

LE TOURISME CULTUREL DANS LA VILLE DE GOMA, PROVINCE DU NORD-KIVU

MPOZAYO BERU Jean Marie-Vianney

Assistant à l'Institut Supérieur de Tourisme de Goma

SEBUNYENZI SEBAKUNZI Michigan

Assistant à l'Institut Supérieur de Tourisme de Goma

KAMORI BAZIRUKIZE Eric

Assistant à l'Institut Supérieur de Tourisme de Goma

SIVENDIRE KATEMBO

Assistant à l'Institut Supérieur de Tourisme de Goma

INTRODUCTION

Le tourisme culturel a toujours existé. Au sens propre du terme, tout tourisme est culturel. Le touriste décide de sortir de chez lui, d'aller ailleurs, découvrir autre chose ou lui-même à travers cet autre chose. Partir pour découvrir un autre pays (région), son mode de vie, ses richesses culturelles, ses traditions, son climat, ses paysages, c'est évidemment culturel. Partir pour découvrir son corps, son âme ou leur échapper en recherchant de nouvelles expériences, c'est également culturel.

Chaque touriste apporte de manière explicite ou implicite sa propre culture et la confronte avec celle des autres touristes, avec celle des professionnels du tourisme locaux : chauffeurs, accompagnateurs personnels d'hôtels, ou restaurants, guides et avec celle des populations du territoire d'accueil.

L'UNESCO définit le patrimoine culturel comme des monuments (œuvres architecturales, sculpturales, picturales), des ensembles urbanistiques ou de sites (archéologiques ou non) qui ont une valeur du point de vue historique, artistique ou scientifique.

Dans toutes les sociétés humaines, ce patrimoine a de multiples fonctions : historiques (support de mémoire), pratiques (techniques adaptées), symboliques (porteurs d'identité), sociales et psychologiques (solidarité, activités collectives).

En termes économiques, le patrimoine culturel peut apporter une contribution non négligeable par le biais du tourisme et de l'artisanat ; en termes de conservation de l'environnement et de

développement durable, la somme des connaissances accumulées par les différentes sociétés ne saurait être négligée (C. GAULTIER-KURHAN, 2001).

L'engouement pour tout ce que peut représenter les héritages historiques et culturels justifie l'importance croissante des flux touristiques « culturels » à travers le monde. Selon le pays, cela peut représenter jusqu'à 30% de la fréquentation touristique locale (Rwanda, Kenya,...). La culture est de plus en plus un déclencheur touristique de masse, et, à ce titre, mérite l'intérêt et le respect des professionnels du tourisme.

La culture, consubstantielle à la destination, s'apparente à son identité. Face au visiteur, les productions culturelles jouent dans le sens d'une culture enracinée dans la mesure où son regard tend à sélectionner ce qui fait la différence avec les autres destinations (C.O. du CLUSEAU et J.M. TOBELEM, 2009).

Le tourisme culturel est celui représenté par les voyages motivés à travers des manifestations d'ordre culturel, artistique caractérisant une société donnée. Il concerne les manifestations artistiques (musées, festivals, concerts), les fêtes, la gastronomie, les sports, la politique, les ouvrages militaires (Mur de Berlin) (A.MESPLIER, P.BLOC DURAFFOUR, 2002).

La dimension culturelle de Goma n'est pas simplement constituée par une addition d'objets de culture. C'est toute la culture locale et nationale qui est concernée dans ce qu'on pourrait appeler « les productions culturelles », c'est-à-dire toute la dynamique et tous les aspects de sa vie culturelle : la morphologie des sites, ses monuments, son histoire, son patrimoine des us et coutumes locales et nationales, les fêtes, les traditions. Matérielle ou immatérielle, la culture gomatracienne existe sous forme d'enracinement sur le long terme et dont la reconstruction et l'adaptation sont permanentes.

Pour concrétiser cet article, nous avons recouru à la méthode descriptive qui nous a permis de répertorier et de décrire les différents atouts culturels de la ville de Goma. Et pour récolter et analyser les différentes données, nous avons recouru aux techniques suivantes :

- **documentaire** : elle nous a permis de compiler différents ouvrages, rapports, cours ayant trait avec notre sujet d'étude.
- **observation directe** : elle nous a permis d'être en contact direct avec la réalité culturelle de la ville.

- **Interview** : elle nous a permis d'interroger différents acteurs afin d'avoir les informations à la source.

Outre l'introduction et la conclusion, notre article comprend trois sections : la première retrace la touristicité culturelle de la ville de Goma, la deuxième établit l'état des lieux des productions culturelles dans la ville et enfin la troisième propose des perspectives pour un tourisme culturel et effectif dans la ville.

I. DE LA TOURISTICITE CULTURELLE DE LA VILLE DE GOMA

La ville de Goma possède de multiples potentialités culturelles tant matérielles qu'immatérielles. Mais la plus grande potentialité consiste en la diversité d'ethnies autochtones de la Province du Nord-Kivu : Hunde, Hutu, Tutsi, Kano, Kusu, Mbuti, Nande, Tembo, Nyanga, Rega, auxquelles s'associent d'autres ethnies de la RD Congo (Kongo, Luba, Ngbandi, ...).

Ces différentes ethnies constituent le réceptacle du patrimoine immatériel de la RD Congo, en général, et de la province du Nord-Kivu, en particulier. Ce patrimoine comprend :

- **l'oralité** : science de socialisation s'appuyant sur les contes « hadisi », les devinettes « kitendawili », la transmission de connaissances (quand un vieillard africain meurt, c'est toute une bibliothèque qui disparaît),
- **les traditions** : héritages du passé consistant en la manière d'être, de faire à travers le folklore « Ntore », les jeux « mangula », les sports « kabubu ».
- **les coutumes** : habitudes collectives d'agir, transmises de génération en génération, telles que le mariage à travers ses joutes oratoires, le deuil, les cérémonies d'initiation, ...

La ville de Goma s'est organisée pour exploiter ce formidable patrimoine culturel à travers :

a) Le ballet interculturel provincial (BIP).

Il réunit toutes les ethnies de la province du Nord-Kivu dans le but de brasser la diversité culturelle, de procéder à l'échange interculturel et surtout de faciliter la pacification. Ce ballet fut créé le 20 Novembre 2002 par les autorités politico administrative de la province.

Tableau N°I Différentes ethnies de la province du Nord-Kivu et leurs folklores

Ethnie	Langues	Folklores	Territoire d'origine
HUNDE	Kihunde	Luanda	Walikale
KANO	Kikano	Mukolo	Walikale
HUTU	Kinyarwanda	Mudiho	Rutshuru
		Mutulo	Masisi
KUSU	Kikusu	Bilumbu	Walikale
NANDE	Kinande	Matakio	Beni, Lubero, Butembo
	Kiyira		
NYANGA	Kinyanga	Nduma	Walikale
		Bukondo	
KUMU	Kikumu	Ntore	Nyiragongo
TEMBO	Kitembo	Mutongo	Walikale
TUTSI	Kinyarwada	Ntore (hommes)	Masisi
		Marisa (femmes)	Rutshuru
			Nyiragongo
REGA	Kirega	Mukokoli	Walikale
MBUTI	Kimbuti	Ikinyarurembo	Rutshuru
			Nyiragongo

Source : Résultats d'enquêtes sur terrain

A ces ethnies locales, le BIP a intégré d'autres tribus de la RD Congo avec leurs folklores :

- Maniéma :
- les Songe avec le Bilumbu
- les Bazimba avec le Mundanda
- Sud Kivu : - les Shi de Kabare avec le Biniga
- Le Katanga : - les Bahemba avec le Mbuli

Sans oublier un groupe d'acrobates (Interview S. Shememe, Secrétaire BIP, 2011).

b) Cette diversité ethnique entraîne également une diversité gastronomique exploitée à travers différents mets et boissons (kasisksi, Mandrakwa, Musururu, ...) proposés dans divers restaurants et débits de boissons.

c) Création de plusieurs associations pour encadrer les artistes et artisans :

- L'union des Jeunes Artistes Dessinateurs et Peintres, Espace de Recherche, d'Initiation et de Création Artistique (UJADEP. ERICA,), créé le 25 Juillet 2005. Elle a comme objectifs de :
 - lutter contre la délinquance juvénile à travers la pratique de l'art.
 - contribuer à la sensibilisation de la paix en RD Congo en général et au Nord Kivu en particulier.

Elle a deux domaines d'intervention.

1. un point central comprenant des activités génératrices des recettes pour son fonctionnement : Impression sur T-Shirts, Calicots, production de bandes dessinées (Bwana Ushindi en collaboration avec Children Voice et projet Hima, la Résolution 1612 avec Save the Children) ; conception et impression d'affiches (CENI) ; peinture (tableaux, portraits, panneaux publicitaires) ; sérigraphie ; création logos.
2. centre culturel et artistique pour servir de cadre d'émulation de découverte de suivi, d'encadrement, de population, de production et d'exposition des talents du Nord-Kivu. Dans ce cadre, elle produit le théâtre, la musique (l'album que la fête commence) ; le cinéma (films Bwana Muzuri ; une larme, un sourire) ; la poésie avec Mr GUILLAUME BUKASA comme encadreur, la danse contemporaine, folklorique et l'acrobatie.

Parmi les réalisations de l'UJADEP/ERICA, nous avons l'organisation du festival annuel des jeunes du Kivu, JAKI LEO, tous les 29 Décembre. Ce festival en est à sa troisième édition. Il offre une plate forme d'expression aux jeunes talents sur les questions d'actualité et un apprentissage aux artistes locaux des nouvelles techniques artistiques renouvelées.

L'UJADEP/ERICA souhaite mettre en place une école d'art permanente en vue de constituer la pépinière d'artistes professionnels à l'Est de la RDC (Interview accordée par Mlle Wivine

KOMBI, assistante financière et membre du département genre de l'UJADEP/ERICA, le 08/06/2011).

- L'Association des Artistes et Vendeurs des Oeuvres d'Art au Nord-Kivu (ASAVENOKI) regroupe les revendeurs d'œuvres d'art produits localement et venant des provinces du Maniema, du Shaba et des deux Kasai. Elle expose ses produits au niveau du Rond-Point des Banques.
- L'Association de vendeurs et sculpteurs du Nord-Kivu (ADVESCUNOKI) comprend des ateliers de sculpture et des points de vente disséminés dans la ville.
- d) Quelques troupes de théâtre : les Amis du Kivu (AMIKI), Nyiragongo, Moideni, Mupendaraha... dont la plupart pratiquent beaucoup plus la bouffonnerie que le théâtre classique. Nous observons également quelques troupes appartenant à des institutions scolaires (Institut Mwanga, Lycée Chemchem, ...) qui pratiquent le théâtre classique africain. Le centre culturel français encadre aussi les jeunes dans ce domaine.
- e) Quelques orchestres jouant la musique moderne (Esthética Musica, La Financia Esthética, ...), folklorique (le groupe de Fabrice Munfritsa), la musique internationale (Reggae avec Mak el Sambo, le RAP avec Jackson,...). Le jeune chanteur Innocent BALUME de Maisha Soul, a reçu le prix de Vodacom Superstar, édition 2010, des mains de l'artiste Sénégalais Américain Akon. Nous remarquons également des mariachi évoluant dans les restaurants d'hôtels de classe internationale (KARIBU, CAP KIVU, IHUSI, ...).
- f) Le cinéma avec la production de quelques courts et longs métrages :
 - MUKATABA avec Iole Africa
 - Vérité éclatante, C'est quoi l'idéal de USHINDI Production
 - Pomme de discorde de Collywood
 - Mimba, série télévisée de trois saisons avec Congofilm.
- g) l'organisation du concours de Miss Nord-Kivu par la Division provinciale du Tourisme (DIVITOUR).
- h) Quelques maisons reflétant l'artisanat africain à travers la couture, la coiffure, ...

II. ETAT DES LIEUX

Les patrimoines d'une ville sont aussi multiples que l'histoire et mémoire des groupes sociaux linguistiques et ethniques qui y évoluent et s'y produisent. Certains ont acquis leur lettre de noblesse exprimée dans la monumentalité de leurs infrastructures et de leurs formes, d'autres n'ont été érigés au plan patrimonial que récemment après un travail de mise en évidence, de revendications et d'aménagements de la part de ceux qui s'y connaissent (C.ORIGET du CLUSEAU JM. TOBELEM, 2002).

Pour le cas de la ville de Goma, la fragilité de l'aménagement matériel mais aussi mémorial et social de son patrimoine culturel rend la question de sa présentation à un public touristique difficile. Le contexte socioéconomique de la ville et la mise en place de stratégies de développement intégré relève de la gageure.

La ville de Goma s'est sommairement organisée pour exploiter son patrimoine culturel et ce, malgré sa diversité.

- **Le manque de politique culturelle** : les différents acteurs tant publics que privés ne peuvent pas évaluer les potentialités culturelles, mettre en place des stratégies adaptées, des cibles susceptibles d'être concernées, ni élaborer un plan d'action et de promotion en vue de les atteindre.
- **Le manque d'appui institutionnel** pour la cohérence nécessaire entraîne une exploitation superficielle de l'action culturelle dans l'offre touristique.
- **Le fond pour la promotion de la culture (FPC)** n'a plus son statut initial de budget pour ordre (BPO), c'est-à-dire affecté d'office aux dépenses répondant à son objet, celui de promouvoir la culture, les artistes, les associations culturelles en terme de formation et de soutien matériel et financier. Aujourd'hui il est incorporé dans le budget du trésor public (budget de fonctionnement).
- **La société congolaise de droits d'auteurs et droits voisins (SOCODA)**, anciennement SONECA, ne remplit plus sa mission de défendre les droits et intérêts des artistes, écrivains et musiciens. Elle se limite aujourd'hui à la perception des redevances sans pour autant effectuer des actions à impact visible. En 2010, le ministère de la culture et des arts avait débloqué un montant de deux millions de dollars pour ce faire, mais ce montant n'a jamais atteint ses destinataires.

- Le manque de productions culturelles suite au déficit d'infrastructures (salles, musées, monuments, sites historiques,...) et d'animateurs compétents. On reproche à ceux-ci une approche subjective, la dénaturation de la culture (folklorisation, sacralisation, tarification des ressources,...), l'altération de l'authenticité par diverses falsifications et accentuant ainsi de déficit de l'image culturelle de la ville.
- La population ne peut ou ne veut pas s'intéresser au culturel du fait du manque d'information et/ou de motivation.
- Le patrimoine immatériel est menacé par les conflits récurrents, la mondialisation et le peu d'intérêt lui accordé par les jeunes.
- Le cinéma gomatracien en particulier et même congolais, en général, reste à l'état embryonnaire du fait du manque de promotion, d'infrastructures (décors) et d'équipements appropriés. Il en va de même pour le théâtre.
- La rentabilité du culturel n'est pas effective suite à une approche superficielle, au manque de salles de spectacles et d'expositions, au manque de productions culturelles, de marketing approprié et surtout suite à l'insécurité endémique qui sévit dans la région.

Tableau II. Nombre d'œuvres d'art vendues et leurs valeurs

Années	Nombre d'œuvres d'art vendues	Valeurs en dollars
2002	577	1332
2003	364	60
2004	244	-
2005	1331	73,5
2006	2525	401,25
2007	3102	1.733,58
2008	862	67
2009	920	455

Source : Division provinciale de la culture et arts Nord Kivu, 2010.

Vous constaterez l'inadéquation entre le nombre d'œuvres d'art vendu et les recettes réalisées. La valeur des œuvres d'art vendues en 2004 n'a pu être relevée suite à la guerre.

III. PRESPECTIVES

La renommée culturelle d'une ville repose sur la richesse de son patrimoine artistique, la qualité des spectacles qu'elle offre aux visiteurs. Dans ce domaine, la curiosité ne connaît pas de limites : intérêts pour le folklore, l'artisanat, la gastronomie, les fêtes locales, voire les sites industriels. Les manifestations sportives et même la politique peuvent également engendrer des déplacements touristiques (A. MESPLIER P. BLOC DURAFOUR, 2002).

Constater l'innovation et l'investissement culturel et touristique dans la ville de Goma ne suffit pas. Ensemble et forts de leurs compétences respectives, les acteurs touristiques et culturels devraient conduire une action conjointe dans la revitalisation des références culturelles passées et accumulées au fil des ans et dans l'innovation que la ville devra absorber et adopter.

Le travail sur la culture et le tourisme serait hautement contributif à la production d'une identité réaffirmée et dynamique. Le renouvellement des propositions serait la meilleure stratégie offensive pour faire face aux menaces qui pèsent sur le tourisme et la culture (C.ORIGET du CLUSEAU, J.M. TOBELEM, 2009).

Pour un meilleur avènement du tourisme culturel à Goma, il faudrait veiller aux points suivants :

- Revoir la politique culturelle. Pour cela il faut :
 - bien visualiser les objectifs à atteindre : objectifs cognitifs (faire connaître), objectifs affectifs (faire aimer) et objectifs comportementaux (faire agir).
 - Décider des moyens pour atteindre ces objectifs par des activités stratégiques correspondant aux étapes de réflexion, de définition de moyens et de leur planification et des activités opérationnelles dans lesquelles entrent toutes les actions effectives envisagées à travers d'un plan de marchéage (C.VON DER YEUGTH , 1999).
 - Réhabiliter les institutions culturelles afin qu'elles puissent remplir leurs attributions et agir en profondeur (SOCODA, FPC).
 - Accentuer la présence de la ville sur de nouveaux marchés de la culture. Les sites ludoéducatifs, à mi-chemin entre l'éducatif et le divertissement répondent à une demande pour des connaissances culturelles, scientifiques à travers

un accès facilité : musées vivants, visites guidées à thèmes avec des guides costumés, spectacles, ... (I.FROCHOT, P. LEGOHEREL, 2010).

- Favoriser l'accès à la ville et sa commercialisation par les nouvelles technologies : ventes par Internet, réservations en ligne, blogs de visiteurs (N.MINVIELLE, 2008).
- Elaborer un guide pratique pour la mise en tourisme des sites, des lieux, des événements de la culture en présentant toutes les étapes de la commercialisation de l'offre culturelle à des fins touristiques : les acteurs, les clientèles et une définition globale de l'offre.
- L'ingénierie touristique doit pouvoir mettre en exergue la valeur de la culture dans le but de conforter la ville, son identité, l'esprit des monuments (Chikudu), des musées (à créer) et la formation continue des professionnels de la culture (L.BOTTI, PEYPOCH, B.SOLONNANDRASANA, 2002).
- L'offre d'identité de la ville devra évoluer en fonction de nouvelles connaissances historiques. Il faudra miser sur l'intelligence des touristes et sur leur recherche de vérité. L'imaginaire devra également constituer une des clefs de la destination, car la ville en est chargée.
- Ne pas muséifier la culture en se limitant à son passé. Les professionnels devront apporter des réponses aux questions posées par l'accueil des touristes : qu'attendent-ils ? Que faut-il ajouter, modifier, corriger dans la façon de concevoir l'offre ? Il faudra également trouver des solutions aux problèmes posés par les touristes : hébergement, restauration, divertissement, découverte de la ville, ...
- La synergie de la rencontre entre les touristes culturels et les gomatraciens doit être exploitée : la demande de mieux comprendre la ville, son histoire, son actualité doit correspondre à la volonté de leur rencontre.
- Prétendre valoriser le patrimoine de la population sans tenir compte de son identité est un non sens. Il ne faut pas perdre de vue que la notion de patrimoine culturel en tant que possession collective de cette population transmise depuis un passé lointain au proche, est une base de construction identitaire (C.GAUTIER KURHAN, 2001). Etant la trace visible de son passé, le patrimoine culturel rend manifeste, palpable

la notion d'identité intime des gomatraciens.

- Favoriser la promotion du cinéma et du théâtre à travers des textes appropriés et la disponibilisation d'infrastructures et équipements conséquents.
 - De manière générale, élaborer une stratégie touristique et culturelle qui devra appuyer sur les axes suivants :
- Sauvegarder le patrimoine culturel matériel et les trésors humains (patrimoine immatériel).
- Diversifier l'offre culturelle
- Préconiser l'installation de musées
- Redéfinir une culture « entre les lieux » qui tienne compte du continuum des visites (I. FROCHOT, P.LEGOHEREL, 2010).
- Promouvoir la gastronomie et l'œnologie.

Dans cette optique, la culture moins isolée, pourra être conjuguée avec les autres formes de tourisme que sont le tourisme urbain, le tourisme balnéaire, la randonnée et le tourisme de bien être.

CONCLUSION

La culture n'est pas un héritage que l'on touche facilement. Pour les gomatraciens ne pas la faire fructifier, c'est la laisser mourir et se priver de répondre à certains besoins essentiels de la communauté ; pour les visiteurs, c'est les priver et les faire passer à côté de la destination qui motive ou motiverait leur déplacement (C. ORIGET du CLUSEAU, J.M. TOBELEM, 2009). Après des années d'ignorance souvent réciproque, le monde de la culture et celui du tourisme doivent comprendre qu'ils ont intérêt à travailler ensemble pour des raisons économiques, sociales ou symboliques.

Economiquement, tourisme et culture sont faits pour se rencontrer. Si le tourisme coûte, il est une source de dépenses communément acceptée. Le tourisme joue un rôle atténuateur de coût et, à travers sa dimension internationale, il permet de financer partiellement la culture par des ressortissants étrangers et d'éviter de faire de ce secteur tributaire de la seule subvention publique nationale (C.ORIGET du CLUSEAU, J.M. TOBELEM, 2009).

La valorisation du tourisme culturel gomatracien ne sera possible à long terme que lorsque les différents acteurs, tant publics

que privés, seront davantage conscients qu'il ne s'agit pas d'un luxe superflu : un travail de sensibilisation en profondeur reste à faire.

Dans un contexte où tout peut devenir touristique comme patrimonial, cet article vient à point nommé apporter des pistes de réflexion et de modes d'emploi d'une relation culture-tourisme plus effective et plus passionnante.

I. BIBLIOGRAPHIE

1. BOTTI Laurent et PEYPOCH Nicolas et SOLONANDRASANA Bernardin, *Ingénierie du tourisme*, Ed. de Boeck, Bruxelles, 2008.
2. FROCHOT Isabelle, LEGOHEREL Pierre, *Marketing du tourisme*, Ed. Dunod, Paris, 2007.
3. GAULTIER KURHAN Corinne, *Le patrimoine culturel Africain*, Ed. Maisonneuve et Larose, Paris 2001.
4. LOZATO-GIOTAR Jean Pierre, BALFET Michel, *Management du tourisme*, Ed. Pearson Education, Paris, 2009.
5. MESPLIER Alain, BLOC DURAFOUR Pierre, *Le tourisme dans le monde*, Ed. Bréal, Paris, 2011.
6. MINVIELLE Nicolas, *Design des lieux d'accueil*, Ed. Boeck, Paris, 2008.
7. ORIGET DU CLUSEAU Claude, TOBELEM Jean Michel, *Culture, tourisme et développement*, Ed. L'Harmattan, Paris, 2009.
8. VONDERYEUGHT Corinne, *Mercatique hôtelière et touristique*, BPI, Turin, 1999.

II. INTERVIEW

1. SHEMEME Salomon, Secrétaire du ballet interculturel provincial, *interviewé au campus du lac/Goma, le 28 Septembre 2011*.
2. KOMBI Wivine, Assistante financière et membre de département genre de l'UJADEP/ERICA, *interviewé à Goma, le 08 Juin 2011*.