

RAMRes

REVUE AFRICAINE ET MALGACHE DE RECHERCHE SCIENTIFIQUE

*Publiée sous l'égide de la Conférence des Recteurs des Universités
Francophones d'Afrique et de l'Océan Indien (CRUFAOCI)*

SCIENCES HUMAINES

Nouvelle Série, *Sciences Humaines*

N°014 – 1^{er} Semestre 2020

ISSN 2630-1121

RAMReS

REVUE AFRICAINE ET MALGACHE DE RECHERCHE SCIENTIFIQUE
*Publiée sous l'égide de la Conférence des Recteurs des Universités
Francophones d'Afrique et de l'Océan Indien (CRUFAOCI)*

SCIENCES HUMAINES

Nouvelle Série, *Sciences Humaines*
N°014 – 1^{er} Semestre 2020
ISSN 2630-1121

ADMINISTRATION ET NORMES EDITORIALES

1. Administration et rédaction

Rédacteur en chef : M. SERKI Mounkaïla Abdo Laouali, Professeur titulaire, Philosophie, Université Abdou Moumouni, Niamey (Niger)
E-mail : abdoserki@gmail.com

Comité scientifique

Histoire

BAGODO Obarè, Professeur Titulaire, Archéologie, UAC (Bénin)
GAYIBOR Nicoué Lodjou, Professeur titulaire, Histoire précoloniale, UL (Togo)
LAM Aboubacry Moussa, Professeur Titulaire, Egyptologie, UCAD (Sénégal)
MOUCKAGA Hugues, Professeur Titulaire, Histoire ancienne, UOB (Gabon)
NDINGA MBO Abraham, professeur titulaire, Histoire contemporaine, U M Ngouabi (Congo)
SOME Magloire, Professeur Titulaire, Histoire religieuse contemporaine, UO (Burkina Faso)
ANAFK Japhet Antoine, Maître de Conférences HDR, Université Libre de Bruxelles (Belgique)
DIANZINGA Scholastique, Maître de conférences, Histoire contemporaine, UMNG (Congo)
MAHAMAN Alio, Maître de conférences, Histoire, UAM (Niger)

Géographie

BOKO Michel, Professeur Titulaire, Climatologie, UAC (Bénin)
BOUZOU MOUSSA Ibrahim, Professeur Titulaire, Géomorphologie, UAM (Niger)
HOUSSOU Sèghè Christophe, Professeur Titulaire, Climatologie, UAC (Bénin)
OUEDRAOGO François de Charles, Professeur Titulaire, Géographie Rurale, UJKZ (Burkina Faso)
WAZIRI MATO Maman, Professeur Titulaire, Géographie rurale, UAM Niger)
ZOUNGRANA Pierre, Professeur Titulaire, Géographie rurale, UO (Burkina Faso)

FAMAGAN Konate, Maître de conférences, Population-environnement, UB (Mali)
KENGNE Fo Donop, Géographie rurale, U Yaoundé (Cameroun)
LARE Lalle Yendoukoa, Maître de conférences, Aménagement/Rural, UL (Togo)
DAMBO Lawali, Maître de conférences, Géographie rurale, UAM (Niger)

Sociologie/Anthropologie

AKINDES Francis, Professeur Titulaire, Sociologie, UAO (Côte d'Ivoire)
GBIKPI-BENISSAN Daté, Professeur Titulaire, Sociologie, UL (Togo)
KOSSI-TITRIKOU Komi, Professeur Titulaire, Anthropologie, UL (Togo)
NZE NGUEMA Fidèle Pierre, Professeur Titulaire, Sociologie, UOB (Gabon)
TONDA Joseph, Professeur Titulaire, Sociologie/Anthropologie, UOB (Gabon)
BAKO Arifari Nassirou, Maître de conférences, Sociologie, UAC (Bénin)
TINGBE Azalou, Maître de conférences, Sociologie, UAC (Bénin)
OUMAROU Amadou, Maître de conférences, Socio-anthropologie du développement, UAM (Niger)
ZAKARI Aboubacar, Maître de conférences, Sociologie du développement, UZ (Niger)
ATCHRIMI Tossou, Maître de conférences, Sociologie/Anthropologie de la santé, UL (Togo)

Philosophie/Psychologie

AKA-EVY Jean-Luc, Professeur Titulaire, Esthétique, UM Ngouabi (Congo)
AKAKPO Yaovi, Professeur Titulaire, Histoire et philosophie des sciences, UL (Togo)
BADINI Amadé, Professeur Titulaire, Philosophie de l'éducation, UO (Burkina Faso)
BOWAO Charles Zacharie, Professeur Titulaire, Philosophie, Histoire des Sciences, UM Ngouabi (Congo)
DIAGNE Ramatoulaye, Professeur Titulaire, Histoire et Philosophie des sciences, UCAD (Sénégal)

DIBI Augustin, Professeur Titulaire, Philosophie, UFHB (Côte d'Ivoire)

NIAMKEY Koffi, Professeur Titulaire, Philosophie africaine, UFHB (Côte d'Ivoire)

NZINZI Pierre, Professeur Titulaire, Logique, UOB (Gabon)

SAVADOGO Mahamadé, Professeur Titulaire, Histoire de la philosophie et philosophie pratique, UJKZ (Burkina Faso)

TSOKINI Dieudonné, Maître de conférences, Psychologie, UMNG (Congo)

HAMIDOU TALIBI Moussa, Maître de conférences, Éthique et politique, UAM (Niger)

PAO : Mme Halima SEYNI IDRISSE, Université Abdou Moumouni, Niamey (Niger)

Politique éditoriale

La Revue RAMReS publie des contributions originales (en français et en anglais) dans tous les domaines de la science et de la technologie et est subdivisée en 9 séries :

- Sciences des structures et de la matière. Elle couvre les domaines suivants : mathématiques, physique, chimie et informatique ;
- Sciences de la santé : médecine humaine, médecine vétérinaire, pharmacie, odonto-stomatologie, productions animales ;
- Sciences de la vie, de la terre et agronomie ;
- Sciences appliquées et de l'ingénieur ;
- Littérature, langues et linguistique ;
- Sciences humaines : Philosophie, sociologie, anthropologie, psychologie, histoire et géographie ;
- Sciences économiques et de gestion ;
- Sciences juridiques et politiques ;
- Pharmacopée et médecine traditionnelles africaines ;

Toutes les séries publient en moyenne deux numéros par an. Les contributions publiées par la Revue RAMReS représentent l'opinion des auteurs et non celle du comité de rédaction ou de RAMReS. Tous les auteurs sont considérés comme responsables de la totalité du contenu de leurs contributions.

Soumission et forme des manuscrits

La soumission d'un manuscrit à la Revue RAMReS implique que les travaux qui y sont rapportés n'aient jamais été publiés auparavant, ne soient pas soumis concomitamment pour publication dans un autre journal et qu'une fois acceptés, ne fussent plus publiés nulle part ailleurs sous la même langue ou dans une autre langue sans le consentement du RAMReS.

Les manuscrits, dactylographiés en interligne double en recto sont soumis aux rédacteurs en chef des séries dont voici les courriels :

- Sciences des structures et de la matière : Pr BOA David, boadavidfr@yahoo.fr (Abidjan) ;
- Sciences de la santé : Pr TOURE Meissa, mtoure@ised.sn (Dakar) ;
- Sciences de la vie, de la terre et agronomie : Pr GLITHO Adolé I., iglitho@yahoo.fr (Lomé) ;
- Sciences appliquées et de l'ingénieur : Pr SAWADOGO Salam, s_sawadogo@yahoo.fr (Thiès) ;
- Littérature, langues et linguistique : Pr AINAMON Augustin, ainamonaugustin@yahoo.fr (Cotonou) ;
- Sciences humaines : Pr SERKI Mounkaïla Abdo Laouali, abdoserki@gmail.com (Niamey) ;
- Sciences économiques et de gestion : Pr SOGBOSSI Bertrand, bertrandboc@yahoo.fr (Cotonou) ;
- Sciences juridiques et politiques : Pr BODIAN Yaya, yaya.bodian@ucad.edu.sn (Dakar) ;
- Pharmacopée et médecine traditionnelles africaines : Pr OUAMBA Jean Maurille, jm_maurille@yahoo.fr (Brazzaville).

Les manuscrits doivent comporter les adresses postale et électronique et le numéro de téléphone de l'auteur à qui doivent être adressées les correspondances.

Les manuscrits soumis à la Revue RAMReS doivent impérativement respecter les indications ci-dessous :

Langue de publication

La revue publie des articles rédigés en français ou en anglais. Cependant, le titre, le résumé et les mots-clés doivent être donnés dans les deux langues. Ainsi, tout article soumis en français devra donc comporter, obligatoirement, « un titre, un abstract et des keywords » ; idem, dans

le sens inverse, pour tout article en anglais (un titre, un résumé et des mots-clés).

Page de titre

La première page doit comporter le titre de l'article, les noms des auteurs, leur institution d'affiliation et leur adresse complète. Elle devra comporter également un titre courant ne dépassant pas une soixantaine de caractères ainsi que l'adresse postale de l'auteur, à qui les correspondances doivent être adressées.

Résumé

Le résumé ne doit pas dépasser 250 mots. Publié seul, il doit permettre de comprendre l'essentiel des travaux décrits dans l'article.

Introduction

L'introduction doit fournir suffisamment d'informations de base, situant le contexte dans lequel l'étude a été entreprise. Elle doit permettre au lecteur de juger de la nationalité de l'étude et d'évaluer les résultats acquis.

Corps du texte

Les différentes parties du corps du texte doivent apparaître dans un ordre logique.

Conclusion

Elle ne doit pas faire double emploi avec le résumé et la discussion. Elle doit être un rappel des principaux résultats obtenus et des conséquences les plus importantes que l'on peut en déduire.

La rédaction du texte

La rédaction doit être faite dans un style simple et concis, avec des phrases courtes et en évitant les répétitions.

Remerciements

Les remerciements au personnel d'assistance ou à des supports financiers devront être adressés en terme concis.

Références

Les noms des auteurs seront mentionnés dans le texte avec l'année de publication, le tout entre parenthèses.

Les références doivent être listées par ordre alphabétique, à la fin du manuscrit de la façon suivante :

- **Journal** : noms et initiales des prénoms de tous les auteurs, année de publication, titre complet de l'article, nom complet du journal, numéro et volume, les numéros de première et dernière page.
- **Livres** : noms et initiales des prénoms des auteurs et année de publication, titre complet du livre, éditeur, maison et lieu de publication.
- **Proceedings** : noms et initiales des prénoms des auteurs et année de publication, titre complet de l'article et des proceedings, année et lieu du congrès ou symposium, maison et lieu de publication, les numéros de la première et dernière page.

Tableaux et figures

Chaque tableau sera soumis sur une feuille séparée et numéroté de façon séquentielle. Les figures seront soumises sur des feuilles séparées et numérotées selon l'ordre d'appel dans le texte.

La numérotation des tableaux se fera en chiffres romains et celle des figures en chiffre arabes dans l'ordre de leur apparition dans le texte.

Photographies

Les photographies en noir & blanc et couleur, sont acceptées.

Procédure de révision

Les manuscrits sont soumis à la révision des pairs. Chaque manuscrit est soumis à au moins deux referees spécialisés. Les auteurs reçoivent les commentaires écrits des referees. Il leur est alors notifié, par la même occasion, l'acceptation ou le rejet de leur contribution.

NB : Le manuscrit accepté doit, après correction conformément aux recommandations des referees, être retourné aux différents rédacteurs en chef des séries, en format WORD ou DOC.

3. Informations importantes

Les auteurs payeront les frais de soumission (25.000 F CFA) et ceux dont les articles ont été acceptés doivent procéder au règlement des frais d'insertion (qui s'élèvent à 75.000 FCFA) auprès de l'agence comptable du CAMES par transfert rapide avant la parution de leurs articles dans les séries de la Revue.

SOMMAIRE

L'accès aux services de santé au Burkina Faso : une revue de l'interaction entre les capacités des individus et les caractéristiques du système de santé, **Kadidiatou KADIO (Institut de Recherche en Sciences de la Santé, CNRST, Burkina Faso), Sarah LOUART (Université de Lille, France), Solange DABIRÉ (AGIR, Action, Gouvernance, Intégration, Renforcement, Burkina Faso), Yamba KAFANDO (AGIR, Burkina Faso), Paul André SOMÉ (AGIR, Burkina Faso) & Valéry RIDDE (IRD-Université de Paris, France)**.....13

La condition féminine au cœur des œuvres sociales de Monseigneur Lucien Monsi Agboka au Bénin (1963-2008), **Arnaud Achille Gbènassou GNIDEHOUE & Gbènakpon Georges LOKONON (Université d'Abomey-Calavi, Bénin)**.....43

Occupation des espaces publics par le commerce informel de poisson dans la commune de Yopougon, **Yao Sylvain Charles KAKOU (Université Nangui Abrogoua, Côte d'Ivoire)**.....59

« Demeure dite des hommes à queue » (Dogbo) et musée régional de Kinkinhoue : quelques perceptions sociales d'acteurs, **Carolle-Nelly CODO, Antoine HOUNGA & Prosper KEGBE (Centre d'Etudes et de recherches en Education et Intentions Sociales, CEREID/INJEPS/UAC, Bénin)**.....79

Danse *warba* pour la sauvegarde du patrimoine et de l'identité culturels du peuple Moose de Ganzourgou au Burkina Faso, **Boukaré OUEDRAOGO, Mamoudou OUEDRAOGO, Thecle S. MOUKALA MAMPASSI, Adam Sounon NAKOU & Souaïbou Lompo GOUDA (Laboratoires des Dynamiques Sociales, Education, Sport, Développement Humain, Ladys-ES-DH/INJEPS/UAC, Bénin)**.....97

Hegel appauvri par Fukuyama : pour comprendre un cas d'hésitation sur la fin de l'histoire, **Ayouba LAWANI (Université de Parakou, Bénin)**.....123

Accès au foncier des mécaniciens autos à Bouaké : enjeux de pérennisation d'une activité artisanale, **N'Guessan Séraphin BOHOUSSOU & N'zué KONAN (Université Alassane Ouattara, Côte d'Ivoire)**.....139

Le machiavélisme, une théorie de la puissance au service des Etats faibles : quelle leçon pour les Etats africains ?, Dilwani ADAMOU (Université de Zinder, Niger)	165
Construire l'entente pour bâtir la paix : de l'intersubjectivité communicationnelle à la stabilité politique, Koffi Décaird KOUADIO (Université Félix Houphouët-Boigny, Côte d'Ivoire)	185
Impacts des lotissements irréguliers sur l'organisation spatiale de la ville de Yamoussoukro (Côte d'Ivoire), Atsé Calvin YAPI, Armand Josué DJAH & Brou Emile KOFFI (Université Alassane Ouattara, Côte d'Ivoire)	205
Prise en charge psychosociale des femmes infectées et affectées par le VIH/SIDA à Abidjan : le cas de l'ONG AMEPOUH, Alexandre Kouassi AHISSAN (Université Félix Houphouët-Boigny, Côte d'Ivoire)	235
Modèle d'attachement du couple mère-enfant et échec scolaire des élèves du primaire : cas du Groupe Scolaire Péraldi (Man, Côte d'Ivoire), Kouakou Mathias AGOSSOU (Université de Man, Côte d'Ivoire)	259
Le système familial de soutiens aux Personnes Agées (PA) en incapacités fonctionnelles à domicile à Bobo-Dioulasso (Burkina Faso), Abdramane BERTHE, Lalla BERTHE-SANOU, Maimouna SANOU, Blahima KONATE, Maxime K DRABO, Hervé M. HIEN, Fatoumata BADINI-KINDA (Institut National de Santé Publique, INSP ? Burkina Faso) & Jean MACQ (Institut de Recherche en Sciences de la Santé, Burkina Faso)	285
The United States military interventionism in Arab countries between 2001 and 2015: A theoretical analysis, Serge Lazare OUEDRAOGO (Université Joseph Ki-Zerbo, Burkina Faso)	315
La biotechnologie comme anti-bioéthique, Taki Roseline KOUASSI épouse EZOUA (Université Félix Houphouët-Boigny, Côte d'Ivoire)	339
Défis d'une gestion décentralisée de l'eau en milieu rural : Cas de l'Association intercommunale du Canton de Kanembakaché (AICK), Nazifi HAROUNA KASSOUM & Lawali DAMBO (Université Abdou Moumouni, Niger)	355
Production de manioc et sécurité alimentaire sur l'île Boulay (Côte d'Ivoire), Koco Marie Jeanne KANGA (Université Nangui Abrogoa, Côte d'Ivoire)	375

« DEMEURE DITE DES HOMMES A QUEUE » (DOGBO) ET MUSÉE RÉGIONAL DE KINKINHOUE : QUELQUES PERCEPTIONS SOCIALES D'ACTEURS

CODO Carolle-Nelly, HOUNGA Antoine, KEGBE Prosper
Centre d'Etudes et de recherches en Education et Intentions Sociales
(CEREID/INJEPS/UAC)
E-mail : canellyco@yahoo.fr

Résumé : Cette recherche vise à analyser l'offre touristique de la « demeure des hommes à queue » de Dogbo et du musée régional de Kinkinhoué au Bénin, à travers les perceptions sociales des acteurs et les stratégies mises en œuvre pour leur développement.

Elle part de la théorie structuro-fonctionnelle de Parsons (1951) pour procéder à une modélisation de l'action touristique, ayant permis d'investiguer un échantillon de trente et un (31) acteurs de diverses catégories socioprofessionnelles, choisis de façon raisonnée.

De l'analyse des données recueillies par observation directe et par entretien semi-structuré, il ressort que le site de la « demeure des hommes à queue de Dogbo », non inscrit dans le répertoire des sites nationaux et le musée régional de Kinkinhoué, reconnu par l'Etat, sont peu attractifs. Ils sont délabrés, manquent de distraction, de divertissement de stratégies de développement et ne répondent pas aux attentes des visiteurs.

Mots-clés : Perceptions sociales, développement, site touristique, musée.

Abstract : The research aims to analyze the tourism offer of Dogbo and the Kinkinhoué regional museum in Benin, through the social perceptions of the actors and the strategies implemented for their development.

It starts from the structural-functional theory of Parsons (1951) to carry out a modeling of the tourist action, which made it possible to investigate a sample of 31 subjects of various socioprofessional categories, chosen in a reasoned way.

From the analysis of the data collected by direct observation and semi-structured interview, it appears that the site of the "home of the Dogbo Men with Tails" not registered in the directory of national sites and the regional museum of Kinkinhoué, recognized by the state, are unattractive. They are dilapidated, lack entertainment, entertainment strategies development and do not meet the expectations of visitors.

Keywords: Social Perceptions, Development, Tourism Site, Museum, Benin.

Introduction

Le développement d'un pays passe par la promotion de tous les secteurs vitaux dont celui du tourisme. Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme (2010), le tourisme est l'ensemble des activités faites par les personnes au cours de leurs voyages 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. Dans la même ligne, Boyer (2003) affirme que le tourisme est vu comme un ensemble de consommation de biens et de services liés aux déplacements des personnes qualifiées de touristes. Cette consommation est assortie de ressources financières qui renforcent à la fois l'économie de la localité d'accueil que du pays concerné.

De ce qui précède, et au vu des tendances actuelles mondiales caractérisées par la mondialisation, la globalisation et la révolution technologique il s'agit d'un secteur qui pourrait constituer une issue de sortie notamment pour les pays faiblement industrialisés dont le Bénin. Bénéficiant d'un important potentiel naturel et culturel, le tourisme constitue la deuxième source nationale de rentrée de devises et le troisième employeur du pays, après l'agriculture (Akoha, 2009). Même si le département du Couffo n'est pas l'un des plus grands en matière de tourisme, il regorge d'atouts touristiques assez importants qui constituent une force pour son développement. En dehors de la demeure des hommes à queue de Dogbo, du musée régional de kinkinhoué et du palais royal d'Adjahonmey, d'histoire, le Couffo dispose aussi de forêts sacrées à l'instar de celui de Dogbo-Ahouémey qui est un lieu très important de la préservation de l'environnement, d'un grand marché à Azovè, et de deux autres non moins importants à Dogbo et à Klouékanmey. Ces lieux sont empreints d'historicité. Mais, même si l'histoire ou les mythes restent les principaux produits d'un site touristique, il faut aussi reconnaître que ce qui facilite l'achat de ces produits, c'est l'attraction du site. C'est pourquoi, Bruner (2005) dit que la novation du tourisme ne réside pas dans la création ou dans l'invention de nouveaux récits, mais plutôt dans la recherche de nouveaux lieux où raconter de vieilles histoires. Car ces histoires

peuvent être ce que veut acheter le touriste. Le lieu pour lui s'avère important dans la valorisation du produit touristique qu'est ici le récit que le site veut vendre. Par ailleurs, l'une des raisons pour lesquelles un visiteur est attiré par un site, c'est l'adéquation entre les services de ce site et les besoins de celui-ci. Or on ne peut adapter l'offre touristique à la demande qu'en recueillant les avis, les perceptions des uns et des autres sur le fonctionnement de l'industrie touristique. Cela participe donc à la promotion de la psychologie du tourisme. Promouvoir le tourisme, c'est aussi promouvoir sa psychologie, tout un autre état d'esprit (Nkoghe, 2008.) Pour elle, les stratégies de la promotion du tourisme doivent prendre en compte les considérations psychologiques liées à cette industrie, en partant d'abord des rapports psychosociologiques liés à l'industrie touristique, jusqu'aux enjeux réels des principales fonctions psychiques telles que la perception, l'attention, la mémoire et la motivation, sans oublier d'autres réalités telles que l'environnement, le marketing, les métiers du tourisme et les effets liés à ce secteur d'activités. C'est dire donc que le tourisme doit tenir compte des attentes de sa clientèle. La personnalité du visiteur, son cadre de vie, son domaine d'action, son éducation, sa perception, sa motivation et ses intentions ont un lien avec l'offre touristique. Si tous ses aspects sont ignorés, toutes les techniques de la promotion du tourisme seront sans effet. C'est à ce titre que les perceptions des différents acteurs (internes qu'externes) sur le fonctionnement de certains sites touristiques du Couffo se trouvent au cœur de cette recherche. Le tourisme, loin d'être considéré comme une entité en soi, doit être envisagé comme un champ social, au sein duquel de nombreux acteurs interagissent dans le temps et dans l'espace, de manière physique et virtuelle (Naomi et Nelson, 2010).

L'offre touristique de la demeure dite des hommes à queue et du musée de Kinkinhoué

La République du Bénin est un pays francophone de l'Afrique de l'Ouest limité au Nord par le Niger, à l'Est par le Nigéria, à l'Ouest par le Togo et au Sud par l'Océan Atlantique. Au Bénin, le secteur de base pour le développement a longtemps été celui de l'agriculture, notamment la filière cotonnière et celui du tourisme perçu comme une activité secondaire et artisanale. Mais, malgré toutes les actions mises

en œuvre, la filière cotonnière peine toujours à décoller. En réplique, les gouvernants actuels estiment qu'on ne saurait désormais parler du développement du pays en mettant en marge le secteur du tourisme. En effet, le pays possède de nombreux atouts naturels, culturels historiques etc. et contribue malgré sa quasi non exploitation, à 2% environ une au Produit Intérieur Brut (PIB) national (Chambe du Commerce et de l'Industrie du Bénin, 2015). Au regard de ces données, la promotion du secteur du tourisme vient à point pour diversifier les sources de développement du pays. Mais, la majeure difficulté rencontrée est l'invisibilité de nombreux sites dotés néanmoins de réels atouts touristiques notamment dans le département du couffo. Le département du Couffo est situé au Sud-Ouest du Bénin sur une superficie de 2 174 km². On y trouve quelques sites touristiques tels que la demeure des hommes à queue de Dogbo, le musée régional de Kinkinhoué, le palais d'Adjahonmè, les vestiges du passage des allemands sur la colline de Lanta, etc. (PDC de Djakotomey, 2004).

La demeure dite des hommes à queue est un site ouvert au public depuis 2012 avec une architecture singulière du genre souterrain à plusieurs compartiments dont chaque compartiment comporte cinq entrées qui progressent dans le sol et forment des trous. De ces trous, les hommes extraient des mines pour fabriquer du fer vers "le 15^e siècle". Ce sont les trous dont la disposition renvoie à un travail géométriquement très ingénieux, avec un système de climatisation naturel. C'est un site peu viabilisé et très peu fréquenté. Il doit sa spécificité à sa géométrie et à un mythe. En effet, Il est raconté que des hommes pourvus de queue (un peu comme les mammifères) venaient animer le marché de Dogbo avec les autochtones. Ils y arrivaient les premiers et en repartaient avant tout le monde. Mais personne ne connaissait leur domicile. Dans le marché, ils s'asseyaient toujours au-dessus d'un trou, dans lequel ils mettaient leur queue, chose étrange pour les villageois. Un jour, ces derniers ont donc mis de l'huile de palme dans les trous. L'huile a attiré des fourmis magnans qui piquèrent les hommes à queue. Ne pouvant supporter la douleur, ces derniers ont pris la fuite. Dans cette fuite, ils ont été suivis par des curieux qui tenaient à savoir leur lieu de provenance. Mais arrivés dans une zone éloignée du marché, dans une brousse, les hommes à queue ont disparu. C'est depuis ce temps que les gens auraient attribué à cet endroit le nom de : "site des hommes à

queue''. Depuis lors, le site a subi des dégradations majeures du fait des intempéries. Des restaurations par endroits entachent de plus en plus son originalité. Peu de visiteurs y viennent.

Inauguré le 7 juin 2014, le musée régional de Kinkinhoué pour sa part, s'étend sur une superficie de trois hectares et se réclame le plus grand musée de la région. Il retrace l'histoire d'un chef canton à l'époque coloniale. C'est seulement quelques-uns des objets du chef canton Essou, retrouvés après son décès, qui constituent les seules richesses du lieu. Inauguré le 7 juin 2014, ce musée présente plusieurs problèmes (Ahovè, 2016). En dehors du désintérêt que les touristes lui accordent, il manque d'un personnel adéquat et qualifié. A part le conservateur qui se voit déjà dépassé par ses attributions, il y a un seul agent qui a été affecté par le Ministère de la culture. Bien qu'il soit un agent public, il n'arrive pas à bien communiquer en français avec les visiteurs. Il est obligé de parler un français approximatif avec eux. Quant au conservateur du musée, il connaît bien son boulot. Il accueille bien les quelques visiteurs qui viennent dans le musée et leur explique toutes les collections muséales qui s'y trouvent.

Suivant les constats effectués sur le terrain, la demeure des hommes à queue par exemple depuis son ouverture en 2012 reste toujours à l'étape de projet. En effet, « *c'est maintenant que les négociations sont à pieds d'œuvre entre le conseil de l'entente et les promoteurs de ce site pour des accompagnements financiers afin de révéler ce site, l'aménager et le protéger à des fins touristiques* » (Enquêté, 2018).

De même, le musée régional de Kinkinhoué pour sa part, souffre de visibilité faute de son état précaire. Inauguré depuis 2014, ce musée n'a pas encore apporté grand-chose à sa localité encore moins au pays. Ainsi, « *les visiteurs ne s'intéressent pas à ce site compte tenu de son état et de la qualité des offres qu'il fournit* ». (Enquêté, 2016)

Par ailleurs, les techniques de gestion et les stratégies de promotion de ces sites ne répondent pas forcément aux besoins et attentes des visiteurs ainsi que des visiteurs potentiels.

Le postulat de départ est que les perceptions sociales des acteurs sur l'offre touristique de la demeure des hommes à queue de Dogbo et du musée régional de Kinkinhoué d'une part et les stratégies mises en œuvre par les promoteurs d'autre part, déterminent le développement

des sites de la demeure des hommes à queue de Dogbo et du musée régional de Kinkinhoué.

Modélisation de l'action touristique inspiré du système social de Parsons (1951).

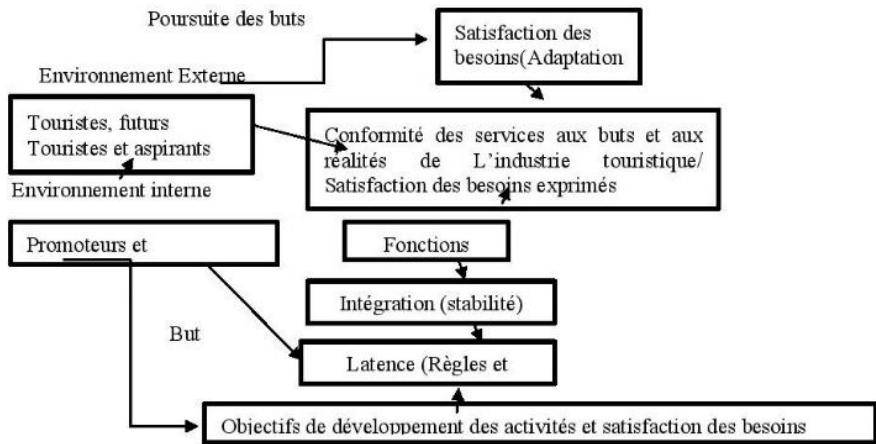


Figure 1 : Modèle d'analyse de l'action touristique inspiré du système social de Parsons (1951).

LA figure 1 montre que les différents acteurs du tourisme poursuivent chacun des buts. Pour les touristes et amateurs du tourisme, c'est la satisfaction des besoins auprès de la destination touristique choisie. Alors que pour les promoteurs, c'est l'atteinte des objectifs de développement de l'industrie touristique. Pour ce faire, il faut donc adapter les réalités de cette industrie aux besoins des visiteurs. Cela passe par le fait que l'industrie touristique d'accueil cherche à rendre conforme ses services aux demandes des visiteurs : c'est l'adaptation. Mais pour qu'il y est de l'harmonie entre les visiteurs et les visités, il faut des règles qui puissent guider les uns et les autres. Cela revient à la fonction de la latence. Pour ce qui concerne l'intégration, elle veille à la culture de la paix et de la solidarité au sein du site. C'est pourquoi Parsons lui donne le nom de la fonction stabilisatrice.

Dans la perspective parsonienne, la société peut être perçue comme un système structuro fonctionnel, c'est-à-dire un ensemble de structures et de fonctions interdépendantes et inter-reliées, de manière à former un tout équilibré qui se maintient. Ce système est un système fermé sur l'environnement externe mais ouvert sur l'environnement interne. Il s'agit du système de l'action. L'action chez Parsons est composée de

quatre sous-systèmes à savoir : l'organisme biologique, la personnalité psychique, le système social et la culture. En effet, **l'organisme biologique** correspond à la fonction d'adaptation. C'est par le sens que s'établit le contact avec l'univers physique, soit pour s'y adapter, soit pour le manipuler ou le transformer. Par l'organisme, il y a donc adaptation au milieu et adaptation du milieu aux besoins de l'action. Ainsi, l'organisme biologique est comparable dans le cas de la présente étude, aux touristes qui s'inscrivent dans une logique de transformation actions mises en œuvre par les promoteurs de ces sites. Parce que, le touriste ne vient pas en visite pour se soumettre mais plutôt pour s'imposer ; d'autant puisqu'il a ses attentes et ses désirs. C'est la raison pour laquelle la destination touristique ne se choisit pas au hasard par le touriste. Il le fait en fonction de ses aspirations. Donc, plus les visiteurs relèvent des insuffisances liées à l'industrie touristique en y proposant des solutions, plus cette dernière se perfectionne, se transforme et redevient ce que veulent ces visiteurs. **La personnalité psychique** quant à elle, répond à la fonction de poursuite de buts. C'est dans et par le système psychique que se définissent des objectifs et que les ressources et énergies sont mobilisées pour atteindre les buts visés. **Le système social** lui, représente la fonction d'intégration. C'est lui qui crée des solidarités, propose des loyautés, fixe des limites, impose des contraintes. Cette fonction dans le cadre de la présente recherche, retrace la vie entre le visiteur et le visité. L'esprit de convivialité qui règne entre ces deux, dépend de la considération qu'accordent les promoteurs aux propositions des visiteurs. C'est pourquoi les limites que doit fixer le système social ne doivent pas être de nature à assujettir les visiteurs. Enfin, **la culture** s'assimile à la fonction de latence. Elle fournit aux acteurs, les éléments de motivation et le support de l'action, par les normes, les idéaux, les valeurs et idéologies qu'elle leur propose ou impose.

DEMARCHE METHODOLOGIQUE

La recherche est de type qualitatif basé sur un échantillon de 31 acteurs répartis suivant le tableau 1 ci-dessous. Elle vise en effet, une meilleure compréhension des perceptions sociales des visiteurs et potentiels visiteurs des sites ainsi que des stratégies mises en place par les promoteurs pour leur fonctionnement adéquat.

Tableau I : Répartition de l'échantillon de recherche

N° d'ordre	Acteurs à interroger	Effectif	Pourcentage
1	Les visiteurs et visiteurs potentiels des deux sites	24	74,41%
2	Les gestionnaires des sites touristiques	02	6,45%
3	Les guides de tourisme	02	6,45%
4	Les autorités en charge de la culture et du tourisme	3	9,67%
TOTAL		31	100%

Source : Extrait des enquêtes à Dogbo et à Kinkinhoué (2019)

Etant donné que la recherche est qualitative, il a été fait recours à la recherche documentaire et sur internet, à l'observation directe et à l'entretien semi-directif. La recherche documentaire et sur internet ont permis d'approfondir les connaissances sur la problématique. L'observation directe a permis de mieux s'imprégner de l'état des sites touristiques, leur niveau de développement et les problèmes auxquels ils sont confrontés afin de pouvoir procéder à la suite, à des croisements avec les résultats issus des autres outils. Quant à l'entretien semi-directif, il a facilité le contact et la compréhension des points de vue des visiteurs et potentiels visiteurs, des gestionnaires, des guides des sites touristiques et des autorités en charge de la culture et du tourisme. Les entretiens faits ont été enregistrés à l'aide d'un enregistreur et ont été entièrement retranscrit en fonction de chaque groupe cible.

Demeure dite des hommes à queue et Musée de Kinkinhoué : deux sites touristiques peu viabilisés, très peu fréquentés et des stratégies pas bien définies et inefficaces.

Des résultats issus des perceptions des différents acteurs du tourisme, il ressort que les sites touristiques de la demeure des hommes à queue de Dogbo et du musée régional de Kinkinhoué n'ont pas encore une vraie attraction touristique. En effet ; *«Jusque-là, ce site-là, c'est un site qui date du Neuvième siècle. Donc ce site n'est pas encore connu par l'Etat. C'est un patrimoine communal à l'état naturel. Nous menons les démarches pour que l'Etat reconnaisse ce site et le classe dans le répertoire des sites touristiques du Bénin.»* (enquêté, 2019) De même, *« Ce site existe il y a longtemps mais c'est cinq ans environ que ça à commencer par être aménagé* (enquêté, 2019). De plus, *« Nous ne pouvons pas dire que nous sommes satisfaits de l'Etat du site. C'est d'ailleurs pourquoi nous ne cessons de mener des actions à son endroit.»* (enquêté, 2019). Tout comme lui, un visiteur, appréciant l'état du site dit : *« Ce qui fait mal, c'est que malgré l'importance du site il n'y a pas la prise en charge qu'il faut. Tantôt c'est des brousses même les paillottes qui sont construites sur les trous doivent être enlevées et qu'on puisse faire des hagards bien solides. L'état du site n'attire pas.»* Tout comme eux, le guide principal du site perçoit lui aussi l'état du site de la même manière. Il dit quant à lui : *« Nous avons commencé par travailler sur le site depuis 2017. Mais malgré les actions menées par la mairie pour le développement du site, nous constatons que le site peine à décoller.»* Ces différentes perceptions montrent que l'état du site n'est pas encore ce que souhaite le commun des acteurs du tourisme. Cela est dû au fait que les offres touristiques de ces sites ne répondent pas encore aux attentes des visiteurs. Puisque la plus part des visiteurs interviewés se sont désolés de l'état de ces sites et des offres qu'ils présentent en matière de la distraction et du divertissement. Or ce qui permet à un visiteur de s'intéresser à un site touristique, c'est la conformité entre l'offre de ce site et la demande du visiteur. C'est ce qu'explique Brière (1962) en disant que les déplacements ne se font pas dans n'importe quelle direction ni vers n'importe quel site; ils doivent être considérés comme la réponse à une attraction. Il va s'en dire que la perception du visiteur sur un le site touristique peut constituer pour lui soit une source de motivation ou de démotivation. Elle devient une source de motivation lorsqu'elle est bonne. De la même façon, elle démotive le visiteur lorsqu'elle est mauvaise. Pour ce qui est des promoteurs, leurs perceptions

conditionnent aussi le développement des sites touristique ; parce qu'en tant que agent, autorité ou partenaire, leur objectif c'est de voir le site se développer. Si le site n'est pas développé, les visiteurs ne viennent pas et là, ils ne pourront pas faire face aux charges d'entretien et autres. Dans cette optique, certains pensent aux stratégies à mettre en œuvre pour que le site soit développé ; et c'est ce développement du site qui fait venir les visiteurs. De plus, si malgré tout ce que font les promoteurs le site n'a pas de visiteurs comme ils l'auraient souhaité eux aussi seront démotivés et ne vont pas s'intéresser au développement du site. C'est ce qu'expliquait le para le DSP de la mairie de Djakotomey et le para juriste de la mairie de Dogbo lorsqu'ils disaient respectivement à propos du musée régional de Kinkinhoué et de la demeure des hommes à queue de Dogbo que : « *Nous essayons de parler du site aux partenaires et ils viennent voir. Si ça les intéresse, ils vont investir. Mais s'ils voient que le musée est enclavé et pas développé, et qu'il n'y aura pas le bénéfice ou les retombés économiques en tant que tel, on ne sait pas s'ils pourront répondre à notre demande* » (extrait de l'entretien avec le DSP de la mairie de Djakotomey) ». De même, le para juriste de la mairie de Dogbo voit similairement la chose en disant : « *Nous ne cessons de faire appel aux partenaires. On attend de voir s'ils vont saisir l'envergure du site pour nous aider.* » (Extrait de l'entretien avec le para juriste de la mairie de Dogbo). » Il ressort de ces propos que les partenaires ne financent que ce dont-ils sont sûre du développement. Si au regard de leurs perceptions ils n'y voient pas l'importance, ils n'y investissent pas. C'est dire donc que l'état de ces sites empêche à la fois les visiteurs de s'y intéresser et les partenaires d'investir. Si les sites ne sont pas développés, c'est dû aux difficultés que rencontrent les promoteurs dans l'exécution de leurs tâches. Il faut d'abord commencer par rappeler que le début de toute chose est difficile dit-on. Les deux sites touristiques étant au matin de leur naissance, il serait difficile de voir un développement aussi rapide que ça. Ils ont donc besoins des financements de la part des gouvernants que des partenaires. Or ces partenaires attendent de voir les sites arrivés à un niveau de développement afin de ne pas investir dans le vide. C'est ce que justifient ces propos du conservateur du musée régional de Kinkinhoué à propos du Ministère de la Culture du Tourisme et du Sport : « *Le ministre et son directeur de cabinet étaient arrivés sur les*

lieux. Ils ont constaté que le site n'est pas riche en objet d'art et ont demandé aux descendants du roi de restituer les objets qu'ils ont à leur niveau. C'est ce qu'on peut retenir globalement de son discours. » (Extrait de l'entretien avec le conservateur du musée régional de Kinkinhoué. Même si le guide principal du musée évoquait le manque de moyens financiers comme facteur essentiel empêchant la contribution de l'Etat au développement du site, il faut dire que la volonté politique du gouvernement actuel sur le développement du tourisme béninois n'est plus chose à démontrer. Même si le gouvernement a bien envie de mettre sa main à la pâte pour que soit développé ce musée, ce déficit en objet d'art observé peut amener le gouvernement à se demander si investir dans le musée dans ces conditions-là ne serait pas une perte d'argent. Il en est de même pour les partenaires qui quant à eux mises sur la rentabilité. Si après analyse ils ont vu que le site ne présente pas encore ce qu'il faut, investir serait chose dur.

Pour ce qui est de l'entretien du musée, si les agents du musée s'en plaignent alors que certaines femmes du village interviewées ont affirmé et le DSP de la maire de Djakotomey voire les agents eux-mêmes ont confirmé que ces femmes leur apportent d'aide dans l'entretien, on se demanderait ce à quoi servent les sous collectés chez les visiteurs. Les problèmes liés à l'entretien sont ceux élémentaires qu'ils vont résoudre s'ils veulent que certainement le site intéresse les visiteurs. Puisque l'état du site avec les herbes qui ne cessent d'inonder le musée par moment a fait la préoccupation du commun des visiteurs interviewés. Au site touristique de la demeure des hommes à queue de Dogbo, le constat est le même parlant de la même malpropreté. Ici, la mairie participe à la gestion du site. Puisque, « *les sous collectés chez les visiteurs à travers les tickets que nous avons remis aux guides aident la mairie.* » (Extrait de l'entretien avec le para juriste de la mairie de Dogbo.) » Ces sous sont là et pourtant le site est souvent sale. Pourquoi ne pas utiliser ces sous pour l'entretien du site ? Il se pose donc un problème d'organisation au niveau des promoteurs. Or, l'état d'un site touristique représente un facteur très important de son attraction. Ce qui fonde l'attractivité du produit est alors lié à l'organisation de l'espace, à ce qui permet la mise en valeur d'un contenu préalablement évalué comme potentiel, quels que soient le lieu et les qualités naturelles ou

culturelles de celui-ci (Gagnon, 2007). Il va s'en dire que l'aspect du lieu joue un rôle essentiel dans la valorisation du produit touristique. Quelle que soit l'importance du produit touristique, il n'attire qu'à travers la beauté ou l'image que présente son espace. Nous pouvons caricaturer en disant que lorsque vous avez un produit cher mais que mettez dans un emballage qui n'est pas attrayant, le produit est évalué au prix de son emballage. On peut même avoir un produit pas trop important et le vendre cher à travers toute l'esthétique ou toute la beauté qu'on y met. Le commun des visiteurs interviewés ont témoigné de l'envergure ou de la valeur des deux sites touristiques, mais se sont désolés de leur état. C'est le cas d'une femme autochtone qui, pour démentir les propos du guide principal selon lesquels les autochtones ne s'intéressent pas au musée disait : *« Nous connaissons la valeur du musée et nous voulons que le musée se développe. Si on ne s'intéresse pas au musée, est-ce que nous pouvons accepter nous organiser pour nettoyer le musée. Le développement du musée entraîne le développement de nos activités économiques. Le problème c'est que les promoteurs ne font pas ce qu'il faut pour que le musée puisse attirer. »* (Extrait de l'entretien avec une femme autochtone de Kinkinhoué.) » Les visiteurs expriment ainsi leurs déceptions par rapport à l'état du site. Les promoteurs doivent y réfléchir si vraiment ils veulent que les dits sites se développent.

En vue de permettre aux sites de se développer, les promoteurs du musée régional de Kinkinhoué comme de la demeure des hommes à queue de Dogbo ont mis en œuvre des stratégies. D'abord, parlant de la demeure des hommes à queue de Dogbo, le para juriste de la mairie de Dogbo disait : *« Nous avons pu curer là maintenant 1000 mètres linéaires. Le rapport Danois a révélé plus de 3000 mètres linéaires. Le curage d'un mètre a coûté 10000 à la mairie. La mairie n'a pas la capacité de curer tout en même temps ; on fait l'effort de curer 1000 mètres. Nous avons aussi fait l'effort de construire des paillottes pour que la pluie ne dégrade pas les trous. On a pu rouvrir d'autres trous et on a couvert d'autres. On a laissé d'autres comme ça mais ce qui n'arrange pas ces trous laissés. La mairie a fait l'effort de recruter certains agents pour gérer le site. On a aussi fait l'effort de dédommager les propriétaires terriens de la partie aménagée. Nous avons aussi acheté les palmiers qui sont sur la parcelle pour que ça*

serve de l'ombre aux visiteurs. » Le curage qui consiste à l'enlèvement du sable dans les trous autrefois habités par les hommes à queue afin de permettre aux visiteurs de pouvoir facilement circuler à l'intérieur est une initiative vraiment salutaire de la part de la mairie. Cela montre sa détermination à contribuer au développement du site. Aussi, le recrutement des agents est-il chose louable. Parce qu'il faut quelqu'un sur le site pour accueillir les visiteurs. En outre, il est aussi bon de construire des paillottes pour protéger les trous contre la pluie. Mais lorsque vous recrutez un agent et vous ne le mettez pas dans les conditions de son travail, il lui sera difficile de faire correctement le travail pour lequel il est recruté. De notre entretien avec l'un des guides du site, il ressort que « *le contrat de travail signé depuis 2017 n'est plus renouvelé jusqu'aujourd'hui.* » (Extrait de l'entretien avec un guide du site) ». Ça fait que les guides ne sont souvent pas présents sur le site. Ils viennent parfois sur le site sur rendez-vous, ou quand ils n'ont rien à faire. Ceci parce qu'ils ne sont pas payés, alors qu'ils doivent manger et faire face à leurs besoins. Dans ces conditions, si le touriste vient et il faut qu'il commence par chercher le numéro des guides sur les murs et les appeler, quel serait son état d'âme. Il va se décourager. Imaginer le visiteur va quitter peut-être la France, l'Amérique..., ça ne l'encourage pas. Et comme ça, non seulement il n'aura plus envie de revenir, mais il ne parlera aussi non plus du site à d'autres personnes ; car le service qu'il aurait attendu ne lui a pas été rendu. Dans le domaine des affaires, le client est roi dit-on. Peut-être que le visiteur a fait le programme de quitter ce site et aller plus vite sur d'autres sites. Déjà vous avez faussé son programme et comme ça il est démotivé et il n'aura plus une bonne impression du site. Aussi, faut-il dire que les paillottes construites sur le site pour protéger les touristes contre la pluie ont rendu vilain le site. Un visiteur interviewé disait : « *Ces paillottes je ne sais pas pourquoi on a placé ça. Ça dégrade l'image du site. On peut enlever tout cela et construit des hangars bien solides et jolis.* » (Extrait de l'entretien avec un visiteur) » Ce visiteur n'est pas le seul puisque l'un des guides nous faisait comprendre que : « *le jour où le directeur de cabinet du Ministère de la Culture du Tourisme et du Sport (MCTS) était arrivé sur les lieux, il avait évoqué le même problème.* » (Extrait de l'entretien avec un guide) ». Cette stratégie mise en place par les promoteurs n'est pas du goût des visiteurs. Plus loin, un autre

autochtone dira : « *je ne vois pas l'importance de ces paillottes. Le site n'a pas l'aspect d'un site touristique. C'est comme si on est venu au champ. Même quand la pluie va commencer, les pailles vont se décomposer et là ce qu'ils refusaient va commencer par se passer. L'eau va entrer dans les trous.* » Cette affirmation de cet autochtone pour ne pas la qualifier d'une prophétie, est une réalité. Puisque en cette période de pluie, les pailles sont vraiment décomposées et l'eau entre dans les trous. Nous l'avons constaté lors de la collecte des données. Dans ces conditions, les visiteurs ne peuvent pas entrer dans les trous, ou ils vont y entrer avec méfiance. Alors qu'ils sont arrivés pour se divertir ou se distraire. Certains visiteurs se sont aussi plaints du discours des guides qui n'expliquent pas correctement les choses pour qu'ils puissent comprendre. Et ça c'est dommage. L'histoire joue un rôle essentiel dans l'existence d'un site touristique. On dirait même que c'est ce qui fonde le site touristique. Il serait horrible que les guides n'arrivent pas à bien expliquer les choses aux visiteurs ; puisque c'est le principal produit touristique que le visiteur est venu acheter. Nous n'avons pas douté de cette affirmation de ces visiteurs parce que l'un des guides nous disait que : « *Nous voulons que les gens de la mairie nous entraînent sur le discours que nous allons servir aux visiteurs. Parce qu'il y a des choses qu'ils connaissent mais que nous ne connaissons pas.* » Cette affirmation montre déjà que les guides n'ont pas parfaitement maîtrisé le travail pour lequel ils sont là. Ils ont donc besoin d'appui. L'autre chose à déplorer, c'est qu'il manque de communication ou de publicité autour du site. Même si on convient avec les promoteurs de ce site que le fait de ne pas pouvoir inscrire le site dans le répertoire des sites touristiques du Bénin peut empêcher les étrangers de s'y retrouver, ils devraient faire en sorte que les habitants de la commune tout au moins connaissent le site ; ce qui n'est pas le cas. Un visiteur nous disait ce qui suit : « *Moi je suis de Dogbo. Mais je ne savais même pas s'il existait un site touristique d'une telle importance dans ma commune. C'est un jour que nous voulons faire une sortie pédagogique et le professeur nous a parlé du site de la demeure des hommes à queue et nous sommes partis.* » Cette affirmation montre que même dans la commune, très peu savent qu'il existe un site touristique. Même les élèves qui font partie des meilleurs consommateurs du produit touristique ne le savent pas. La belle preuve,

cet interviewé l'a témoigné. On se demande à qui les promoteurs veulent enfin vendre leur produit touristique, si les meilleurs consommateurs de ce produit sont restés sous informés ?

Au musée régional de Kinkinhoué le constat est le même. A ce niveau, les visiteurs se sont beaucoup plus plaints du manque d'esthétique dans la maison. Un visiteur disait à cet effet: « *Un musée qui s'étend sur une superficie de trois hectares, c'est énormes. On peut y en planter des fleurs des arbres. Les chambres là qu'il y a sur le site, au lieu de les laisser comme ça, on peut les occuper ou les arranger pour qu'elles servent de salle de repos ou de restauration au visiteurs qui viendront en grand nombre* ». Cette affirmation du visiteur est fondée parce que même déjà certaines chambres se gâtent. Plus vite une chambre se gâte si on ne l'habite pas que si on l'habite. Un autre visiteur dira : « *Sur un grand site comme ça, il doit avoir normalement une salle de jeu. Pour que les jeunes viennent de temps en temps ici pour se distraire. Là la maison ne sera plus souvent herbeuse. Parce que c'est parce qu'il n'y a pas d'homme régulièrement sur le musée que les herbes poussent très vite. Ils ne vont pas dire qu'ils manquent de salle pour faire ça. Ils n'ont qu'à innover. On ne sent pas une innovation sur le site.* » Extrait de l'entretien d'un visiteur, 2019 » Ce visiteur exige de la part des promoteurs l'innovation ou la modernisation du musée à travers l'aménagement des choses déjà existantes.

L'autre initiative bien pensée mais mal exploitée, c'est la séance de sensibilisation organisée dans les écoles et collèges de la commune. A priori on peut se demander pourquoi restreindre la sensibilisation à la commune de Djakotomey seulement. Alors que le DSP dans ses propos reconnaît que : « *Le musée étant un musée régional, ça englobe toutes les communes du Couffo. Djakotomey peut se retrouver dans ce musée, Lalo, Toviklin, toutes les communes du Couffo peuvent se retrouver là.* » (Extrait de l'entretien avec le DSP de la mairie de Djakotomey.) » On pouvait élargir la séance de sensibilisation à toute les communes du département. Aussi faut-il souligner que depuis cette première sensibilisation, rien n'est plus fait. Cette sensibilisation doit se faire chaque année avec quelques brochures sur l'histoire et les autres produits du musée. Oui, elle doit être renouvelée chaque année pour la première raison selon laquelle dans les écoles et collèges, ce ne sont pas les mêmes personnes qui étaient là l'année passée qui sont encore là

cette année. Il y a d'autres qui partent et d'autre qui viennent. La deuxième raison, c'est que la répétition fait partir des techniques de marketing. Ça permet d'attirer d'avantage l'attention du client sur la valeur du produit qu'on veut lui vendre. Mais si c'est une fois en passant, les clients ici qui sont les futurs visiteurs du musée ne vont pas y accorder l'attention qu'il faut. Ce qui étonne encore, c'est qu'aucun des promoteurs interviewés n'a dit qu'ils ont fait des communiqués radios. C'est à croire que les élèves et écoliers sont les seuls concernés par le musée. Tout le monde peut faire le tourisme. Et pour parler du musée à tout le monde, c'est par les canaux populaires : la radio, la télévision l'internet etc. On voit donc que sur les deux sites touristiques les stratégies mises en place ne sont pas bien définies

Conclusion

Les investigations sur le sujet «demeure dite des hommes à queue» (Dogbo) et musée regional de Kinkinhoue : quelques perceptions sociales d'acteurs ont été une opportunité d'examiner le fonctionnement desdits sites. Les sites touristiques sont des lieux aménagés pour protéger et conserver des patrimoines culturels à des fins touristiques. Les musées en font partie et sont considérés comme des institutions permanentes sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouvertes au public, qui acquièrent, conservent, étudient, exposent et transmettent le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation. Ils visent à contribuer au développement. Le développement touristique est le passage d'un état jugé moins satisfaisant des sites et des activités qui s'y déroulent à un état jugé plus satisfaisant. Dans cette perspective, il importe de recueillir les perceptions sociales des acteurs. En effet, le développement passe par la prise en compte des préoccupations des acteurs. Selon Kotler (1997), la perception est le processus par lequel un individu choisit, organise et interprète des éléments externes pour construire une image cohérente du monde qui l'entoure. On pourrait en déduire que l'analyse des perceptions sociales des acteurs sur la «demeure dite des hommes à queue» (Dogbo) et le musée regional de Kinkinhoue permet de mieux appréhender leur développement.

La présente recherche a montré que ces sites éprouvent de difficultés à décoller. Pour résoudre ces problèmes et permettre le développement de ces sites, les promoteurs ont mis en œuvre des stratégies. Mais la recherche révèle que les stratégies mises en œuvre par ces promoteurs n'ont pas pu permettre ce développement.

Cependant la faible visibilité dont souffrent ces sites touristiques ne doit pas être perçue comme une fatalité. Il revient à présent de prendre en compte en plus des autres mesures, les préoccupations recueillies chez les acteurs pour faciliter le développement de ces sites touristiques du département du Couffo.

REFFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- AKOHA Paul, « Potentialités touristiques du Bénin et opportunités d'emplois. » Consulté le 15 février 2019. URL : <http://journals.openedition.org>. P.15.
- ALOMAKPE Comlan, 2016, « Rôle du capital humain dans la promotion des sites touristiques ». Consulté le 15 février 2019. URL : <http://journals.openedition.org>. 14p.
- BOYER Marc, 1982, *Le tourisme*, Paris, édition du seuil, 312p.
- Brière Roger, 1962, « Attractivité touristique » consulté le 14 mars 2019. URL : http://journals.openedition.org/teoros/792_pp_14-21
- BRUNER Edward, 2004, « culture on tour : Ethnographies of Travel ». The University of Chicago Press, 312 p.
- GAGNON Serge, 2007, « Attractivité touristique et « sens » géo-anthropologique des territoires », consulté le 14 mars 2019. URL : http://journals.openedition.org/teoros/792_pp_14-21.
- KOTLER Philip, 1997, *Marketing management Analysis, Planning, Implementation, and Control*. 9ème édition, Prentice Hall, Upper Saddle River, 789 p.
- OMT, 2004, « contribution de l'OMT au sommet mondial pour le développement rural ». 61p.
- PARSONS Talcott, 1951, *The Social System*. New York, the Free Press, 599p.