

## Mis en œuvre de la Politique Managériale pour la promotion du tourisme en province de la Tshopo de 2015 à 2019.

Par :

- KABAMBA BAKOMA Sylvie
- MBAMA BOGULA Dieudonné
- MASIKA SYAMBITE Françoise

Université de Kisangani

- MAKUNYA EBOGA Thomas

Assistant à l'Institut du Bâtiments et des Travaux  
Publics de Kisangani

### Résumé :

La province de la Tshopo présente des univers divers avec un patrimoine culturel extraordinaire porté par une centaine d'ethnies qui composent sa population. Sa richesse en écosystème présente une variété de paysage d'une beauté exceptionnelle: forêt profonde, montagnes, mangrove, fleuve et rivières » et d'une faune unique avec de nombreuses espèces. Notre préoccupation est de savoir pourquoi une faible promotion de ce grand champ d'intérêt économique dans la province de la Tshopo. La négligence des autorités provinciales, la crise de la politique managériale du tourisme, l'ignorance de l'apport du tourisme dans la Province de la Tshopo en sont les causes, par conséquent, la réhabilitations des sites touristiques, l'application du programme National pour le développement du tourisme constituent un acquis pour la promotion du tourisme dans la province de la Tshopo,

### Abstract

The Tshopo province has got various cultural heritage with can be found in certain of its ethnic group compose its population, its ecosystem wealt represents a variety of land cope an exceptional beauty: savannah deep forest mountain, streams and river and its ciqueur fun with a lot of such. Our concern is to know why the weakness on the promotion of that greatest economi tourisme promotion in the Tshopo Province is due to the missing of a coherent study, pontetial management, and touristic opportunities in that Province.

Mots clés : politique managérial, Tourisme, province de la Tshopo

## **Introduction**

En Afrique, le tourisme représente une importante activité économique. La particularité touristique de l'Afrique réside dans la grande variété des points d'intérêts, la diversité et la multitude de paysage ainsi que le riche patrimoine culturel. Bogula Karumba (2016 :p.22) montre que grâce au développement du tourisme, les conditions de vie des habitants s'améliorent suite à la croissance des activités tant formelles qu'informelles lesquelles permettant aux jeunes diplômés et désœuvrés de trouver une occupation.

Le secteur du tourisme en RDC est sous l'autorité du Ministère du Tourisme créé en 1975. Il comprend dans sa structure administrative, le Secrétariat Général au Tourisme qui veille sur l'application de la politique du secteur tandis que l'Office National du Tourisme (ONT) et l'Institut Congolais pour la Conservation de la Nature (ICCN) sont des établissements publics à caractère technique. En juillet 2013, la RDC a actualisé le Plan Directeur National intégré pour le développement du tourisme 2015-2030.

Elle a aussi, dans ce contexte révisé certains textes légaux et règlementaires en mai 2015 et a pris l'option de promouvoir l'écotourisme, le tourisme culturel et d'animation et le tourisme scolaire et ce, en partenariat avec le secteur privé. Par ailleurs, l'Institut Congolais pour la Conservation de la Nature (ICCN) travaille en partenariat avec ses partenaires dans la facilitation du Tourisme dans les aires protégées.

L'ambition du Gouvernement est de faire du secteur du Tourisme de la RDC la troisième destination en Afrique sub-saharienne d'ici 2030, une véritable industrie pour la diversification de l'économie en vue de contribuer à l'émergence de la Nation, plus spécialement en s'appuyant sur le développement de l'écotourisme et de la transformation numérique.

A cet effet, la Loi n° 18 / 018 du 09 juillet 2018 portant principes fondamentaux relatifs au tourisme, le Plan National Stratégique du Développement (PNSD), le Plan Directeur Intégré pour le Développement du tourisme, donnent des orientations stratégiques pour le développement du secteur, à savoir : L'amélioration du cadre institutionnel, de la gouvernance et normalisation du secteur, (ii) L'innovation et la transformation numérique, (iii) La promotion de l'entrepreneuriat dans le secteur, (iv) Le renforcement de l'attrait de l'offre et la compétitivité sur le marché, (v) Le développement de l'écotourisme et la promotion de triptyque « Environnement – Énergie – Développement ».

Il ressort de ces 5 axes stratégiques, une série de programmes et activités ayant comme objectifs : (i) Améliorer le cadre institutionnel et réglementaire du tourisme, (ii) Renforcer le cadre de concertation des acteurs du secteur du tourisme, (iii) Formaliser (Normaliser) le secteur du tourisme, (iv) Mettre en place les outils de collecte des données de mesurage de l'impact du tourisme sur l'économie du pays, (v) Promouvoir et valoriser les produits et activités touristiques, (vi) Inciter le Partenariat Public Privé (PPP) et la Coopération Internationale pour la productivité de l'industrie touristique, (vii) Promouvoir les marchés d'emplois dans le secteur touristique, (viii) Promouvoir les investissements touristiques, (ix) Promouvoir et valoriser les grands événements culturels et historiques, (x) Promouvoir l'écotourisme, (xi) Promouvoir le triptyque « Tourisme – Énergie – Développement » dans les aires protégées.

Sur le plan Régional, la RDC a signé le 14 et 17 Juillet 2015, respectivement avec la République d'Afrique du Sud et la République de Zimbabwe, les protocoles d'accords de coopération en matière du Tourisme. Il existe aussi un mémorandum d'entente avec la République Arabe d'Égypte.

En dépit de toutes ces dispositions d'appuis qui font que le tourisme soit un grand champ d'intérêt économique majeur, sa promotion pose encore problème en RDC en général et dans la Province de la Tshopo en particulier. Dans le but de promouvoir le tourisme, l'autorité provinciale doit faire découvrir aussi aux visiteurs qu'aux autochtones l'histoire de la province, sa richesse, sa culture, son environnement, sa gastronomie et son mode de vie.

Malgré la présence de ses potentialités et la Loi n° 18 / 018 du 09 juillet 2018 portant principes fondamentaux relatifs au tourisme, le Plan National Stratégique du Développement (PNSD), le Plan Directeur Intégré pour le Développement du tourisme qui donnent des orientations stratégiques pour le développement du secteur, la province de la Tshopo est en face d'une faible promotion du secteur touristique. En d'autres mots, le constat est que la Province de la Tshopo n'a pas une destination touristique de renommée. Partant de cette observation, notre étude gravite autour des questions suivantes :

- Pourquoi une faible promotion du tourisme dans la province de la Tshopo ?
- Quels en sont les conséquences ?

### **1. Hypothèses**

- L'absence de la mise œuvre de la politique managériale du tourisme est à la base d'une faible promotion du tourisme dans la province de la tshopo,
- La non appropriation de la culture touristique par la population et la baisse de recettes touristique dans la province sont les produits de cette baisse.

### **2. Objectifs**

- Expliquer les causes de la faible promotion du tourisme au niveau de la province,
- Démontrer les conséquences de la faible promotion du tourisme dans la Province de la Tshopo.

### **3. Méthodologies.**

Afin de mieux cerner la mis en œuvre de la politique managériale de la promotion du tourisme dans la Province de la Tshopo, nous avons choisi la méthode structuro-fonctionnelle de Talcott PARSON.

L'analyse du système social selon le modèle parsonien repose sur quatre impératifs fonctionnels : adaptation (A), poursuite des objectifs (G), intégration (I) et latence (L).

- A : pour la réalisation de sa mission dans ce domaine, l'Etat doit s'adapter au secteur touristique qui est en étant d'une faible promotion. Ainsi, les stratégies doivent également s'adapter aux réalités du tourisme dans la province ou sites d'observation du dit secteur.
- G : en effet dans ce secteur, l'Etat poursuit les objectifs bien déterminés, à savoir ; la protection des valeurs culturelles, la promotion de l'écotourisme, du tourisme culturel et d'animation ainsi que le tourisme scolaire.
- I : le pouvoir public assure la coordination nécessaire du tourisme, particulièrement sa contribution pour l'organisation et le fonctionnement de l'ensemble de l'ensemble du secteur. L'Etat doit mobiliser ses acteurs, ses partenaires nationaux et internationaux ainsi que ses ressources de la société, les acteurs concernés dont ses différents services spécialisés, pour atteindre ses objectifs.
- L : La transmission de la culture touristique consistant à protéger et à valoriser les sites touristiques par des séances de sensibilisation, de concertation, d'approche synergique et participante de la gestion des sites durables, de stratégie intégratrice de planification des visites constituent des éléments essentiels de la motivation des conduites sociales des acteurs

de la société. Pour ce faire, l'Etat dispose d'un bon nombre de normes dont la constitution, les différentes lois promulguées en matière de promotion et de gestion des sites.

Pour la collecte de données de cette étude, nous avons eu recours aux diverses techniques, notamment la technique documentaire, la technique d'observation directe désengagée et l'entretien.

La technique documentaire, celle-ci nous a paru utile dans la mesure où, elle nous a permis à rassembler une série d'informations utiles et diversifiées ayant servi à l'élaboration de notre revue de littérature.

La technique d'observation directe désengagée, elle nous a permis d'observer la crise de la mise en œuvre de la politique managériale.

La technique d'entretien, nous a permis d'entrer en contact direct avec les responsables des différents services engagés dans la gestion des sites.

#### **4.1. Secteur touristiques dans la province**

##### **4.1.1. Organisation des activités touristiques dans la province de la Tshopo**

Pour (ELBGAM-G- 2018) Certaines activités touristiques sont organisées de manière rare tantôt par l'Office National du Tourisme (ONT), tantôt par la division provinciale du tourisme tantôt par les chercheurs. Parmi ces activités pour la province de la Tshopo nous avons des défilés de modes qui sont souvent organisés et les visites guidées. Ces activités sont souvent organisées dans des lieux comme : Zoo, plage, Sotexki, pont tshopo, parc de Maïko et cité la localité de Wanyerukula .

##### **4.1.2 Les principaux sites touristiques de la Province de la Tshopo**

Les principaux sites touristiques de la Province de la Tshopo sont : pêcheries de Wagenya, plage de la Tshopo Kisangani, cimetières des prisonniers Kisangani, jardin zoologique de Kisangani , Borne fontaine de Stanley Kisangani.

Plage de Linoko ( 17km route Yangambi), Chute Balila( Bengamisa, 49km route buta ), l'arbre de l'authenticité( Yangambi) rivière Amunyala( wanyerukula ) cimetière des victimes de la guerre de 6 jours (Kisangani) , cimetière des pionniers blancs ( Kisangani), réserve à hippopotame ( Ubundu ), Chute de Baudjai à Lindi 36 km route buta.

### 4.1.3. Etat des lieux des sites touristiques

Les sites touristiques de la Province de la Tshopo sont dans un état de délabrement. La visite de certains sites nous fait déplorer le mauvais état des sites touristiques de la Province de la Tshopo. Le moyen pour reconnaître ces sites touristiques sont des visites guidées, radios et autres moyens, la Province de la Tshopo ne dispose sa politique adaptée pour la promotion du tourisme.

## 4. Présentation et analyse des résultats.

### 4.1. Description de l'échantillon

La population de notre étude est constituée de 200 sujets dont 20 travailleurs de l'office national du tourisme de la province de la Tshopo, 30 de la division du tourisme (service de l'état congolaise qui ont en charge la promotion du tourisme), 30 agents du ministère provincial du tourisme 90 scientifiques et quelques personnes qui s'intéressent au tourisme tous dans la Province de la Tshopo.

**Tableau 1. Répartition des enquêtés selon le sexe**

Sexe	F	%
Masculin	130	65
Féminin	70	35
Total	200	100

Source : Donnée du terrain

La lecture de ce tableau nous indique que sur 200 sujets enquêtés, 130 sujets soit 65% était composé des hommes et 70 sujets, soit 35% des femmes.

**Tableau 2 : répartition des enquêtés selon la tranche d'âge.**

Tranche d'âge	F	%
20-30	15	7.5
31-40	82	41
41-50	73	36.5
51-60	30	15
Total	8	100

Source : Données du terrain

Il se dégage de ce tableau que, sur 200 enquêtés, 82 soit 41% ont l'âge qui se trouvent dans l'intervalle de 31 à 40 ans ; 73 soit 36,5% ont l'âge qui va de 41 à 50 ans ; 30 soit 15% ont l'âge qui va de 51 à 60 enfin, 15 soit 7,5% ont un même âge qui se situent dans l'intervalle de 20 à 30 ans.

**Tableau 3 : causes de la faible promotion du tourisme dans la province**

Causes	F	%
- Négligence des autorités provinciales	70	35
- Crise de la politique managériale du tourisme.	50	25
- Ignorance de l'apport du tourisme dans la Province.	45	22.5
- L'ignorance des sites touristiques par la population	20	10
- Niveau de vie de la population	10	5
- Niveau de formation des gestionnaires des sites	5	2.5
Total	200	100

Source : terrain

Le tableau 3 nous montre les différentes déclarations des nos enquêtés en rapport avec les causes de la faible promotion du tourisme dans la province de la Tshopo : 70 sujets soit 35% d'entre eux trouvent qu'il est question de négligence des autorités provinciales, 50 sujets soit 25% parlent de la crise de la politique managériale, 45 sujets soit 22,5 montrent qu'il est plutôt question de l'ignorance de l'apport du secteur touristique par les autorités provinciales, 10 sujets, soit 5% déclarent que le niveau de vie de la population jugé trop bas est la cause de la faible promotion du tourisme dans la Province de la Tshopo, , et 5 sujets soit 2,5% parlent du niveau de la formation des gestionnaires des ces sites qui explique cette faible promotion du tourisme à travers la Province de Tshopo.

**Tableau 4 : conséquences de la faible promotion du tourisme.**

Conséquences	F	%
- Découragement des investisseurs dans le secteur touristique,	50	25
- Le sous développement du secteur touristique,	50	25
- Absence de l'économie en provenance du tourisme dans la caisse du gouvernement provincial,	70	35
- Fuite des connaissances culturelles et historiques de la	20	10

province,		
- L'absence des visiteurs touristes dans la province.	10	5
Total	200	100

Source : terrain

En lisant ce tableau, nous trouvons les conséquences liées à la faible promotion du tourisme dans la province de la Tshopo. C'est dans ce sens que 70 sujets soit 35% parlent d'une faible contribution du secteur de tourisme dans le développement socio-économique de la province, 50 sujets deux fois parlent du découragement des investisseurs et du sous-développement du secteur touristique ; 20 sujets soit 10% parlent de l'ignorance culturelles et historique la province, et 10 sujets soit 5% trouvent que la faible promotion du tourisme a comme conséquence l'absence des visiteurs touristiques dans la Province de la Tshopo.

**Tableau 5 : stratégie pour la promotion du tourisme dans la Province de la tshopo**

Stratégies	F	%
- Réhabilitation des sites touristiques	120	60
- Application du programme National pour le développement du tourisme	30	15
- Faire des publicités et des émissions, conférences	20	10
- Investir dans le secteur touristique	15	7.5
- Faire des partenariats	15	7.5
Total	200	100

Source : terrain.

L'analyse de ce tableau implique les déclarations selon lesquelles, 120 sujets soit 60% justifient la promotion du tourisme dans la province de la tshopo par la réhabilitation des sites touristiques, 30 sujets soit 15% par l'application du programme national pour le développement du tourisme ; 20 sujets soit 7,5% par des publicités, émissions et conférences, enfin, 15 sujets et 15 autres les justifient à travers l'investissement et les partenariats dans ce secteur.

#### **4.2. Analyse des résultats**

La lecture de différents résultats présentés ci-haut nous révèle que les principales activités touristiques organisées dans la Province de la Tshopo sont souvent réduites à des défiles de mode, des visites guidées ou visites des parcs et c'est à Kisangani que sont souvent organisées



des activités touristiques dans des lieux comme : le Zoo, la Plage, la Sotexki, le pont Tshopo, parc parc de Maiko et la localité de Wanyarukula.

Ces sites sont dans un état très déplorable. Souvent, les populations riveraines connaissaient ces sites à partir des visites dans le cadre des prérogatives dévolues à l'Office Nationale du Tourisme, par des visites guidées et par des radios. Pour la majorité des enquêtés, il n'ya pas une évolution positive pour la promotion du tourisme dans la province de la tshopo. (Anderson—sweeney 2010 p18) de son coté montre qu'il faut que le gouvernement investisse pour la réhabilitation et l'arrangement des voies d'accès aux sites touristiques de la province, faites de moyens matériels et financiers, etc.

Ce secteur souffre de non-assistance de la part des partenaires bilatéraux et multilatéraux (Bojer 2003). Pourtant, les enquêtés ont reconnu qu'il existe plusieurs opportunités touristiques dans la Province de la Tshopo en général et dans la ville de Kisangani en particulière sur lesquelles l'autorité publique pourrait miser pour la promotion du tourisme. Ce sont les organismes internationaux, les entreprises de télécommunication en l'occurrence Vodacom, Orange, Airtel et les partenaires touristiques privés, les hôteliers, les restaurants, les agences et compagnies d'aviation, l'université de Kisangani, les grandes maisons commerciales telles BELTEXCO, Piazza, les banques voire même des commerçants de l'Est et de l'Ouest du pays.

Ce secteur dispose d'un personnel assez qualifié mais qui ne bénéficie pas d'une formation régulière en matière de promotion du tourisme.

En effet, Le développement du Tourisme est confrontée à plusieurs contraintes qui sont d'ordre (i) institutionnel, juridique et stratégique, (ii) infrastructurel et facilitation de séjour, (iii) budgétaire et logistique, (iv) culturel, (v) sécuritaire et (vi) écologique.

Contraintes d'ordre institutionnel, juridique et stratégique : (Moke sanza 2000, p56) quand à lui, l'absence d'une politique provinciale adaptée du Tourisme et d'un Plan directeur pour le développement du Tourisme ; la non application de la loi portant principes fondamentaux de Tourisme dans certaines provinces, l'inexistence d'une stratégie marketing dans le cadre d'une consultation et une collaboration active avec le secteur privé, l'inexistence d'une stratégie devant préciser le produit de la RDC pour se démarquer des pays voisins et la faible participation des administrations du tourisme (SGT, ONT) aux rencontres régionales et internationales sur le Tourisme.

Contraintes d'ordre infrastructurel et facilitation de séjour : (Tchitou J 2005, p41), l'insuffisance d'infrastructures de base et faible qualité des unités touristiques et de service, l'offre touristique dérivé des faibles qualités, les réseaux de transport dégradés suite à la vétusté des infrastructures et des matériels, l'absence de la connectivité des différents réseaux pouvant faciliter la visite des touristes aux différents sites, le coût élevé du Visa et les conditions difficiles de son obtention pour les visiteurs étrangers, la non assouplissement de mesure de facilitation d'obtention de visa pour les visiteurs étrangers.

Contraintes d'ordre culturel : Tshimpanga parle de l'insuffisance des cadres formés dans les grandes écoles du tourisme, l'absence d'une politique de formation des agents et cadres de l'administration et de secteur opérationnel, l'absence d'une politique de sensibilisation de la population aux valeurs et avantages du tourisme ;

Contraintes d'ordre sécuritaire : Toengaho Lokundo (2016-2017) l'insécurité dans les aires protégées et recrudescences du braconnage, la présence des bandes armées dans certains coins de la province, la tracasserie policière dans les points d'arrivées (Aéroport, Beach)

Contraintes d'ordre écologique : pour Vallas (1996) la destruction massive des écosystèmes avec des effets et/ou impacts négatifs sur la biodiversité (Agriculture itinérante sur brûlis, l'exploitation minière, la chasse des animaux sauvages, les feux de brousse intempestifs) ; Au regard de ces différentes contraintes, seules la volonté et la détermination du Gouvernement provincial feront que le secteur du tourisme puisse connaître une évolution positive tout en tenant compte d'une simple analyse SOFT de ses forces, ses faiblesses, ses opportunités et ses menaces.

## **Discussion**

DYAB A. T., (2004 P26) a parlé de l'analyse des correspondances entre le développement touristique et changement social en Egypte. Sa préoccupation était de savoir comment concilier le marché touristique avec le changement social. Il a trouvé que cela est possible dès qu'il convient de définir l'offre locale du marché touristique en fonction des critères de la demande étrangère, d'une part, et en fonction de trois termes de définition du phénomène touristique – interaction, transnationalité et complémentarité offre/demande – d'autre part.

Il démontre que, la question se situe précisément sur ce terrain, « ce qui nous conduira à tenter une identification des acteurs du tourisme selon deux catégories : les agents économiques du secteur touristique, d'une part, et les acteurs sociaux égyptiens comme clientèle

potentielle locale du marché du tourisme, d'autre part ». Selon lui, l'essai d'identification désigne un pivot central de l'analyse : rendre compte des stratégies mises en œuvre par ces acteurs afin de concilier les contraintes de la demande touristique externe et les divers modes de régulation locale du phénomène, y compris ceux liés à l'énonciation identitaire de ses enjeux.

Il s'agit donc d'établir un inventaire des répertoires d'action et de discours (et d'en identifier les modalités de mise en relation) autour desquels s'établissent les modes d'accès au marché du tourisme des différents acteurs concernés, ainsi que les manières de s'adapter aux différentes contraintes que celui-ci peut imposer.

Dans sa conclusion il trouve qu'il convient de distinguer au préalable trois niveaux d'analyse des phénomènes d'interactions observables dans le champ du tourisme, que nous envisagerons à partir d'une analyse des modes de gestion de la crise du tourisme : les pratiques des touristes (avec une distinction interne des différentes catégories de ce que l'on entend par touristes en Égypte), les espaces du tourisme et enfin, ce qui est au cœur de l'étude, les modalités d'accès au marché touristique et les dynamiques qui composent l'interaction entre touristes étrangers et agents locaux.

Notre travail se ressemble avec celui de DYAB dans le seul point où nous abordons tous un même secteur d'étude qui est le tourisme.

Nous nous démarquons à travers nos sujets dans la mesure où, nous avons abordé le tourisme sous son angle de la mise en œuvre de la politique managériale pour la promotion du tourisme dans la Province de la Tshopo en RDC, tandis que lui à parlé de l'analyse des correspondances entre développement touristique et changement social en Égypte.

Notre question était de savoir les causes qui sont à la base de la faible promotion du tourisme dans la Province, tandis que lui voulait savoir comment concilier le développement du secteur et le développement social en Égypte.

Notre résultat indique la négligence des autorités provinciales, la crise de la politique managériale du tourisme, l'ignorance de l'apport du tourisme dans la Province et, l'ignorance des sites touristiques par la population, le niveau de vie de la population et le niveau de formation des gestionnaires des sites sont à la base de la faible promotion du tourisme dans la Province de Tshopo.

La réhabilitation des sites touristiques, l'application du programme National pour le développement du tourisme, des publicités, des émissions, des conférences, des investissements dans le secteur touristique, et des partenariats avec l'extérieur constituent un acquis pour la promotion du tourisme dans la province de la Tshopo, tandis que pour lui, distinguer au préalable trois niveaux d'analyse des phénomènes d'interactions observables dans le champ du tourisme, que nous envisagerons à partir d'une analyse des modes de gestion de la crise du tourisme : les pratiques des touristes (avec une distinction interne des différentes catégories de ce que l'on entend par touristes en Égypte), les espaces du tourisme et les modalités d'accès au marché touristique et les dynamiques qui composent l'interaction entre touristes étrangers et agents locaux constituent le moyen pour concilier ces deux secteurs.

## **Conclusion**

Cette étude a porté sur Mis en œuvre de la Politique Managériale pour la promotion du tourisme en province de la Tshopo de 2015 à 2019. En abordant cette étude, nous avons voulu analyser les causes qui sont à la base de la faible promotion du tourisme dans la province de la Tshopo et ses conséquences.

Grace à l'analyse du système social selon le modèle parsonien nous sommes arrivés au résultat selon le quel :

La négligence des autorités provinciales, la crise de la politique managériale du tourisme, l'ignorance de l'apport du tourisme dans la Province, l'ignorance des sites touristiques par la population, le niveau de vie trop bas de la population et le niveau de formation des gestionnaires des sites trop bas sont à la base de la faible promotion du tourisme dans la Province de la Tshopo. La mis en œuvre de la politique managériale du tourisme constitue un acquis pour la promotion du tourisme dans la province de la Tshopo,

Voilà pourquoi nous suggérons :

Sur le plan institutionnel et juridique, la stabilisation des cadres institutionnels et juridiques susceptibles de définir la Politique Nationale du Tourisme, l'amélioration et la « normalisation » du secteur ; l'accélération de la production des mesures d'application de la loi n°018/18 du 09 juillet 2018 portant principes fondamentaux relatifs au tourisme, l'incitation le Partenariat Public-Privé (PPP), la formation et recyclage périodique en tourisme et hôtellerie le personnel des Administrations Nationales du Tourisme (ANT) et des unités touristiques...

Sur le plan infrastructurel et facilitation de l'aménagement et/ou réhabiliter les infrastructures d'accueil, les sites et les voies d'accès,

Sur le plan financier et logistique la mobilisation et l'affectation des ressources financières nécessaires à la relance et au développement du tourisme par la numérisation de toutes les unités et l'élargissement d'un système informatique (digitalisation) d'envoi et réception de fonds avec l'administration centrale,

Sur le plan culturel l'organisation des campagnes de sensibilisation de la population au tourisme et ses retombées par les media officiels, privés (radio, TV, journaux, sketch, théâtre, etc...) par tous les moyens appropriés (conférences, séminaires, débats, symposium, dépliants, imprimés), développer les marchés touristiques.

Sur le plan écologique et sécuritaire la dotation des aires protégées et les secteurs des Plans d'aménagement et de Gestion qui tiennent en compte des zones d'expansion touristique et de développement de l'agroforesterie, le développement l'agroforesterie ainsi que les activités de conservation et de protection de la biodiversité.

Sur le plan promotionnel et marketing l'ouverture des bureaux ou agences de représentation à l'étranger, notamment auprès de l'Union Européenne, de l'Amérique, des pays du Dragon (Corée, Taiwan, Hong Kong), du Japon et de l'Afrique du Sud.

## **5. REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES**

### **I. OUVRAGES**

- Anderson—sweeney—Williams, *statistiques pour l'économie et la gestion*, 3<sup>ème</sup> édition nouveau horizon, de Boeck, Paris 2010.
- Bojer, M, *Le tourisme en France*, éd. EMS, Paris 2003.
- Bagula Karumba, J., *opportunité de développement du Tourisme au nord Kivu*. Cas de la ville de goma 2011
- DYAB A.T., *Al-siyâha fi Misr khilâl al-qarn al-tâsi' 'ashar* (Le tourisme en Égypte au XIXe siècle), Le Caire, Centre d'histoire et de documentation sur l'Égypte contemporaine, 1994.
- Grawitz M., *la méthode des sciences sociales*, Paris, Dalloz, 2001.
- Landsheere, G., *Introduction à la méthode de recherche en sciences sociales*, Paris PUF, 1975.
- Moke sanza, A., *Tourisme en République Démocratique du Congo*, Paris, Ed. dalloz, 2016.
- Rongere, P., *méthodes des sciences sociales*, Paris, Ed. dalloz, 1971.
- Tchitou J., R., *la politique de promotion touristique en senegal*, mémoire de fin d'étude, économie appliquée ENNEA DAKAR 2005.
- Vallas, *le tourisme mondial*, ed. economica, Paris 1996

### **II. COURS ET MEMOIRES**

- Emandji Emungu, M., *promotion du tourisme dans la ville de Kisangani*, TFC, en Ecosthour, Unikis, 2016.
- Kimbwani mabela, G., *Management touristique, Cours ronéotype*, G2, Ecosthour, unikis, 2017-2018.
- Kisema Ngoy, *Techniques d'organisation de visite, Cours ronéotype*, G2, Ecosthour, unikis, 2015-2016.
- Mukombo, W., *Planification, cours ronéotyper*, G3, Ecosthour, Unikis, 2015-2016.
- Otemikongo, M., *Initiation à la recherche scientifique, Cours ronéotypé*, G2, Droit, FD, Unikis, 2003-2004.

- Ramazani Bin Sabiti, JP, *Théorie de tourisme, Cours ronéotypé*, G2, Ecosthour, Unikis, 2015-2016.
- Toengaho Lokundo, F., *Marketing Touristique et Hotelier*, Cours roneotypé, G2, Ecosthour, Unikis, 2016-2017.
- Tshimpanga bakadianjila, J., *Statistique inductive I, Cours ronéotypé*, 2è graduat en psychologie, 2013-2014.

### **III. OUTILS DE TRAVAIL**

- Dictionnaire le Petit Larousse, Paris, 2007.
- Petit Larousse, dictionnaire multimédia, Paris, La rousse, Dalloz 2010.
- Marketing Encarta 2009 (DVD) Microsoft corporation

### **IV. WEBOGRAPHIE**

- [http://definitions.fr/promotion touristique-concepteurs](http://definitions.fr/promotion_touristique-concepteurs)
- [htt://www.memoire/online.com//ELBGAM-G-Lapromotion touristique du complexe Parc w/ Benin](http://www.memoire/online.com/-ELBGAM-G-Lapromotion_touristique_du_complexe_Parc_w/Benin)
- [www busines et finance. Com](http://www.busines_et_finance.com)
- [www.radio okapi.net](http://www.radio_okapi.net) « l'état de lieu du tourisme en RDC ».
- [www.radio okapi.net](http://www.radio_okapi.net)
- [http://www.memoire/online.com//Par comparaison, en 1990, le Maroc compte 1 touriste pour 7 habitants, et la Tunisie 1 pour 3.](http://www.memoire/online.com//Par_comparaison,_en_1990,_le_Maroc_compte_1_touriste_pour_7_habitants,_et_la_Tunisie_1_pour_3)