

L'Intelligence Artificielle et le développement du secteur touristique au Cameroun (2010-2026)

OBAMA BELINGA Christian Théophile

Université d'Ebolowa, Cameroun
obamabelo@gmail.com

NGOUNE Joclaire

Université de Yaoundé I, Cameroun
ngounejoclaire1992@gmail.com

Résumé : Encore appelé Afrique en miniature, le Cameroun regorge de nombreuses ressources touristiques qui peinent malheureusement à être pleinement exploitées. Pourtant, l'industrie touristique est de plus en plus considérée comme un catalyseur de développement économique par plusieurs Etats. Ceux qui en ont véritablement conscience et qui ont très tôt intégré les premiers outils des Nouvelles Technologies de l'Information et de la communication (NTIC) dans leurs politiques, perçoivent l'Intelligence Artificielle (IA) comme un pygmalion de cette industrie. Dans le contexte camerounais, la situation de l'IA dans les entreprises touristiques doit être évaluée afin de montrer comment ce nouvel outil des NTIC peut efficacement contribuer au développement du tourisme. Pour ce faire, des données issues des documents publiés et des questionnaires distribués à 10 agences de voyages et 10 hôtels de Yaoundé, (capitale politique du Cameroun) ont été exploitées. A travers une démarche descriptive et inductive, cet article analyse la place de l'IA dans les processus de développement du tourisme camerounais en se focalisant sur la capacité de cet outil numérique à développer le tourisme, son usage ou non par des entreprises de voyages et d'hébergement à Yaoundé, ainsi que les limites et les perspectives de son adoption. Il s'avère que l'IA peut rapidement booster le tourisme camerounais. Cependant, les parties prenantes en général, les agences de voyages et les hôtels en particulier sont encore pour la plupart étrangers à cette opportunité technologique. Il devient donc urgent pour l'Etat d'adopter une politique du tourisme qui impliquerait entre autres la sensibilisation et la formation pour une exploitation bénéfique des IA.

Mots clés : Cameroun, Développement, Intelligence Artificielle, Tourisme, Promotion.

Abstract : Also called as Africa in miniature, Cameroon is endowed with numerous tourism resources which, unfortunately, remain largely underexploited. Yet, the tourism industry is increasingly regarded by many states as a catalyst for economic development. Those that have genuinely recognized this potential and integrated the first Information and communication Technologies (ICTs) into their policies at an early stage now perceive Artificial Intelligence (AI) as a key driver of the tourism industry. In the Cameroonian context, the role of AI in tourism enterprises needs to be assessed in order to demonstrate how this new ICT-based tool can effectively contribute to the development of tourism. To this end, data drawn from published documents and questionnaires administered to 10 travel agencies and 10 hotels in Yaoundé, the political capital of Cameroon, were analyzed. Using a descriptive and inductive approach, this article examines the role of AI in the development of Cameroonian tourism, focusing on the capacity of this digital tool to promote tourism, its adoption or non-adoption by travel and accommodation businesses in Yaoundé, as well as the limitations and prospects associated with its adoption. The findings indicate that AI could rapidly boost tourism in Cameroon. However, stakeholders in general, and travel agencies and hotels in particular, remain largely unfamiliar with this technological opportunity. It is therefore urgent for the State to adopt a tourism policy that would include, among other measures, awareness-raising and training to ensure the effective and beneficial use of AI technologies.

Keywords : Cameroon, Development, Tourism, Artificial Intelligence, Promotion.

Introduction

L'activité touristique est un important secteur de l'économie mondiale, car depuis les années 2000, de nombreuses personnes (800 millions) quittent leurs pays pour l'étranger avec des motivations diverses (Vu Manh Chien, 2007, p. 75). Aujourd'hui, il s'agit de milliards de déplacements à travers le monde. Parallèlement, la transformation

numérique modifie profondément les pratiques sociales et les modes de fonctionnement de nombreux secteurs d'activité. Le secteur touristique camerounais ne saurait, dans ce contexte, rester passif. Le développement d'internet, des réseaux sociaux, des plateformes de réservation, des systèmes d'information géographique, du big data et, plus récemment, de l'intelligence artificielle, a changé les modalités de recherche, de sélection et de consommation des produits touristiques (Buhalis et Law, 2008, p. 609 ; Gretzel et *al.*, 2015, pp. 180-182).

L'IA peut être appréhendée comme l'ensemble des techniques permettant à des systèmes informatiques d'accomplir certaines tâches associées à l'intelligence humaine, notamment l'apprentissage, la reconnaissance de formes, l'analyse de données, la compréhension du langage et la prise de décisions (Russell et Norvig, 2021, p. 1). Selon l'UNESCO, les systèmes de l'IA sont des technologies de traitement des informations qui intègrent des modèles et algorithmes, lesquels génèrent une capacité d'apprentissage et d'exécution de tâches cognitives conduisant à des résultats tels que l'anticipation et la prise de décisions dans des environnements matériels et virtuels (Sagnon, 2026, p. 27).

L'IA occupe aujourd'hui une place prépondérante dans le domaine touristique en termes de promotion des produits et services qui ne se limite plus à la diffusion traditionnelle de brochures ou de flyers (Tussyadiah, 2020, p.11; Koo et *al.*, 2021, p. 474). Elle renvoie également à l'ensemble des stratégies visant à rendre une destination attractive et accessible à différents publics. Les outils numériques et l'IA offrent ainsi la possibilité de diffuser rapidement et à coûts réduits des informations touristiques. L'ONU-Tourisme reconnaît d'ailleurs l'importance de l'IA dans la personnalisation des services, l'automatisation, la production de contenus et l'amélioration de l'expérience touristique.

Les travaux récents consacrés à l'IA dans le tourisme africain mettent en évidence d'importantes opportunités, mais également des contraintes liées aux infrastructures numériques, aux compétences, aux données et aux capacités d'adoption de ces technologies. Au Cameroun, cette problématique présente un intérêt particulier en raison de la diversité des ressources touristiques nationales et des attentes des pouvoirs publics. Paradoxalement, plusieurs sites et produits touristiques demeurent peu connus, aussi bien au niveau national qu'international. Dans ce contexte, la transition numérique apparaît comme une aubaine pour booster ce secteur afin d'accroître sa visibilité et son attractivité. Tchouassi et Nguétchouo Domtchouang (2024, p.367) montrent d'ailleurs que les investissements dans les infrastructures numériques peuvent avoir une incidence sur le développement du tourisme au Cameroun. Dès lors, quelle est la situation de l'IA dans les entreprises touristiques camerounaises entre 2010 et 2026? Dans quelle mesure cet outil innovant peut efficacement contribuer au développement du tourisme dans ce pays ?

La réponse à ces questions a nécessité la collecte des données issues des documents publiés, mais également des questionnaires distribués à 10 agences de voyages et à 10 hôtels de Yaoundé. Le traitement des données émanant de ces questionnaires a été effectué à l'aide du logiciel Microsoft Excel pour une analyse descriptive des résultats permettant de mettre en exergue des pourcentages relatifs à l'usage de l'IA dans ces entreprises. A travers une démarche inductive, il en ressort que

l'IA peut être un véritable pygmalion du tourisme camerounais. Toutefois, son implémentation demeure encore limitée, d'où l'urgence pour l'Etat d'agir de concert avec les autres parties prenantes de l'industrie touristique afin de mieux tirer les bénéfices de cette technologie.

1. Intelligence artificielle et transformation du tourisme au Cameroun

L'entrée de l'intelligence artificielle au Cameroun n'est pas aussi récente que l'on puisse croire. Son émergence dans l'industrie touristique mondiale a suscité des adoptions rapides ainsi que des résistances.

1.1. Historique de l'IA au Cameroun

Les prémices de l'IA au Cameroun peuvent être replacées dans la période comprise entre 2010 et 2015, marquée par l'essor d'internet, des télécommunications mobiles, des bases de données et, plus largement, des technologies numériques importantes pour le développement de l'IA (Rapport MINEPAT, 2024, pp. 20-34). A cette période, l'IA demeure principalement associée aux domaines de la recherche universitaire, de l'informatique, etc. Entre 2020 et 2023, son développement s'inscrit davantage dans le processus de transformation numérique engagé par l'Etat à travers ses politiques publiques de développement notamment, la Stratégie Nationale de Développement 2020-2030 (SND30). Cette orientation accorde une place importante à la transformation numérique et à l'innovation technologique comme leviers du développement (Rapport MINEPAT, 2024, p. 40). L'année 2024 apparaît comme une étape charnière dans la structuration institutionnelle de la réflexion sur l'IA au Cameroun. De fait, plusieurs initiatives nationales consacrées à l'IA (la Concertation Nationales sur l'IA (CONIA)) sont organisées à Yaoundé, contribuant ainsi à renforcer les débats sur son appropriation, son développement et son application dans différents secteurs. En 2025, cette dynamique a conduit à la signature d'une convention entre le Ministère du Tourisme et de Loisirs (MINTOUL) et la *Cameroon Telecommunications* (CAMTEL) visant à renforcer la visibilité du tourisme camerounais et de connecter plus de 900 sites touristiques et administratifs au réseau de la fibre optique (CAMTEL, 2025). Le 7 juillet 2025, le Ministère des Postes et Télécommunications dévoilait la Stratégie Nationale d'Intelligence Artificielle (SNIA) dont le but est de faire du Cameroun un hub continental en matière d'IA à l'horizon 2040 (Njoya Samira, 2025).

Cela s'est poursuivi en 2026 avec le projet de la mise en place d'un Laboratoire d'Analyse de Données et d'Intelligence Artificielle (LAD-IA). Toutefois, il revient à dire que l'utilisation de l'IA est encore timide dans plusieurs secteurs d'activités au Cameroun. Au-delà de cette brève évolution historique, peut-on évaluer son émergence dans le tourisme mondial ?

1.2. Intégration de l'Intelligence Artificielle dans l'industrie touristique camerounaise

Les mutations des NTIC dans le monde ont conduit à leur intégration dans divers secteurs à l'instar du tourisme. Au regard de ses principaux types et de son importance, l'IA se transforme en instrument majeur dans l'industrie touristique.

1.2.1. Bref aperçu de l'intégration de l'IA dans l'industrie touristique mondiale

La transformation numérique a progressivement introduit de nouvelles technologies dans l'industrie touristique internationale. Les premiers changements sont liés à l'Internet, aux systèmes informatisés de réservation et aux plateformes numériques. Ils ont ensuite été renforcés par les réseaux sociaux, les smartphones, le big data, etc. (Gretzel et al., 2015, pp.181-182), d'où le *smart tourism*.

Aujourd'hui, l'IA constitue un nouveau paradigme. Elle permet de traiter rapidement d'importants volumes de données et de fournir des réponses adaptées aux besoins de ses utilisateurs. Cependant, ses résultats restent fortement dépendants de la qualité, de la quantité et de la fiabilité des données auxquelles elle a accès. Elle ne peut donc être considérée comme un instrument capable, à lui seul, de garantir la fiabilité des informations.

Comme soulignait déjà Tussyadiah, l'automatisation intelligente représente l'un des axes majeurs de transformation future du tourisme (Tussyadiah, 2020, p. 1). Elle insiste cependant sur la nécessité de réfléchir aux conséquences économiques et sociales de cette automatisation. C'est d'ailleurs ce qui suscite de la curiosité concernant les IA dans le secteur touristique camerounais.

1.2.2. Quelques IA propres au tourisme : importance et appropriation par les agences de voyages et les hôtels camerounais

Plusieurs IA peuvent être bénéfiques au secteur touristique. Leur utilisation par les agents de voyages et les hôteliers pourrait contribuer au développement du tourisme camerounais.

a. L'IA générative

Elle fait partie des IA qui contribuent à la simulation de conversations et de dialogues de manière automatisée avec les usagers. Ses contenus peuvent être textuels, visuels, sonores ou audiovisuels. Les offices de tourisme, les agences de voyages et autres professionnels l'utilisent pour produire rapidement des descriptions de destinations, des itinéraires, des textes promotionnels, des publications destinées aux réseaux sociaux, des échanges multilingues et des contenus adaptés à différents profils de visiteurs (Denis, 2026, p. 24). Elle permet aux touristes de poser des questions concernant des destinations, des hôtels, les transports, les prix ou les activités disponibles (Pillai et Sivathanu, 2020, p. 3204). Parmi ces IA, il est possible de citer les Chatbots, assistants virtuels, Claude, Gemini, ChatGPT, Midjourney, etc. Dans le cadre du tourisme, elles informent et accompagnent le visiteur (Denis, 2026, p. 28). A côté de celle-ci, l'IA agentique représente une autre forme majeure.

b. L'IA agentique ou agents autonomes

L'IA agentique est l'une des formes les plus récentes qui désigne un système capable de fournir une réponse, de planifier et d'exécuter des actions complexes de manière autonome avec peu ou pas d'intervention de l'homme. Contrairement aux Chatbots, elle peut interagir avec différents systèmes, exploiter des informations actualisées et adapter son action aux données disponibles en temps réels. Dans le cadre des voyages, elle peut les planifier, trouver des hébergements, concevoir des itinéraires touristiques et adapter les parcours selon les préférences du voyageur (Denis, 2026, pp.

23-24). Les agentiques peuvent être classées en 4 catégories notamment, les agents et *frameworks* Développeurs (*AutoGPT, Microsoft AutoGen, BabyAGI, LangGraph, CrewAI*), les agents de développement et Code (*Devin, GitHub Copilot Workspace, Swe-agent, Cursor/Claude Dev*), les agents de navigation et automation (*Operator (Open IA) MultiOn, Aptimer, etc.*) et les agents de productivité et d'entreprise (*Microsoft Copilot Studio & Copilot Agents, Salesforce Agentforce, etc.*). Les IA de recommandation jouent également un important rôle dans le tourisme.

c. L'IA de recommandation ou moteurs de recommandation

Les IA de recommandation sont des outils qui permettent d'analyser les préférences et comportements du client pour inciter à l'achat ou à la consommation des produits. Leur particularité réside dans leur fonction de personnalisation et de suggestion. Ces deux catégories peuvent faire le bonheur des entreprises touristiques : les plateformes grand public (*Netflix (Streaming vidéo), Spotify, Tiktok, etc.*) et les moteurs et API de recommandation pour entreprises (*Amazon Personalize, Google Recommendations AI (Vertex AI), Algolia Recommend, Dynamic Yield, etc.*). Après la présentation de ces IA, il convient d'évaluer leur importance dans le secteur touristique camerounais.

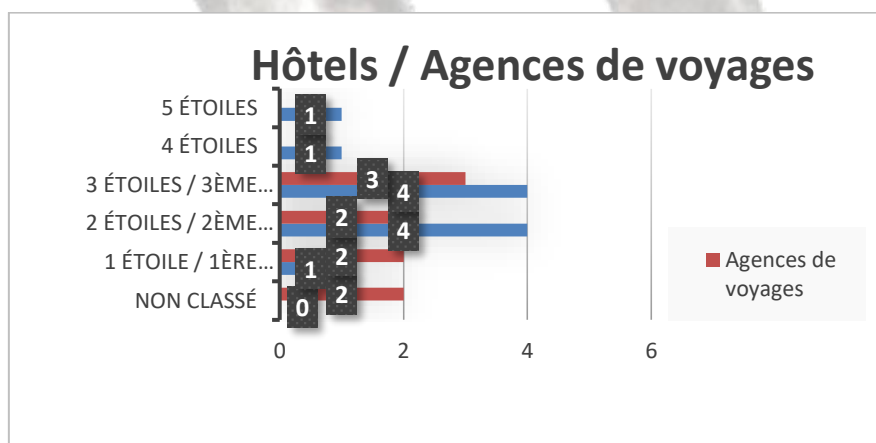
1.2.3. L'importance de l'IA dans le développement du secteur touristique camerounais

L'utilisation de l'IA dans le secteur touristique camerounais apparaît importante dans la mesure où cette nouvelle technologie peut contribuer à l'amélioration de la visibilité des destinations. L'un des principaux problèmes auxquels est confronté le tourisme camerounais est l'insuffisante visibilité de certaines destinations. Pourtant, ce pays dispose des ressources touristiques abondantes dont la promotion peut être facilitée par les outils de l'Intelligence Artificielle. L'IA peut également être utile dans l'analyse des tendances, l'identification des contenus les plus performants, la détermination des profils des publics et la production des publications adaptées. En effet, les technologies de ciblage initialement développées sur les moteurs de recherche se développent rapidement de nos jours et sont incontournables pour les campagnes de publicités touristiques (Niccoli et Le Ouay, 2018, p. 61). Les acteurs du tourisme camerounais pourraient ainsi utiliser l'IA pour construire des campagnes ciblées sur les réseaux sociaux afin de faire connaître les sites les moins connus à l'instar du Gouffre des fantômes de Nkoétyé au Sud Cameroun.

Contrairement à l'idée selon laquelle l'IA ne ferait que supprimer des emplois, elle peut par contre créer de nouvelles compétences grâce à l'accès « facile » aux Smartphones et ordinateurs en milieux jeunes. L'enjeu pour le Cameroun consiste donc à préparer les professionnels du tourisme à cette transformation (Koffi.Y.J, et al, 2024, pp. 217-218). Quid de l'usage de l'IA dans des agences de voyages et des hôtels de Yaoundé ?

1.2.4. Analyse de l'appropriation de l'IA par des agences de voyages et des hôtels camerounais

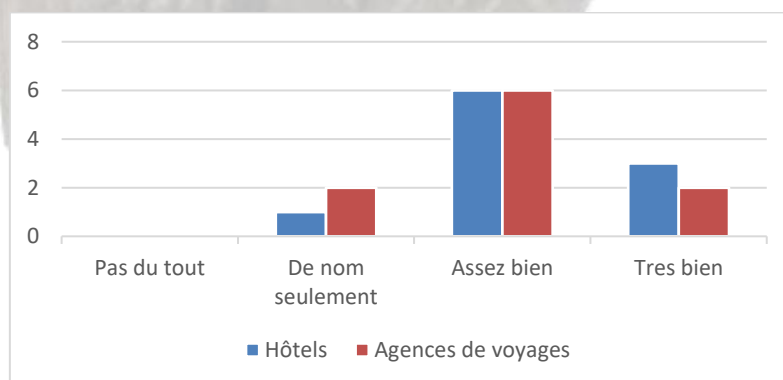
Alors que les agences de tourisme sont des acteurs historiques de l'organisation des voyages, les hôtels servent de pilier pour l'accueil, contribuant ainsi au confort des visiteurs en agrémentant leurs séjours. Au Cameroun, ces entreprises vont de la première à la troisième catégorie pour ce qui est des agences, et les structures d'hébergement sont classées entre 1 et 5 étoiles. Il convient cependant de mentionner dans le cadre de cette étude que, certaines des agences enquêtées ne sont pas classées. Le graphique ci-dessous fait d'ailleurs précision.



Graphique 1 : profil des établissements enquêtés

. Cette illustration nous présente le nombre et la catégorie des entreprises concernées par l'enquête. Elles ont en commun le fait d'être situées au cœur de la capitale (en zone A pour près de la moitié).

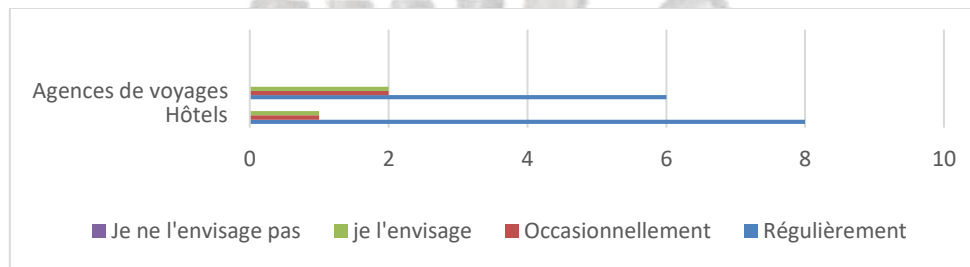
Le graphique qui suit présente le niveau de connaissance de l'IA dans les hôtels et les agences de voyages enquêtés.



Graphique 2 : Connaissance de l'IA

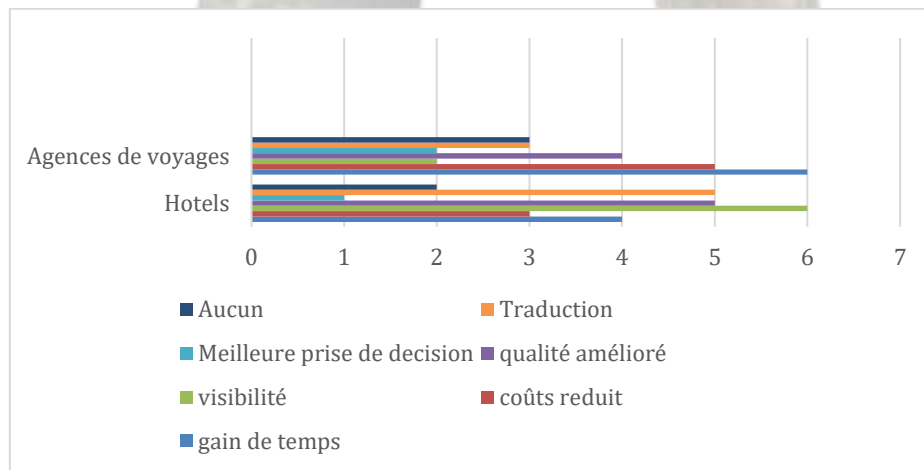
Il convient de souligner que 90% des hôtels (en bleu) et 80% des agences de voyages (en rouge) ont une connaissance de l'IA.

Le but n'était pas seulement de savoir si le personnel de ces structures maîtrise l'IA. Il était également question d'évaluer son usage ou pas en entreprise.



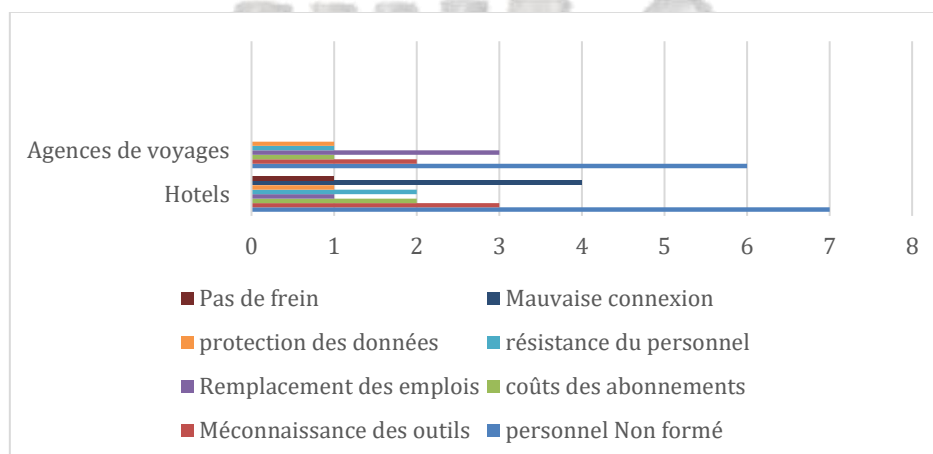
Graphique 3 : Niveau d'utilisation des IA

Ce graphique permet de constater que 80% des entreprises d'hébergement utilisent régulièrement l'IA, contre 60% des agences de voyages. Bien que certains hôtels et agences de voyages fassent recours à cette intelligence, il faut relever que les résistances y persistent malgré les potentiels bénéfices.



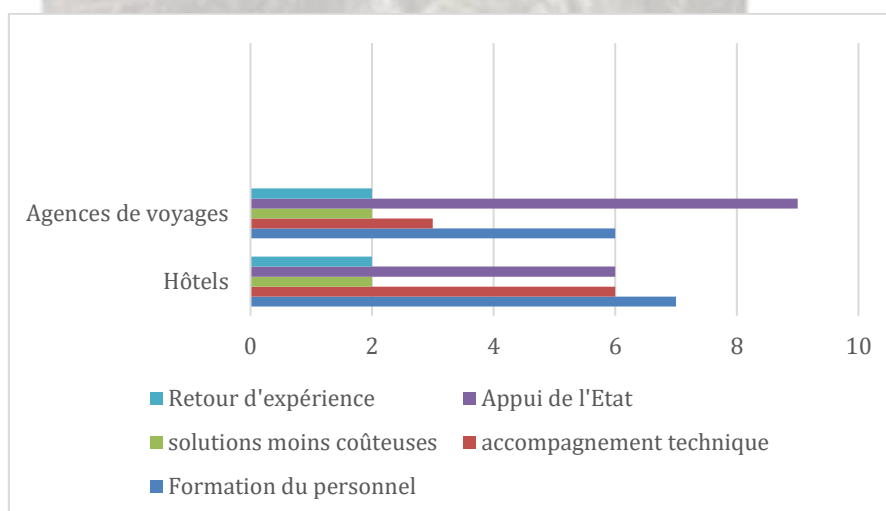
Graphique 4 : les bénéfices perçus de l'utilisation de l'IA

Cette illustration présente les bénéfices que tirent les agences de voyages et les hôtels de l'utilisation de l'IA. Les gains de temps, la visibilité des offres, la traduction, la réduction des coûts et l'aide à la prise de décision sont entre autres les bénéfices de l'utilisation de l'Intelligence Artificielle dans ces entreprises. 3/10 des agences de voyages et 2/10 des hôtels soulignent qu'ils n'entrevoient aucun bénéfice de l'utilisation de cette technologie. Cela confirme les données du graphique 2 où certaines entreprises l'utilisent occasionnellement ou envisagent de l'utiliser.



Graphique 5 : Les freins et les conditions à l'adoption de l'IA

L'analyse de ce graphique révèle que le coût des Intelligences Artificielles et le manque de formation du personnel à leur utilisation constituent de véritables freins à l'implémentation de cette transition numérique dans les entreprises du secteur touristique et hôtelier. Plusieurs personnels se limitent aux fonctions basiques de l'IA. Cette situation est également motivée par la peur du remplacement des emplois. Dans les établissements d'hébergement, on note aussi une méconnaissance de ces outils, sans oublier la méfiance due au faible niveau de protection des données des clients face à la puissance de l'IA.



Graphique 6 : Les solutions pour une meilleure adoption de l'IA

Pour une meilleure adoption de l'IA, l'appui de l'État, l'accompagnement technique et la formation du personnel, sont des éléments qui ressortent le plus pour une meilleure intégration de l'IA dans ces entreprises. L'implémentation de la Stratégie Nationale d'Intelligence Artificielle dans le cadre de la formation doit tenir compte des spécificités des structures de l'industrie et des réalités locales.

Après avoir présenté la situation de l'IA dans les agences de voyages et les hôtels camerounais, que dire de ses limites?

2. Limites de l'usage de l'IA dans l'industrie touristique camerounaise

Les limites concernent le plus le déficit d'infrastructures numériques et le manque de données, la possibilité d'une dégradation durable des rapports humains, le manque de compétences spécialisées et les risques liés aux erreurs, ainsi que les problèmes éthiques inhérents à la confidentialité, à la sécurité et à la protection des utilisateurs.

2.1. Le déficit d'infrastructures numériques et le manque de données

L'utilisation efficiente de l'IA dépend de l'existence d'infrastructures numériques fiables : Internet haut débit, centres de données, plateformes numériques et réseaux de télécommunication. Les travaux récents sur le Cameroun soulignent justement l'importance des infrastructures numériques dans le développement du tourisme (MINEPAT, 2024, p. 45). De plus, le déficit de données touristiques fiables demeure un autre aspect, car l'IA fonctionne à partir des données mises à sa disposition. Or, si les données touristiques sont insuffisantes, dispersées ou mal structurées, les résultats produits peuvent être incomplets ou inexacts.

2.2. La possible dégradation des rapports humains

Certains consommateurs subissent les effets néfastes des nouvelles technologies passivement. Plus grave encore, ils ne mesurent pas toujours la complexité de cet écosystème numérique grandissant qui les déroutent par sa propagation exponentielle. Cathérine Marshall (2026, p. 3) va plus loin en rappelant que si les réseaux ont réussi à dégrader les relations humaines, les effets épistémiques, cognitifs et civilisationnels de l'IA générative vont quant à eux nous dégrader durablement. Pour largement bénéficier de ces intelligences virtuelles, les utilisateurs compétents n'hésitent pas de les questionner.

2.3. Le manque de compétences spécialisées et les risques liés aux erreurs

L'adoption de l'IA exige des compétences plurielles, d'où la nécessité de renforcer la formation de toutes les parties prenantes. Par ailleurs, l'IA peut produire des informations erronées ou inventées. Dans le domaine touristique, une erreur concernant l'existence d'un site, les tarifs d'un hôtel, les horaires ou les conditions d'accès peut porter préjudice au visiteur et à l'opérateur (Christensen J. and *al.*, 2025, p. 549). Cela peut provoquer la perte de la confiance d'un touriste.

2.4. Les questions éthiques

La capacité de l'IA de collecter facilement et rapidement des données personnelles est un réel souci. Elle peut provoquer des problèmes de violation de confidentialité des touristes qui échangent dans les réseaux sociaux avec les entreprises. Leur sécurité peut alors devenir hypothétique (Yanzheng Tuo, et al, 2021, p 93). L'ONU-Tourisme insiste d'ailleurs sur la nécessité d'une adoption responsable de l'IA, fondée notamment sur la gouvernance des données et les principes éthiques. Les Etats devraient adopter des cadres normatifs nécessaires au contrôle de l'utilisation de cette intelligence.

Conclusion

Après des années de présence de l'IA au Cameroun, le pays n'en fait pas encore un outil concret de développement économique. Bien que les risques à son utilisation suscitent de plus en plus des débats, elle contribue sérieusement au développement des économies des pays qui ont suffisamment investi pour son essor. Au Cameroun, son usage par certains acteurs du secteur touristique reste mitigé. Dans les hôtels de Yaoundé, son adoption ne pose pas assez de problèmes contrairement aux agences de tourisme où la peur de la suppression des emplois est un véritable frein à son utilisation. Nombreux sont les agents de voyages qui avouent l'utiliser à des fins purement personnelles. Pourtant, l'IA est aujourd'hui indispensable en matière de gain de temps sur les tâches administratives, de réduction des coûts, d'amélioration de la visibilité des entreprises, d'enjolivement des supports de communication et du marketing digital, de conversation automatique avec les clients, de conception des itinéraires touristiques, etc. Cependant, le manque de formation et ses coûts en termes d'abonnement constituent des freins à son adoption par de nombreuses entreprises camerounaises.

Les pouvoirs publics et les opérateurs privés doivent abondamment investir dans la formation, car si de bonnes politiques sont adoptées et suffisamment implémentées, la transition pourrait être synonyme de réelles opportunités. De nouveaux métiers qui requièrent des compétences spécifiques et pointues verraient le jour (Benazzou L. et *al.*, 2025, p. 9). Paradoxalement, plusieurs métiers seraient inéluctablement remplacés sans poser de problèmes majeurs.

Références bibliographiques

Benazzou, L. et *al.* (2025). «L'impact de l'Intelligence Artificielle sur les Métiers d'Avenir en Afrique et dans la région MENA ». *Revue du contrôle, de la comptabilité et de l'audit*, Vol. 9, N°3, pp.183-208.

CAMTEL. (2025). *Tourism meets digital: CAMTEL and MINTOUL united*. CAMTEL.

Christensen, J. and *al.* (2025). "Understanding the role and impact of Generative Artificial Intelligence (AI) hallucination within consumers'tourism decision-making processes", in *Current Issues in Tourism*, 28(4), pp. 545-560.

Denis, D. (2026). *L'Intelligence Artificielle au Coeur de la révolution touristique*. CCI Paris Ile-de-France.

Koffi, Y. J. et *al.* (2024). «Le tourisme à l'ère des technologies numériques dans la commune de Grand-Bassam (Sud-Est Côte d'Ivoire) », in *Les Cahiers du Groupe de Recherche et d'Action Francophone pour le Développement*, pp. 206-222.

Marshall, C. « La domination par l'IA », <https://laviedesidees.fr>, consulté le 29/09/2026.

Niccoli, R. et Le Ouay, F. (2018), « L'intelligence artificielle et publicité », in *Annales des Mines-Enjeux Numériques*, n°1, pp. 59-62.

Njoya, S. (2025). « Le Cameroun développe une stratégie nationale de l'IA à sept piliers », <https://share.google/D2w9dAythUyhqbu8P>, consulté le 30/09/2026.

Pillai, R. et Siyathanu, R. (2020). "Adoption of AI-bases chatbots for hospitality and tourism", in *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, n°32(10), pp. 3199-3226.

Russell, S. et Norvig, P. (2021). *Artificial Intelligence : A modern approach*, 4th edition, Hoboken, New Jersey (Etats-Unis).

Sagnon Ibrahima. (2026). «Intelligence artificielle et tourisme durable en Côte d'Ivoire : évaluation empirique des impacts économiques, sociaux et environnementaux dans la région de San Pedro ». Université Polytechnique de San Pedro, *Revue belge*, vol 12, n°135, pp. 25-38.

Tchindjang, M. et *al.* (2020). «TIC et tourisme littoral : le cas de Kribi au Cameroun ». In *Gouverner ports, transports et logistique à l'ère du numérique*, pp. 185-224.

Tchouassi G. et Nguetchouo Domtchouang, G. A. (2024). «Ecosystème de l'industrie touristique au Cameroun : entre collaboration, coordination et partenariat ». In *International Journal of Accounting, Finance, Auditing, Management and Economics*, n°11, vol 5, pp. 355-371.

Tussyadiah, I. P. (2014). " A review of research into automation in Tourism: Launching the Annals of Tourism Research curated collection on Artificial Intelligence and Robotics in Tourism", in *Annals of Tourism Research*, n° 81, 102883, pp. 1-13.

Vu Manh Chien. (2007), «Tourisme, croissance et intégration dans l'économie mondiale : les apports du concept de développement durable ». Thèse de Doctorat en Sciences Economiques, Université du Sud Toulon-Var.

Yanzheng Tuo, Lanyu Ning and Aiyuan Zhu. (2021). "How Artificial Intelligence will change the future of tourism industry : the practice in China". In *College of Tourism and Service Management*, Nankai University, Tianjin , China, pp. 84-94.

Rapport (2024) du Ministère de l'Economie et de la Planification et de l'Aménagement du Territoire sur le développement de l'économie numérique au Cameroun en 2023.

Rapport (2024) du Ministère des Postes et Télécommunications sur le Projet d'Accélération de la transformation Numérique au Cameroun intitulé: Quelles politiques gouvernementales pour une meilleure appropriation de l'Intelligence Artificielle?