

INSTITUT DESTREE

CONFERENCE INTERNATIONALE

7- 8 mars 2008

PALAIS DES CONGRES LIEGE

MILLENNIA 2015

**FEMMES ENTREPRENEUSES ET
NOUVELLES
COMPETENCES PARTICIPATIVES**

**LES FEMMES DANS L'ENTREPRISE
TOURISTIQUE AU CAMEROUN**

Par Madame MENG Jeanne

Cameroun

INTRODUCTION

Le concept du tourisme

L'analyse de grands théoriciens tel que le Professeur HUNZIKER-KRAPF a montré depuis la seconde moitié du 20^{ème} siècle, que le tourisme est à la fois un phénomène qui relève du fait individuel ou collectif de se déplacer, en même temps qu'il est une industrie fondée sur les voyages. Selon cette conception réaliste :

- le tourisme est l'expression d'une mobilité humaine et sociale fondée sur excédent budgétaire susceptible d'être consacré au temps passé à l'extérieur de la résidence principale. Il implique au moins un découcher, c'est-à-dire une nuit passée hors du domicile, quoique d'après certaines définitions il faille quatre ou cinq nuits passées hors de chez soi. Il concerne un déplacement d'agrément, s'appuie sur un ou plusieurs types de loisirs conjugués ou successifs. Il répond à un certain besoin d'évasion conduisant au dépaysement momentané ou périodique. D'abord réservé essentiellement aux catégories fortunées de la société, il visa dès l'origine l'exotisme et dépassa d'habitude les confins nationaux. La législation sociale contemporaine en fit un droit pour tout travailleur, d'abord en pays industrialisé, puis progressivement dans les régions en voie de développement. Devenu ainsi un phénomène de civilisation qui s'adressait aux masses laborieuses en même temps qu'aux couches aisées de la population, le tourisme finit par pénétrer fortement les mentalités; il alimenta les rêves, suscita un monde nouveau d'images. A présent, il fait l'objet de préoccupations annuelles. Après avoir marqué le rythme de vie de façon exceptionnelle, il a pris un caractère périodique, répétitif.
- le touriste est un voyageur qui passe au moins 24 heures hors de sa résidence habituelle, avec tout ce que cela peut entraîner de dépenses (transport, hébergement, restauration, etc...)
- l'industrie touristique est une activité organisée qui génère des utilités, crée des richesses, stimule l'économie.

A ce niveau de réflexion ou d'observation, on peut déjà se demander si la femme active dans le secteur touristique est dotée de compétences nécessaires pour mieux exploiter les opportunités d'autonomisation que le tourisme peut lui offrir?

I- LA FEMME DANS L'INDUSTRIE TOURISTIQUE AU CAMEROUN

Les impératifs de démocratisation, de justice sociale et de lutte contre la pauvreté recommandent désormais l'instauration de mesures visant à établir une égalité de chances entre l'homme et la femme, en combattant les disparités souvent constatées au détriment du sexe faible, traduites dans des conceptions et pratiques qui ont longtemps défavorisé la femme et entraîné à tout le moins sa mise en minorité dans certains milieux socioprofessionnels, politiques et même religieux.

1-1 Au niveau des emplois directs

Hôtellerie, Restauration et Agences de tourisme sont indubitablement des terrains de prédilection favorables à l'épanouissement de la femme aujourd'hui. En effet :

a) On y assiste depuis une décennie notamment, à un renversement des proportions dans les effectifs du personnel dans la mesure où la majorité prépondérante naguère détenue par les hommes tend à s'effriter.

b) D'une manière générale, on peut affirmer que la population féminine en activité dans le secteur touristique a plus que triplé par rapport à ce qu'elle était dans les années 70 du 20^{ème} siècle.

Dans certains domaines, elles sont plus efficaces et entreprenantes; c'est le cas :

- des agences de tourisme où 80% ont chacune une femme pour promotrice;
- de la restauration où près de 75% des établissements autorisés par le Ministère du Tourisme appartiennent à des femmes;
- de l'hôtellerie où 2 des 10 plus grands hôtels de Yaoundé par exemple ont chacun une femme pour promotrice.

II- LES OPPORTUNITES DE FORMATION SUR LE TOURISME AU CAMEROUN

Le Cameroun offre les possibilités de formation dans les structures ci-après :

- 1) L'école d'Hôtellerie et de Tourisme de la Communauté Economique et Monétaire de l'Afrique Centrale de Ngaoundéré où l'on retrouve les options Cuisine, Bar/restaurant, Restauration (niveaux BEPC, CAP, BAC));
- 2) L'université de Yaoundé I et établissements assimilés (SIANTOU Supérieur, NDI SAMBA Supérieur où on forme en tourisme et en gestion).
- 3) Les Ecoles et Centres de Formation en Hôtellerie : CEFOPRAH, CEFORAH, MEUMI qui forment en Hôtellerie et restauration;
- 4) L'Institut Africain d'Informatique Représentation du Cameroun qui crée en Août 2003 le concept "Opération 100 000 Femmes, Horizon 2012", dont l'objectif consiste à initier à l'horizon 2012, 100000 femmes à l'usage de l'outil Informatique.

III- L'IMPACT DES NOUVELLES COMPETENCES DANS LA GESTION DES ENTREPRISES TOURISTIQUES

Les promotrices des établissements de tourisme doivent plus que jamais aujourd'hui aspirer à devenir des professionnelles du Tourisme. L'acquisition des nouvelles connaissances confère automatiquement de nouvelles compétences qui permettent de s'arrimer aux normes internationales et de faire face à la rude concurrence du secteur.

La formation reçue dans les structures sus-évoquées leur permet de découvrir et d'exploiter les meilleures pratiques, de déterminer les facteurs clés de succès, de savoir comment se différencier sur un marché hyper-concurrentiel et de définir les perspectives d'évolution dans le secteur touristique. Ceci aurait pour corollaire, un meilleur réceptif et un service de qualité. Elles comprendraient mieux la typologie et les comportements des

consommateurs: qui sont-ils? Comment achètent-ils? Quels sont leurs freins?

La révolution Internet étant au service du tourisme, elles feraient des offres de leurs produits avec des packages dynamiques et contribueraient efficacement à la promotion de la destination Cameroun.

CONCLUSION

S'il est vrai aujourd'hui qu'au Cameroun de nombreux établissements de tourisme (Hôtels, Agences de voyage, Restaurants) sont dirigés par les femmes, il n'en demeure pas moins vrai que plus elles se formeraient, plus elles deviendraient compétitives, et seraient plus présentes dans les projets de développement touristique.

Les TIC par exemple amènent un plus indéniable en matière d'information, de communication et de marketing.

C'est dans l'acquisition de nouvelles compétences que demeure la clé de leur succès.