

Fondements du tourisme durable et inclusif dans un contexte de digitalisation à Kindia (Guinée)

Foundations of sustainable and inclusive tourism in a context of digitalization in Kindia (Guinea)

AMOATTA Koffi Guy

Enseignant chercheur
Département de Géographie
Université de Kindia
Guinée

LAMAH Pépé Julien

Doctorant,
Département de Géographie,
Université Général Lanssana Conté de Sonfonia,
Conakry, Guinée

LAMAH Jean-Pierre Mathieu

Doctorant,
Département de Géographie,
Université Général Lanssana Conté de Sonfonia,
Conakry, Guinée

CAMARA Moussa Linko

Doctorant,
Département de Géographie,
Université Général Lanssana Conté de Sonfonia,
Conakry, Guinée

Date de soumission : 15/07/2025

Date d'acceptation : 01/09/2025

Pour citer cet article :

AMOATTA K. G., et al. (2025) « Fondements du tourisme durable et inclusif dans un contexte de digitalisation à Kindia (Guinée) », Revue Internationale du chercheur « Volume 6 : Numéro 3 » pp : 792- 815

Résumé

Le tourisme est une activité à forte valeur ajoutée ainsi il constitue une part importante de revenue pour certains pays. Il participe effectivement au développement du pays lorsque certaines conditions sont réunies. En Guinée, cette activité reste sous exploitée malgré ses richesses touristiques diversifiées. La localité de Kindia n'en fait exception alors que le numérique lui offre des possibilités pour mieux se vendre. Ainsi, ce papier analyse les atouts touristiques de Kindia dans un contexte de développement durable inclusif et de la globalisation. La réalisation de ce papier s'appuie sur l'administration de guide d'entretien à des personnes ressources et la consultation de la littérature grise. Il ressort que Kindia regorge de réels terreaux pour le développement du tourisme et surtout le tourisme durable. Ce potentiel se structure autour des sites naturels et de forêts classées. Cette base touristique permet la conduite de plusieurs activités touristiques comme l'escalade, les retraites religieuses, les randonnées, etc. Quant à la population, elle propose des produits artisanaux comme la sculpture pour tirer profit de cette activité en proposant leur savoir-faire aux différents visiteurs. L'incrustation de l'artisanat dans les activités touristes représente le caractère de l'inclusivité touristique à Kindia. Cependant, malgré la forte digitalisation de la société moderne ce secteur est peu influencé. La conséquence probable d'une telle autarcie est le manque de visibilité d'où la compétitivité touristique du territoire de Kindia.

Mots clés : « Fondements », « Tourisme durable », « Inclusif », « Digital », « Kindia ».

Abstract

The tourism industry is a high value-added activity and therefore constitutes a significant portion of revenue for certain countries. It contributes effectively to the country's development when certain conditions are met. In Guinea, this activity remains under-exploited despite its diverse tourist attractions. The locality of Kindia is no exception, as digital technology offers it opportunities to promote itself more effectively. This paper analyses Kindia's tourism assets in the context of inclusive sustainable development and globalization. This paper is based on interviews with key informants and consultation of grey literature. It appears that Kindia has a wealth of opportunities for the development of tourism, especially sustainable tourism. This potential is structured around natural sites and classified forests. This tourist base allows for several tourist activities such as climbing, religious retreats, hiking, etc. As for the local population, they offer handcrafted products such as sculptures to capitalise on this activity by offering their expertise to various visitors. The integration of craftsmanship into tourist activities represents the inclusive nature of tourism in Kindia. However, despite the high level of digitalisation in modern society, this sector has been little affected. The likely consequence of such self-sufficiency is a lack of visibility, hence the lack of competitiveness of Kindia's tourism sector.

Keywords : « Foundations », « Sustainable tourism », « Inclusive », « Digital », « Kindia ».



Introduction

Le 30 septembre 2023, Meurs Libre Prod met à la disposition des mélomanes une œuvre musicale intitulée ¹« *la Guinée notre paradis* ». Cette œuvre met l'accent sur les différentes potentialités de développement de la Guinée certes, mais surtout elle se penche plus sur ses différents atouts touristiques. D'ailleurs, son clip en est une illustration parfaite. En effet, le tourisme s'est hissé au rang des secteurs les plus puissants dans l'économie mondiale. Vecteur de croissance économique, le tourisme est devenu un important pourvoyeur d'emplois, qui contribue grandement au développement social et économique des nations (El Kaddouri & Benahmed, 2022). En outre, le tourisme international est en pleine expansion. Depuis les années cinquante, il connaît une fulgurante progression annuelle de 6,5%. Ainsi, certaines destinations reçoivent des masses de visiteurs chaque année par le biais de voyages organisés ou des tours opérateurs (Bentalha, 2024). Selon Boer (2016), les arrivées touristiques internationales ont diminué de 3 % en Afrique. Cette situation s'explique par le fait que la Guinée a connu deux épisodes pandémiques. La première pandémie est l'Ebola. La déclaration officielle de l'épidémie a été faite par les autorités nationales le 23 mars 2014 (Diakité, 2014). La seconde épidémie est la covid 19. Ces différentes pandémies ont conduit à l'isolation touristique de la Guinée car elle est une destination à risque. Il est sans nul doute que les richesses culturelles et touristiques de la Guinée constituent une grande opportunité à saisir pour faire rayonner le pays à l'extérieur (Ministère du Plan et de la Coopération Internationale, 2021). Mais la succession des différents coup d'Etat dans le pays et le passage des différentes pandémies ont ralenti le développement du secteur touristique avec une faiblesse de l'offre touristique. L'une des conséquences de cette situation explique la faiblesse de la part du secteur touristique dans le Produit Intérieur Brut (PIB) qui représente 2,16% selon Ministère de l'Environnement, des Eaux et Forêts en 2018. Compte tenu de l'importance économique du secteur du tourisme, qui représente jusqu'à 10 % du PIB mondial et de l'emploi, il est conseillé d'orienter les efforts vers l'exploitation pleine de son potentiel pour progresser dans la réalisation des Objectifs du Développement Durable (SOZA, 2024). En 2024, la Commission régionale d'ONU Tourisme pour l'Afrique rapporte qu'environ 285 millions de touristes internationaux ont voyagé à travers le monde. L'Afrique a enregistré 13% de ces touristes internationaux. Les pays les ayant accueillis sont : la Tanzanie, le Maroc, et l'Algérie. Alors, la politique de relance du secteur est d'assurer que la

¹ Cette œuvre est le fruit de la collaboration de plusieurs artistes notamment Degg j Force 3, Azaya, Djely Kaba Bintou, Fish Killa, Ans-T Crazy, Aïcha Kandia, Alifa, Antoine Flingo, Binta Laly Sow.

Guinée devienne une destination touristique majeure en Afrique de l'Ouest selon le Ministère du Plan et de la Coopération Internationale (2021). Dans cette logique, plusieurs projets sont en cours afin de solidifier les fondements qui constitueront le tremplin pour l'essor du tourisme de la Guinée : la construction du Centre Multiculturel dédié à la Mamaya de Kankan, la réhabilitation de la Cité Niger Faranah, la Construction du Campement Touristique de Baro, et la réhabilitation du Voile de la Mariée de Kindia.

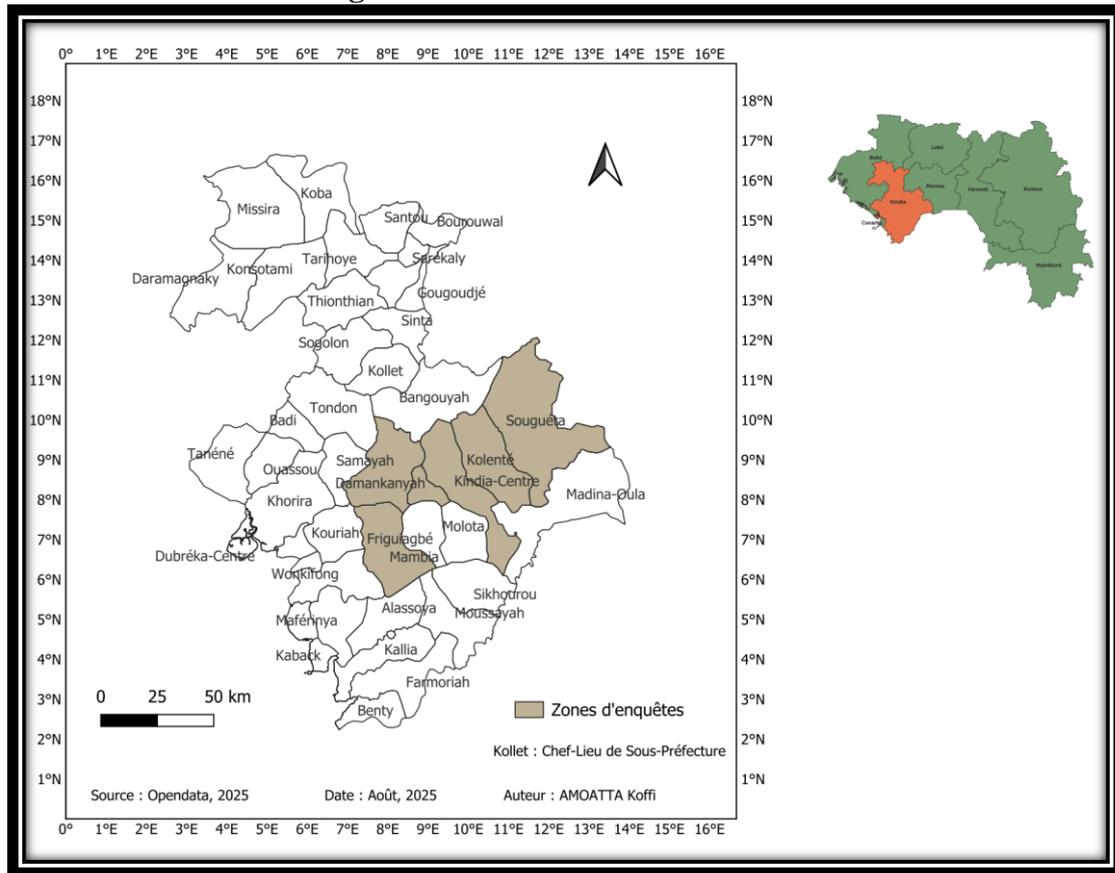
Dans ce contexte, le tourisme durable représente un moteur important de la croissance économique inclusive et de la création d'emplois décents (Organisation Internationale du Travail, 2019). Et, l'avènement du digital constitue un pilier pour le développement du tourisme durable. En effet, l'avènement de ces technologies et leur prolifération grandissante ont apporté des changements radicaux qui chamboulent actuellement toute l'industrie du tourisme et à tous les niveaux. La dématérialisation des processus a induit un changement profond dans les différentes chaînes de valeur (El Bayed & Sedra, 2023). Dès lors, comment se présentent les fondements du tourisme durable et inclusif dans un contexte de digitalisation à Kindia (Guinée) ? Cette question soulève le problème de la valorisation des potentialités touristique dans un monde globalisé. D'ailleurs, ce papier présente le terreau du développement du tourisme durable et inclusif dans un monde numérisé. La rédaction de ce papier repose sur les différentes hypothèses suivantes :

- Kindia dispose de potentialités naturelles pour développer le tourisme durable ;
- Tous les acteurs touristiques participent à l'essor du tourisme durable et inclusive à Kindia ;
- L'appropriation du digital dans le tourisme durable constitue un tremplin pour la compétitivité touristique de Kindia.

Ces hypothèses seront vérifiées après l'analyse des différentes données récoltées à Kindia dont il convient de présenter maintenant.

La Guinée est pays de l'Afrique occidentale. Elle est subdivisée en quatre régions naturelles : la Guinée maritime ou Basse Guinée, la moyenne Guinée ou le Fouta-Djalou, la haute Guinée et la Guinée forestière. La Région de Kindia fait partie de la Basse Guinée avec 4.756.869 habitants en 2020. Elle s'étend sur une aire de 28.875 km². En outre, elle est divisée en cinq préfectures : Kindia, Coyah, Dubréka, Forécariah et Téliélé. À cela s'ajoute : quarante-trois sous-préfectures la figure 1 illustre ces différentes sous-préfectures, quarante communes rurales et cinq communes urbaines selon l'INS en 2020.

Figure N°1 : Localisation de Kindia



Ce papier s’articule autour de plusieurs points. Premièrement, le positionnement conceptuel et mode de collecte des données. Cette section est réservée à la précision conceptuelle notamment des notions de l’inclusivité du tourisme durable et de la digitalisation ainsi que de la présentation des différentes techniques utilisés pour mobiliser les données pour la rédaction de ce papier. Deuxièmement, les différentes données recueillies sont présentées et discutées. Troisièmement, la conclusion pour la synthèse des résultats de cette étude et la critique de méthodologie de recherche usitée. Enfin, la bibliographie fait la synthèse de la littérature grise ayant servi à consolider les résultats de cette étude.

1. Positionnement conceptuel et mode de collecte des données

Cette section s’attèle à la présentation des différents concepts clés ou nécessaires à la conduite ou la compréhension de cette étude d’une part. Et, d’autres part l’exposition des modes de mobilisation des différents types de données pour la rédaction de ce papier.

1.1. Positionnement conceptuel

Le positionnement conceptuel s'intéresse au concept de tourisme à la croisée des préoccupations contemporains dont celui des Objectifs de Développement Durable (ODD). De plus, la relation entre les concepts de digitalisation et de compétitivité.

1.1.1 Tourisme à la croisée de plusieurs préoccupations contemporaines

Selon l'OMT, le tourisme comprend l'ensemble des activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours 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 non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité (Conseil Economique, Social & Environnemental, 2020). De plus, le secteur du tourisme emploie un grand nombre de jeunes et de femmes, et peut être une source importante de revenus pour les communautés locales (Organisation Internationale du Travail, 2019).

Tableau 1 : Les approches conceptuelles du tourisme durable

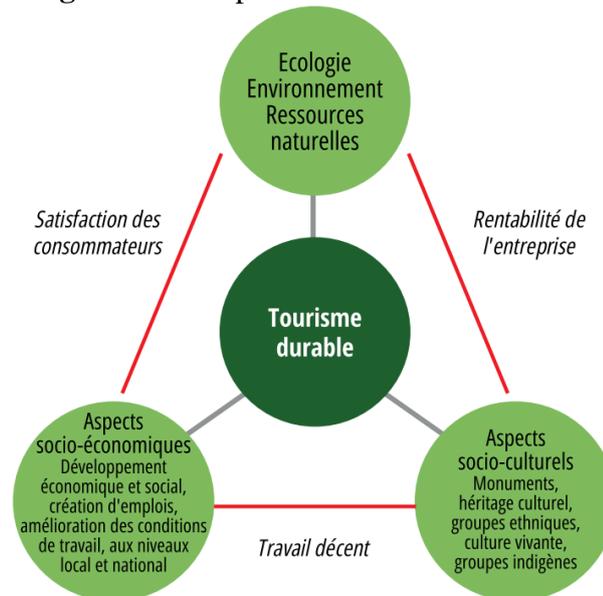
Auteurs	Définitions du tourisme durable
Bramwell et Lane (1993)	Le tourisme durable implique de gérer toutes les ressources de telle sorte que les besoins économiques, sociaux et esthétiques puissent être satisfaits tout en maintenant l'intégrité culturelle, les processus écologiques essentiels, la diversité biologique et les systèmes vivants.
Swarbrooke (1999)	Le tourisme durable cherche à minimiser les dommages sociaux et environnementaux résultant du tourisme, et optimiser les avantages économiques et sociaux pour les communautés d'accueil.
OMT (2005)	Le tourisme durable est « un processus continu qui requiert la participation constante de tous les acteurs concernés, aussi bien publics que privés, dans la gestion de toutes les ressources de telle sorte que les besoins économiques, sociaux et esthétiques puissent être satisfaits tout en maintenant l'intégrité culturelle, les processus écologiques essentiels, la diversité biologique et les systèmes vivants. »
Vellas (2011)	Le tourisme durable est un tourisme économiquement viable, équitable sur le plan éthique et social pour les populations locales, et responsables sur le plan environnemental et culturel.
Nepal (2022)	Le tourisme durable met l'accent sur l'utilisation optimale des ressources environnementales, le respect de l'authenticité culturelle des communautés d'accueil, et des retombées économiques équitables.

Source : Bentalha, 2024.

Le tourisme durable s'applique à toutes les formes de tourisme, dans tous les types de destinations, y compris au tourisme de masse et aux divers créneaux du tourisme de niche. Les principes de durabilité concernent les aspects environnementaux, économiques et

socioculturels du développement touristique (Abdoulahik & Ngo-Samnack, 2013). La figure 2 met en évidence les différentes composantes du tourisme durable. Cette figure montre la double trilogie composant le tourisme durable.

Figure 2 : Composantes du tourisme durable



Source : Organisation Internationale du Travail, 2019, p.5

Le Programme des Nations Unies pour l'Environnement (cité par Gautier, 2013) a mis en place un schéma d'éco-tourisme. Ce schéma se structure comme suit :

- préserver les ressources naturelles et l'espace ;
- limiter les pollutions aériennes dues aux gaz à effet de serre ;
- réduire les impacts de la fréquentation humaine dans les milieux naturels ;
- garantir l'attractivité du territoire ;
- valoriser le culture et les savoir faire locaux.

1.1.2 Digitalisation du secteur touristique un vecteur de performance et compétitivité

Le digital ou le numérique est aujourd'hui une partie intégrante dans notre société actuelle. Cette appropriation du digital peut constituer un tremplin pour l'amélioration de la performance de nos différentes activités ou les rendre plus compétitives. Le fer de lance actuel de l'immixtion du numérique dans notre quotidien est sans nul doute l'Internet. D'ailleurs,



l'Internet a aussi déclenché une course effrénée des acteurs, des « *pure players* », c'est-à-dire les entreprises exerçant exclusivement sur Internet, et des « *click and mortar* », des acteurs traditionnels adoptant Internet (Safaa & al., 2021). Toutefois pour accroître les performances du secteur touristique les « *pure players* » tels que Kayak, TripAdvisor, Trivago, Hipmunk ; et les « *click and mortar* » comme les hôtels, les résidences meublées, les agences de voyages. La collaboration de ces deux acteurs permet d'accroître la visibilité des activités notamment touristique. D'ailleurs, Safaa & al. (2021) souligne que la visualité est rapidement devenue un puissant moteur du voyage en alimentant l'imaginaire de voyage et en dictant de nouveaux regards et imageries touristiques sur le monde notamment en Guinée. Ainsi, l'adoption du numérique s'effectue si l'utilité perçue et la facilité d'utilisation perçue sont positives (Lemoine & Salvadore, 2018, cité par Safaa et al., 2021). Par ailleurs pour Hansali (2019), il s'agit dès lors de saisir pleinement toutes les opportunités créées par cette révolution digitale, en termes de progrès social et économique, d'anticiper pour ne pas subir les dérives néfastes des évolutions technologiques et en fin de promouvoir le projet de développement de nos organisations publiques ou privées. Toutefois, El Bayed et Sedra (2023) estiment que les destinations touristiques ont face à elles une nouvelle génération de consommateurs (générations Y et Z)² qui sont très à l'aise avec les NTIC et qui sont exposés à une surcharge informationnelle de par le monde, chose qui les rend difficiles à attirer et à fidéliser. Néanmoins, le touriste en s'appuyant sur des supports digitaux, peut facilement organiser son voyage sans même faire appel aux professionnels initialement dédiés à ceci. Les touristes sont devenus capables de contourner les modèles économiques classiques et de s'organiser de manière à créer leurs propres modèles (El Kaddouri & Benahmed, 2022). Cette situation n'est possible que si les différents acteurs du développement territorial ont un excellent marketing territorial. Le digital offre cette opportunité avec le marketing digital ou e-marketing. En effet, le marketing digital utilise les canaux numériques pour vendre un produit ou promouvoir une marque auprès des consommateurs. Il s'appuie sur le développement de l'usage de l'Internet et des objets connectés. Sites web, réseaux sociaux, vidéos en ligne, etc. sont au cœur du marketing digital (Alaoui & al, 2018). En d'autres termes, le marketing digital est une méthode de marketing direct qui établit une connexion électronique entre les consommateurs et les vendeurs en utilisant des technologies interactives telles que les sites web, les courriels

² La génération Y est l'ensemble des personnes nées au début des années 80. Et la génération Z concerne les personnes nées en fin des années 90.

et les communications mobiles (Kotler & Armstrong, 2009, cité par Chiker & Benmakhlouf, 2025).

1.2. Mode de collecte de données

Le mode de mobilisation de ce papier s'appuie sur la collecte de données qualitatives et de données quantitatives.

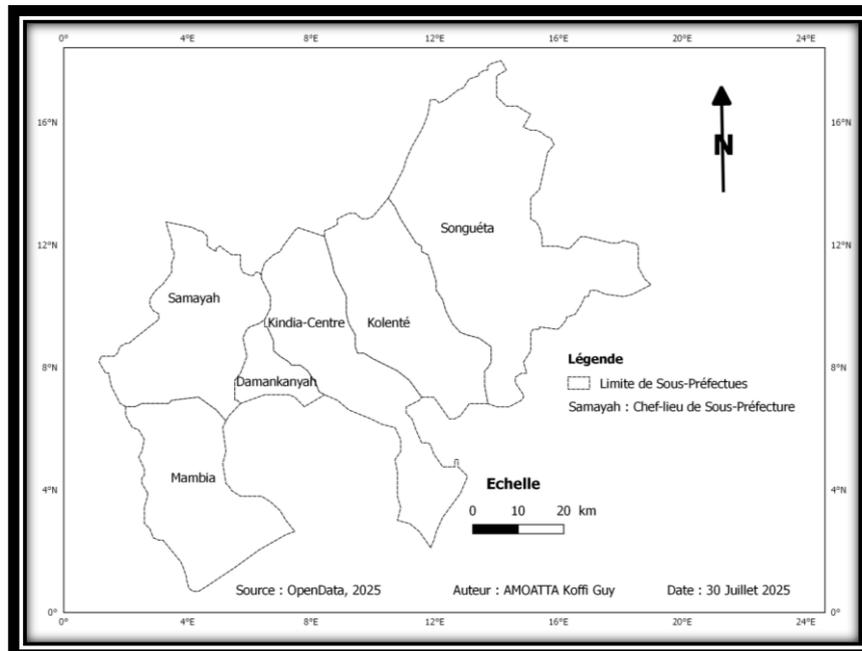
1.2.1. Données qualitatives

Deux moyens ont été mis en œuvre pour la collecte des données qualitatives. Le premier moyen a été la mobilisation et la consultation de la documentation en relation avec notre sujet de recherche. La documentation mobilisée est constituée de productions scientifiques (articles scientifiques, thèses de doctorat et mémoire de master), des rapports d'activités, des stratégies prospectives de développement, etc. Cette documentation nous a permis de mieux cerner les différents contours du sujet de recherche et de faire par la suite la confrontation de nos résultats avec ceux des travaux antérieurs. Quant au second moyen, il a consisté à l'administration d'un guide d'entretien à des personnes ressources. L'idée est de recueillir des données sur l'état du tourisme. Ces entretiens ont visé les personnes œuvrant dans le domaine du tourisme dans la localité de Kindia :

- la directrice préfectorale du tourisme ;
- le chef du cantonnement des forestiers ;
- les gestionnaires des sites d'hébergement ;
- les transporteurs urbains : taxi motos

L'échelle d'étude est la Préfecture de Kindia. Cette division administrative est composée de dix Sous-Préfecture : Bangouyah, Damankanyah, Friguiagbé, Kindia Centre, Kolenté, Madian Oula, Mambiya, Molota, Samayah et Sougéta. Au cours des enquêtes de terrain six localités ont été retenues. Ces localités ont été choisies car elles présentent les fondements pour l'émergence d'un tourisme durable. La figure 3 montre les localités où les différents ont eu lieu. L'objectif de ces entretiens est de faire l'état des lieux des potentiels touristiques de ladite localité dans un monde de plus en plus numérisé.

Figure 3 : Les localités enquêtées



1.2.2. Données quantitatives

- ❖ **Les données quantitatives sont issues des structures nationales** : l'Institut National de la Statistique (INS), le Ministère de l'environnement, des eaux et forêts ; le Ministère du Tourisme, de l'Hôtellerie et de l'Artisanat. Les informations quantitatives de ces différentes structures permettent d'apprécier quantitativement la portée du tourisme au niveau du pays.
- ❖ **Les entretiens** permettent également d'avoir des données. Ces données nous permettent de connaître la valeur quantitative de certains services.

2. Résultats et discussions

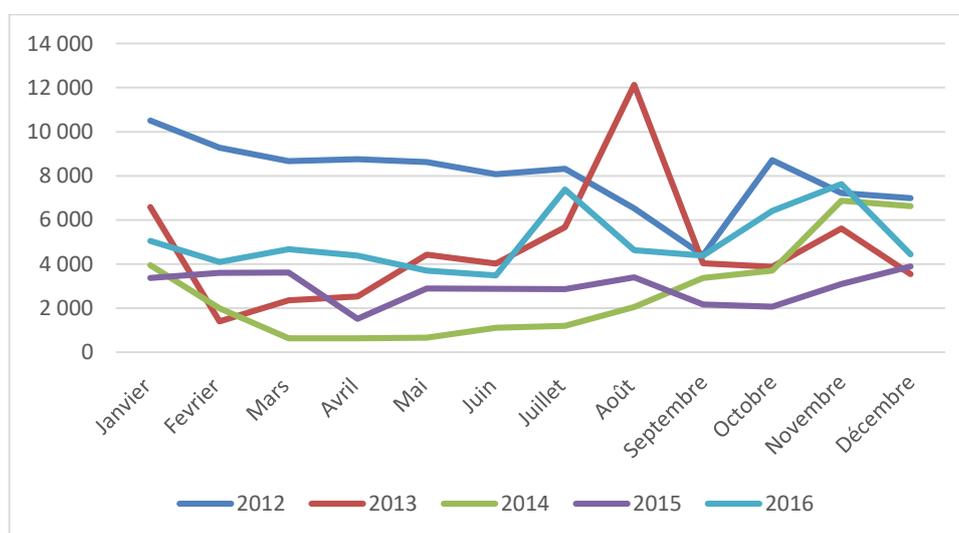
2.1. Aperçu du secteur touristique guinéen en régression par rapport à son voisinage

La Guinée a enregistré, de 2012 à 2016, 280.528 touristes selon l'INS en 2020. La répartition du nombre de touristes sur cette période est inégale : 96 064 touristes en 2012, 56 146 touristes en 2013, 32 772 touristes en 2014, 35 320 touristes en 2015, 60 226 touristes en 2016. Le graphique 1 montre que dans l'ensemble l'arrivée des touristes en Guinée évolue en dent de scie avec une tendance à la baisse avec une tentative de reprise en 2016. Cette situation précaire s'explique par la situation sanitaire dû à l'épidémie à virus Ébola. Selon Diakité (2014), la maladie à virus existerait dans le pays depuis décembre 2013 selon des

enquêtes effectuées auprès des communautés de la Région Forestière. Parallèlement, l'avènement de la Covid 19 a aggravé le position touristique précaire du pays avec son cortège de restriction sanitaire.

Inopportunément, la Guinée ne dispose plus de données touristiques après 2016. Depuis la bio métrisation des passeports, les touristes ne remplissent plus les fiches qui permettaient auparavant de recueillir les informations sur les visiteurs (Stratégie Nationale de développement Touristique, cité par République de Guinée, 2022).

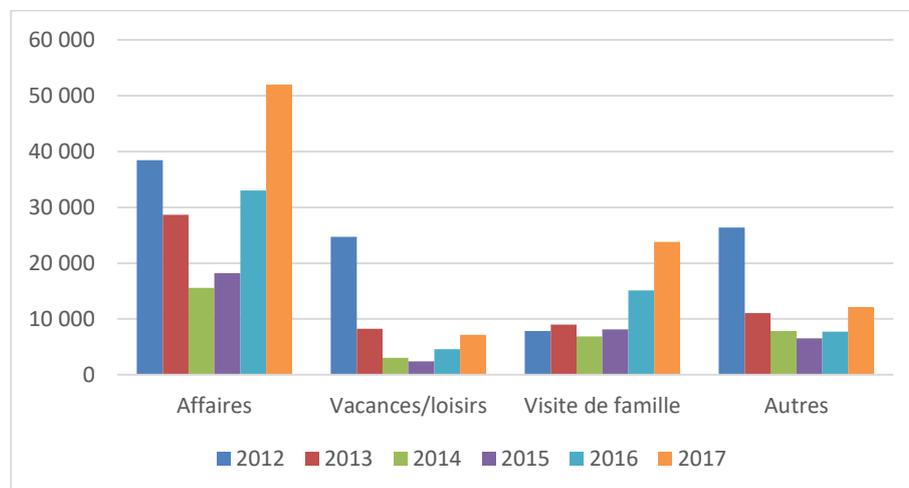
Graphique 1 : Evolution mensuelle du nombre d'arrivées des touristes de 2012 à 2016



INS, 2020

Le secteur touristique de la Guinée se caractérise par les activités suivantes : les affaires, les vacances et loisirs, la visite familiale, etc. De 2012 à 2018, le Bureau de Stratégie et de Développement (BSD) du Ministère du Tourisme, de l'Hôtellerie et de l'Artisanat (MHTA) a enregistré 378.570 touristes ayant foulés le sol guinéen soit une moyenne 15.744 de touristes par an. Les raisons de leurs séjours diffèrent d'un touriste à un autre : affaire (49%), vacances/loisirs (13%), visite de familiale (19%) et autres (19%). Le graphique 2 illustre la répartition des différentes activités. Selon Koffi (2025), le World Travel Tourism Council (WTTC) a indiqué que 71% du tourisme en Afrique se concentrait sur les activités de loisirs, alors que 29 % était dédié aux voyages d'affaires. La situation est différente en Guinée car elle attire plus le tourisme d'affaire que les autres types de tourisme. Le tourisme d'affaire est prisé du fait d'un environnement d'affaire propice surtout avec la mis en place du programme Simandou 2040.

Graphique 2 : Évolution du nombre d'arrivées de touristes par motif de séjour de 2012 à 2018



INS, 2020

La Guinée a un Indice de Compétitivité du Voyage et du Tourisme (ICVT) en 2015 de 2,58 avec un rang de 140^e. Elle occupe se retrouve à la dernière place des pays de la Communauté Économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) : la Gambie (109^e, ICVT : 3,2), le Sénégal (112^e, ICVT : 3,14), la Côte d'Ivoire (117^e, ICVT : 3,05), le Mali (128^e, ICVT : 2,87), le Nigéria (131^e, ICVT : 2,79), la Sierra Léone (132^e, ICVT : 2,77), le Burkina Faso (136^e, ICVT : 2,67).

2.2. Aménagements touristiques rencontrés à Kindia et la conduite de certaines activités

2.1.2. Forêts classées pour les amoureux de la nature et/ou du tourisme d'aventure

Les touristes en Afrique ne sont pas seulement intéressés par le soleil, la mer et les vacances à la plage, mais voyagent également pour découvrir la culture de l'Afrique, la faune et flore et la diversité (Naudé & Saayman, 2005, cité par Méral, 2010). Kindia à plusieurs atouts pour promouvoir le tourisme d'aventure en misant sur la présence 11 forêts classées pour faire connaître les différentes espèces floristiques et fauniques. Le tableau 2 présente les différentes forêts classées et leurs superficies.

Tableau N°2 : Différentes forêts classée à Kindia

Forêts classées	Localités	Superficies (hectares)
Botokholy	Kolenté	23.000
Kouradi	Commune urbaine Kindia	3.000
Sirafarè	Commune urbaine de Kindia et Kolenta	4.000
Gangan	Commune urbaine de Kindia et Damakania	9.000
Kombitimidé	Commune urbaine de Kindia et Damakania	1.700
Balandougou	Sougéta	2.800
Fruty yanfou	Sougéta	1.100
Kenien	Kolenté	14.300
Yogontamba	Commune urbaine de Kindia	70
Source de Kindia	Commune urbaine de Kindia	43,25
Les grandes chutes	Mambia	13.500
Damakania	Damakania	420

Source : LAMAH Mathieu, 2025.

Dans le cadre du tourisme d'aventure, les différentes activités suivantes peuvent être menées :

- les activités terrestres : randonnée pédestre, cyclotourisme, etc.
- les activités aériennes : parapente, deltaplane, parachutisme, etc.
- les activités d'observation de la nature : observations de formations géomorphologiques, observations de la faune et de la flore, observations de phénomènes naturels

2.1.2. Rencontre entre cours d'eau et hôtellerie (ou les « *click and mortar* ») pour les retrouvailles

Les différents sites visités un point de rencontre entre la forêt, l'hydrographie et l'hôtellerie. En effet, les eaux de Kilissi offrent spectacle éblouissante surtout pendant la saison des pluies. Le cours d'eau épouse harmonieusement l'affleurement granitique. Sur le site de l'hôtel des eaux de Kilissi, les différents dénivellements du relief ont permis la naissance de cascades. La photo N°1 montre la chute des eaux de Kilissi à faible régime. Le même constat est fait au voile de la mariée.

Photo N°1 : Chute des eaux de Kilissi



Photo N°2 : Espace aménagé aux abords des eaux de Kilissi



Prise de vue : LAMAH Pépé, juin 2025.

Ces différents cours d'eau sont protégés par une forêt galerie. Ces forêts créent des microclimats propices aux repos ou la tenue de réunion, de retraites spirituelles, de rencontres diverses. La photo N°2 est un exemple d'espaces aménagés pour accueillir plusieurs types de ces activités touristiques.

2.3. Relief séduisant pour le tourisme de randonnée ou d'escalade

Le relief de Kindia est accidenté. La chaîne du mont Gangan est une merveille orographique. La photo N°3 montre une vue du mont Gangan surplombant la ville de Kindia. Lorsqu'on se promène dans la ville de Kindia, ce mont est omniprésent avec sa structure granitique visible dans sur les flancs. Par contre le sommet abrite une forêt classée avec des espèces végétales et fauniques particulières. Les travaux de Howard & Bertzky (2020) soulignent également que les montagnes sont la troisième plus grande catégorie du réseau de Patrimoine mondial en Afrique. Ces milieux montagneux servent souvent « d'îlots d'habitats » isolés, où les processus évolutifs ont permis une grande diversité de faune et de flore endémiques. D'ailleurs, le milieu de la montagne est donc propice aux activités de plein air. La montagne, c'est le grand air. Les touristes recherchent des activités de loisirs qui leur permettent de s'évader du quotidien en étant en contact avec la nature (Gautier, 2013).

Photo N°3 : Vue du mont Gangan



Prise de vue : AMOATTA Koffi, mai 2025.

Ce sommet abrite également le village centenaire de Kiria. Pour accéder à ce site, l'on doit emprunter une piste permettant de regagner la hauteur de la montagne uniquement qu'à pied. Alors que le mont Gangan culmine à 1117 mètres de hauteur. Ce site est propice pour le développement de certaines activités touristiques comme la randonnée et l'escalade. Les randonnées praticables sont la randonnée sportive de la randonnée-promenade au rythme moins soutenu (Gautier, 2013).

2.4. Implications des populations riveraines dans la conduite des activités touristiques

L'activité touristique est considérée pour de nombreux pays comme source indispensable de devises à cause de sa nature diversifiée. Le tourisme touche aujourd'hui pratiquement tous les domaines de l'activité économique (El Omrani & Touhami, 2024) notamment le domaine artisanal. Par ailleurs, les différents sites visités abritent chacun un atelier de sculpture. Ces artisans conçoivent des objets d'art. L'achat de l'un de ces objets permet d'avoir un souvenir afin de se remémorer les moments passés sur l'un des différents sites touristiques. Le prix de figurines, de colliers ou bracelets artisanaux varient de 5000 à 30.000 francs guinéens (soit 0,49 à 2,96 €) : la photo N°4 montre une exposition vente d'objet d'art. On peut y trouver plusieurs gabarits de sculpture. Le montant à déboursier est d'au minimum 100.000 francs guinéens soit (9,86 €). Selon les sculpteurs interviewés, les figurines et les bracelets sont

prisés par les visiteurs locaux. Ces objets sont des présents ou des souvenirs pour les enfants ou les dames. Quant aux autres sculptures, elles servent à d'objets de décorations. Elles intéressent les citadins de passage certes, mais les touristes européens et asiatiques en sont les grands amateurs de ces produits.

Photo N°4 : Exposition et vente d'objets d'art



Prise de vue : LAMAH Pépé, juin 2025.

Les différents sites visités sont accessibles. Ces sites sont reliés par des voies carrossables en bonne état mais pas bitumées. Les visiteurs peuvent emprunter les taxis pour s'y rendre. A Kindia, on y rencontre deux types de taxi : les moto taxis ou les taxi tricycles appelés localement *bôbônan*. Les frais de taxi moto peut couter 20.000 francs guinéen (soit 1,97 €) si vous êtes au centre-ville de Kindia pour vous rendre sur les différents sites. Néanmoins si vous êtes au carrefour de village Foulaya pour vous rendre aux eaux de Kilissi par exemple le transport revient à 5.000 francs guinéen (soit 0,49 €). Par ailleurs, les touristes peuvent prendre en course un *bôbônan*. Le prix du transport revient à 15.000 franc guinéen (environ 1,48 €) par individu. Le *bôbônan* prend cinq passagers pour un montant de 75.000 franc guinéen (soit 7,40 €). Il exerce une grande influence sur les autres secteurs surtout les services de transport, il met en jeu des investissements considérables de capitaux, génère des revenus substantiels et crée des emplois importants (EL Omrani & Touhami (2024)).

2.5. Hébergement ou « *click and mortar* » touristique tenant compte de l'environnement

Les sites des eaux de Kilissi et celui du voile des mariés intègrent dans la végétation des lieux d'hébergements. Actuellement, le site du voile des mariés est en réhabilitation. Ici, ce site intègre habilement une construction des maisons en briques de terre comprimée (BTC) et une forêt de teck. Par ailleurs, la marre accueillant la chute d'eau située en hauteur. Sylla (2004) précise que c'est un ensemble de deux chutes d'où tombent de fines gouttelettes d'eau d'une hauteur de 80 mètres environ, formant une espèce de voile immaculé d'une beauté d'où son nom « voile de la mariée ». Cette marre est protégée par des touffes de bambou de chine. D'ailleurs, ce site est géré conjointement par les ministères de l'Environnement des Eaux et Forêts (MEEF) et de la Culture du Tourisme et de l'Artisanat (MCTA).

En outre, l'hôtel des eaux du Kilissi est une propriété privée. Ce site dispose d'une salle de conférence des huit chambres climatisées pour héberger les hôtes ou les clients. La nuitée est de 500.000 francs guinéens (environ 49,31 €). Selon le gérant, cet hôtel était prisé par les touristes européens. Depuis le coup d'Etat du 5 septembre 2021, ces touristes se sont raréfiés. Ce site est musée contemporain en miniature. Une statue de Nimba en grandeur nature vous accueille en signe de bienvenu et de bénédiction de votre séjour en ses lieux. D'ailleurs, les chambres d'hébergement, disposé en bande comme le montre la photo 5, met en exergue le savoir-faire des artisans locaux. En effet, chaque pilier de la maison est sculpté avec soin. Et à l'avant puis à l'arrière, il y a des sculptures disposées pour orner le local.

Photo N°5 : Chambres d'hébergement décorées aux œuvres d'art



Prise de vue : LAMAH Pépé, juin 2025.

L'accès à ce site est payant. Le droit d'accès en tant que visiteur simple est de 10.000 francs guinéens (environ 0,99 €). Le site peut accueillir en moyenne 40 personnes pendant les jours ouvrables. Par contre les jours fériés, de fêtes ou les week-ends, la moyenne des visiteurs oscille entre 100 à 150 personnes par jours. Les visites diminuent au fur et à mesure que la saison pluvieuse s'installe notamment de fin juin à fin octobre. Et, durant le mois d'août où la saison de pluie est à son pic, les visiteurs deviennent rares.

2.6. Exploitation du digital pour la promotion du tourisme durable

Le secteur du tourisme repose sur différentes catégories d'entreprises qui constituent sa pierre angulaire dont les tours opérateurs, les agences de tourisms et les hôtels. Quant aux deux premières catégories d'entreprises, il n'en existe pas à Kindia. Dans cette situation le numérique devient un outil pour doper la compétitivité touristique en misant sur le e-marketing territorial. Certes il englobe toutes les pratiques visant à promouvoir une entreprise et à attirer des clients à travers divers supports numériques (Benraiss & Benchekroun, 2021, cité par Chiker & Benmakhlouf, 2025). Mais, les acteurs du tourisme peuvent l'utiliser pour communiquer sur les différentes offres touristiques de Kindia. L'étude, de Zarrouk & El Aidouni en 2023, a relevé que les actions de communication ont un impact significatif sur l'amélioration de l'expérience touristique dans la ville. En effet, cette communication à pour objectif de faire passer l'information touristique.

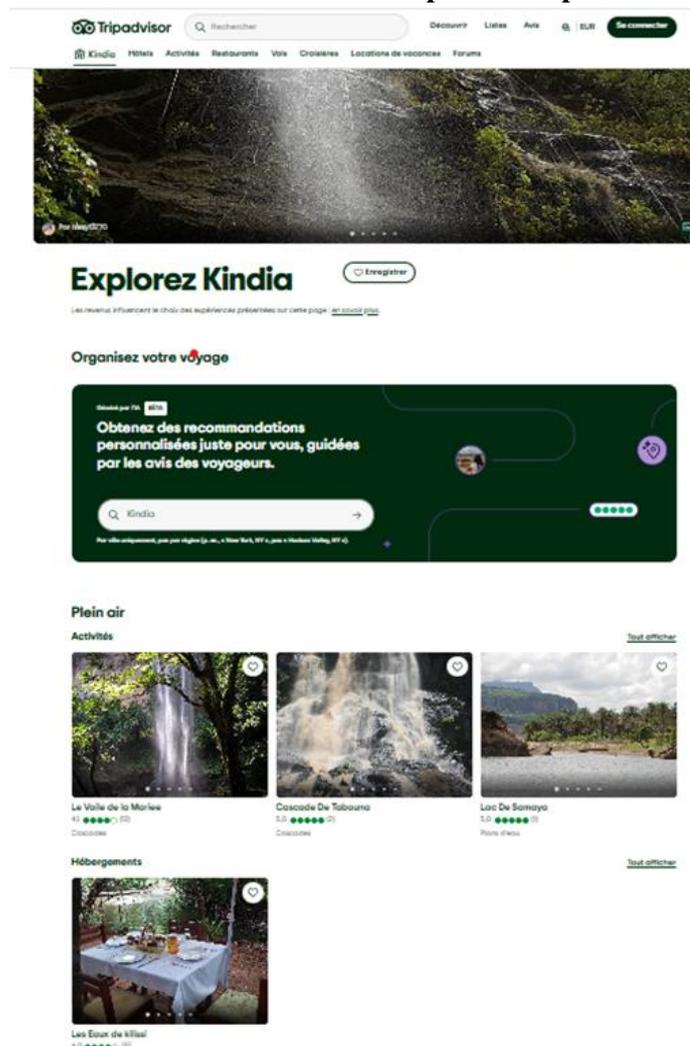
La disponibilité de ce type d'information est nécessaire pour attirer plus de touristes vu que plusieurs pays ou territoire sont en compétition. Ainsi, El Omrani & Touhami (2024) insiste sur la nécessité d'adopter le digital dans l'optique de :

- l'accès rapide aux informations sans pouvoir passer par les intermédiaires ;
- diminuer les coûts de transaction ;
- la recherche de l'information est plus facile et accessible ;
- l'intensification des flux d'information.

Le touriste en s'appuyant sur des supports digitaux, peut facilement organiser son voyage sans même faire appel aux professionnels initialement dédiés à ceci. Les touristes sont devenus capables de contourner les modèles économiques classiques et de s'organiser de manière à créer leurs propres modèles (El Kaddouri & Benahmed, 2022). Plusieurs sites Internet font la promotion des sites touristiques alors que Kindia n'en dispose pas. Toutefois, le « *pure*

players » TripAdvisor fait la promotion touristique à Kindia. Plusieurs sites touristiques sont présentés sur sa page Internet³ dont : les cascades de Kindia : le voile de la mariée, de Tabouna, de la Soumba, de Dankaran ; et le plan d'eau : lac de Samaya. La photo 6 montre comment la valorisation de la destination Kindia peut se faire avec le digital.

Photo 6 : Capture d'écran du site Internet TripAdvisor présentant Kindia



Source : https://www.tripadvisor.fr/Tourism-g482860-Kindia_Kindia_Region-Vacations.html , consulté le 29 août 2025

Cette promotion se poursuit sur les réseaux sociaux comme Facebook, LinkedIn, Twitter, YouTube, Snapchat, etc. car pour l'instant ils sont sous-exploités dans la promotion du tourisme à Kindia. Néanmoins, Koffi (2025) souligne que chaque réseau social a ses propres particularités et exigences :

³ Pour plus de détail, cliquer sur le lien suivant : https://www.tripadvisor.fr/Attractions-g3654676-Activities-Kindia_Region.html, lien consulté le 9 août 2025.



- Instagram privilégie des visuels attractifs et des histoires vivantes ;
- TikTok se concentre sur des vidéos courtes, divertissantes et novatrices ;
- Facebook est plus propice aux événements et à l'interaction avec la communauté ;
- Twitter se concentre sur des messages brefs et instructifs.

Les acteurs doivent mettre à la disposition des internautes et potentiel touriste des contenus numériques de qualité et actualisés.

Conclusion

Le secteur touristique de la Guinée est à la traîne à cause de plusieurs raisons malgré le potentiel existant. La région de Kindia possède les bases pour la conduite d'activités touristiques inclusives. Le tourisme est une activité dynamique. Le digital offre des opportunités pour booster le secteur. Il a la capacité de toucher un large public afin de faire la promotion du territoire.

Premièrement, l'hypothèse selon laquelle Kindia dispose de potentialités naturelles pour développer le tourisme durable est vérifiée. En effet, la localité dispose de forêts classées et de sites naturels comme les chutes d'eau du voile de la Marié, les eaux du Kilissi et le Mont Gangan. Deuxièmement, l'hypothèse suivante stipulant que tous les acteurs touristiques participent à l'essor du tourisme durable et inclusif à Kindia est vérifiée. Les différents acteurs œuvrant pour le développement d'un tourisme durable et inclusif vont des efforts dans la mise place et l'entretien des infrastructures de bases. La cohabitation entre les différents sites touristiques et les acteurs du secteur de l'artisanat consolide la question d'inclusivité à Kindia. Enfin, selon l'hypothèse laquelle l'appropriation du digital dans le tourisme durable constitue un tremplin pour la compétitivité touristique de Kindia n'est pas vérifiée. Le digital est très peu utilisé par les différents acteurs du tourisme pour faire la promotion de la destination Kindia. Dès lors, la destination Kindia est invisible donc pas prisée. Beaucoup d'efforts sont à faire ici pour permettre à Kindia de jouir effectivement de ces différents atouts touristiques.

La méthodologie, cependant, utilisée pour la restitution des données présente quelques insuffisances. Cette étude ne repose pas sur une loi, un modèle, une théorie, d'indice d'analyse. L'usage de ces rudiments scientifiques aurait permis de consolider l'exposition ou l'analyse des différents résultats de cette étude. D'ailleurs, le non usage du logiciel NVIVO dans le processus de traitement n'a pas permis d'exploiter en profondeur les données qualitatives des différents entretiens menés.



Toutefois, cet article a permis de montrer les richesses touristiques d'une localité de la Guinée située à quelques encablures de la capitale Conakry. Il peut constituer un point de repère dans le domaine de la recherche touristique à Kindia en vue de mobiliser des données pour aider les autorités ou les investisseurs à s'intéresser au développement de ce secteur.



Bibliographie

- Abdoulahik, F. & Ngo-Samnack, E. L. (2013). Réflexion pour un tourisme durable inclusif dans l'espace francophone. *Tourisme durable: valorisation du patrimoine*, 95, 9-12.
- Alaoui, L. L., ASBAI, M. & BENAMMI, M., H. (2018). L'impact du marketing digital sur le tourisme marocain. *Public & Nonprofit Management Review*, 3(1), 265-281.
- Bentalha, B. (2024). Contribution des randonnées au développement d'un tourisme durable dans la région Fès Meknès. *Numérisation et durabilité : vers une économie responsable et innovante*, 226-245.
- Boer, J. (2016). Le tourisme: un moteur de l'économie mondiale. *Cahiers Français*, 393, 8-13.
- Brimian, A. E. P. F. (2022). La valorisation du patrimoine touristique Equato-guinéen. *Revue Infundibulum Scientific*, 3, 85-99.
- Bureau de Normalisation du Québec (2003). Norme NQ 9700-065/2003: prestation des services à la clientèle-tourisme de nature et d'aventure, Bibliothèque nationale du Québec, 62 p.
- Chiker, N. & Benmakhlouf Y. (2025). L'artisanat marocain à l'ère du marketing digital. *Revue Française d'Economie et de Gestion*, 6 (3), 284- 303.
- Commission régionale d'ONU Tourisme pour l'Afrique (2024). Rapport de la Directrice régionale d'ONU Tourisme pour l'Afrique : exécution du programme de travail en Afrique 2023-2024 (activités régionales et techniques). Soixante-septième réunion, République de Zambie, 28 p.
- Conseil Economique, Social et Environnemental (2020). Le tourisme, levier de développement durable et d'intégration: pour une nouvelle stratégie nationale du tourisme, Auto-saisine, 52, 40 p.
- Diakité, A. S. (2014). L'épidémie à virus Ébola en Guinée, ses conséquences sanitaires et socio-économiques. *Bull. Acad. Natle Méd.*, 198 (8), 1505-1514.
- Diallo, I. D. & Barry, M. A. (2016). Le développement durable du tourisme en Guinée. Paris, L'Harmattan, 290 p.
- El Bayed, H. & Sedra, D. (2023). Digitalisation et Destination Branding : un Mariage de Raison. *Journal of Performance Management*, 2 (2), 78-90.
- El Kaddouri, A. & Benahmed, N. (2022). La digitalisation au service des touristes : la quête d'un avantage collaboratif. *Moroccan Journal of Research in Management and Marketing*, 4 (2), 121-142.

- El Omrani, A. & Touhami, L. (2024). L'impact de la transition numérique sur le secteur du tourisme, *Revue Française d'Economie et de Gestion*, 5 (12), 535-561.
- El Omrani, A. & Touhami, L. (2024). L'impact de la transition numérique sur le secteur du tourisme. *Revue Française d'Economie et de Gestion*, 5 (12), 535- 561.
- Gautier, A. (2013). Voir la montagne autrement : la randonnée comme vecteur de valorisation du patrimoine culturel. Master Sciences des sociétés et de leur environnement, Université Lyon II, France, 99 p.
- Hansali, A. (2019). La transformation digitale dans le secteur du tourisme, une approche de conduite du changement. *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, 6 (3), 851-868.
- Howard, P. C. & Bertzky, B. (2020). Le patrimoine mondial naturel en Afrique: avancées et perspectives, Programme BIOPAMA, Bureau régional de l'UICN pour l'Afrique orientale et australe (ESARO), Nairobi, Kenya, et Bureau régional de l'UICN pour l'Afrique de l'Ouest et centrale (PACO). Ouagadougou, Burkina Faso, 87 p.
- Institut National de la Statistique (2020). *Annuaire statistique 2020*, Institut National de la Statistique. Conakry, 438 p.
- Izarrouk, I. & El Aidouni, A. (2023). Le marketing digital pratiqué par le secteur touristique marocain : actions de communication à l'échelle nationale et management environnemental, *SHS Web of Conferences* 175, 01025 (2023), 1-17, <https://doi.org/10.1051/shsconf/202317501025>, Consulté le 10 juin 2025.
- Koffi, H., B., I. (2025). Le tourisme ivoirien à l'heure des technologies numériques: opportunités et défis. *Revue Internationale du Chercheur*, 6 (1), 312-335.
- Livandovschi, R. & Manolica, A. (2017). Tourisme comme facteur de développement durable. *CES Working Papers*, 9 (3), 331-342.
- Méral, P. (2010). Tourisme et conservation: tentations africaines. *Ecopolis*, 11, 129-138.
- Ministère de l'environnement, des eaux et forêts (2018). *Seconde communication nationale à la convention cadre des nations unies sur les changements climatiques*, Conakry, 162 p.
- Ministère du Plan et de la Coopération Internationale (2021). *Vision 2040 pour une Guinée émergente et prospère*. Guinée, 78 p.
- Ministère du Plan et de la Coopération Internationale (2021). *Vision 2040 pour une Guinée émergente et prospère*. Conakry, 78 p.
- Office National du Tourisme (2023). *Catalogue des projets phares : Promouvoir et développer l'offre touristique*. 56 p. Document disponible à l'adresse : www.tourisme.gov.gn . Consulté le 20 juillet 2025.



- Organisation Internationale du Travail (2019). Le tourisme durable : catalyseur du développement socio-économique inclusif et de la réduction de la pauvreté dans les régions rurales. 16 p., https://www.ilo.org/global/topics/economic-and-social-development/rural-development/WCMS_436224/lang--fr/index.htm, Consulté le 15 mai 2025.
- Priskin, J. (2009). Développement durable et tourisme : un portrait international. Ministère du Tourisme du Québec. Québec, 47 p.
- République de Guinée (2022). Politique nationale de développement industriel de la Guinée (PNDIG) : 2022-2040. Conakry, 135 p.
- Safaa, L., Oruezabala, G. & et Bidan, M. (2021). Le tourisme à l'ère des technologies numériques. Téoros [En ligne], 40 (2) |, mis en ligne le 15 octobre 2021, consulté le 18 octobre 2021. URL : <http://journals.openedition.org/teoros/10710>
- SOZA, L. G. C. (2023). Les effets de la mondialisation du tourisme dans les économies périphériques: le cas du Nicaragua. Département de Géographie. Université Paris-Saclay, 378 p.
- Sylla, M. (2004). Tourisme en Guinée: quelles stratégies adopter pour la relance de ce secteur. Mémoire de fin d'études du second cycle, Institut Supérieur International du Tourisme, Tanger, Maroc, 133 p.