable en 2011, une grande stabilité observée en 2012 puis une relative croissance en 2013 où près d'un hôtel sur quatre (22,6%) a déclaré une hausse. Ces résultats laissent entrevoir les effets pervers de la crise politico-militaire sur le secteur de l'hôtellerie ainsi qu'une évolution en hausse des activités engendrée par la reprise économique dans le pays. On note, par ailleurs, que tous les établissements ouvrent durant les 12 mois de l'année (98,5%).

La durée moyenne de séjour est un élément d'appréciation de l'activité touristique. Elle reflète le nombre moyen de jours qu'un visiteur passe dans un hôtel. En Côte d'Ivoire, cette durée moyenne est de l'ordre de 2,5 jours par semaine. Avec la relative reprise sensible en 2013 déclarée par les responsables d'établissements hôteliers, un travail essentiel doit être fait sur cet indicateur dans la région du Sud Comoé, ceci pourrait accroître les recettes et autres chiffres d'affaires des établissements d'hébergement.

Quant au secteur de la restauration indépendante, il ressort de l'enquête que les restaurateurs ont déclaré connaître une forte fréquentation dans les mois de janvier, avril, novembre et

décembre. En mai, juin et juillet, la fréquentation est très faible, plus de 110 lieux de gastronomie l'ont déclaré. La hausse des effectifs atteint le pic en décembre, mois réputé pour une croissance de la consommation, du fait des fêtes de fin d'année. Les manifestations socioculturelles expliquent le regain de croissance du mois d'avril après une latence en février et mars.

Ensuite, cette présence des visiteurs dans l'espace rural est mise en évidence par les données de fréquentation dans les espaces de loisir et centres d'artisanat des villages. Le niveau de fréquentation des espaces de loisirs est généralement moyen durant toute l'année. En effet, le pourcentage des espaces de loisirs dont le niveau de fréquentation est moyen est plus élevé de janvier à décembre que le niveau faible et fort (Figure 59).

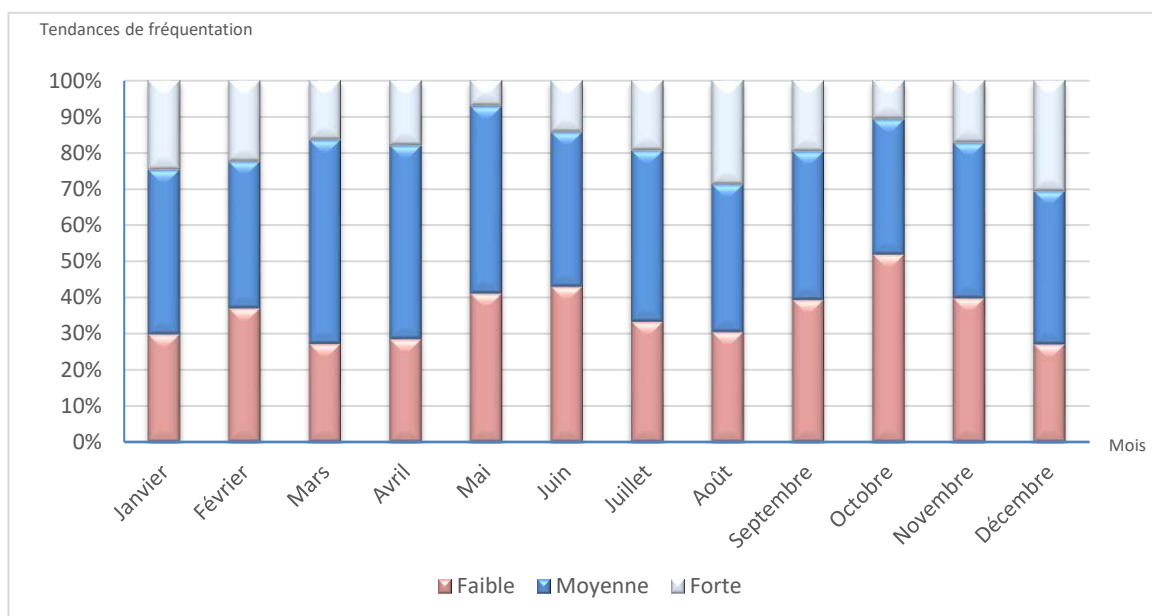


Figure 59 : Pourcentage des espaces de loisirs selon le niveau de fréquentation

Sources : PADVTICI-RSC, (2014) ; BISSOU, (2014)

Mais il faut noter qu'il est plus fort en décembre (37,5 %) que les autres mois. Il est aussi plus faible durant le mois de Juin (46,3 %) tandis qu'il est beaucoup moyen durant le mois de janvier comme le déclarent 61,5 % des répondants.

La fréquentation journalière des touristes dans 30% des établissements d'artisanat est une (1) personne par jour et pour 18% deux (2) personnes. 14,0% des établissements reçoivent en moyenne trois (3) personnes par jour et 12,0% dix (10) personnes par jour. Cependant 2 à 4% des établissements regroupent la majorité des clients journaliers avec un nombre de 15 à 50 personnes reçues par jour. En analysant les données sur la fréquentation mensuelle des établissements, il ressort que de Janvier à Décembre, le taux de fréquentation est très faible. En effet, 55,9% à 61,8 des établissements déclarent avoir une faible fréquentation. C'est seulement

au mois de Décembre que le taux de fréquentation est relativement élevé avec 17,6% des établissements déclarant avoir une forte fréquentation.

Enfin l'analyse des données en rapport avec les fréquentations dans les sites et monuments historiques atteste la présence des visiteurs dans l'espace rurale de la région du Sud Comoé. Les sites sont moyennement fréquentés pendant les douze mois de l'année mais le pic de cette fréquentation est atteint en mars (56,4%). Cependant, le taux de fréquentation est relativement fort dans les mois de janvier (24,6%) et février (22,2%). (Figure 60).

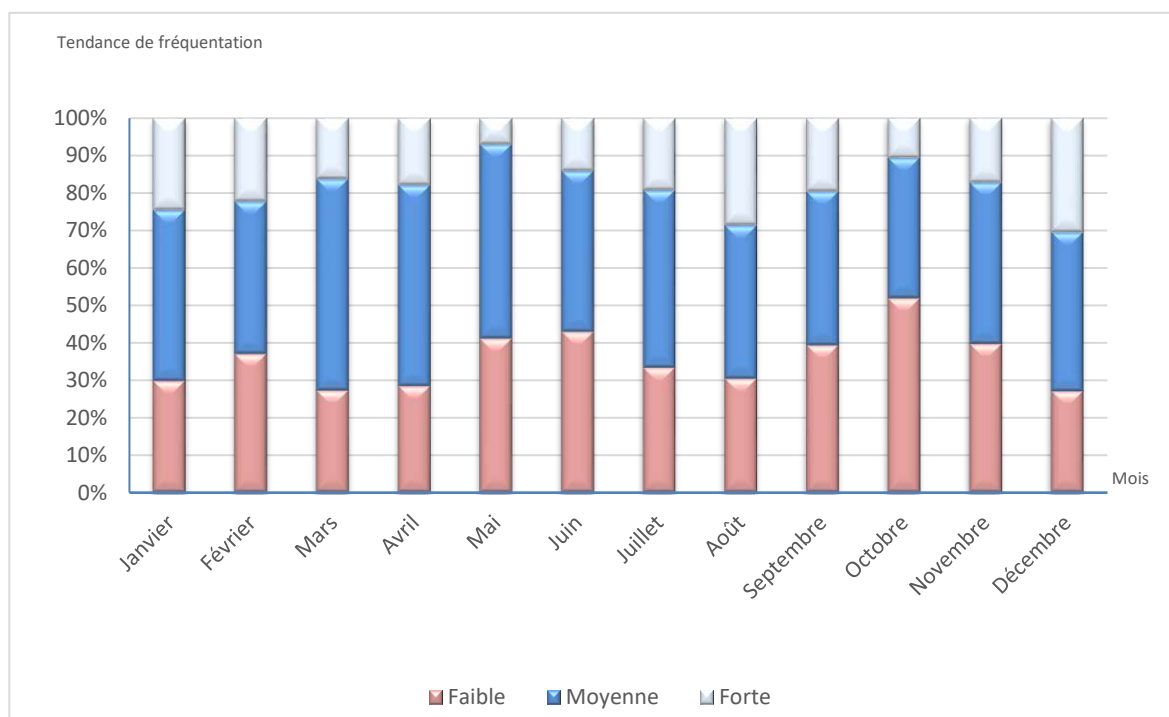


Figure 60: Répartition des sites et monuments touristiques selon le niveau de fréquentation

Sources : PADVTCL-RSC (2014) ; BISSOU (2014)

II-2 La touristicité des villages dans le Sud Comoé

La touristicité est un terme récent dans les études du tourisme. Cette notion demeure encore complexe d'autant plus qu'on lui attribue plusieurs orientations sémantiques. Elle fait parfois référence à la potentialité attractive d'un territoire (LOAZATO-GIOTART et BALFET, 2004). De même, selon DAUBON (2013), c'est la mesure du potentiel touristique d'un territoire sur une échelle de 0 à 100 à travers quatre dimensions (chacune de ces dimensions intègre plusieurs facteurs) : accessibilité, attractivité, offre en tourisme de séjour, offre en tourisme d'excursion. Chaque facteur de touristicité (capacité en lits marchands et non marchands, nombre de sites historiques, accès aéroportuaires, ferroviaires et routiers...) est lié à un nombre de points qui permettent d'évaluer en définitive l'état des ressources touristiques

du territoire. Ce faisant, lorsqu'il dispose d'un indice de touristicité important (par exemple 79 ou 95), le territoire apparaît comme disposant de ressources touristiques plus conséquentes qu'une destination attestant d'un indice de touristicité de 24 ou 34. A l'inverse d'autres chercheurs y voient le degré de mise en tourisme d'un lieu ou encore le taux de fonction touristique d'un territoire à partir d'une approche statistique (MIT, 2000).

Il ressort de ces diverses conceptions de la touristicité, un point commun essentiel qu'il importe d'évoquer. Il s'agit du rapport de la touristicité au territoire. Les chercheurs s'accordent sur le fait que la touristicité est évoquée par rapport à un territoire exploité ou non à des fins touristiques. Ainsi, toutes les orientations font allusion à un statut du territoire dans la perspective d'une destination touristique. Dans cette optique, BOTTI et PEYPOCH (2012), précisent que c'est un néologisme utilisé pour évoquer le caractère touristique d'un territoire. Par ailleurs, on perçoit deux conceptions du caractère touristique du territoire :

- la caractéristique touristique théorique ou le caractère potentiellement touristique du territoire.

Dans ce cas, la fonction touristique est considérée comme le rapport du nombre de touristes pouvant être accueillis sur le nombre d'habitants permanents du territoire. Ce nombre potentiel de touristes est appréhendé à partir du nombre de lits disponibles dans les structures d'hébergement, marchand ou non, dont dispose le territoire. Ce taux se calcule selon la formule suivante :

$$TFT = \frac{\text{Nombre de lit disponible} \times 100}{\text{Nombre d'habitant permanent}}$$

Cette fonction touristique potentielle peut être aussi calculée à partir de la superficie occupée par les équipements touristiques dans le territoire en rapport avec la superficie totale dudit territoire. Pour ceci, le calcul respecte la formule suivante :

$$TFT = \frac{\text{Superficie d'équipement touristique}}{\text{Superficie total du territoire}}$$

- Le caractère touristique opérationnel ou fonctionnel d'un territoire. Cette conception est partagée par WAKERMANN (2005) qui soutient que le caractère touristique d'un territoire doit être absolument fondé sur la pratique touristique. Par conséquent, sur les arrivées touristiques dans le territoire concerné. A cet effet, il indique que sans le touriste, il n'y a pas de touristicité. Le taux de fonction touristique sera alors le rapport entre le nombre d'arrivée touristique sur la population permanente du territoire.

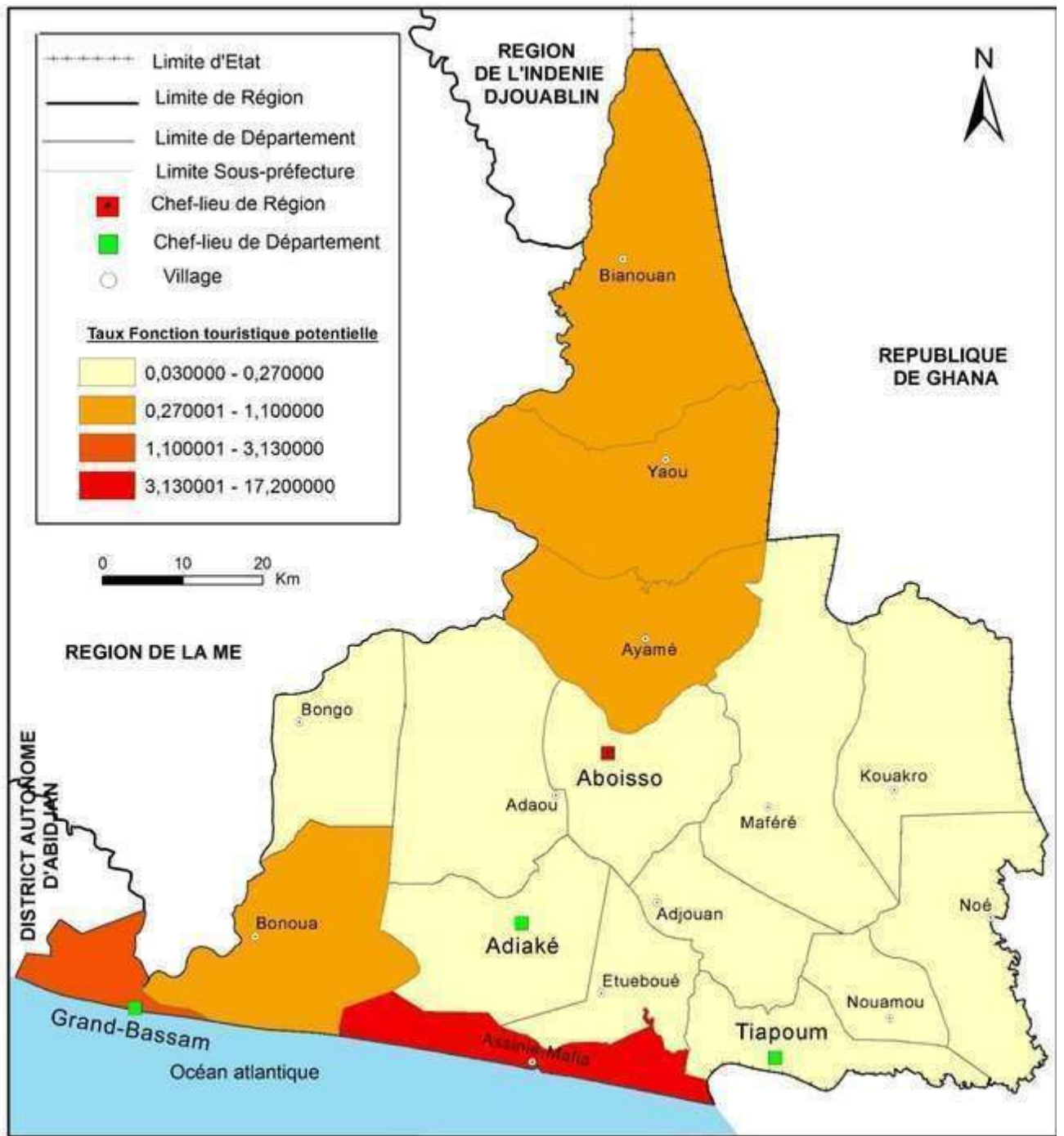
$$TFT = \frac{\text{Nombre d'arrivée touristique}}{\text{Nombre d'habitant permanent}}$$

Certes, la touristicité n'est pas totalement maîtrisée par les chercheurs, mais elle constitue déjà une valeur ajoutée à l'étude scientifique du tourisme. Elle est même en voie de

révolutionner ce domaine d'étude. La touristicité a plusieurs avantages pour les chercheurs, gestionnaires d'activités touristiques et même les pouvoirs de décision. Elle permet par exemple de faire une différenciation entre les territoires dans un pays ou une région. De ce fait, il est possible d'identifier les territoires de fort taux de fonction touristique, de faible taux de fonction touristique et ceux d'une absence de fonction touristique. A juste titre, BOTTI et PEYPOCH (2012) affirment que la touristicité, en faisant référence au caractère touristique d'un territoire, peut aussi renvoyer au rang que ce dernier tient dans une hiérarchie, théorique ou réelle, des destinations. À ce titre, une destination possédant une bonne touristicité est une entité disposant d'atouts relativement non négligeables pour vivre du tourisme, malgré la concurrence. La destination est l'objet de la touristicité et elle fait allusion à un lieu à voir, l'objet d'un désir ou d'un rêve, et une organisation capable de réaliser ce rêve. En cela, les spécialistes soutiennent que dans la destination, un territoire peut être lui-même un produit touristique c'est-à-dire un ensemble de services qui gravitent autour d'éléments attractifs et qui dans son ensemble peut répondre aux besoins de segment de touriste. En outre, la destination est bien plus qu'un lieu où le touriste a décidé simplement de passer du temps (hébergements, restaurants, centres de loisir). C'est un amalgame de biens, services et ressources naturelles capables d'attirer et de retenir des visiteurs. Ainsi, l'étude de la touristicité des territoires ruraux de la région du Sud Comoé prend alors tout son sens.

Dans le cadre de cette étude, les deux options ont été retenues pour analyser l'attractivité et l'attraction des villages. En d'autres termes, la touristicité des villages a été calculée, d'une part, à partir de potentialités d'hébergement dans les villages identifiées dans le chapitre 2. D'autres part, à partir de la fréquentation touristique en terme de visiteurs ayant séjourné dans le village pour au moins une nuitée. Le traitement des données relève que la touristicité dans l'espace rural de la région du Sud Comoé varie d'un village à un autre.

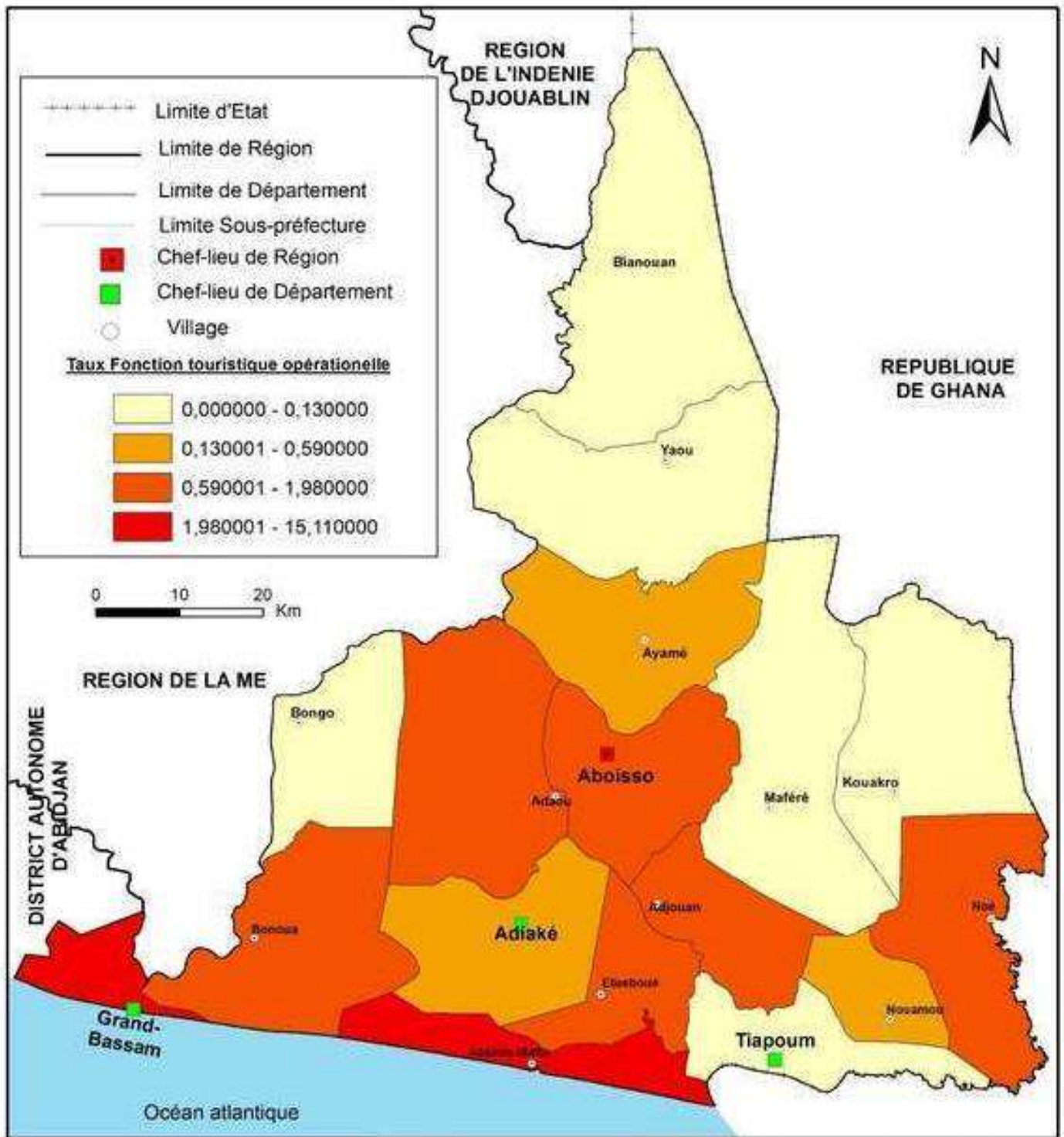
L'observation spatiale de la fonction touristique exige une cartographie de fonction touristique des villages de la région du Sud Comoé. Cette opération devrait se servir des données sur les taux de fonction par village et un fond de carte de la région du sud Comoé sur lequel chaque village est représenté en polygone. Cependant, l'absence de la deuxième donnée rend impossible la réalisation de ce type de carte pour la région d'étude. Néanmoins, dans le cadre de cette étude, le choix a été porté sur la cartographie de la touristicité par sous-préfecture sans les villes. Ne seront considérés, dans les limites des sous-préfectures, que les territoires ruraux. Ainsi, les figures 61 et 62 présentent les fonctions touristiques de l'espace rural par sous-préfecture.



Sources : PADVTICI-RSC, 2013 ; BISSOU, 2014 ; CCT, 2014

Réalisation: BISSOU & KANGAH, 2015

Figure 61: Fonction touristique potentielle des territoires ruraux par Sous-préfecture



Sources : PADVTCI-RSC, 2013 ; BISSOU, 2014 ; CCT, 2014.

Réalisation : BISSOU & KANGAH, 2015

Figure 62 : Fonction touristique opérationnelle des territoires ruraux par Sous-préfecture

Au terme de ce chapitre, il ressort qu'il est important de faire une démarcation entre les villages de pratique touristique et les villages non encore touristiques dans la région du Sud Comoé. L'analyse des attraits touristiques en rapport avec les visiteurs a permis de mettre en relief la capacité touristique de l'espace rural et la touristicité de certains villages dans la région du Sud Comoé. A cet effet, on note que les attractions touristiques dans l'espace rural sont fortement dépendantes de l'eau, de la nature en termes de végétation et de la culture. Par ailleurs, les villages dits touristiques sont à 87% localisés dans la partie australe de la région.

CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE

Cette première partie de l'étude axée sur les villages touristiques de la région du Sud Comoé, a mis en évidence, les attraits, les équipements et les attractions touristiques de l'espace rural de la région du Sud Comoé.

Il ressort de ce premier axe de l'étude que l'espace rural possède une variété d'attraits touristiques liés aux ressources naturelles (l'eau, la végétation) et aux cultures des populations locales. On constate une polarisation de ces attraits dans tout l'espace rural. Du nord au sud, de l'est à l'ouest en passant par le centre de la région, on ne peut pas traverser un village sans découvrir ou avoir l'écho d'une curiosité qui mérite d'être mis en tourisme. Par ailleurs, 55,37% des équipements touristiques sont implantés dans le monde rural. Cependant, les villages qui constituent des attractions touristiques ne représentent que 28% du nombre total de village et ils sont à plus de 87% localisés au sud de la région. La majorité des visiteurs attirés par l'espace rural sont orientés vers les villages côtiers dans la partie australe de la région. Cela traduit, par conséquent, une littoralisation du tourisme dans le milieu rural de la région. Le faible développement du tourisme dans tout l'espace rural résulte non seulement de la disparité des attractions touristiques, mais aussi de la faible exploitation des nombreux attraits dont dispose le monde rural. Ainsi, l'hypothèse 1 énoncée comme suit « *Les principaux attraits touristiques exploités s'observent en majorité dans les zones rurales situées au sud de la région du Sud Comoé* » est confirmée

DEUXIEME PARTIE :

**SYSTEME TOURISTIQUE EN MILIEU RURAL
DANS LA REGION DU SUD COMOE**

Le tourisme constitue non seulement un secteur en croissance pour plusieurs pays, régions ou localités, mais aussi, selon DEPREST, 1997 « un ensemble de systèmes parfaitement régis ». Le tourisme est, dans ce cas, considéré comme une organisation localisée, une mobilisation d'acteurs autour de plusieurs ressources territoriales. De même, DELIGNIERE (1999) écrit que le tourisme en espace rural s'inscrit dans des logiques de développement parfois très diverses. Ces logiques confrontent de nombreux acteurs aux objectifs multiples et débouchent alors sur des situations de convergence ou de divergence dans le fonctionnement du système touristique local. Ce dernier nécessite d'être analysé dans le cas de l'espace rural de la région du Sud Comoé.

La première partie de cette étude a mis en évidence l'offre touristique de ces villages et a montré, par conséquent, que dans ces villages, se pratiquent des activités liées au tourisme : il y existe plusieurs acteurs du tourisme. Ainsi, se pose la question de l'organisation de l'activité touristique dans les villages de la région du Sud Comoé par l'étude de son système d'acteurs. C'est à cette préoccupation que cette partie de l'étude s'intéresse particulièrement. Il s'agit donc ici d'évaluer l'organisation du tourisme en milieu rural.

Pour ce faire, les différents acteurs du système touristique de l'espace rural de la région du Sud Comoé ont été identifiés. Puis, les relations existantes entre les acteurs du tourisme dans les villages ont été analysées.

CHAPITRE 4 : LES PARTIES PRENANTES DU TOURISME DANS LA ZONE RURALE DE LA REGION DU SUD COMOE

L'acteur peut être considéré comme toute personne physique ou morale qui se dote d'une stratégie et de moyens pour atteindre un ou plusieurs objectifs. Les acteurs du tourisme se dotent des stratégies et des moyens plus ou moins adéquats pour promouvoir le tourisme à l'intérieur des territoires et au-delà (FRIEDBERG, 1993). Il importe alors d'identifier les intervenants qui participent au processus de décision, ainsi que les principaux intérêts en jeu dans la conquête et le développement de l'espace rural. À la question « quels sont les types d'acteurs du tourisme en milieu rural ? », il est difficile de fournir une réponse absolument précise, à cause de la diversité des acteurs qui y interviennent. Les acteurs peuvent être caractérisés selon leurs actions sur le terrain :

- les acteurs selon le type de structure représentés par les administrations locales déconcentrées et / ou décentralisées ;
- les acteurs selon de type procédure qui symbolisent les institutions internationales d'aide au développement ;
- les acteurs de type d'action projet qui sont des acteurs porteurs de projets, des bailleurs de fonds, des partenaires de projets ou de petites associations soutenues par des ONG.

Une autre classification apparaît, c'est celle d'économistes, spécialistes du développement, (BOTTE, PEYPOCH SOLONANDRASANA, 2013) se basent sur la position politico-administrative des acteurs : les acteurs publics, les acteurs civils et les acteurs privés. Ces trois catégories représentent : l'Etat, la population et le secteur privé. Les deux derniers acteurs peuvent être regroupés en un seul : les acteurs privés. Ainsi, quelle que soit l'échelle qu'on considère, il y a généralement deux principaux types d'acteurs : les acteurs publics et les acteurs privés. Dans ce chapitre, il s'est agi de faire une classification descriptive des différents acteurs plus ou moins impliqués dans le secteur du tourisme de la zone d'étude.

I- ACTEURS PUBLICS DU TOURISME

I-1- Définition et typologie des acteurs publics

Les acteurs publics du tourisme sont les agents de l'administration qui sont plus ou moins impliqués dans la gestion du tourisme. L'administration est considérée, ici, comme l'ensemble des services publics qui encadrent la population et coordonner le développement global du pays. Elle est donc constituée des acteurs dont les actions publiques sont volontairement ou

involontairement liées au tourisme. Les acteurs publics comprennent les acteurs publics directs et les acteurs publics indirects.

Les acteurs publics directs sont ceux dont l'activité est volontairement liée au tourisme. Il s'agit de l'Etat à travers son ministère en charge du tourisme et les collectivités territoriales qui sont des services de planification des pouvoirs locaux. Chacun de ces acteurs a en vertu, des pouvoirs et des attributs qui lui sont conférés ou connus de participer, pleinement et de manière efficace, à l'essor du tourisme local. C'est d'eux que dépend l'essor du tourisme local. Ils sont ceux qui mettent en place les projets de développement du tourisme local et qui organisent tous les autres acteurs autour de ces idéaux.

Les acteurs publics indirects sont les acteurs publics dont les actions non nécessairement touristiques participent au développement du tourisme en milieu rural. Si une forêt et une mine d'or, par exemple, sont exploitées à des fins touristique, il est donc évident que ceux qui ont créé et qui entretiennent ces ressources sont des acteurs du tourisme. Les acteurs publics indirects sont des ministères d'Etat impliqués dans le développement local. Il s'agit essentiellement de structures de consultations agricoles comme l'ANADER, de services responsables des parcs nationaux, des Eaux et des Forêts, des infrastructures, des transports, de l'Education, de l'Environnement etc. En d'autres termes, ce sont les services consultatifs agricoles, les autorités responsables des parcs nationaux, les organes de planification régionale et locale, les offices nationaux des forêts, les organismes de développement rural, les services de planification des pouvoirs locaux tels que les collectivités, les services administratifs généraux tels que l'éducation, la santé, des services indirects de toutes sortes depuis le niveau national jusqu'au niveau local en passant par le niveau régional.

I-2- Administration du tourisme en Côte d'Ivoire : entre déconcentration et décentralisation

L'administration du tourisme en Côte d'Ivoire est représentée par l'ensemble des parties prenantes institutionnelles. Ces dernières sont les acteurs qui ont un lien étroit avec les institutions de l'Etat. L'étude de ce système permet d'identifier les acteurs suivants : l'Etat et les collectivités territoriales. Ajoutés à ceux-là, quelques entreprises publiques qui exercent également dans le milieu.

Ces deux catégories d'acteurs publics en Côte d'Ivoire traduisent l'existence de deux modes de gestion administrative dans le domaine du tourisme : la déconcentration et la décentralisation. En outre, elles mettent en évidence deux niveaux de gestion : le niveau national et le niveau local.

I-2-1- L'Administration déconcentrée du tourisme et les structures sous-tutelles

I-2-1-1- L'organisation du ministère du tourisme

Au niveau national, l'acteur principal du tourisme demeure l'Etat. Ce dernier est à la fois une réalité historique et une construction théorique, ce qui explique la difficulté de le définir de manière précise. Il a fait l'objet de plusieurs conceptions. BURAUX, 1990 le définit comme une « communauté d'hommes, fixée sur un territoire propre et possédant une organisation d'où résulte, pour le groupe envisagé dans ses rapports avec ses membres, une puissance suprême d'action, de commandement et de coercition ». Il souligne ainsi la double acception de la notion d'Etat, qui correspond à un mode d'organisation sociale territorialement défini et à un ensemble d'institutions caractérisées par la détention du monopole de l'édiction de la règle de droit et de l'emploi de la force publique. De cette opinion, il ressort que l'Etat repose sur trois éléments : un territoire, une population et un gouvernement. Loin de faire une analyse complète sur l'Etat, cette présente étude opte pour le sens traduit par MACHIAVEL (1469-1527) qui définit l'Etat comme le pouvoir central souverain qui soustrait l'action politique des considérations morales et religieuses. Il s'agit ici de comprendre l'Etat comme le siège de la puissance souveraine, l'existence d'un pouvoir public jouant le rôle d'unificateur de l'ordre social. Cette orientation est traduite par le gouvernement de qui émanent les décisions politiques pour le développement global. A juste titre, SAMBOURIN, précise que l'Etat est l'appareil gouvernemental qui exerce l'autorité déléguée par les électeurs ou leurs représentants.

Le gouvernement ivoirien est constitué de plusieurs ministères dont celui du tourisme. Le décret N°2014-524 du 15 septembre 2014 portant organisation du ministère du tourisme, note en son article 1 : « pour l'exercice de ses attributions, le ministère du tourisme dispose, outre le Cabinet, des Directions et de Services rattachés, des directions générales, des directions centrales et des services extérieurs qu'il est chargé d'organiser par arrêté » A la lecture de ce document, on note que l'administration du tourisme en Côte d'Ivoire est fondée sur le système administratif de la déconcentration. Elle présente une organisation administrative hiérarchique illustrée par la figure 61.

Les cinq (5) directions centrales sous l'autorité du cabinet sont constituées au moins de deux sous-directions (S/D) chacune. Tel que le présente la figure 63, on note les précisions suivantes :

La direction des activités touristiques composée de trois sous-directions :

- La sous-direction de la Qualité et Redéveloppement Durable (S/D GRD)
- La sous-direction de la Règlementation et du Contrôle (S/D RC)

- La sous-direction de l'encadrement et de l'assistance aux exploitants (S/D EAE)

La direction des affaires financières dont les sous-directions sont :

- La sous-direction du Budget (S/D Budget)
- La sous-direction du Patrimoine (S/D Patrimoine)

La direction de la coopération et de la professionnalisation

- La sous-direction de la Professionnalisation (S/D Professionnalisation)
- La sous-direction de la Coopération (S/D Coopération)

La direction de la planification, de l'aménagement et des projets

- La sous-direction de la Planification et des Statistiques (S/D PS)
- La sous-direction des Etudes et des Projets (S/D EP)
- La sous-direction de l'Aménagement (S/D A.)

La direction des ressources humaines

- La sous-direction de la Gestion du Personnel (S/D GP)
- La sous-direction de l'Action Sociale (S/D AS)

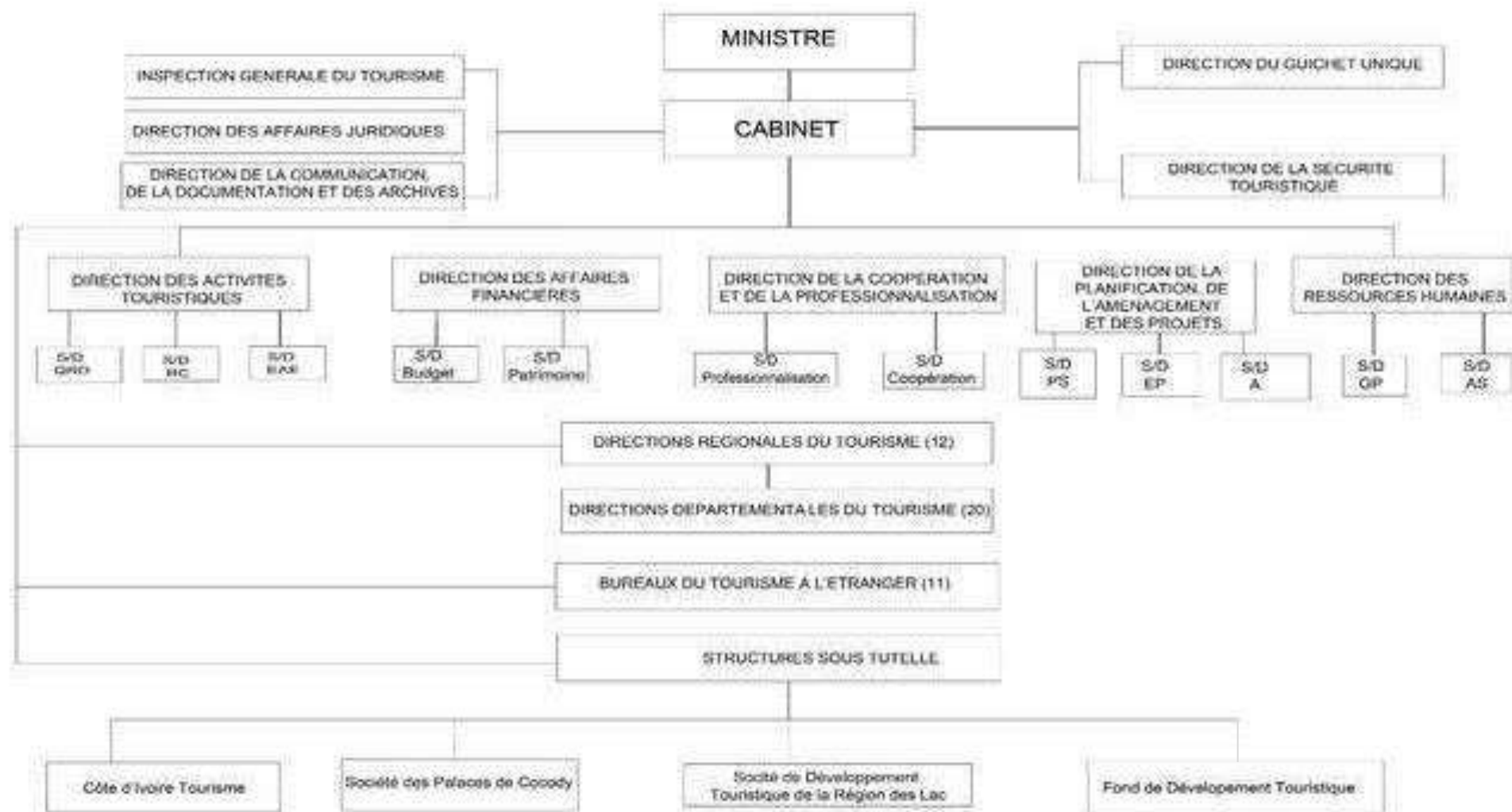


Figure 63 : Organigramme du ministère du tourisme

Source : Ministère du tourisme, 2014

Le ministre, premier responsable de cette administration est nommé par le président de la république et travaille sous la coordination du premier ministre. Il a un cabinet auquel sont rattachés des directions centrales et services extérieurs dont les directions régionales du tourisme (Figure 64).



Figure 64: Couverture des Directions Régionales du Tourisme en Côte d'Ivoire

Les services extérieurs sont les représentations du ministère, dans les régions et départements de la Côte d'Ivoire, et à l'étranger, tel qu'indiqué à l'article 15 du décret portant organisation du ministère. Les directions régionales et départementales, illustrées par le figure 64, sont mises en place par arrêté ministériel. Il existe, actuellement, 12 directions régionales et 20 directions départementales réparties en Côte d'Ivoire. Quant aux bureaux de tourisme pour l'étranger, on en dénombre 11 répartis dans quatre continents dont deux en Afrique et en Asie, trois en Amérique et quatre en Europe

I-2-1-2- Les structures sous-tutelles

Le ministère du tourisme possède quatre structures sous-tutelles à savoir, Côte d'Ivoire tourisme, la Société des palaces de Cocody, la Société de Développement Touristique de la Région des Lacs (SODETOUR-LAC) et le Fond de Développement Touristique (FDT). Elles bénéficient d'une certaine autonomie financière et d'action pour entreprendre des actions dans le cadre de la promotion, l'accompagnement technique et le soutien financier des activités touristiques sur toute l'étendue du territoire ivoirien. C'est d'ailleurs l'une de ces structures : Côte d'Ivoire qui a initié le PADVTCI auquel est intégrée cette étude.

Côte d'Ivoire Tourisme est un Établissement Public à caractère Industriel et Commercial (EPIC) créé par décret N° 92-938 du 23 décembre 1992. Elle est la principale structure de promotion du tourisme ivoirien au plan national et international. Ses principaux organes sont la Commission consultative et la Direction.

La commission consultative de gestion est composée comme suit :

- le Ministre en charge du Tourisme,
- le Ministre en charge de l'Economie et des Finances ou son représentant,
- le Ministre des Affaires Etrangères ou son représentant ;
- le Ministre en charge du Commerce et de l'Industrie ou son représentant ;
- le Ministre en charge de la Sécurité ou son représentant ;
- le représentant des hôteliers, restaurateurs, débitants de boissons et cabarettiers ou son suppléant ;
- le représentant des agences de voyages ou son suppléant ;
- le représentant des compagnies aériennes ou son suppléant.

La Direction : Côte d'Ivoire Tourisme est dirigé par un directeur nommé par décret en Conseil des Ministres sur proposition conjointe des Ministres membres de la Commission consultative de gestion. Il a rang de Directeur d'Administration centrale. Il est l'ordonnateur

principal de l'établissement et accomplit tous actes nécessaires à la réalisation de sa mission. La direction comprend : la sous- direction de la Promotion Extérieure, la sous-direction de la Promotion Intérieure, la sous-direction Administrative et Financière, les Bureaux de tourisme pour l'étranger. Ils sont au nombre de dix (10) et leurs sièges sont établis à Paris, Milan, Madrid, Berlin, Washington, Ottawa, Beijing, Pretoria, Rio, Abidjan.

Placé sous la tutelle technique du ministère du Tourisme, l'Office National du Tourisme a pour mission de :

Promouvoir et de développer le potentiel touristique de la Côte d'Ivoire au niveau national et international ;

Assurer l'expansion de l'industrie touristique en faisant connaître et apprécier par toutes les actions et mesures de promotion nécessaires, les richesses touristiques nationales ;

Organiser et coordonner la participation de la Côte d'Ivoire aux foires et salons professionnels à l'étranger ;

Stimuler les flux touristiques, voyages de groupe et congrès en provenance des marchés émetteurs grâce à une présence active auprès des Tours operators ;

Assurer l'information touristique et une documentation qualitative et quantitative aux professionnels locaux et étrangers ;

Assister les artisans d'art dans les domaines de la production et de la commercialisation de leurs produits ;

Réaliser, d'une manière générale, toutes les études et entreprendre toutes actions commerciales, industrielles, financières et immobilières susceptibles de contribuer directement ou indirectement à la réalisation de son objet

I-2-1- L'Administration décentralisée du tourisme

Le système de décentralisation, qui a émergé dans l'administration ivoirienne à partir des années 1980, consiste à donner des pouvoirs de décisions à des organes locaux, autonome distincts de ceux de l'Etat tel que défini ci-dessus, distinct de la région, du département et de la sous-préfecture. Cette politique suppose la reconnaissance des affaires locales, la personnalité juridique, l'existence d'autorité locale, un contrôle du pouvoir central. Depuis 1980, cette administration décentralisée a connu une évolution remarquable, et , surtout, un renforcement de son pouvoir par la définition d'un cadre législatif précis en 2003 et par la croissance des entités , la région et la commune. En cela, l'administration décentralisée est l'ensemble des collectivités locales (les régions et les municipalités) qui exercent une juridiction locale ou

régionale et dont les pouvoirs, devoirs et prérogatives sont définis par la législation centrale. Cette dernière a d'ailleurs adopté des lois qui confèrent des compétences de gestion et de promotion du tourisme aux collectivités territoriales. A juste titre on note :

Premièrement, la Loi n°2003-208 du 7 juillet 2003 portant répartition et transfert de compétences de l'Etat aux collectivités décentralisées en son titre II en matière de promotion du tourisme qui confère à la collectivité :

- l'élaboration et la mise en œuvre du plan régional de développement touristique en harmonie avec le plan de développement national ;
- le soutien des actions de promotion du tourisme d'intérêt régional ;
- la création, l'équipement et la gestion de sites touristiques et des infrastructures de promotion du tourisme d'intérêt régional.

Deuxièmement, la Loi N° 2014-139 du 24 mars 2014 portant Code du Tourisme qui stipule en ses articles 17, 18, 19 et 20 que les collectivités territoriales ivoiriennes (District, Régions et Communes) disposent de compétences spécifiques en matière de Tourisme. Elles sont, notamment, chargées de traduire la politique nationale du tourisme au plan local. A ce titre, l'Etat leur fait obligation de prévoir une zone d'intérêt touristique dans leur politique d'aménagement du territoire et leur plan d'urbanisme. L'Etat donne la possibilité aux collectivités territoriales de créer des organismes locaux du tourisme. Cela constitue une véritable opportunité pour la promotion du tourisme au plan local.

Au niveau de la région en tant qu'entité décentralisée, intervient le Conseil Régional. Cet organe est dirigé par un président élu au suffrage universel par la population locale. Au niveau des communes, ce sont les conseils municipaux aussi élus par la population locale. La région du sud Comoé compte 7 communes.

Cependant, ces différentes lois ne sont pas suivies de décrets d'application. En effet, après l'adoption de ces lois par les législateurs, l'Etat et les collectivités devraient discuter sur les pertinences, les précisions, le mode opératoire et les mesures d'accompagnement des prérogatives. Il est important de savoir ce que garde l'Etat et ce qui est concédé concrètement aux collectivités dans leur liberté d'action. Cela n'est pas encore mise en œuvre. Par conséquent, il existe une insuffisance juridique dans le cadre institutionnel du tourisme au niveau local. Cette réalité empêche toute initiative concrète que peuvent prendre les collectivités dans ce domaine. Aussi, provoque-t-elle, au niveau régional, un problème de coordination du plan de développement touristique. Il faut que l'Etat aille au-delà de cette étape afin d'offrir un cadre institutionnel beaucoup plus complet et permettre aux collectivités territoriales de jouer pleinement leur rôle en matière du tourisme.

I-3- Le milieu rural de la région du sud Comoé en quête d'acteurs publics du tourisme

L'analyse de l'administration publique déconcentrée en matière de tourisme montre que la dernière entité de l'Etat est la direction départementale du tourisme. Cette dernière est installée généralement en ville. Il est donc constaté que dans cette nomenclature de l'administration déconcentrée du tourisme, la chaîne se limite à l'échelle des départements. Les villages ne sont pas encore de façon concrète, inscrits comme cadre d'installation d'une administration touristique directe. Les villages ne possèdent pas, en leur sein, une structure publique dédiée spécialement au secteur touristique. A la question suivante : « Avez-vous une structure de gestion du tourisme dans votre village ? », tous les villages enquêtés et particulièrement ceux qui constituent des attractions touristiques, ont répondu « Non ». Aussi dans l'administration villageoise il n'y a pas d'agents spécialisés dans le domaine du tourisme. Ceci constitue une faiblesse à corriger. Aujourd'hui aussi, en effet, la conception et la mise en œuvre d'une politique touristique même en milieu rural requièrent des compétences spécifiques, inséparables d'une connaissance approfondie du secteur touristique, de ses logiques et problématiques. Si l'on examine les dispositions législatives ou réglementaires applicables aux activités touristiques (dispersées dans tout le code du tourisme mais également dans d'autres codes) il apparaît que le milieu rural est exempt de structure publique locale et de compétences en matière de gestion et de promotion du tourisme.

Aussi faut-il noter que toutes les parties prenantes énumérées au niveau de l'administration décentralisée ne sont que des structures indirectes qui en majorité n'ont pas de services de tourisme en leur sein ou dans leur organigramme. L'enquête a d'ailleurs montré que dans l'ensemble ces organes décentralisés prennent rarement en compte les préoccupations des villages en matière de tourisme. L'enquête a, permis de se rendre compte qu'aucune des communes ne possède une direction ou un service spécifique au tourisme en son sein bien que cette région soit considérée comme une priorité en matière de tourisme.

II- LES ACTEURS PRIVÉS DU TOURISME DANS LA REGION DU SUD COMOE

Les acteurs privés se composent de l'ensemble des personnes, entreprises ou d'autres structures afférentes qui participent à l'animation du secteur touristique de façon indépendante. Le but de leurs activités est essentiellement commercial ou la recherche d'un profit socio-économique. Comme leur nom l'indique, les acteurs privés interviennent dans le domaine du tourisme pour des intérêts particuliers. Entrent, dans cette catégorie, les acteurs suivants : les opérateurs économiques du secteur (hébergement, restauration, les agents de voyage, les transports) les habitants (associations, organisme non gouvernemental) et les visiteurs.

II-1- L'organisation des opérateurs économiques du secteur du tourisme dans la région du Sud Comoé

Les opérateurs économiques sont l'ensemble des acteurs liés directement ou indirectement au tourisme. Les opérateurs directement concernés par le tourisme sont les hébergeurs, les restaurateurs, les propriétaires des centres de loisirs et de détente, les agents de voyages. La région dispose de la majorité de ces acteurs tant au niveau urbain que rural tel que présenté dans le tableau 20 suivant :

Tableau 20: Les principaux acteurs privés du tourisme dans la région du Sud Comoé

Types opérateur Espace	Hébergeurs	Restaurateurs	Opérateur de centre de loisir	Agents de voyage	Les artisans d'art
Région	121	277	66	1	67
Villages	66	131	55	0	22
Villes	55	146	11	1	45

Sources : PADVTICI-RSC (2014) ; BISSOU, (2014)

De ce tableau 20, il ressort qu'au niveau des opérateurs économiques du secteur touristique, les villages suscitent un intérêt. Environ 46% sont installés dans les villages. Il est bien de rappeler que tout opérateur économique s'installe avant tout dans un territoire qui garantit la rentabilité de son activité. Dans le cadre du tourisme, il s'agit des territoires capables de mobiliser des visiteurs à la recherche d'attractions touristiques. Ainsi, ce taux de présence des opérateurs dans les villages justifie que l'espace rural de la région du Sud Comoé tient une place importante dans la dynamique du tourisme régional. A côté de ces opérateurs, on note ceux qui ne sont pas liés directement au tourisme : les commerçants, les transporteurs.

II-2- Les organisations indépendantes du tourisme dans la région du Sud Comoé

Les organismes et associations se sont formés spécifiquement dans le but de devenir soit des intervenants directs ou des porte-paroles du milieu socio-économique directement impliqué au niveau de l'activité touristique. Ils sont nés suite à l'essor du tourisme dans la région du Sud Comoé. Leur création résulte d'initiatives personnelles, du besoin de coordonner les actions individuelles des intervenants pour regrouper les forces en vue du développement et de la mise en marché du produit touristique régional. Il s'agit précisément des associations ou mutuelle de développement, des corporations sans but lucratif regroupant des représentants des entreprises commerciales. La région du Sud Comoé compte présentement cinq associations et organismes indépendants touristiques sur son territoire. Le tableau 21 en présente une liste accompagnée de la localisation de leur siège social.





Tableau 21: Associations et organismes indépendants du tourisme dans la région du Sud Comoé

Nom	Siège social
ARIS TOURISME ET LOISIR	Grand-Bassam
COMOE TOURISME	Grand-Bassam
MAMANS EN ACTION	Grand-Bassam
GLOBAL SERVICE ET TOURISME	Grand-Bassam
LES ANGES DE LA CULTURE	Grand-Bassam
ASKIA CONSULTING	Grand-Bassam
HOLIWAY FAIR TEAM	Grand-Bassam

Sources : BISSOU, (2015)

La lecture du tableau 21 permet d'affirmer que toutes ces associations qui interviennent dans le secteur touristique sont localisées en ville. Cela s'explique par le fait que ces dernières sont les lieux de résidences des potentiels visiteurs. Elles constituent les grands émetteurs de visiteurs. L'une d'elle GLOBAL TOURISME intervient beaucoup pour la valorisation des us et coutume locaux. En effet, elle organise chaque année des colonies de vacance en l'endroit des adolescents selon un circuit qui priorise la vie en campagne. En 2014, C'est environ 700 visiteurs qu'elle a guidés dans les villages de la région du Sud Comoé riches en attractions touristiques (Tableau 22).

Tableau 22 : Pratiques touristiques organisées par Global Tourisme en 2014

Date et Horaire	Activités exécutées	Nombre de Visiteurs	Illustrations
Février 2014	Excursion découverte au centre Abel	200	
Mars 2014	Sortie 'mardi gras' au centre Abel	167	
Mai 2014	Excursion découverte au centre Abel Vitré 1(S/P Grand Bassam)	204	
Décembre 2014	Excursion découverte au palais royal de Moossou et au centre Abel	96	

Source : GLOBAL TOURISME, 2015

II-3-Les visiteurs comme acteur du tourisme dans la région du Sud Comoé

II-3-1- Le projet du visiteur : le processus de mise en œuvre de la pratique touristique

Les visiteurs sont autant les touristes que les excursionnistes. Ces deux types de visiteur pris en compte dans les comptes du tourisme ont en commun de réaliser un projet qui est la mise en œuvre de la pratique touristique. Qu'est-ce que les « pratiques touristiques » ? La notion de « pratique touristique » fait référence à « l'ensemble des activités déployées » (OMT, 2000) par des individus dans leur hors-quotidien. « L'expression s'entend ici comme la manière dont

nous quadrillons nos déplacements, nous choisissons nos lieux » (MAYI, 2007). Il s'agit de toutes actions effectuées par les visiteurs au cours de leur séjour dans une destination touristique de leur choix, de ce qu'ils font et du sens qu'ils donnent à ce qu'ils font (CUVELIER, 1998) en rapport avec le motif principal. Cette pratique obéit à un processus de réalisation comme tout projet. Il s'agit dans ce cadre d'un projet du touriste. Ce projet désigne, ici, l'ensemble des actes accomplis par un visiteur pour réaliser son déplacement touristique. Ainsi, le projet inhérent à la mobilité touristique permet de comprendre l'existence d'une adéquation entre motif et destination. A priori, il s'agit de ce qui constitue le tourisme. Pour mieux les appréhender, il suffit de les observer, de les analyser. En géographie, c'est beaucoup plus la dimension « localisation », « fréquentation » qui est mise en exergue. Le géographe aborde la localisation de ce que font les hommes en tant que « pratiques », or, les pratiques spatiales revêtent également une dimension sociale.

La « pratique touristique » peut être aussi qualifiée de « comportement spatial », c'est une manière de se comporter qui est fonction de la distance et des coûts de consommation. C'est une description sommaire de ce que font les individus dans un lieu qui s'inscrit dans le paradigme behavioriste. Elle livre un aperçu du comportement des hommes dans les lieux touristiques. On partirait des pratiques spatiales pour définir ce qu'est l'espace (RAFFESTIN, 1986). Ce sont les individus qui « produisent » l'espace. Ce dernier est produit aussi bien par les acteurs institutionnels que par les utilisateurs ou usagers. La pratique touristique est une pratique librement consentie et qui n'est sujette à aucune contrainte. Le déplacement touristique implique le libre-choix dénué de toutes contraintes, il se veut hédonistique. De ce fait, il faut le situer dans un cadre précis, celui du hors-quotidien. Ce processus permet de mettre en relief des modèles de choix de destination touristique. CROUTSHE (2003) s'appuie sur le poids de la perception, des attitudes, de l'apprentissage, des variables environnementales et des variables individuelles, pour développer une approche comportementale de la procédure de choix en matière de destination touristique. Il précise que la perception est influente dans le comportement décisionnel du consommateur. Selon SCHIFFMAN et KANUK (1991), la perception est un processus par lequel un individu sélectionne, organise et interprète les stimuli en leur donnant une signification cohérente par rapport à son environnement immédiat. A cet effet, KOTLER, FILIATRAULT et TURNER (1994) avertissent que la perception est une condition préalable à la pratique touristique, laquelle ne dépend pas seulement des caractéristiques des stimuli physiques, mais aussi de leurs réactions avec l'environnement et des conditions particulières à l'individu. L'encyclopédie de la géographie (BAILLY et al, 1993) définit la perception comme étant « la fonction par laquelle l'esprit se représente les objets en

leur présence ». La perception est « un acte de terrain » (KNAFOU, 2000) qui se réalise en contact direct du sujet avec l'environnement. L'activité sensorielle est primordiale. Les perceptions occupent une place intermédiaire parmi les processus cognitifs, après les sensations, mais avant les représentations, qui s'avèrent des processus cognitifs plus complexes.

Dans le domaine du tourisme, la perception fait référence à la relation « image-destination » comme facteur déterminant du processus décisionnel. Dans une même logique, UM et CROMPTON (1990) partent du principe que les construits cognitifs sont développés par l'individu grâce aux mécanismes de la perception. Ils considèrent que l'image d'un endroit correspondant à une destination de voyage, est un construit holistique qui est issu des attitudes de l'individu, de sa perception des attributs touristiques des sites considérés. Ainsi, les intrants externes tels la personnalité et le style de vie se confrontent aux intrants externes tels les communications et le marketing. Ces confrontations génèrent des construits cognitifs qui permettent l'élaboration de critères de sélection qui aboutiront à une définition de l'ensemble évoqué de l'individu. En effet, la perception agit, dans un premier temps, en filtrant l'information acquise puis, dans un second temps, elle permet l'apprentissage en modifiant ou en conservant les images perçues. MANSFELD (1992) insiste sur le fait que la perception est effectivement créatrice d'images à l'origine des attentes et des désirs du consommateur de tourisme. La perception, à coup sûr, est le déclencheur de la création d'images liées aux sites touristiques. À partir de leurs études, PIGRAM et DUNN (1976) soulignent aussi le fait que les vacanciers fondent leurs décisions non pas sur l'environnement réel, mais sur la perception, l'image qu'ils en ont. La distance réelle entre deux sites, comme l'écrit FODNESS (1990), est « moins importante que la distance perceptuelle ». Ainsi, la perception joue un rôle important, mais ne constitue pas un critère éliminatoire dans le processus de décision.

Une analyse de la documentation et données recueillies auprès des visiteurs fait ressortir différentes attitudes en matière de choix décisionnel. Les consommateurs réduisent leurs options au fur et à mesure, par rapport à des perceptions positives, neutres ou négatives. L'attitude aide à comparer les produits offerts en procédant par sélection. Le processus de choix de destination touristique part du désir exprimé par le touriste à l'exploitation d'un produit touristique central particulier. On peut énoncer, alors, l'idée de mécanisme de prise de décision pour un produit touristique. En effet, la reconnaissance d'un besoin est à l'origine du processus de choix de consommation. Ce processus comprend une recherche d'information qui aboutira sur l'identification d'un ensemble de produits capables de satisfaire les besoins du consommateur (Figure 65).

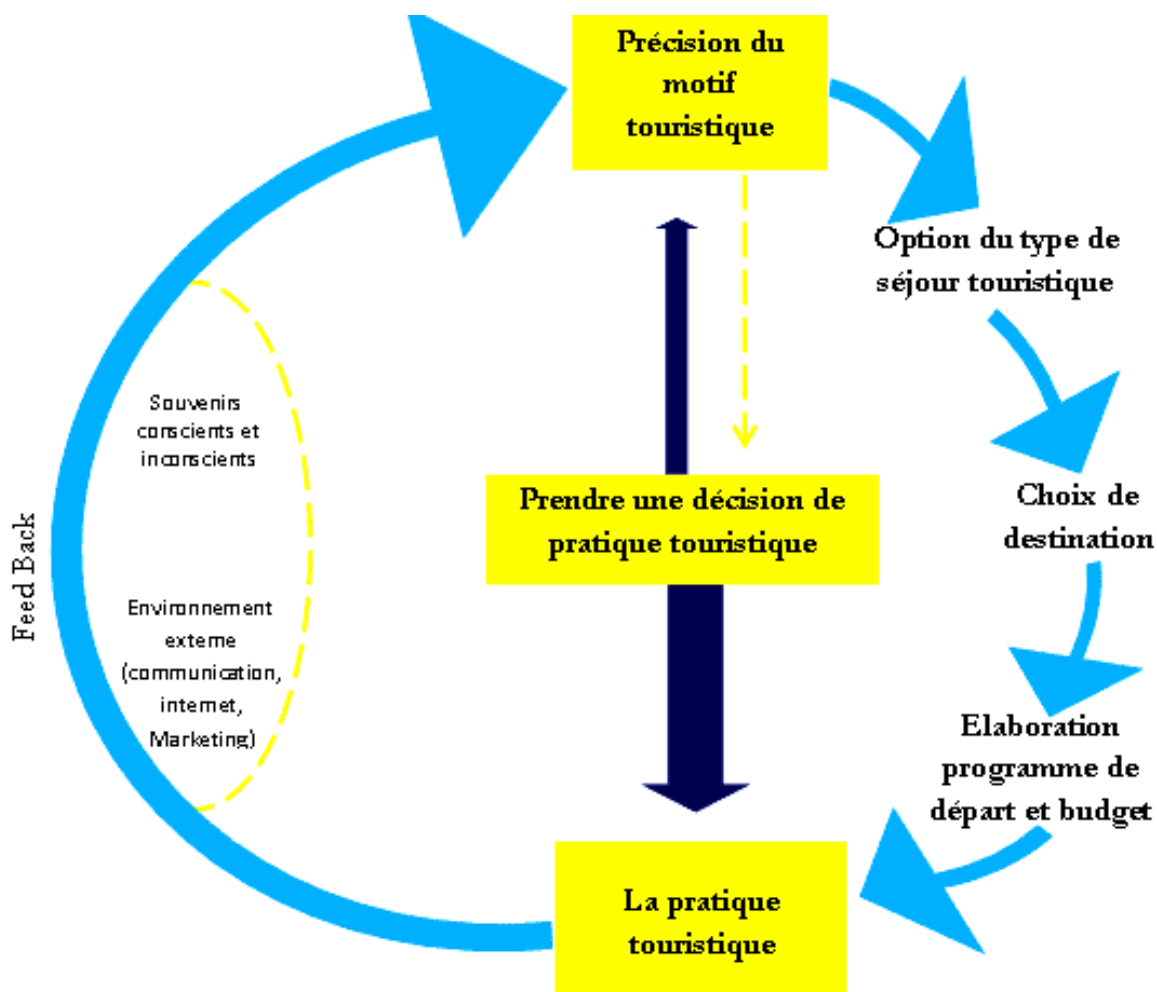


Figure 65: Etapes de réalisation d'un projet pratique touristique par un visiteur

Source : MAYI (2007) ; CUVELIER (1998)

Conception et réalisation : Bissou, 2014

L'observation de la figure permet de soutenir qu'on peut définir ce processus en six étapes. Cette démarche personnelle part de la prise de décision (au centre du mécanisme) jusqu'à la réalisation de la pratique touristique en passant respectivement par :

- la sélection du type de séjour en fonction de l'espace (séjour en ville, en campagne ou en montagne...) en fonction du style d'hébergement (hébergement marchand ou non marchand...) en fonction de la durée (court, moyen ou long séjour) ;

- le choix de la destination, c'est-à-dire la localisation effective du territoire d'accueil au niveau national ou international. Les informations sur les réalités socio-économique et environnementale, les moyens de transport... ;

- l'élaboration du programme de départ et du budget. A ce stade, le visiteur potentiel fixe le jour de départ, après avoir défini sa capacité financière indispensable répondant aux options précédentes.

Ce processus comprend d'une part, une évaluation des options : les individus ne connaissent qu'une partie de l'ensemble total des options disponibles sur le marché et ne retiennent que celles qu'ils connaissent et qui sont réalisables en fonction de leur temps et de leur budget. D'autre part, une évaluation des destinations retenues sur une série d'attributs en nombre limité (généralement de trois à quatre). Certaines décisions touristiques, comme l'organisation d'un voyage en indépendant, se composent d'une multitude de sous-décisions (choix du transport, logement, dates, durée, activités, budget, etc.) dont l'ensemble est particulièrement complexe. D'un autre côté, les voyages à forfaits, le séjour dans un hôtel-club ou les croisières sont des produits vendus dans leur entité. Dans ces situations, la décision comportera moins d'éléments et se limitera à un choix par type de produit, une destination ou une marque.

II-3-2- Motifs et pratiques touristiques des visiteurs des villages de la région du Sud Comoé

L'analyse des visiteurs en milieu rural est faite en vue d'identifier en quoi ils sont spécifiques, c'est-à-dire différents de ceux des milieux fortement urbanisés. C'est à partir des visiteurs analysés selon leur origine, leurs buts et caractéristiques de voyage que cette étude tente d'analyser le tourisme en milieu rural et de le situer dans le contexte du tourisme dans la région du Sud Comoé.

Dans cette optique, les observations ont porté sur les visiteurs nationaux et étrangers. Le développement de l'activité touristique repose fondamentalement sur la clientèle touristique. Cette dernière compte comme une variable dans la mesure de l'activité touristique sur un territoire donné, particulièrement le territoire rural de la région du Sud Comoé. Ainsi, le présent paragraphe consiste à avoir une bonne connaissance des motifs de déplacement des visiteurs de l'espace rural afin de mieux comprendre les comportements touristiques. Les rencontres périodiques des visiteurs (excursionniste et touriste) sur le terrain ont permis d'observer leur comportement dans les destinations touristiques. Il ressort de façon récurrente de ces approches, les motifs touristiques suivants : Affaire, raisons familiales, raisons religieuses, détente et loisirs, découverte culturelle, autres (Figure 66).

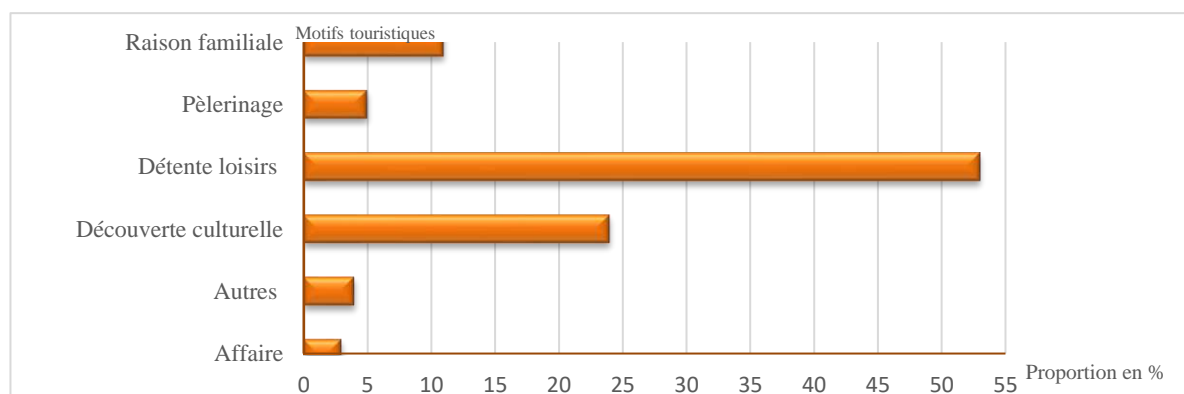


Figure 66 : Proportion des visiteurs en espace rural par motif touristique en 2014

Sources : PADVTCL-RSC (2014) ; BISSOU (2015)

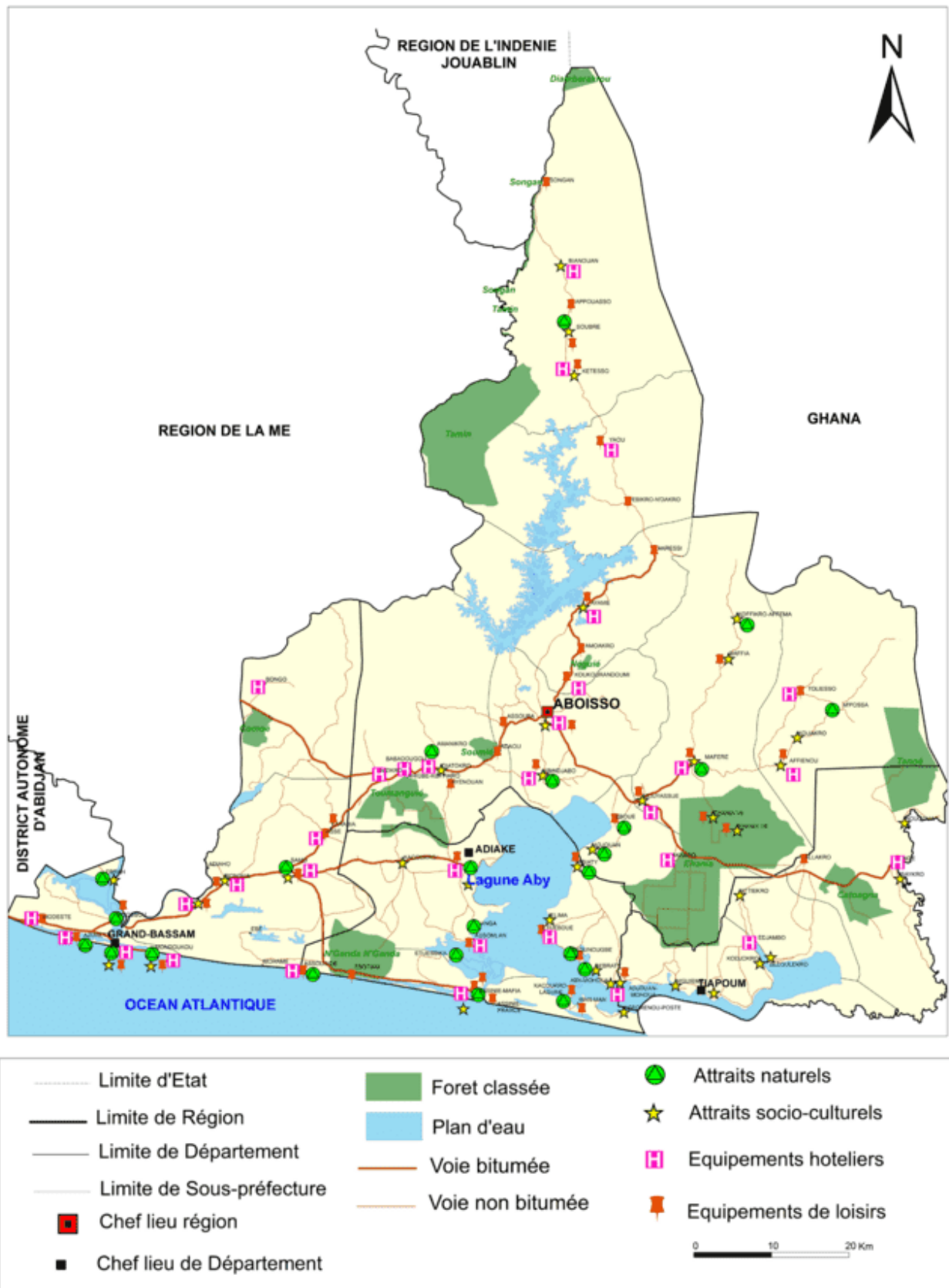
Les motivations des visiteurs des divers villages ne sont pas uniformes. Les visiteurs sont attirés en majorité par l'espace rural de la région du Sud Comoé pour la détente et les loisirs. Ce motif touristique représente 53 % des motivations de visite dans la région. Ensuite, vient le motif de découverte culturelle qui requiert 24% des avis sur la question. Enfin, suivent les motifs de raison familiale, pèlerinage et affaires avec respectivement 11%, 5% et 3% des intentions de visite dans l'espace rural de la région du Sud Comoé. Ces motifs connaissent aussi une répartition dans l'espace rural. L'analyse des données d'enquêtes révèle que les activités et éléments spécifiques, proposés aux visiteurs, en grande partie, dans les villages du Sud Comoé sont ceux répertoriés dans le tableau 23 suivant.

Tableau 23 : Activités et éléments proposés par les villages aux visiteurs

Principales activités proposées par les villages	Proportion de village en %
Visite de sites, vestiges et monuments historiques	34,3
Détente sur espace lagunaire et Fluvial	19,16
Détente sur espace de mer (Plage)	4,12
Visite de réserves naturelles (Forêts)	14,04
Visite d'usine de transformation de matières premières	4,4
Visite de grandes plantations agro-industrielles	3,3
Offre de prestations traditionnelles (danses, contes, légendes) et bien ancestraux	9,3
Offre d'espace religieux	3
Découverte d'activités spécifiques aux villages	8,38

Sources : PADVTCL-RSC (2014) ; BISSOU (2015)

Ces éléments et activités reflètent les potentialités touristiques décrits plus haut et synthétisés sur la figure 67.



CCT, 2014; PADVTCI, 2014; Bissou, 2015

Realisation: Bissou & Kangah, 2015

Figure 67: Potentialités touristiques dans l'espace rural de la région du Sud Comoé

CHAPITRE 5 : LE JEU DES ACTEURS DU TOURISME DANS LE MILIEU RURAL DE LA REGION DU SUD COMOÉ : UNE ANALYSE PAR LA METHODE MACTOR

En géographie, l'intérêt des jeux de rôle est de pouvoir mettre en évidence le jeu des acteurs sur un territoire donné. L'acteur intervient dans le processus de gestion de l'espace, processus dans lequel il possède une autonomie d'initiative ou de réaction. D'une part, il agit matériellement et physiquement sur le territoire. D'autre part, il agit par ses choix sur la gestion du territoire en influençant les autres acteurs. Ce sont les acteurs qui structurent l'espace et lui donnent son caractère géographique. Ainsi, l'analyse des relations entre les acteurs dans cette étude cherche à estimer les rapports de force entre les acteurs et à étudier leurs convergences et divergences vis-à-vis d'un certain nombre d'enjeux et objectifs associés. A cet effet, l'option a été portée sur la méthode MACTOR. Certes, cet outil d'analyse est beaucoup utilisé en prospective mais il peut également être utilisé pour l'analyse de domaines où les enjeux se situent très largement dans la confrontation d'intérêts d'essences différentes (public contre privé, producteurs contre consommateurs, régulateurs contre régulés).

I- ROLE, RECAPITULATIF DES PRINCIPAUX ACTEURS ET LES OBJECTIFS ASSOCIES AUX ENJEUX

I-1- Rôle des principaux acteurs du tourisme en rapport avec le milieu rural de la région du Sud Comoé

Dans la mise en place de la destination touristique, chaque type d'acteurs a des fonctions bien définies. Après avoir cerné la nature même des acteurs, la connaissance de ces fonctions permet d'analyser au mieux les rapports entre les différents acteurs en jeu dans le secteur du tourisme local.

I-1- 1- Rôle et outils des acteurs publics du tourisme

I-1-1- 1-Rôles et outils d'actions des organes déconcentrés de l'Etat

Le Ministère du Tourisme est le premier organe déconcentré de l'Etat dans le secteur du tourisme qui incarne la vision générale du tourisme au niveau national. On note, de ce fait, que le ministère du tourisme est, d'abord, un acteur d'élaboration de la politique du tourisme en

Côte d'Ivoire. A ce titre, il donne les grandes orientations de la politique nationale du tourisme. Il est l'acteur qui définit et met en œuvre la politique nationale du tourisme.

Ensuite, il sert d'organe régulateur de l'activité touristique en ce sens qu'il élabore les lois qui régissent le code du tourisme, donne les agréments aux entreprises afin d'exercer de façon officielle leurs activités dans le domaine touristique. Il réglemente, agréé et classe les équipements, organise les activités touristiques. Les acteurs de régulation ont les compétences d'arbitrage.

Enfin, il appuie le financement en apportant des fonds et en allouant ces fonds à des structures sous sa tutelle pour leur parfaite organisation en vue du développement touristique. Il assure la promotion du tourisme sur les marchés extérieurs et au sein des organisations internationales compétentes. Il favorise la coordination des initiatives politiques et privées dans le domaine du tourisme et apporte son concours aux actions de développement touristique des collectivités territoriales. Toutes ces actions étatiques relèvent de la compétence du ministère chargé du tourisme.

Les entreprises publiques sont des organes publics ou entreprises de la république affectées pour représenter celle-ci en tant que destination. Par exemple, en Côte d'Ivoire, l'entreprise Cote d'Ivoire Tourisme a pour mission de mettre en œuvre un plan marketing en vue de la promotion touristique durable. Pour cela, elle communique de façon régulière avec les professionnels du tourisme et le grand public.

I-1-1-2- Rôles et outils d'actions des collectivités locales

Dans la terminologie de la gestion administrative, les collectivités locales constituent des entités décentralisées de l'Etat. Elles définissent de façon générale les objectifs de l'activité touristique au sein des circonscriptions du territoire. Dans le cadre de la région, le Conseil régional coordonne les initiatives publiques et privées, dans le domaine du développement, de l'information et de la promotion. Tout comme la région, la commune définit la politique touristique de sa circonscription. Cette charge qu'elle occupe lui donne la possibilité de trouver des partenaires pour le développement du tourisme local.

En somme, les collectivités territoriales ont la compétence d'établir la politique locale du tourisme, soit au niveau de la région, soit au niveau de la commune. Elles ont aussi la vocation de mettre en application le régime juridique et les programmes locaux de développement touristique.

Les acteurs publics qui sont tous ces acteurs qui officient dans le système touristique dont le but des activités est de s'adresser aux spécialistes du domaine et non au tourisme afin d'assurer la régulation et la promotion du secteur. Dans cette classe, on retient l'Etat et les collectivités territoriales. Au sein des collectivités territoriales on dénombre les régions, les départements, les communes et même les villages. A ceux-là, s'ajoutent quelques entreprises publiques qui y exercent également.

Les acteurs publics sont dans l'ensemble producteurs de sites touristiques, de voies de communication et de climat social et des affaires paisibles. En clair, le secteur public crée les conditions d'épanouissement du secteur privé.

I-1-2- Rôles indispensables des acteurs touristiques privés au niveau local

Les acteurs privés jouent un rôle crucial dans l'activité touristique. Ceci se perçoit à travers le rôle que joue chacun d'entre eux.

I-1-2-1 Rôles des entrepreneurs du secteur touristique

I-1-2-1-1 Rôles des acteurs de l'hébergement et de la restauration

L'hébergement touristique est l'affaire des hôtels. Le code du tourisme ivoirien en son article 1 du Titre 1 définit l'hôtel touristique comme étant : « un établissement commercial classé qui offre des chambres ou des appartements meublés en location à une clientèle de passage, à une clientèle qui effectue un séjour caractérisé par une location à la journée, à la semaine ou au mois, mais qui, sauf exception, n'élit pas domicile. Il peut comporter un service de restauration. Il est exploité toute l'année en permanence ou seulement une ou plusieurs saisons. Il est dit « hôtel saisonnier » lorsque sa durée n'excède pas neuf mois par an en une ou plusieurs périodes » Les complexes hôteliers permettent l'hébergement de l'hôte. Après avoir négocié le transport, le tour opérateur va ensuite négocier l'hébergement, c'est-à-dire qu'il va prendre contact avec un ou plusieurs hôteliers pour leur proposer un nombre déterminé de lits ou de chambres pendant la période durant laquelle le produit va être opérationnel.

I-1-2-1-2- Rôles des acteurs des voyages et loisirs

Les agences de voyage ont pour rôle de permettre le choix de la destination de voyage, le moyen de transport, l'hébergement, ainsi que le mode d'accompagnement qui peut être complet ou partiel. Elle favorise la liaison entre le lieu d'habitation et celui qu'on va découvrir. Les agents de voyages sont en contact direct avec le public et s'adressent aux visiteurs potentiels pour proposer une prestation ou donner des renseignements. Les tours opérateurs sont des fabricants de produits finis touristiques. Ils achètent des prestations à prix nets avec lesquels ils composent des voyages à forfait eux-mêmes s'ils sont aussi des détaillants, ou qu'ils font revendre par un réseau d'agents de voyage détaillants.

Les acteurs du transport touristique : le transport se définit comme un outil pour la mobilité. Il est au cœur de la pratique même du tourisme lorsque celui-ci est le fait de voyager, de se déplacer pour son plaisir, d'un lieu à un autre. On distingue des transporteurs aériens, ferroviaires, maritimes et routiers. C'est grâce à ces infrastructures de locomotion que le tourisme atteint son apogée. Le touriste passe de plus en plus d'un mode de transport à un autre (avion, TGV, bus, voiture, bateau, bicyclette) au cours d'un même voyage, d'un déplacement, d'un trajet. Chaque moyen de transport donnera une meilleure accessibilité au niveau spatial mais aussi au niveau de la clientèle.

Les acteurs privés composés de l'ensemble des personnes, entreprises qui participent à l'animation du secteur de façon indépendante dans un but commercial. Ce sont des prestataires de services. Ils s'organisent en corps de métier. D'une part, en corporation, d'autre part, ils se dotent de stratégies pour promouvoir leurs produits. Il s'agit entre autre des entrepreneurs du tourisme, des transporteurs, les hébergeurs, des restaurateurs, des gestionnaires de sites.

I-1-2-2- Rôles des visiteurs dans le système du tourisme local

Les visiteurs jouent un rôle important. Ils sont l'objet de toutes les activités touristiques d'autant plus que sans voyageur-visiteur, il n'y a pas de tourisme. En effet, les visiteurs mobilisent tous les autres acteurs autour de leurs intérêts. Les économistes notent, d'ailleurs, que l'économie du tourisme met en corrélation l'offre et la demande. Cette dernière est l'expression des attentes des visiteurs dans leurs potentielles destinations. Ainsi, le visiteur joue un rôle de stimulateur dans la production des offres touristiques qu'exigent leurs attentes. Il s'agit, selon KERCUKU (2009) de leurs expériences de vie à travers leurs pratiques. Les visiteurs aiment comprendre comment ils peuvent maximiser la satisfaction tirée de chacune de

leur destination. En cela, ils se posent des questions sur tout ce qui entoure le voyage, le séjour, les activités, les dépenses, etc. Ces questions influencent alors les autres acteurs du système qui se donnent l'obligation d'en trouver des réponses afin de rentabiliser leur territoire d'accueil et d'en faire une attraction majeure.

Ainsi, s'il est vrai que l'enjeu principal du visiteur est la satisfaction et le développement personnel, sa présence donne la possibilité à la destination de son choix de réaliser la mise en tourisme de son patrimoine, de créer et de rentabiliser toutes les activités économiques qu'exigent son séjour. Ainsi, il est considéré comme l'acteur moteur de l'organisation de l'activité touristique.

I-1-2-3- Rôles des communautés locales dans le tourisme local

Les populations résidentes ont plusieurs rôles dans le développement des activités touristiques au niveau local. Ces populations jouent un rôle d'accueil. Elles accueillent, d'un côté, les visiteurs qui choisissent leur village comme destination touristique. D'un autre côté, elles accueillent les investisseurs qui décident d'implanter des équipements et réaliser des activités à caractère touristique afin de satisfaire les motifs des visiteurs. Dans les deux cas, l'enquête a montré que les actions ne sont pas collectives. Elles n'ont pas une portée communautaire. Elles sont effectuées par des individus de façon isolée pour satisfaire des intérêts personnels.

Les populations locales jouent aussi un rôle de gardien du patrimoine naturel et culturel des villages. A travers leurs autorités, elles établissent des règles qui constituent plus ou moins des contraintes aux pratiques touristiques. Par exemple, la réalité du terrain, a permis de constater que dans trois villages sur quatre, il est demandé aux groupes de visiteurs d'offrir aux autorités villageoises au moins deux bouteilles de vin. Cette boisson sert à faire des libations avant toute autorisation de pratique touristique par le groupe de visiteurs. Ces faits ont été constatés à Azuréty, Assouindé, Krindjabo, Moossou.

I- 2- Liste des acteurs tourisme dans le milieu rural de la région du Sud Comoé

Le chapitre précédent a permis d'identifier les parties prenantes du tourisme par rapport à l'espace rural et d'en faire une description détaillée. Il a préparé la première phase de l'élaboration de la méthode MACTOR. Il s'est agi, ici, de faire une liste de ces acteurs selon

les principes de cet outil. En tenant compte de la réalité du tourisme dans l'espace rural, 14 acteurs clés ont été retenus pour cette analyse (Tableau 24).

Tableau 24: Liste des acteurs

N°	Intitulé long de l'acteur	Intitulé court
01	Agence de voyages	Ag_Voy
02	Associations locales	As_Loc
03	Autorité villageoise	Aut_Vge
04	Conseil Régional	CReg
05	Etat	Etat
06	Hébergeurs	Hbrg
07	Municipalité	Munici
08	Opérateurs de loisirs	Loisir
09	Partenaires Internationaux	Par_tInt
10	Populations locales	Pop
11	Propriétaires terriens	Protèr
12	Restaurateurs	Rest
13	Transporteurs	Trans
14	Visiteurs	Visit

Sources : PADVTICI (2014, 2015) ; BISSOU (2015)

I-3- Les objectifs associés aux enjeux

Les ateliers des experts du PADVTICI, les entretiens guidés avec des personnes ressources plus ou moins en rapport avec le tourisme, les groupes de discussion dans les différents départements de la région ont permis de mettre en évidence les grandes caractéristiques du système et d'en déterminer les enjeux majeurs. Les objectifs poursuivis pour chaque enjeu sont aussi identifiés. Un enjeu peut être décliné en plusieurs objectifs. Cette étape a abouti à l'élaboration d'une liste non exhaustive des objectifs telle que présentée dans le tableau 25. Les acteurs vont par la suite se positionner par rapport à une série d'objectifs et confronter leurs projets. Leurs objectifs peuvent être convergents ou divergents.

Tableau 25: Les objectifs associés aux enjeux du tourisme dans le milieu rural de la région du Sud Comoé

Enjeux	Intitulé long de l'objectif	Intitulé court
La promotion touristique des destinations rurales	Définir les offres touristiques authentiques du milieu rural	Def_oftour
	Financer la promotion du tourisme en milieu rural	Fin Prom_T
	Promouvoir les offres touristiques du monde rural	Prom of_T
Le développement socioéconomique des villages à travers le tourisme	Impliquer les populations résidentes dans la promotion et la gestion touristiques	Impl_Pop
	Améliorer le niveau de vie des populations	Am_Niv Vie
	Désenclaver l'espace rural	Desc_Rur
	Rentabiliser les activités touristiques	Rent_Tour
Les conditions de bon fonctionnement du tourisme en milieu rural	Créer une parfaite coordination entre les différents acteurs du milieu rural	Cord_Ac
	Contrôler et régler l'activité touristique en milieu rural	Regl_T
La mise en tourisme et la protection du patrimoine naturel et culturel	Aménager des espaces de loisirs	Am_Lsr
	Trouver des partenaires pour le développement du tourisme	Part_T
	Protéger le patrimoine naturel et culturel	Prot_Pat
	Former des compétences professionnelles qualifiées en tourisme	Form_Pro
	Assurer le transport des visiteurs	Trsp_Vis

Sources : PADVTCI (2014, 2015) ; BISSOU (2015)

II -ELABORATION DES MATRICES D'ENTREE APPLIQUEES AU TOURISME EN ESPACE RURAL DANS LA REGION DU SUDCOMOE

II-1-L'élaboration de la matrice des influences directes entre acteurs

Sur le logiciel MACTOR, les influences directes entre acteurs sont présentées par la Matrice d'Influences Directes Acteurs X Acteurs (MID). Cette matrice est élaborée à partir du tableau de stratégie des acteurs qui décrit les influences directes entre acteurs (Tableau 26).

Tableau 26: Matrices des Influences Directs (MID)

MID	Ag_Voy	As_Loc	Aut_Vge	CReg	Etat	Hbrg	Munici	Loisir	Par_tInt	Pop	Protèr	Rest	Trans	Visit
Ag_Voy	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	3
As_Loc	0	0	1	1	0	0	1	0	0	2	1	0	1	1
Aut_Vge	0	3	0	1	0	0	1	1	0	2	2	1	0	1
CReg	0	1	2	0	1	1	1	1	2	2	0	1	0	0
Etat	3	1	2	3	0	4	3	2	2	1	0	2	0	0
Hbrg	0	0	0	1	1	0	2	0	0	2	1	0	0	2
Munici	0	1	2	0	1	2	0	2	2	2	0	2	2	1
Loisir	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0	3
Par_tInt	0	2	0	2	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
Pop	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Protèr	0	0	1	0	0	3	1	3	0	3	0	3	0	0
Rest	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	1	0	0	2
Trans	0	2	0	0	0	1	1	1	0	2	0	2	0	3
Visit	2	0	0	0	0	2	1	3	0	1	0	3	3	0

Légende

0 : Pas d'influence

1 : Processus opératoires

2 : Projets

3 : Missions

4 : Existence

Sources : PADVTICI (2014, 2015) ; BISSOU (2015)

Dans la matrice MID (Tableau 26), les influences sont notées de 0 à 4 suivant l'importance de la remise en cause possible pour l'acteur. On y observe que l'Etat a une influence directe importante sur les Hébergeurs. L'intensité de cette influence est égale à 4, ce qui signifie que l'Etat peut mettre en cause l'existence des hébergeurs sur le territoire rural. Cette institution publique peut mettre en cause l'accomplissement des missions des agents de voyage, du Conseil Régional et la municipalité avec l'influence directe est 3. Dans cette même optique, on note que les propriétaires terriens manifestent une influence directe remarquable sur les opérateurs du secteur implantés dans les villages.

II-2- L'élaboration de la Matrice des positions valuées (2MAO)

La Matrice des positions valuées Acteurs X Objectifs (2MAO) décrit pour chaque acteur à la fois sa valence sur chacun des objectifs (favorable, opposé, neutre ou indifférent) et sa hiérarchie des objectifs (Tableau 27).

Tableau 27: Matrice des positions valuées (2MAO)

2MAO	Am_Niv Vie	Am_Lsr	Trsp_Vis	Regl_T	Cord_Ac	Def_oftour	Desc_Rur	FinProm_T	Form_Pro	Impl_Pop	Prom_of_T	Prot_Pat	Rent_Tour	Part_T
Ag_Voy	0	0	3	-4	0	2	0	-2	0	0	0	-2	3	0
As_Loc	3	0	0	2	0	0	3	-3	2	2	0	3	-2	3
Aut_Vge	3	-1	0	0	0	-1	3	3	0	3	2	3	1	3
CReg	2	2	0	2	0	3	2	-2	2	2	1	2	0	3
Etat	1	0	0	4	1	3	1	2	2	0	1	2	2	3
Hbrg	0	0	0	-4	0	0	0	-2	0	-1	0	-2	3	0
Munici	2	0	0	3	0	2	1	-1	0	0	2	2	2	3
Loisir	0	4	2	-4	0	0	0	-2	0	-2	0	-3	4	0
Par_tInt	2	2	0	2	2	0	3	1	0	1	0	3	0	0
Pop	3	-2	2	3	0	0	2	-2	0	3	0	3	0	0
Protèr	2	2	0	0	0	0	2	-2	0	0	0	2	0	0
Rest	0	2	3	-3	0	0	0	-2	0	-2	0	-1	4	0
Trans	0	0	4	-1	0	0	2	-2	0	0	0	0	3	0
Visit	0	4	4	-2	0	0	0	-1	0	0	0	-2	3	0

Légende

0 : l'objectif est peu conséquent

1 : L'objectif met en cause les processus opératoires (gestion, etc.) de l'acteur / est indispensable à ses processus opératoires

2 : L'objectif met en cause la réussite des projets de l'acteur / est indispensable à ses projets

3 : L'objectif met en cause l'accomplissement des missions de l'acteur / est indispensable à ses missions

4 : L'objectif met en cause l'acteur dans son existence / est indispensable à son existence

NB : Le signe indique si l'acteur est favorable ou opposé à l'objectif

Sources : PADVTCI (2014, 2015) ; BISSOU (2015)

Le tableau 27 représentant la Matrice 2MAO, montre que les agents de voyage, les hébergeurs, les opérateurs de loisirs et les restaurateurs sont vivement opposés à l'objectif « Contrôler et réglementer l'activité touristique en milieu rural ». L'intensité de cette opposition est égale varie entre -3 et -4, ce qui signifie que le renforcement du contrôle et de la réglementation pour le respect des normes va mettre en cause les missions et même l'existence des opérateurs du secteur. Aussi, observe-t-on que la population locale exprime une opposition face à l'objectif « Aménager les espaces de loisirs » (-2). Cela justifie la réalité l'opinion de celles-ci qui stipule que les opérateurs de loisirs les exproprient de leur espace de culture et d'activité de pêche.

III- RESULTATS ET INTERPRETATIONS

III-1- influence, dépendance et rapport de force des acteurs : indicateurs d'une coordination des acteurs efficaces inexistante dans l'espace rural de la région du sud Comoé

L'analyse des influences directes et indirectes s'effectue à partir de la matrice MIDI. Cette dernière permet de repérer les influences directes et indirectes de plusieurs ordres entre acteurs.

L'intérêt de cette matrice est d'apporter une vision plus complète du jeu des rapports de force (un acteur pouvant limiter l'éventail des choix d'un second en agissant sur lui à travers un acteur relais). Les valeurs contenues dans MIDI donnent une idée de l'importance des influences directes et indirectes entre acteurs. Deux indicateurs sont calculés à partir de MIDI (Tableau 28) :

- le degré d'influence directe et indirecte de chaque acteur (Ii, par sommation sur les lignes).
- le degré de dépendance directe et indirecte de chaque acteur (Di, par sommation sur les colonnes).

Tableau 28: Influence directe entre acteur

MIDI	Ag_Voy	As_Loc	Aut_Vge	CReg	Etat	Hbrg	Munici	Loisir	Par_tInt	Pop	Protèr	Rest	Trans	Visit	Ii
Ag_Voy	3	2	2	1	2	4	3	5	2	3	0	5	4	4	37
As_Loc	1	4	4	2	2	5	6	6	2	8	2	6	3	4	51
Aut_Vge	1	5	4	2	2	5	6	6	2	11	5	6	3	5	59
CReg	1	7	5	6	4	3	7	4	4	10	6	5	2	6	64
Etat	3	7	7	8	5	7	11	6	6	14	6	7	3	12	97
Hbrg	3	3	5	2	3	7	6	7	4	8	1	7	4	3	56
Munici	2	8	4	6	3	5	9	6	3	15	6	8	4	11	81
Loisir	2	0	1	0	0	3	2	4	0	4	1	4	3	3	23
Par_tInt	1	5	5	4	3	3	5	3	4	7	2	4	2	3	47
Pop	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Protèr	0	2	2	2	2	4	5	5	1	11	4	5	1	9	49
Rest	2	1	2	0	1	4	3	4	1	5	1	4	3	3	30
Trans	2	3	2	2	2	4	5	5	1	10	4	6	5	9	55
Visit	2	3	1	1	3	4	6	5	1	10	3	6	4	13	49
Di	20	46	40	30	27	51	65	62	27	116	37	69	36	72	698

Sources : Données obtenues par LIPSOR-EPITA-MACTOR à partir de PADVTIC (2014, 2015) ; BISSOU (2015)

Les valeurs dans le tableau 28 représentent les influences directes et indirectes des acteurs entre eux. Plus le chiffre est important plus l'influence de l'acteur sur l'autre acteur est importante. A juste titre, on constate dans cette matrice MIDI que les associations locales ont une influence directe et indirecte non négligeable sur les hébergeurs, les opérateurs de loisirs (I6=5 et I8=6), alors qu'elles n'avaient aucune influence directe sur ces acteurs dans la matrice MID.

Les indicateurs Ii (L'influence directe et indirecte nette de l'acteur i) et Di (La dépendance directe et indirecte nette de l'acteur i) permettent de classer les acteurs par degré d'influences et de dépendances indirectes. Dans le cas de cette étude, l'Etat est le plus influent (I5 = 97) et les populations locales sont les plus dépendantes (D10 =116). Cette forte dépendance des

populations locales s'explique par le fait que, comme l'indique la matrice MID, 11 acteurs sur 14 exercent une influence directe plus ou moins importante sur elle. On note, de façon globale, que les acteurs les plus influents sont respectivement l'Etat, les municipalités, le Conseil Régional et l'autorité villageoise. Celle-ci est le seul acteur parmi les plus influents qui réside dans l'espace rural. Les chefs de village sont les principaux interlocuteurs des acteurs publics. Ils exercent une autorité sur les populations, les propriétaires terriens d'autant plus que le pouvoir traditionnel est bien centralisé dans cette région de la Côte d'Ivoire. Cette influence ne profite pas au tourisme en milieu rural dans la région en ce sens que ces chefs n'agissent pas pour une coordination réelle en matière du tourisme. La majorité avoue ne pas connaître le tourisme et souhaite bénéficier de l'aide de l'extérieur. La lecture de cette matrice est aussi facilitée par la visualisation des résultats sur le plan des influences et dépendances (Figure 68).

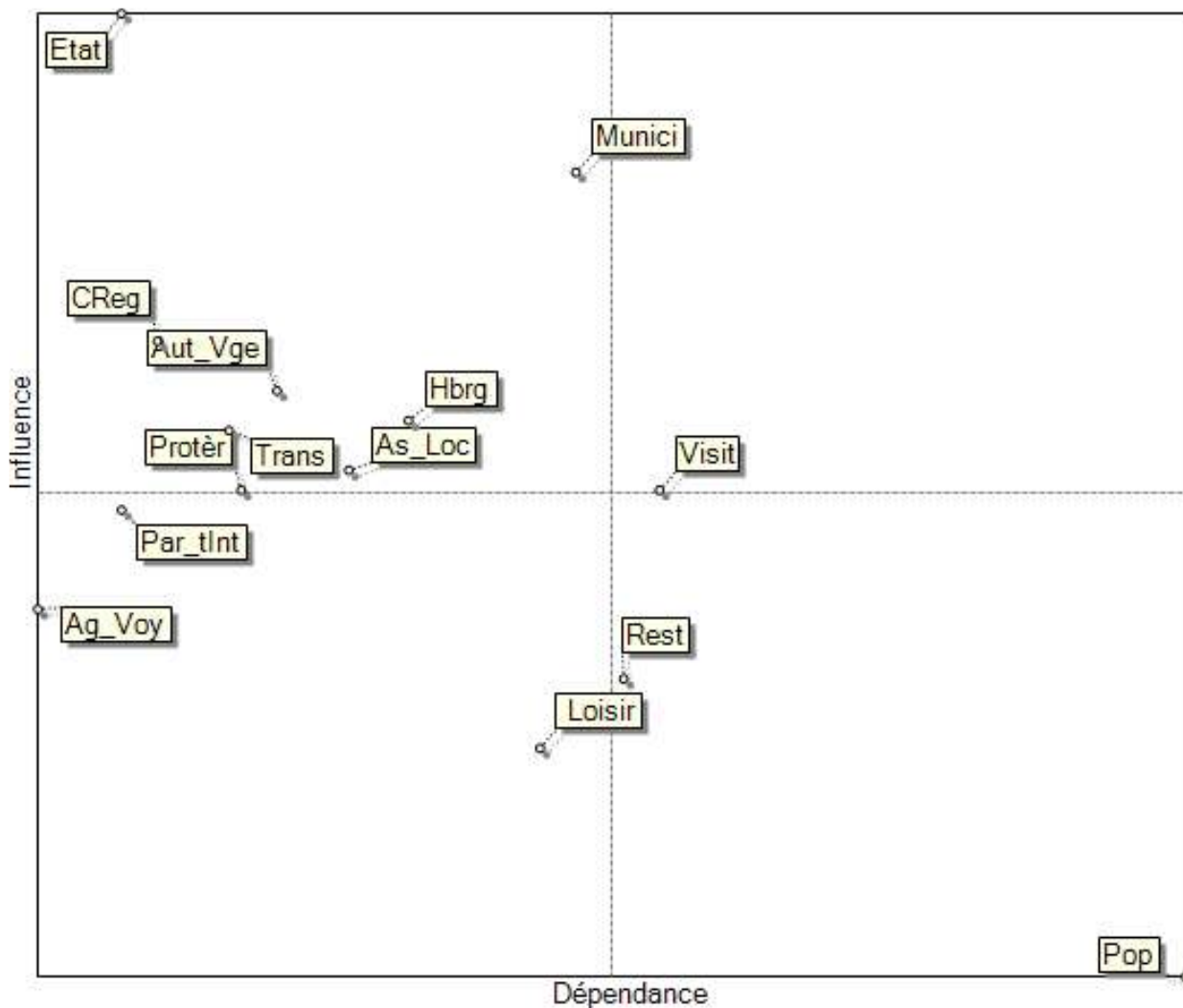


Figure 68 : Plan des influences et dépendances entre les acteurs

Sources : Données obtenues par LIPSOR-EPITA-MACTOR à partir de PADVTICI (2014, 2015) ; BISSOU (2015)

La lecture de cette figure renvoie à une cartographie de position des différents acteurs du système (le tourisme dans le milieu rural de la région du Sud Comoé) en fonction de leurs influences et dépendances directes et indirectes nettes (Ii et Di). Cette figure justifie un ensemble d'interprétations construites autour des interactions et des équilibres. Ce plan est divisé en quatre parties marquées par le degré d'influence et de dépendance. Les acteurs dominants (Nord-ouest) détiennent un pouvoir élevé du fait qu'ils ont la possibilité de donner le primas ou de bloquer des projets, des missions ou même la gestion du secteur. A titre illustratif, l'Etat à travers le ministère du tourisme peut freiner le travail de l'hébergeur, du restaurateur ou même de l'opérateur de loisirs. C'est l'organe unique qui donne l'agrément à ces derniers. Il est observé, sur cette figure 68, un acteur relais (Nord-est), à savoir les visiteurs qui sont des acteurs importants de l'accomplissement des liaisons entre les acteurs pour redynamiser le secteur. Les acteurs dominés sont fortement influencés par les autres et disposent de peu de pouvoir. Le cas le plus frappant, dans cette étude, est la population résidente. Cette dernière n'a aucune influence, elle n'est impliquée dans aucune prise de décision réelle dans le domaine du tourisme même si sa survie n'est liée fortement à cette activité. La matrice des balances nettes d'influence confirme, d'ailleurs, qu'elle reçoit plus d'influence directe et indirecte des autres acteurs, la sommation du degré d'influence étant -116. Quant aux acteurs autonomes (Sud-ouest), ils sont à la fois faiblement influents et faiblement dépendants. Ces influences identifiées entre les acteurs mettent aussi en évidence leur rapport de force sur le système (Figure 69)

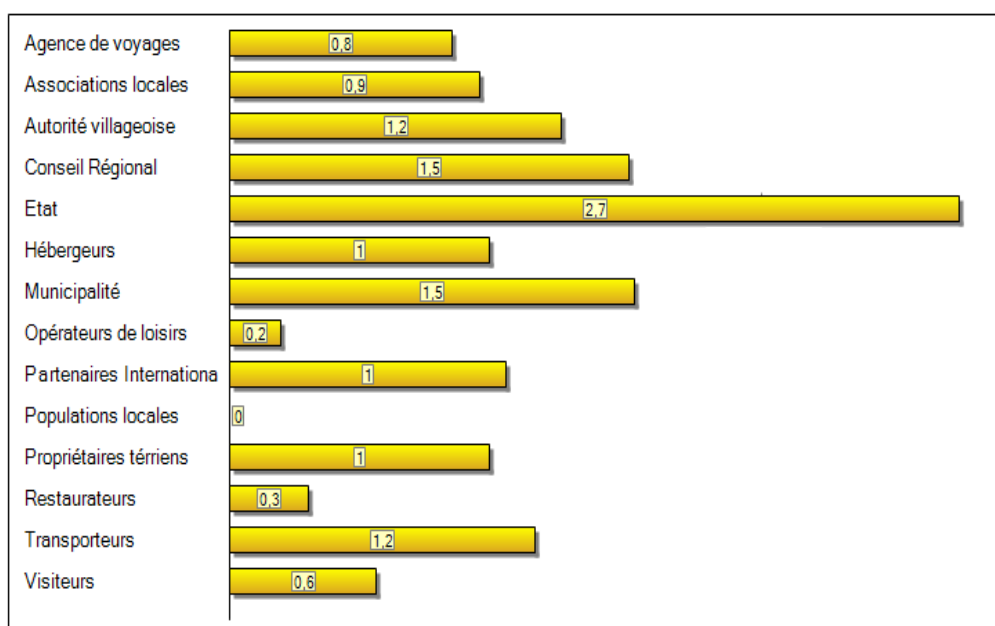


Figure 69 : L'histogramme des rapports de force MIDI

Sources : Données obtenues par LIPSOR-EPITA-MACTOR à partir de PADVTCI (2014, 2015) ; BISSOU (2015)

L'histogramme des rapports de force MIDI est construit à partir du vecteur des rapports de force MIDI. L'état du système touristique local de l'espace rural dans la région du Sud Comoé, met en évidence qu'il n'existe pas encore de relations coordonnées et constructives entre les principaux acteurs. Les acteurs agissent de façon isolée. L'enquête a montré qu'il n'existe quasiment pas de coordination des opérateurs du secteur touristique exerçant dans un même territoire rural. Il est à noter que les acteurs publics du tourisme sont quasiment absents dans les villages et ignorent les réalités de ces acteurs qu'ils devraient suivre et dont ils devraient réguler les actions alors qu'ils possèdent les rapports de force les plus élevés (Figure 69). Les rares contacts qui existent entre les autorités publiques locales, les opérateurs et la population locale sont d'ordre économique et génèrent parfois des conflits. En cela, des autorités villageoises affirment même que plusieurs fois les relations entre leurs villages et les mairies ont été conflictuelles en matière du tourisme.

Par ailleurs, 91% des visiteurs interrogés n'ont pas vraiment de contact avec la population locale. Ils se contentent d'exploiter l'espace adéquat à leurs pratiques touristiques. A juste titre, l'un des visiteurs interrogé dans le village de Mondoukou répond « je viens ici plusieurs fois mais je ne sais même pas qu'il existe des habitations pour les villageois à côté... ».

En somme, la région du Sud Comoé ne possède pas de cadre organisationnel formel regroupant les différentes parties prenantes du secteur touristique (Etat, région, communes, opérateurs privés, communautés locales, etc.). Or, une telle structure est nécessaire pour confronter les politiques, fédérer les actions, mutualiser les ressources et organiser la transversalité des dispositifs d'intervention nécessaire au développement touristique régional (culture, patrimoine, formation, transports, environnement, économie, etc.). Il est, donc, important pour la région du Sud Comoé de créer un cadre formel de concertation et de collaboration entre le Conseil Régional et les sept communes de la région, d'une part, et entre le Conseil régional et les opérateurs privés, d'autre part. Ceci peut se faire à travers le Comité Touristique Régional. Outre, ce comité qui serait, en fait, un organe politique d'orientation et de décision, regroupant les décideurs au plus haut niveau, la région veillera à créer des structures opérationnelles qui épousent les contours des différentes circonscriptions. Ainsi :

- à l'échelle régionale : un Office Régional du Tourisme ;
- à l'échelle départementale : des offices départementaux du tourisme ;
- dans les communes : des bureaux communaux du tourisme ;
- dans les villages : des points d'information touristique.

III-2- Relations acteurs objectifs

Dans le cadre de cette étude, pour évaluer la mobilisation des acteurs autour des objectifs, la matrice des relations d'ordre 3 ou matrice des positions valuées, pondérées par les rapports de force (3MAO) a été choisie (Tableau 29). Elle décrit le positionnement de chaque acteur sur chaque objectif en tenant compte à la fois de sa valence sur chaque objectif, de sa hiérarchie des objectifs et des rapports de force entre acteurs.

Dans la Matrice 3MAO, les hébergeurs sont toujours vivement opposés à l'objectif (Contrôler et réglementer l'activité touristique en milieu rural). L'intensité de cette opposition est de 3, 9.

Tableau 29 : Matrice de position simple Acteurs/objectifs

3MAO	Am_Niv Vie	Am_Lsr	Trsp_Vis	Regl_T	Coord_Ac	Def_oftour	Desc_Rur	Fin Prom_T	Form_Pro	Impl_Pop	Prom_of_T	Prot_Pat	Rent_Tour	Part_T	Mobilisation
Ag_Voy	0,0	0,0	2,5	-3,4	0,0	1,7	0,0	-1,7	0,0	0,0	0,0	-1,7	2,5	0,0	13,5
As_Loc	2,8	0,0	0,0	1,9	0,0	0,0	2,8	-2,8	1,9	1,9	0,0	2,8	-1,9	2,8	21,7
Aut_Vge	3,7	-1,2	0,0	0,0	0,0	-1,2	3,7	3,7	0,0	3,7	2,5	3,7	1,2	3,7	28,7
CReg	3,0	3,0	0,0	3,0	0,0	4,5	3,0	-3,0	3,0	3,0	1,5	3,0	0,0	4,5	34,6
Etat	2,7	0,0	0,0	11,0	2,7	8,2	2,7	5,5	5,5	0,0	2,7	5,5	5,5	8,2	60,3
Hbrg	0,0	0,0	0,0	-3,9	0,0	0,0	0,0	-2,0	0,0	-1,0	0,0	-2,0	2,9	0,0	11,7
Munici	3,0	0,0	0,0	4,6	0,0	3,0	1,5	-1,5	0,0	0,0	3,0	3,0	3,0	4,6	27,4
Loisir	0,0	0,8	0,4	-0,8	0,0	0,0	0,0	-0,4	0,0	-0,4	0,0	-0,6	0,8	0,0	4,1
Par_tInt	2,1	2,1	0,0	2,1	2,1	0,0	3,1	1,0	0,0	1,0	0,0	3,1	0,0	0,0	16,7
Pop	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Protèr	2,0	2,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	-2,0	0,0	0,0	0,0	2,0	0,0	0,0	9,8
Rest	0,0	0,6	0,9	-0,9	0,0	0,0	0,0	-0,6	0,0	-0,6	0,0	-0,3	1,2	0,0	5,1
Trans	0,0	0,0	4,6	-1,2	0,0	0,0	2,3	-2,3	0,0	0,0	0,0	0,0	3,5	0,0	13,8
Visit	0,0	2,2	2,2	-1,1	0,0	0,0	0,0	-0,6	0,0	0,0	0,0	-1,1	1,7	0,0	8,9
Nombre d'accords	19,4	10,7	10,6	22,5	4,8	17,5	21,2	10,3	10,4	9,7	9,8	23,2	22,3	23,9	
Nombre de désaccords	0,0	-1,2	0,0	-11,2	0,0	-1,2	0,0	-16,8	0,0	-2,0	0,0	-5,6	-1,9	0,0	
Degré de mobilisation	19,4	11,9	10,6	33,7	4,8	18,7	21,2	27,1	10,4	11,7	9,8	28,8	24,2	23,9	

Légende

Le signe indique si l'acteur est favorable ou opposé à l'objectif

(+) acteur favorable à l'accomplissement de l'objectif

(-) acteur défavorable à l'accomplissement de l'objectif

(0) Position neutre

Sources : Données obtenues par LIPSOR-EPITA-MACTOR à partir de PADVTICI (2014, 2015) ; BISSOU (2015)

Cette corrélation entre acteurs et objectifs est illustrée par la figure 70.

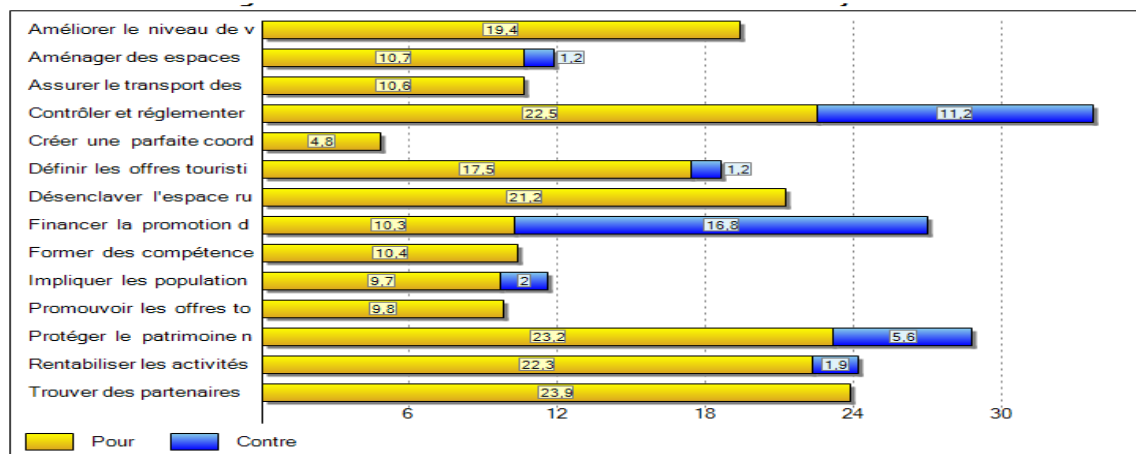


Figure 70 : Histogramme de la mobilisation des acteurs sur les objectifs 3MAO

Sources : Données obtenues par LIPSOR-EPITA-MACTOR à partir de PADVTICI (2014, 2015) ; BISSOU (2015)

Cette figure 70 permet de mieux percevoir le niveau de mobilisation des acteurs autour des objectifs, en tenant compte des positions valuées pondérées. Cet histogramme complète l'implication des acteurs en tenant compte de leurs rapports de force. L'objectif (Contrôler et réglementer l'activité touristique en milieu rural) est celui qui fait l'objet de la mobilisation la plus élevée (égale à 33,7). A l'inverse l'objectif sur la création d'une parfaite coordination entre les différents acteurs du milieu rural est le moins mobilisant (mobilisation égale à 4,8). De la lecture du tableau 28 et de la figure 67 générés par le logiciel MACTOR, il ressort deux constats. Premièrement, l'Etat reste encore l'acteur central dans la gestion de l'activité touristique. Il détient encore le monopole des pouvoirs sur tous les autres acteurs. Il est le plus mobilisé puisque la somme des intensités de son positionnement sur chaque objectif est égale à 60,3 (Tableau 28). Cependant, il existe des insuffisances dans sa représentativité en milieu rural et ses actions sont beaucoup conflictuelles avec les opérateurs de ce secteur. Cela traduit un handicap dans l'essor du tourisme dans ce type d'espace.

Deuxièmement, on note que les acteurs du tourisme du milieu rural ne sont pas encore totalement mobilisés autour des objectifs de développement local par le tourisme. Même si l'objectif « Désenclaver l'espace rural » ne présente pas d'avis défavorable, il ne requiert pas la mobilisation de tous les acteurs identifiés. Aussi, des objectifs importants enregistrent-ils des avis opposés. On note par exemple, l'objectif « Financer la promotion du tourisme en milieu rural » qui enregistre plus d'opposition que d'adhésion.

En somme, il y demeure une insuffisante volonté de développement socio-économique et spatial des principaux acteurs. L'enquête a révélé d'ailleurs l'absurdité d'inclure systématiquement dans les comptabilités de l'activité touristique les propriétaires d'hébergements. Les recoupements des critères de « motivation de création », « relation avec le village », « des entrées financières » et « politique de promotion touristique de l'entreprise » permettent de faire une distinction entre le groupe des personnes pouvant être considérées comme investisseurs dans le domaine du tourisme et le groupe de celles que l'on pourrait qualifier d'« opportunistes ». Dans ce dernier groupe, il s'agit précisément des personnes utilisant simplement le prétexte de l'activité touristique pour servir des intérêts purement personnels : avoir une résidence secondaire à moindre frais, placer un peu d'argent disponible. Elles n'ont rien à voir avec l'entrepreneuriat territorial. En effet, l'enquête auprès des opérateurs du secteur dans les principales destinations rurales de la région (propriétaires d'hôtel, restaurateurs...) a relevé que plus de la moitié de ces « acteurs » n'a pas de préoccupation majeure d'ordre économique dans le sens du développement rural. 55 % de ces individus ne retirent que des revenus servant de complément aux apports financiers d'autres activités. Si l'on

peut penser à la « réussite » pour ces opérateurs, il s’agit dans ce cas d’une réussite sociale et non pas d’une réussite d’entreprise.

Précisément dans l’hôtellerie, à la question de savoir si les établissements hôteliers ont contacté les chefs des communautés villageoises au sujet du développement du tourisme dans leur milieu rural, la quasi-totalité (85%) a répondu par la négative. En effet, les actions de promotion du tourisme énumérées dans le tableau 21 ne sont pas l’apanage de la majorité des opérateurs. Seulement 15% ont répondu avoir des contacts avec les communautés villageoises. Le tableau 30 met en évidence les proportions de leurs actions de promotion du tourisme en lien avec le milieu rural.

Tableau 30 : Répartition des établissements hôteliers selon les actions de promotion du tourisme menées en faveur du milieu rural

Actions de promotion du tourisme en milieu rural	Proportion par type de réponse en %	
	oui	non
Contact pour le tourisme en milieu rural	14,4	85,6
Excursion dans les villages	15,9	84,1
Visites des sites dans les zones rurales	21,8	78,2
Aménagement et entretien des sites	23,5	76,5
Appui aux activités génératrices de revenus	22,7	77,3
Appui aux projets de valorisation touristique	22	78
Appui à la formation des jeunes ruraux	16,7	83,3

Sources : PADVTFCI-RSC (2014) ; BISSOU (2014)

L’action de promotion du tourisme à laquelle de nombreux établissements hôteliers ont recours est l’aménagement et l’entretien des sites (23,5%), suivi de l’appui aux activités génératrices de revenus (22,7%) et de l’appui aux projets de valorisation touristique. Cependant, ce groupe en minorité qui estime contribuer au développement du territoire rural d’implantation de son activité est contraint par des difficultés persistantes. Selon les informations recueillies sur le terrain, l’activité touristique ne fait vivre qu’un propriétaire d’hébergements sur dix. Et ce, grâce à un contexte bien particulier qu’il n’est pas possible de retranscrire ou généraliser. Ces « réussites » que tant d’auteurs aiment à mettre en avant, se révèlent être en fait, dans la plupart des cas, des expériences plus ou moins pénibles. Celles-ci se traduisent non seulement par des problèmes relationnels avec une partie de la population déjà établie mais surtout avec les institutions administratives, par des difficultés financières... Par ailleurs, il faut souligner que l’exercice des activités pour ces personnes résulte moins d’une initiation classique. Face à ces difficultés, ces personnes gardent comme arme la passion pour le tourisme. Selon elles, sans

la passion qui les animent encore, leur entreprise serait très certainement vouée à l'échec car non rentable au regard des exigences économiques actuels. Plusieurs taxes leurs sont imposées. Aussi, sont-elles confrontées aux nombreuses charges fixes (rémunération du personnel, eau, électricité, entretien, ...) qui amenuisent leur marge bénéficiaire. Par conséquent, les ambitions de départ liées au processus de développement global du village sont ternies. La volonté politique locale, susceptible d'amorcer les projets de développement touristique et donc première condition de réussite touristique, n'est pas efficacement de mise à l'espace rural de la région du Sud Comoé.

Les populations des villages de tourisme dans la région du sud Comoé ne sont pas véritablement impliquées dans tout le processus de « tourisfication » de leurs territoires. Le traitement des données d'enquête a mis en relief des formes d'adhésion au tourisme qualifiée de « négatives » qui paraissent beaucoup plus préoccupantes pour l'avenir de ces villages. Les populations locales ne sont pas intégrées à l'organisation des activités touristiques en tant qu'entité sociale ou civile. Cela peut expliquer l'échec des nombreuses tentatives de réalisation de grands projets touristiques dans certains villages.

III-3- Convergence et divergence entre acteurs

III-3-1- Les convergences entre acteurs

L'analyse du jeu des acteurs, à travers l'évaluation de la convergence consiste à identifier pour chaque couple d'acteurs le nombre d'objectifs sur lesquels deux acteurs ont la même position (favorable ou opposé), c'est à dire leur nombre d'alliances potentielles. Les valeurs qui traduisent la convergence entre acteurs sont générées automatiquement par le logiciel MACTOR dans une matrice (Tableau 31).

Tableau 31 : Matrice des convergences (1CAA)

3CAA	Ag_Voy	As_Loc	Aut_Vge	CReg	Etat	Hbrg	Munici	Loisir	Par_tint	Pop	Protèr	Rest	Trans	Visit
Ag_Voy	0,0	2,3	1,9	5,4	9,0	10,0	6,7	7,4	0,0	0,0	1,8	7,8	10,8	9,2
As_Loc	2,3	0,0	16,0	22,7	25,4	2,4	17,1	1,6	11,8	0,0	9,6	1,7	5,1	1,7
Aut_Vge	1,9	16,0	0,0	19,6	27,7	2,1	18,5	1,0	14,6	0,0	8,6	1,2	5,4	1,5
CReg	5,4	22,7	19,6	0,0	36,1	2,5	25,0	3,6	15,8	0,0	12,4	3,6	5,3	4,4
Etat	9,0	25,4	27,7	36,1	0,0	4,2	36,3	3,1	21,8	0,0	8,4	3,3	7,0	3,6
Hbrg	10,0	2,4	2,1	2,5	4,2	0,0	4,7	7,3	0,0	0,0	2,0	7,7	7,9	7,6
Munici	6,7	17,1	18,5	25,0	36,3	4,7	0,0	2,9	11,3	0,0	8,5	3,2	7,1	3,4
Loisir	7,4	1,6	1,0	3,6	3,1	7,3	2,9	0,0	1,4	0,0	2,5	4,6	6,9	6,3
Par_tint	0,0	11,8	14,6	15,8	21,8	0,0	11,3	1,4	0,0	0,0	9,1	1,3	2,7	2,2
Pop	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Protèr	1,8	9,6	8,6	12,4	8,4	2,0	8,5	2,5	9,1	0,0	0,0	2,6	4,3	3,3
Rest	7,8	1,7	1,2	3,6	3,3	7,7	3,2	4,6	1,3	0,0	2,6	0,0	7,6	6,7
Trans	10,8	5,1	5,4	5,3	7,0	7,9	7,1	6,9	2,7	0,0	4,3	7,6	0,0	8,5
Visit	9,2	1,7	1,5	4,4	3,6	7,6	3,4	6,3	2,2	0,0	3,3	6,7	8,5	0,0
Nombre de convergences	72,3	117,3	118,0	156,4	185,9	58,3	144,6	48,7	92,1	0,0	73,0	51,3	78,5	58,4
Degré de convergence (%)	0,0													

Sources : Données obtenues par LIPSOR-EPITA-MACTOR à partir de PADVTCI (2014, 2015) ; BISSOU (2015)

Les positions neutres et indifférentes codées "0" ne sont pas prises en compte. Cette matrice est symétrique. Les valeurs représentent le degré de convergence : plus l'intensité est importante, plus les acteurs ont des intérêts convergents. Ainsi, on lit sur le tableau que la convergence d'intérêt entre l'Etat et les municipalités, avec une intensité égale à 36,3, est la plus importante du jeu d'acteurs. Le plus frappant est la forte convergence d'intérêt entre les Associations locales et les l'Etat et dans une moindre mesure le Conseil Régional et les municipalités. Toutefois cette convergence se réalise autour des objectifs d'intérêt politique et administratif. On relève aussi l'absence d'objectifs communs entre La population locale et tous les autres acteurs du moins pour les objectifs considérés. Une lecture minutieuse du tableau permet d'observer plusieurs groupes de convergence d'acteurs. Cela est mieux visualisé par la figure 71.

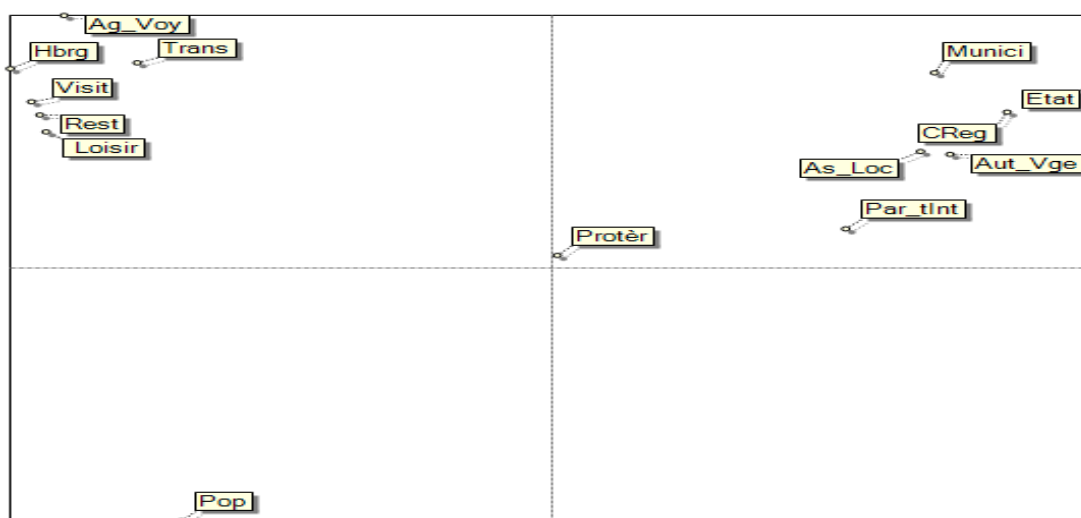


Figure 71: Plan des convergences entre acteurs

Sources : Données obtenues par LIPSOR-EPITA-MACTOR à partir de PADVTCI (2014, 2015) ; BISSOU (2015)

On observe sur la figure 71 le groupe des opérateurs (Agents de voyage, hébergeurs, Restaurateur, opérateurs de loisir, transporteur) avec les visiteurs. L'Etat, le Conseil régional, Les municipalités, les autorités villageoises, les associations locales et les partenaires internationaux constituent un autre axe d'alliés potentiels sur plusieurs objectifs. On note également que deux acteurs sont isolés distant l'un de l'autre et démarqués des autres dans les groupes. Il s'agit des propriétaires terriens et la population locale. Cette intensité de convergence est schématisée par des niveaux de graphes sur la figure 72.

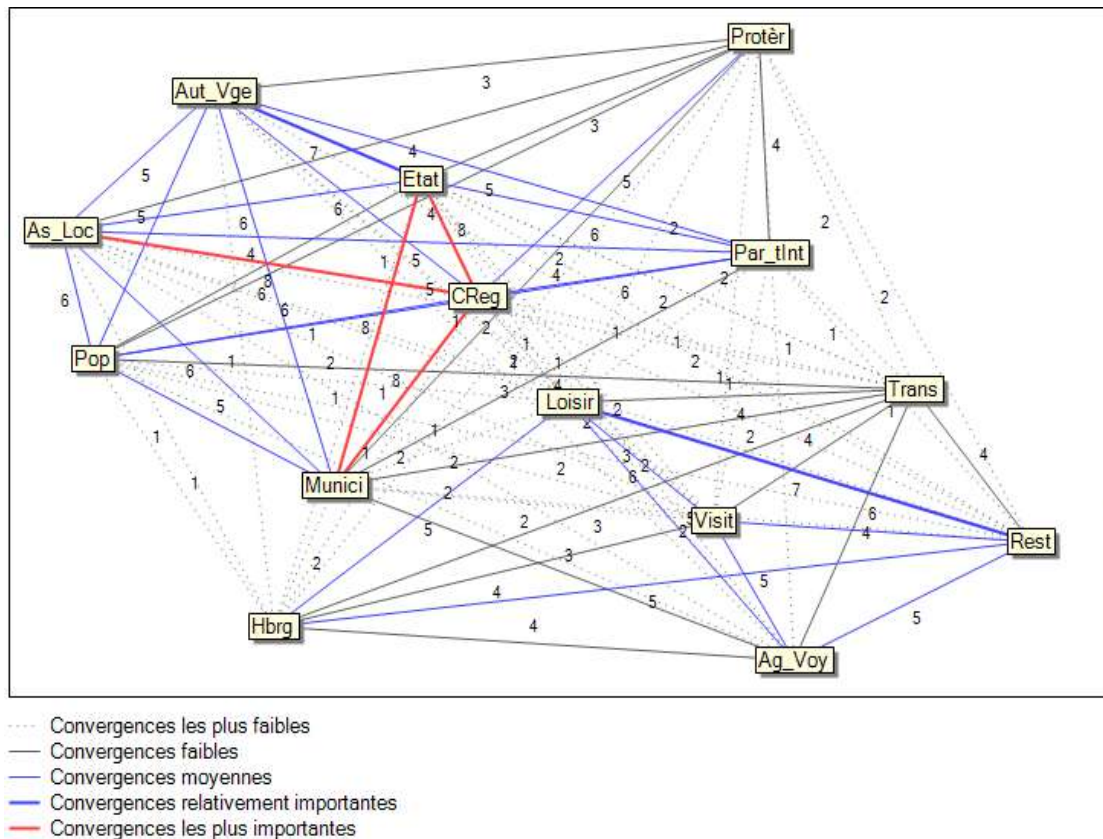


Figure 72: Graphe des convergences entre acteurs

Sources : Données obtenues par LIPSOR-EPITA-MACTOR à partir de PADVTCI (2014, 2015) ; BISSOU (2015)

Le graphe des convergences entre acteurs permet de représenter les liens de convergence entre acteurs. Il aide notamment à identifier les alliances et conflits éventuels. A juste titre, on constate que les convergences sont faibles entre Conseil Régional et Municipalité alors que la figure 71 montre qu'ils sont du même groupe de convergence. Toutefois cette figure confirme la forte convergence entre l'Etat et le Conseil Régional puis entre l'Etat et les municipalités. Par ailleurs, cette figure montre une dominance des graphes exprimant des convergences les plus faibles. Cela révèle un jeu d'acteurs potentiellement conflictuel.

III-3-2- Divergence entre acteurs

L'analyse de degré de divergence d'objectifs entre acteurs consiste à identifier le nombre d'objectifs sur lesquels deux acteurs sont en opposition (un acteur est favorable à l'objectif, l'autre y est défavorable), c'est-à-dire leur nombre de conflits potentiels. Les valeurs obtenues sont consignées dans une matrice des divergences (Tableau 32).

Tableau 32: Matrice des divergences

3DAA	Ag_Voy	As_Loc	Aut_Vge	CReg	Etat	Hbrg	Munici	Loisir	Par_tInt	Pop	Protèr	Rest	Trans	Visit
Ag_Voy	0,0	7,1	6,9	5,5	14,3	0,0	6,3	0,0	6,5	0,0	1,8	0,0	0,0	0,0
As_Loc	7,1	0,0	4,9	0,0	7,8	9,1	2,5	5,5	1,9	0,0	0,0	5,7	4,2	5,2
Aut_Vge	6,9	4,9	0,0	8,4	4,7	8,1	4,8	7,3	1,7	0,0	4,5	7,3	3,0	6,3
CReg	5,5	0,0	8,4	0,0	4,2	7,9	0,0	5,4	2,0	0,0	0,0	5,4	2,1	4,1
Etat	14,3	7,8	4,7	4,2	0,0	14,9	3,5	11,9	0,0	0,0	3,7	11,9	10,0	12,4
Hbrg	0,0	9,1	8,1	7,9	14,9	0,0	6,7	0,0	8,0	0,0	2,0	0,0	0,0	0,0
Munici	6,3	2,5	4,8	0,0	3,5	6,7	0,0	4,5	1,3	0,0	0,0	4,4	2,9	4,9
Loisir	0,0	5,5	7,3	5,4	11,9	0,0	4,5	0,0	4,7	0,0	1,3	0,0	0,0	0,0
Par_tInt	6,5	1,9	1,7	2,0	0,0	8,0	1,3	4,7	0,0	0,0	1,5	4,8	3,3	4,5
Pop	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Protèr	1,8	0,0	4,5	0,0	3,7	2,0	0,0	1,3	1,5	0,0	0,0	1,1	0,0	1,5
Rest	0,0	5,7	7,3	5,4	11,9	0,0	4,4	0,0	4,8	0,0	1,1	0,0	0,0	0,0
Trans	0,0	4,2	3,0	2,1	10,0	0,0	2,9	0,0	3,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Visit	0,0	5,2	6,3	4,1	12,4	0,0	4,9	0,0	4,5	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0
Nombre de divergences	48,5	54,0	67,8	45,1	99,3	56,7	41,8	40,6	40,3	0,0	17,4	40,7	25,4	39,0
Degré de divergence (%)	0,0													

Sources : Données obtenues par LIPSOR-EPITA-MACTOR à partir de PADVTICI (2014, 2015) ; BISSOU (2015)

Dans cette matrice, les positions neutres et indifférentes codées "0" ne sont pas prises en compte. Cette matrice est symétrique. Les valeurs représentent le degré de divergence : plus l'intensité est importante, plus les acteurs ont des intérêts divergents. Cette matrice montre que certains acteurs sont en conflit potentiel avec presque tous les autres sur deux ou trois objectifs. Tel est le cas des autorités villageoises, des associations locales, des hébergeurs dont les intensités de conflit sont respectivement 67,8, 54 et 56,7. L'acteur le plus menacé est l'Etat qui a une intensité de conflit potentiel estimé jusqu'à 99,3. Ces relations potentiellement conflictuelles sont exprimées par des graphes (Figure 73)

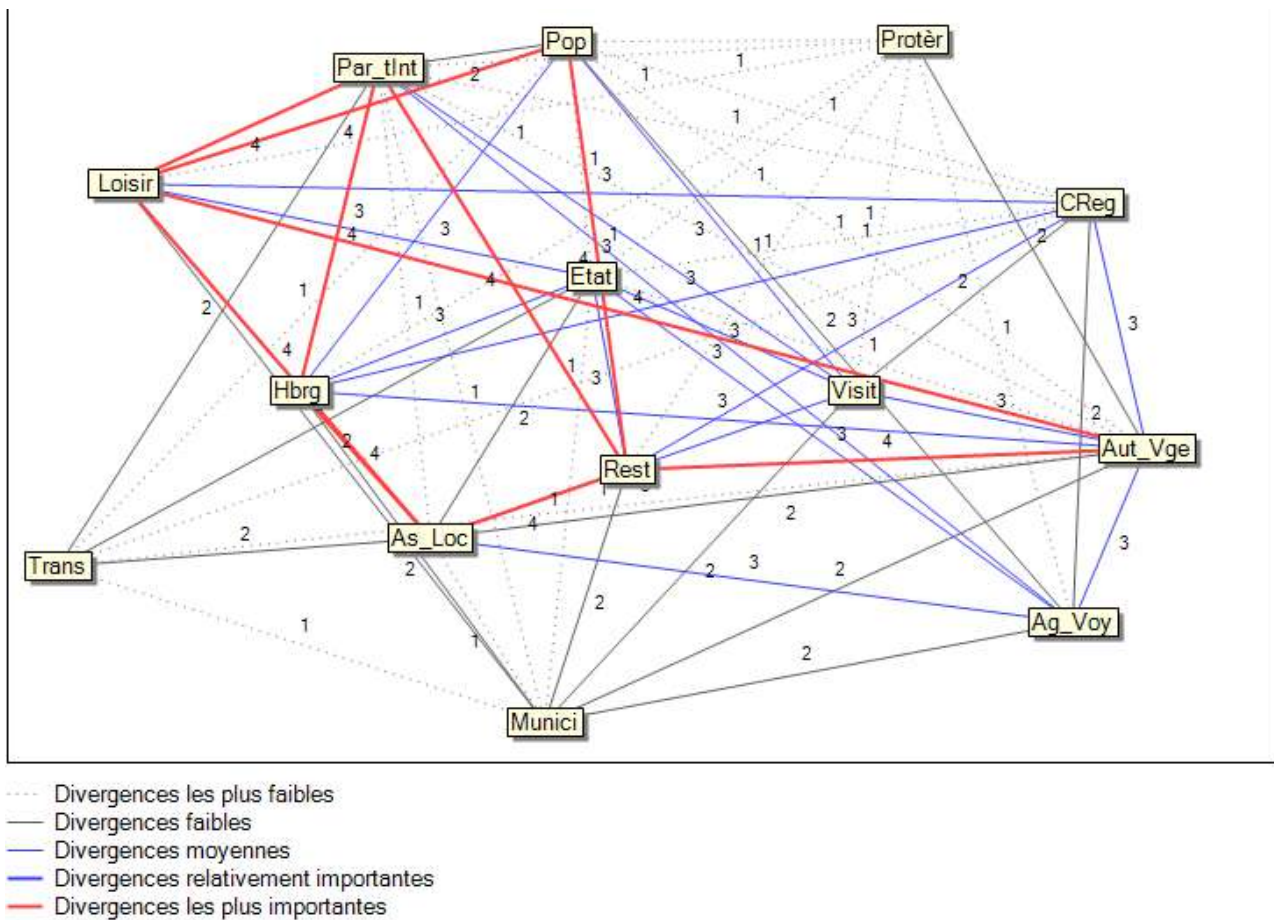


Figure 73 : Graphe des divergences entre acteurs

Sources : Données obtenues par LIPSOR-EPITA-MACTOR à partir de PADVTICI (2014, 2015) ; BISSOU (2015)

Cette figure présente un nombre remarquable de graphes exprimant les divergences les plus importantes entre environ 9 acteurs sur 14. En d'autres termes plus 64% des acteurs du système ont des relations potentiellement conflictuelles sur plusieurs objectifs et enjeux. Dans cette optique, on note une absence d'un plan stratégique de coordination des acteurs. Les données statistiques évoquent plus de 1000 opérateurs dans le secteur touristique en Côte d'Ivoire. Cependant, ces « acteurs » que beaucoup de statisticiens aiment à chiffrer, sont-ils vraiment aussi nombreux que les experts le prétendent ? Peut-on les qualifier de réels entrepreneurs pour le développement du secteur touristique surtout dans l'espace rural en Côte d'Ivoire ? Ici, il est question d'un acteur libre et responsable qui prend une part active dans un processus social et économique. Etre acteur touristique consiste donc à être entrepreneur dans

le domaine du tourisme. Ce dernier exige une synergie des actions d'autant plus que la qualité de la pratique touristique dépend de la complémentarité et d'une bonne interrelation entre plusieurs structures. Cela traduit une bonne organisation du tourisme en espace rural. Il s'agit alors de poser des actes de développement touristique qui s'évaluent clairement par les transformations socioéconomique et environnementale améliorées des territoires ruraux.

Ce qui précède a permis de comprendre la situation non confortable de la quasi-totalité des villages de tourisme dans la région. L'absence de plan stratégique d'aménagement touristique dans les villages donne la possibilité aux opérateurs de faire ce qui ressort de leur volonté individuelle. Ce qui les intéresse c'est d'exploiter les parcelles qui leur sont favorables qu'ils achètent auprès des individus, propriétaires terriens. Certes, la population locale constitue une ressource touristique à mieux exploiter mais elle n'est pas impliquée dans l'organisation de cette activité sur son territoire. Cette population fait preuve d'un sens traditionnel de l'accueil et d'une grande capacité à s'ouvrir à tout visiteur. Elle possède autant d'atout qui y motivent les pratiques touristiques. Un tel milieu humain, est encore inexploité tant par les opérateurs du secteur que les décideurs. On note qu'il n'y a pas de convergence des acteurs vers une volonté commune en faveur de l'amélioration globale du cadre de vie locale en vue de constituer un produit touristique de qualité à travers la destination de l'espace rural du Sud Comoé.

CONCLUSION DE LA DEUXIEME PARTIE

De l'analyse du système touristique dans la région du Sud Comoé, d'une part, il ressort clairement que l'activité touristique y est un fait réel. Plusieurs acteurs de tourisme y ont été identifiés. D'autres part, on note que la vision des différents acteurs demeure, plutôt, partisane que globale. Elle fait d'ailleurs peu référence au tourisme comme levier de développement local. La quasi-totalité des acteurs interfèrent avec des intérêts assez divergents notamment au niveau de l'espace rural. Cette étude en déduit que le tourisme n'est pas encore véritablement inscrit comme activité de transformation et développement socioéconomique des territoires ruraux par l'ensemble des acteurs rencontrés. Par conséquent, l'hypothèse 2 énoncée en ces termes : « *L'activité touristique de l'espace rural dans le Sud Comoé est en grande partie marquée par une absence de système de coordination approprié* » est attestée.

TROISIEME PARTIE :

**IMPACTS SOCIOECONOMIQUES ET SPATIAUX
DU TOURISME DANS L'ESPACE RURAL
DE LA REGION DU SUD COMOE**

Il est impossible d'ignorer complètement l'effet du tourisme, élément nouveau et perturbateur, qui agit sur un milieu donné. Pour bien illustrer cela, GAGNON (2001) citant BARBAZA (1983), note que le développement, l'internationalisation, la socialisation du tourisme posent bien d'autres problèmes : problèmes de gestion de l'espace, conflits d'intérêts, problèmes de relations sociales, politiques, économiques. A cela, s'ajoute la question de son expression spatiale. L'analyse de tout ce qui précède constitue une des clés essentielles pour la compréhension de l'organisation de l'espace et l'enrichissement cognitif de la géographie du tourisme (BARBAZA, 1988).

De même, cette étude permet de justifier que tous les villages de la région du Sud Comoé possèdent des ressources touristiques. Elle montre par ailleurs que le tourisme existe dans le monde rural de la région du Sud Comoé car au moins 28% des villages offrent des attractions à travers des activités et des services touristiques diversifiés. Ils constituent alors des destinations touristiques. Cet état de fait ne peut laisser indifférent tout chercheur qui travaille sur le rapport du tourisme avec le développement local. En effet, le tourisme est considéré comme un ensemble d'activités économiques qui concourent aux satisfactions des motifs des visiteurs dans une destination touristique. Aussi, mobilise-t-il plusieurs ressources tant humaines que matérielles dans les territoires d'accueil. De ce fait, il y a un effet multiplicateur. En d'autres termes, il impacte l'aspect social, l'économie et l'environnement physique des destinations rurales. C'est ce qui explique l'intérêt de la troisième partie de cette étude. Il s'agit donc ici de s'interroger sur les rapports entre le tourisme et les territoires d'accueil, pour tenter d'évaluer les avantages et les inconvénients qui en découlent. C'est précisément, répertorier les différents domaines dans lesquels le développement touristique engendre des effets appréciables. Cette partie de l'étude consiste alors à analyser ces différents aspects de l'impact touristique dans les villages de la région du Sud Comoé.

CHAPITRE 6 : IMPACTS SOCIOECONOMIQUES DU TOURISME DANS LE MILIEU RURAL DE LA REGION DU SUD COMOE

Dans le cadre de cette étude, les impacts sociaux du tourisme sur la communauté locale, ont été évalués en termes d'observation du mode de vie de la société rurale, d'évaluation du niveau de vie (amélioration ou diminution du pouvoir d'achat) et d'effet perçu au niveau individuel. Autant d'éléments qui peuvent être déduits des liens avec la population rurale. Il s'agit de mettre en lumière comment le tourisme, dans son développement influence les villages dans leurs dimensions culturelles et sociales.

Par ailleurs, dans ce chapitre, cette étude a analysé l'impact économique au niveau des différentes entreprises de tourisme et de l'ensemble de la communauté locale. Des entretiens et des enquêtes auprès des entreprises du secteur, conjugués à l'analyse des tendances générales en matière économique et d'emploi, ont montré si l'impact du tourisme sur l'économie a été important, ou non. Cette démarche a permis notamment de déterminer si les entreprises en question sont rentables et compétitives, si l'économie locale s'est diversifiée, si les taux d'emploi se sont améliorés.

I - IMPACTS SOCIO CULTURELS DU TOURISME EN MILIEU RURAL DANS LA REGION DU SUD COMOE

CAZES (1992) note que dans ce domaine comme dans beaucoup d'autres, c'est à une véritable réhabilitation du local, de sa complexité et de sa spécificité, de son identité profonde, qu'il importe de procéder. En d'autres termes, il s'agit de partir de ce postulat « l'identité des uns passe toujours par le regard des autres, dans une relation dialectique constante entre deux sociétés » (SARLET, 2008). Cette analyse a mis en évidence la réalité qu'évoquent les couples sémantiques : frontalité adaptabilité, collision-collusion (CAZES, 1991). Cet aspect de l'étude s'inscrit dans l'analyse des effets des pratiques touristiques sur le territoire d'accueil.

I-1- Impacts démographiques du tourisme dans les destinations touristiques rurales de la région du Sud Comoé

L'arrivée de nouveaux visiteurs dans le milieu rural va participer à la croissance de la population locale. A juste titre, à partir des études sur les côtes méditerranéennes françaises et espagnoles (Baléare), CAZES (1991) soutient que partout où le tourisme s'est fortement développé, il a entraîné un arrêt de la dépopulation et une reprise démographique souvent très

spectaculaire. Cette réalité évoquée par CAZES (1991) semble être confirmée dans 2% des localités rurales de cette région d'étude. En effet, au cours des premières décennies de l'indépendance de la Côte d'Ivoire, les villages étaient considérés comme des zones émettrices de population. Ils constituaient les lieux d'émigration vers les villes. Ce phénomène qualifié d'exode rural a considérablement réduit le nombre d'habitants dans le monde rural. Particulièrement, les villages de la région du Sud Comoé en ont été marqués, du fait de leur relative proximité avec les grands centres urbains tels qu'Aboisso, Grand-Bassam et Abidjan. Aujourd'hui, la découverte de plusieurs objets et faits attractifs et leur mise en tourisme en ont fait des destinations touristiques. Par conséquent, ils sont la cible de migrations touristiques hebdomadaires pour certains et saisonnières pour d'autres. Ces dernières ont évidemment des effets sur la réalité démographique initiale.

Les analyses des arrivées des visiteurs dans ces villages font apparaître une augmentation temporaire et saisonnière de la population rurale. Le poids démographique de ces nouveaux visiteurs ne bouleverse pas profondément toutes les localités rurales. Toutefois, comme le souligne SIMONNEAUX (1999), ces migrations temporaires peuvent être un moteur à l'innovation dans les milieux ruraux. Des innovations qu'on peut percevoir au niveau spatial, professionnel, social et culturel. Cette conclusion de SIMONNEAUX (1999) semble ne pas être une réalité pour la majorité des villages de la région du Sud Comoé. On note, simplement que dans la quasi-totalité des villages, on n'observe pas immédiatement les signes connexes à une augmentation démographique. Certes le nombre de la population du village augmente à un temps précis mais il n'y a pas d'effets sociaux remarquables. Contrairement à la majorité des villages, le cas des villages Assinie, Assouindé, Azuréty, Gbambélé et Mondoukou interpelle. Ces villages connaissent une pression touristique presque toute l'année. Ils reçoivent des excursionnistes les week-ends, des personnes qui y ont des résidences secondaires et d'autres qui louent les chambres d'hôtel. Dans ces villages, les pressions démographiques sont perçues par le nombre de véhicules constatés dans les parkings (Photos 30).



Photo 30: Voitures de visiteurs dans un parking à Mondoukou

Source : BISSOU, (2015)

Par ailleurs, on peut évoquer l'animation accentuée sur les plages, les berges lagunaires et même dans les résidences qui étaient vides et calmes pendant les jours ouvrables de la semaine. A juste titre, la photo 31 suivante présente une pratique des visiteurs sur la plage de Mondoukou.



Photo 31: Visiteurs de la journée sur la plage de Mondoukou

Source : BISSOU, 2014

Selon, ces personnes rencontrées lors de l'enquête, cette pratique les replonge dans l'ambiance villageoise. Etre autour du feu en plein air, discutant et racontant des légendes qui inspirent le savoir être et le savoir-faire. C'est aussi des moments de détente. A cela, s'ajoute l'attroupement en masse des visiteurs sur les plages dont l'une prisee est celle d'Assouindé qu'illustre la photo 32 suivante.



Photo 32 : Visiteurs en masse sur la plage d'Assouindé

Source : BISSOU, 2015

Les indicateurs qui permettent de justifier l'existence de ce phénomène dans plusieurs villages sont la croissance de la population rurale non agricole, la transformation du marché foncier ainsi que la présence de constructions neuves. Au-delà des constats qui sont faits sur le terrain, il convient de noter aussi que ces visiteurs constituent une perspective de développement pour les villages. Ces visiteurs, qu'il s'agisse de la famille, des groupes professionnels ou des individus, ont eu pour avantage de favoriser l'existence d'un réseau de relations que n'ont pas toujours les ruraux. Par exemple, un urbain a témoigné avoir suscité des réseaux de commercialisation de produits agricoles et culturels dans plusieurs réseaux urbains. Aussi est-il constaté qu'une croissance non contrôlée de la pratique touristique et de certaines activités connexes ont entraîné des réactions individuelles ou collectives à la présence d'un trop grand nombre de visiteurs. Cette étude n'a pas noté l'existence de villages spécifiquement reconnus et caractérisés par de vives tensions. Mais la question de l'insertion des visiteurs dans le cadre social des villages d'accueil demeure.

I-2- Tourisme et mode de vie des sociétés rurales de la région du Sud Comoé

A ce stade, cette étude s'est fondée sur la question suivante : le tourisme a-t-il plus ou moins provoqué des modifications du mode de vie et des habitudes ordinaires des populations dans les villages du Sud Comoé ? Pour répondre à cette question, les entretiens avec les autorités villageoises, les enquêtes d'opinion auprès de quelques individus dans les villages ont été nécessaires.

I-2-1- Les pratiques touristiques dans l'indifférence des populations locales

Le tourisme représente une pénétration plus directe et concrète au niveau des rapports humains. Les contacts immédiats qu'il entraîne peuvent provoquer des réactions de types variés, des réactions qui sont parfois très importantes. Trois organisations internationales chargées de la rédaction de la Charte du tourisme durable soutiennent : « le tourisme offre la possibilité de voyager et de connaître d'autres cultures. Le développement du tourisme peut favoriser une conscience respectueuse de la diversité des cultures et des modes de vie ». Elles estiment que cela se traduit par la solidarité, le respect mutuel avec un accent particulier sur le respect de la population locale. En outre, l'activité touristique doit considérer ses effets induits sur le patrimoine culturel et sur les éléments, les activités et la dynamique traditionnelle de chaque population locale. La reconnaissance de ces facteurs locaux et le soutien de leur identité,

de leur culture et de leurs intérêts doivent être des points de référence incontournables. Pour cela d'ailleurs, l'ECOTRAVEL CENTER recommande, aux touristes d'être « aware and sensitive to these customs » en se référant aux cultures locales, de « learn about your destination before you get there. Read guidebooks, travel articles, histories, and/or novels by local authors paying particular attention to customs such as greetings, appropriate dress, eating behaviors, etc. » Dans cette vaine, The American Society of Travel Agents prescrit aux visiteurs « educate yourself about the geography, customs, manners and cultures of the region you visit ». Ces recommandations n'ont de sens que pour les villages qui sont des destinations touristiques.

L'enquête de terrain a permis d'observer que la pratique touristique existe effectivement dans certains villages de la région du Sud Comoé. De nombreux visiteurs nationaux et internationaux y effectuent des déplacements pour des séjours plus ou moins longs à plusieurs fins :

- recherche d'exotisme ;
- être avec la population ;
- découverte des réalités sociales des populations d'accueil...

Dans l'optique de l'évaluation des contacts touriste-population locale, des points de vue ont été recueillis au sein des populations accueillantes, des intervenants touristiques. On y a noté que dans l'ensemble, les réactions aux contacts entre touristes et résidents ainsi qu'aux développements d'équipements sont encore moins perceptibles. L'influence du tourisme demeure encore insignifiante dans la réalité sociale des populations rurales.

Dans la majorité des villages où le tourisme n'est encore qu'au stade embryonnaire, on observe une faible conscientisation de la population locale face aux bienfaits de cette nouvelle activité et à la nécessité d'améliorer l'accueil. Il y a par ailleurs, peu de développements touristiques favorisant de façon particulière les relations très remarquables entre visiteurs et visités, si ce n'est par les relations commerciales inévitables.

En outre, les pratiques touristiques se réalisent dans l'indifférence des populations locales. Ces dernières sont souvent situées loin des espaces réservés aux activités touristiques. Le contact avec les populations locales est superficiel ou souvent inexistant. Les pratiques touristiques sont, en majorité, limitées entre l'hôtel et la plage, et très souvent des plages qui sont cernées par une sécurité. Ainsi, les visiteurs n'ont pratiquement pas de contact direct avec les habitants d'un village. Dans les régions où le flux touristique est considérable, on a constaté qu'une partie de la population était réfractaire au tourisme. Deux réflexions, régulièrement citées par des personnes interrogées dans le cadre de cette étude, méritent d'être analysées :

La première réflexion : « Le tourisme, c'est tout ce qu'il reste » : cette expression inquiétante prouve que la solution touristique est moins adoptée par conviction que par résignation. On veut

bien croire aux vertus du tourisme puisqu'on constate qu'il n'y a plus d'espoir ailleurs. Tel est le message à peine décodé de ces ruraux natifs, souvent âgés. En effet, selon l'un des responsables du village de Mondoukou, les principales activités du village demeurent encore la culture de copra et la pêche. Ces deux activités depuis plusieurs décennies connaissent de nombreuses difficultés et semblent ne plus être rentables. Le copra a vu son coût considérablement chuté. Aussi, l'avènement du tourisme a-t-il poussé à la destruction de nombreux champs de coco. Tout cela a entraîné l'abandon des plantations au profit de la pêche. Cette dernière est confrontée à plusieurs problèmes. Ces faits expliquent l'espoir que la population locale place dans le tourisme qui semble y avoir de l'essor.

La deuxième réflexion : « Du tourisme, oui mais pas trop » : à travers cette formule maintes fois entendue au milieu de la population locale, se cache une forme d'adhésion réservée au tourisme. Elle considère le tourisme comme une activité qui peut nuire plus qu'elle ne favorise les politiques de développement rural. En effet, les individus qui pensent ainsi, d'une part, considèrent effectivement le tourisme comme moyen pour favoriser toute forme de changement, comme un outil servant à concevoir les campagnes dans un décor idéalisé, celui d'un lieu apaisant où sont conservées les traces d'un passé jugé meilleur que le monde d'aujourd'hui et qui devrait faire l'objet d'un tourisme élitiste. D'autre part, ils affirment une hostilité vis-à-vis du tourisme de masse qui pourrait nuire complètement à leur quiétude. Ainsi, les contributions socioéconomiques du tourisme n'empêchent pas pourtant de voir se profiler un certain nombre de risques dont il est nécessaire de prendre la mesure. A savoir, l'inévitable concentration de cette activité qui peut en certains lieux déboucher sur des menaces d'ordre écologique et d'ordre social. Des agressions déjà connues touchent en effet ces territoires dont on pourrait pourtant, a priori, croire qu'ils ne connaissent qu'une forme de tourisme doux. Le rural fragile n'est pas épargné par ces tensions sociales. La rupture brutale du rythme de vie des populations locales, due à l'arrivée massive et subite des citadins, n'est pas totalement bien vécue dans le village de Mondoukou. Il y a aussi le risque qui provient du fait que le tourisme peut aller à contresens du développement d'un territoire en bloquant le patrimoine foncier et immobilier. Certes, il ne faut pas omettre les risques encourus par un trop fort développement de l'activité touristique, mais cette image du natif hostile au tourisme de masse et donc peu accueillante semble être une idée résultant de préjugés à l'égard du tourisme, préjugés découlant notamment dans bien des cas d'une absence de démarche de terrain.

Une troisième réflexion : « le tourisme est loin de nos espérances » : c'est une autre idée largement véhiculée chez les autorités villageoises de Mondoukou, Eboué, Etuésika, Elima... évidemment liée aux affirmations précédentes. Selon elles, l'apport du tourisme est encore très

insignifiant dans le développement du village. « Cette activité est loin des ambitions qu'on lui attribue dans notre village » affirme l'une des autorités villageoises de Mondoukou rencontrées au mois de mai 2015. Le tourisme est annoncé comme le « moteur », le « levier » du développement local ou il constitue un moyen privilégié de maintenir l'économie des espaces ruraux fragiles (SIMONNEAUX, 1999). Aussi, est-il qualifié de phénomène social et de source de développement (OMT, 2011). D'ailleurs, pendant la période 2009-2010, le Secrétariat de l'OMT n'a cessé de demander que le tourisme jouisse, davantage, d'une meilleure place dans les priorités mondiales, nationales et locales. Cependant, cette étude permet de faire deux constats qui poussent à soutenir que cette activité est loin de jouer le rôle à lui attribuer dans l'espace rural.

Premièrement, l'enquête révèle que les activités touristiques diffusent peu leur dynamique économique. La population locale ne profite pas des flux se dirigeant vers les sites. La répartition du secteur de l'hôtellerie-restauration dans le village est à ce sujet édifiante.

Deuxièmement, la limite du secteur touristique est d'ordre économique. L'approche auprès des artisans et commerçants prouve que le tourisme joue un rôle important en matière du maintien des services. En cela, un commerçant sur deux affirme être dans l'incapacité de poursuivre son activité en l'absence des entrées d'argent apportées par les visiteurs. Il faut bien reconnaître que c'est relativement satisfaisant et qu'il faut effectivement s'attacher à valoriser, conforter le potentiel touristique. Mais, il semble dans bien des cas que ces apports ne servent qu'à accompagner la fin de nombreuses affaires. Le tourisme maintient seulement provisoirement une activité moribonde, il ne la relance pas.

I-2-2- Le tourisme comme un outil de revalorisation des rites traditionnels

Les pages précédentes ont montré que l'espace rural de la région du Sud Comoé offre un patrimoine culturel diversifié. Il possède de nombreux objets et événements d'ordre culturel qui traduisent la spécificité de ses différents peuples et les rapports de ces derniers avec leurs ancêtres dont ils perpétuent la civilisation. Ces événements qui marquent des rites traditionnels annuels datent donc de nombreux siècles. Il s'agit surtout de l'Abissa des villages n'zima, de la fête d'igname dans le village Krindjabo et des principaux Beach qui ont lieu dans les villages côtiers et lagunaires de la région. Cette étude relève qu'au cours des dernières décennies, l'offre patrimoniale s'est encore diversifiée, le plus souvent dans une perspective de développement économique ou pour enrichir l'image des destinations rurales. Autrefois, ignorées de l'opinion nationale et internationale, certaines de ces fêtes rurales sont devenues aujourd'hui des

attractions touristiques majeures Grâce à leur promotion touristique, ces évènements traditionnels, ont muté en statut de fêtes populaires qui attirent des visiteurs nationaux et internationaux. Leur venue dans une région est en partie le résultat d'une invitation qui leur est faite sous forme de promotion et d'information sur le produit offert. Le développement de cette offre a entraîné non seulement, une diversification des visites mais aussi l'achat de produits dérivés, de dépenses liées à la fréquentation du patrimoine et à des événements culturels.

Les éléments du patrimoine traditionnel qui ont été identifiés sont devenus des motivations de voyage importantes : les touristes ont envie de connaître de nouvelles cultures et de se confronter à la multitude d'arts du spectacle, d'artisanats, de rituels, de cuisines et d'interprétations de la nature et de l'univers qui existent dans le monde. L'interaction culturelle qui découle de ces rencontres encourage le dialogue, permet la compréhension et devient à son tour un facteur de tolérance et de paix. Favoriser l'utilisation responsable de ce patrimoine vivant à des fins touristiques a favorisé la création d'emplois temporaires. Il a permis de nourrir un sentiment de fierté au sein des communautés rurales. Dans deux villages de la région du Sud Comoé, on a observé que le tourisme contribue à la préservation et à la valorisation du patrimoine culturel immatériel à travers les revenus qu'il procure. Ceux-ci sont réinjectés dans des initiatives visant à assurer la survie de ce patrimoine sur le long terme. On note par exemple à Assinie qu'une association de propriétaires des résidences secondaires et des opérateurs dénommée ONG ADAM ont participé activement à la création d'écoles, du musée ANIABA, à l'organisation du Climbié Beach. Par ailleurs, les revenus du tourisme contribuent à préserver l'un des patrimoines de la population d'Aby. Il s'agit de la plus ancienne et longue pirogue du village (Photo 33)



Photo 33 : La plus longue pirogue d'Aby

Source : PADVTCI, 2014

Dans son article 4, le Code mondial d'éthique du tourisme enjoint de protéger le patrimoine naturel, artistique, archéologique et culturel, pour permettre la survie et

l'épanouissement des productions culturelles et artisanales traditionnelles ainsi que du folklore, et non à provoquer leur standardisation et leur appauvrissement.

Toutefois, entre recherche d'une fréquentation toujours plus importante et contingentement au profit de plus grandes retombées locales, la valorisation du patrimoine par le tourisme n'est pas sans conséquences sur les modalités de gestion des biens culturels. En effet, il est constaté que le tourisme associé à la marchandisation entraîne la transformation des cultures locales notamment les rituels religieux, les rites ethniques traditionnels, les manifestations coutumières. Ces derniers sont souvent réduits aux objectifs commerciaux et folklorisés. L'analyse des opinions recueillies permet d'en déduire la conception des changements de valeurs culturelles. Etant donné que les promoteurs poursuivent des intérêts personnels et maintiennent des liens plus ou moins étroits avec certains résidents, les objectifs et choix de produits touristiques ne sont pas nécessairement le résultat d'une concertation du plus grand nombre de résidents. La standardisation touche les manifestations traditionnelles et même d'autres secteurs de la réalité sociale tels que le logement, l'habillement, la nourriture... Par conséquent, certes, plusieurs rites traditionnels sont bien valorisés, vulgarisés et connus au-delà des limites des villages, mais, ont connu de relatives transformations. Ces rites qui étaient uniquement destinés à répondre à des exigences strictes liées à la religion, à la protection des lignages sont avec, le tourisme, orientés vers la satisfaction des visiteurs. Ainsi, ces rites à l'origine traditionnels sont marqués et souvent même dominés par des traits de la modernité. Cela laisse souvent certains spécialistes croire qu'il s'agit maintenant de festival urbain. Le cas de l'Abissa en est illustratif.

II-IMPACTS ECONOMIQUES DU TOURISME EN MILIEU RURAL

L'impact économique du tourisme est le résultat de l'action conjuguée de l'offre et de la demande qui toutes deux se développent de façon interdépendante d'une part par la croissance de la clientèle touristique suite au développement d'équipements et de services et d'autre part par l'augmentation des investissements suscités par le potentiel d'accroissement de la demande (LAINE, 1981). Cela justifie que l'étude de l'impact économique du tourisme est vaste et sans doute non maîtrisable quand les données sont floues et limitées. Sur ce plan, l'étude du tourisme dans l'espace rural de la région, souffre encore forte insuffisance de données statistiques. Mais il reste que la question de fond est bien de savoir si le tourisme est capable ou non de réduire le retard économique, s'il est facteur de développement ou simple miroir aux alouettes pour les destinations touristiques rurales.

Cette étude s'est efforcée de se limiter aux principales rubriques qui permettent une évaluation plus ou moins quantitative de l'apport économique du tourisme et de son rôle relatif dans l'espace rural de la région du Sud Comoé.

II-1- Définition des activités caractéristiques du tourisme dans le milieu rural de la région du Sud Comoé

II-1-1- Conception du tourisme au plan économique

Sur le plan économique, le tourisme est considéré comme une activité organisée en branches homogènes. On retrouve dans le secteur touristique plusieurs activités qui s'amalgament entre elles pour concourir à l'élaboration du « produit touristique » : transport, télécommunication, bâtiment et aménagement du territoire, hygiène et sécurité, agro-alimentaire, patrimoine culturel, éducation et formation, divers services publics... Par conséquent, le tourisme est la somme de la proportion de plusieurs activités qui lui sont liées. « Au plan économique on définira le tourisme par l'égalité suivante : Branche tourisme = % de la branche hôtellerie + % de la branche restauration + % de la branche commerce +% du secteur de voiture+%... » (CST, 2000). La production touristique est égale à la somme des productions de chaque branche vendue aux visiteurs. Le tourisme regroupe des activités qui de surcroît ne relèvent pas, ou n'ont pas toujours relevé d'une même tutelle administrative. Ainsi, l'analyse du secteur du tourisme par rapport aux différents indicateurs que sont l'emploi, l'investissement, les recettes..., exige de tenir compte de l'hétérogénéité du champ susceptible d'être occupé par cette activité. Cette étude s'est limitée aux activités existantes dans le milieu rural qui sont directement liée au tourisme.

II-1-2- Activités du secteur du tourisme dans l'espace rural de la région du Sud Comoé

Dans les campagnes de la région d'étude les activités directement liées au tourisme sont essentiellement : l'hôtellerie, la restauration, les loisirs, l'animation, l'artisanat et les transports. L'artisanat ici, concerne l'ensemble des activités liées à la fabrication et à la vente des objets d'art à des fins touristiques. Il s'agit par exemple, des tambours, des statuettes, des masques, des batiks, des bracelets... Il est classé parmi les activités du tourisme car ces objets d'art généralement sont destinés aux visiteurs surtout aux touristes internationaux qui sont fascinés par leur beauté et leur originalité. Dans l'espace rural de la région du Sud Comoé, cette

activité ne semble pas être développée. Les peuples autochtones de la région n'ont pas en majorité une tradition d'artisan. Seulement une minorité de ces peuples pratique l'artisanat traditionnel. Cependant, cette pratique n'est pas encore destinée au commerce et tournée vers les voyageurs-visitant. Le commerce des objets d'art à des fins touristiques est concentré dans les villages : Modeste, Azuréty, Assinie, Assouindé... L'ensemble des artisans (sculpteur, peintre) est en nombre restreint et la quasi-totalité est d'origines étrangères. Les œuvres artisanales sont, pour la plupart, le reflet des coutumes ivoiriennes et africaines, telle que l'accoutrement du chasseur dozo, du nord, le masque échassier de l'ouest, la chaise royale de l'est, mais aussi, les sculptures de certains animaux et masques comme l'éléphant, la panthère, le masque boloye, les portraits... les matières utilisées sont le bois, la cire, l'ivoire, les pierres, et autres. Les commerçants affirment que cette activité n'a plus de succès. Car elle n'est pas organisée et il n'y a plus de touristes qui s'y intéressent vraiment.

La restauration regroupe l'ensemble des maquis et restaurants de l'espace rural que les visiteurs fréquentent pour des raisons diverses : absence de restaurants dans la majorité des hôtels en milieu rural, se sentir plus proche de la population résidente fréquentant ces lieux... C'est une activité en pleine expansion dans les villages. Elle participe aussi à la promotion du tourisme par le sens de l'hospitalité, la variété et l'originalité de la gastronomie. Ces restaurants et maquis sont tenus pour la plupart par des dames.

Les loisirs, il s'agit ici des activités de divertissement ou des structures qui créent, conditionnent, qui les animent et les proposent aux visiteurs qui les demandent. Dans les villages, ces loisirs se limitent généralement à la baignade sur les plages, aux visites touristiques, au sport (tennis, nautique, golf, gymnastique...), aux boîtes de nuit.

En ce qui concerne le transport, il faut signaler qu'il n'existe pas de structure de transport spécialisée dans le transport des touristes. Ce sont généralement, les taxis-brousse et mini cars qui sont chargés du transport en commun qu'empruntent les visiteurs pour joindre les destinations touristiques rurales. Ces activités présentent des proportions variées dans l'espace rural (Figure 74)

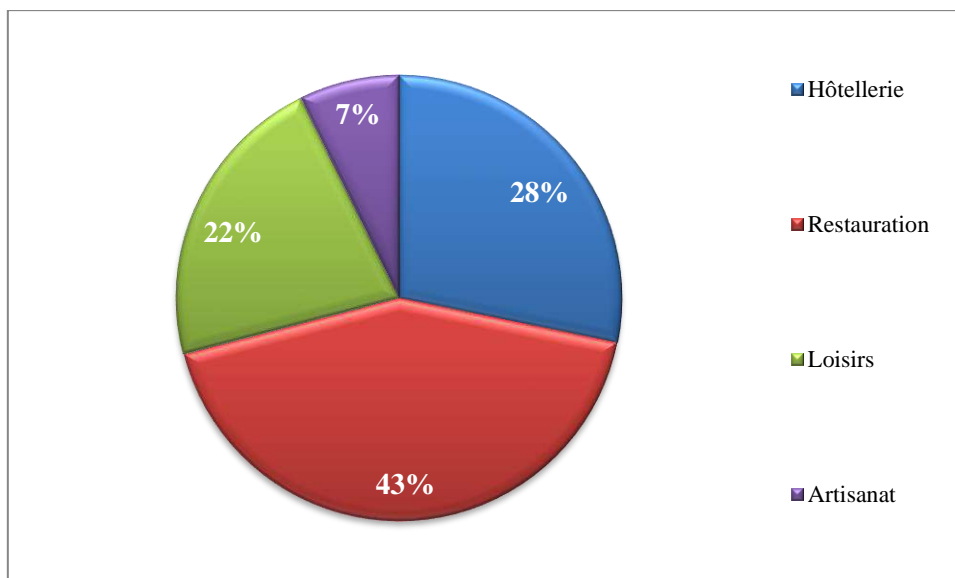


Figure 74 : Proportion des sous-secteurs du tourisme dans l'espace rural

Sources : PADVTCL-RSC (2014) ; BISSOU (2014)

Le constat c'est que de toutes les activités du tourisme énumérées dans l'espace rural, La restauration est la plus représentative avec 43% des établissements touristiques. Elle assure la complémentarité avec l'hôtellerie qui représente 28% des activités du tourisme en milieu rural. Cette activité exprime mieux le paysage touristique de l'espace rural par son influence sur l'aménagement du territoire, par l'esthétique qu'elle crée. Après ces deux premières activités suivent respectivement les loisirs qui représentent 22% et l'artisanat d'art 7%. L'espace rural de la région du Sud Comoé ne regroupe pas encore la totalité des activités purement touristiques. Les activités liées au tourisme qui y existent sont insuffisantes et n'expriment pas encore une véritable compétence touristique du territoire.

II-2- Valeur économique des investissements dans le tourisme de la zone rurale du Sud Comoé

Tout investissement, et plus largement toute dépense d'investissement ou de consommation, entraîne des courants de revenus. Ceux-ci sont engendrés tout au long des circuits qui tendent à diminuer des fuites qui s'y produisent. En effet, il suffit qu'un investisseur se lance dans un projet de développement avec des achats de biens d'équipements pour que les usines qui produisent ces biens augmentent aussi leur production pour répondre aux besoins des clients (LAINE, 1981). De même, le tourisme peut apporter au développement rural plusieurs avantages tels que la création, la conservation et la diversification des activités par d'importants investissements. Avec tous ces avantages, et par une bonne maîtrise du secteur, le

tourisme en milieu rural peut servir de catalyseur pour attirer dans les communautés rurales, de nouvelles entreprises de toute sorte et contribuer au développement économique local. La majorité des zones rurales de la région du sud Comoé comportent une faible diversité d'activité en dehors de l'agriculture, de la pêche et des services de base. Une plus grande diversité devrait enrichir la société rurale et contribuer à maintenir les niveaux de vie des populations.

II-2-1- Nature du capital investi dans le tourisme en milieu rural

Depuis 1970, le gouvernement s'est attaché à mettre en place le cadre général dans lequel doit se faire le développement touristique et à promouvoir les instruments et les aménagements destinés à encourager les investissements dans ce secteur. L'Etat a mis en place un code d'investissement en matière touristique par la loi n°73-368 du 26 juillet 1973 encore favorable aux opérateurs désireux d'investir dans l'équipement touristique. Par ailleurs, dans le secteur de l'hôtellerie, dans les années 1970 l'Etat a donné l'exemple, en initiant à travers la SIETHO, la réalisation du Club Méditerranéen à Assouindé. Cet établissement est fermé depuis 2002 à cause de la crise militaro-politique. Ce dernier a été donc construit sur fond public. L'enquête réalisée dans la période de 2013 à 2014 révèle que tous les établissements sont réalisés sur fonds publics. A part cette réalisation, tous les autres établissements hôteliers dans les villages de la région sont le fait d'investissement privé. Ces investissements privés dans l'hôtellerie sont à 70% uniquement des économies personnelles et familiales. L'étude a permis de constater que dans ce secteur lié au tourisme, seulement 5 opérateurs ont reçu un apport soit des banques ou des organismes internationaux. Il s'agit des subventions et/ou des prêts d'organismes, de contacts personnels etc. Quant aux autres sous-secteurs du tourisme, il convient de noter que la totalité des investissements a été réalisée sur des fonds propres. Par ailleurs, l'ensemble des répondants déclare n'avoir reçu aucun apport financier pour les investissements réalisés au cours des 3 années précédentes, ni du département, ni de la région encore moins de l'Etat. Cela traduit la difficulté qu'ont les propriétaires des établissements touristiques à être accompagnés par le système financier dans leurs investissements.

Les investissements dans le tourisme du monde rural, au-delà de leur nature constituent un indicateur important. Car ils permettent de quantifier l'impact du tourisme dans l'économie générale des villages touristiques. Il sera pour ce qui suit, d'une part de quantifier l'investissement au niveau de la construction l'achat ou la location des bâtiments qui abritent les équipements touristiques (Hôtels, restaurants, centres de loisirs, monuments artificiels).

D'autre part, de relever le montant investi dans l'équipement et les activités touristiques dans le monde rural de la région.

II-2-2- Les coûts d'investissements de création dans les sous-secteurs du tourisme du monde rural

L'enquête auprès des opérateurs du secteur, révèle que les bâtiments constitués essentiellement par les hôtels et les équipements de restauration dans les villages sont de deux ordres.

Premièrement, ce sont des bâtiments totalement construits par l'opérateur. C'est-à-dire, le propriétaire de l'activité est également celui du bâtiment. Celui-ci a acquis le terrain en l'achetant auprès des propriétaires terriens dans les villages. Puis, il y a construit un bâtiment selon l'architecture de son choix. Il exploite et aménage le terrain selon la projection de son activité.

Deuxièmement, on note le cas où les bâtiments sont déjà construits et n'appartiennent pas à l'opérateur. Ici, l'opérateur exploite le bâtiment en versant une redevance à son propriétaire. Ces locations sont soit mensuelles soit annuelles. L'opérateur n'est donc pas propriétaire du bâtiment, mais seulement celui de l'activité qui s'y exerce. Ce type de cas est dominé par les hôtels de petite dimension. La location varie entre 100000 et 250000 F CFA /mois.

L'enquête dans les villages de la région du Sud Comoé a permis de constater que 94% des bâtiments qui abritent les activités touristiques sont construits. « Le secteur est dominé par les investissements dans les hôtels construits et loués » affirme un opérateur. Dans l'ensemble, les activités touristiques existant dans le monde rural montrent des coûts d'investissement importants. Les coûts d'investissement varient donc selon le type et le mode d'acquisition de l'équipement (Tableau 33).

Tableau 33 : Cout de création des entreprises en rapport avec le tourisme dans les villages

	Hôtellerie	Restauration	Loisirs	Artisanat	TOTAL
INVESTISSEMENT	1 360 000 000	4 510 000 000	1 045 000 000	25 000 000	6 940 000 000

Sources : PADVTCI-RSC (2014) ; BISSOU (2014)

A travers les données de terrain, il ressort que le capital investi dans la construction des équipements touristiques dans le monde rural est estimé à 6 940 000 000. Cette valeur de l'investissement révèle sans doute l'importance économique que devrait constituer l'activité touristique dans l'espace rural de la région du Sud Comoé.

II-2-3- Investissement dans l'équipement des hôtels et restaurant du monde rural dans le Sud Comoé

L'équipement des hôtels et restaurants concerne tous les éléments dont ont besoin un hôtel et un restaurant pour permettre et faciliter leur bon fonctionnement. Il s'agit entre autres des meubles (lits, tables, chaises, bibliothèque...), des appareils électroménagers etc. L'ampleur et le coût de ces équipements dépendent du type d'hôtel et restaurant. Il varie d'une structure à une autre. Chaque opérateur équipe son hôtel et son restaurant en fonction de ses moyens, ses ambitions et surtout en fonction des normes de la catégorie de son hôtel, comme définies par la charte de l'hôtellerie. Selon l'enquête dans le secteur spécifique de l'hôtel, les investissements moyens dans les équipements sont les suivants (Tableau 34).

Tableau 34 : Investissements moyens dans les équipements des hôtels

Type d'hôtel	Investissement moyen en F CFA
Grand standing	100 000 000
Moyen standing	10 000 000
Petit standing	150 000

Sources : PADVTICI-RSC (2014) ; BISSOU (2014)

Dans les hôtels de grand standing, les équipements sont nombreux et coûteux. Il s'agit de lit de valeur, de télévision, de téléphone dans les chambres, de climatiseur, de sonorisation... quant aux hôtels de petite dimension, ces équipements se limitent aux lits, ventilateurs ou climatiseurs dans les chambres et souvent aux télévisions.

Selon l'enquête, la valeur des investissements dans les biens d'équipement dans les hôtels du monde rural est estimée à 500 millions F CFA.

Les dépenses pour le fonctionnement des entreprises de restauration et d'hébergement constituent l'ensemble des achats de biens et de service que l'opérateur effectue au cours de son activité. Les dépenses concernent plusieurs domaines et besoins quotidiens des établissements. La définition du montant des dépenses dans ces secteurs leaders permet de savoir combien ils injectent dans l'espace rural de la région du Sud Comoé. Cela à travers les achats dans les magasins, les boutiques, à travers les redevances versées aux structures de taxe ou d'impôt et de prestation de service etc. A ce niveau, il est aussi constaté que la valeur totale des dépenses varie d'un établissement à un autre. Tous n'ont pas les mêmes besoins.

Cependant, il existe des rubriques principales au niveau des dépenses dans l'équipement hôtelier en général. Dans le tableau suivant, sont estimées les valeurs moyennes des dépenses par rubrique et par catégorie d'hôtel sur l'année en tenant compte des données de la période de 2012 à 2014 (Tableau 35).

Tableau 35: Valeur moyenne des dépenses des hôtels dans les villages du Sud Comoé en 2014

Rubrique	Valeur moyenne des dépenses par hôtel par an		
	Grand standing	Moyen standing	Petit standing
Salaire employé en F CFA	30 000 000	7 200 000	1 800 000
Transport	-----	600 000	120 000
Entretien	1 800 000	600 000	360 000
Restauration	----	----	960 000
CIE SODECI	2 100 000	750 000	180 000
Taxes	870 000	550 000	300 000
Communication	-----	360 000	120 000
Publicité	1 250 000	180 000	----
Total	37 020 000	10 240 000	4 200 000

Sources : PADVTFCI-RSC (2014) ; BISSOU (2014)

Les hôteliers dépensent d'importantes sommes d'argent pour le bon fonctionnement de leur établissement. Selon les données du tableau, les dépenses sont estimées à 480 960 000 F CFA par an dans la période de 2012 à 2014. Cette estimation des dépenses annuelles permet de soutenir que l'hôtellerie devrait assurer une part importante dans la croissance économique des villages. Les différentes rubriques énoncées dans le tableau justifient d'ailleurs que l'équipement hôtelier injecte de l'argent dans plusieurs secteurs d'activité.

La réalité du terrain montre cependant que ces investissements profitent fortement moins aux différents villages. On assiste à une fuite des capitaux des villages. Aussi, ces investissements ne tiennent-ils pas compte des besoins vitaux des espaces ruraux qui abritent les établissements touristiques.

II-3- Chiffres d'affaires dans les entreprises touristiques du monde rural

Le chiffre d'affaires est le montant de vente de biens et de services cumulés entre deux bilans. Il s'agit du gain financier de toute entreprise par an. En hôtellerie, le chiffre d'affaire provient du coût et de l'occupation des chambres d'hôtel. Il est le produit du nombre de nuitée sur l'année par le coût des chambres.

$$C A = \text{Nombre de nuitée} \times \text{coût de chambre}$$

Il permet de savoir les entrées financières de l'hôtel sur l'année. Aussi, permet-il d'évaluer ce que l'hôtellerie rapporte dans le monde rural et comment elle est une source de revenu sûre. Selon l'enquête, le chiffre d'affaires minimum de l'équipement hôtelier est de 10 millions et le maximum est d'environ 200 millions entre 2013 et 2014. Cette variation s'explique par le fait que le chiffre d'affaires évolue non seulement selon le taux d'occupation des hôtels, mais aussi et surtout selon les catégories d'hôtels. En plus des hôtels, cette étude a déterminé à partir des données d'enquête une estimation du chiffre d'affaires dans les autres secteurs du tourisme comme la restauration, les loisirs et l'artisanat (Tableau 36).

Tableau 36 : Chiffre d'affaires moyen entre 2012 et 2014

Chiffres d'affaires(en million)	Nombre d'hôtels	Nombre Restaurant/Maquis
10-25	57	101
25-35	17	8
Plus de 50	02	19

Sources : PADVTCI-RSC (2014) ; BISSOU (2014)

Le tableau montre la variation du chiffre d'affaires entre les différentes activités caractéristiques du tourisme. Le chiffre d'affaires qui varie entre 10 et 25 millions serait attribué essentiellement aux entreprises de petite taille. Leur nombre élevé explique d'une part la floraison des établissements de petite dimension dans la zone rurale. D'autre part il met en évidence la prédominance du secteur informel dans le tourisme du monde rural. Ce sont des entreprises à faible économie. Leur apport dans la promotion du tourisme est moins important. Celui de 25 à 35 millions aux moyennes entreprises. Ceux de plus de 50 millions de chiffre d'affaires sont les hôtels et restaurants de grand standing.

II-4- Création d'emploi dans le tourisme en milieu rural

L'emploi se définit comme une activité rémunératrice qu'exerce un individu. En d'autres termes : « l'emploi comptabilise l'ensemble des personnes salariées et travailleurs indépendants exerçant une activité qui rentre dans le domaine de la production » (COURTABAN, 2004). L'emploi dans le tourisme de la région du Sud Comoé est estimé à 2478 en 2014 (Tableau 37).

Tableau 37 : Nombre d'emploi du tourisme dans la région du Sud Comoé en 2014

	Hôtellerie		Restauration		Loisir		Total	
	<i>village</i>	<i>ville</i>	<i>village</i>	<i>ville</i>	<i>village</i>	<i>ville</i>	<i>village</i>	<i>ville</i>
Nbre total d'emploi	391	632	390	735	83	247	864	1614
Nbre d'emploi qualifié	95	257	18	162	15	54	128	473
Nbre d'emploi non qualifié	296	375	372	573	68	193	736	1141

Source : PADVTICI (2014)

Le tableau 37 indique le nombre d'emplois liés au tourisme en milieu rural est de 864 en 2014. Ce nombre représente moins de 35% des emplois dans le secteur du tourisme de la région du Sud Comoé. Par ailleurs, à travers ce même tableau, on constate que les sous-secteurs du tourisme, dans l'ensemble, engagent moins de personnes qualifiées. Un emploi qualifié est un emploi exercé par des personnes spécialisées ayant fait des études spécifiques pour l'exercer. Ainsi, par exemple, pour une activité hôtelière ou plus précisément pour l'emploi de receveur d'hôtel, la norme exige que ce soit une personne qui aie fait des études en hôtellerie et qui détienne un diplôme correspondant. Dans le cadre de cette étude, l'enquête a révélé que l'emploi qualifié est très faible d'autant plus qu'il représente moins de 25% du nombre total d'emplois dans le secteur du tourisme de toute la région (Tableau 36). L'analyse des données du tableau 36 précise que le nombre d'emplois touristiques qualifiés dans l'espace rural estimé à 128, ne représente que 5,16% du nombre total d'emplois dans le tourisme de la région du Sud Comoé. Aussi, cet effectif fait-il moins de 22% des emplois touristiques qualifiés dans la région et moins de 15% des emplois touristiques dans le milieu rural de cette région. Comme l'indique le tableau 37 ce nombre d'emploi varie selon les principaux secteurs touristiques de la région. La figure 75 suivante permet de visualiser cette réalité statistique de 2014.

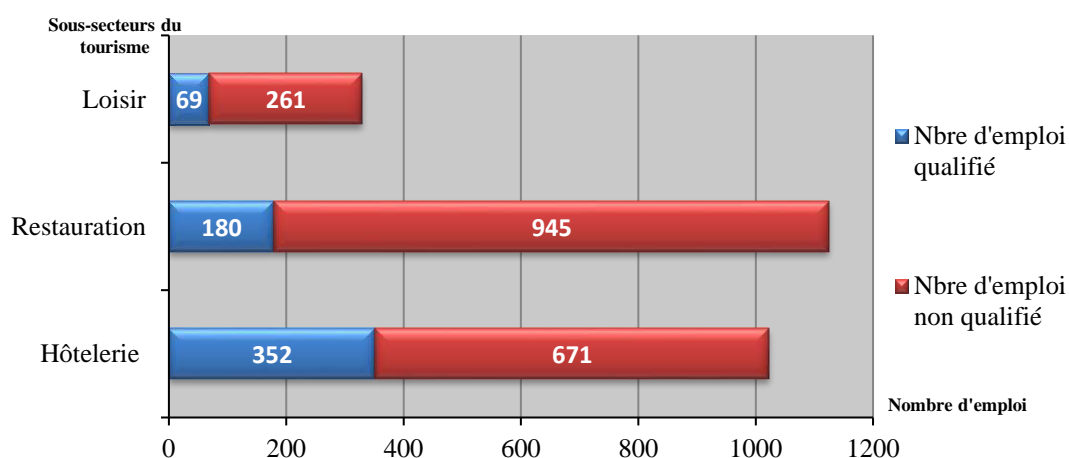


Figure 75: Nombre d'emploi des activités touristiques dans la région du Sud comoé en 2014

Source : PADVTICI 2014,

Conception et réalisation : Bissou 2014

Cette figure 75 montre que le nombre d'emploi dans le secteur de la restauration représente 46% des emplois du tourisme. On remarque que le secteur de la restauration est dominé par l'existence des maquis. Cette activité tenue essentiellement par les femmes n'exige pas selon les opérateurs une formation spécifique. Ils soutiennent que l'employé doit avoir des qualités innées de cuisinier ou cuisinière. D'ailleurs, sur 1023 employés des établissements d'hébergement et de restauration énumérés, on ne compte que 352 employés qualifiés soit 34%. Dans les hôtels de petite dimension il n'y a presque pas d'employé qualifié. Cette réalité est aussi observée dans le milieu rural (Figure 76).

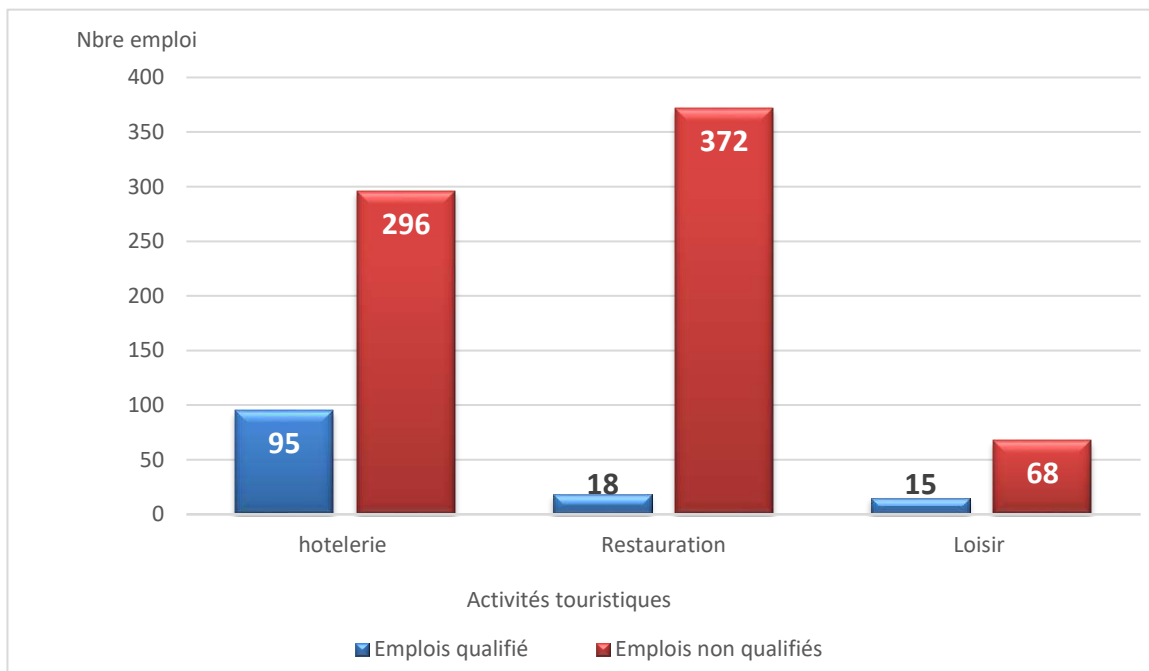


Figure 76: Nombre d'emplois qualifiés et non qualifiés dans l'espace rural de la région du Sud Comoré en 2014

Source : PADVTCI 2014,

Conception et réalisation : Bissou 2014

Les hôteliers emploient généralement des personnes qui ne savent pas grande chose de l'équipement hôtelier. Pour nombreux, cette activité n'est qu'une source de revenu complémentaire et par conséquent, il n'est pas utile d'investir d'énormes sommes dans les charges. Il a été identifié dans 3/4 des hôtels que les gérants ont appris ce que c'est que l'hôtellerie sur le tas. Car pour certains opérateurs, en hôtellerie, il faut savoir accueillir et être au service du client. Cela n'exige pas une connaissance académique. L'effectif des employés varie. Les individus exercent dans le secteur de façon permanente ou occasionnelle : les emplois permanents : il s'agit des individus embauchés (CDI). Ces derniers sont enregistrés à la CNPS et jouissent de tous les droits du travail dans ce cadre. Les emplois occasionnels concernent des

individus qui travaillent sur une période déterminée allant de 3 à 6 mois (CDD) pour certains et même des emplois hebdomadaires pour d'autres.

En plus de ces principaux emplois, il existe de nombreux autres emplois dans le secteur informel en rapport avec le tourisme. Il s'agit par exemple des vendeuses de friandises, des commerçants d'objet d'art, des gérants de parking, des piroguiers qui favorisent la traversée des visiteurs (Photo 34) et des propriétaires de pirogue à moteur connu sous le nom de Pinasse ou Hors bord (Photo 35). Ces derniers sont très présents à Assinie



Photo 34 : La traversée des visiteurs par un piroguier à Assinie

Source : PADVTCI-RSC, 2015



Photo 35 :Circuit de visite des îles éhotilé dans une pirogue à moteur louée entre 50000 et 100000 F CFA la journée

Source : BISSOU, 2016

Cette partie de l'étude serait encore plus précise s'il existait des données statistiques antérieures. Aucune source statistique officielle ne permet d'évaluer avec précision le nombre d'emploi dans les différents secteurs d'activité qui existent dans l'espace rural de la région du sud Comoé pour mieux évaluer le poids du tourisme. Néanmoins un recoupage des différentes informations recueillies a permis d'analyser le poids du tourisme en termes d'emploi par rapport aux secteurs d'activité existant dans les villages d'attraction touristique.

II-2- Le niveau salarial dans les activités caractéristiques du tourisme

Le tourisme à travers ses différents sous-secteurs offre de nombreux emplois. Les activités caractéristiques de tourisme se mesurent aussi à travers le revenu de l'emploi qu'ils offrent. Dans ce cadre, pour le monde rural de la région du Sud Comoé, l'observation suivante a été faite (Tableau 38).

Tableau 38 : Salaires moyens dans les sous-secteurs du tourisme en espace rural

Sous-secteur du tourisme	Salaires moyens en F CFA
Equipement hôtelier	60 000
Maquis et restaurants	35 000
Artisanat	30 000
Loisirs	30 000

Sources : PADVTCI-RSC (2014) ; BISSOU (2014)

Le tableau 38 montre que le niveau de salaire dans les hôtels est supérieur à ceux des autres secteurs du tourisme. Cela est dû au fait que l'hôtellerie offre de nombreuses activités. Ces dernières s'exercent pour la majorité en plein temps : du matin (7h30) jusqu'au soir (22h30) et même 24h/24 dans certains hôtels. Aussi, les employés fournissent-ils beaucoup d'effort. Cependant, nombreux sont ceux qui soutiennent que le salaire est encore en dessous des efforts qu'ils fournissent.

CHAPITRE 7 : AMENAGEMENT TOURISTIQUE DANS LES VILLAGES DE LA REGION DU SUD COMOE

Le tourisme est une activité économique comme l'agriculture, la pêche, le commerce le transport, l'industrie. Toutefois, cette activité présente une spécificité fondamentale au regard de sa nature par rapport aux autres activités. L'agriculture est l'exploitation de la terre pour la production d'aliments nécessaires à l'homme. Le commerce est tout échange à caractère financier entre le vendeur et le client. L'industrie est la transformation des matières premières en produit fini. Quant au tourisme il constitue un ensemble de plusieurs activités indispensables qui sont réalisées afin de parvenir à la satisfaction du touriste et de l'excursionniste dans une destination touristique. Le tourisme n'est pas une industrie. Mais une convergence d'industrie pour créer des produits de consommation de qualité destinés aux visiteurs. Par conséquent, l'activité touristique présente la particularité d'être étroitement liée à son lieu de production puisque s'agissant d'une activité de services. C'est également le lieu de consommation absolu. Le ressort de la valorisation de ressources locales est donc très présent. Le phénomène touristique impacte de manière globale et massive le devenir des espaces (VLES, 2011). Il constitue une activité marquée par sa forte localisation spatiale. L'organisation territoriale du tourisme devient une équation majeure lorsqu'on s'interroge sur le lien entre tourisme et développement (DIOMBERA, 2013). Tout cela met en évidence l'ancrage du tourisme dans tout espace, particulièrement dans l'espace rural de la région du sud Comoé auquel s'intéresse cette étude.

I LE MODE DE CONCENTRATION SPATIALE DU TOURISME DANS LES TERRITOIRE RURAUX

Dans le monde rural de la région du Sud Comoé, l'espace touristique se présente sous forme de lotissements touristiques et résidentiels, d'hôtels et d'implantations touristiques diverses. La phase empirique de cette étude a permis d'observer la localisation des activités touristiques et de se rendre compte que celle-ci mettent en évidence deux type bien distincts d'occupation spatiale :

- les formes concentrées d'organisation spatiale (L'organisation de l'espace rural marquée par une concentration des activités touristiques) ;
- les formes spatialement diffuses (Les territoires ruraux marqués par une dispersion des activités touristiques).

I-1 Les formes concentrées d'organisation spatiale du tourisme dans les villages côtiers

Ce mode d'organisation spatiale du tourisme est couramment traduit par le concept de « tourisme concentré ». Ce dernier a fait l'objet de plusieurs définitions par les chercheurs du domaine. En effet, les spécialistes n'ont pas tous la même compréhension de ce concept. D'ailleurs, BONNIOT et al, (2010) font remarquer que les uns le conçoivent comme une « station ». D'autres comme, BACHIMON (1995), l'assimilent au « tourisme de masse ». La première notion fait plus allusion à une concentration des pratiques touristiques en un lieu réduit. Quant à la deuxième notion, elle traduit la forte concentration des visiteurs sur un espace. C'est l'idée de la forte attractivité des espaces. Au-delà des nuances qui existeraient entre les définitions précédemment énoncées, on note que, le concept de tourisme concentré met en évidence un mode de localisation dominant du développement touristique. Ce modèle d'occupation spatiale du tourisme peut être illustré par une concentration de l'activité touristique et des « populations visitantes » (touristes et excursionnistes) sur un espace donc nommé « pôle ». A juste titre, d'après MATTEUDI (1995), le tourisme concentré fait référence à un espace de développement touristique rapide où interviennent des aménageurs de l'extérieur et où le tourisme constitue l'essentiel des activités. Ce sont de grandes régions touristiques densément équipées et fréquentées. Elles présentent des formes d'occupation touristiques caractérisées par un regroupement de réceptifs et installations touristiques de tous genres. Le tourisme apparaît très remarquablement par son inscription dans l'espace à travers un tissu opaque d'entreprises touristiques avec une forte proportion de travailleurs. Ces entreprises peuvent avoir une étroite interdépendance (MARCELPOIL et BOUDIERES, 2006). Il s'agit dans ce cas d'une « nébuleuse touristique » (Figure 77).

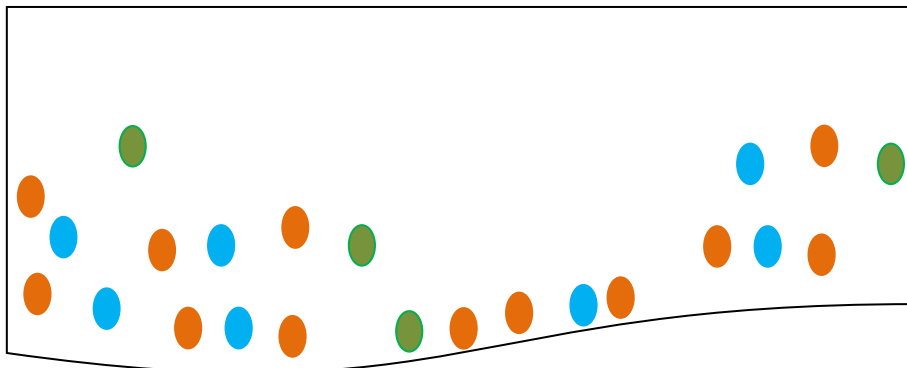


Figure 77 : Modèle de tourisme concentré

Sources : MARCELPOIL et BOUDIERES, 2006 ; BONNIOT et al. (2010)

Conception et réalisation : BISSOU, 2014

A l'issue de cette analyse sémantique et à travers l'illustration de la figure 77, les critères qui définissent ce mode de localisation ou d'organisation spatiale sont : le nombre important d'entreprises touristiques sur un même espace, la variété de ces entreprises sur le même espace, la situation à la périphérie du groupe d'entreprises, le nombre croissant des visiteurs. Cette occupation spatiale de concentration touristique est remarquable dans moins de 3% des villages de la région du Sud Comoé. Il s'agit essentiellement des villages suivants : Assinie, Assouindé, Azuréty, Mondoukou, Gbambélé

Le premier élément relevé par cette étude est que les villages de la région du Sud Comoé qui sont marqués par cette forme d'organisation spatiale se situent tous sur la côte maritime. Cela justifie, la thèse selon laquelle, les espaces côtiers concentrent la majorité des activités touristiques dans le monde. C'est mettre en évidence les choix préférentiels du tourisme balnéaire dans le monde et particulièrement dans les villages cotiers de la région du Sud Comoé. Cette configuration est plus remarquée dans les villages d'Assouindé et Assinie

Cette zone rurale de la région du Sud Comoé est composée des villages Assinie, Assouindé, Ebotiam, Mabianha, Madjan. On y observe bien une forte pression touristique du cordon littoral qui s'étend sur 20 km. Le tourisme à Assinie repose encore sur les traditionnels atouts soleil-mer-plage. Ce dernier regroupe la majorité des activités touristiques et illustre la notion de « nébuleuse touristiques » (Figure 78).

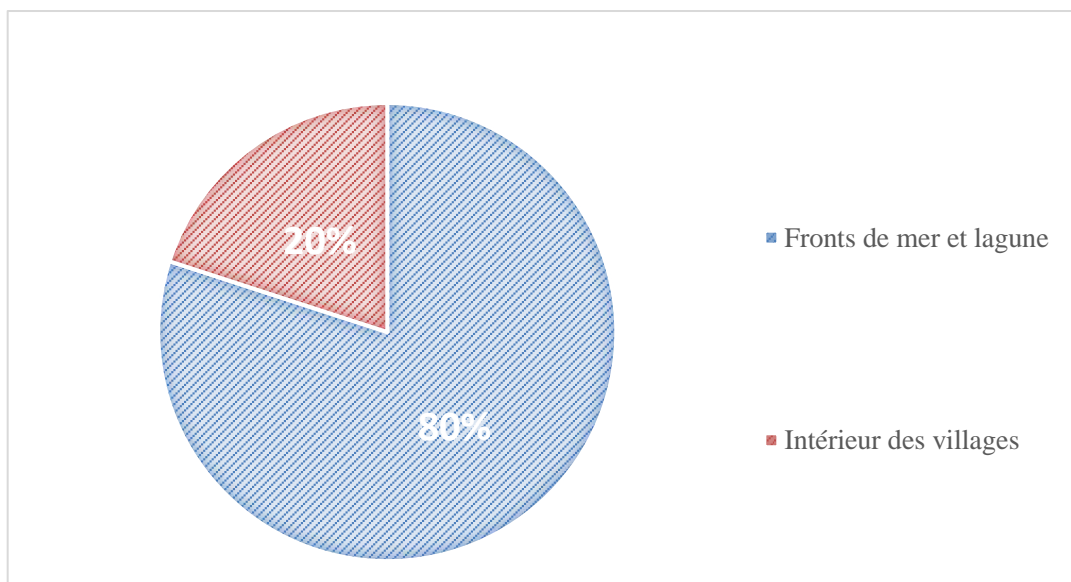


Figure 78 : Proportion d'activité touristique par grand ensemble spatial du village d'Assinie

Sources : PADVTICI-RSC (2014) ; BISSOU (2014)

De la phase de l'identification des équipements liés au tourisme dans les villages du littoral d'Assinie, il ressort que 80% des équipements touristiques sont localisés sur les fronts de mer et de lagune. Parmi ceux-ci les équipements d'hébergement représentent 88%. Il s'agit essentiellement des hôtels classiques avec restaurant et des paillotes privées marchandes ou non (Résidences hôtelières et résidences secondaires). Les villages de cette zone sont submergés par le tourisme. Ce dernier y marque fortement l'espace. Cette concentration des activités touristiques présente plusieurs configurations le long de la côte et de la berge lagunaire sur le littoral d'Assinie.

I-2- La typologie des concentrations spatiales du tourisme dans les villages côtiers du Sud Comoé

Cette organisation spatiale des activités touristiques dans certains villages de la région du Sud Comoé se présente sous plusieurs formes. La figure 79 en donne une illustration.

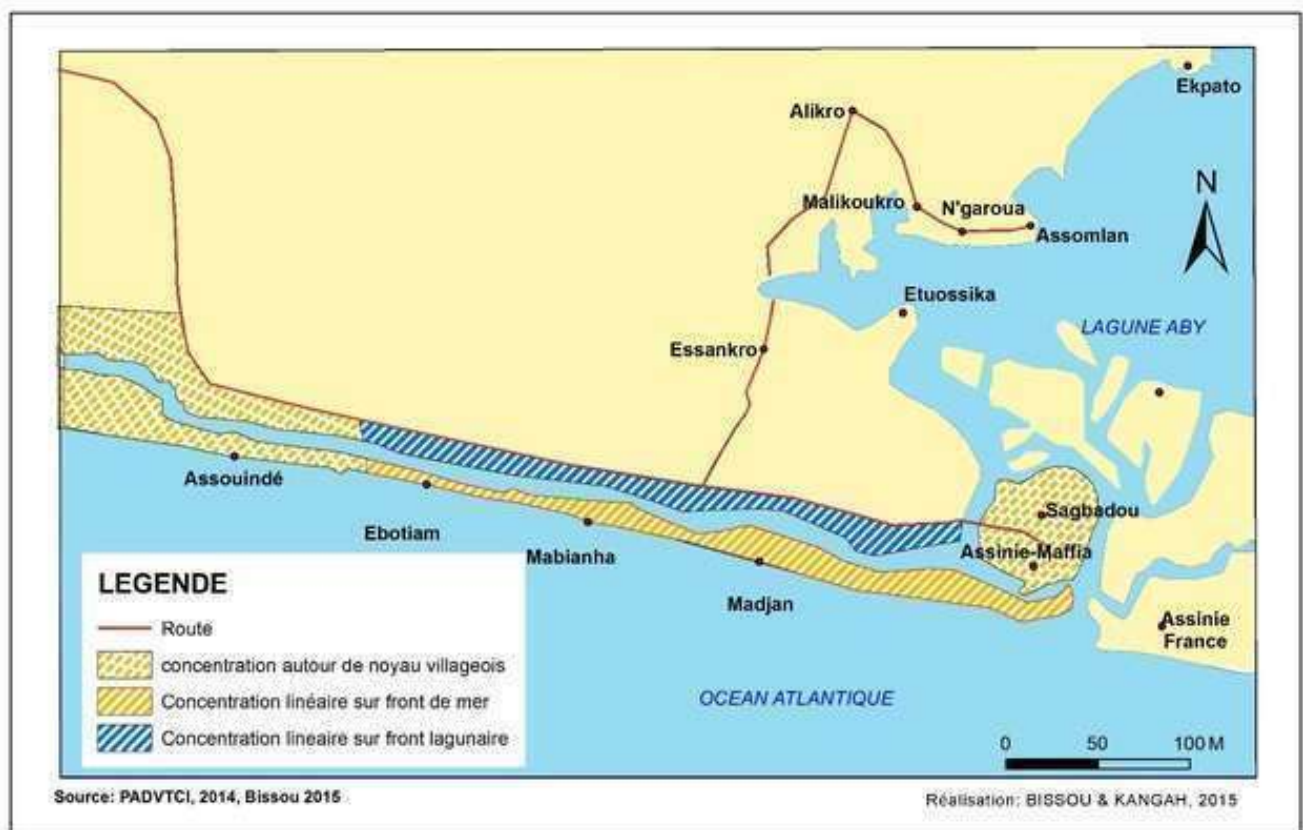


Figure 79: Concentrations des équipements touristiques sur les fronts de mer et de lagune sur le littoral d'Assinie

Source : BISSOU, (2014)

Cette figure montre que l'organisation spatiale du tourisme à Assinie est marquée par deux types de concentrations :

- une concentration compacte des équipements touristiques autour du noyau villageois. Dans ce type de concentration, les équipements sont implantés selon une configuration complexe à proximité des habitations des populations résidentes. A Assinie-mafia, on observe que ces équipements touristiques sont concentrés sur la berge lagunaire à proximité du noyau villageois. Dans ce cas il s'agit en majorité des maquis-bars comme le précise la figure 79.

- une concentration linéaire. Ce type de concentration s'observe sur les fronts de la mer et de la lagune. Ce type d'organisation spatiale des activités touristiques traduit un aménagement continu des côtes et des berges lagunaires. Sur la figure 79 on peut observer que sur le front de mer, il y a une succession d'installations touristiques depuis le village d'Ebotiam jusqu'à Assinie-Mafia (Figure 79). Il s'agit essentiellement des réceptifs d'hébergement pavillonnaire ou paillote privée, présentant des modèles différents l'un de l'autre (Figure 80). La continuité des installations touristiques fait de cette portion de la côte d'Assinie l'une des plus importantes densités touristiques du littoral.

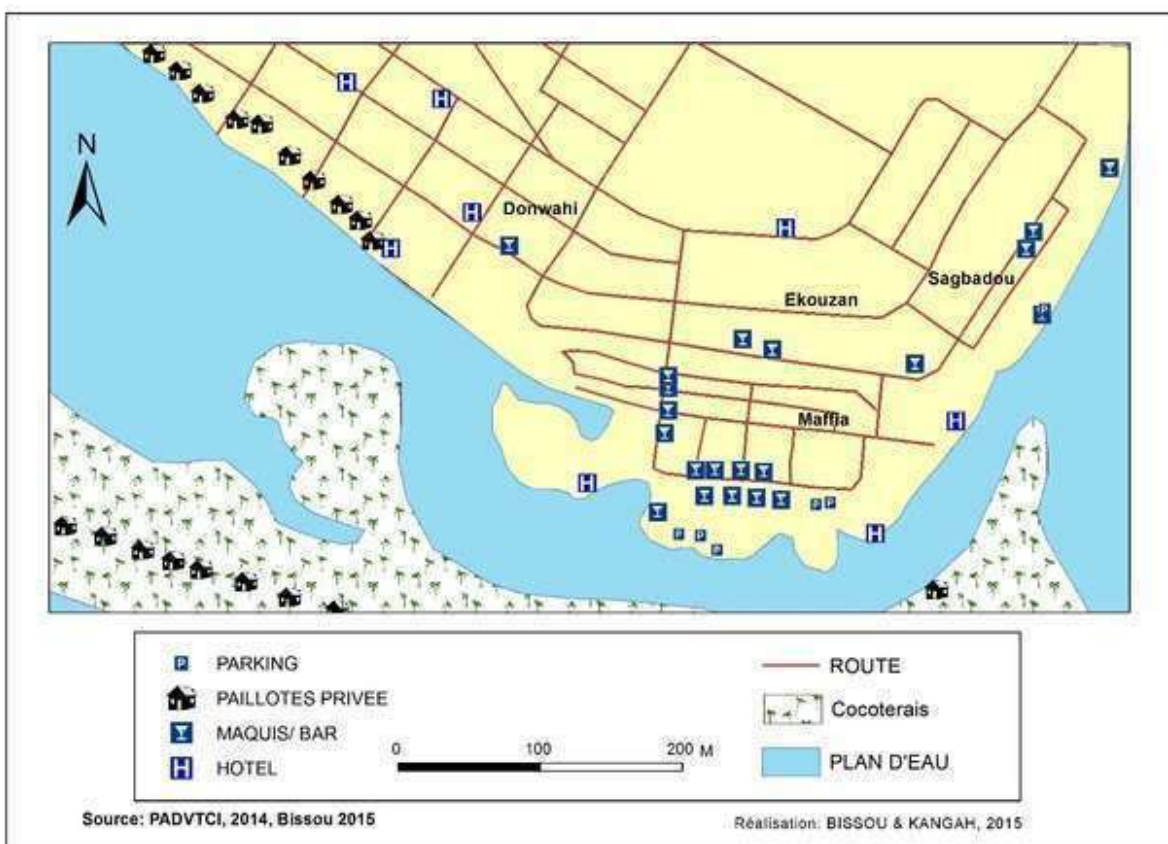


Figure 80: Implantation des équipements touristiques à Assinie

Cette figure 80 permet de constater que hôtels, résidences privées, restaurants, maquis et bars côtoient de façon permanente, les habitations les commerces et les installations de pêches sur le rivage. On note dans cette configuration que les installations se contentent de petits espaces en raison des fortes pressions touristiques exercées sur cette partie du littoral. Elle présente également un profil linéaire et étroit oscillant entre 250 et 800 m de largeur. A Assouindé on constate que cette concentration est plus visible au sein du village. En effet plusieurs activités touristiques occupent de façon anarchique l'étroit territoire du village. Ces activités ont même tendance à absorber les autres activités traditionnelles comme la pêche (Figure 81).

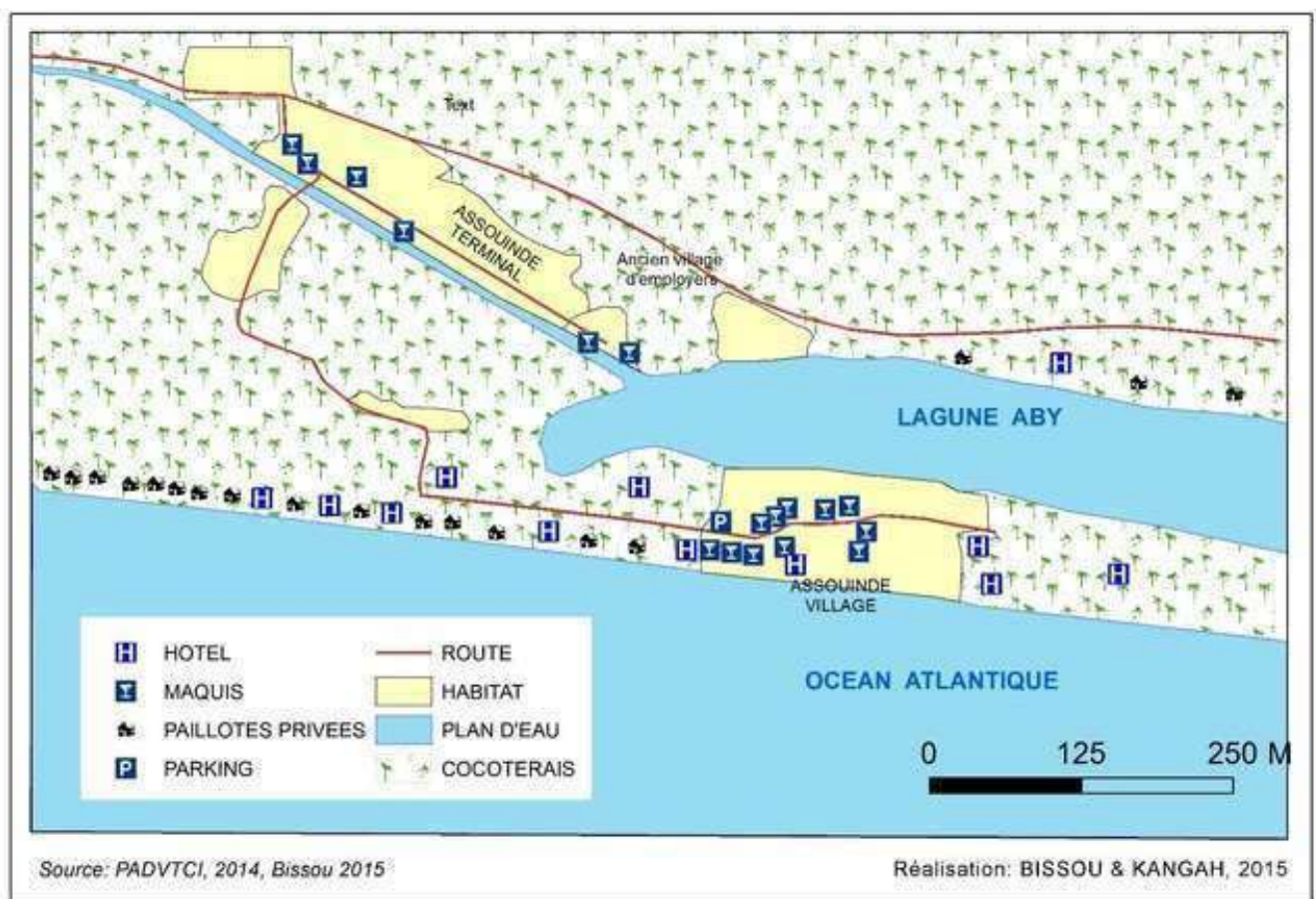


Figure 81 : Concentrations d'équipements touristiques sur le secteur d'Assouindé

I-3 Les conséquences de la forme de concentration spatiale du tourisme

Le deuxième élément, ce sont les conséquences de cette concentration d'équipements et d'activités sur ces espaces fragiles. En effet, l'ampleur de l'activité touristique met en évidence non seulement l'efficacité économique en termes de qualité et de pertinence de l'offre

touristique, d'efficience productive portée par une structuration et une professionnalisation de l'activité, mais aussi les effets de « polarisation » sur le développement des espaces environnants via les mécanismes multiplicateurs de croissance. En effet, les visiteurs (touriste et excursionnistes) sont attirés par la mer, les belles plages, le paysage verdoyant et calme des villages littoraux de la région du sud Comoé. Ces villages sont devenus alors le choix privilégié des opérateurs qui y ont investi dans l'hébergement, la restauration, les loisirs... Cela participe sans doute à leur dynamique économique.

Cependant, l'ouverture des territoires ruraux sur la côte aux installations touristiques massives n'y est pas sans conséquences négatives : la dégradation du milieu s'opère facilement dans ces villages comme Assinie, Assouindé, Azuréty, Mondoukou. La concentration des activités y met en évidence la forte pression sur l'espace. Elle montre la surexploitation des territoires ruraux concernés où la société locale se trouve généralement en marge des prises de décisions concernant son devenir. En outre, elle déstabilise les zones sensibles par la prolifération des résidences secondaires qui bloquent souvent toute possibilité d'aménagement, sur la consommation d'espace par l'urbanisation touristique intense.

Par ailleurs, il a été constaté particulièrement à Assinie et à Mondoukou un phénomène d'expropriation physique d'espace aux populations locales. L'enquête a permis de relever que dans ces villages, les populations locales n'ont plus accès à certaines portions des terres dont elles sont originaires. A Assinie et à Mondoukou par exemple, on note des sites où il est inscrit sur des panneaux « interdit d'accès »

Il s'agit du phénomène d'enclave touristique qui désigne des lieux touristiques caractérisés par une fermeture et une mono-fonctionnalité (GAY, 2008). Particulièrement, dans les villages d'Assinie, d'Assouindé, de Mondoukou, ce phénomène prend davantage d'ampleur avec l'installation des expatriés, des hautes autorités administratives à travers leurs résidences secondaires. Sur le littoral d'Assinie, par exemple, les enclaves touristiques se composent des lieux touristiques clos ou même ouverts, mais qui n'entretiennent presque pas des relations avec les populations locales. A juste titre, certains clubs touristiques comme les Marine de Babiahana et le Coucoue Loge qui dépendent d'une clientèle extérieure ont pu développer une parfaite autonomie. L'approvisionnement qui se fait généralement depuis Abidjan ou à l'international détourne ces clubs des circuits locaux de ravitaillement. Au niveau du personnel, il s'agit généralement de professionnels provenant des grands clubs hôteliers d'Abidjan. Ce sont des lieux maîtrisés par un opérateur privé dans lesquels s'applique une réglementation spécifique. Repliés sur eux-mêmes ils entretiennent des contacts très limités avec les populations locales. Ce sont des lieux surveillés dont l'accès est souvent contrôlé par des sociétés de

sécurité privée. De même, certains lieux touristiques ouverts sur le cordon ont développé un enclavement aussi considérable. C'est le cas du secteur côtier communément appelé "Beyrouth", secteur pavillonnaire entre les villages de Madjan et Mabianha. Ici l'enclavement est occasionné par un regroupement communautaire, en majorité des libanais qui détiennent des résidences secondaires sur cette partie de la côte. Les plages sont, à cet effet, entretenues et surveillées par ces occupants qui imposent dans les faits des restrictions aux populations locales avoisinantes.

On a observé aussi des parties des villages côtiers où la hauteur des clôtures empêche tout passant de percevoir l'intérieure des résidences. Ce sont des sites très surveillés où ont accès que les individus qui y exercent un emploi. Il s'agit dans ce sens d'un tourisme d'occupation qui ne bénéficie pas aux destinations touristiques rurales.

Bien que les constructions gardent autour d'elles des espaces verts bien entretenus (jardins, fermes, golf), il n'y a pas d'action d'intégration. La spéculation foncière fait reculer l'agriculture et pousse les propriétaires à ne plus entretenir leur foncier afin de laisser mourir les arbres pour obtenir facilement des permis de construire. L'architecture fait parfois appel à un modèle importé qui n'a rien à avoir avec l'architecture locale. La consommation d'eau (utilisations domestiques, entretien des parcs, des jardins) y devient de plus en plus grande.

Aussi cette concentration se perçoit-elle sur une partie des villages littoraux. Cela provoque une ségrégation spatiale dans ces villages. A ce titre, cette étude s'est intéressée au cas particulier du village Mondoukou.

Le tourisme dans le village de Mondoukou est caractérisé par une concentration des activités dans le secteur ouest. Les activités qui sont liées directement au tourisme se résument pour l'essentiel aux activités d'hébergement et de restauration. L'hébergement touristique à Mondoukou est mis en évidence par l'existence de quatre types d'équipements touristiques d'hébergement : hôtel classique, village de vacance, résidence secondaire, paillote. Le tableau 39 ci-dessous présente les quantités selon les types d'équipements d'hébergement

Tableau 39: Nombres des équipements touristiques de Mondoukou par type

Type d'équipement	Quantité	Proportion en %
Hôtel classique	3	3,75
Village de vacance	1	1,25
Résidence secondaire	5	6,25
Paillottes	71	88,75
TOTAL	80	100

Source : Bissou, 2014

Les paillotes sont des équipements de fortune construits avec des branches de cocotier nattées (Photo 36)



Photo 36 : Série de paillotes sur la plage de Mondoukou

Source : BISSOU, (2014)

Ces paillotes dont la location est estimée à 10000 F CFA la journée, appartiennent à cinq (5) jeunes du village. Ils servent de lieu de détente pour les visiteurs. Ils accueillent 80% des visiteurs dans le village selon l'enquête de terrain. L'enquête relève aussi l'existence de l'activité de restauration à Mondoukou. On dénombre deux restaurants classiques appartenant à Coconut' Village et Mon doux coin. Ces derniers ont respectivement 150 et 100 couverts. On a noté aussi, l'existence des maquis de plage construits en paille. L'identification et la localisation de ces activités touristiques mettent en relief leur agglomération dans le quartier Mondoukou plage à l'ouest du village comme l'illustre la figure 82 suivante.



Sources : PADVTCL, 2014, BISSOU 2015

Réalisation : BISSOU & KANGAH, 2015

Figure 82 : Contraste d'aménagement des espaces à Mondoukou

La lecture du plan ci-dessus illustre la concentration des activités touristiques seulement dans la partie ouest du village. Aussi, montre-t-il la segmentation du village en deux parties distinctes séparées par une voie. Cette concentration facteur de segmentation spatiale obéit selon les opérateurs du secteur, aux exigences de la rentabilité des entreprises de service. Le principe de rentabilité exige la réduction du coût d'investissement à travers la baisse des intrants (matière première, transport, clientèle). Plus l'entreprise est proche de la matière première et la clientèle, plus elle est rentable. Ce principe est aussi valable pour les entreprises de services comme celles du secteur touristique. A juste titre, pour GAGNON, (2001), les positions attractives jouent un rôle de premier plan dans l'organisation spatiale des territoires touristiques. Ces territoires s'organiseraient à partir de pôles attractifs sur lesquels vient se brancher l'activité économique qui rentabilise les sites choisis. En cela, les entreprises de tourisme s'installent sur des espaces qui présentent de nombreuses ressources touristiques (DEFERT, 1972). Il faut entendre par ressource touristique, « tout élément naturel, toute activité humaine ou tout produit de l'activité humaine qui peuvent motiver un déplacement désintéressé. Ils sont plus ou moins déterminants et constituent les matières premières du tourisme » (DEFERT, (1972). Il s'agit particulièrement des attraits naturels tels que le relief, le climat, la flore, la faune et l'eau. Les pratiques touristiques sont fortement liées à ces ressources dite matière première du tourisme. C'est à partir de ces ressources que les territoires sont transformés en site d'attraction pour les visiteurs. Par conséquent, une entreprise touristique qui s'installe à proximité des ressources touristiques, accueille inéluctablement les touristes qui y viennent. De l'enquête de satisfaction touristique réalisée dans les villages, il ressort que la mer, les plages, les berges lagunaires sont les ressources touristiques qui attirent 81% des visiteurs dans la région du Sud Comoé. Or, l'observation de la figure 100 montre qu'à l'ouest de Mondoukou le milieu naturel est plus attractif. A ce sujet, le chef de village de Mondoukou fait remarquer que c'est la partie qui est plus proche de Grand-Bassam. Aussi, ce quartier a-t-il bénéficié d'un axe routier bitumé qui reliait facilement le village à la ville. Cette voie a favorisé le désenclavement du village. Autrefois, en 1958, à la faveur de la construction des deux ponts sur la lagune Ebrié et le fleuve Comoé, cette route a été créée. Elle était une déviation qui permettait aux usagers de joindre les villes de Bonoua et d'Aboisso et même le Ghana en passant par Mondoukou. Dès lors, ce village a fait l'objet d'attention non seulement de grands opérateurs du secteur hôtelier mais aussi de nombreux visiteurs- touristes estimés aujourd'hui à 100 par mois. Plusieurs établissements de renom s'y sont succédés. Sur le plan naturel, cette partie du village non seulement possède la plage la plus vaste et la moins profonde de cordon littoral de Mondoukou, mais elle est aussi située entre mer et lagune. Les opérateurs du secteur préfèrent plus les espaces avec ces

caractéristiques naturelles qui influencent en grande partie le choix des visiteurs. Cette segmentation du territoire rural de Mondoukou est plus perceptible à cause du contraste qui existe dans l'organisation spatiale des parties (Figures 83 et 84).

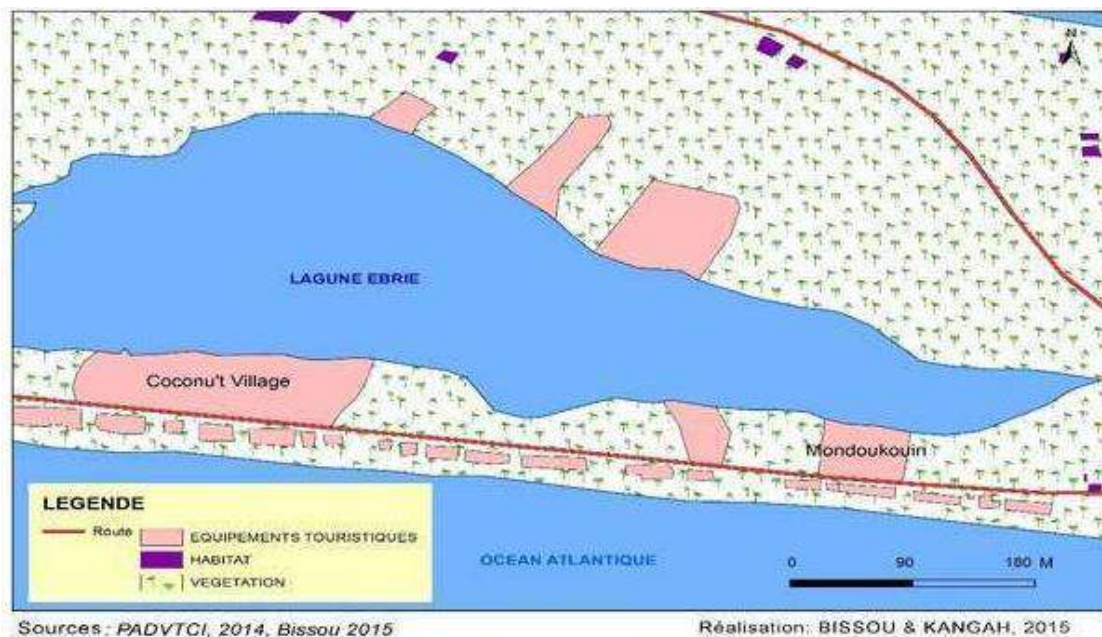


Figure 83 : Aménagement touristique dans le quartier Mondoukou plage

Le quartier Mondoukou plage où sont concentrées les activités touristiques est bien structurée (Figure 83). En effet, les réceptifs touristiques occupent le meilleur site du cordon littoral de Mondoukou tandis que l'habitat destiné à la population résidente se contente des sites avec un habitat précaire (Figure 84).

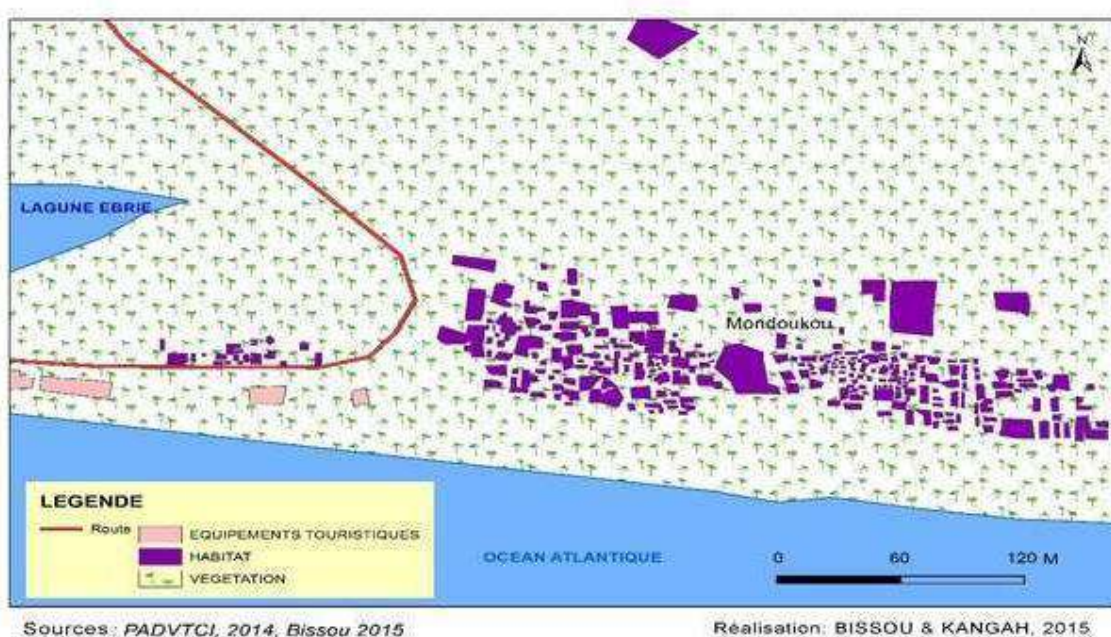


Figure 84 : Espace occupé par la population locale (le noyau villageois)

Ce secteur, caractérisé par un mitage dans l'occupation spatiale, est juxtaposé au quartier de haut standing parfois restreint prioritairement aux visiteurs-touristes. Dans cet élan certains opérateurs touristiques approprient d'importants secteurs et restreignent même l'accès aux populations locales. Cette ségrégation se matérialise souvent par des barrières physiques à partir de hautes clôtures pour empêcher aux riverains toutes possibilités d'accès. Sur le cordon certains occupants engagent des sociétés privées pour la sécurité de leurs résidences. On assiste à cet effet à une confiscation de l'espace littoral et même des restrictions de pêches dans des secteurs lagunaires.

II – FAIBLE ANCRAGE SPATIAL DU TOURISME EN MILIEU RURAL : LE TOURISME DIFFUS

II-1- Le tourisme diffus : la forme d'organisation spatiale du tourisme la plus répandue dans le monde rural de la région du Sud Comoé

Les mots de la géographie donnent une définition du mot « diffus » qui peut servir de point de départ à l'analyse spatiale du tourisme en milieu rural. Dans ce document de référence sémantique pour le géographe, le terme diffus signifie : « répandu en tous sens, mais avec une idée de dispersion, de faible densité et parfois d'une certaine confusion. Notion statique, qui s'emploie notamment pour l'habitat, et s'oppose dans une certaine mesure à l'idée de diffusion » (BRUNET, 1992). La notion de tourisme diffus est apparue assez récemment, les premières références remontent à 1994. Il se définit par rapport au tourisme concentré.

Ce type d'organisation spatiale du tourisme a fait le principal objet de débat au colloque international de Clermont-Ferrand en 1994. Les communications de ce colloque ont montré une ambiguïté de la définition de ce concept d'autant plus que les spécialistes intervenants en ont donné une variété de définitions à partir des expériences de leur terrain d'étude. Toutefois, de ces actes, il ressort que le tourisme diffus rassemble différentes formes non concentrées de tourisme qui existent dans des lieux non touristiques, au sein d'économies polyvalentes dont la dynamique peut être déclinante ou ascendante (JAMOT, 1994). Par ailleurs, de ces communications, il est ressorti des analyses sur le tourisme diffus selon plusieurs approches dont l'approche spatiale qui correspond à l'orientation de cette étude. JAMOT (1994) énonce que cette approche considère le tourisme diffus comme un tourisme aréolaire (Figure 85).

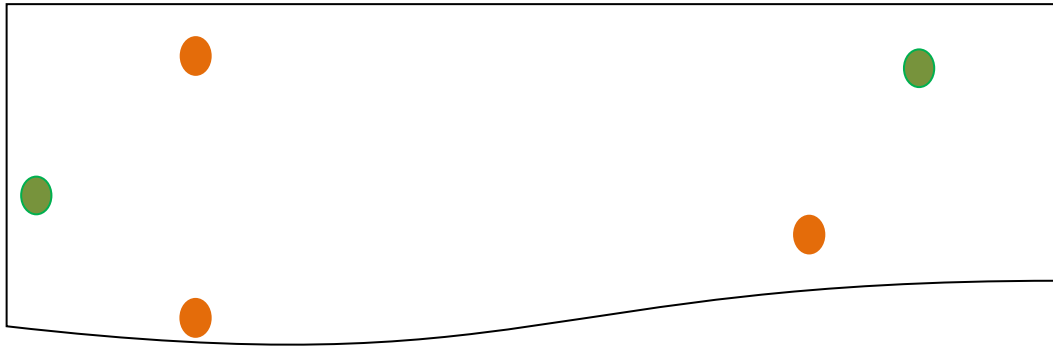
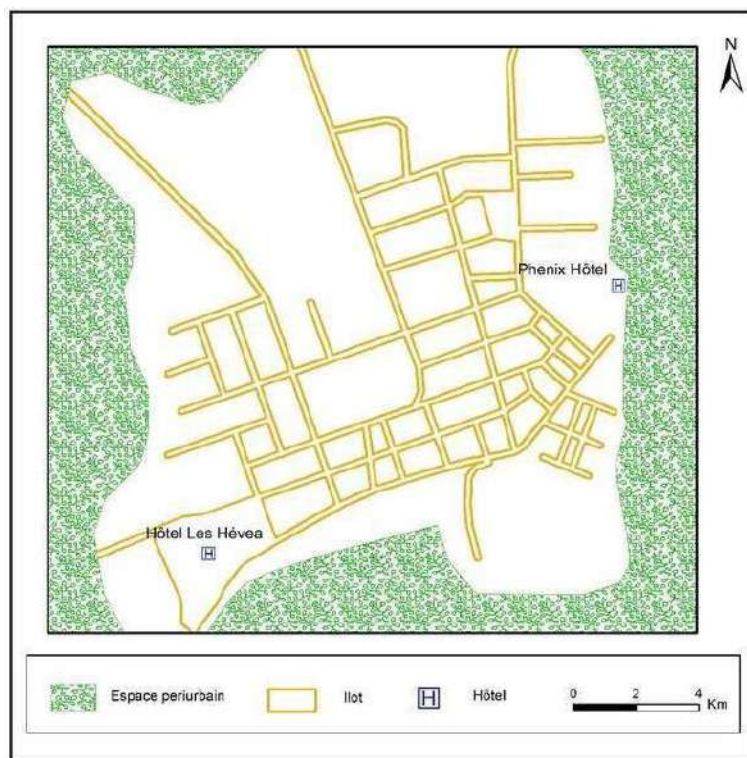


Figure 85 : Modèle de tourisme diffus

Source : BONNIOT et al. (2010)

Conception et réalisation Bissou, 2014

Nombreux chercheurs s'accordent pour affirmer que cette forme d'organisation spatiale peu intensive est rencontrée essentiellement en milieu rural. Elle est très caractéristique du tourisme en milieu rural. Elle se traduit par des initiatives dispersées aussi bien en termes d'équipements d'hébergements, de restaurations que de loisirs. A titre d'illustration, cette forme d'organisation spatiale du tourisme est observée dans 97% des villages de la région du Sud Comoé. Ces derniers sont essentiellement des villages de l'arrière-pays. Certains villages bordés par les lagunes et fleuves en sont aussi marqués. Cette forme d'organisation spatiale est la plus répandue dans le monde rural de la région du Sud Comoé. Elle présente une dispersion des équipements touristiques si bien que ces derniers semblent discrets (Figure 86).



Sources : PADVTI-RSC, 2013 ; BISSOU, 2014 ; CCT, 2014

Réalisation : BISSOU & KANGAH, 2015

Figure 86 : Occupation touristique diffuse à Bongo

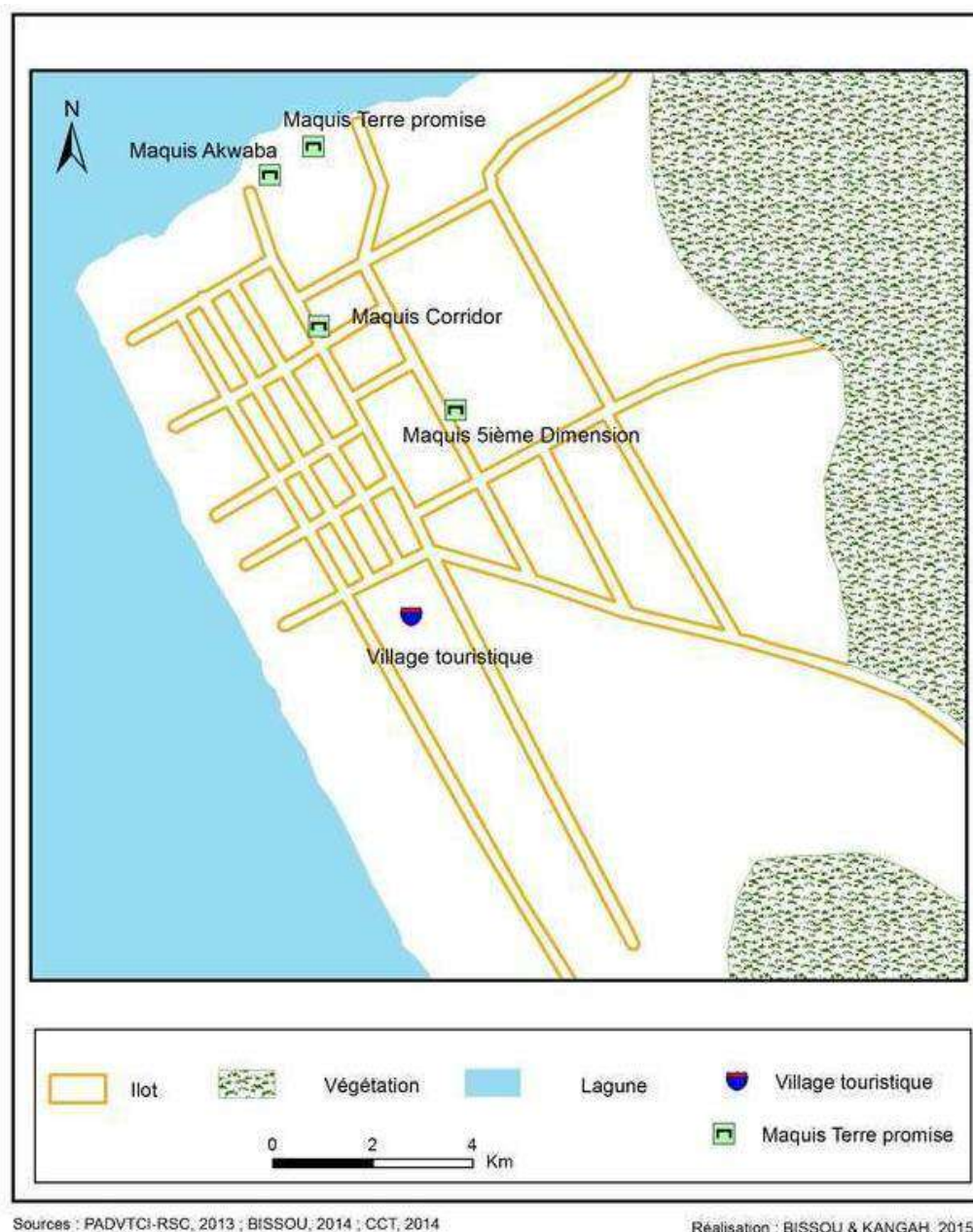


Figure 87 : Occupation touristique diffuse à Etuéboué

Les figures 86 et 87 présentent la distribution spatiale des équipements touristiques dans les localités rurales de Bongo et d'Etuéboué. On constate que l'occupation touristique y a un caractère extensif et diffus dans l'espace. Particulièrement le plan de Bongo montre une quasi absence d'équipement touristique. La localité d'Etuéboué située non loin d'Adiaké et d'Assinie présente aussi cette même configuration des installations touristiques. Ces dernières y sont dispersées. Il s'agit ici d'espace touristique peu structuré et diffus (DELIGNIERES, 1994).

II-2- Les incidences des formes spatialement diffuses sur l'espace rural

Cette forme spatialement diffuse du tourisme est un mode de développement touristique alternatif aux phénomènes de saturation et de surfréquentation du tourisme de masse, c'est alors « une curieuse réalité territoriale, empruntant plus à l'idéologie et au social qu'à l'économique » (KNAFOU, 1995). Il peut être vu comme « une tentative de mise en valeur de zones peu attractives dont la vocation touristique n'est guère évidente » (BOURDEAU 1995).

Dans le même état d'esprit, pour VIOLIER (2009), le tourisme diffus est pris comme « une morphologie spatiale, caractérisée par la faible pression exercée par l'activité touristique sur un espace différencié et façonné en concurrence, avec ou sans régulation, par des acteurs non-touristiques, ou par des acteurs dont les préoccupations ne sont pas exclusivement touristiques ». Cette orientation de VIOLIER (2009) est exprimée dans la majorité des villages de la région du Sud Comoé. L'expérience du terrain a permis d'observer des villages où les équipements touristiques existent en nombre réduit et sont disséminés ici là. Ils ne donnent pas au territoire une structuration de l'espace à l'image des ressources touristiques qui y sont souvent. Cette forme d'organisation diffuse n'a aucune incidence majeure sur l'espace de plusieurs villages.

Dans ces villages, de « diffusion », comme le soutient aussi BACHIMON (1995), le tourisme n'est pas vu comme procurant une rentabilité suffisante pour être conduit seul, mais plutôt comme un complément économique pour les résidents, agriculteurs et pêcheurs. Cette faible structuration spatiale présente certes à un avantage pour l'environnement, mais elle met en évidence que le développement du tourisme y est lent, ses acteurs peu professionnels et sa rentabilité faible. Par ailleurs, on note que, dans ces villages, le tourisme y est peu organisé, dispersé, ses retombées profitent peu ou pas au territoire.

Il ressort de cette étude que cette forme d'occupation touristique dénote de la faible densité du tourisme dans le territoire rural. Pour ce qui concerne les territoires ruraux de la région du Sud Comoé, il ne s'agit pas de motif ou de préférence d'une forme de tourisme, mais cela traduit bien le faible développement du tourisme dans les milieux ruraux. Comme cela a été souligné dans la deuxième partie de cette thèse, cette insuffisance s'explique, en grande partie, par le manque de volonté de développement intégré du tourisme. Ici encore, on met l'accent sur l'importance des acteurs plus ou moins spécifiquement touristiques dans le fonctionnement local du tourisme.

Cette réalité spatiale du tourisme pourrait être une phase pionnière de développement touristique des villages si, en réalité, le tourisme est intégré dans un processus de promotion et

de planification spatiale. Ainsi, il correspondrait à l'idée que KNAFOU fait du tourisme diffus. En effet, d'après KNAFOU (1995), le tourisme diffus pourrait être « la première phase d'un éventuel processus de développement touristique conduisant à d'autres formes, plus concentrées et massives de tourisme dans les milieux ruraux. GAGNON (2001), justifie que pendant la première phase dite « pionnière », la campagne est isolée. Il n'y a pas, ou presque pas de développement. Les touristes n'ont qu'une vague idée de la destination et n'ont pas tendance à en changer le contexte physique et social. Les habitants de la région visitée restent en marge de l'activité. Les arrivées et les départs ont peu de significations sur le milieu physique, la vie économique et sociale des résidents.

III- TYPOLOGIE DES LIEUX TOURISTIQUES ET RELATIONS VILLES-CAMPAGNES PAR LE TOURISME DANS LA REGION DU SUD COMOE

III-1- Les types de lieux touristiques dans l'espace rural de la région du Sud Comoé

Les pratiques touristiques dans les villages induisent une typologie de lieux touristiques. Ces lieux sont, soit d'ordres naturel soit d'ordre architectural.

III-1-1- Lieu touristique naturel dans l'espace rural de la région du Sud Comoé

Le lieu touristique naturel est un site touristique qui n'a fait l'objet d'aucun aménagement préalable (mers, montagnes, parc national) ce sont des types de lieu qui ont favorisé la naissance du tourisme. Selon l'OMT, c'est après la découverte de la montagne de Chamonix par deux anglais, Pooke et Windham, en 1741, qu'est né le courant de touriste britannique. Ce sont des lieux qui font l'objet d'exploitation avant toute intervention planifiée et voulue (Figure 88).

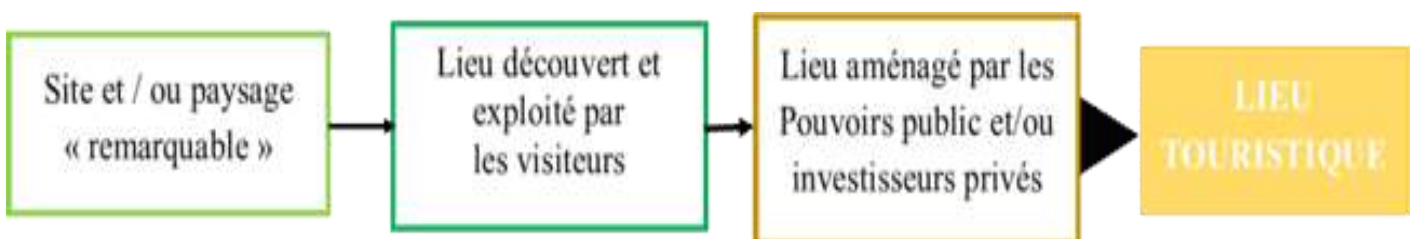


Figure 88 : Lieu créé par le tourisme

Source : *BISSOU, 2014*

Les pratiques touristiques identifiées dans le monde rural de la région du Sud Comoé attestent que ce type de lieu touristique est dominant. Plus de 72% des sites et monuments recensés au cours de l'enquête sont encore ignorés des autorités administratives et des professionnels privés. Ces lieux ont été révélés par des visites spontanées des individus nationaux ou étrangers. Plusieurs d'entre eux font l'objet d'exploitation par des individus ou groupes d'individus à des fins touristiques (Pique-nique, randonnée pédestre, jeux, détente repos, recollection ou pèlerinage...). Certains ont fait l'objet d'aménagement touristique. Par contre, d'autres sont restés à l'état brut et continuent de recevoir des visiteurs. On peut en cela citer les environs de la forêt des marais Tanon Ehy (FMTE) (Figure 89).



Figure 89 : Localisation de la forêt des marais

Source : Google earth, 2014 ; RASAPCI, 2014

Réalisation : RASAPCI, 2014

Cette forêt est une attraction touristique de la région encore non aménagée par les autorités administratives et opérateurs privés. Toutefois des études de sa mise en valeurs sont effectuées par le centre suisse et d'autres organismes non gouvernementaux.

On peut également citer l'espace de détente Etinglin1 du village d'Eboué. Cet espace dominé par une source d'eau aux origines extraordinaires constitue depuis longtemps une attraction touristique d'autant plus qu'il est visité par des milliers de personnes (Photo 37)



Photo 37 : Espace Etinglin 1 pour des baignades thermales dans le village d'Eboué
Source : *BISSOU, 2016*

On a attribué à cette source des qualités thérapeutiques. En effet selon plusieurs interlocuteurs du village, toutes les personnes atteintes d'un rhumatisme et qui s'y baignent en ressortent guéries. Elle est visitée par plusieurs personnalités. Par conséquent, il a fait l'objet d'un relatif aménagement qui l'améliore comme cadre d'accueil et de loisir pour des baignades thermales. Par conséquent, ces lieux sont mis en valeur par les touristes. Ils n'acquièrent le statut de lieu touristique que par leur mise en tourisme.

III-1-2- Lieu touristique architectural dans l'espace rural de la région du Sud Comoé

Le tourisme est un outil de transformation du monde. Les puissances économiques comme les USA n'hésitent pas à investir massivement dans le développement des activités touristiques. Et ce, à travers la création d'espace, d'équipement et leur mise en tourisme. Il s'agit donc d'un aménagement touristique. L'aménagement étant « l'ensemble d'action concertées visant à disposer avec ordre les habitants, les activités, les constructions, les équipements et les moyens de communication sur l'étendue du territoire » HAUHOUOT (2002). Le type de territoire envisagé qualifie le type d'aménagement. Dans ce cas le lieu touristique est dit architectural ou artificiel (les monuments, les musées, les édifices religieuses) (Figure 90).

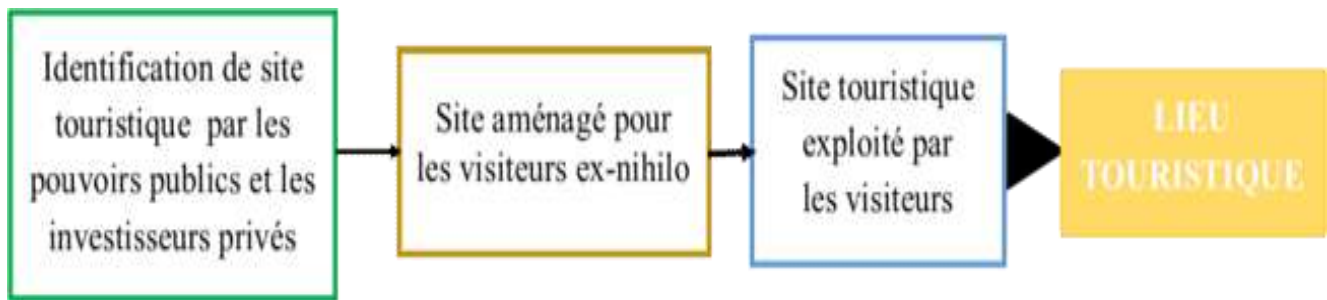


Figure 90 : Lieu créé pour le tourisme

Source : BUTLER (2006), BARBAZA (1970)

Conception et réalisation : Bissou, 2014

Cet espace renferme les patrimoines historiques et culturels du village. L'espace est construit pour répondre à une demande touristique : C'est le lieu conçu et créé pour le tourisme. BARBAZA (1970) le recommande en ces termes « Si un mouvement spontané ne se produit pas en faveur d'une région dont le potentiel touristique paraît cependant intéressant, on peut essayer de le provoquer : soit, en créant, ex nihilo, des stations nouvelles, indépendantes, plus ou moins isolées. On aboutit en ce cas à un aménagement ponctuel. Soit en aménageant volontairement, un ensemble touristique, intégrant des noyaux de peuplement ancien et des stations nouvelles, solidaires les uns des autres, dans un espace continu (Figure 90).

Ce type de lieu touristique est constaté aux environs de Yaou dans la sous-préfecture de Bonoua. En effet, un espace accidenté au bord d'un affluent du fleuve Comoé a été aménagé selon une architecture voulue par le maître d'ouvrage pour bâtir l'édifice religieux du sanctuaire mariale Notre Dame de la Garde afin de permettre un recueillement spirituel des visiteurs pèlerins. Cet espace autrefois, négligé et même ignoré du grand public malgré ses attraits naturels, aujourd'hui fait l'objet d'importants flux de visiteurs. Il est classé parmi les attractions touristiques majeures de la région. On note aussi le campement ambassadeur. Cet espace aménagé en site agropastoral à des fins touristiques constitue une preuve de l'aménagement volontaire d'espace pour le tourisme.

On peut aussi rappeler les plans d'aménagement touristique du littoral d'Assinie. En effet, le décret n°70-530 portant protection d'Assinie, a érigé en zone touristique prioritaire la zone rurale Assinie-Assouindé dans la région du Sud Comoé. Précisément, l'article premier de ce texte fait d'Assinie une zone d'intérêt touristique prioritaire et protégée et en détermine les limites. Par ailleurs, en son article 3, il est écrit : « Toute la bordure nord de la lagune d'Assinie, entre le PK 27 à l'ouest et le canal d'Assinie-Aby à l'est sur une profondeur de 250 mètres est frappée d'une interdiction totale de déforester et de servitude non aedificandi ». Par conséquent, les deux villages (Assouindé et Assinie) ont fait l'objet d'un projet de planification et

d'aménagement touristique par l'Etat. Le village d'Assouindé a été la première zone d'aménagement identifiée selon un schéma d'aménagement conçu (Figure 91). Ce schéma avait prévu dans ce secteur près de 60 ha d'équipements touristiques. Dans cette première zone du projet, l'accent a été mis sur la création de villages de vacances afin de promouvoir un modèle touristique de masse. Auprès des réceptifs d'hébergement, il a été prévu la mise en place de diverses structures d'animations autour d'un Terminal. A l'opposé des réceptifs d'hébergement qui serait sur le cordon, les structures d'animations occuperaient le front lagunaire. Dans l'ensemble, c'est 1600 m² d'équipements prévus pour la réalisation de Cinéma, café-bar, boutique, restaurant et épicerie (figure 91).

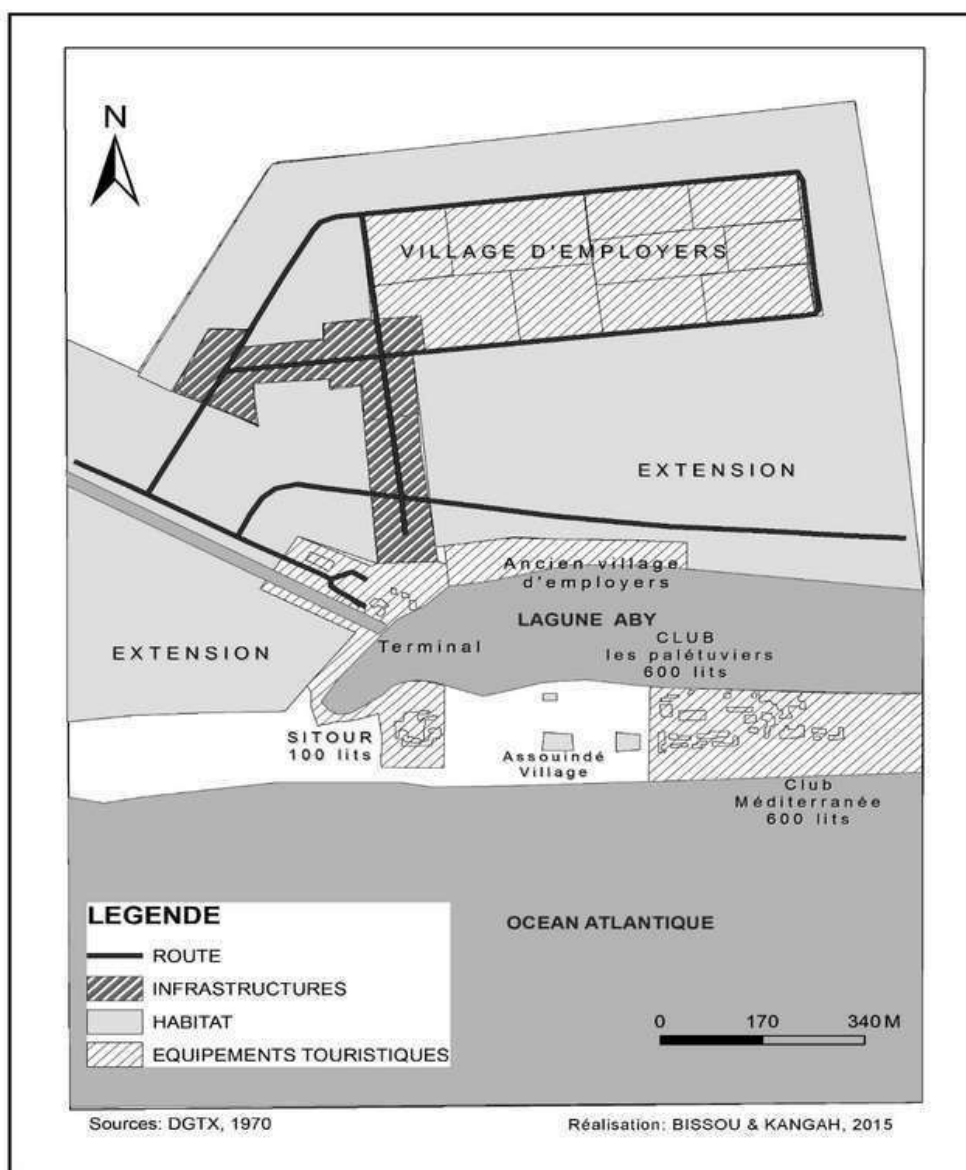


Figure 91: Schéma d'aménagement touristique prévu à Assouindé

Dans la même optique, la seconde zone de projet s'est articulée autour du secteur d'Assinie à l'extrémité Est du littoral. A l'instar du secteur d'Assouindé le plan y a prévu 100ha d'équipements touristiques dont des équipements réceptifs, des infrastructures et des structures d'hébergements du personnel hôtelier. Cela a été défini selon un schéma directeur également conçu par les experts de la DCGTx (Figure 92)

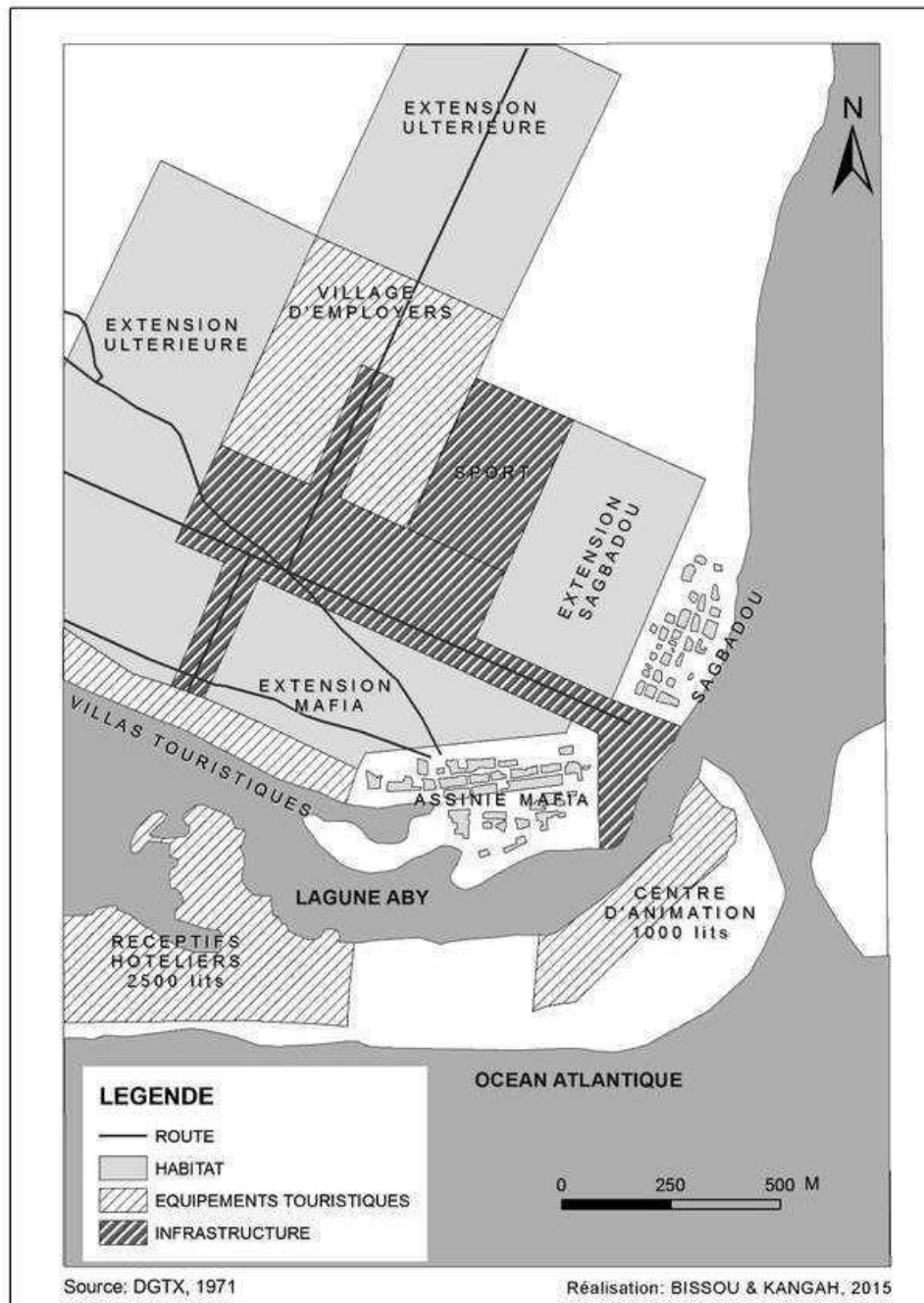


Figure 92 : Schéma d'aménagement touristique prévu à Assinie

Dans ce secteur il a été prévu une intensification des réceptifs par rapport au secteur d'Assouindé, soit 55% des aménagements touristiques prévus contre 35 % à Assouindé. En effet, pour l'hébergement touristique, il était envisagé la mise en place de deux ensembles hôteliers de 2500 lits. Cet hébergement touristique devrait être développé sur le cordon au niveau de Mabianha et de Madjan et sur le front lagunaire à l'entrée du village d'Assinie-maffia. Au niveau de l'animation, il était question de créer un véritable centre d'animation doté d'une boîte de nuit, un cinéma des commerces et un resto-bar.

En somme, ce projet dont le budget en terme d'opération immobilière est environ 2 021 500 000 F (DCGTx-SIAT, 1989), justifie que, dans l'espace rural de la région du Sud Comoé, des territoires ont été identifiés par les pouvoirs publics qui y ont élaboré un projet d'aménagement touristique. Certes, ce projet n'a pas pu être réalisé comme prévu, mais il a favorisé une attraction des investisseurs privés constitués en personne physique et morale pour y implanter divers équipements touristiques. On retient, de ce fait, que dans l'espace rural, il existe au moins deux villages soit 1% qui ont été les cadres d'aménagement pour le tourisme tel qu'illustré par la figure 90. Ainsi, les destinations touristiques peuvent être analysées comme des construits sociaux, produit d'image, de réputation, issue de la capacité des organisations qui les construisent à communiquer sur elle-même et par là à accroître leur attractivité

CONCLUSION DE LA TROISIEME PARTIE

De prime abord, les territoires touristiques comportent des lieux d'hébergement, des lieux de détente et de loisirs, des lieux s'offrant à la découverte du paysage (site naturel protégé, arrondissement historique. etc.). Quelle que soit leur structuration, du fait des activités touristiques, il est observé que ces endroits sont nettement séparés de ceux où réside et travaille la population locale. La séparation est aussi nette entre les lieux du tourisme de masse et ceux du tourisme de luxe. Cette situation qui marque véritablement les villages du sud Comoé est relevée par (CAZES, 1992) qui soutient que la nature du tourisme est profondément, organiquement insulaire : les logiques internes de distinction, de spécialisation, de ségrégation et les techniques de production y concourent puissamment. Tout ce qui précède permet de confirmer l'hypothèse 3 selon laquelle : « *Dans l'espace rural de la région du Sud Comoé, le tourisme est caractérisé par une dispersion spatiale qui traduit son faible impact socio-économique.* »

CONCLUSION GENERALE

De façon générale, un accent particulier a été mis sur le rapport du tourisme à l'espace rural. Cela a rarement fait l'objet d'étude spécifique en Côte d'Ivoire. Certes, il y existe des travaux centrés sur le tourisme, mais ce n'est qu'accessoirement que la question de ce secteur en campagne y apparaît. Même les études touristiques ivoiriennes ne donnent quasiment pas un intérêt central au milieu rural. Le rapport « tourisme et campagne » est un objet de recherche pour la géographie du tourisme. Cette dernière qui constitue le champ spécifique de cette thèse, a pour centre d'intérêt : les flux touristiques et leur localisation, les conséquences des activités touristiques sur les ressources naturelles, humaines et l'organisation spatiale dans les destinations touristiques. C'est ce qui a été au cœur de toute l'analyse. Celle-ci s'est réalisée dans le cadre théorique qui a combiné approches multidisciplinaires et systémique. En effet, cette étude a tenté de croiser les aspects qualitatifs et quantitatifs de plusieurs variables relevant de disciplines différentes (sociologie, histoire, économie, gestion, géographie) en lien avec les composantes du tourisme et plusieurs catégories d'acteur. Ces informations multiples traduisant l'approche systémique d'un phénomène transversal et complexe comme le tourisme ont conduit à mener plusieurs investigations complémentaires qu'il était parfois difficile de réunir dans un ensemble homogène. Elle s'est également effectuée à partir d'une méthodologie qui obéit à la démarche hypothético-déductive. Elle exige la définition précise de la zone d'étude, des unités d'observation, des variables, des techniques de collecte de donnée conséquentes. Aussi faut-il souligner que cette thèse a été réalisée dans le cadre de l'opération pilote du PADVTCI dans la région du Sud Comoé. Cette opportunité a permis de faire une enquête exhaustive dans tous les villages de la région et sur les différentes composantes du tourisme pour répondre précisément à la préoccupation principale. Il s'est agi ici de montrer les déterminants de l'insuffisance de la structuration de l'espace rural par le tourisme. Pour mieux répondre à cet objectif trois hypothèses ont été émises et vérifiées.

D'abord, l'analyse des données sur la localisation des attraits et équipements touristiques relève que l'espace rural de la région du Sud Comoé est riche de sa diversité touristique. Il offre sans équivoque plusieurs potentialités touristiques à savoir, un cadre physique et socio-économique favorable, des sites fascinants. Il dispose particulièrement d'un grand nombre d'hôtels soit 55 % de l'équipement hôtelier de la région. Ce grand nombre d'hôtel est un facteur indispensable à l'essor du tourisme d'autant plus que les hôtels sont considérés comme des cadres de séjour agréable. Toutefois, ces différents attraits sont en majorité non encore exploités et inconnus du grand public des voyageurs-visitant. Aussi, note-t-on que les ressources

touristiques les plus exploitées sont localisées au sud de l'espace rural de la région. Par conséquent, contrairement à ce qu'on aurait pensé, vue la disponibilité des attraits touristiques dans toutes les parties du milieu rural de la région, les attractions touristiques majeures représentent moins de 25% des villages identifiés. Cela traduit une disparité dans la répartition spatiale de l'activité touristique. Même si la possibilité du tourisme existe dans tous les villages, la pratique touristique reste encore concentrée dans une minorité de village. Ainsi, nous avons confirmé de l'hypothèse suivante : « *Les principaux attraits touristiques exploités s'observent en majorité dans les zones rurales situées au sud de la région du Sud Comoé* ».

Ensuite, on note qu'au-delà des possibilités ou non du tourisme, la coordination des acteurs constitue une variable déterminante dans la dynamisation du tourisme d'une région. Le tourisme, repose sur un système d'acteurs composé aussi bien d'acteurs individuels que collectifs. Les relations entre ces derniers sont interdépendantes, harmonieuses ou conflictuelles. Par conséquent, il est impérieux de mettre l'acteur au centre de cette recherche afin de mieux comprendre les logiques qui sous-tendent le fonctionnement du tourisme comme système. Pour mieux les appréhender, ces acteurs ont été répertoriés et, de façon distincte, ils ont été étudiés. La liste de ceux-ci est loin d'être complète. L'analyse du jeu des acteurs du tourisme avec MACTOR conduit à s'interroger sur l'organisation territoriale du tourisme. Cette étude a permis de se rendre compte que les acteurs du tourisme dans la région du Comoé, de façon générale, manquent d'une synergie des actions. Surtout dans le milieu rural, ces derniers n'ont aucune vision de développement intégré global. Par conséquent, les populations locales des différentes destinations touristiques rurales sont rarement impliquées dans l'organisation des activités. Le tourisme est, certes, fortement pratiqué dans certains villages comme Assouindé, Assinie, Mondoukou, Azuréty, mais dans l'indifférence totale des villageois. De plus, la majorité de ces populations ignorent encore le tourisme comme une activité économique, à l'instar de l'agriculture et de la pêche. Pour elles, c'est un jeu. Par conséquent, on ne perçoit pas de retombées concrètes pour les villages, en termes de développement local. Il ressort de ce fait la confirmation de l'hypothèse suivante : « *L'activité touristique de l'espace rural dans le Sud Comoé est en grande partie marquée par une absence de système de coordination approprié* ».

Enfin, même si le tourisme existe dans les villages et y connaît davantage un essor en termes de visiteurs et de pratiques, cette activité demeure encore insignifiante dans le paysage socioéconomique. L'analyse a montré que le milieu rural de la région du Sud Comoé est fortement dominé par les activités du secteur primaire comme l'agriculture et la pêche. De ce fait, les formes d'aménagements qui caractérisent l'occupation touristique dans le milieu rural

de la région du Sud Comoé sont le tourisme concentré et le tourisme diffus. Cette dernière forme d'occupation touristique est identifiée dans environ 96% des 178 villages de la région. Elle est traduite par une dispersion des équipements touristiques dans les villages. Loin d'être ce que KNAFOU (1992) considère comme le début du tourisme dans ces villages, ce caractère diffus de l'occupation spatiale est la preuve d'une faible structuration de l'espace par le tourisme. Ainsi, cette étude atteste que *dans l'espace rural de la région du Sud Comoé, le tourisme est caractérisé par une dispersion spatiale qui traduit son faible impact socio-économique.*

En somme, cette étude relève que les attraits touristiques du milieu rural de la région du Sud Comoé sont en majorité ignorés dans les politiques de promotion touristique. En outre, elle met en évidence la disparité spatiale des attractions touristiques, une insuffisance des équipements propres au tourisme, le caractère diffus du tourisme, une inadéquation entre l'apport insignifiant du tourisme et son dynamisme dans la région. On note que ces limites résultent moins des facteurs naturels que de l'inefficacité des acteurs du tourisme. En effet, ces derniers possèdent une autonomie d'initiative et de décision dans le processus de gestion de l'espace. Ce sont les acteurs qui organisent l'espace à travers les activités comme le tourisme. Cependant, le monde rural de la région du Sud Comoé est marqué par une absence de coordination efficiente des acteurs du tourisme. De plus, il ne présente pas de politique d'aménagement touristique réel. Or, cela exige la qualité et l'efficacité des relations entre les parties prenantes du tourisme sur le territoire. Donc, il est confirmé que la faible structuration touristique de l'espace rural dans la région du Sud Comoé, malgré le développement de l'activité, est due à une quasi absence de politique d'aménagement touristique en faveur des zones rurales. Cette étude répond alors à la préoccupation de départ sur les raisons expliquant la faible structuration de l'espace rural par le tourisme malgré son essor. Ainsi, on en déduit que le tourisme en espace rural n'est pas le simple résultat d'un marché dont les niveaux d'offre et de demande déterminent un prix et une quantité échangée. Le tourisme est le produit d'accord sur des enjeux individuels et collectifs de la part de multiples acteurs. Le marché n'est qu'un mode de régulation pour coordonner l'action entre acteurs car la valeur des produits échangés s'appuie sur d'autres éléments que les quantités offertes et demandées. L'activité touristique spécifique à l'espace rural ne peut pas être limitée aux échanges marchands. En outre, il en ressort que le tourisme est une activité exigeante. Il doit être appréhendé avec le plus grand soin si l'on veut qu'il prospère à l'heure où la mondialisation s'accélère. Seuls des partenariats dignes de ce nom entre les communautés et les secteurs du tourisme qui prennent véritablement en considération les aspirations et les valeurs de toutes les parties, peuvent assurer la survie du

patrimoine culturel immatériel. A cet effet, cette thèse a mis en évidence que les fondements de la pratique du tourisme dans toute localité demeurent les lieux touristiques, les visiteurs et les opérateurs (Figure 93).

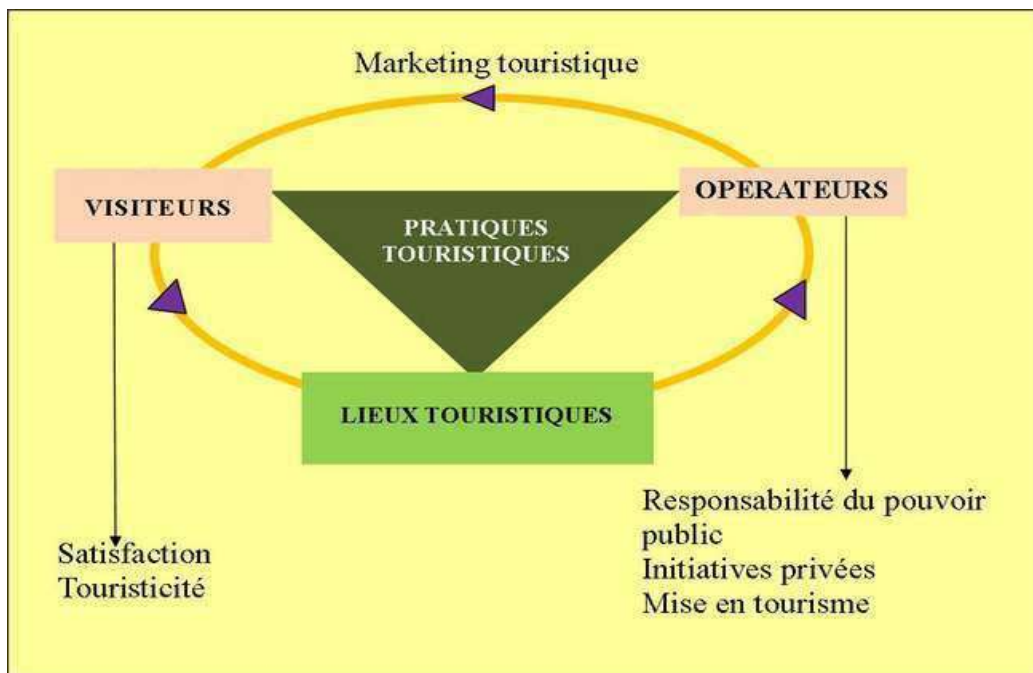


Figure 93 : Fondements de la pratique du tourisme

Conception et réalisation : BISSOU, 2015

A juste titre, BRUNET (2005) soutient qu'un espace bien structuré par une activité dispose à la fois d'un système bien orchestré et d'une organisation spatiale bien structurée.

Le tourisme étant une discipline carrefour, cette étude a permis d'approfondir la connaissance sur toutes ses branches. Elle se présente aussi comme une phase diagnostique de la réalité du tourisme dans les villages de la région. En cela, c'est une opportunité pour les collectivités locales dans le cadre de la mise en place des stratégies de développement touristique.

De plus, à la fin de ce travail, il est important de souligner que l'enquête exhaustive a permis de créer une importante base de données du tourisme dans la région du Sud Comoé. Toutefois, le fait d'avoir fondé cette recherche sur la globalité des informations de l'espace rural n'a sans doute pas favorisé l'approfondissement cognitif sur des spécificités propres à certains villages. De même, l'inexistence de fond de carte de la région avec les villages en polygone, a été un handicap à la représentation de certaines réalités du tourisme directement dans les villages. La représentation de ces phénomènes à partir des sous-préfectures ne biaise pas la qualité de

l'analyse mais une telle représentation aurait donné plus de précisions. Cette dernière a été aussi entachée par l'absence d'une base de données précises sur les arrivées touristiques, les recettes touristiques, l'évolution des effectifs des équipements touristiques. Aussi note-t-on au sujet de la méthode MACTOR, qu'elle a permis de traduire fidèlement les données de terrain et de bien synthétiser ces informations par des figures expressives. Cependant l'ignorance des indices et formulaires de calcul à la base des résultats générés par le logiciel ne permet une standardisation de l'étude et la conception de modèle d'analyse spécifique. A tout cela, s'ajoute l'une des conséquences majeures de la situation de crise en Côte d'Ivoire entre 2002 et 2010. En effet, on a noté d'abord, des contraintes dues aux suspicions idéologiques de certaines autorités villageoises. Celles-ci exprimaient des réticences à cause du Conseil Régional qui est le maître d'ouvrage du PADVTCI dans la région du Sud Comoé. Elles estimaient qu'il n'était pas nécessaire de collaborer avec les représentants de ce Conseil formé par un bord politique qui leur est opposé. Ensuite, on note les entraves dues aux querelles internes de successions des chefs défunts et invalides dans plusieurs villages. Il a fallu pour cela y faire plusieurs tours pour obtenir des informations. Enfin, il faut souligner, la méfiance des opérateurs qui voient en toute question un piège. Certes ces difficultés ont eu un impact sur l'approfondissement, le chronogramme de réalisation de cette thèse, mais elles n'ont pas empêché sa réalisation.

GAFFAUX (1986) affirme : « penser, ce n'est donc pas savoir, mais s'interroger. La raison est la découverte du problème avant d'être la solution. Loin de les supprimer, la réflexion suscite des questions ». Au terme de cette étude, on note la découverte de nombreux problèmes qui nécessitent des pistes de recherche à intérêt géographique pour mieux appréhender le développement touristique et même économique des villages touristiques en Côte d'Ivoire. En d'autres termes, dans la zone rurale du Sud Comoé, les activités touristiques devraient provoquer beaucoup de travaux géographiques. A ce titre, il est envisageable de mener des études sur la mise en tourisme des plantations dans le monde rural, sur le rapport entre le tourisme et l'accessibilité alimentaire des populations locales, sur les systèmes de gestion touristique en milieu rural. Cette dernière réflexion s'inspire de la préoccupation en rapport avec la possibilité d'instituer un système d'encadrement touristique des ruraux comme cela se fait dans le domaine agricole en Côte d'Ivoire.

BIBLIOGRAPHIE

- ABLE J.A., 1978, *Histoire et tradition politique du pays Abouré*, Abidjan, imprimerie Nationale Abidjan, 1978, 447p.
- ADJANOHOOUN E., 1964, *Végétation des savanes et des rochers découverts en Côte d'Ivoire Centrale*, O.R.S.T.O.M., 209p.
- AFFOU Y. S., GOURENE G., 2016, *Guide pratique de la recherche scientifique*, Edition FATEAC, 103p.
- AISNER P. et PLÜSS C., 1983, *La ruée vers le soleil : Le tourisme à destination du tiers monde*, L'HARMATAN, 281p.
- ALDEBERT B., 2004, *Dynamique organisationnelle du secteur touristique: évolutions technologiques et innovations de services*, Revue de l'Economie Méridionale, Centre régional de la productivité e et des études économiques, 52p.
- ALLOU K. R., 1985, *L'Etat de Benyinli et la naissance du peuple Nzema. Du royaume Adjomolo à l'émigration des Aduvolè, XV^e siècle XIX^e siècle*, Thèse de 3e cycle, UNCI-FLSH Histoire, 495 p.
- ALLOU K. R., 1994, « *Origines et interprétations du nom akan* », *La dernière traite, Fragment d'Histoire en hommage à Serge Daget*, Société d'Histoire d'Outre-mer, pp.75-86.
- ALLOU K. R., 1999, *Histoire des peuples de civilisation Akan, Des origines à 1874, Tome 2 : Histoire des groupes akan qui migrent à l'ouest*, Thèse d'Etat, UFR Sciences de l'Homme et de la Société, Université de Cocody, 1519p
- AMIROU R. et BACHIMON P., 2001, *Le Tourisme local : une culture de l'exotisme*, édit. L'Harmattan, Paris, 620p
- ANDRE Y. et al., 1989, *Représenter l'espace, l'imaginaire spatial à l'école*, Paris, Antropos, 135 p.
- ANGEON V. et CARON A., 2004, *Valorisation des ressources et attractivité des territoires, L'environnement, facteur de spécification des ressources* in Montagne méditerranéenne, n°20, pp 25-58
- ANGEON V., CALLOIS J.-M., 2004, *De l'importance des facteurs sociaux dans le développement*, premières journées du GRES, Le concept de développement en débat, Université Montesquieu-Bordeaux IV, 23p
- ANGEON V., CARON P. et LARDON S., 2006 « *Des liens sociaux à la construction d'un développement territorial durable : quel rôle de la proximité dans ce processus ?* », Développement durable et territoires, Dossier 7, consulté le 18 mai 2014. URL : <http://developpementdurable.revues.org/2851>
- ANOH P. et POTTIER P., et al, 2008 : *Géographie du littoral de Côte-d'Ivoire : éléments de réflexion pour une politique de gestion intégrée*, CNRS-LETG UMR 6554 et IGT, Nantes–Abidjan, 325 p.

APHING-KOUASSI G., 2008, *Le tourisme durable et ses avantages pour la Côte d'Ivoire*, Ministère du tourisme et de l'artisanat, 30p

APHING-KOUASSI G., 2001, *Le tourisme littoral dans le sud-ouest ivoirien*, Thèse de doctorat, IGT, Université d'Abidjan, 327p

ARNAUD A.-J., LE MOIGNE J.-L., 1995, *Les épistémologies constructivistes*, coll. « Que sais-je ? 2969 », 121 p

ARVEL A., 1990, *La Côte d'Ivoire*, édit. Arthaud, Paris, 218 p

ASRDLF, 2007, *Développement durable et Gouvernance des territoires*

ATLAS Jeune Afrique, 1978, *Côte d'Ivoire*, JA, Paris, pp 24-25.

AUGE, M. et COPANS J. (dir), 1978, *Le tourisme en Afrique de l'ouest : panacée ou nouvelle traite* ? François Maspero, Paris, 140p

AVENARD J.-M., ELDIN M., GIRARD G., SIRCOULON J., TOUCHEBEUF P., GUILLAUMET J.-L., ADJANOHOUN E. et PERRAUD A., 1973, *Le Milieu naturel de la Côte d'Ivoire*, in *Annales de Géographie*, tome 82, n°451, p369-372, <http://www.persee.fr/doc/geo>

AYRAUD A et al, 1976, *Guide touristique de l'Afrique : Côte d'Ivoire, Haute-Volta, Bénin et Togo*, Tome 2, Hatier Paris, 256p

BACHIMON P., 1995, "A la Recherche de l'Espace Perdu de Giono", in *Études Vauclusiennes*, n° 53, pp 2 -19

BACHIMON P., 1995, *L'insularité océanienne dans la cosmogonie maohi*, éditions L'Espace géographique, n°3, 235p

BACHIMON P., 1995, *Tourisme de masse tourisme diffus en espace rural : exemple de la base vallée de l'Ardèche*, Journées de la Commission de géographie du tourisme et des loisirs : le tourisme diffus, Clermont-Ferrand, CERAMAC, 10p.

BADIE B., 1995, *La fin des territoires. Essai sur le désordre international et l'utilité sociale du respect*, Fayard, Paris, 1995, 278 p

BAILLY A. S., 1986, « *Espaces et représentations mentales* », in AURIAC, F. et BRUNET R., 1986, *Espace, jeux et enjeux*, Fayard, pp. 159-173.

BAILLY A. S., FERRAS, R., PUMAIN, D., 1993, *Encyclopédie de la géographie*, Editions Economica, Trois volumes, 1167p.

BAILLY A.S., DEBARBIEUX B., 1991, « *Géographie et représentations spatiales* » in. BAILLY A et al. (dir.) *Les Concepts de la géographie humaine*, Paris, Masson, pp.153-160.

BALIMA A. et BRASSEUR P., 2005, *Genèse de la Haute-Volta.*, Presses africaines, 253p.

BARBAZA Y., 1970, « *Trois types d'intervention du tourisme dans l'organisation de l'espace littoral* » *Treballs de la Societat Catalana de Geografia* Vol. XV 30p

BARBAZA Y., 1988, *Géographie du tourisme* in *Annales de Géographie*, Vol 97, N° 540 pp 216-219

BARETJE R. et DEFERT P., 1972, *Aspects économiques du tourisme*, Paris, Berger-Levrault, 356 p.

BARON-YELLES N., 1999, *Le tourisme en France*, in *Territoires et stratégies*, Armand Colin, Prépas-Géographie, Paris, 224 p.

BARREIRO E., 2005, *Coordination des activités innovantes et transformation de l'industrie*, De Boeck Supérieur, 300p

BAVOUX J-J. et al., 2014, *Géographie des transports*, Armand Colin, 229p.

BEAU B., 1991, *Développement et aménagement touristiques*, Bréal, 157p.

BEAUD M., 1988, *L'économie mondiale comme système national/mondial hiérarchisé*, in revue *Cahiers de recherche sociologique*, vol. 6, n°1, Montréal, Département de sociologie, UQÀM, Numéro intitulé : "L'économie mondiale en mutation" 29p.

BEAUJEU-GARNIER J., 1971, *La Géographie : Méthodologie et perspectives*, Masson, Paris, 142p

BELHEDI A., 1993, *L'espace Géographique de l'absolu au relatif*, in "L'espace : Concepts et approches", GREES FSHS, 151 p

BELHEDI A., 1993, *Les facteurs d'organisation de l'espace national tunisien*, in *Espace géographique*, tome 22, n°2, <http://www.persee.fr/doc/spgeo>, p113-124.

BENKO G. et LIPIETZ A., (dir.), 2000, *La richesse des régions*, in *La nouvelle géographie socio-économique*, PUF, Coll. « Économie en liberté », Paris, 564 p.

BERARD L. et MARCHENAY P., 2004, *Les produits de terroir, entre culture et règlements*, CNRS Editions, Paris, 229 p.

BERARD, M., HIRCZAK, P., MARCHENAY, A. et PECQUEUR B., 2006, "*Complexité patrimoniale et territoire: le panier de biens en Bresse*", *Economies et Sociétés, Série Systèmes agroalimentaires*", n° 28, pp 633-647.

BERCQUE A., 1982, *Vivre l'espace au Japon*, PUF, Espace et liberté, Paris 222p.

BERGER L., 1989, *La construction sociale de la réalité*, Armand Colin, Paris, 344p

BERTRAND G., 1978, *Paysage entre la nature et la société*, *Revue de géographie des Pyrénées et du Sud-ouest*, 49p.

BERTRAND Y., HOUSSAYE J. et VALOIS P., 1992, *École et sociétés*, in Revue française de pédagogie, volume 101, <http://www.persee.fr/doc/rfp> pp124-126

BERTRAND, G., 1991, *La nature en géographie, un paradigme d'interface*, GEODOC, N°34, Université Toulouse Le Mirail, 19p

BESANCENOT J., 1990, *Climat et Tourisme*, Masson, 223p

BEUNINGEN C., 1979, *Le marxisme et l'espace chez Paul Claval. Quelques réflexions critiques pour une géographie marxiste*, L'Espace géographique, n°4, pp263-271.

BIGOT R., HATCHUEL G. et BERARD I., 2001, Les français et l'espace rural, CREDOC, 140p

BLACODON M., 1999, *Temps disponible et rythmes touristiques*, éditions ONT (Observatoire National du Tourisme), Paris, 38 p.

BLETON-RUGET A., 2004, *"Histoire et patrimoine : la culture comme ressource territoriale"*, Montagnes Méditerranéennes, n° 20, pp75-78.

BLETON-RUGET A., et CARITEY B., 2003, *Producteur de territoires : Conjoncture, acteurs, institution (XIXe, XXe Siècle)*, Editions Universitaires de Dijon, pp 39-56.

BLOC-DURAFOUR A. et MESPLIER A., 1992, *Le tourisme dans le monde*, éditions Bréal, 215p

BNEDT, 2013, Carte régional de la région du Sud Comoé, CCT, Abidjan, Carte Ao

BNEDT, CCT, 2014, Cartes des départements de la région du Sud Comoé, Abidjan, Carte A3

BONNAMOUR J., 1993, *Géographie rurale, Position et méthode*, Paris, Masson, 134 p.

BONNIOT A., et al., 2010, *"De l'importance d'impliquer tous les acteurs d'un territoire dans la pérennisation d'une destination touristique. Illustration à partir du cas de La Chaise Dieu et de son festival de musique sacrée,"* XVIIe colloque ASRDLF, Aoste.

BOTTI L. et PEYPOCH N., 2012, *De la touristicité des territoires* in tourisme et territoire, 33p

BOTTI L., GONCALVES O. et PEYPOCH N., 2013, *Analyse comparative des destinations « neige » pyrénéennes*, Revue de Géographie Alpine, <http://rga.revues.org/1843>

BOTTI L., PEYPOCH N. et SOLONANDRASANA B., 2008, *«Time and Tourism Attraction, »* Tourism Management, Vol. 29, pp 594-596.

BOTTI L., PEYPOCH N. et SOLONANDRASANA B., 2009. *Tourism Destination Competitiveness: The French Régions Case*, European Journal of Tourism Research, 2, p5-24, <http://ejtr.vumk.eu/>,

BOTTI L., PEYPOCH N. et SOLONANDRASANA B., 2013, *Économie du tourisme*, coll. "Les Topos", Dunod, 84p

- BOUDEVILLE, J. R., 1972, *Aménagement du territoire et polarisation*, Éditions M. Th.
- BOURDEAU P. and STANNERS, D., 1995, "Landscapes", in Europe's Environment-The Dobris Assessment, European Environment Agency, Copenhagen, 196p
- BOURDIN A., 1984, *Le patrimoine réinventé*, PUF, Espace et liberté, 239 p.
- BOYER M. et VIALLOU P., 1994, *La communication touristique*, PUF, Paris, 127p,
- BOYER M., 1980, *Tourisme : Peuple et culture*, édition Seuil, Paris, 140p
- BOYER M., 1982, *Le Tourisme*, 2ème édition, Le Seuil, Paris, 135p
- BOYER M., 1993, *Quand les anglais inventaient le Tourisme* in Atlantica Littérature Magazine n°12, Atlantica SARL, Biarritz, pp13-18.
- BOYER M., 1999, *Histoire du tourisme de masse*, PUF, coll. "Que-Sais-Je ? N° 3480, 379p,
- BOYER M., 1999, *Le Tourisme de l'an 2000*, Presses Universitaires de Lyon, Lyon, 265p
- BOYER M., 2002, *Comment étudier le Tourisme ?* Tome XXXII, n° 3, p393 - 404.
- BOYER M., 2003, *"Le tourisme en France"*, Editions EMS, Paris, 147p
- BOYER M., 2011, *Histoire générale du tourisme du XVIe au XXIe*, l'Harmattan, 330p.
- BRIÈRE-CUZIN F., 1961, *Le cadre d'une géographie touristique du Québec*, Cahier de géographie du Québec N° 11 24p, pp 39-64
- BRIÈRE-CUZIN F., et al, 2002, *Les 1700 mots des métiers du Tourisme*, éditions Bréal., Paris, 156p.
- BROU Y. T., 2005, *Climat, mutations socioéconomiques et paysages en Côte d'Ivoire*, Mémoire de synthèse des activités scientifiques, Université des Sciences et Technologies de Lille, 226p
- BRUNET R., DOLLFUS O., 1990, *Mondes nouveaux Géographie universelle*, Paris Hachette-Reclus Compagnie financière de Union européenne, 550 p.
- BRUNET R., FERRAS, R. et THERY, H. 1993, *Les mots de la géographie, dictionnaire critique*, Montpellier/Paris/Reclus/La Documentation Française, 470 p.
- BRUSTON M., et al., 1996, *Mise en tourisme des territoires. Détermination d'indicateur des espaces touristiques en France*, 64p
- BUGNICOURT J., 1975, *Le tourisme en Afrique: moteur ou entrave pour le développement*, IDEP, Dakar, 84p
- BUNGE W., 1966, *Theoretical Geography*, Second Edition Lund Studies in Geography, pp 375-376

BURAUX C. et BURAUX G., 1990, *Droit et organisation du Tourisme en France*, éditions Licet, Paris 204 p.

BURKART J, et MEDLIK S., 1974, *Tourism : Past, Present, Future*, Heinemann, London, 354p

BUTLER R. et MAO, 1997, « *Sainsonality in tourism: Problem and measurement* » Quality management in urban tourism, Peter Murphy, ed. Wiley, New York, p9-25

BUTLER R., 2006, *The tourism Area life Cycle*, vol.1 Application and modification, clevedon, Roronto : Channel View Publication, 135p

BUTLER R., 2006, *The tourism Area life Cycle*, vol.2 Conception and theoretical issue, clevedon, Roronto : Channel View Publication, 385p

CACCOMO J.-L. et SOLONADRASANA B., 2001, *L'innovation dans l'industrie touristique, Enjeux et stratégies*, L'Harmattan, France, 156p

CAMAGNI D. et al., 2004, "Uncertainty, social capital and community governance: the city as a Milieu", in CAPELLO R., NIJKAMP P. (eds.), *Urban dynamics and growth: advances in urban economics*, Amsterdam, Elsevier, pp121-152

CAZES G., 1998, *La planète "nomade" : Les mobilités touristiques internationales*, Paris, éditions Belin, p77-92.

CAZES G., 1991, *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*, éditions. Bréal, Paris, 189p

CAZES G., 1992, *Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs*, éditions. Bréal 2eme édition, Paris, 199p

CERIANI G., COËFFÉ V., GAY J. C., KNAFOU R., STOCK M. et VIOLIER P., 2008, *Conditions géographiques de l'individu contemporain*, Espace temps.net, <http://www.espacestems.net/document4573.html>, consulté le 20 novembre 2009.

CERTEAU, 1990, *L'invention du quotidien I : Arts de faire*, Édition de Luce Giard, Collection Folio essais n°146, Gallimard, 416p

CHAMBERS R., 1990, *Développement rural. Pauvreté cachée*, Karthala et CTA, Paris, 375 p.

CHASSAGNE E., et al., 1993, *L'Aménagement de l'espace rural : Le tourisme vert*, édit ENA / La Documentation Française, 128p

CHAUVIÈRE G., 2008, *Mesurer la place du tourisme dans l'économie*, In la lettre des économistes de l'AFD, n°20, 10p

CHOAY F., 1992, *L'allégorie du patrimoine*, Paris, Seuil, 271 p.

CISS G., 1989, *Saly-Portudal, un village sénégalais face au tourisme international* in Les cahiers d'outre-mer, n°165, pp 53-72.

- CLARY D., 1993, *Le tourisme en France*, Masson, Paris, 358p
- CLARY D., 1993, « *Le tourisme dans l'espace français* », *Annales de Géographie*, 1994, vol. 103, n°580, p662.
- CLAVAL P. 1977, *Essai sur l'évolution de la géographie humaine*, Paris, les Belles-Lettres, nouvelles éditions, 201p
- CLAVAL P., 1977, *Le marxisme et l'espace* in *L'Espace géographique* n°3, p145-164
- CLAVAL P., 1998, *Histoire de la géographie française de 1870 à nos jours*, Paris, Nathan, 544 p.
- COOPER C., FLETCHER J., GILBERT D. et WANHILL S., 1993, *Tourism, principles as practice*, Pitman Publishing, London, 44p.
- CORRADO F., 2007, *Le traitement des ressources dans la politique du développement local. Le cas de la ville de Caserta*, Communication à XIIIème colloque de l'ASRDLF, les dynamiques territoriales débats et enjeux entre les différentes approches disciplinaires, Grenoble-Chambéry
- COURTABAN N., 2004, *L'emploi, les métiers et la formation dans le secteur de l'environnement en Midi –Pyrénées*, Carif Oref Midi-Pyrénées, 28p.
- CRDTA, 2009, *Accroître l'attractivité touristique des villages auvergnats Aménagements et Embellissements des Espaces Publics Quelques recommandations CRDTA*, 63p.
- CROUTSCHE J-J., 2003, « *Comportements et choix en matière de destination touristique : modèle ECCT* », in *Téoros* 22-1, consulté le 06 juin 2014. URL : <http://teoros.revues.org/1852>
- CROZIER M, et FRIEDBERG E., 1977, *L'acteur et le système : Les contraintes de l'action collective*", Editions du Seuil, dans la collection "Sociologie politique" 498p.
- CST, 2000, *L'impact du tourisme à la Martinique*, 11p.
- CUVELIER P., 1998, *Anciennes et nouvelles formes de Tourisme : une approche socio-économique*, Paris -Montréal, L'Harmattan édit., 238 p.
- DARDEL E., 1990, *L'homme et la terre: nature de la réalité géographique*, Editions du CTHS, 201p
- DATAR, 2000, *Aménager la France de 2020, Mettre les territoires en mouvement*, DATAR-La Documentation Française, Paris, 87p
- DAUBON, (2013), *Touristicité des territoires : le « club des indicateurs »* of est sur les rail, 3p
- DAVEZIES L., 2004, « *Temps de la production et temps de la consommation : les nouveaux aménageurs du territoire ?* », *Futuribles* n° 295, pp 58-77.
- DAVIDSON, R. et MAITLAND R., 2002, *Tourism Destinations*, Great Britain, Hodder and Stoughton, London, 21p.

DCGTx-SIAT, 1989, Plan national de développement touristique, Tome 1, Abidjan, 209p.

DE GRANDPRÉ F., 2007, «*Attraits, attractions et produits touristiques : trois concepts distincts dans le contexte d'un développement touristique régional*», Téoros, n°26-2, URL://<http://teoros.revues.org/795>, consulté le 12 juillet 2011

DE GRANDPRE F., 2008, «*Les contributions de la culture à la mise en tourisme régionale et les retombées sur la construction identitaire* », in NEMERY J.-C ., RAUTENBERG M., THURIOT F., Stratégies identitaires de conservation et de valorisation du patrimoine, Paris, L'Harmattan, 144 p.

DE GRANDPRE F., LEBLANC M. et ROYER, C., 2012, *Étude sur l'accueil touristique au Québec*, Rapport final de recherche remis au Ministère du Tourisme du Québec, Département d'Études en loisir, culture et tourisme, Université du Québec à Trois-Rivières, 194p

DE GRANDPRE, F. et ROYER, C., 2014, *Visite de parents et d'amis (VPA)*, Rapport final de recherche remis à Tourisme Trois-Rivières, Département d'Études en loisir, culture et tourisme, Université du Québec à Trois-Rivières, 39p

DE KADT E., 1979, *Tourisme : passeport pour le développement ?* Editions Economica, 340p.

DE ROSNAY J., 1975, *Le Macroscop*, éditions Le Seuil, 83p

DEBARBIEUX B. et BRIFFAUD S., 1992, *Naissance d'un paysage, la montagne pyrénéenne à la croisée des regards (XVIe- XIXe siècle)*, in Revue de géographie alpine, tome 82, n°3, p116-117.

DEBIZET G., 2004, "*Innovation and training in transport planning consulting firms in France*", Proceedings of the European Transport conference, Strasbourg, 16p.

DEBIZET G., 2004, *Entre système d'acteurs locaux et réseaux nationaux de non-professionnels, la construction d'une expertise française relative aux modes doux de déplacement comme révélateur de la ressource territoriale d'une activité non-marchande*, Colloque La notion de ressource territoriale, Le Pradel, 15p.

DEFERT P., 1972, *La localisation touristique. Problèmes théoriques et pratiques* Berne, Editions Gurten, Publication de l' Association internationale d'experts scientifiques du tourisme, vol. 7, 143p.

DELAFOSSÉ M., 1989, *Essai de manuel de la langue Agni*, Paris,

DELIGNIERE D., 1999, *Connaissances et compétences en EPS*, Revue EPS n°280, pp 43-47

DELIGNIERES, D., 1994, «*Limites et phénomènes de diffusion spatiaux du tourisme en espace rural*, in Le Tourisme (Actes du colloque de Clermont-Ferrand) p137- 154.

DEMEN-MEYER C., 2005, «*Le tourisme : essai de définition* », Management & Avenir n° 3, p7-25 <http://www.cairn.info/revue-management-et-avenir-2005-1-page-7.htm>

- DEMEN-MEYER C., SIORAK N., BURI S. et CORNUZ C., 2013, *Job Observatory in the F&B Industry: Kitchen Chef & Restaurant Manager in France & Spain*, Ecole hotelier de Lausanne, Switzerland. <http://www.ehl.edu/fr/le-chef-de-cuisine-et-le-manager-de-restaurant-en-2025-france-et-espagne>
- DEMOUCHY, 1994, *La science paysagère* in forêt méditerranéenne, tome XV, n°3, p 255 -294
- DEPREST F., 1997, *Enquête sur le tourisme de masse, l'écologie face au territoire*, éditions Belin, Mappemonde, Paris, 208p
- DERRUAU M., 1999, « *Le Tourisme* » in Géographie humaine, Armand Colin, Paris, pp 294-304.
- DERRUAU M., 2007, *Géographie humaine*, éditions Armand Colin 8ème édition, Paris, 437p
- DEWAILLY J., 1991, « *Le Tourisme est-il une industrie ?* », L'Information Géographique n°5, pp 197-202.
- DEWAILLY J. et FLAMENT E., 2000, « *dossiers et images économiques du Monde* », Géographie du Tourisme et des Loisirs, éditions SEDES, Paris, 192 p.
- DEWAILLY J. et FLAMENT E., 1993, *Géographie du Tourisme et des Loisirs*, éditions. SEDES, " dossiers et images économiques du Monde " Paris, 192 p.
- DEWAILLY J. et FLAMENT E., 2000, *Le tourisme*, Edition Cécile Geiger SEDES, 191p.
- DI MEO G., 1991, *L'homme, la société, l'espace*, Paris, Anthropos, 319 p.
- DI MEO G., 2001, *Le sens géographique des fêtes*, Annales de Géographie n°622, p624-645.
- DIABATE H., 1984, *Le Sanvi un royaume akan de la Côte d'Ivoire 1701-1901*, Thèse de doctorat d'Etat, Université de Paris I, UER d'Histoire, Vol. II, 820 p., Vol. IV, 733 p., Vol. VI, 701 p.
- DIENOT J., 1981, *L'impact du complexe touristique d'Assinie (Côte d'Ivoire) sur le milieu local, régional et national*, Thèse, Université de Paris VIII, 451p.
- DIOMBERA M., 2013, « *Tourisme et développement local : vers une redéfinition des relations au niveau de la Petite-Côte sénégalaise ?* », Études caribéennes, consulté le 06 juin 2014. URL : <http://etudescaribeennes.revues.org/6736>
- DOLFUS A. et MARTIN-GOUSSET P., 2001, *Village d'accueil au Burkina-Faso, quand le tourisme devient générateur de développement durable* in Agridoc n°1, pp 29-31
- DOLLFUS O. et ROBERT J., 1971, *L'Espace géographique*, in Norois n°70, pp 350-351. <http://www.persee.fr/doc/norois>
- DORCE F., 1996, « *Un potentiel touristique prometteur* » in Jeune Afrique Economie (Hors-série) Côte d'Ivoire cap sur l'an 2000, Paris, Collection Marchés Nouveaux, p516-577.

- DUFERME B., 2006, « Expansion du tourisme international: gagnants et perdants », Alternatives Sud, vol. 13, 22 p.
- DUHAMEL P. et KNAFOU R., 2007, *Mondes urbains du tourisme*, Belin, coll. Mappemonde, Paris, 368p.
- DUHAMEL P. et SACAREAU I., 1998, *Le Tourisme dans le Monde*, éditions Armand Colin, 224p
- DUHAMEL P., KNAFOU R., 2003, *Tourisme et littoral : intérêts et limites d'une mise en relation / Tourism and coastline : interests and limits about a relationship*, in Annales de Géographie, tome 112, n°629, Tourisme et patrimoine, pp 47-67.
- DUJARDIN S., 2008, *Tourisme et la valorisation des ressources territoriales en milieu rural : analyse de l'offre touristique de la commune de Durbuy* 27p.
- EKANZA, S.P., 2006, *Côte d'Ivoire : Terre de convergence et d'accueil (XVe –XIXe siècles)*, Edition du CERAP, Abidjan, 119p.
- ELIAS N. et DUNNING E., 1998, *Quest for Excitement: Sport and Leisure in the Civilizing Process*, Oxford, Basil Blackwell, 313p.
- ÉQUIPE MIT, 2000 "*La mise en tourisme des lieux: Un outil de diagnostic*", Mappemonde, 4p.
- ÉQUIPE MIT, 2002, *Le tourisme et la rencontre de l'autre*, Mappemonde, p10-15
- EQUIPE MIT, 2002, *Tourisme. Lieux communs*, Belin, Paris, 317p
- ESCADAFAL A., 2005, *Marketing et régulations, l'exemple du tourisme*, Atelier décentralisation UMR ADES-Tempos 5185 du CNRS, 103p
- ESSAN K.V., 1986, *Activités économiques et structuration de l'espace dans les sous-préfectures d'Aboisso et d'Adiaké*, Thèse de doctorat 3ème cycle n°23, Université de Cocody, ENSAM Montpellier, 506p.
- ETCHNER C. et BRENT-RITCHIE J.R., 1991, *The Meaning and Measurement of Destination Image*, The journal of tourism studies Vol.14, n° 1, 12p.
- FABRE P., 1979, *Tourisme international et projets touristiques dans les pays en développement*, Ministère de la Coopération, Paris, 216p.
- FAU F., et CHASPOUL C., 1999, *La pénurie de main d'œuvre qualifiée n'est pas une fatalité*, in " Enquête sur les problèmes d'emploi et de formation dans le Tourisme ", Espaces n° 158, pp 11-14.
- FODNESS D., 1990, « *Consumer Perceptions of Tourist Attractions* », Journal of Travel Research n°3, pp 3-9
- FOUREZ G., 2003, *Apprivoisez l'épistémologie*, Bruxelles, de Boeck Université, 183p.
- FRANGIALLI F., 2006, *Forum mondial du Tourisme pour la paix et le développement durable*, Discours, Porto Alégré, Brésil, 10p

- FRÉMONT A, 1976, *La région, espace vécu*. P.U.F., Coll. SUP, vol.13, 223p.
- FRIEDBERG E., 1993, *Le pouvoir et la règle. Dynamiques de Faction organisée*, Le Seuil (Sociologie), Paris, 405 p.
- FROCHOT I. et LEGOHEREL P., 2014, *Marketing sectoriel*, Dunod 3ème édition, 336p.
- GAFFAUX J., 1986, *Problèmes et développement*, Kinshasa, CRP, 180p
- GAGNON S., 2000, *Aux sources d'un patrimoine touristique* », Téoros, n°17, pp 2-3.
- GAGNON S., 2001, *Le tourisme et villégiature au Québec : Une étude de géographie régionale structurale*, thèse de doctorat, université Laval Québec 260p
- GAGNON S., 2003, *L'échiquier touristique québécois*, Sainte-Foy, Presses Universitaires du Québec, 359p.
- GAGNON S., 2007, « *Attractivité touristique et « sens » géo-anthropologique des territoires* », Téoros n°26-2, consulté le 05 juin 2013. URL : <http://teoros.revues.org/792>
- GALLARZA M. et al., 2002, *Destination image: Toward a conceptual framework*, Annals tourism research, pp 86-78
- GANDY M., 2001, *Paysage, esthétiques et idéologie*, Géographie et cultures n° 39, Paris, 17p
- GARNIER C. et SAUVE L., 1999, *Apport de la théorie des représentations sociales à l'éducation relative à l'environnement : Conditions pour un design de recherche*, Éducation relative à l'environnement - regards, recherches, réflexions, Arlon, FUL, pp 65-77.
- GARNIER, C. et DOISE, W., 2002, *Les représentations sociales : balisages du domaine d'études*, Les Éditions Nouvelles, Montréal, 235p
- GAUDIO et al., 1984, *Etonnante Côte d'Ivoire*, Karthala, Paris, 266p
- GAUTHIER B., 1984, « *Impact socioculturel du tourisme au Québec* », in *Le tourisme : aspects théoriques et pratiques au Québec* n°12, pp 105.
- GAY J.-C., 2008, « *Tourisme, interfaces et discontinuités* », *Les interfaces-Ruptures, transitions et mutations*, Presses universitaires de Bordeaux, Espaces tropicaux, n°19, pp151-155.
- GAY-PARA G., 1985, *La pratique du Tourisme*, éditions Economica, Paris, 192p.
- GEOCONFLUENCE, 2013, <http://geoconfluences.ens-lyon.fr>
- GILGUY C, 1993, *Tourisme en Afrique: quel produit, quel image, quel prix?*, in *Marché tropicaux et méditerranéens*, n°2471, p748-750.
- GILGUY C. et POSSEME-RAGEAU G., 1993, *Les perspectives de l'offre africaine de tourisme*, in *Marché tropicaux et méditerranéens*, n°2485, p 1627-1637.

- GILLY J.-P., TORRE A., (dir.), 2000, *Dynamiques de proximité*, L'Harmattan, Paris, Montréal, 301p.
- GIRODIN P., 1988, *Géographie de l'hôtellerie et du Tourisme*, éditions Jacques Lanore, 205 p.
- GLOBAL TOURISME, 2015, Rapport des colonies de vacances, 35p
- GLORIEUX R. 1975, *La Côte d'Ivoire et le tourisme*, pp 555-601.
- GNAMBA Y., 1996, *Tourisme et développement en Côte d'Ivoire*, in Cahiers de Géographie Tropicale, p51-70.
- GOURVIL J.-M., 2008, *Se former au développement local*, Dunod, Paris, 248 p.
- GRABURN, N. H., 1983, "The anthropology of tourism", *Annals of Tourism Research* n° 10, pp 9-33
- GRASLAND, 2012, *L'Espace géographique* n°1, tome 41, Belin, p22-48
- GRAWITZ M., 1999, *Lexique des sciences sociales*, Dalloz, Paris, 424p.
- GROLLEAU H. et RAMUZ A., 1986, *Espace rural, espace touristique*, La Documentation Française Paris, 381p.
- GUÉRIN-PACE F., (2006), « *Sentiment d'appartenance et territoires identitaires* », *L'Espace géographique*, tome 35 n°4, pp 298-308.
- GUILLAUMET J.-L. et ADJANOHOON E., 1971, *La végétation de la Côte d'Ivoire*. in AVENARD J. M., ELDIN E., GIRARD G., SIRCOULON J., TOUCHEBEUF P., GUILLAUMET J.-L., ADJANOHOON E., PERRAUD A. (dir). *Le milieu naturel de la Côte d'Ivoire*, O.R.S.T.O.M., Paris, p 157-266.
- GUMUCHIAN H et PECQUEUR, B, 2007, *La ressource territoriale*, Paris, Economica et Anthropos pp 5-25
- GUMUCHIAN H. et MAROIS A., 2000, *Initiation à la recherche en géographie. Aménagement, développement territorial, environnement*, Presses Universitaires de Montréal, Anthropos, Economica, Montréal-Paris, 425p.
- GUMUCHIAN H., 1991, *Représentations et aménagement du territoire*, Anthropos, Paris, 187p.
- GUMUCHIAN H., GRASSET E., LAJARGE R. et ROUX, E., 2003, *Les acteurs, ces oubliés du territoire*, Economica, Anthropos, coll. Géographie, Paris, 186p.
- GUNN C.A., 1988, *Vacationscape: designing tourist regions*, Van Nostrand Reinhold, 2nd edition, 1st edition 1972, New-York, 208p.
- GUNN C.-A., 1993, *Tourism Planning: Basics, Concepts and Cases*, Francis and Taylor, Washington D.C., 460p.

- HARVEY D., 1969, *Explanation in Geography*, St Martin's Press, New York 521p,
- HAUHOUOT A., 2002, *Développement aménagement, régionalisation en Côte d'Ivoire*, EDUCI, Abidjan, 359p.
- HAUHOUOT A., 1978, *Tourisme, développement et aménagement en Côte d'Ivoire*, Thèse de doctorat Université d'Abidjan, 600p
- HAUHOUOT A., 1979, *Comportement spatial des ivoiriens face à la diffusion des effets du tourisme : Essai Méthodologique*, IGT, n°37, 25p
- HAUHOUOT A., 2008, *Nature, culture, tourisme en Côte d'Ivoire : Essai sur la trilogie d'un pari de développement manqué* EDUCI, Abidjan 179p
- HAUHOUOT C., 2000. *Analyse et cartographie de la dynamique du littoral et des risques naturels côtiers en Côte d'Ivoire*, Thèse doctorat Unique Université de Nantes, 289p.
- HAUHOUOT C., 2004, *Les pressions anthropiques sur les milieux naturels du sud-est ivoirien*. *Géo-Eco-Trop*, 28, 1-2, pp 69-82.
- HAUHOUOT C., 2010, *Le littoral d'Assinie en Côte-d'Ivoire : dynamique côtière et aménagement touristique*, *Les Cahiers d'Outre-Mer*, 2010, n° 251, pp 305-320.
- HAUHOUOT C., ROBIN M. et MIOSSEC A., 1987, *Cinématique du littoral de Grand-Lahou (Côte d'Ivoire) à l'aide d'un SIG*, in *Iles et littoraux tropicaux-Brest*, Ouest édition, pp 269-276.
- HILLALI M., 2006, *Tourisme rural en Afrique: concilier authenticité, qualité et rentabilité* in *Alternative Sud*, Vol.13, n°3, pp149-164
- HOERNER J-M., 2002, *Traité de Tourismologie : Pour une nouvelle science touristique*, édit. Presses universitaires de Perpignan, 174p
- HOERNER J-M., 2008, « *Contribution à la science du tourisme* », *Téoros* n° 27, consulté le 06 juin 2014. URL : <http://teoros.revues.org/355>, 19p
- HOERNER J-M., et SICART C., 2003, *La science du tourisme*, Précis franco-anglais de tourismologie, Baixas, Balzac Éditeur, 186p
- HUGUES F., HIRCZAK M. et SENIL N., 2006, « *Territoires et patrimoines : la construction d'une dynamique et de ses ressources* », in *RERU* n°5, pp 683-700.
- HUOT R., 2003, *Méthodes quantitatives pour les sciences humaines*, Laval, Presses universitaires de Laval, 414p
- HUOT R., 1992, *La pratique de recherche en sciences humaines*, Boucherville, éd. Gaëtan Morin, 258p
- IAIN C. et DOREEN E., 2001, « *Tourism in Africa* », *African Region Working Paper*, N° 12 pp 125.

IDE A. H., 1994, « *Analyse de la stratégie du Développement Rural par l'Approche Aménagement et Gestion des Territoires dans les Pays du Sahel : Cas du Burkina - Faso et du Niger.* », Thèse de Doctorat de 3^{ème} Cycle, Université de Ouagadougou, 550p.

INADES, 1995, *Aménagement du territoire et développement Régional*, Inades, 198p.

INS, 1988, *Recensement de la population et de l'Habitat*, RGPH 1988,

INS, 1998, *Recensement de la population et de l'Habitat*, RGPH 1998,

INS, 2014, *Recensement de la population et de l'Habitat*, RGPH 2014,

INSEE, 2005, *Le tourisme en France*, Fiches thématiques, INSEE, 122p
<http://www.insee.fr/fr/ppp/sommaire/FRATOUR05.PDF>

INTAC, 2011, *Étude sur la vulnérabilité du secteur touristique à Saly et de ses implications socioéconomiques sur l'économie locale au niveau de la station touristique*, Rapport d'étude, 40p.

JAFARI J., 1977, "Editor's Page", *Annals of Tourism Research*, pp 6-11.

JAFARI J., 2000, *Encyclopedia of Tourism*, edit. Routledge, London, 648p.

JAMOT C. et VITTE P., 1994, *Le tourisme diffus*, CERAMAC, ClermontFerrand, 131p.

JEUNE AFRIQUE INTELLIGENT, 2004, *Tourisme : destination Afrique* in Jeune Afrique Intelligent, n°2270, p43-58.

JOLLIVET M. et MATHIEU N. (dir.), 1989, *Du rural à l'environnement, La question de la nature aujourd'hui*, L'Harmattan, 352 p.

JUPEAU-REQUILLARD F., 1992, *Images : les représentations de la campagne dans les supports de l'opinion publique*, Etudes TER, Paris, 88p.

KADRI B., 2005, « *Vers "les sciences du tourisme" ? Complexité et transversalité* », Téoros, vol.25 n° 1 p2-9

KADRI B., KHOMSI M.R. et BONDAREMKO M., 2011, « *Le concept de destination* », Téoros, connexion on 25 May 2014. URL : <http://teoros.revues.org/1229>

KASSE M.M., 1976, *Tourisme international : évaluation de l'impact sur le développement des économies africaines*, Université de Dakar, 357p.

KAYSER B., 1990, *La renaissance rurale : Sociologie des campagnes du monde occidental*, Armand Colin, 316 p.

KEBIR L., 2004, *Ressources et développement, une approche institutionnelle et territoriale*, Thèse de Doctorat, Université de Neuchâtel, Neuchâtel 478p

KEBIR L., 2006, *Ressource et développement régional, quels enjeux ?*, Armand Colin, 146p.

KERCUKU H., 2009, *Comportements spatio-temporels des touristes dans la région de Québec*, Université Laval, thèse de doctorat, 190p.

KINDO B. 1996, « *Akwaba en Côte d'Ivoire* », Vision de Côte d'Ivoire, SNEP SARL, Abidjan n° 15 p1

KINDO B., 1995, *L'accueil en tourisme*, Conférence au séminaire international de tourisme à Barcelone, 5p

KINDO B., 1996, *Akwaba en Côte d'Ivoire*, SNEP p1

KLANCNICK R., 2000, *L'OMT prône l'amélioration de la desserte aérienne des pays en développement*, éditions OMT Madrid, 18p.

KNAFOU R. et al, 1997, *Tourisme et Loisirs*, coll. " Atlas de France ", vol.7, 257p

KNAFOU R. et al, 1998, *La planète nomade : Les mobilités géographiques aujourd'hui*, Belin., Paris, 247p.

KNAFOU R. et al. , 1997, *Une approche géographique du Tourisme*, L'Information Géographique n°3, p193-204

KNAFOU R., 1991, *L'invention du lieu touristique. La passation d'un contrat et le surgissement simultané d'un nouveau territoire*, Revue de Géographie Alpine vol.79 n°4, pp11-20.

KNAFOU R., 1993, *L'invention du Tourisme*, in Encyclopédie de la géographie, éditions Economica, 187 p

KNAFOU R., 1995, *Incertitudes, paradoxes et ambiguïtés du tourisme diffus*. Journées de la Commission de géographie du tourisme et des loisirs : le tourisme diffus, Clermont-Ferrand : CERAMAC, pp5-16

KNAFOU R., 2000, *Scènes de plage dans la peinture hollandaise du XVe siècle entrée de la plage dans espace des citadins*, Mappemonde n°58 pp1-5

KOFFI K. P., AFFIAN K. et ABE J., 1992, *Contribution à l'étude des caractéristiques morphologiques de l'unité littorale de Côte d'Ivoire, Golfe de Guinée : vas du périmètre littoral de Port-Bouët*, Journal Ivoirien d'Océanologie et de Limnologie, n°1, pp 35-57

KOFFI K.P., ABE J.; KOTHIAS, A.J.B., 1991, *Contribution à l'étude des modifications hydro-sédimentaires consécutives à la réouverture artificielle de l'embouchure du Comoé à Grand-Bassam* in Journal Ivoirien d'Océanologie et de Limnologie, n°1-2, Coll., CRO, Abidjan, pp 47-60

KOTH B., KREAG G., et SEM J., 1991, *Rural Tourism Development Training Guide*, Université du Minnesota, 174p

KOUAME P., 2011, *Réflexions sur l'économie et les institutions politiques ivoiriennes: un plan d'action pour la reconstruction et l'industrialisation*, Frat mat édition, 109p

- KRAPF, K., 1961, « *Les pays en voie de développement face au tourisme. Introduction méthodologique* », Revue de tourisme, n°16 pp 3.
- KRIPPENDORF J., 1975, *Die landschaftsfresser. Tourismus und erholungslandschaft-verderben, oder seggen, schwarzenburg*, pp 5-6
- KUHN T., 1962, *The Structure of Scientific Revolutions*, University of Chicago Press (1st ed), 172p
- KUHN, T., 2008, *La structure des révolutions scientifiques*, Traduction Laure Meyer, Flammarion, 1983, Champs Flammarion, 264p
- KYE-SUNG, 1990, *The role of destination image in Tourism*, A review and discussion, the tourism review 45p.
- LAHOUSSE P. et PIÉDANNA V., 1998, *L'outil statistique en géographie Tome 1 : les distributions à une dimension*, Armand Colin, 94p.
- LAINE J-P., 1981, *Tourisme et développement des collectivités*, Les Éditions Ouvrières, Paris, 141p.
- LAINE J-P., 1990, *L'évolution récente des cultures fruitières en Thaïlande (Thai fruit cultivation récent changes)*, in Bulletin de l'Association de géographes français, 67e année, n°3 p207-211.
- LANGUILLON-AUSSEL R., 2011, *Tourisme et loisir pour une brève définition* in Environnement, ville et société, UMR5600, Université de Lyon 2, <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/doc/typespace/tourisme/popup/TourismeLanguillon2.htm> 2p
- LANQUAR R., CAZES G. et RAYNOUARD Y., 2001, *L'aménagement touristique et le développement durable*, PUF, " Que- Sais-je ? ", 5e édition, Paris, 127p.
- LAZZAROTTI O., 1993, *Tourisme et Tiers Monde : de la connaissance au savoir géographique*, Annales de Géographie, n° 570, pp181-187.
- LAZZAROTTI O., 2003, « *patrimoine* », dans LEVY J., LUSSAULT M. (dir.), Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés, Paris, Belin, p692-693.
- LE GALL S., 1999, *Les métiers de l'Hôtellerie - Restauration*, Editions Jeunes, coll. Guides 196p.
- LE GARREC M A., 2008, *Le tourisme: un secteur économique porteur*, INSEE, 17p
- LE LANNOU M., 1948, *La vocation actuelle de la géographie humaine* in Les Études rhodaniennes, vol. 23, n°4, p272-280. http://www.persee.fr/doc/geoca_1164-6268_1948_num_23_4_5940
- LE MOIGNE J-L., 1990, *La modélisation des systèmes complexes*, Le seuil, 295p.
- LE MOIGNE J-L., 1990, *La théorie du système général, Théorie de la modélisation*, PUF, Coll. Systèmes Décisions, 3e édition, Paris, 211p
- LE MOIGNE J-L., 1994, *Le constructivisme, tome 1, Des fondements*, ESF, Paris, 252 p.

- LE MOIGNE J-L., 1995, *Le constructivisme, tome 2, Des épistémologies*, ESF, Paris, 315p.
- LE MOIGNE J-L., 2007, *Les épistémologies constructivistes*, PUF, 3ème édition, 127 p.
- LE MOIGNE, J-L., 1997, *Les Trois Temps de la modélisation des écosystèmes : l'entropique, l'anthropique et le téléologique*, Conférence pour les journées du PIREVS - CNRS - Toulouse - novembre, <http://sos-net.eu.org/red&s/ae-mcx/conseil/lemoign1.htm>.
- LECLERC G., 1979, *L'observation de l'homme. Une histoire des enquêtes sociales*, Seuil, Paris, 368p.
- LEIPER N., 1990, *Tourism systems: An interdisciplinary perspective*, Palmerston North, New Zealand, Massey University Printery. 85p
- LEIPER N., 1990, *Tourist attraction systems*, *Annals of Tourism Research* vol.17, p367- 384
- LEIPER N., 1993, "Defining tourism and related concepts : tourist, market, industry and tourism system", in KHAN M.A., OLSEN M. D. et VAR,T., *VNR's Encyclopedia of hospitality and Tourism*, Nostrand Rheinhold, New York, p539
- LEIPER N., 2004, *Tourism management*, Pearson Education Australia, 455p
- LEJEAL F., 2000, *L'Afrique peut-elle s'ouvrir au tourisme?* in *Marché Tropicaux et méditerranéens*, n°2872, p2347-235.
- LEMASSON J-P. et VIOLIER P., 2010, *Destinations et territoires*, Vol.1, Coprésence à l'œuvre, Presses de l'Université du Québec, 295 p
- LEMASSON J-P. et VIOLIER P., 2010, *Destinations et territoires*, Vol.2, *Tourisme sans limites*, Presses de l'Université du Québec, 270 p
- LEVY J., 2003, « *Les nouveaux espaces de la mobilité* » in BONNET Michel et DESJEUX Dominique (dir.), *Les territoires de la mobilité*, Presses Universitaires de France, Paris, pp 158
- LEVY J. et LUSSAULT M., (dir.), 2013, *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Nouvelle édition revue et augmentée, Belin, 1127p.
- LEW A., 1987, *A framework of tourist attraction research*, *Annals of Tourism Research*, n°14, p553-575.
- LIPIETZ A., 1977, *Le Capital et son espace*, F. Maspero Deuxième édition, Paris, 165p.
- LOCOU J.-N., 1983, « *D'où viennent les peuples lagunaires de Côte d'Ivoire ?* », *Afrique Histoire*, n°9, pp 39-43
- LOCOU J.-N., 1984, *Histoire de la Côte d'Ivoire*, Tome 1, La formation des peuples. CEDA, Abidjan, 208p.

- LOCOU J.-N., 1986, « *Le peuplement de la Côte d'Ivoire. Problèmes et perspectives de recherche* », Annales de l'Université d'Abidjan, Série I, Histoire, Tome XIV, p 27-57
- LOCOU J.-N., 2012, *Histoire et Développement de la Côte d'Ivoire*, Éditions F.H.B, Abidjan, 203p
- LORCIN J., 1999, "Commentaire de: Marc Boyer" *Le tourisme en l'an 2000*", Cahier d'Histoire, Presse universitaire de Lyon, 37p
- LOZATO-GIOTART J.P., LEROUX E. et BALFET M., 2012, *Management du tourisme Territoires, offres et stratégies*, Collection Pearson Education, 3e édition Pearson, 400p.
- LOZATO-GIOTART J.P., 1985, *Géographie du tourisme*, Masson, (Coll. Géographie), Paris, 176p.
- LOZATO-GIOTART J.-P., 1987, *La géographie du Tourisme*, éditions. Masson, Coll. Géographie, 192p
- LOZATO-GIOTART J.-P., 1989, *Géographie du tourisme*, Masson édition, 234p.
- LOZATO-GIOTART J.-P., 1993, *Géographie du tourisme. De l'espace regardé à l'espace consommé*, Masson 4e éd., coll. Géographie, Paris, 320p
- LOZATO-GIOTART J.-P., 2008, *Géographie du tourisme : de l'espace consommé à l'espace maîtrisé*, 2eme édition Pearson Education France, 330p.
- LUCQUES C., 1967, *Le regard du Touriste. Une méditation sur l'espace humain*, éditions Centre d'Etudes du Tourisme, 86p.
- MACHIAVEL, N., 1983, *Le Prince*, Paris, Librairie Générale Française, coll. « Le livre de poche » ;303p. (L'oeuvre originale fut publiée en 1513)
- MANOUKIAN B., 2002, *Quand le géographe regarde le paysage*, Texte de communication, sur le thème : « L'enseignement de la géographie en sixième. » Paris, 10p.
- MARC R. et al., 2004, « *Les risques côtiers en Côte d'Ivoire* », in Bulletin de l'Association de géographes français, Aménagement des littoraux et conséquences géomorphologiques / Les littoraux sableux et dunaires, pp 298-314
- MARCELPOIL E. et BOUDIERES V., 2006, *Gouvernance touristique des grandes stations et durabilité. Une lecture en termes de proximité*, Revue développement durable et territoire n°7, <http://developpementdurable.revues.org/document2648.html>, 27p.
- MARSAT J.B., BONNIOT A., BOUCHAUD M. et MONIN C., 2011, *L'intégration territoriale du tourisme rural diffus : complémentarité agricole et ancrage social. Etude de cas en Auvergne*, XVII eme Colloque de l'Association de Science Régionale de Langue Française (ASRDLF), Schœlcher, France. 17 p
- MARSAUD O., 2006, *Tourisme : l'Afrique au banc d'essai : dossier*, in Jeune Afrique, pp 45-54
- MASLOW A., 1943, *A Theory of Human Motivation*, in "Psychological Review n°50 pp 370–396.

MASSEY D. B., 1994, *Space, place, and gender*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 280p.

MASSEY, D. B., 2004, *For space*, Thousand Oaks, Calif, Sage, London, 16p

MATTEUDI E. 1995, *Développement touristique local et spécificités territoriales*, in^[1]_{SEP} « Le tourisme diffus », Sous la direction de VITTE P. et JAMOT C.), Publication du CERAMAC n°8, Université Blaise Pascal, Clermont-Ferrand, pp 63-72.

MAUSS M., 1993, *Sociologie et anthropologie*, Quadrige, PUF, 5eme édition, 482p

MAYER G., 2003, *Tourisme au Niger : Retour timide des touristes grâce à la paix et à la stabilité*, Marchés Tropicaux et Méditerranéens, n°2995, p704.

MAYI A., 2007, *Les territoire du tourisme en ville : La pratique des acteurs du tourisme dans les villes d'Amboise, de Blois et de Tours*, Thèse de doctorat, Université d' Angers, 439p.

MENDRAS H., 1992, *La fin des paysans, suivi d'une réflexion sur la fin des paysans vingt ans après*, 446p.

MENSBRUGE, 1969, *Les exportation de bois en grumes de Côte d'Ivoire*, in Revue Bois et Forêts des tropiques, N°128, 14p

MERCHTILD M., 1992, *Tourisme, prostitution, sida*, L'Harmattan, coll. tourisme et société, paris, 182p.

MERENNE-SCHOUMACKER B., 1996, *La localisation des services*, Nathan Université, coll. Géographie Aujourd'hui, Paris, P.1991

MERENNE-SCHOUMACKER B., 2003, *Géographie des services et des commerces*, Presses Universitaires de Rennes, Rennes, 240p.

MERENNE-SCHOUMACKER B., 2007, *Géographie de l'énergie : Acteurs, lieux et enjeux*, Belin Sup Géographie, Paris, 272 p.

MERLIN P. et CHOAY F., 2005, *Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement*, PUF, Paris, 723p.

MERLIN P., 1997, *Géographie humaine*, PUF fondamental, Paris, 573p.

MERLIN P., 2001, *Tourisme et aménagement touristique. Des objectifs inconciliables ?*, La Documentation française, Paris, 216 p.

MERLIN P., 2001, *Tourisme et aménagement touristique. Des objectifs inconciliables ?*, édit. La Documentation française, Paris, 216 p.

MICHEL F., 2000, *Tourisme moderne entre misère et business*, in Le Monde diplomatique, n°557, p21

MINISTERE DE L'ECONOMIE ET DES FINANCES, 1996, *La Côte d'Ivoire en chiffre*, 189p

MINISTÈRE D'ÉTAT CHARGÉ DU TOURISME, 1989, *Aménagement touristique du littoral Est de la Côte d'Ivoire : Assinie étude directrices I schémas d'aménagement*, DCGTx-SIAT, 226 P

MINISTÈRE DU PLAN ET DE L'INDUSTRIE, 1980, *Plan quinquennal de développement économique et culturel 1981-1985 : les grandes orientations de la stratégie de développement*, Tome 1, 439p

MINISTÈRE DU PLAN, 1983 : *Plan quinquennal de développement économique social et culturel 1981-1985*, Tome 2, vol. 1, CEDA Abidjan, 323p

MINISTÈRE DU TOURISME ET DE L'ARTISANAT, 1993, *Les opportunités d'investissement dans le secteur du tourisme*, Abidjan, 15p.

MINISTÈRE DU TOURISME ET DE L'ARTISANAT, 2006, *Programme de reconstruction de l'industrie touristique et hôtelière*, MTA, Abidjan, 17p.

MINTOUR CI, 1970 : *Schéma d'aménagement d'Assinie, Tome 1 & 2*

MINTOUR CI, 1970, *Aménagement urbain lié au développement touristique de la lagune d'Assinie : Définition de programme d'aménagement urbain*, Tome1 Etude socioéconomique, SCET IVOIRE, 32p

MINTOUR CI, 1988, *Plan de développement touristique 1990-1994*

MINTOUR CI, 1989, *Plan de Développement du Tourisme (PDT) 1990-1994*, 258p

MINTOUR CI, 1991, *La Côte d'Ivoire, le pays du tourisme vrai*, Abidjan, 16 p

MINTOUR CI, 2012, *Plan de Développement du Tourisme (PDT) horizon 2015*, p

MINTOUR France, 1977, *Tourisme et ressources locales dans les pays en développement*, ACCT, Paris, 98p

MIOSSEC J-M., 1977, *L'image touristique comme introduction à la géographie touristique*, Annales de Géographie, pp 55 -70.

MIOSSEC J-M., 1977, *Un Modèle de l'Espace Touristique* in L'Espace Géographique N° 6, pp 41-48.

MOINE A., 2007, *Le territoire : comment observer un système complexe*, L'Harmattan, Coll. Itinéraires Géographiques, 178p.

MOINET F., 2000, *Le Tourisme rural. Comment créer et gérer ?* éditions France Agricole, 3ème édition, 352p.

MONNIER Y., 1983, *Carte de la végétation de la Côte d'Ivoire*, in VENNETIER P. et LACLAVERE G. (dir), Atlas de Côte d'Ivoire. 2e éd., Jeune Afrique, Paris, 72p.

- MORISSET L. K., et al, 2012, *Epistémologie des études touristiques*, Presse Universitaire du Québec (PUQ), 231p
- MOUEZY H., 1953, *Assinie et le royaume de Krindjabo, Histoires et coutumes*, Larose, Paris, 255p.
- MOULIN C., 1981, *Le tourisme et ses effets sur les pays du tiers-monde*, Groupe d'étude en développement, Ottawa, 27p
- N'DA P., 2015, *Recherche et méthodologie en sciences sociales et humaines, Réussir sa thèse, son mémoire de master ou professionnel et son article*, l'Harmattan, 273p.
- NIANGORAN-BOUAH G., 1981, *Introduction à la drummologie*, Éditeur scientifique : Institut d'ethno-sociologie. Édition G.N.B., Abidjan 199 p
- NIGHTINGALE, 1978, *On the definition of industry and Market*, Journal of industrial economics, 27p
- OCDE, 1967, *Développement du tourisme et croissance économique*, Paris, OCDE, 48p
- OCDE, 2012, « *Définition et description des régions* », dans *Panorama des régions de l'OCDE 2011*, Éditions OCDE, 10p
- ODIT France, 2005, *Veille info tourisme*, DGE, 41p
- ODTA, 1972, *Colloque international sur le développement du tourisme en Afrique*, Yaoundé, ODTA, Paris, 192p.
- OITH et SNEP, *Vision de Côte d'Ivoire*, n°9 Oct.1994, n° 12 Août1995, n° 15 juin 1996, Ed SNEP SARL, Abidjan
- OITH, 1995, *Guide Akwaba des professionnels du tourisme en Côte d'Ivoire*, Abidjan OITH, 32 p
- OLIVIER L., BEDARD G., PERRON J., 2005, *L'élaboration d'une problématique de recherche : sources, outils et méthode*, L'Harmattan, 99p.
- OMAÏS R. (dir), KOUAKOU K. S., DELAME P. et FORTAILLIER V., 2013, *La royauté en Côte d'Ivoire suivi de Les Petit métiers féminins à Abidjan*, Coll., Culture et tradition, Ed, FATOM, 303p
- OMT, 1980, Assemblée Générale de Manille
- OMT, 1999, *L'écho touristique*, n°2447, 12 p.
- OMT, 2000, *Faits saillants*, 32p
- OMT, 2000, *Histoire du tourisme*, édit. OMT, Madrid, 112p
- OMT, 2000, *Mémento du tourisme*, CST, 150p

- OMT, 2000, *Perspectives pour un tourisme d'avenir, Synthèse sur les documents stratégiques*, 112 p
- OMT, 2001, *Faits saillants 2000*, édit. OMT, Madrid 28p
- OMT, 2008, *Mémento du tourisme 2007*, 148p
- OMT, 2011, *Classement mondial des destinations et des marchés émetteurs*, 10p
- OMT, 2011, *Pour une vue d'ensemble du tourisme en 2011 : Faits saillants OMT du tourisme mondial*, 50p
- OMT, 2011, *Rapport annuel de l'OMT2010*, 82p
- OMT, 2012, *Mémento du tourisme 2011*, 46p
- OMT, 2013, *Mémento du tourisme CST*, 158p
- OMT, 2013, *Rapport annuel de l'OMT 2012*, 82p
- OMT, 2014, *Rapport annuel de l'OMT 2013*, 45p
- OMT, 2015, *Rapport annuel de l'OMT 2014*, 95p
- OMT, *OMT de A à Z*, <http://media.unwto.org/fr/content/comprendre-le-tourisme-glossaire-de-base>
- PACO J., 1996, 'La Côte d'Ivoire et l'an 2000' Afrique business Magazine, N° 9/10, 36p.
- PAPATHEODOROU A., 2000, *Evolutionary Patterns in Tourism: A Spatial Industrial Organization Approach*, PhD dissertation. Oxford: University of Oxford, 480p
- PAPATHEODOROU A., 2001, *Why people travel to different places*, Annals of Tourism Research, vol. 28, n°1, p164-179.
- PARINGAUX R.-P., 1984, *Le monde des loisirs*, Le Seuil, 225p.
- PASCAL M., 1998, *Les agents de développement touristique : jongleurs d'espaces et de frontières virtuelles*, Les Cahiers d'Espaces n° 55, pp 92-97.
- PASQUALINI J. et JACQUOT B., 1991, *Tourismes*, Dunod, 321p
- PASSET R., 1996, *L'«Économie et le vivant»*, Economica 2e édition, Paris, 287p.
- PATIN V., 1997, *Tourisme et patrimoine en France et en Europe*, La documentation française, 173p
- PEARCE D., 1993, *Géographie du Tourisme*, éditions Nathan, 352p
- PECQUEUR B. et ZIMMERMANN J.B., (dir), 2004, *Économie de proximités*, Hermès-Lavoisier, Paris, 264p.

PECQUEUR B., 2001, *Qualité et développement territorial : l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés*, in *Économie rurale* n°261, pp 37-49.

PERRIER-CORNET P., 2002, *Repenser les campagnes*, Editions de l'Aube/Datar, coll. Monde en cours, série Bibliothèque des territoires, 280p.

PERROT C. H., 1982, *Les anyi-Ndényé et le pouvoir aux XIIIe et XIXe siècles*, CEDA, Abidjan, 333p

PERROUX, 1950, Organisation de l'espace et aménagement du territoire dans l'économie et la géographie françaises au milieu du XXème siècle, Dans *Revue d'Histoire des Sciences Humaines* 2003/2 n° 9, pp 235-247.

PEYPOCH N., 2008, *On measuring tourism productivity*, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, pp 237-244.

PHILIPONNEAU M., 1999, *La géographie Appliquée du Géographe universitaire au géographe professionnel*, cf.ch. 8 : " Les hommes et les activités ", " Tourisme et Loisirs ", p207-213), édit Armand Colin, coll. U, Paris, 294 p

PIERRE DU PREY, 1970, *La Côte d'Ivoire de A à Z*, 108p

PIGRAM J.J. et DUNN J-B., 1976, « *Monitoring Recreation Behavior* », *Journal of Travel Research*, vol.15, p.14-18.

PINCHEMEL P., 1979, *La nouvelle géographie de Paul Claval*, in *Annales de Géographie*, tome 88, n°490, p729-733. <http://www.persee.fr/doc/geo>

PITTE J-R., 1989, *Histoire du paysage français : du 16ème siècle à nos jours*, Tallandier, Paris, 444p

PLASSE S., 2011, *Le tourisme au Mali: otage d'Aqmi*, *Marché tropicaux et méditerranéens: stratégies et investissements en Afrique*, n°3260, p32-33

PLATON, 1966, *La république*, livre VII, Paris Garnier-Flammarion, Traduction BACCOU R.

POTIER P., ANOH P. (dir) et al, 2008, *Géographie du littoral de Côte d'Ivoire: éléments de réflexion pour une politique de gestion intégrée*, Coopération interuniversitaire Abidjan-Cocody/Nantes, 325p.

PUMAIN D., THUMERELLE P-J. et SAINT-JULIEN T., 2001, *Les interactions spatiales*, in *Espace, populations, sociétés*, vol.1-2, *Repopulation et mobilités rurales*. p. 205, <http://www.persee.fr/doc/espo>

PY P., 1996, *Le Tourisme, un phénomène économique*, La Documentation Française, 144p

QUARANTA G., 1992, *Glossaire des termes touristiques*, édit Bréal, 112p

- RACINE J.-B., 1989, « *L'espace, territoires et invention de l'avenir de l'avenir* », in "L'espace" Publication de l'Université de Lausanne, Payot Lausanne, pp 65-92
- RAFESTIN F., 1980, *Ressources et pouvoir*, Librairies techniques (LITEC), Paris, 250p
- RAFFESTIN C., 1978, " *Les construits en géographie humaine : notions et concepts* ", Géo point, Univ. de Lyon II, Lausanne et Genève, pp 55-73
- RAFFESTIN F., 1986, *Pour une géographie du pouvoir*, Librairies techniques, Paris, 249 p
- RATZEL M. G., 1897, La biogéographie en Allemagne dans la deuxième moitié du XIXe siècle, in Revue d'histoire des sciences, tome 45, n°4, 1992, pp 435-452, <http://www.persee.fr/doc/rhs>
- RAYMOND H. et LEGOTIEN H., 1973, *Les méthodes d'enquête par sondage en milieu rural africain*, in « Technique et développement africain », p16-28.
- REMY M., 1983, *La Côte d'Ivoire : Nouvelle frontières*, Les éditions J.A, 186 p
- REMY M., 1996, *La Côte d'Ivoire aujourd'hui*, Les éditions JAGUAR, Paris, 239 p
- RENARD J., 1984, « *Le tourisme : agent conflictuel de l'utilisation de l'espace littoral en France* », in *Norois* n°121, Université de Nantes E.R.A. , pp 45-61
- RENAUD Y., 2003, « *Le tourisme international à la conquête du tiers monde* » courrier de l'UNESCO, 35p
- REPUBLIQUE De COTE D'IVOIRE, 1989, *Enquête sur le tourisme à Assouindé*, DCGTx, 42 p
- RESEAU FRPAT LANGUEDOC ROUSILLON, 2013, *La réalisation d'un diagnostic touristique*, FRPAT, 50p
- RGPH, 2014, Recensement général de la population et de l'habitat
- RIBEIRO O., 1968, *En relisant Vidal de la Blache*, in *Annales de Géographie*, tome 77, n°424, pp 641-662 <http://www.persee.fr/doc/geo>
- RIEUTORT L., 2012, « *Du rural aux nouvelles ruralités* », *Revue internationale d'éducation de Sèvres*, n°59, pp43-52.
- RITTER C., 1859, *Die Erkunde im Verhältnis zur Natur und Geschichte des Menschen / La Géographie dans ses relations avec la nature et l'histoire de l'humanité*, Berlin, 155p.
- ROCHEFORT R., 1976, *Economie géographique et aménagement du territoire*, CDU-Sedes, 159p
- RSC, 2015, Livre blanc de la région du sud Comoé, 31p
- RUFFLE J., 1976, *De la biologie à la culture*, Paris, Flammarion, 596p
- RUSS J., 1988, *Les chemins de la pensée*. Philosophie, Armand Colin, Paris, 543 p.

SABOURIN C., 1985, Le tourisme dans les régions rurales du Québec : bilan et perspectives, Thèse de Doctorat 3^{ème} cycle " Droit et Economie du Tourisme, Université d'Aix-Marseille III, 726p

SACK, R., 1981, Conceptions of geographic space. Progress, in Human Geography, n°4, pp 313-354

SANGARE M., 1995, *Document stratégique sur le développement touristique en Côte d'Ivoire*, Thème : « Tourisme et développement, le cas de la Côte d'Ivoire », 36 p.

SANSELME F., 1999, *Entre sciences sociales et sens commun: La «ruralité» dans les Maisons familiales rurales*, in *Économie rurale* n°262, 2001, pp 62-75, <http://www.persee.fr/doc/ecoru>

SARASSIN B. (dir) et al, 2013, *Les entreprises touristiques au cœur du développement économique*, in *Transfer : Publication de la chaire tourisme transat*, ESG UQUAM, 196p

SARLET, M. et MANÇO A., 2008, *Tourismes et diversités : facteurs de développement ?* Budapest, Turin, L'Harmattan, coll. «Compétences interculturelles" fondée et dirigée par Altay Manço de l'IRFAM, 158p.

SCHIFFMAN L.G. et KANUK L.L., 1991, *Consumer behavior*, 4th ed. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 680p.

SEYDOUX, 1983, *De l'hospitalité à l'accueil*”, Edition Delta et Spes, Denges, 159p.

SIMONNEAUX J., 1999, *Acteurs, enjeux et régulation dans la dynamique du tourisme en espace rural*, Thèse, université de Toulouse le Mirail, 486p

SODEXAM, 2015, Rapport annuel de la station météorologique d'Adiaké,

SPINDLER J., 2003, *Le Tourisme au XXI^e siècle*, L'Harmattan, coll. Tourisme et sociétés, Paris 463p.

SPIZZICHINO R., 1991, *Les marchands de bonheur, Perspectives et stratégies de l'industrie française du tourisme et du loisir*, Dunod, Paris, 320p

STABLER W.J., 1995, *The image of destination regions: theoretical and empirical aspects, Marketing in the Tourism Industry: the Promotion of Destination Regions*, Goodall, 354p

STAFFORD, J., 1995, *Microéconomie du tourisme*. Les Presses de l'Université du Québec, Sainte-Foy, (coll. Tourisme), 235p

STOCK M et al., 2006, *Le tourisme. Acteurs, lieux et enjeux*, Belin, 303 p

TABAKA K., 2009, *Etude des mobilités quotidiennes des habitants de la région urbaine de Grenoble*, Université Joseph-Fourier Grenoble 1, IGA, 269p

TABARLY et DOCEUL, 2012, *Vocabulaires et notions générales* in les nouvelles dynamiques du tourisme dans le monde, Géoconfluence, <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire>

- TELISMAN-KOSUTA N., 1989, *Tourism Destination Image*, in WITT, S. F., et MOUTINHO, L. (dir.), *Tourism Marketing and Management Handbook*. Prentice Hall: Cambridge, pp 557-561.
- TOCQUER G., ZINS M. et HAZEBROUCQ J-M., 1999, *Marketing du tourisme*, Editions Gaëtan Morin, 304p.
- TORRENTE P., 2000, *Développement durable, tourisme et territoire : Quelques éléments préalables pour une approche systémique*, Varia, 19p
- TPR 1997, *Plan directeur du tourisme en Côte d'Ivoire*, UE, Paris, 5 sections
- TROUSSET M-J. et VIOLIER P., 1998, *Systèmes d'acteurs et dynamique touristique des villes*, in Norois, n°178, Villes et tourisme, pp 281-292.
- UE/ACP, 1999, Le développement durable du tourisme in *Le Courrier Afrique Caraïbe Pacifique Union Européenne*, n°175, pp 41-71
- UM S. et CROMPTON J-L., 1990, « *Attitude Déterminants in Tourism Destination Choice* », *Annals of Tourism Research*, vol.17, pp 432-448.
- UNWTO and SNV 2010, «*Manual on Tourism and Poverty Alleviation, Practical Steps for Destinations.* " 53p
- VANDECANDELAERE E., 2002, *Des « réseaux territoriaux » comme outil de promotion de produits de qualité. L'analyse des « routes des vins » en Languedoc Roussillon, Mendoza et Western Cape*, SYAL Colloquium «Les systèmes agroalimentaires localisés: produits, entreprises et dynamiques locales» Montpellier, France pp 16-18
- VANIER M. et CAILLY L., 2010, *La France : Une géographie urbaine*, Armand Colin, Collection U, Paris, 368 p.
- VELLAS F., 1987, *Tendances du Tourisme International*, Economica, 236p.
- VIOLIER P. et DUHAMEL P. 2009, *Tourisme littoral: un enjeu du monde*, Belin, 191 p
- VIOLIER P. et GRAVARI-BARBAS M., 1998, *Les acteurs*, in Norois, n°178, Villes et tourisme. pp 279-280.
- VIOLIER P., 1999, *L'espace local et les acteurs du Tourisme*, éditions Presses Universitaires de Rennes, 177p
- VIOLIER P., 2008, *Tourisme et développement local*, Belin-Sup, Paris, 191p
- VIOLIER P., 2009, *Proposition pour un modèle d'analyse de la dynamique des lieux touristiques*, Destinations et territoires, vol.1 : Coprésence à l'œuvre. Téoros - Presses Universitaires du Québec, 282p
- VIOLIER P., 2011, "*Les lieux du monde.*", Paris, Belin, n°57, vol. 1, pp 7-11, Espaces Temps.net, <http://www.espacestemp.net>

VIOLIER, P. et MONDOU, V., 2009, *Projets, pratiques et lieux touristiques, quelles relations ?* Mappemonde, 215p

VIOLIER, P. et MORICE, J., 2008, *La dynamique des lieux touristiques littoraux, Les villes balnéaires d'Europe Occidentale du XVIIIème siècle à nos jours*. Presses de l'Université Paris-Sorbonne, Collection Histoire maritime, 358p

VITTE P., 1998, *Tourisme en espace rural : le territoire à l'épreuve*, in Revue de géographie alpine, tome 86, n°3, pp 69-85.

VLES V., 1996, *Les modes de gestion des stations touristiques* », Les Cahiers d'Espaces n° 47, pp 20-30.

VLES V., 2005, « *L'aménagement touristique durable du territoire* », in Société, Environnement, Territoire, Université de Pau et des Pays de l'Adour - U.M.R. C.N.R.S. n° 5603, 509p

VLES V., 2011, "*Tourisme*", in Dictionnaire des politiques territoriales, de PASQUIER R., GUIGNER S., COLE A. pp 482-488. <http://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00681559>

WACKERMANN G., 1988, *Le tourisme international*, Armand Colin, 280p

WACKERMANN G., 2005, *Géographie du développement*, Ellipses, Collection Universités, 358p.

WAHAB S., 1975, "*Tourism Management*", Tourism International Press, London, pp 323-336

ZORKOT N., 2012, *Lagunes de Côte d'Ivoire*, Abidjan, Editions Profoto, 453p

TABLE DES ILLUSTRATIONS

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Du voyageur au touriste.....	17
Figure 2 : Processus sommaire de la pratique du tourisme	19
Figure 3: Grand ensemble des activités du tourisme.....	20
Figure 4 : Groupes de motif du tourisme	27
Figure 5 : Dimensions et évolution d'utilisation des termes : transport, déplacement, mobilité.....	29
Figure 6 : Composantes de la mobilité touristique et leurs relations réciproques	30
Figure 7: Evolution des arrivées de touriste dans le monde de 1960 à 2014.....	37
Figure 8 : Atouts touristiques du continent africain	39
Figure 9 : Evolution des arrivées de touriste en Afrique de 1985 à 2014	40
Figure 10 : Répartition des arrivées touristiques dans les pays africains en 2013.....	41
Figure 11 : Proportion des arrivées de touriste par grande région africaine entre 2004 et 2014	42
Figure 12: Atouts touristiques de la Côte d'Ivoire	44
Figure 13: Evolution du flux touristique en Côte d'Ivoire	45
Figure 14 : Cycle de vie d'un lieu touristique	76
Figure 15 : Lieux transformés et orientés pour le tourisme.....	77
Figure 16 : Triple préoccupation de la durabilité par le tourisme	79
Figure 17 : Schéma du cadre théorique	86
Figure 18 : Situation administrative de la région du Sud Comoé.....	89
Figure 19: Pyramide des circonscriptions de la Région du Sud Comoé.....	109
Figure 20 : Proportion des villages par département dans la Région du Sud Comoé.....	110
Figure 21 : Localisation des villages de la région du sud Comoé	111
Figure 22 : Typologie des routes de la région du Sud Comoé	113
Figure 23: Orographie de la région du sud Comoé	118
Figure 24: Localisation des réserves forestières dans l'espace rural du Sud Comoé	123
Figure 25: Courbe ombrothermique de la région du Sud Comoé en 2013	126
Figure 26: Courbe ombrothermique de la région du Sud Comoé en 2014	127
Figure 27: Hydrographie de la région du Sud Comoé.....	129
Figure 28: Réseau lagunaire de la région du Sud-Comoé.....	131
Figure 29 : Evolution de la population de la région du Sud Comoé entre 1988 et 2014.....	137
Figure 30 : Population par sous-préfecture en 2014.....	138
Figure 31: Occupation spatiale du peuple Ehotilé dans la région du Sud Comoé.....	140
Figure 32 : Occupation du peuple Essouman dans la région du Sud Comoé	141
Figure 33 : Occupation du peuple N'zima dans la région du Sud Comoé	143
Figure 34: Espace Abouré dans la région du Sud Comoé	146
Figure 35 : Occupation spatiale du peuple Agni Sanwi	148
Figure 36 : Proportion des occupations des peuples autochtone de la région du Sud Comoé.....	149
Figure 37 : Occupation Ethnoculturelle de la région du Sud Comoé	150
Figure 38 : Royaumes dans la région du Sud Comoé	152
Figure 39: Répartition des établissements artisanaux selon les types d'espace	162
Figure 40 : Répartition des établissements artisanaux dans les villages	163
Figure 41 : Répartition des établissements hôteliers selon la durée d'existence.....	165
Figure 42: Evolution de l'hôtellerie dans la région.....	165
Figure 43 : Evolution de l'hôtellerie en espace rural	166
Figure 44 : La proportion des hôtels par Sous-préfecture dans la région du Sud Comoé	168
Figure 45 : Répartition des équipements hôteliers par type d'espace dans la région du Sud Comoé.....	169
Figure 46 : Répartition des hôtels par village dans la région du Sud Comoé.....	170
Figure 47: Répartition des établissements de restauration selon le type d'espace (%)	177

Figure 48 : Evolution des établissements de restauration dans l'espace rural de la région du Sud Comoé entre 1976 et 2014.....	178
Figure 49 : Proportion des équipements de restauration par sous-préfecture.....	179
Figure 50 : Répartition des lieux de restauration dans les villages de la région du Sud Comoé.....	180
Figure 51 : Taux de répartition des espaces de loisir dans la région du Sud Comoé.....	181
Figure 52: Volume d'espace de loisir par village dans la région du Sud Comoé.....	182
Figure 53: Répartition des espaces de loisirs de la région du Sud Comoé en fonction de leur durée d'existence.....	183
Figure 54: Equipements touristiques dans la région du Sud Comoé.....	184
Figure 55: Localisation des attractions touristiques naturelles et leur volume de visiteurs.....	187
Figure 56 : Attractions socioculturelles dans les villages de la région du Sud Comoé.....	199
Figure 57 : Répartition des établissements hôteliers en fonction de leur niveau de fréquentation par mois.....	201
Figure 58: Répartition des hôtels selon l'évolution de leurs activités par année.....	202
Figure 59 : Pourcentage des espaces de loisirs selon le niveau de fréquentation.....	203
Figure 60: Répartition des sites et monuments touristiques selon le niveau de fréquentation.....	204
Figure 61: Fonction touristique potentielle des territoires ruraux par Sous-préfecture.....	207
Figure 62 : Fonction touristique opérationnelle des territoires ruraux par Sous-préfecture.....	208
Figure 63 : Organigramme du ministère du tourisme.....	216
Figure 64: Couverture des Directions Régionales du Tourisme en Côte d'Ivoire.....	217
Figure 65: Etapes de réalisation d'un projet pratique touristique par un visiteur.....	227
Figure 66 : Proportion des visiteurs en espace rural par motif touristique en 2014.....	229
Figure 67: Potentialités touristiques dans l'espace rural de la région du Sud Comoé.....	230
Figure 68 : Plan des influences et dépendances entre les acteurs.....	241
Figure 69 : L'histogramme des rapports de force MIDI.....	242
Figure 70 : Histogramme de la mobilisation des acteurs sur les objectifs 3MAO.....	244
Figure 71: Plan des convergences entre acteurs.....	248
Figure 72: Graphe des convergences entre acteurs.....	249
Figure 73 : Graphe des divergences entre acteurs.....	251
Figure 74 : Proportion des sous-secteurs du tourisme dans l'espace rural.....	266
Figure 75: Nombre d'emploi des activités touristiques dans la région du Sud comoé en 2014.....	272
Figure 76: Nombre d'emplois qualifiés et non qualifiés dans l'espace rural de la région du Sud Comoé en 2014.....	273
Figure 77 : Modèle de tourisme concentré.....	277
Figure 78 : Proportion d'activité touristique par grand ensemble spatial du village d'Assinie.....	278
Figure 79: Concentrations des équipements touristiques sur les fronts de mer et de lagune sur le littoral d'Assinie.....	279
Figure 80: Implantation des équipements touristiques à Assinie.....	280
Figure 81 : Concentrations d'équipements touristiques sur le secteur d'Assouindé.....	281
Figure 82 : Contraste d'aménagement des espaces à Mondoukou.....	284
Figure 83 : Aménagement touristique dans le quartier Mondoukou plage.....	286
Figure 84 : Espace occupé par la population locale (le noyau villageois).....	286
Figure 85 : Modèle de tourisme diffus.....	288
Figure 86 : Occupation touristique diffuse à Bongo.....	288
Figure 87 : Occupation touristique diffuse à Etuéboué.....	289
Figure 88 : Lieu créé par le tourisme.....	291
Figure 89 : Localisation de la forêt des marais.....	292
Figure 90 : Lieu créé pour le tourisme.....	294
Figure 91: Schéma d'aménagement touristique prévu à Assouindé.....	295
Figure 92 : Schéma d'aménagement touristique prévu à Assinie.....	296
Figure 93 : Fondements de la pratique du tourisme.....	301

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1: Recettes touristiques dans le monde entre 1980 et 2013	36
Tableau 2 : Capacité hôtelière mondiale et africaine (1980- 2004)	43
Tableau 3 : Composition administrative de la région du Sud Comoé	90
Tableau 4 : Les variables liées aux atouts naturels, socioculturels et aux infrastructures de développement	95
Tableau 5 : Variables liées au fonctionnement du secteur touristique	96
Tableau 6: Variables liées aux indicateurs de développement et à l'occupation spatiale du tourisme	96
Tableau 7 : Tableau synoptique	103
Tableau 8 : Circonscriptions administratives et populations de la Région du Sud Comoé	109
Tableau 9 : Types de voies terrestres dans la région du Sud Comoé	114
Tableau 10 : Répartition des voies d'accès aux villages selon leur état	114
Tableau 11 : Réserves forestières dans l'espace rural du Sud Comoé	122
Tableau 12: Variation de la pluviométrie dans la région du Sud Comoé.....	125
Tableau 13 : Noms des villages et leurs significations.....	134
Tableau 14 : Volume et densité de la population par département en 2014.....	137
Tableau 15 : Répartition des artisans d'art par département	162
Tableau 16 : Répartition des hôtels en fonction des ensembles	173
Tableau 17 : Répartition des réceptifs pavillonnaires sur le littoral de l'espace rural.....	174
Tableau 18: Répertoire des principales attractions naturelles dans le milieu rural de la région du Sud Comoé .	186
Tableau 19 : Attractions touristiques socioculturelles dans le milieu rural de la RSC.....	191
Tableau 20: Les principaux acteurs privés du tourisme dans la région du Sud Comoé	222
Tableau 21: Associations et organismes indépendants du tourisme dans la région du Sud Comoé.....	223
Tableau 22 : Pratiques touristiques organisées par Global Tourisme en 2014.....	224
Tableau 23 : Activités et éléments proposés par les villages aux visiteurs	229
Tableau 24: Liste des acteurs	236
Tableau 25: Les objectifs associés aux enjeux du tourisme dans le milieu rural de la région du Sud Comoé	237
Tableau 26: Matrices des Influences Directs (MID)	238
Tableau 27: Matrice des positions valuées (2MAO).....	239
Tableau 28: Influence directe entre acteur	240
Tableau 29 : Matrice de position simple Acteurs/objectifs	244
Tableau 30 : Répartition des établissements hôteliers selon les actions de promotion du tourisme menées en faveur du milieu rural.....	246
Tableau 31 : Matrice des convergences (1CAA)	248
Tableau 32: Matrice des divergences	250
Tableau 33 : Cout de création des entreprises en rapport avec le tourisme dans les villages.....	268
Tableau 34 : Investissements moyens dans les équipements des hôtels.....	269
Tableau 35: Valeur moyenne des dépenses des hôtels dans les villages du Sud Comoé en 2014.....	270
Tableau 36 : Chiffre d'affaires moyen entre 2012 et 2014	271
Tableau 37 : Nombre d'emploi du tourisme dans la région du Sud Comoé en 2014.....	272
Tableau 38 : Salaires moyens dans les sous-secteurs du tourisme en espace rural	275
Tableau 39: Nombres des équipements touristiques de Mondoukou par type	283

LISTE DES PHOTOS

Photo 1 : Route difficilement praticable en saison	115
Photo 2 : Voie d'accès au site Agropastoral « Campement Ambassadeur » fortement dégradée.....	115
Photo 3: Vues de la voie d'accès au chef-lieu de département de Tiapoum	115
Photo 4 : Vue d'un manoir aux sommet d'une colline à l'entrée d'Ayamé	119
Photo 5: Aspect d'une réserve de forêt aux environ de Songan (S/p de Bianouan)	121
Photo 6: Végétation de mangrove sur les îles Ehotilé.....	124
Photo 7: Plantation de coco à Kassana village	132
Photo 8 : Paysage lagunaire aux environs d'Edjambo (S/p de Tiapoum).....	132
Photo 9: Attributs royaux dans l'espace rural de la région du Sud Comoé	154
Photo 10: Aperçu de quelques attraits gastronomiques dans le milieu rural.....	157
Photo 11 : Résidence secondaire à Abiaty	174
Photo 12 : Paillote aménagée sur la plage de Mondoukou.....	175
Photo 13: Paillotes sur la berge lagunaire d'Eboué.....	176
Photo 14: Paillotes en parasol sur la plage d'Assouindé.....	176
Photo 15 : Visiteurs sur la lagune Aby.....	188
Photo 16: Pêcheurs sportifs après une promenade en lagune aux environs du village Aby	189
Photo 17 : Excursionniste sous les mangroves sur les îles éhotilé (île Assoko monobaha)	189
Photo 18 : Espace de détente aménagé à l'intérieur d'une cocoteraie dans les environs d'Assinie	190
Photo 19: Moment de l'exécution de la danse Abissa à Grand-Bassam	192
Photo 20: Parade du roi lors de l'Abissa d'Assoyam (Grand-Bassam)	193
Photo 21 : Entrée et accoutrements du Popo carnaval de Bonoua	193
Photo 22: Danse guerrière autour du roi lors de la fête de génération à Moossou	194
Photo 23 : Sanctuaire marial Notre Dame des Victoires d'Assouba (S/P d'Aboisso)	195
Photo 24 : Sanctuaire marial Notre de la Garde de Yaou (S/P Bonoua)	195
Photo 25: Vestige de l'usine de transformation du Café à l'époque coloniale (Elima S/p d'Ettuéboué).....	196
Photo 26 : Déjeuner champêtre à Babadougou	197
Photo 27 : Visiteur sur l'un des sites des plantations coloniales de cacao à Elim.....	197
Photo 28 : Touristes apprêtant la farine de manioc pour la préparation de l'attiéké à Akounougbe	200
Photo 29: Visiteur étranger en pleine séance de libation à Akounougbe	200
Photo 30: Voitures de visiteurs dans un parking à Mondoukou.....	256
Photo 31: Visiteurs de la journée sur la plage de Mondoukou	257
Photo 32 : Visiteurs en masse sur la plage d'Assouindé.....	257
Photo 33 : La plus longue pirogue d'Aby	262
Photo 34 : La traversée des visiteurs par un piroguier à Assinie.....	274
Photo 35 :Circuit de visite des îles éhotilé dans une pirogue à moteur louée entre 50000 et 100000 F CFA la journée	274
Photo 36 : Série de paillotes sur la plage de Mondoukou	284
Photo 37 : Espace Etinglin 1 pour des baignes thermales dans le village d'Eboué	293

ANNEXES

ANNEXE 1 LISTE DES ETABLISSEMENTS HOTELIERS ENQUETES

N°	NOM HOTELS	ESPACES	NOM ESPACE	TYPE HEBERGEMENT	CATEGORIES	N°	NOM HOTELS	ESPACES	NOM ESPACE	TYPE HEBERGEMENT	CATEGORIES
1	AFRICAN QUEEN LODGE	Village	Assouindé	HOTEL	0 ETOILE	67	BONNE FOUCHETTE	Ville	Grand-Bassam	AUBERGE	0 ETOILE
2	CAMPMENT HOTEL	Village	Akakro	HOTEL	0 ETOILE	68	CANTINE	Ville	Ayamé	AUTRE	0 ETOILE
3	CLIMBIE KILOMETRES 6	Village	Assini Mafia	HOTEL	0 ETOILE	69	HOTEL ABOUSSOUAN	Ville	Aboisso	HOTEL	0 ETOILE
4	ESSOUMAN HOTEL	Village	Assini Mafia	HOTEL	0 ETOILE	70	Hôtel Beau Sejour	Ville	Aboisso	HOTEL	0 ETOILE
5	GRACE HOTEL	Village	Yaou	HOTEL	0 ETOILE	71	HOTEL BOSSAN	Ville	Ayamé	HOTEL	0 ETOILE
6	HOTEL ADJUNIN	Village	Assomian	HOTEL	0 ETOILE	72	HOTEL LA CACHETTE	Ville	Aboisso	HOTEL	0 ETOILE
7	HOTEL BABADOUGOU	Village	Babadougou	MOTEL	0 ETOILE	73	HOTEL LES RIVERINS	Ville	Adiaké	HOTEL	0 ETOILE
8	HOTEL LA PAIX	Village	Akakro	HOTEL	0 ETOILE	74	HOTEL OSSOHN	Ville	Bonoua	HOTEL	0 ETOILE
9	HOTEL LES HEVEAS	Village	Bongo village	HOTEL	0 ETOILE	75	HOTEL TANOE 2	Ville	Adiaké	HOTEL	0 ETOILE
10	HOTEL MATIGNON	Village	Noé	HOTEL	0 ETOILE	76	LA RESIDENCE DES HOTES	Ville	Aboisso	HOTEL	0 ETOILE
11	HOTEL ORELUX	Village	Yaou	HOTEL	0 ETOILE	77	LAS PALMAS	Ville	Grand-Bassam	HOTEL	0 ETOILE
12	HOTEL SAMO	Village	Samo	AUBERGE	0 ETOILE		LES RESIDENCE'EC' EST CA QU'ON				
13	HOTEL TANOE 1	Village	Noé	HOTEL	0 ETOILE	78	FAIT	Ville	Assini Mafia	RESIDENCE HOTELIERE	0 ETOILE
14	HOTEL WANDA	Village	Mouyassué	HOTEL	0 ETOILE	79	N'ZRANA LA PETITE AUBERGE	Ville	Ayamé	AUBERGE	0 ETOILE
15	KRISSAN D'EDJAMBO	Village	Edjambo	AUBERGE	0 ETOILE	80	RESIDENCE ADOUABO KAYO	Ville	Bonoua	HOTEL	0 ETOILE
16	LA COUR DES GRANDS	Village	Ketesso	AUTRE	0 ETOILE	81	SANWI HOTEL	Ville	Aboisso	HOTEL	0 ETOILE
17	LA MAISON DE LA LAGUNE	Village	Gbambélé	HOTEL	0 ETOILE	82	AUBERGE LES 3 COCOTIERS	Ville	Grand-Bassam	AUBERGE	0 ETOILE
18	LA SAVEUR DES ANGES	Village	Azurety	AUBERGE	0 ETOILE	83	HOTEL AKWABA	Ville	Maféré	HOTEL	0 ETOILE
19	LES ILES	Village	Assini Mafia	AUBERGE	0 ETOILE	84	HOTEL ALIEKRO	Ville	Bonoua	HOTEL	0 ETOILE
20	MON DOUX COIN L'OASIS	Village	Mondoukou	HOTEL	0 ETOILE	85	Hôtel Ambassadeur	Ville	Aboisso	HOTEL	0 ETOILE
21	PACIFIC HOTEL	Village	N'zikro	HOTEL	0 ETOILE	86	HOTEL ASSOYOU KOUTOUA	Ville	Adiaké	HOTEL	0 ETOILE
22	PARADISE BEACH	Village	Mondoukou	HOTEL	0 ETOILE	87	Hôtel Bemosso	Ville	Aboisso	HOTEL	0 ETOILE
23	PHENIX HOTEL	Village	Bongo village	HOTEL	0 ETOILE	88	HOTEL BLANON	Ville	Bonoua	HOTEL	0 ETOILE
24	SECTEUR 5	Village	Mondoukou	HOTEL	0 ETOILE	89	HOTEL CONJONCTURE	Ville	Maféré	HOTEL	0 ETOILE
25	SPLENDID HOTEL	Village	Assini Mafia	HOTEL	0 ETOILE	90	HOTEL F KASSI BINTE	Ville	Maféré	HOTEL	0 ETOILE
26	ASMO	Village	Tollesso	HOTEL	0 ETOILE	91	HOTEL LES BEATITUDES	Ville	Aboisso	HOTEL	0 ETOILE
27	ATLANTIQUE AUBERGE	Village	Assé	HOTEL	0 ETOILE	92	HOTEL MARVIN	Ville	Grand-Bassam	HOTEL	0 ETOILE
28	AUBERGE N'ZASSA	Village	Yaou	AUBERGE	0 ETOILE	93	HOTEL MILICONY	Ville	Bonoua	HOTEL	0 ETOILE
29	AUBERGE TANOI ET FILS	Village	Akakro	HOTEL	0 ETOILE	94	LA BONNE FOURCHETTE	Ville	Grand-Bassam	HOTEL	0 ETOILE
30	BABYLONE BEACH	Village	Azurety	HOTEL	0 ETOILE	95	LA PERLE DES LAGUNES	Ville	Adiaké	MOTEL	0 ETOILE
31	HOTEL DU COEUR	Village	Affenou	MOTEL	0 ETOILE	96	MAISON BLANCHE	Ville	Adiaké	MOTEL	0 ETOILE
32	HOTEL DU LAC ASSE	Village	Assé	HOTEL	0 ETOILE	97	MOTEL NABENOU	Ville	Maféré	MOTEL	0 ETOILE
33	HOTEL L'AMOUR	Village	Adjouan Mohoua	MOTEL	0 ETOILE	98	OBI MPE	Ville	Ayamé	HOTEL	0 ETOILE
34	HOTEL ZIKE	Village	Yaou	MOTEL	0 ETOILE	99	FAJU HOTEL	Ville	Grand-Bassam	HOTEL	1 ETOILE
35	JANOI PLAGE	Village	Mondoukou	AUTRE	0 ETOILE	100	HOTEL LE BOMOI	Ville	Aboisso	HOTEL	1 ETOILE
36	L'OCEAN	Village	Assouindé	HOTEL	0 ETOILE	101	RESIDENCE BOURSALT	Ville	Grand-Bassam	RESIDENCE HOTELIERE	1 ETOILE
37	LA COTE DU REPOS	Village	Modeste	HOTEL	0 ETOILE	102	TERESO	Ville	Grand-Bassam	RESIDENCE HOTELIERE	1 ETOILE
38	LA TAVERNE DU SANWI	Village	Dibi	HOTEL	0 ETOILE	103	ASSOYAM BEATCH	Ville	Grand-Bassam	HOTEL	2 ETOILE
39	LAGUNA BEACH	Village	Ebotiam	HOTEL	0 ETOILE	104	CAPRICCIO	Ville	Grand-Bassam	HOTEL	2 ETOILE
40	LE CACAOIER	Village	Ketesso	AUTRE	0 ETOILE	105	HOTEL LES 4 PALMIERS	Ville	Aboisso	HOTEL	2 ETOILE
41	LE DAUPHIN BEACH	Village	Azurety	HOTEL	0 ETOILE	106	HOTEL MAFFOUET	Ville	Grand-Bassam	HOTEL	2 ETOILE
42	MOHOUA HOTEL	Village	Adjouan Mohoua	HOTEL	1 ETOILE	107	HOTEL MANTCHAN	Ville	Grand-Bassam	HOTEL	2 ETOILE
43	COOL MAFIA	Village	Assini Mafia	HOTEL	1 ETOILE	108	KORAL BEACH	Ville	Grand-Bassam	HOTEL	2 ETOILE
44	EHI	Village	Nouamou	AUBERGE	1 ETOILE	109	LA COMMANDERIE	Ville	Grand-Bassam	HOTEL	2 ETOILE
45	HOTEL LE CEPHAS	Village	Bianouan	HOTEL	1 ETOILE						
46	MAMMY WATTA	Village	Assini Mafia	RESIDENCE HOTELIERE	1 ETOILE	110	LA TAVERNE BASSAMOISE HO-	Ville	Grand-Bassam	HOTEL	2 ETOILE
47	SALEM BEATCH	Village	Assouindé	HOTEL	1 ETOILE	111	RESIDENCE NIRALA	Ville	Bonoua	HOTEL	2 ETOILE
48	ZION	Village	Assini Mafia	HOTEL	1 ETOILE	112	WHARF HOTEL	Ville	Grand-Bassam	HOTEL	2 ETOILE
49	ASSOINDE BEACH	Village	Assouindé	HOTEL	2 ETOILE	113	HOTEL DE FRANCE	Ville	Grand-Bassam	HOTEL	3 ETOILES
50	ELIMA HOTEL	Village	Ettuéboué	HOTEL	2 ETOILE	114	HOTEL LA PLAYA	Ville	Grand-Bassam	HOTEL	3 ETOILES
51	LA BAIE D'ASSINIE	Village	Assouindé	HOTEL	2 ETOILE	115	HOTEL N'SA	Ville	Grand-Bassam	HOTEL	3 ETOILES
52	LES BULLES	Village	Assouindé	HOTEL	2 ETOILE	116	HOTEL ROCHER	Ville	Aboisso	HOTEL	3 ETOILES
53	COKI PLAGE	Village	Assouindé	HOTEL	2 ETOILE	117	AKWABA HOTEL	Ville	Grand-Bassam	HOTEL	3 ETOILES
							COMPLEXE HOTELIER LE CRY-				
54	COMPLEXE LA RENAISSANCE ET	Village	Koukourandoumi	HOTEL	2 ETOILE	118	TAL	Ville	Adiaké	HOTEL	3 ETOILES
55	FILET BLEU	Village	Azurety	HOTEL	2 ETOILE	119	HOTEL DES LAGUNES	Ville	Adiaké	HOTEL	3 ETOILES
56	FONDATION N'DJA ASSEMIEN	Village	Krindjabo	HOTEL	2 ETOILE	120	Royal Hôtel	Ville	Grand-Bassam	HOTEL	3 ETOILES
57	HOTEL LA PAIX 2	Village	Krindjabo	HOTEL	2 ETOILE	121	ETOILE DU SUD	Ville	Grand-Bassam	RESIDENCE HOTELIERE	4 ETOILES
58	LE JARDIN D'EDEN	Village	Assouindé	HOTEL	2 ETOILE						
59	LES MARINES DE BABIHANA	Village	Assini Mafia	HOTEL	2 ETOILE						
60	RESIDENCE DES LAGUNES	Village	Assini Mafia	RESIDENCE HOTELIERE	3 ETOILE						
61	AKWA BEACH	Village	Assini Mafia	HOTEL	3 ETOILES						
62	COUCOU LODGE	Village	Assini Mafia	HOTEL	3 ETOILES						
63	LES CHALETS DIME	Village	Assouindé	HOTEL	3 ETOILES						
64	OSOLE MIO	Village	Assouindé	HOTEL	3 ETOILES						
65	RESIDENCE DOUCE CLARTE	Village	Assini Mafia	RESIDENCE HOTELIERE	4 ETOILES						
66	Coconut's Village	Village	Mondoukou	HOTEL	4 ETOILES						

ANNEXE 2 LISTE DES ETABLISSEMENTS DE RESTAURATION ENQUETES

N°	NOM DU RESTAURANT/MAQUIS	Espace	Nom de localité	N°	NOM DU RESTAURANT/MAQUIS	Espace	Nom de localité
1	MACQUIS GRACE A DIEU	village	Abiaty	66	VILLAGE BEACH	village	Azureti
2	RESTAURANT DU MARCHE ABIATY	village	Abiaty	67	LA BAN PLAGE	village	Azureti
3	MAQUIS LE SUCCES	village	Abrobakro	68	MONDIAL BEACH	village	Azureti
4	MAXIMUM	village	Adaou	69	MARIA BEACH	village	Azureti
5	SOUS BOIS	village	Adaou	70	LE RESTAURANT LE BINGUIS	village	Azureti
6	LA LIBANAISE	village	Adjouan-Motoua	71	MAQUIS GG	village	Baffia
7	11/12 CLASSIC	village	Adjouan-Motoua	72	MILANO PALACE	village	Baffia
8	PORT AUTONOME D AFFIENOU	village	Affienou	73	VAS Y VOIR	village	Ebiko-N'dakro
9	RESTAURANT LE BONUS (MAQUIS)	village	Ahigbe-Koffikro	74	LAGUNA BEACH	village	Ebotiam
10	RESTAURANT PETIT PARIS	village	Ahigbe-Koffikro	75	SANS NOM RESTAURANT	village	Eboue
11	RESTAURANT TONNERE	village	Ahigbe-Koffikro	76	L'ESPOIR DE LA PAIX	village	Ehania V6
12	MAQUIS GBADEGA	village	Akounougbe	77	COBO-COBO	village	Ehania V8
13	ESCALE PLUS	village	Akounougbe	78	LA TERRE PROMISE	village	Etueboue
14	PARIS VILLAGE	village	Akounougbe	79	MAQUIS LE CORRIDOR	village	Etueboue
15	MAQUIS-BAR-RESTAURANT LA BELLE	village	Akressi	80	LAGUNAIRE	village	Etueboue
16	ALLAOUKRO AU BORD	village	Allaoukro	81	E SEME DIMENSION	village	Etueboue
17	RESTAURANT BAR YOBIOLA	village	Amoakro	82	MAQUIS PALMERAIE	village	Etueboue
18	JACKPOT	village	Apouesso	83	LE MILLARDAIRE	village	Kacoukro Lagune
19	BLUE BLANC	village	Apouesso	84	MAQUIS ESPOIR	village	Kacoukro Lagune
20	SHEKINA	village	Asse	85	BANDJIDROME	village	Ketesso
21	MAQUIS LE CHATEAU	village	Asse	86	MANCLOBIE	village	Ketesso
22	ATLANTIQUE AUBERGE	village	Asse	87	MAMI FAIT PITIE	village	Ketesso
23	MISS OLGA SAGBADOU	village	Assinie Sagbadougou	88	MAQUIS LA PATIENCE	village	Ketesso
24	MAQUIS EQUINOS	village	Assinie Sagbadougou	89	WELLOGNEGNON	village	Ketesso
25	ORANGE LA COUILLE	village	Assinie Sagbadougou	90	COMPLEXE LA RENAISSANCE ET GRACE	village	Koukouondoumi
26	LA VOILE ROUGE	village	Assinie Sagbadougou	91	RESTAURANT GORGE D OR	village	Krindjabo
27	BACHE BLEU	village	Assinie-France	92	FONDATION N'DJA ASSEMIEN	village	Krindjabo
28	RESIDENCE DOUCE CLARTE	village	Assinie-Mafia	93	PRESTIGE BAR	village	Krindjabo
29	MAQUIS PACIFIQUE	village	Assinie-Mafia	94	BONBIX	village	Krindjabo
30	RESTAURANT LE CAMPMENT	village	Assinie-Mafia	95	LE CHAMPIONAT	village	Larabia
31	MAQUIS RESTO LA PLAGE	village	Assinie-Mafia	96	YAMOUSOUKRO	village	Larabia
32	MAQUIS RESTAURANT LE CHATEAU	village	Assinie-Mafia	97	BLUETOOTH	village	Larabia
33	MAQUIS NO STRESS	village	Assinie-Mafia	98	AFRICA BAMBOULA	village	Maferé
34	MILANO CAVE	village	Assinie-Mafia	99	ONZA GNANMIN	village	Man-Man
35	MAQUIS AMBASSADE	village	Assinie-Mafia	100	QUI SAIT L AVENIR	village	Man-Man
36	CLIMBIE D ASSINIE	village	Assini-mafia	101	PETIT A PETIT	village	Man-Man
37	LES QUATRE PARASSOLE	village	Assini-mafia	102	BOULGOU BEACH	village	Modeste
38	RESTAURANT DU BOULEVARD	village	Assini-mafia	103	RESTAURANT LA GRACE BEACH	village	Modeste
39	COOL MAFIA	village	Assinie Mafia	104	LE CHALET DES PRINCES - CECILE	village	Modeste
40	AKWA BEACH	village	Assinie	105	LE RALLYE BEACH	village	Modeste
41	COUCOUE LODGE	village	Assinie	106	LE RALLYE BEACH	village	Modeste
42	LES MARINES DE BABIHNA	village	Assinie	107	OBAMA BEACH	village	Modeste
43	ZION	village	Assinie	108	BON PLAT CHEZ ALINE	village	Modeste
44	PALAIS BAR VIP	village	Assinie	109	PARC BAR	village	Modeste
45	CROCODILE DIPI	village	Assinie	110	SCHEGUEN	village	Modeste
46	MAQUIS RESTAURANT MERCI LA BAS	village	Assouan	111	MENDOZA PLAGE	village	Mondoukou
47	CHEZ TANTIE VAS Y VOIR	village	Assouba	112	MAQUIS LE COEUR BLANC	village	Mouyessoué
48	PRESTIGE BAR	village	Assouba	113	SAMSUNG	village	Mouyessoué
49	MINI BAR DE KOUAO	village	Assouba	114	MAQUIS DES ROUTIERS	village	N'zikro
50	CHEZ ALICE	village	Assouba	115	CHEZ LA BLANCHE	village	N'zikro
51	ESCALE CHEZ KOUADIO	village	Assouba	116	CHEZ LOPEZ	village	N'zikro
52	MAQUIS LE CONSENSUS	village	Assouba	117	AKRA NOWE	village	Samo
53	SALEM BEACH	village	Assouinde	118	MAQUIS SOL BENI	village	Samo
54	LE JARDIN D'EDEN	village	Assouinde	119	BOUKANTIER	village	Samo
55	AFRICA QUEEN LODGE	village	Assouinde	120	MAQUIS CELESTIN	village	Samo
56	OSOLE MIO	village	Assouinde	121	MAQUIS ANATOLE	village	Samo
57	L'OCEAN	village	Assouinde	122	MAQUIS PAPILLON CLASSIQUE	village	Soncan
58	LES BULLES	village	Assouinde	123	ECLOMIENBLA	village	Soubre
59	LES CHALETS DIMES	village	Assouinde	124	LE BOBIANOU	village	Soubre
60	COFI PLAGE	village	Assouinde	125	ECLOMIEMBLA	village	Soubre
61	ASSOUINDE BEACH	village	Assouinde	126	LA BELLE EPOQUE	village	Toliesso
62	RESTAURANT ESPOIR	village	Ayenouan	127	RESTAURANT WATT-KANG	village	Yaou
63	RESTAURANT LE BINGUISS	village	Azureti	128	RESTAURANT N ZASSA	village	Yaou
64	MEZZANINE	village	Azureti	129	BARINOS	village	Noe
65	RESTO BAR CHEZ SANDY	village	Azureti	130	TANTIE HELENE A GAUCHE	village	Noe
				131	EN BAS D HEVEA	village	Noe

N°	NOM DU RESTAURANT/MAQUIS	Espace	Nom de localité
132	MAQUIS MP3	ville	Aboisso
133	RESTAURANT SAINTE CATHERINE	ville	Aboisso
134	MAQUIS RESTAURANT LE PAPILLON	ville	Aboisso
135	LA MAISON DES SENIORS	ville	Aboisso
136	MAQUIS LA 3 MI TEMPS	ville	Aboisso
137	STICKER BAR	ville	Aboisso
138	CAVE VIP LE BERCY	ville	Aboisso
139	MAQUIS ABOISSO GASOIL	ville	Aboisso
140	MAQUIS LA PAIX	ville	Aboisso
141	LE RESTAURANT BAR SELECT DE LA B	ville	Aboisso
142	MAQUIS LES DELICES DE L ETERNEL	ville	Aboisso
143	MASQUIS RESTAURANT LE VILLAGE	ville	Aboisso
144	COTTON BAR	ville	Aboisso
145	MAQUIS LE COCOTIER	ville	Aboisso
146	MG	ville	Aboisso
147	MAQUIS LE CLUB DES AMI	ville	Aboisso
148	LE CAFE DES START	ville	Aboisso
149	JARDIN D EDEN	ville	Aboisso
150	MAQUIS LA BIA	ville	Aboisso
151	RESTAURANT BAR TABLE DES ROIS	ville	Aboisso
152	L ABOUSSOUAN	ville	Aboisso
153	MAQUIS LE ZOUGLOU	ville	Aboisso
154	LA PERLE DES LAGUNES	ville	Adiake
155	LE FRANGIN	ville	Adiake
156	CHEZ MATHIEU	ville	Adiake
157	MAQUIS LE TUNNEL	ville	Adiake
158	MAQUIS CHEZ KOUAO	ville	Adiake
159	MAQUIS TSELIE	ville	Adiake
160	ESPACE AWABI CHEZ FATOU	ville	Adiake
161	MAQUIS DJANDJI	ville	Ayame
162	MAQUIS LA STATION	ville	Ayame
163	LA REFERENCE D AYAME	ville	Ayame
164	LA SOURCE	ville	Ayame
165	LA CANTINE	ville	Ayame
166	CARAMEL BAR	ville	Ayame
167	RESTAURANT PRESTIGE	ville	Ayame
168	VSD BAR	ville	Ayame
169	GARRAGISTE	ville	Ayame
170	RESTAU AMA	ville	Ayame
171	ESPACE BLANON	ville	Bonoua
172	RESTAURANT JERUSALEM	ville	Bonoua
173	MAQUIS RESTAU AGNOUAN GNOUAN	ville	Bonoua
174	RESTAURANT NOUVELLE JERUSALEM	ville	Bonoua
175	ALIEKRO	ville	Bonoua
176	RESTAU-MAQUIS DU PARC	ville	Bonoua
177	MAQUIS NOUVELLE JERUSALEM	ville	Bonoua
178	RESTO-MAQUIS DU PARC	ville	Bonoua
179	CRISTAL	ville	Grand Bassam
180	ESCALE RESTO	ville	Grand Bassam
181	ESPACE ROUTHIER	ville	Grand Bassam
182	FACEBOOK	ville	Grand Bassam
183	EPILOGUE - LE RIT 2	ville	Grand Bassam
184	RESTAURANT CAPRICCIO	ville	Grand Bassam
185	MAQUIS RESTO ALYCIA	ville	Grand Bassam
186	ESPACE	ville	Grand Bassam
187	LA CROIX DU SUD	ville	Grand Bassam
188	MARCHE CENTRAL	ville	Grand Bassam
189	LA DETENTE BEACH	ville	Grand Bassam
190	BON BERGER	ville	Grand Bassam
191	CHEZ SUZIE	ville	Grand Bassam
192	RESTAURANT LA BONNE FOURCHETTE	ville	Grand Bassam
193	ZION ROCK ESPACE CAMPING BAR	ville	Grand Bassam
194	BORD ATLANTIQUE	ville	Grand Bassam
195	RESTAURANT TERESO	ville	Grand Bassam
196	RESTAURANT BAR CAFE DE BASSAM	ville	Grand Bassam
197	RESTAURANT LA PLAYA	ville	Grand Bassam
198	DROGBA BEACH	ville	Grand Bassam
199	RESTAURANT-BAR-CAFE	ville	Grand Bassam
200	RESTAURANT LA TAVERNE BASSAMOISE	ville	Grand Bassam
201	RESTAURANT LA PLAYA	ville	Grand Bassam
202	RESTAURANT LE PATRIMOINE	ville	Grand Bassam
203	RESTAURANT TERESO	ville	Grand Bassam
204	ESPACE ROUTHIER	ville	Grand Bassam

N°	NOM DU RESTAURANT/MAQUIS	Espace	Nom de localité
205	LE QUAI	ville	Grand Bassam
206	FACE BOOK	ville	Grand Bassam
207	MASQUIS LE WAGON	ville	Grand Bassam
208	CRISTAL	ville	Grand Bassam
209	BORD ATLANTIQUE	ville	Grand Bassam
210	LE BEAU VALLON	ville	Grand Bassam
211	RESTAURANT MIKEY	ville	Grand Bassam
212	ESPACE BLANKSON	ville	Grand Bassam
213	LA CROIX DU SUD	ville	Grand Bassam
214	LE BEAU VALLONS	ville	Grand Bassam
215	MIKEY	ville	Grand Bassam
216	EDEDEN	ville	Grand Bassam
217	PCA	ville	Grand Bassam
218	RESTAURANT CAVE LE STOP	ville	Grand Bassam
219	LE QUAI	ville	Grand Bassam
220	ESPACE CAMPING	ville	Grand Bassam
221	LA VENISE	ville	Grand Bassam
222	RESTAURANT LA BELLE ETOILE	ville	Grand Bassam
223	MAQUIS LA PLAGE ALLOKODROME	ville	Grand Bassam
224	ABOUSSOUAN 2	ville	Grand Bassam
225	LE RESTAURANT VIN/20	ville	Grand Bassam
226	MAQUIS LA PLAGE	ville	Grand Bassam
227	L ABOUSSOUAN	ville	Grand Bassam
228	LA VENISE	ville	Grand Bassam
229	CAFFE DELMARE	ville	Grand Bassam
230	LE VENISE	ville	Grand Bassam
231	RESTAURANT BAR CAFE DE BASSAM	ville	Grand Bassam
232	HAPPYZONE	ville	Grand Bassam
233	RESTAURANT ETOILE DU SUD	ville	Grand Bassam
234	EDEDEN	ville	Grand Bassam
235	ESPACE BLANKSON	ville	Grand Bassam
236	CHEZ SUZI	ville	Grand Bassam
237	RESTAURANT LA PLAYA	ville	Grand Bassam
238	MAQUIS CRISTAL	ville	Grand Bassam
239	RESTAURANT CAVE LE STOP	ville	Grand Bassam
240	BLUE LAGONE MARINA	ville	Grand Bassam
241	ETOILE DU QUARTIER	ville	Grand Bassam
242	ONE DAY	ville	Grand Bassam
243	TANTIE J'AI FAIM	ville	Grand Bassam
244	CHEZ ADIA	ville	Grand Bassam
245	BEAU JOUR	ville	Grand Bassam
246	BON GOUT CHEZ TANTIE CECILE	ville	Grand Bassam
247	MAQUIS VIE	ville	Grand Bassam
248	ESPACE LACOSTE	ville	Grand Bassam
249	BAR FACEBOOK	ville	Grand Bassam
250	ESPACE BLANKSON	ville	Grand Bassam
251	LE BLEU	ville	Maffere
252	TOGO BAR	ville	Maffere
253	BLEU BLANC	ville	Maffere
254	TOIT ROUGE	ville	Maffere
255	PRESTIGE	ville	Maffere
256	LE CAMPEMENT	ville	Maffere
257	PARIS VILLAGE	ville	Maffere
258	LA CONNEXION	ville	Maffere
259	L AMBASSADE D'ITALIE	ville	Maffere
260	ABIDJAN DIRECTE	ville	Maffere
261	MAQUIS 225	ville	Bonoua
262	LE TRESOR	ville	Aboisso
263	LE LAC	ville	Ayamé
264	LE PRINCE	ville	Ayamé
265	LE REPOS	ville	Adiaké
266	LE BLUETOOTH	ville	Grand Bassam
267	LE TRESOR	ville	Grand Bassam
268	EHI	ville	Tiapoum
269	ADU VOLE	ville	Tiapoum
270	MAQUIS PRESTIGE	ville	Adiaké
271	RESTAURANT LE PRESTIGE	ville	Aboisso
272	LE TARPON	ville	Adiaké
273	ESPACE ZOUGLOU	ville	Adiaké
274	ROSE MARIE	ville	Grand Bassam
275	ORANGE	ville	Grand Bassam
276	EL DORADO	ville	Maféré
277	VERSION ORIGINALE	ville	Maféré

ANNEXE 3 LISTE DES ESPACES DE LOISIRS ENQUETES

N°	NOM DE L'ESPACE DE LOISIRS	Types espace	Localités
1	ETINGUINLIN 1	Village	Adjouan
2	BUNKON	Village	Adjouan
3	BORDURE LAGUNAIRE	Village	Ahiékro
4	CHEZ LE PETIT	Village	Assinie
5	ESPACE LE BEAU VALLON	Village	Assinie
6	AZONTA BEACH	Village	Assinie
7	CENTRE ABEL	Village	Assinie
8	CLUB DES EPERONS	Village	Assinie
9	EPILOGUE BAR	Village	Assinie
10	Q G ZOUGLOU	Village	Assinie
11	DIALOGUE DIRECT	Village	Assinie
12	BON BERGER	Village	Assinie
13	CHATEAU BLANC	Village	Assinie
14	ESPACE BLANKSON	Village	Assinie
15	LE MARCHE CENTRAL	Village	Assinie
16	BIBLIOTHEQUE MUNICIPALE DE GB	Village	Assinie
17	MALIBU BEACH	Village	Assinie
18	CLUB HOUSE PARIS VILLAGE	Village	Assinie
19	LE RAMSES	Village	Assinie
20	HAPPY TIME	Village	Assinie
21	ESPACE MICKEY	Village	Assinie
22	DIALOGUE DIRECT	Village	Assinie
23	APPATAM PUBLICS	Village	Assini-France
24	KOUTOUCOUDROME	Village	Assouindé
25	CHEZ N'DABIEN ODETTE	Village	Assouindé
26	CHEZ KADIO VICTORINE	Village	Assouindé
27	LA PRINCESSE	Village	Assouindé
28	FOYER DES JEUNES	Village	Babihana
29	LE GOLF	Village	Ebikro-N'dakro
30	CHEZ MAEL	Village	Ebikro-N'dakro
31	BLUE MARINS	Village	Ebikro-N'dakro
32	POSITIF	Village	Ebikro-N'dakro
33	LA DECOUVERTE	Village	Ebikro-N'dakro
34	PAILLOTES SECTEURS	Village	Eboue
35	PAILLOTE BUNGALOW SECTEUR 8	Village	Eboue
36	KISS ME	Village	Eboué
37	LE TRESOR	Village	Ebra
38	CHEZ ELMAMIYA	Village	Ehania V5
39	RAMSON CAVE	Village	Ehania V8
40	BISTRO ONLY	Village	Ehania V8
41	CAVE LA CLE DE LA GORGE	Village	Ehania V8
42	CENTRE POLYVALENT LEON AMONTCHI	Village	Ehia
43	CENTRE CULTUREL A EHIA	Village	Etueboue
44	LA PLAGE KPELETY	Village	Ketesso
45	LA PLAGE DE M'BRATY	Village	M'braty
46	DJAPALODROME	Village	Mondoukou
47	BOULEVARD DES STARS	Village	Mondoukou
48	ESTRADE N'DA ALLA ANTOINE	Village	Mondoukou
49	PLAGE EHIVET GBAGBO	Village	Non déclaré
50	BEACH	Village	Nouanmou
51	EXODUS BAR	Village	Nouanmou
52	JARDIN D'EDEN	Village	Soubré
53	CYCLONE BAR	Village	Yaou
54	LE BLEU	Village	Yaou
55	PLAGE AZURETTY	Village	Azuretty
56	MONDOUKOU PLAGE	Village	Mondoukou
57	AU BORD (Berge Lagunaire)	Village	Kodjoboué
58	CAFE DE LA PLAGE	Ville	Aboisso
59	DIPI PARC ZOOLOGIQUE	Ville	Aboisso
60	LE MANGUIER	Ville	Aboisso
61	ESPACE PARADIS	Ville	Adiaké
62	BAR LA RIVE DES ZOMES	Ville	Adiaké
63	STADE MUNICIPALE	Ville	Bonoua
64	SALLE DE MARIAGE	Ville	Bonoua
65	CAFE-CACAO	Ville	Grand -bassam
66	LA CROISSETTE	Ville	Maféré
67	PLAGE MUNICIPALE	Ville	Grand -bassam
68	ESPACE EZAN AKELE	Ville	Aboisso

N°	NOM DE L'ESPACE DE LOISIRS	Types espace	Localités
35	PAILLOTE BUNGALOW SECTEUR 8	Village	Eboue
36	KISS ME	Village	Eboué
37	LE TRESOR	Village	Ebra
38	CHEZ ELMAMIYA	Village	Ehania V5
39	RAMSON CAVE	Village	Ehania V8
40	BISTRO ONLY	Village	Ehania V8
41	CAVE LA CLE DE LA GORGE	Village	Ehania V8
42	CENTRE POLYVALENT LEON AMONTCHI	Village	Ehia
43	CENTRE CULTUREL A EHIA	Village	Etueboue
44	LA PLAGE KPELETY	Village	Ketesso
45	LA PLAGE DE M'BRATY	Village	M'braty
46	DJAPALODROME	Village	Mondoukou
47	BOULEVARD DES STARS	Village	Mondoukou
48	ESTRADE N'DA ALLA ANTOINE	Village	Mondoukou
49	PLAGE EHIVET GBAGBO	Village	Non déclaré
50	BEACH	Village	Nouanmou
51	EXODUS BAR	Village	Nouanmou
52	JARDIN D'EDEN	Village	Soubré
53	CYCLONE BAR	Village	Yaou
54	LE BLEU	Village	Yaou
55	Plage d'Azuretty	Village	Azuretty
56	MONDOUKOU PLAGE	Village	Mondoukou
57	AU BORD (Berge Lagunaire)	Village	Kodjoboué
58	CAFE DE LA PLAGE	Ville	Aboisso
59	DIPI PARC ZOOLOGIQUE	Ville	Aboisso
60	LE MANGUIER	Ville	Aboisso
61	ESPACE PARADIS	Ville	Adiaké
62	BAR LA RIVE DES ZOMES	Ville	Adiaké
63	STADE MUNICIPALE	Ville	Bonoua
64	SALLE DE MARIAGE	Ville	Bonoua
65	CAFE-CACAO	Ville	Grand -bassam
66	LA CROISSETTE	Ville	Maféré
67	PLAGE MUNICIPALE	Ville	Grand -bassam
68	ESPACE EZAN AKELE	Ville	Aboisso

ANNEXE 4 LISTE DES SITES ET MONUMENTS HISTORIQUES ENQUETES

N°	NOM SITES ET MONUMENTS	Types espace	Localités
1	LES ILES EHOTILES	village	Etuessika
2	CAMPEMENT BROU ADJANE	village	Soubre
3	MAISON FAMILIALE	village	Ketesso
4	PLANTATION DE BANANE DOUCE	village	Diby
5	PLAGE DU SUD-COMOE	village	Abiaty
6	ILES BOSSON ASSOM	village	Kacoukro
7	BORNE 54 ET 55	village	Affouenou
8	CAMPEMENT AMBASSADEUR	Village	Ambassadeur
9	CIMETIERE DES AHIGBE	village	Koffikro
10	VIELLE EGLISE CATHOLIQUE	village	Baffia
11	TOUSSAINT	village	Attiekro
12	MUSEE ANIABA D'ASSINIE MAFIA	village	Moosou
13	LA FORET DES MANOIRS TANOE	village	Amanikro
14	TOMBE DU FONDATEUR DU VILLAGE	village	Ehania V8
15	USINE D'EXTRACTION EHANIA V8	village	Krindjabo
16	L'ABRE A PALABRE	village	Anvo
17	N'GOTOKPRE	village	Diatokro
18	TOMBE DE JIARA	village	Mouyassue
19	MOUYASSUE/KPALEFOUE(rivière)	village	Mouyassue
20	GROUPE SCOLAIRE	village	Ehania V6
21	OUHOUSO	village	N'gbassoayame
22	1er CAMP MILITAIRE COLONIAL	village	Bileoulekre
23	SABLE BLANC ET COQUILLAGE BLANC	village	Eldoussou
24	COUL BEACH	village	N'guime
25	PREMIERE INFIRMERIE DE C.I	village	Elima
26	PREMIERE ECOLE DE CI	village	Elima
27	MAISON BLANCHE D'ELIMA	village	Elima
28	PREMIERE USINE CAFE CACAO	village	Elima
29	CENTRE JEAN PAUL KODJOBUE	village	Kodjoboue
30	ADJAIKE	village	Saykro
31	ADJABIASSOU	village	Kacoukro
32	AHOUBO	village	Nougoua
33	PALAIS DU CHEF CANTON	village	Nougoua
34	EBOLO	village	Kacoukro
35	EHANKA (rivière)	village	Koffikro
36	LA RIVIERE ETINGRIN 2	village	Eboue
37	ABY FAHALE (PIROGUE DE GUERRE)	village	Aby Mohoua
38	UN MARIGOT N'DJOMAN	village	Ebra
39	AFLANGA LIBE	village	Ebra

N°	NOM SITES ET MONUMENTS	Type espace	Localités
40	GNANDJO (ILE PERDUE)	village	Akounougbe
41	FORÊTE SACREE	village	Moosou
42	LA COUR ROYALE	village	Moosou
43	SAMOUVOUE	village	Samo
44	BOSSON ASSOHOU(ILE)	village	Akounougbe
45	LA TOUR HISTORIQUE D'AKOUNNOU	village	Ayame
46	BOSSON ALICI(ROCHER SACRE)	village	Adjouan
47	ANGBONAN EBOUE	village	Ketesso
48	EBOUESSOUINH	village	Saykro
49	TCHLEWE(ILE AU CHAUVE SOURIS)	village	Akounougbe
50	ANCIEN PUIT D'EXTRACTION PETROLE	village	Adjouan
51	ASSUE SOUBRE	village	Soubre
52	ASSUE AYOUIROUA	village	Ketesso
53	L'OKA	village	L'Oka
54	LAC AUX CAIMANS	village	Adjouan
55	BAMOUAN(L'ARBUSTRE SUR ROCHER)	village	M'braty
56	LA MAISON SACREE DE GENI BOSN	village	M'braty
57	MANGROVE DE M'BRATY	village	M'braty
58	ELEMAN KANWOU	village	Eliman
59	LA BAIE D'AKOUNOUGBE	village	Akounougbe
60	BOKA	village	Soubre
61	MUSEE ANIABA D'ASSINIE MAFIA	village	Assinie-Maffia
62	CHAISE ROYALE	village	Kouakro
63	TAFILA	village	Aby mohoua
64	BATIMENT	village	Noe
65	LA FRONTIERE DE NOE	village	Noé
66	AYAME 2	ville	Ayame
67	GROTTE NOTRE DAME DE LA GARDE	ville	Bonoua
68	BARRAGE AYAME 1	ville	Ayame
69	BATIMENT CFAO	ville	Grand-Bassam
70	SOCIETE COMMERCIAL AFRICAINE	ville	Grand-Bassam
71	RESIDENCE TREICH LA PLEINE	ville	Grand-Bassam
72	HABITATION D'EXPLOITANTS	ville	Grand-Bassam
73	DISPENSAIRE URBAIN DE GB	ville	Grand-Bassam
74	HOTEL DE FRANCE	ville	Grand-Bassam
75	LA TOMBE ET LES CANONS	ville	Aboisso
76	MONUMENT DU CHEF GUERRIER .K	ville	Bonoua
77	LA STATUETTE BOMO	ville	Aboisso
78	LA MAISON DES SENIORS	ville	Aboisso
79	LAGUNE ABY	ville	Adiake
80	ESPACE NANAN BELLI	ville	Aboisso
81	SEPULTURE DU ROI KROULCHI II	ville	Tiapoum

Cette convention a consacré la réalisation du projet pilote du PADVTCI dans ladite région

ARTICLE 8 : FONCTIONNEMENT

Le compte ouvert sera géré par les parties prenantes au projet et son fonctionnement fera l'objet d'un avenant à la présente convention.

ARTICLE 9 : MODIFICATION

La présente convention peut faire l'objet de modification après accord des deux parties. Les modifications seront précisées par un avenant dont la rédaction initiale sera réalisée par les deux parties.

ARTICLE 10 : RESILIATION

En cas de manquement par l'une des parties à ses engagements, l'autre partie pourra demander la résiliation de la présente convention après mise en demeure d'une durée de trois (3) mois demeurée sans suite.

ARTICLE 11 : REGLEMENT DES DIFFERENDS

Tout litige pouvant résulter dans l'application ou l'interprétation de la présente convention fera l'objet d'un règlement à l'amiable. En cas de désaccord, recours sera fait aux instances juridictionnelles nationales. Pour l'exécution de la présente convention, les parties font élection de domicile en leurs sièges sociaux respectifs.

ARTICLES 12 : VALIDITE ET DUREE DE LA CONVENTION

La présente convention rentre en vigueur dès sa signature par les deux (2) parties pour une durée de trois (3) ans.

Fait à Abidjan, leen quatre exemplaires.

Pour le Conseil Régional du Sud Comoé


AKA Aouéié

Pour Côte d'Ivoire Tourisme


Jean-Marie SOMET



ANNEXE 6 : Questionnaires pour la collecte des données sur le terrain



PROJET D'APPUI AU DEVELOPPEMENT ET
A LA VALORISATION DU TOURISME DANS LES COLLECTIVITES IVOIRIENNES

QUESTIONNAIRE

DIAGNOSTIC STRATEGIQUE DE L'ARTISANAT

Nous vous prions de consacrer quelques minutes à compléter le questionnaire ci-après. Vos réponses sont importantes pour mettre en valeur l'importance économique de votre profession dans la Région du sud Comohé.

COMMENT REpondre A CE QUESTIONNAIRE ?

Lisez attentivement le texte de chaque question avant d'y répondre.

1. Code questionnaire

I-IDENTIFICATION DE L'ESACE ARTISANAL

Donnez des informations sur votre espace artisanal

2. Quel est le nom commercial de votre établissement?

3. Quelle est la localisation de votre établissement?

1. En ville 2. Au village 3. Campement

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

4. Quelle est l'année d'ouverture de votre espace?

5. Pouvez vous nous indiquer vos contacts?

6. Quel est le nom du responsable?

7. A quelle activité artisanale correspond votre établissement?

1. La poterie 2. La bijouterie
 3. Le tisserand 4. La peinture d'art
 5. La cordonnerie 6. Autres

II- PRODUITS DE L'ETABLISSEMENT

Indiquez les produits de l'établissement

15. Quelles sont les produits que vous proposez à votre clientèle?

1. Les tam-tam 2. La com 3. Le balafon

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

III-DONNEES ECONOMIQUES ET POLITIQUE COMMERCIALE

17. Pouvez-vous nous donner le nombre de clients touristes reçu par jour?

18. Combien dépense en moyenne un touriste avec vous par jour?

19. Comment jugez-vous la fréquentation mensuelle de votre établissement en 2013

1. En hausse 2. Stable 3. En baisse

20. Si 'En hausse', précisez les raisons:

1. Progression de la clientèle "groupe" dans la localité
 2. Développement des week-ends
 3. Fréquentation en augmentation dans la localité lors des vacances scolaires
 4. Autres

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

21. Si 'Autres', précisez :

8. Si 'Autres', précisez :

9. Quelle est la forme juridique de l'exploitation?

1. Entreprise individuelle 2. Entreprise familiale
 3. SA 4. SARL
 5. Autre

10. Si 'Autre', précisez :

11. Quel est le mode d'exploitation de votre espace?

1. Exploitation direct 2. Gérance 3. Location
 4. Mandat de gestion 5. Autre

12. Si 'Autre', précisez :

13. Votre espace appartient-il à un groupe?

1. Oui 2. Non

14. Si 'Oui', précisez lesquels :

16. Quel est le montant de chaque produit?

22. Quel est le montant de votre chiffre d'affaire en 2013?

23. Pouvez vous indiquer le montant des taxes en 2013

24. Quelles sont les périodes d'ouverture sur l'année?

25. Quelles sont les heures d'ouverture et de fermeture?

26. Quels sont vos supports de communication?

1. Dépliant 2. Manuel de vente 3. CD rom
 4. Autres

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

27. Si 'Autres', précisez :

28. Quelles actions commerciales avez-vous réalisées au cours des 3 dernières années?

1. Démarche commerciale personnalisée
 2. Marketing
 3. Participation à des salons
 4. Achat de publicité
 5. Présence dans des guides de tourisme

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

29. Disposez vous d'un agrément?

1. Oui 2. Non

30. Etes vous commercialisé par des partenaires dans le cadre d'un packaga

1. Oui 2. Non

IV-POLITIQUE D'INVESTISSEMENTS

36. Avez-vous fait des investissements ces trois dernières années?

1. Oui 2. Non

37. Si 'Oui', précisez les domaines concernés :

38. Avez-vous bénéficié d'un apport financier

1. Oui 2. Non

V-DONNEES SOCIALES

40. Combien d'emplois génère votre établissement?

41. Combien d'employés

1. Ivoiriens 2. Ouest-africains 3. Africain
 4. Occidentaux

42. Es que vos employés sont qualifiés pour leur poste?

1. Oui 2. Non

31. Avez-vous des accords avec des partenaires locaux?

1. Oui 2. Non

32. Participez vous aux actions de votre fédération locale?

1. Oui 2. Non

33. Participez vous aux actions du conseil régional?

1. Oui 2. Non

34. Votre gestion est-elle informatisée?

1. Oui 2. Non

35. Si 'Oui', précisez le nombre de postes :

39. Si 'Oui', précisez la structure d'appui :

1. Organisme international 2. Nation 3. Région
 4. Département 5. Commune

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

43. Si 'Non', précisez le nombre qui le sont :

44. Bénéficient-ils d'une formation continue et par quel organisme est-elle dispense?



PROJET D'APPUI AU DEVELOPPEMENT ET
A LA VALORISATION DU TOURISME DANS LES COLLECTIVITES IVOIRIENNES

QUESTIONNAIRE
DIAGNOSTIC STRATEGIQUE DE L'HOTELLERIE

Nous vous prions de consacrer quelques minutes à compléter le questionnaire ci-après. Vos réponses sont importantes pour mettre en valeur l'importance économique de votre profession dans la Région du sud Comoh.

COMMENT REpondre A CE QUESTIONNAIRE ?

Lisez attentivement le texte de chaque question avant d'y répondre.

Ensuite, il vous suffit de vous reporter à la consigne inscrite en dessous de chaque question, soit en entourant le (s) code (s) correspondant (s) à votre réponse, soit en inscrivant directement les réponses dans les cases prévues à cet effet.

IDENTIFICATION DE L'ETABLISSEMENT

Donnez des informations concernant l'identification de votre établissement

1. Quel est le nom commercial de l'établissement?

2. Quelle est la localisation de votre établissement?

1. En ville 2. Village

3. Quels sont vos contacts?

4. Quel est le nom du responsable?

5. A quel type d'hébergement correspond votre établissement?

1. Hôtel 2. Motel 3. Auberge
 4. Résidence 5. Autres

6. Si 'Autres', précisez :

7. Quelle est la catégorie de votre établissement?

- 1.0 2.1 3.2 4.3 5.4 étoiles

8. Quelle est la forme juridique de l'exploitation?

1. Entreprise individuelle 2. Entreprise familiale
 3. SA 4. SARL

9. Etes-vous propriétaire des murs?

1. Oui 2. Non

10. Quel est le mode d'exploitation?

1. Exploitation directe 2. Mandat de gestion
 3. Location 4. Gérance
 5. Autre

11. Si 'Autre', précisez :

12. Appartenez-vous à une chaîne?

1. Oui 2. Non

13. Si 'Oui', précisez la chaîne :

1. Intégrée 2. Volontaire
 3. Groupement de professionnels

II-EQUIPEMENTS ET SERVICES DE L'ETABLISSEMENT

Donnez des informations relatives aux équipements et services de l'établissement

14. Quel est le nombre total de chambre?

15. Combien de lits comptent votre établissement?

16. Quels sont les services proposés par l'établissement?

1. Terrasse privative
 2. Jardin privatif
 3. TV
 4. TV satellite
 5. Climatisation des chambres
 6. Ventilation des chambre
 7. Téléphone en chambre
 8. autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

17. Si 'autre', précisez :

18. Quels sont les espaces particuliers intégrés à la structure d'hébergement?

1. Salon d'affaire 2. Hall
 3. Jardin ou espace vertprivatif 4. Plage privé
 5. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

19. Si 'Autre', précisez :

20. Disposez-vous de salles de séminaire?

1. Oui 2. Non

21. Quels sont les matériels disponibles pour séminaire?

1. Paper board 2. Vidéo projecteur
 3. Magnétoscope 4. Connexion internet
 5. TV

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

22. Votre établissement dispose t-il d'un garage?

1. Oui 2. Non

23. Si 'Oui', en précisez le type :

1. Garage fermé 2. garage ouvert
 3. Garage pour bus

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

24. Quels sont les équipements de loisirs et services disponibles?

1. Salle de jeux
 2. Piscine
 3. Tennis
 4. Espaces jeux enfants
 5. Ping-Pong
 6. Terrain de sport
 7. Golf
 8. Centre de remise en forme
 9. Bibliothèque

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

25. Quelles sont les prestations que vous proposer à votre clientèle?

1. Services 2. Offre de loisirs
 3. Informations touristiques

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

III-DONNEES ECONOMIQUES ET POLITIQUE COMMERCIALE

26. Comment jugez vous la fréquentation mensuelle de votre établissement en 2013?

1. En hausse 2. Stable 3. En baisse

27. Si 'En hausse', précisez les raisons :

1. Progression de la clientèle "affaires"
 2. Progression de la clientèle "groupe"
 3. Développement des week-ends et courts séjours
 4. Fréquentation en augmentation lors des vacances scolaires

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

28. Quel est votre chiffre d'affaire annuel HLT en 2013?

29. Pouvez-vous indiquer le montant des taxes payées en 2013?

30. Quelles sont les périodes d'ouverture sur l'année?

31. Quels supports de communication utilisez-vous?

1. Dépliant 2. Manuel de vente
 3. CD rom 4. Site internet
 5. Plaquette séminaire 6. Autres

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

32. Si 'Autres', précisez :

33. Quelles actions commerciales avez-vous réalisées au cours des 3 dernières années?

1. Démarchage commercial
 2. Marketing direct
 3. Participation à des salons
 4. Achat de publicité
 5. Présence dans des guides de tourisme
 6. Autres

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

34. Si 'Autres', précisez :

35. Etes-vous référencé par des tours-opérateurs?

1. Oui 2. Non

36. Adhèrez vous à une ou plusieurs centrales de réservation?

1. Oui 2. Non

37. Si 'Oui', précisez lesquelles:

38. Proposez vous des produits packagés?

1. Oui 2. Non

39. Disposez d'un numéro d'agrément?

1. Oui 2. Non

40. Avez vous commercialisé par des partenaires dans le cadre d'un package?

1. Oui 2. Non

41. Avez-vous des accords avec des prestataires locaux?

1. Oui 2. Non

42. Si 'Non', précisez :

1. Location de voiture
 2. Groupe de danseurs traditionnels
 3. Plagiste
 4. Artisan
 5. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

43. Si 'Autre', précisez :

44. Participez vous aux actions de votre fédération locale?

1. Oui 2. Non

45. Participez-vous aux actions du conseil régional?

1. Oui 2. Non

46. Avez-vous informatisé votre gestion?

1. Oui 2. Non

47. Si 'Oui', précisez le nombre de poste?

48. Pouvez vous nous communiquer votre budget de communication moyen en communication?



PROJET D'APPUI AU DEVELOPPEMENT ET
A LA VALORISATION DU TOURISME DANS LES COLLECTIVITES IVOIRIENNES

QUESTIONNAIRE DIAGNOSTIC STRATEGIQUE DES ETABLISSEMENTS DE RESTAURATION

Nous vous prions de consacrer quelques minutes à compléter le questionnaire ci-après. Vos réponses sont importantes pour mettre en valeur l'importance économique de votre profession dans la Région du sud Comoe.

COMMENT REpondre A CE QUESTIONNAIRE ?

Lisez attentivement le texte de chaque question avant d'y répondre.

Ensuite, il vous suffit de vous reporter à la consigne inscrite en dessous de chaque question, soit en entourant le (s) code (s) correspondant (s) à votre réponse, soit

Code questionnaire

I-IDENTIFICATION DE L'ETABLISSEMENT

Quel est le nom commercial de l'établissement?

Quelle est la localisation de l'établissement?

1. Ville 2. Village

Précisez le nom et le quartier de la ville ou du village

En quelle année avez-vous ouvert officiellement?

Quel est le nom et la fonction du responsable?

A quelle formule de restauration correspond votre établissement?

1. Restauration classique 2. Restauration à thèmes
 3. Restauration rapide 4. Autres

Si 'Autres', précisez :

Quelle est la forme juridique d'exploitation de l'établissement?

1. Entreprise individuelle 2. Entreprise familiale
 3. SA 4. SARL
 5. Autres

Si 'Autres', précisez :

Etes vous propriétaire du batiments?

1. Oui 2. Non

Quel est le mode d'exploitation?

1. Exploitation directe 2. Gérance
 3. Location 4. Mandat de gestion
 5. Autres

IV-POLITIQUE D'INVESTISSEMENT

49. A combien estimez-vous l'investissement de réalisation de votre activité?

50. Sur quels fonds les investissements ont-ils été réalisés?

1. Fonds propres 2. Appui extérieur

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

51. Quel est le montant pour chaque type de fond?

52. Avez-vous procédé à des investissements au cours de ces trois dernières années?

1. Oui 2. Non

53. Si 'Oui', précisez les domaines concernés :

1. Normes de sécurité
 2. Rénovation des chambres
 3. Normes d'hygiène
 4. Amélioration des extérieurs
 5. Autres

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

54. Si 'Autres', précisez :

55. Avez-vous bénéficié d'une aide?

1. De la nation 2. De la région 3. Du département

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

V-DONNEES SOCIALE

56. Quel est le nombre d'employé par poste dans votre établissement?

57. Combien de vos employés sont-ils qualifiés?

58. Bénéficient-ils de formation continue?

1. Oui 2. Non

59. Si 'Oui', précisez la structure formatrice:

1. Lycée hôtelier 2. Grande école 3. Cabinet
 4. Autres

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

60. Si 'Autres', précisez :

VI-DIVERS

61. Avez-vous contacté les chefs coutumiers au sujet du développement du tourisme dans leur milieu rural?

1. Oui 2. Non

62. Quelles sont vos actions précises pour contribuer au développement du tourisme dans les milieux ruraux de votre zone d'activité?

1. Excursion dans les villages
 2. Visite des sites dans les zones rurales
 3. Aménagement et entretien des sites en espace rural
 4. Appui aux activités génératrices de revenu
 5. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

63. Si 'Autre', précisez :

64. Quelles sont les difficultés rencontrées dans la pratique de votre activité dans la région et dans le département?

1. Hostilité de la population locale au tourisme
 2. Problème foncier avec la population
 3. Le mauvais état des voies d'accès
 4. L'absence de politique de promotion du tourisme
 5. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

65. Si 'Autre', précisez :

66. Que souhaitez-vous?

1. Rencontre régulière de la population par les autorités régulières
 2. Allègement des taxes ou droit à payer
 3. Création d'office régional du tourisme
 4. Mis en oeuvre d'une politique d'aménagement touristique
 5. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

67. Si 'Autre', précisez :

Si 'Autres', précisez :

Votre établissement appartient-il à un groupe?

1.Oui,Non

Si oui, indiquez le groupe au quel il appartient

Si 'Oui',indiquez le groupe

II-EQUIPEMENTS ET SERVICES DE L'ETABLISSEMENT

Quel est le nombre total de place assise?

Quel est le nombre total de salle?

Quelles sont les commodités proposées par l'établissement?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1.Terrasse | <input type="checkbox"/> 2.Espace loisir |
| <input type="checkbox"/> 3.Salle avec TV | <input type="checkbox"/> 4.Salle avec TV satellite |
| <input type="checkbox"/> 5.Salle de restauration climatisée | <input type="checkbox"/> 6.Salle à connexion internet |
| <input type="checkbox"/> 7.Petit déjeuner buffet | <input type="checkbox"/> 8.Aucun service proposé |
| <input type="checkbox"/> 9.Autres | |

Précisez le nombre de place pour chaque commodité

Si 'Autres', précisez :

Votre établissement possède t-il un garage?

1.Oui

2.Non

si oui

Si 'Oui', précisez le type de garage et le nombre de place

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1.Garage fermé | <input type="checkbox"/> 2.Parking ouvert |
| <input type="checkbox"/> 3.Parking pour bus | |

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

Quels sont les services et loisirs proposés par le restaurant?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 01.Boutique-journaux | <input type="checkbox"/> 02.Vente de produits locaux |
| <input type="checkbox"/> 03.Bibliothèque | <input type="checkbox"/> 04.Jeux de société |
| <input type="checkbox"/> 05.Réservation d'hôtel | <input type="checkbox"/> 06.Location de vélos |
| <input type="checkbox"/> 07.Accompagnement touristique | <input type="checkbox"/> 08.Accompagnement sportif |
| <input type="checkbox"/> 09.Animation à thème | <input type="checkbox"/> 10.Conférences |
| <input type="checkbox"/> 11.Cours de cuisine | <input type="checkbox"/> 12.Présentoir de documentation touristique |
| <input type="checkbox"/> 13.Ventes de guides ou documents touristiques | |

Vous pouvez cocher plusieurs cases (12 au maximum).

Quelle est votre ou vos spécialité(s)?

- | | |
|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1.Ivoirienne | <input type="checkbox"/> 2.Africaine |
| <input type="checkbox"/> 3.Européenne | <input type="checkbox"/> 4.Asiatique |
| <input type="checkbox"/> 5.Australienne | <input type="checkbox"/> 6.Autre |

Si 'Autre', précisez :

Votre établissement dispose t-il de carte de menu pour vos clients?

1.Oui

2.Non

Quels sont les prix en fonction des repas?

III-DONNEES ECONOMIQUES ET POLITIQUE COMMERCIALE

Comment jugez-vous le niveau de fréquentation de votre établissement en 2013?

- | | |
|--------------------------------|-------------------------------|
| <input type="radio"/> 1.Fort | <input type="radio"/> 2.Moyen |
| <input type="radio"/> 3.Faible | |

Indiquez les mois de ces différentes tendances

Comment jugez-vous votre activité depuis trois(2011;2012;2013)ans?

- | | |
|-----------------------------------|--------------------------------|
| <input type="radio"/> 1.En hausse | <input type="radio"/> 2.Stable |
| <input type="radio"/> 3.En baisse | |

En cas de hausse, quelles sont les raisons qui expliquent cela?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1.Progression de la clientèle "affaires" dans la localité | <input type="checkbox"/> 2.Progression de la clientèle "groupe" dans la localité |
| <input type="checkbox"/> 3.Développement des week ends | <input type="checkbox"/> 4.Fréquentation en augmentation dans la localité lors des vacances scolaires |
| <input type="checkbox"/> 5.Fréquentation en augmentation lors des manifestations culturelles dans la localité | <input type="checkbox"/> 6.Autres |

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

Si 'Autres', précisez :

Dans quelle fourchette se situe votre chiffre d'affaire annuel en 2013?

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> 1.Moins de 1 million | <input type="radio"/> 2.1 à 2 millions |
| <input type="radio"/> 3.2 à 3 millions | <input type="radio"/> 4.3 à 5 Millions |
| <input type="radio"/> 5.5 à 10 millions | <input type="radio"/> 6.10 à 20 millions |
| <input type="radio"/> 7.20 à 30 millions | <input type="radio"/> 8.30 à 50 millions plus de 50 millions |

Quelles sont les taxes payées en 2013?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1.Taxe de séjour | <input type="checkbox"/> 2.Taxe professionnelle |
| <input type="checkbox"/> 3.Taxe foncière | <input type="checkbox"/> 4.Taxe enlèvement ordures ménagères |

Indiquez le montant pour chaque taxe

Quelles sont vos périodes d'ouverture dans l'année?

Quelles sont vos heures d'ouvertures et de fermetures?

Quels sont les supports de communication utilisez vous?

1. Dépliants 2. Manuel de vente
 3. CD rom de présentation 4. Autres

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

Si 'Autres', précisez :

Quelles actions commerciales avez-vous réalisées au cours des trois dernières années?

1. Démarchage commercial personnalisé (TO et agences de voyages, clubs, groupe...) 2. Marketing direct (mailing, phoning...)
 3. Participation à des salons: stand individuel au nom de l'entreprise 4. Participation à des salons: présence sur un stand collectif
 5. Achat de publicité (journaux, magazines...) 6. Achat de publicité spot et émission radio, télévision
 7. Présence dans les guides de tourisme 8. Action internet: achat de publicité, mailing
 9. Autres

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

Si 'Autres', précisez :

Disposez-vous d'un numéro d'agrément?

1. Oui 2. Non

Etes-vous commercialisé par des partenaires dans le cadre d'un package?

1. Oui 2. Non

Avez-vous des accords avec des prestataires locaux?

1. Oui 2. Non

Si 'Oui', précisez les types de prestataires:

1. Etablissement d'hébergement 2. Groupes à vocation agricole
 3. Plagiste 4. Producteurs de fruits
 5. Golf 6. Activités nautiques
 7. Autres

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

Participez vous aux actions de votre fédération?

1. Oui 2. Non

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

Participez vous aux actions du conseil régional?

1. Oui 2. Non

Avez vous informatisé la gestion de votre établissement?

1. Oui 2. Non

Si 'oui', précisez le nombre d'ordinateurs

Disposez vous de logiciel de gestion restaurant et comptable?

1. Oui 2. Non

Si 'Oui', précisez les :

IV-POLITIQUE D'INVESTISSEMENTS

A combien estimez-vous l'investissement de réalisation de votre activité?

1. Moins de 15 millions 2. 30-45 millions
 3. 60-75 millions 4. 90-115 millions
 5. 115-150 millions 6. Plus de 150 millions

Sur quel(s) fond(s) les investissements ont-ils été réalisés?

1. Fonds propres 2. Appui extérieur

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

Indiquez le montant relatif à chaque fond

Au cours des trois dernières années, avez-vous procédé à des investissements?

1. Oui 2. Non

Si 'Oui', précisez le budget en Fefa :

Quels ont été les domaines concernés?

1. Normes de sécurité 2. Rénovation des salles
 3. Amélioration des extérieurs 4. Normes d'hygiène
 5. Création de nouveaux équipements 6. Autres

Vous pouvez cocher plusieurs cases (5 au maximum).

Si 'Autres', précisez :

Avez-vous bénéficié d'un apport financier?

- 1.Oui 2.Non

Si 'Oui', précisez de quelle structure:

- 1.Département 2.Conseil régional
 3.Etat 4.Autres

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

Si 'Autres', précisez :

Avez-vous bénéficié d'un apport financier du?

- 1.Département 2.Conseil régional
 3.Etat 4.Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

Avez-vous bénéficié d'un appui technique?

- 1.Oui 2.Non

Si 'Oui', précisez la structure :

- 1.Département 2.Conseil régional
 3.Etat 4.Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

Si 'Autre', précisez :

V-DONNEES SOCIALES

A combien évaluez-vous le nombre d'emplois dans votre établissement?

Tous vos employés sont-ils qualifiés?

- 1.Oui 2.Non

Si 'Non', combien le sont :

Les employés bénéficient-ils de formation continue?

- 1.Oui 2.Non

Si 'Oui', précisez la structure qui les forme :

- 1.Lycée hôtelier 2.Grande école
 3.Cabinet 4.Côte d'Ivoire tourisme
 5.Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (4 au maximum).

Si 'Autre', précisez :

Quel est le coût de la formation?

VI-DIVERS

Avez-vous des actions précises pour contribuer au développement du tourisme dans les milieux ruraux de votre zone d'activité?

- 1.Oui 2.Non

Si 'Oui', lesquelles:

- 1.Erscursion dans les villages 2.Visite des sites dans les zones rurales
 3.Aménagement et entretien des sites en espace rural 4.Appui aux activités génératrices de revenu(AGR) dans les villages
 5.Appui aux projets de valorisation touristique des villages 6.Appui à la formation des jeunes ruraux
 7.Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (6 au maximum).

Avez-vous enregistré des demandes de pratiques touristique en espace rural?

- 1.Oui 2.Non

Si 'Oui', évaluez le niveau :

- 1.Elevé 2.Moyen
 3.Faible 4.Très faible

Quelles sont les difficultés rencontrées dans la pratique de votre activité dans la région et département?

- 1.Hostilité de la population locale au tourisme 2.Problème foncier avec la population locale
 3.Mauvais états des voies d'accès 4.Indifférence des autorités locales au tourisme
 5.Absence de politique de promotion du tourisme local 6.Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (5 au maximum).

Si 'Autre', précisez :

Que souhaitez-vous?

- 1.Recontre régulière de la population par les autorités locales 2.Allègement des taxes ou droit à payer au niveau local et national
 3.Création de l'office régional du tourisme 4.Mettre en oeuvre la politique d'aménagement touristique du département
 5.Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (4 au maximum).

Si 'Autre', précisez :



PROJET D'APPUI AU DÉVELOPPEMENT ET
À LA VALORISATION DU TOURISME DANS LES COLLECTIVITÉS IVOIRIENNES

QUESTIONNAIRE

DIAGNOSTIC STRATÉGIQUE DES ESPACES DE LOISIRS

Nous vous prions de consacrer quelques minutes à compléter le questionnaire ci-après. Vos réponses sont importantes pour mettre en valeur l'importance économique de votre profession dans la Région du sud Comoe.

COMMENT REPONDRE A CE QUESTIONNAIRE ?

Lisez attentivement le texte de chaque question avant d'y répondre.

Ensuite, il vous suffit de vous reporter à la consigne inscrite en dessous de chaque question, soit en entourant le (s) code (s) correspondant (s) à votre réponse, soit en inscrivant directement les réponses dans les cases prévues à cet effet.

1. Code questionnaire

I-IDENTIFICATION DE L'ESACE LOISIR

Donnez des informations sur votre espace de loisir

2. Quel est le nom commercial de votre établissement?

3. Quelle est la localisation de votre établissement?

1. En ville 2. Au village 3. Campement
Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

4. Quelle est l'année d'ouverture de votre espace?

5. Pouvez vous nous indiquer vos contacts?

6. Quel est le nom du responsable?

7. A quel type de loisir correspond votre espace ou établissement?

1. Parc d'attraction 2. Complexe sportif
 3. Jeux traditionnels 4. Cabaret
 5. Autres

II- EQUIPEMENTS ET SERVICES DE L'ETABLISSEMENT

Indiquez les équipements et services de l'établissement

15. Votre établissement dispose-t-il de garage?
 1. Oui 2. Non

16. Si 'Oui', précisez s'il s'agit de :

1. Garage fermé 2. Garage ouvert
 3. parking pour bus
Vous pouvez cocher plusieurs cases.

III-DONNEES ECONOMIQUES ET POLITIQUE COMMERCIALE

18. Comment jugez-vous la fréquentation mensuelle de votre établissement en 2013

1. En hausse 2. Stable 3. En baisse

19. Si 'En hausse', précisez les raisons:

1. Progression de la clientèle "groupe" dans la localité
 2. Développement des week-ends
 3. Fréquentation en augmentation dans la localité lors des vacances scolaires
 4. Autres
Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

20. Si 'Autres', précisez :

8. Si 'Autres', précisez :

9. Quelle est la forme juridique de l'exploitation?

1. Entreprise individuelle 2. Entreprise familiale
 3. SA 4. SARL
 5. Autre

10. Si 'Autre', précisez :

11. Quel est le mode d'exploitation de votre espace?

1. Exploitation direct 2. Gérance 3. Location
 4. Mandat de gestion 5. Autre

12. Si 'Autre', précisez :

13. Votre espace appartient-il à un groupe?

1. Oui 2. Non

14. Si 'Oui', précisez lesquels:

17. Quelles sont les prestations que vous proposez à votre clientèle

1. Services 2. Offre de loisirs
 3. Informations touristiques
Vous pouvez cocher plusieurs cases.

21. Quel est le montant de votre chiffre d'affaire en 2013?

22. Pouvez vous indiquer le montant des taxes en 2013

23. Quelles sont les périodes d'ouverture sur l'année?

24. Quelles sont les heures d'ouverture et de fermeture?

25. Quels sont vos supports de communication?

1. Dépliant 2. Manuel de vente 3. CD rom
 4. Autres

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

26. Si 'Autres', précisez :

27. Quelles actions commerciales avez-vous réalisées au cours des 3 dernières années?

1. Démarche commerciale personnalisée
 2. Marketing
 3. Participation à des salons
 4. Achat de publicité
 5. Présence dans des guides de tourisme
Vous pouvez cocher plusieurs cases.

28. Disposez vous d'un agrément?

1. Oui 2. Non

IV-POLITIQUE D'INVESTISSEMENTS

35. A combien estimez-vous l'investissement réalisé?

36. Sur quel fond avez vous fait l'investissement?

1. Fond propre 2. Appui extérieur
Vous pouvez cocher plusieurs cases.

37. Quel est le montant par source de financement?

V-DONNEES SOCIALES

40. Combien d'emplois génère votre établissement?

41. Es que vos employés sont qualifiés pour leur poste?

1. Oui 2. Non

29. Etes vous commercialisé par des partenaires dans le cadre d'un packaga

1. Oui 2. Non

30. Avez-vous des accords avec des partenaires locaux?

1. Oui 2. Non

31. Participez vous aux actions de votre fédération locale?

1. Oui 2. Non

32. Participez vous aux actions du conseil régional?

1. Oui 2. Non

33. Votre gestion est-elle informatisée?

1. Oui 2. Non

34. Si 'Oui', précisez le nombre de postes :

38. Avez-vous fait des investissements ces trois dernières années?

1. Oui 2. Non

39. Si 'Oui', précisez les domaines concernés :

42. Si 'Non', précisez le nombre qui le sont :



PROJET D'APPUI AU DEVELOPPEMENT ET
A LA VALORISATION DU TOURISME DANS LES COLLECTIVITES IVOIRIENNES

QUESTIONNAIRE DIAGNOSTIC STRATEGIQUE DES SITES TOURISTIQUES ET MONUMENTS HISTORIQUES

Nous vous prions de consacrer quelques minutes à compléter le questionnaire ci-après. Vos réponses sont importantes pour mettre en valeur l'importance économique de votre profession dans la Région du sud Comohé.

COMMENT REpondre A CE QUESTIONNAIRE ?

Lisez attentivement le texte de chaque question avant d'y répondre.

Ensuite, il vous suffit de vous reporter à la consigne inscrite en dessous de chaque question, soit en entourant le (s) code (s) correspondant (s) à votre réponse, soit en inscrivant directement les réponses dans les cases prévues à cet effet.

1. Code questionnaire

I-IDENTIFICATION DU SITE TOURISTIQUE OU MONUMENT HISTORIQUE.

Donnez des informations sur site touristique ou le monument historique

2. Quel est le nom commercial du site touristique ou monument historique?

3. A Quel type de site touristique correspond ce site?
 1. Site naturel à l'état primaire 2. Site naturel aménagé
 3. Site artificiel

4. Quelle est l'année de découverte de ce site ou du monument?

5. Quels est l'année de mise en tourisme?

6. Quelle est la localisation du site touristique ou monument?
 1. En ville 2. Au village

7. Le site/monument est-il une propriété?
 1. Oui 2. Non

8. Si 'Oui', précisez l'appartenance:
 1. Etatique 2. Communale 3. Villageoise

II- ETAT ET EXPLOITATION DU SITE

Indiquez l'état et l'exploitation du site

9. Existents-ils plusieurs accès au site?
 1. Oui 2. Non

10. Si 'Oui', précisez les voies d'accès :
 1. Route bitumée 2. Route non bitumée
 3. Piste villageoise 4. Voie aérienne
 5. Voie lagunaire 6. Autres
Vous pouvez cocher plusieurs cases.

11. Comment appréciez vous l'état des voies au moment de l'enquête?
 1. Bon 2. acceptable. 3. Inexploitable

12. Quelle est la forme de gestion du site/monument historique?
 1. Etatique 2. Collectivité territoriale
 3. Entreprise privée 4. Villageoise

13. La population locale est-elle impliquée dans la gestion?
 1. Oui 2. Non

14. Le site/monument est-il visité?
 1. Oui 2. Non

15. Quel est le niveau d'affluence sur le site/monument?
 1. Forte 2. Moyenne 3. Faible 4. Aucune

16. Quels sont les services proposés sur le site?
 1. Promenade pédestre guidée 2. Espace loisir
 3. Instruction 4. Divertissement
 5. Sport 6. Découverte
Vous pouvez cocher plusieurs cases.

17. Existe-t-il des parking sur le site/monument?
 1. Parking fermé 2. parking ouvert 3. Aucun

18. Quels sont les éléments spécifiques de ce site/monument?

19. Quelle est la fonction du site/monument historique dans la société locale
 1. Lieu de rite traditionnel
 2. Centre de recherche scientifique
 3. Lieu de repos
 4. Lieu de divertissement
 5. Aucune
Vous pouvez cocher plusieurs cases.

20. Les visites sont-elle payantes?
 1. Oui 2. Non

21. Quelle est l'identité du gestionnaire?

22. Quel est l'historique du site/monument?

PROJET D'APPUI AU DEVELOPPEMENT ET
A LA VALORISATION DU TOURISME DANS LES COLLECTIVITES IVOIRIENNES

QUESTIONNAIRE DIAGNOSTIC STRATEGIQUE DES VILLAGES EN RAPPORT AVEC LE TOURISME

Nous vous prions de consacrer quelques minutes à compléter le questionnaire ci-après. Vos réponses sont importantes pour mettre en valeur l'importance économique de votre profession dans la Région du sud Comohé.

COMMENT REpondre A CE QUESTIONNAIRE ?

Lisez attentivement le texte de chaque question avant d'y répondre.

Ensuite, il vous suffit de vous reporter à la consigne inscrite en dessous de chaque question, soit en entourant le (s) code (s) correspondant (s) à votre réponse, soit en inscrivant directement les réponses dans les cases prévues à cet effet.

Code questionnaire

I- IDENTIFICATION DU VILLAGE

Quel est le nom du village?

Quelle est la signification de ce nom?

De quel type de circonscription territoriale dépend le village?
 1. Canton 2. Commune
 3. Sous-Préfecture

Quel est le ou les peuple(s) autochtone?

Quels sont les peuples allogènes?

Quels sont les peuples étrangers?

Précisez le ou les nom(s) de circonscription(s) territoriale(s) concernées

Quelle est l'année de création du village?

Quel le nom du fondateur du village?

Combien de famille constitue le peuple autochtone?

Citez les

Quel est le système de lignage du village?
 1. Matrilinéaire 2. Patrilinéaire
 3. Mixte

Quelle est la localisation du village par rapport à la ville?
 1. Sud 2. Nord
 3. Est 4. Ouest
 5. Centre 6. Autre

Quel est le mode de gouvernance?
 1. Royauté 2. Chef/ferie
 3. Classe d'âge 4. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (4 au maximum).
Si 'Autre', précisez :

Si 'Autre', précisez :

Quelle est la distance du village par rapport à la ville?

Quelle est la superficie du village?

Quel est le nom, la fonction et les adresses de l'autorité villageoise?

Existe-t-il plusieurs accès au village?
 1. Oui 2. Non

Quel est le nombre d'habitant du village?

Quelles est la(les) nature(s) de la voie d'accès?

- 1.Route bitumée 2.Route non bitumée,Piste villageoise
 3.Voie aérienne 4.Voie lagunaire
 5.Autres

Si 'Autres', précisez :

II-PATRIMOINES SOCIOCULTURELS DU VILLAGE

Quels sont les sites touristiques du village?

Quelles sont les fonctions des sites touristiques?

A quelle distance ces sites touristiques se situent de la ville?

Quels sont les monuments historiques du village?

Quelle est la fonction de ces monuments historiques?

A quelle distance se trouve ces monuments?

Quelles sont les danses du village?

Quelles sont les périodes d'exécution de ces danses?

Quel est l'état de la voirie au moment de l'enquête?

- 1.Bon 2.Acceptable
 3.Impraticable

Quelles sont les principales activités du village?

- 1.Agriculture 2.Pêche
 3.Elevage 4.Tourisme
 5.autres

Si 'autres', précisez :

Quels sont événements qui donne lieu à l'exécution de ces danses?

- 1.Réjouissance 2.Funérailles
 3.Rites 4.Autres

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

Si 'Autres', précisez :

Qui sont les exécuteurs de ces danses?

- 1.Uniquement Homme 2.Uniquement Femme
 3.Enfant 4.Mixte

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

Quelles sont les fêtes traditionnelles du village?

Quelles sont les raisons de ces fêtes?

- 1.Commémoration 2.Réjouissance
 3.Rites 4.Autres

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

Si 'Autres', précisez :

Quels sont les mets traditionnels du villages?

Quelles sont les occasions de préparation de ces mets?

- 1.Ordinaire 2.Réjouissance
 3.Famine 4.Accueil d'étranger
 5.Autres

III- PRATIQUE DU TOURISME

Votre village est-il visité par des touristes?

- 1.Oui 2.Non

Aller à '57-Eléments spécifiques' si Visite touristique = "Non"

Existe-t-il des structures de gestion du tourisme dans votre village?

- 1.Oui 2.Non

Si 'Oui', combien :

Existe-t-il des structures d'hébergement dans votre village?

- 1.Oui 2.Non

Accueillez-vous des touristes en famille?

- 1.Oui 2.Non

Quels sont les types de touristes que vous recevez?

- 1.Touristes nationaux 2.Touristes internationaux

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

Quel est le niveau général d'affluence des touristes dans votre village?

- 1.Fort 2.Moyen
 3.Faible 4.Aucun

En 2013, comment jugez-vous la fréquentation touristique mensuelle de votre village?

- 1.Forte 2.Moyenne
 3.Faible

Indiquez les mois pour chaque niveau de fréquentation

Indiquez les différents mois,

Si 'Autres', précisez :

Quel est le nombre total de touriste par mois?

Indiquez le nombre d'adulte;de jeune;d'enfant

Quels sont les services proposés par le village aux touristes?

- 1.Promenade pédestre 2.Espace loisir
 3.Contes 4.Sport
 5.Découverte 6.Prestation de danses traditionnelles
 7.Autres

Vous pouvez cocher plusieurs cases (6 au maximum).

Si 'Autres', précisez :

Les séjours sont-ils payants?

- 1.Oui 2.Non

si oui donnez les coûts du séjour par catégorie de touriste

Si 'Oui', précisez les Coûts par catégorie de touristes:

Quel est l'éléments ou les éléments spécifiques de votre village

Quel est l'historique du village?

TABLES DES MATIERES

SOMMAIRE	1
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS	6
REMERCIEMENTS	8
AVANT-PROPOS	10
INTRODUCTION GENERALE	11
I- REVUE DE LITTERATURE	14
<i>I-1- Contours sémantiques et évolution du tourisme</i>	15
I-1-1- Contours sémantiques du tourisme	15
I-1-1-1- Tourisme, voyage et loisir : entre confusion et complémentarité	15
I-1-1-2- Le tourisme : une approche définitionnelle tridimensionnelle	21
I-1-1-3- Les principaux déterminants du tourisme	26
I-1-2- Evolution des pratiques touristiques à l'échelle mondiale continentale et nationale	36
I-1-2-1- Evolution de la pratique du tourisme dans le monde : croissance arrivée et recettes touristiques	36
I-1-2-2- Aperçu des flux touristiques en Afrique et en Côte d'Ivoire	38
<i>I-2- Espace rural, attractivité touristique et organisation du tourisme</i>	48
I-2-1- Espace et ruralité	48
I-2-2- Attractivité touristique de l'espace rural.....	60
I-2-3 Approches de l'organisation du tourisme	69
<i>I-3-De l'aménagement du territoire à l'aménagement touristique</i>	72
I-3-1- Évolution historique de la pratique de l'aménagement du territoire en Côte d'Ivoire	72
I-3-2- Lieu touristique et mise en tourisme des lieux.....	75
II- PROBLEMATIQUE.....	81
III- OBJECTIFS DE RECHERCHE	83
<i>III-1- Objectif général</i>	83
<i>III-2- Objectifs spécifiques</i>	83
IV- LES HYPOTHESES DE TRAVAIL	83
<i>IV- 1- La thèse</i>	83
<i>IV- 2- Les hypothèses secondaires</i>	84
V- METHODOLOGIE DE RECHERCHE.....	84
<i>V-1- Cadre théorique de référence</i>	84
V-1-1- La posture épistémologique de l'étude.....	84
V-1-2- Une étude touristique sur fond d'analyse systémique	85
V-1-3- Le caractère pluridisciplinaire de l'étude touristique	87
<i>V-2- Délimitation de la zone d'étude</i>	89
<i>V-3- Définition du champ d'étude et intérêt géographique d'une étude touristique</i>	92
<i>V- 4- Les unités et les échelles d'observation</i>	94
V-4-1- Les unités d'observation	94
V-4-2- L'échelle d'étude	94
<i>V-5- Les variables de recherche</i>	95
V-5-1- Les variables de recherche en rapport avec la première hypothèse	95
V-5-2- Les variables liées à la deuxième hypothèse	96
V-5-3 Les variables de recherche au niveau de la troisième hypothèse	96
<i>V-6- La Collecte des données</i>	97
V- 6-1- La recherche documentaire	97
V- 6-2- La méthode empirique	97
V-6-2-1 Le déroulement de l'enquête	97
V-6-2-2- L'entretien.....	100
V-6-2-3- Le « focus group »	100
IV-6-2-4- L'enquête par questionnaire	101
V-6-2-5- Le type d'enquête.....	101
<i>V-7- Traitement des données</i>	102
IV-7-1 -Les traitements cartographiques	102
IV-7-2- Les traitements statistiques	102
V- TABLEAU SYNOPTIQUE.....	103

VII – DIFFICULTES ET ARTICULATIONS DE LA THESE.....	104
VII-1- Difficultés rencontrées.....	104
VII-2- Architecture de la thèse.....	105
PREMIERE PARTIE : LES VILLAGES TOURISTIQUES DANS LA REGION DU SUD COMOE.....	106
INTRODUCTION DE LA PREMIERE PARTIE.....	107
CHAPITRE 1 : LES ATTRAITS TOURISTIQUES INITIAUX DANS LES TERRITOIRES RURAUX DU SUD COMOE.....	108
I- SITUATION GÉOGRAPHIQUE DES VILLAGES DE LA RÉGION DU SUD COMOÉ : OPPORTUNITÉS ET CONTRAINTES DES PRATIQUES TOURISTIQUES.....	108
I-1- Les villages du sud Comoé : implantation et localisation en rapport avec les départements.....	108
I-2- L’accessibilité aux villages, un intérêt des pratiques touristiques.....	112
II- ATTRAITS TOURISTIQUES NATURELS DANS LES VILLAGES DE LA REGION DU SUD COMOE.....	117
II-1- Un phytôme diversifié et exploitable pour le tourisme.....	117
II-1-1 Le relief, une composante de la beauté paysagère de l’espace rural.....	117
II-1-2- La flore et la faune, un important attrait touristique pour des villages dans la région du Sud Comoé.....	120
II-1-3- Le climat, premier déterminant du caractère saisonnier du tourisme en espace rural.....	125
II-2- L’eau, un attrait touristique incontesté dans le sud Comoé.....	128
III- UN PATRIMOINE CULTUREL DIVERSIFIÉ ET ATTRACTIF.....	133
III-1- Création et nom des villages : une identité des peuples.....	133
III -2- Situation démographique du Sud Comoé.....	136
III-2-1- Evolution de la population du Sud Comoé.....	136
III-2-2- Structure démographique par type de lieu.....	139
III-3- Composition ethnoculturelle.....	139
III-3-1- Les peuples autochtones et leur installation.....	139
III-3-1- 1- Le peuple Ehotilé.....	140
III-3-1-2- Le peuple Essouman.....	141
III-3-1-3- Le peuple N’zimah.....	142
III-3-1-4- Le peuple Abouré.....	145
III-3-1-5- Le peuple Agni-sanwi.....	147
III- 4 - Les peuples allogènes et les peuples étrangers dans les villages.....	151
IV- LES MŒURS ET FAITS SOCIAUX DANS LES VILLAGES COMME ATTRAITS TOURISTIQUES.....	151
IV-1- La royauté : une gouvernance territoriale authentique et attractive.....	151
IV-2- Les danses, fêtes traditionnelles et littérature orale.....	155
IV- 4- La gastronomie traditionnelle.....	157
IV-5- Les ressources et espaces de loisir dans les villages.....	158
IV-6- L’habitat rural influencé par la modernisation.....	159
V- LES INTERETS TOURISTIQUES DES PRINCIPALES ACTIVITES ECONOMIQUES DES POPULATIONS RURALES.....	159
V-1- L’agriculture : une opportunité insuffisamment inexploitée pour le tourisme en milieu rural.....	159
V-2- La pêche traditionnelle : intérêt touristique.....	161
V-3- Artisanat d’art au service du tourisme.....	161
CHAPITRE 2 : LES EQUIPEMENTS TOURISTIQUES DANS LES TERRITOIRES RURAUX DE LA REGION DU SUD COMOE.....	164
I- LES EQUIPEMENTS D’HEBERGEMENT DANS LES VILLAGES DE LA REGION DU SUD COMOÉ.....	164
I-1 L’équipement hôtelier dans la zone rurale de la région du sud Comoé.....	164
I-1-1- L’évolution de l’hôtellerie dans la zone rurale du sud Comoé.....	164
I-1-1-1-Période avant 1970.....	166
I-1-1-2-La période de 1970 à 1980.....	167
I-1-1-3-De 1980 à 2015.....	167
I-1-2- La répartition spatiale des équipements hôteliers.....	168
I-1-3 Les types d’équipement et leur mode de gestion.....	171
I-2- Les résidences secondaires et les paillotes dans les villages de la région du Sud Comoé.....	173
I-2-1- Les résidences secondaires dans les villages de la région du Sud Comoé.....	173
I-2-2- Les paillotes dans les villages de la région du Sud Comoé.....	175
II LES EQUIPEMENTS DE RESTAURATION DANS LES VILLAGES DU SUD COMOE.....	177
II- 1 L’avènement des restaurants et maquis dans les villages du Sud Comoé.....	177

II-2- L'inégale répartition des équipements de restauration.....	178
III LES ESPACES DE LOISIRS DANS LES VILLAGES DE LA REGION	181
III-1 Les espaces de loisir inégalement répartis dans la région et dans l'espace rural.....	181
III-2- la durée d'existence	183
CHAPITRE 3 : LES TERRITOIRES RURAUX DES PRATIQUES TOURISTIQUES DANS LA REGION SUD COMOE	185
I LES ATTRACTIONS TOURISTIQUES DANS L'ESPACE RURAL DU SUD COMOE	185
I-1 Les attractions touristiques naturelles et les formes de tourisme correspondantes	185
I-2- Les attractions socioculturelles et les formes de tourisme correspondantes.....	190
II- LA FREQUENTATION TOURISTIQUE DANS LES VILLAGES DU SUD COMOE.....	200
II-1 La dynamique des fréquentations touristiques en milieu rural	200
II-2 La touristicité des villages dans le Sud Comoé	204
CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE	209
DEUXIEME PARTIE : SYSTEME TOURISTIQUE EN MILIEU RURAL DANS LA REGION DU SUD COMOE	210
INTRODUCTION DE LA DEUXIEME PARTIE.....	211
CHAPITRE 4 : LES PARTIES PRENANTES DU TOURISME DANS LA ZONE RURALE DE LA REGION DU SUD COMOE	212
I- ACTEURS PUBLICS DU TOURISME.....	212
I-1- Définition et typologie des acteurs publics	212
I-2- Administration du tourisme en Côte d'Ivoire : entre déconcentration et décentralisation.....	213
I-2-1- L'Administration déconcentrée du tourisme et les structures sous-tutelles	214
I-2-1-1- L'organisation du ministère du tourisme	214
I-2-1-2- Les structures sous-tutelles	218
I-2-1- L'Administration décentralisée du tourisme	219
I-3- Le milieu rural de la région du sud Comoé en quête d'acteurs publics du tourisme	221
II- LES ACTEURS PRIVES DU TOURISME DANS LA REGION DU SUD COMOE.....	222
II-1- L'organisation des opérateurs économiques du secteur du tourisme dans la région du Sud Comoé.....	222
II-2- Les organisations indépendantes du tourisme dans la région du Sud Comoé	223
II-3- Les visiteurs comme acteur du tourisme dans la région du Sud Comoé	224
II-3-1- Le projet du visiteur : le processus de mise en œuvre de la pratique touristique	224
II-3-2- Motifs et pratiques touristiques des visiteurs des villages de la région du Sud Comoé	228
CHAPITRE 5 : LE JEU DES ACTEURS DU TOURISME DANS LE MILIEU RURAL DE LA REGION DU SUD COMOE : UNE ANALYSE PAR LA METHODE MACTOR.....	231
I- ROLE, RECAPITULATIF DES PRINCIPAUX ACTEURS ET LES OBJECTIFS ASSOCIES AUX ENJEUX.....	231
I-1- Rôle des principaux acteurs du tourisme en rapport avec le milieu rural de la région du Sud Comoé.....	231
I-1- 1- Rôle et outils des acteurs publics du tourisme	231
I-1-1- 1-Rôles et outils d'actions des organes déconcentrés de l'Etat	231
I-1-1-2- Rôles et outils d'actions des collectivités locales.....	232
I-1-2- Rôles indispensable des acteurs touristiques privés au niveau local	233
I-1-2-1 Rôles des entrepreneurs du secteur touristique	233
I-1-2-2- Rôles des visiteurs dans le système du tourisme local	234
I-1-2-3- Rôles des communautés locales dans le tourisme local	235
I- 2- Liste des acteurs tourisme dans le milieu rural de la région du Sud Comoé	235
I-3- Les objectifs associés aux enjeux.....	236
II -ELABORATION DES MATRICES D'ENTREE APPLIQUEES AU TOURISME EN ESPACE RURAL DANS LA REGION DU SUDCOMOE.....	237
II-1-L'élaboration de la matrice des influences directes entre acteurs	237
II-2- L'élaboration de la Matrice des positions valuées (2MAO)	238
III- RESULTATS ET INTERPRETATIONS.....	239
III-1- influence, dépendance et rapport de force des acteurs : indicateurs d'une coordination des acteurs efficaces inexistante dans l'espace rural de la région du sud Comoé.....	239
III-2- Relations acteurs objectifs.....	244
III-3- Convergence et divergence entre acteurs	247
III-3-1- Les convergences entre acteurs	247
III-3-2- Divergence entre acteurs	250

CONCLUSION DE LA DEUXIEME PARTIE	252
TROISIEME PARTIE : IMPACTS SOCIOECONOMIQUES ET SPATIAUX DU TOURISME DANS L'ESPACE RURAL DE LA REGION DU SUD COMOE.....	253
INTRODUCTION DE LA TROISIEME PARTIE	254
CHAPITRE 6 : IMPACTS SOCIOECONOMIQUES DU TOURISME DANS LE MILIEU RURAL DE LA REGION DU SUD COMOE.....	255
<i>I - IMPACTS SOCIO CULTURELS DU TOURISME EN MILIEU RURAL DANS LA REGION DU SUD COMOE...</i>	255
I-1- Impacts démographiques du tourisme dans les destinations touristiques rurales de la région du Sud Comoé .	255
I-2- Tourisme et mode de vie des sociétés rurales de la région du Sud Comoé	258
I-2-1- Les pratiques touristiques dans l'indifférence des populations locales	258
I-2-2- Le tourisme comme un outil de revalorisation des rites traditionnels	261
<i>II-IMPACTS ECONOMIQUES DU TOURISME EN MILIEU RURAL.....</i>	263
II-1- Définition des activités caractéristiques du tourisme dans le milieu rural de la région du Sud Comoé	264
II-1-1- Conception du tourisme au plan économique	264
II-1-2- Activités du secteur du tourisme dans l'espace rural de la région du Sud Comoé.....	264
II-2- Valeur économique des investissements dans le tourisme de la zone rurale du Sud Comoé	266
II-2-1- Nature du capital investi dans le tourisme en milieu rural.....	267
II-2-2- Les coûts d'investissements de création dans les sous-secteurs du tourisme du monde rural.....	268
II-2-3- Investissement dans l'équipement des hôtels et restaurant du monde rural dans le Sud Comoé	269
II-3- Chiffres d'affaires dans les entreprises touristiques du monde rural	270
II-4- Création d'emploi dans le tourisme en milieu rural	271
II-2- Le niveau salarial dans les activités caractéristiques du tourisme.....	275
CHAPITRE 7 : AMENAGEMENT TOURISTIQUE DANS LES VILLAGES DE LA REGION DU SUD COMOE.....	276
<i>I LE MODE DE CONCENTRATION SPATIALE DU TOURISME DANS LES TERRITOIRE RURAUX.....</i>	276
I-1 Les formes concentrées d'organisation spatiale du tourisme dans les villages côtiers	277
I-2- La typologie des concentrations spatiales du tourisme dans les villages côtiers du Sud Comoé.....	279
I-3 Les conséquences de la forme de concentration spatiale du tourisme	281
<i>II – FAIBLE ANCRAGE SPATIAL DU TOURISME EN MILIEU RURAL : LE TOURISME DIFFUS.....</i>	287
II-1- Le tourisme diffus : la forme d'organisation spatiale du tourisme la plus répandue dans le monde rural de la région du Sud Comoé	287
II-2- Les incidences des formes spatialement diffuses sur l'espace rural.....	290
<i>III- TYPOLOGIE DES LIEUX TOURISTIQUES ET RELATIONS VILLES-CAMPAGNES PAR LE TOURISME DANS LA REGION DU SUD COMOE</i>	291
III-1- Les types de lieux touristiques dans l'espace rural de la région du Sud Comoé.....	291
III-1-1- Lieu touristique naturel dans l'espace rural de la région du Sud Comoé.....	291
III-1-2- Lieu touristique architectural dans l'espace rural de la région du Sud Comoé.....	293
CONCLUSION DE LA TROISIEME PARTIE.....	297
CONCLUSION GENERALE.....	298
BIBLIOGRAPHIE	303
TABLE DES ILLUSTRATIONS	330
LISTE DES FIGURES	330
LISTE DES TABLEAUX.....	332
LISTE DES PHOTOS	333
ANNEXES.....	334
ANNEXE 1 LISTE DES ETABLISSEMENTS HOTELIERS ENQUETES	CCCXXXV
ANNEXE 2 LISTE DES ETABLISSEMENTS DE RESTAURATION ENQUETES	CCCXXXVI
ANNEXE 3 LISTE DES ESPACES DE LOISIRS ENQUETES	CCCXXXVIII
ANNEXE 4 LISTE DES SITES ET MONUMENTS HISTORIQUES ENQUETES.....	CCCXXXIX
ANNEXE 5 Extrait de la convention entre CIT et le Conseil Régional du Sud Comoé	CCCXL
ANNEXE 6 : Questionnaires pour la collecte des données sur le terrain	CCCXLI
TABLES DES MATIERES	350