

RESEARCH ARTICLE

LE PATRIMOINE CULTUREL LOCAL DANS LE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE DU DEPARTEMENT DE KORHOGO

*KONAN Kouassi Joseph

Université Peleforo Gon Coulibaly de Korhogo (Côte d'Ivoire)

ARTICLE INFO

Article History

Received 24th April, 2025
Received in revised form
27th May, 2025
Accepted 20th June, 2025
Published online 30th July, 2025

ABSTRACT

Cet article pose la problématique du développement du tourisme culturel à Korhogo, capitale de la Région du Poro en Côte d'Ivoire. Bien que disposant d'énormes potentialités culturelles qui partent du folklore sénoufo (peuple autochtone de la Région) jusqu'aux héritages de la colonisation française, les foires et les festivals en passant par les savoirs et savoir-faire traditionnels (tissage, dessins sur toile, sculpture, le travail des métaux, la fabrication des produits cosmétiques traditionnels (beurre de karité), la fabrication de perles, la ville de Korhogo peine à faire décoller son tourisme culturel. La valorisation de ce riche patrimoine culturel matériel et immatériel et l'amélioration des conditions de vie des artisans se situe au cœur des préoccupations du présent article.

Keywords:

Côte d'Ivoire- Tourisme Culturel-
Artisanat- Patrimoine Culturel.

*Corresponding author:

Francis Were

Copyright©2025, KONAN Kouassi Joseph. This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Citation: KONAN Kouassi Joseph, 2025. "Le patrimoine culturel local dans le developpement touristique du departement de korhogo..". International Journal of Recent Advances in Multidisciplinary Research, 12, (07), 11445-11450.

INTRODUCTION

Avant la pandémie du COVID 19, le tourisme était une activité énormément importante qui générait plus de 10% du PIB mondial, un pourcentage qui était beaucoup plus élevé dans les pays dépendant essentiellement du tourisme. Ainsi l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) aux dires de Nadeem Sanaa et Babii Aleksandra (2021, 26 février) estime que les arrivées de touristes ont chuté de 74% en 2020 par rapport aux données de 2019. Face à cette dramatique situation, chaque Etat s'organise en interne pour mitiger les effets néfastes de cette crise sanitaire mondiale. La diversification de l'offre touristique, l'adoption de modèles de tourisme plus durables et l'investissement dans les nouvelles technologies pourraient participer valablement à cette récupération souhaitée. En dehors de ces conséquences négatives sur la vie socioéconomique, sociale et culturelle des populations, la pandémie du Coronavirus vient rappeler si besoin y est la nécessité de changer de paradigme dans la gestion des destinations en songeant à modifier le caractère saisonnier de l'activité touristique trop souvent dépendante du produit touristique numéro 1 à l'échelle planétaire pour les destinations disposant d'une façade maritime : le tourisme de soleil et de plage. La diversification touristique nous donne

l'opportunité d'occuper l'offre touristique du pays pendant les saisons traditionnelles de vacances pour faire face à la chute drastique de l'affluence des touristes au cours des basses saisons. La Côte d'Ivoire n'est pas en marge de cette nouvelle donne, elle qui veut faire du tourisme le troisième pilier de l'économie nationale. C'est dans cette perspective que s'inscrit notre article qui veut mesurer l'importance du tourisme culturel dans le département de Korhogo. Nous partons d'un constat, Korhogo, cette localité septentrionale abrite les peuples autochtones Sénoufo, fortement attachés à leur culture et aux traditions ancestrales.

Mais, malgré le foisonnement des manifestations culturelles autochtones (poterie, sculpture, tissage, dessins sur toiles, folklore, foires et festivals, les pratiques initiatiques du Poro, identité culturelle du peuple Sénoufo...), le tourisme peine à se développer dans la région. Partant de ce constat, cet article se propose d'analyser l'importance du patrimoine culturel local dans le développement de l'industrie du voyage dans le département de Korhogo. En d'autres termes, comment l'activité touristique pourrait s'appuyer sur les ressources culturelles aussi bien matérielles qu'immatérielles pour amorcer définitivement son envol.

METHODOLOGIE ET THÉORIES

La description et le document cartographique constituent les deux moyens d'investigation dont dispose la géographie. A travers donc une approche hypothético-déductive et la technique de choix raisonnée, nous entendons saisir la complexité de la problématique du développement touristique dans le département de Korhogo ayant pour socle le patrimoine culturel local. Pour atteindre notre objectif de départ, nous avons effectué un travail de terrain visant à recueillir les informations de première main. Cette approche nous a dirigés vers les acteurs locaux du développement des secteurs tourisme et culture notamment, la Direction Régionale du Tourisme, la Direction Régionale de la Culture et de la Francophonie, les opérateurs locaux du secteur tourisme-culture, les populations vivant sur l'ensemble du territoire du département de Korhogo. Cette démarche nous a permis de localiser et de cartographier les sites du tourisme culturel et de quantifier les acteurs du tourisme culturel, leurs avoirs, toucher du doigt leur profil sociodémographique ainsi que les problèmes qui minent le secteur et plombent l'expansion harmonieuse du secteur tourisme. Ainsi, nous avons pu enquêter sur une période de sept mois et demi, allant du 12 janvier au 1^{er} août 2022 les collectifs du maillon culturel du tourisme (256 personnes) dans le département de Korhogo reparties selon le tableau 1 :

Tableau 1. Les acteurs du tourisme culturel enquêtés

Collectifs enquêtés		Quantité
Qualité	Localité de travail	
Tisserands	Waraniéné	30
Tisserands	Katia	18
Sculpteurs	Dalékaha (Korhogo, quartier Kôkô)	12
Dessinateurs sur toile	Fakaha (sous-préfecture de Napié)	15
Forgerons	Koni	22
Perliers	Kapélé	24
Fabricantes de beurre de karité	Petit Paris et Natio-kobadara (Korhogo)	17
Société secrète du Poro	Korhogo	05
Organisateurs de foires et festivals	Korhogo	04
Hôteliers	Korhogo	47
Restaurateurs (restaurants)	Korhogo	06
Restaurateurs (restaurants dits maquis)	Korhogo	55
Gestionnaires de musée	Korhogo	01
Total		256

Source: KONAN K. Joseph (enquêtes janvier-août 2022)

Par ailleurs nous nous sommes également appuyés sur les sources écrites en occurrence les articles de presse, les publications scientifiques qui abordent la thématique du tourisme en général et le tourisme culturel à Korhogo en particulier. Toute cette démarche repose sur les bases conceptuelles de la notion de patrimoine tel que définie par l'UNESCO en 1972. Ainsi, dans l'article premier de la Convention sur la Protection du Patrimoine Mondial Culturel et Naturel, l'institution onusienne considérait comme patrimoine culturel les monuments, les groupes d'édifices et les lieux. Cependant, la même institution lors de la Conférence Intergouvernementale sur les Politiques Culturelles pour le Développement en 1998, dans son troisième objectif a exprimé la nécessité d'étoffer la définition traditionnelle du patrimoine qui désormais doit être entendu comme tous les éléments naturels et culturels

tangibles et intangibles qui sont hérités ou créés récemment. A travers ces lignes, nous ne prétendons donc pas faire une analyse historique du concept de patrimoine mais nous espérons au moins jeter les bases conceptuelles de cette notion. Premièrement, nous entendons attirer l'attention sur quelque chose de suffisamment connu, mais bien souvent oublié : le patrimoine est une construction sociale. Ceci implique qu'il n'existe pas dans la nature mais il est un artifice pensé par quelqu'un quelque part à un moment donné pour des fins précises et implique, finalement qu'il est et peut être historiquement changeant en accord avec les nouveaux critères ou intérêts (Prats, L. 1997, p.20).

Autrement dit, le patrimoine n'est pas quelque chose qui existe par lui-même. Les biens non plus n'atteignent la catégorie de bien patrimonial par des propriétés innées mais sa génération (création) répond à l'intervention de différents agents sociaux généralement en relation avec les groupes hégémoniques. En définitive, le pouvoir et dans une moindre mesure, les différents agents sociaux sont les responsables d'une certaine façon de l'octroi de la noblesse patrimoniale à des objets, des lieux, des faits pour les hisser au rang de patrimoine prisé par la demande (touristes). Par ailleurs, il faut noter l'incorporation de nouveaux éléments à l'ensemble des biens admis comme patrimoine. Les trésors artistiques ou monumentaux du passé, les éléments de la haute culture ne sont pas les seuls. Dans l'actualité, nous pouvons considérer comme éléments intégrant le patrimoine, la culture immatérielle en insistant sur la culture traditionnelle.

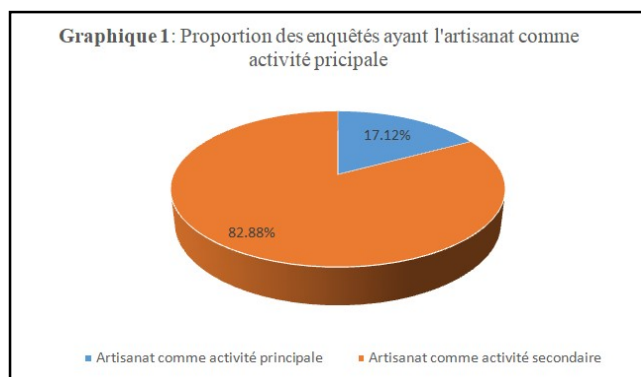
L'UNESCO a d'ailleurs renforcé l'image de ce riche patrimoine à travers la mise en marche de la Déclaration des Pièces Maitresses du Patrimoine Oral Immatériel de l'Humanité en mai 2001 avec pour ferme volonté de défendre la culture traditionnelle et populaire, entendue comme l'ensemble des créations qui émanent d'une communauté culturelle. Cette culture traditionnelle est basée sur la tradition exprimée par un groupe ou des individus et répondant aux attentes de la communauté en matière d'expression de son identité culturelle et sociale ; les normes et valeurs se transmettent oralement, par imitation, ou autres manières : la langue, la littérature, la musique, la danse, les jeux, la mythologie, les rites, les coutumes, l'artisanat, l'architecture, et autres arts (UNESCO, 1998).

Mais en plus, la valeur immatérielle des biens cultes est en train d'acquiescer de plus en plus une importance certaine. On ne valorise plus sa valeur esthétique mais tout ce qui l'entoure ou l'a entouré et qui lui donne une valeur ajoutée fondamentale, une valeur symbolique. En définitive, le patrimoine joue un rôle important comme représentation symbolique de l'identité entendue comme la recherche de l'idée de continuité des groupes sociaux (Pujadas, 1993, p 63). Ainsi le patrimoine devient un pont avec le passé qui nous fournit des marques de référence pour que nous reconnaissons l'environnement et que nous nous reconnaissons nous mêmes (Ballart, J., 1997, P 43). L'identité acquiert une fois de plus, une plus grande importance dans la mesure où nous tendons vers une société globalisée où la culture elle-même est en train de subir un processus de mondialisation. Cette théorisation du concept de patrimoine culturel nous permet en dernier ressort de présenter nos résultats puis les discuter postérieurement.

RESULTATS DE L'ETUDE

Les enquêtes menées auprès des différents maillons de la chaîne du tourisme culturel dans le département de Korhogo ont révélé :

L'agriculture et le commerce constituent les activités principales des artisans enquêtés. L'artisanat est donc une activité secondaire pour la plupart des artisans. Ainsi à Waraniéné seuls 5 sur 30 tisserands exercent cette activité comme occupation principale, soit 16,66%. A Katia et Fakaha, sur les 33 artisans interrogés, tous ont pour activité principale l'agriculture. A Petit Paris, sur les 17 fabricantes de beurre de Karité, 9 soit 52,91% exercent cette activité comme activité principale. A Dalékaha, seuls 33,33%, Koni, 9,09% et Kapélé, 12,5% s'adonnent principalement à l'artisanat. Si à Koni et Kapélé, l'activité principale des enquêtés reste l'agriculture, à Dalékaha, les artisans sont avant tout, commerçants. L'artisanat comme le révèlent clairement les résultats des enquêtes est une activité marginale (secondaire) dans le département de Korhogo. Ainsi sur 146 artisans enquêtés, seuls 25 soit 17,12% ont l'artisanat comme principale activité (voir graphique 1).

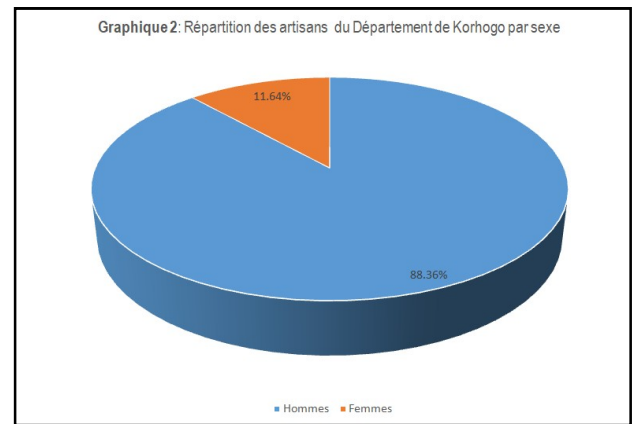


Source:

KONAN K. Joseph, enquêtes, 2022

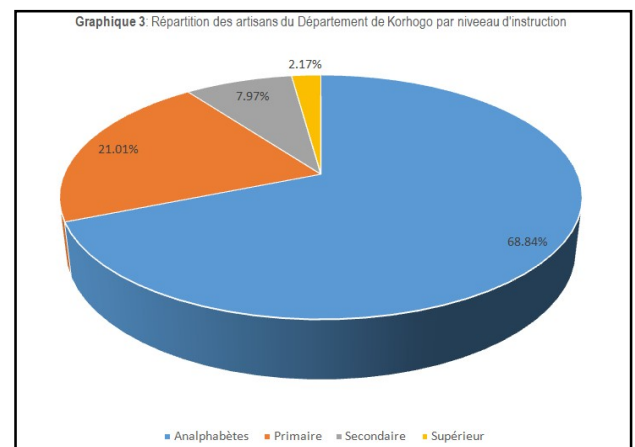
Les périodes de fortes affluences: Dans ces localités artisanales (Waraniéné, Kapélé, Katia, Koni, Fakaha et Dalékaha) sont les week-ends, les vacances, les périodes de fêtes. A celles-ci, il convient d'ajouter les périodes des funérailles, courant avril, qui donnent lieu au « tourisme funéraire ». C'est dans ces périodes que les artisans réalisent l'essentiel de leurs chiffres d'affaires. En Côte d'Ivoire le SMIG s'élève à 75.000 Francs CFA soit 114,40 Euros. Les enquêtes ont révélé qu'à Waraniéné, 86,66%, Katia, 27,77%, Dalékaha, 33,33%, Fakaha, 20%, Koni, 31,81%, Kapélé, 33,33%, Petit Paris, 76,47% des artisans gagnent au moins le SMIG mensuellement. Ainsi dans l'ensemble, sur les 146 artisans enquêtés 66 soit 45,20% engrangent au moins le SMIG chaque mois. A Waraniéné, 50%, Katia, 11,11%, Dalékaha, 16,66%, Fakaha, 13,33%, Koni, 22,72%, Kapélé, 8,33%, Petit Paris, 58,82% des artisans ont des revenus supérieurs à 100.000 francs CFA, soit 152,43 Euros par mois.

L'artisanat dans le département de Korhogo comme dans toutes les contrées ivoiriennes est une activité très fortement masculinisée. Ainsi sur les 146 artisans interrogés, seuls 13 soit 11,64% sont des femmes réparties entre 5 femmes à Waraniéné, 4 à Katia et 4 à Kapélé. L'activité artisanale est exercée majoritairement par les hommes, 88,36% (voir graphique 2). L'artisanat reste dominé par les acteurs sans aucun niveau d'instruction (voir graphique 3). Le niveau d'instruction des artisans enquêtés est très faible. Ainsi de



Source: KONAN K. Joseph, enquêtes, janvier-août 2022

tous les artisans interrogés dans le cadre de cette étude, 21,01% affirment n'avoir que le niveau primaire, 7,97%, le niveau secondaire, 2,17%, le niveau supérieur et le plus gros du contingent est analphabète, 68,84%.



Source: KONAN K. Joseph, enquêtes janvier-août 2022

L'ensemble des établissements de tourisme enquêtés (hôtels, restaurants et restaurants dits maquis) coïncident sur les périodes fortes affluences qui ne diffèrent pas de celles évoquées antérieurement par les artisans. A ces périodes déjà énoncées, les hôtels et les établissements de restauration adjoignent les fins de mois. C'est le lieu de préciser que pour des raisons évidentes de sacralisation de la société secrète et initiatique du Poro, nous nous sommes heurtés à un mur de la méfiance très épais qui nous a empêchés d'avoir les informations souhaitées.

DISCUSSION

« Le secteur de l'artisanat offre d'énormes opportunités en matière d'emplois, de formation et de création de richesses. Ce secteur compte huit branches d'activités qui donnent près de 245 corps de métiers en Côte d'Ivoire. Dans l'artisanat, il y a l'apprentissage, les maîtres-artisans, les ateliers et un appui aux apprentis qui s'installent après la formation. C'est un vivier d'emplois », a dit Sidiki Konaté. Selon le ministre de l'Artisanat, ces huit branches sont la branche de l'agroalimentaire, l'alimentation et la restauration ; la branche des mines et carrières et la construction des bâtiments ; la branche des métaux et la construction mécanique, métallique, électromécanique, l'électricité et les petits métiers de transport ; la branche bois et assimilés, mobiliers et ameublement ; la branche textile, habillement, cuir et peau ; la branche audiovisuelle et la communication ; la branche hygiène et

soins corporels ; enfin la branche artisanat d'art et décoration (*Fraternité Matin*, 2019, 17 décembre). Le tourisme culturel à Korhogo repose essentiellement sur le folklore senoufo, les danses traditionnelles (Kapatchan, Balafon, Dohon (danse des femmes), Boro (danse des jeunes filles), Fonondohon (danse des forgerons), Boloye, Fodonhon (danse des guérisseurs de fracture), Gôrou (danse des chasseurs traditionnels communément appelés Dozos...), la société secrète et initiatique du Poro mais aussi et surtout l'artisanat. Des huit branches de l'artisanat qui apparaissent dans le discours du ministre, notre étude a pris en compte la restauration, la branche des métaux (les forgerons de Koni), bois et assimilés (les sculpteurs de Dalékaha), habillement (les tisserands de Katia et Waraniéné, les dessinateurs sur toile de Fakaha, les perliers de Kapélé), soins corporels (les fabricantes de beurre de karité de Petit Paris), artisanat d'art et de décoration (les sculpteurs de Dalékaha, les dessinateurs sur toile de Fakaha, les tisserands de Waraniéné et de Katia, les perliers de Kapélé.). La répartition des acteurs du tourisme culturel (artisans) par sexe a révélé que le métier de l'artisanat est un métier fortement masculinisé. Seuls 11,64% des acteurs enquêtés sont des femmes quand le plus gros du contingent, 88,36% sont des hommes.

Ces chiffres répondent parfaitement à la répartition du travail dans les sociétés traditionnelles senoufo et malinké, groupes ethniques dont sont originaires les artisans interrogés. Les femmes se retrouvent pour la plupart dans le commerce, l'agriculture et les métiers liés aux soins corporels. Ce n'est donc pas par hasard si les 17 artisans qui fabriquent le beurre de karité à Petit Paris, il n'y a aucun homme. Quant à la répartition des artisans par niveau d'instruction, le constat n'est pas du tout reluisant comme bien l'attestent les chiffres : 68,84% des enquêtés sont analphabètes, 21,01% ont le niveau primaire, 7,97% ont fait le secondaire et seulement 2,17% ont atteint le niveau supérieur. Cette inégale répartition dans les différents niveaux d'instruction avec une forte concentration de populations ne sachant ni lire ni écrire s'explique par le fait les sociétés ayant une tradition de l'artisanat fonctionnent comme des sociétés à castes. Le savoir-faire se transmet de père en fils sans aucune exigence liée au niveau d'instruction. Ce n'est donc pas rare de voir des enfants (à partir de 5 ans) assister leurs parents dans l'exercice de leur métier (voir photos 1&2). Depuis le bas âge, commence l'apprentissage de cet art ancestral qui prépare les enfants à être des artisans accomplis dès leur adolescence. La durée de cette formation arrache bien souvent certains enfants à l'école.



Crédit photo : KONAN K. Joseph, juillet 2022

Photo 2. Les enfants à l'apprentissage du métier de tisserand à Katia

Par ailleurs, les gains financiers des artisans varient d'une localité à une autre. Ainsi, si à Waraniéné, 86,66% des artisans interrogés ont au moins le SMIG mensuellement, à Katia, ils sont 27,77%, Dalékaha, 33,33%, Fakaha, 20%, Koni, 31,81%, Kapélé, 33% et 76,47% à Petit Paris qui gagnent au moins le SMIG par mois. Deux facteurs permettent d'expliquer valablement ces variations de revenus d'une localité à une autre : l'accessibilité du centre de production et l'utilité du produit. Ces deux facteurs sont cumulatifs pour accroître le revenu de l'artisan.

Ainsi Waraniéné est plus proche de la ville de Korhogo et connectée à celle-ci par une voie bitumée depuis 2020. En plus les artisans de cette localité produisent l'habillement qui est beaucoup prisé par l'ensemble des populations ivoiriennes et les touristes étrangers qui visitent Korhogo, chef-lieu de la Région du Poro. La plupart des fabricantes de beurre de Karité de Petit Paris, 76,47% gagnent le SMIG. Petit Paris, lieu de production du beurre de Karité est un quartier de la ville de Korhogo. En plus, le beurre de karité rentre dans la production de plusieurs produits cosmétiques d'où la forte demande sur le marché national et même international. Dalékaha est situé à Kôkô, un quartier de la ville de Korhogo mais seulement 33% des sculpteurs parviennent à toucher le SMIG par mois. Dalékaha est certes accessible mais leurs productions n'intéressent pas beaucoup les populations ivoiriennes car elles n'ont pas une culture de la décoration des maisons d'habitation.

Les localités de Fakaha (45 kilomètres de Korhogo dont 30 kilomètres non bitumés à partir de la ville de Napié), Koni (à 15 kilomètres non bitumés de Korhogo), Kapélé (à 10 kilomètres non bitumés de Korhogo) présentent un faible taux d'artisans gagnant le SMIG. L'accessibilité joue un rôle éminemment important dans l'épanouissement des artisans, toute chose qui justifie la faible proportion des artisans qui gagnent mensuellement le SMIG dans les localités enclavées. Les Senoufo et les Malinké sont traditionnellement agriculteurs et /ou commerçants. Cette tradition nous permet d'expliquer pourquoi la plupart des personnes enquêtées ont l'artisanat comme une occupation secondaire, les principales étant soit l'agriculture, soit le commerce. Ce n'est donc pas fortuit si des 146 artisans soumis à nos enquêtes seuls 25, soit 17,12% seulement ont l'artisanat comme activité principale. Malgré les efforts de développement du secteur (réhabilitation des villages de tisserands de Katia et Waraniéné, réhabilitation du village de sculpteurs de Dalékaha par le Fonds de Développement Touristique (FDT), l'artisanat demeure une activité marginale dans la Région du Poro.



Crédit photo : KONAN K. Joseph, juillet 2022

Photo 1. Les enfants à l'apprentissage du métier de tisserands à Waraniéné

Les périodes d'affluence restent identiques chez tous les acteurs enquêtés : les fins de mois, les week-ends, les périodes de fêtes et la « saison funéraire »¹.

En effet, la « saison funéraire » draine énormément de monde. Les amis et connaissances du défunt et de ses descendants (enfants et autres parents) accourent pour accompagner le défunt à sa dernière demeure, toute chose qui donne lieu à un véritable « tourisme funéraire ». Ceux d'entre ces touristes funéraires qui voudraient garder un souvenir de leur passage dans la capitale de la Région du Poro se ruent vers les différents centres artisanaux (Kapélé, Waraniéné, Katia, Koni, Dalékaha, Koni, Fakaha, Petit Paris et Natio-Kobadara), ce qui explique la forte affluence enregistrée pendant cette période. Par ailleurs, les centres artisanaux enregistrent une bonne affluence les fins de mois et les week-ends. En dehors des commerçants grossistes, la plupart des visiteurs de ces centres artisanaux sont soit des fonctionnaires ou des travailleurs du secteur privé qui ne disposent que des week-ends pour faire leurs propres courses. Les week-ends suivants les fins de mois sont les plus propices car disposant de leur salaire qui vient d'être payé, les fonctionnaires et les travailleurs du privé sont plus solvables pendant cette période.

Les périodes de fêtes obéissent également à cette même logique. Non seulement elles drainent du monde (parents amis et connaissances), elles favorisent de nombreuses dépenses qui touchent aux souvenirs susceptibles d'être offerts en guise de cadeaux aux êtres chers. Les centres artisanaux avec les objets d'art qui y sont produits représentent à n'en point douter les destinations privilégiées pour satisfaire cette exigence. Malgré la floraison des ressources culturelles, le tourisme dans la Région du Poro en général et la ville de Korhogo en particulier peine à se développer. Les pesanteurs qui tirent le tourisme culturel de la région septentrionale de Côte d'Ivoire vers le bas gagneraient à être relevées et analysées pour le bien du tourisme ivoirien. Sans la prétention d'être exhaustif, le travail de terrain nous a permis de relever les problèmes notamment :

- Le manque d'organisation du secteur
- Le manque de promotion
- Le problème lié à l'accessibilité
- Le problème lié à la professionnalisation du secteur

Les exemples des pays de la sous-région ouest africaine (Mali, Sénégal, Bénin...) nous donnent à penser qu'il est encore possible de développer le tourisme à Korhogo en s'appuyant sur la valorisation des nombreuses potentialités culturelles dont dispose la Région. Ainsi, aux dires de l'Office du Tourisme du Mali (2022), « Berceau des grands empires et royaumes d'Afrique de l'Ouest, le Mali riche de son passé glorieux constitue une des destinations touristiques les plus prisées de l'espace CEDEAO grâce notamment à la richesse et à la diversité de ses ressources touristiques.

¹ - Chez les Sénoufo, peuples autochtones de notre zone d'étude, la plupart des funérailles s'organisent dans le courant du mois d'avril (saison funéraire) même si le décès intervient des mois auparavant. Dans la pratique, si quelqu'un décède avant la « saison funéraire » soit on l'enterre et les funérailles sont reportées à la saison des funérailles soit on conserve le corps (cas des défunts issus de familles nanties) en attendant l'ouverture officielle de ladite saison pour lui organiser des funérailles dignes. Le peuple senoufo étant un peuple essentiellement agricole, la « saison funéraire » correspond à la période de repos au niveau des travaux champêtres.

Cette richesse et cette diversité en ressources touristiques s'explique avant tout par la présence d'un patrimoine historique et culturel unique qui ont prévalu à leur inscription sur le label UNESCO. La destination touristique Mali se distingue en effet par des atouts tels que les biens culturels matériels et immatériels classés sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO, les ressources naturelles impressionnantes et des traditions d'accueil et d'hospitalité exceptionnelles »²

Dans un pays comme le Bénin où la barre autorise peu de baignade, les motivations des voyages touristiques sont orientées vers les produits du tourisme culturel. Ce sont donc « les sites précoloniaux en bon état de conservation qui attirent : il s'agit du triangle historico-culturel d'Abomey – Ouidah – Porto-Novo, des villes largement impliquées dans le commerce des esclaves. Au sud, des habitations très originales attirent les touristes : ce sont les Tata des Somba (cases fortifiées avec des terrasses) et les cases rondes des Tanéka (Tanéka-Koko et Tanéka-Berni). Certaines cérémonies d'initiation sont ouvertes aux touristes. Des éléments du patrimoine historique de l'époque précoloniale parmi les plus importants d'Afrique noire se localisent dans le sud du pays (Abomey, Porto-Novo, Ouidah...); le culte du vodu, né au Bénin, et dont la capitale est Ouidah (prêtres, féticheurs, cérémonies religieuses), attire les Afro-antillais, les Brésiliens et les Noirs américains et même au-delà. L'habitat lacustre concentré sur le lac Nokoué (Ganvié, So-Tchanhoué...) reste la grande curiosité du pays. Sans être exhaustif, on ne peut omettre l'importance du folklore très varié grâce aux 30 groupes ethniques qui composent le Bénin (danses, coutumes, musiques...). On retrouve ces influences béninoises à Cuba, au Brésil et dans les Caraïbes. Des artistes comme Angélique Kidjo, originaire de Ouidah, et Gnonnas Pedro, le vétéran de la salsa béninoise, sont de grands ambassadeurs de leur pays (Principaud, J.P. 2004). Pour le ministre sénégalais de la Culture et de la Communication, « les éléments du patrimoine culturel immatériel sont constitués des pratiques sociales, des rites initiatiques, des événements festifs qui rythment le cycle de la vie de la naissance à la mort, des savoirs et des savoirs faire, etc. Ce patrimoine culturel immatériel constitue '' le socle de l'affirmation de notre identité culturelle''. Les inventaires que vous venez de réaliser avec les communautés s'inscrivent dans une dynamique de revalorisation de ce patrimoine culturel impérissable que nous avons hérité de nos aïeux et que nous devons transmettre aux générations actuelles et futures »³. Ces trois exemples sous régionaux finissent par nous convaincre que le développement et la valorisation du tourisme culturel à Korhogo passe inéluctablement par la professionnalisation de ce segment touristique. Cette professionnalisation passe par la formation des différents acteurs du maillon culturel de l'activité touristique. S'il est vrai que le métier d'artisan se transmet de père en fils donc pas nécessaire d'apprendre le métier à l'école il n'en demeure pas moins que l'école reste un outil indispensable dans le processus de professionnalisation du secteur. Le travail de terrain nous a révélé que 68,84% des acteurs interrogés ne savent ni lire ni écrire. Il serait intéressant que ce fort contingent d'analphabètes apprenne à lire et à écrire à travers les cours d'alphabétisation organisés par les autorités en

² - Disponible sur <https://www.officetourismemali.com/index.php/decouvrir>

³ - Disponible sur <https://www.culture.gouv.sn/index.php/2019/09/03/patrimoine-culturel-immateriel/>

charge de la culture et du tourisme. Une fois qu'ils savent lire et écrire, il faut leur enseigner les techniques de vente et de commercialisation de leurs produits, toute chose qui pourrait accroître substantiellement leurs revenus. Par ailleurs l'autre limitation relevée par le travail de terrain est l'accessibilité des ressources culturelles. Cette accessibilité doit être perçue sous toutes ses formes notamment l'accessibilité culturelle, l'accessibilité virtuelle, l'accessibilité économique et l'accessibilité physique. Si l'accessibilité physique de la ville de Korhogo a été considérablement améliorée avec l'ouverture de l'aérodrome en 2017, la réfection de la voie internationale A3 (Abidjan-Ferké) et la voie Abidjan-Korhogo, ce n'est pas le cas pour l'accessibilité de certaines ressources culturelles. Ainsi, de toutes les manifestations culturelles de Korhogo, le Poro reste l'unique manifestation du fait de son caractère sacré qui présente une difficulté au niveau de l'accessibilité culturelle.

L'accessibilité physique reste la difficulté majeure pour l'écoulement des produits. Cette forme d'accessibilité justifie d'ailleurs les variations enregistrées au niveau des revenus des artisans. Plus la zone est accessible physiquement (route bitumée la connectant à la ville de Korhogo) plus les produits artisanaux comme les produits agricoles sont facilement écoulés et plus les revenus des producteurs s'accroissent. L'existence de voies non bitumées entre les zones de production et la ville de Korhogo (Fakaha, 30 kilomètres de voies non bitumés, Koni, 15 kilomètres non bitumés, Kapélé, 10 kilomètres non bitumés, Katia, 2,5 kilomètres non bitumés) amenuise les chances des artisans d'accroître leurs gains financiers. De ce qui précède, nous concluons que le bitumage de ces différents axes viendrait comme une véritable bouffée d'oxygène pour le secteur de l'artisanat à Korhogo. Quant à l'accessibilité virtuelle, elle permettra de donner plus de visibilité aux produits artisanaux de la région. Les potentiels touristes pourront ainsi voir depuis leurs pays, leurs domiciles, leurs bureaux, leurs voitures... toutes les richesses du patrimoine culturel de Korhogo. Améliorer cette forme d'accessibilité implique la dotation de tous les centres artisanaux de pages Web conçues par des experts de la communication touristique pour exposer tous leurs produits. Par ailleurs les directions régionales du tourisme et de la culture du Poro doivent également se doter de pages Internet présentant l'ensemble des produits et ressources touristiques de la Région du Poro. La promotion du tourisme en général et en particulier la promotion de son segment culturel s'avère nécessaire si l'on aspire à la valorisation des produits de l'artisanat. Cette promotion du tourisme local doit s'inscrire dans un plan global de la promotion de la destination Côte d'Ivoire élaboré et exécuté par Côte d'Ivoire-Tourisme, la structure étatique de promotion du tourisme ivoirien. Au niveau local, la Direction Régionale du Tourisme en synergie avec la Direction Régionale de la Culture doit élaborer un plan sectoriel et régional de promotion du tourisme culturel de Korhogo. Ce plan sectoriel doit mettre un point d'honneur sur la visibilité générale du secteur et plus particulièrement sur les produits culturels. Ce plan, s'il est bien pensé, doit reposer sur une réorganisation du secteur ayant pour centre d'intérêt les axes suivants :

- La valorisation de l'offre dans le secteur de la culture et des industries créatives ainsi que la mise en tourisme des sites culturels

- La réalisation d'un agenda culturel afin de mettre en tourisme la Région du Poro en tout temps et en toute période de l'année
- La mise en synergie de la documentation et des archives des sites et lieux de mémoire
- L'élaboration de circuits touristiques et culturels.

La mise en marche de cette réorganisation doit impliquer aussi bien les administrations régionales du tourisme et de la culture, les autorités administratives (préfets et sous-préfets), les autorités politiques (mairies et Conseil Régional), les autorités coutumières (chef canton et chefs de villages), les autorités militaires et policières que les acteurs directs de l'artisanat (artisans) sans oublier les responsables de l'ensemble des établissements de tourisme de Korhogo.

CONCLUSION

Malgré les nombreuses richesses culturelles que regorge la Région du Poro, le tourisme culturel à Korhogo, capitale de la Région peine à se développer. Cette situation qui est liée à certaines pesanteurs socioculturelles et politiques gagnerait à être réglée à travers une réorganisation du secteur, la formation des acteurs, l'amélioration de l'accessibilité des ressources et une politique agressive de promotion des produits culturels. Aussi faudrait-il concevoir des circuits touristiques culturels régionaux et les promouvoir non seulement sur les marchés intérieurs mais également sur les grands marchés internationaux émetteurs de touristes. C'est seulement à ce prix que les acteurs pourront vivre convenablement de leur art, savoir et savoir-faire et contribuer ainsi à l'amélioration de la structure productive de la Région.

REFERENCES

- Nadeem Sanaa et Babii Aleksandra (2021, 26 février). « El turismo en el mundo tras la pandemia ». Disponible sur <https://www.imf.org/es/News/Articles/2021/02/24/na022521-how-to-save-travel-and-tourism-in-a-post-pandemic-world>, consultée le 19 août 2022.
- Fraternité Matin* (2019, 17 décembre). Secteur de l'artisanat : un vivier d'emplois selon le ministre Sidiki Konaté. Disponible sur https://www.gouv.ci/_actualite-article.php?recordid=10728&d=4. consultée le 15 mai 2022.
- Gouvernement du Sénégal (2019). Patrimoine Culturel Immatériel : 59 Éléments Répertoriés Dans L'inventaire Pilote Des 14 Régions. Disponible sur <https://www.culture.gouv.sn/index.php/2019/09/03/patrimoine-culturel-immateriel/>. Consultée le 19 mai 2022
- Principaud Jean-Philippe (2004). « Le tourisme international au Bénin : une activité en pleine expansion », *Les Cahiers d'Outre-Mer*, 226-227. pp. 191-216
- Office du Tourisme du Mali (2022). Mali Tourisme. Disponible sur <https://www.officetourismemali.com/index.php/decouvrir>. Consultée le 23 juillet 2022.
- UNESCO (2001). *The protection of the Under water cultural héritage: avantages and challenges*.
- UNESCO (2005). *Conférence générale sur la protection de la diversité des expressions culturelles*. In Paris p 57