

SOMMAIRE

REMERCIEMENT	i
SOMMAIRE	ii
INTRODUCTION.....	1
PARTIE I :	1
LE TOURISME A MADAGASCAR	1
Chapitre I : QUELQUES NOTIONS THEORIQUES SUR LE « TOURISME ».....	3
Chapitre II : ROLE ET PLACE DU « TOURISME » DANS L'ECONOMIE MALGACHE	8
Chapitre III : L'ETAT DES LIEUX OU DIAGNOSTIC DU SECTEUR DU TOURISME A MADAGASCAR.....	13
Chapitre IV : IMPORTANCE DU SYSTEME DE TRANSPORT DANS LE SECTEUR TOURISME	21
PARTIE II :	3
ANALYSES ET PERSPECTIVES DU SECTEUR TOURISME	3
Chapitre V : ANALYSES DU SECTEUR TOURISME	23
Chapitre VI : LES IMPACTS DU SYSTEME DE TOURISME SUR L'ECONOMIE DE MADAGASCAR	29
Chapitre VII : LES PERSPECTIVES POUR LA PROMOTION DU TOURISME A MADAGASCAR	37
Chapitre VIII : LES INITIATIVES GOUVERNEMENTALES	44
CONCLUSION	49
TABLE DE MATIERES.....	iii
BIBLIOGRAPHIE	vi
ACRONYMES.....	viii
LISTE DES TABLEAUX	x

INTRODUCTION

Actuellement, nous vivons dans le contexte de globalisation totale, nous constatons ceci à travers le développement des relations internationales, développement du commerce,... En fait, les révolutions industrielles et par la suite, le développement des moyens de communication et de transport en sont à l'origine de ces phénomènes. Le développement de ces derniers constitue ainsi facteur de la mobilité internationale. Ainsi, il nous est à présent possible de se déplacer d'un pays à un autre en quelques heures qui nécessitaient plusieurs mois auparavant. C'est avec ce progrès dans ces moyens de transports que le tourisme est boosté jusqu'à connaître un grand essor et contribue de plus en plus au développement de l'économie.

Le tourisme est incontestablement, depuis la fin de la Seconde Guerre Mondiale un phénomène majeur. Plus précisément, le tourisme est devenu en siècle et demi, un phénomène essentiel de la vie économique et social des Etats, depuis que les structures industrielles du monde occidental ne permettaient plus la considération du déplacement des visiteurs internationaux comme un simple fait marginal¹.

Il convient de comprendre que cette expansion du secteur tourisme correspond au développement industriel des nations ainsi qu'à l'amélioration de la conception et de l'application de certaines mesures sociales concernant leur population.

L'élargissement du régime des congés payés associés à l'élévation du niveau de vie dans ces pays marque cette expansion du tourisme avec les diverses facilités socio-économique procurées par les développements du secteur industriel (transport, mécanisation).

Ce mode de vie apparaît par conséquent comme une source de richesse, en tant que générateur d'activités économiques, et pour les pays émetteurs et pour les pays d'accueil. La prise de conscience de l'apport économique du tourisme justifie l'option des gouvernements

¹ Avant 1880, les voyages n'étaient qu'un phénomène marginal. Selon l'anecdote of English Language ; publié à Londres en 1800, la plus ancienne utilisation du mot tourist daterait de cette année là. Voir R. LANQUAR. L'économie du tourisme, coll. Que sais-je, Ed. PUF, Paris 1983.

des pays à potentialités touristiques exploitables à les classer parmi les industries prioritaires. La considération du simple apport-coût d'exploitation et de réalisation du secteur économique touristique exploitable lui donne, en effet, une dimension spécifique.

Le secteur tourisme crée autant de valeurs ajoutées, d'emplois et de devises pour un faible coût. D'où la grandissante motivation des différents gouvernements des pays surtout d'accueil, à favoriser prioritairement le tourisme par la formulation et la mise en place d'une politique nationale et locale du développement touristique.

Ces multiples importances constatées dans l'étude de ce secteur nous ont donc amenés à choisir un thème qui est d'ailleurs d'actualité et formulé comme suit : « le secteur tourisme : des opportunités à saisir dans l'économie malgache ».

Notre objectif consiste à évaluer l'évolution du tourisme, connaître les politiques de la promotion et les manières dont il est fait et enfin apprécier l'efficience des actions.

Ainsi dans le cadre de ce sujet, posons-nous la problématique principale suivante : est ce que le secteur peut conduire à un développement socio-économique de Madagascar ?

Pour mieux répondre à cette question, notre méthode de recherche consiste dans un premier temps, à l'élaboration d'une bibliographie avant notre descente sur le terrain. Une fois sur le terrain nous avons mené diverses enquêtes auprès des autorités de tutelle du tourisme. Nous avons également approché les opérateurs touristiques privés, des associations professionnelles, des organismes parapublics de promotion du tourisme, ensuite nous passons à l'interprétation des données et la rédaction de ce mémoire.

Le dépouillement et l'analyse des résultats nous ont conduits à adopter un plan à deux parties qui nous aident à répondre à la problématique posée précédemment. La première partie a pour titre l'évolution du secteur tourisme malgache et la deuxième partie parle les perspectives et les politiques de promotion.

PARTIE I :

LE TOURISME A MADAGASCAR

Chapitre I : QUELQUES NOTIONS THEORIQUES SUR LE « TOURISME »

Le tourisme à travers le monde s'est surtout développé grâce à la publicité, une certaine image des espaces ou des milieux d'accueil touristique.

Par sa définition, il varie d'un pays à l'autre, certains pays le comptabilisent comme tous les voyageurs qui passent tous les frontières, alors que d'autres ne recensent que ceux qui séjournent effectivement sur place.

I.1. HISTORIQUE DU TOURISME

Dès son origine, l'homme a une utopie de la libération pour se rendre au-delà de son horizon, il imagine d'autres mondes. Des récits de voyages datant de l'antiquité comme es récits de la Bible et de Corans, les aventures de Marco Polo au XIII è siècle se lançaient à la découverte de l'espace et des civilisations diversifiées. La notion de voyage se précise de plus en plus, la dimension culturelle de déplacements des frontières se renforce ; et le travail de débroussaillage se poursuit par des voyages effectués par des personnalités rendant ainsi célèbres des itinéraires et des sites.

Vers 1800, les usagers de grand tour deviennent des touristes et à partir de 1811, le mot tourisme est appliqué au « voyage d'agrément ». Mais avant même ce nouveau vocabulaire, on conçoit le voyage en associant la curiosité culturelle et la soif de la découverte.

Les mots « tourisme » vient do mot « tour », c'est-à-dire faire du tour à partir d'un point de départ A et y revenir après certains temps. Et au XIXe siècle, on connaît un développement du nouveau mode de transport : bateau à la vapeur, chemin de fer à la vapeur. Ainsi, le tourisme s'insinue à travers des milieux extrêmement différents : les déserts, les campagnes, les montagnes, les mers, les forets,...

Pendant le XXème siècle sont apparus des milliers de brochures de cartes, de spots publicitaires et on remarque des concentrations festivals des touristes sur les plages qui symbolisent l'ampleur du tourisme. En cause, la « conférence des Nations Unies sur le tourisme et les voyages internationaux » en 1963, propose que l'on appelle « touristes » les visiteurs temporaires dont le séjour dans un pays visité atteint au moins 24 heures et dont

motif de déplacement est soit le loisir, soit les affaires, soit la famille, une mission ou une réunion ;

Ce n'est qu'à la deuxième moitié du XXème siècle qu'on notait l'explosion des temps de détente et de loisirs, avec la connaissance d'une expansion et d'une généralisation rapide du tourisme dans la société. En plus, le tourisme de masse ou populaire se développait et a entraîné par la suite la modification et l'aménagement des paysages.

Selon R.LANQUAR, « Le tourisme ne s'est vraiment développé qu'après qu'une mesure sociale, les congés payés, fut élargie à toutes les couches de population des pays industrialisés à partir des années 1930². »

Actuellement, plus qu'un simple signe de l'élévation du niveau de vie, le tourisme marque plutôt « l'évolution des modes de vie³ ». C'est le développement d'une véritable civilisation du loisir.

I.2. DEFINITION DU TOURISME

En cause, la « conférence des Nations Unies sur le tourisme et les voyages internationaux » en 1963, propose que l'on appelle « touristes » les visiteurs temporaires dont le séjour dans un pays visité atteint au moins 24 heures et dont le motif de déplacement est soit le loisir, soit les affaires, soit la famille, soit une mission ou une réunion.

Et ainsi, selon Marie France Laffont, « le tourisme est considéré d'abord comme une démarche industrielle, en matière du tourisme international, les visiteurs franchissent les frontières nationales pour aller voyager ou séjournier pour une durée limitée ainsi que pour des raisons non professionnelles dans un pays autre que le sien » donc, en ce qui concerne la définition du tourisme, elle montre le désir du lointain, l'exotisme, l'aspiration aux contractes qui constituent un accomplissement normal du comportement touristique.

Selon l'Office Mondiale du Tourisme, le « tourisme est un ensemble d'activités mise en œuvre pour réaliser un type de voyage ; une industrie coopérant à la satisfaction des besoins du touriste et se distingue d'un simple voyage en ce sens qu'il implique le choix délibéré du but de satisfaire l'agreement du touriste ».

En tout, faire du tourisme suppose un déplacement ou un voyage, c'est-à-dire quitter son domicile habituel pendant 24 heures au moins, quatre mois au plus, c'est une absence

² LANQUAR (Robert), l'économie du tourisme (1983), p. 3

³ Id.

temporaire, supposant le désir du lointain, l'aspiration aux contrastes, l'exotisme. Malgré tout, la majorité de la population pense que faire du tourisme c'est faire des vacances.

Joffre DUMAZEDIER précise que le tourisme est conçu comme un loisirs qui correspond à un « ensemble d'occupations auxquelles l'individus peut s'adonner de plein gré, soit pour se reposer, soit pour se divertir, soit pour développer son information ou sa formation désintéressée, sa participation sociale volontaire ou sa libre capacité créatrice après s'être dégagée de ses obligations professionnelles, familiales et sociales »⁴.

La notion du tourisme ou de loisir devient ainsi inséparable de celle de déplacement. Mieux, évoquer la notion du tourisme c'est d'abord et désormais se référer à la mobilité, « une recherche du dépassement complet synonyme d'évasion au-delà des frontières »⁵.

I.3. LES DIFFERENTS TYPES DU TOURISME

Selon les activités à faire ou encore le motif de voyage, ou bien selon la zone de déplacement, il existe plusieurs types de tourisme.

A Madagascar, selon le tableau suivant du Ministère tutelle, il y a 4 grands types de tourisme respectivement liés à l'environnement, au soleil, à la plage, à la culture, et aux sports.

Tableau 1: Les différents types de tourisme à Madagascar

Activités	Ecotourisme	Soleil et plage	Activités culturelles	Sports et aventures	Autres
Taux (%)	55	19	15	8	3

Source : MEEFT

I.4. 2009 : UNE ANNEE SOMBRE POUR LE TOURISME

Le tourisme malgache se trouve actuellement dans une impasse. La crise mondiale et l'incertitude pour l'avenir amène à poser des questions sur le sort de ce secteur.

⁴ DUMAZEDIER J. cité par WACKERMAN, p.6

⁵ WACKERMAN, p.7

1.4.1 Le Chômage technique

Depuis le début de l'année, l'industrie du tourisme malgache est en pleine récession. Le taux de remplissage des hôtels ne dépasse pas les 10%⁶ si c'était à 68% durant la même période l'année dernière.

Durant les 3 premiers mois, aucune réservation n'a été faite au niveau des hôtels et organismes chargés des voyages⁷.

Les tensions politiques de cette année ne sont pas comparables de celles d'auparavant. La violence très accentuée et les pillages de tout genre ont créé une atmosphère de désordre et d'anarchie.

Actuellement, le chômage technique devient le maître-mot des entreprises et des industries du tourisme.

1.4.2 Le secteur hôtelier

Durant le premier trimestre, la FHORM et l'ONTM ont sorti un bilan du secteur annonçant un taux d'annulation proche de 100% et du taux d'occupation inférieur à 10% au niveau des hôteliers contre 30% à 40% à la même période en 2008.

En Juillet, les hôtels affichent un taux d'occupation de 0,5% à 10% au maximum. Les réservations jusqu'en Avril ont été presque annulées. Selon Joël Randriamandranto du bureau national du tourisme : « plusieurs milliers d'emplois dans les hôtels, dans les restaurants, et les bureaux de voyage sont menacés. »

A Nosy-Be, 95% des infrastructures d'accueil sont déjà fermés, faute de clients. Comme conséquence, les hôteliers ont procédé au chômage technique.

Les impacts immédiats sont la fermeture provisoire de certains établissements hôteliers et la mise en chômage technique d'au moins 50% de l'effectif, toutes filières confondues.

I.5. LE TOURISME : UN SECTEUR POURVOYEUR DE DEVISE

Le secteur tourisme est un secteur à fort potentiel de développement de 2007 à 2008. Le secteur a été le premier pourvoyeur de devise devant le secteur textile et crevettier. Le tourisme d'affaire occupe la première place de ce marché et représente des chiffres importants. Le tourisme contribue à générer des revenus pour les prestataires spécialisés, les

⁶ Rapport de la FHORM

⁷ Rapport des agences de voyage

artisans, les transporteurs, les agriculteurs, et les communautés locales qui ont développé des services spécifiques pour les touristes.

En 2008, le marché du tourisme a généré une rentrée des devises de 393 millions de dollar USA. En termes d'emploi direct, il a engendré 25340 emplois. Ces données témoignent l'importance de ce secteur dans l'économie de ce pays.

I.6. LE TOURISME ET LE CLIMAT

L'évolution dans le temps du tourisme fait état la considération du facteur climatique. Actuellement, il est surtout un des facteurs primordial de déplacement touristique, surtout pour ceux qui recherchent les changements, voire le dépaysement.

Pour renforcer cette idée, il est intéressant d'évoquer que, selon A. MESPLIER et BLOC. DURAFFOUR, actuellement, « le climat étant au cœur des préoccupations touristiques⁸ » en soulignant l'effet climatique.

⁸ BLOC DURAFFOUR A. & A. MESPLIER (1992) Le tourisme dans le monde, Bréal édit., coll. « BTS, tourisme, loisir »

Chapitre II : ROLE ET PLACE DU « TOURISME » DANS L’ECONOMIE MALGACHE

Comme tout autour le secteur, le tourisme est un secteur promoteur, et constitue une manne pour l’Afrique et surtout pour Madagascar. Grâce à ses patrimoines naturels et culturels, Madagascar est un cas favorable au développement du tourisme, qui constitue en fin de compte un moteur pour la relance de l’économie malgache. Ces secteur conserve une cohésion avec d’autres secteur (éducatif, santé....).

Mais voyons le rôle et la place qu’il a au sein de l’économie malgache.

II.1. ROLE

En premier lieu, le tourisme assure la promotion et la valorisation des cultures, locales dans les meilleures conditions ; impliquant la population locale dans le développement économique et effaçant ainsi, les déséquilibres sociaux. En effet, il permet la cohésion entre développement économique et conservation de l’environnement et de la culture du pays dans le sens où il implique la gestion et la protection des ressources culturelle pour attirer plus de revenue. Le tourisme est aussi, dans une cohérence, un générateur d’emplois, évitant ainsi l’exode des jeunes vers les villes. Ainsi, dans le secteur du tourisme sont générés les sens secteurs suivants, qui à leur tour, ont donné des emplois divers.

II.1.1. Hôtellerie

L’hôtellerie qui englobe différents activités et plusieurs métiers tels que service, bas, cuisine, femme de chambre,... suscite un embauche rapide des jeunes locaux, sans qualification et compétences exigés.

II.1.2. Artisanat

Le tourisme permet au développement de l’artisanat surtout dans la zone côtière, un objet qui permette l’abandon de la forêt, soit la réduction du déboisement anarchique. Et en récompense, améliorer le savoir faire, et former et stimuler la créativité pour intégrer de

nouveaux produits destinés à la vente, autres que les nattes, le tressage, la sculpture. Il peut par exemple, lancer le travail du raphia qui est une matière première existante dans la côte ouest et la plus exportée au départ de Majunga. Il en est de même à considérer, afin de mieux exploiter pleinement les potentiels locaux.

II.1.3. Agriculture

Il permet l'exploitation des vastes terres qui sont festives et favorables aux cultures diverses. L'enjeu est donc de former les agricultures à développer leur production agricole et d'apprendre de nouvelles techniques d'exploitation.

Suivant ces différents emplois et projets de développement rural surtout, le secteur tourisme suscite aussi d'autres embauches dans l'animation et formation des employés et des acteurs locaux, dans l'artisanat, et le bois, et stimuler les talents d'artistes.

II.2- PLACE DU « TOURISME » DANS L'ECONOMIE MALGACHE.

Le tourisme tient une place importante dans le développement national sur le plan économique, social et culturel. Il convient toutefois de ne pas confondre le tourisme national et international en ce qui concerne leur avantage respectif pour leur pays.

II.2.1- Le tourisme international

Le tourisme international consiste en premier en un rapport conséquent de devises pour le pays d'accueil.

Dans certains pays ne bénéficiant pas de ressources économiques de base, le tourisme s'est souvent révélé comme le seul moyen de compenser. Le déficit de la balance commerciale.

II.2.2. Le tourisme national

Il exerce un rôle social de premier ordre et contribue à limiter les sorties de devises dont le but d'obtenir un excédent aussi large que possible de la balance touristique. Certaines

mesures comme le contrôle des changes apportent des restrictions ou sortie du territoire ; réveillant le tourisme national.

En période de crise, les pays disposant d'un patrimoine touristique national entreprennent des efforts promotionnels pour inciter leurs habitants à passer leurs vacances sur le territoire plutôt qu'à l'étranger. Elles ne peuvent cependant s'exercer que dans la période limitée dans le temps d'une part afin de ne pas suivre à l'intérêt que représente le tourisme international en particulier dans le domaine éducatif et culturel, et d'autre part afin d'éviter que des mesures ne soient appliquées dans les pays représentant une source importante de clientèle touristique, ce qui aboutirait à la réduction globale du tourisme international contraire à l'intérêt général.

Directement ou indirectement, le tourisme constitue une source d'activité pour un grand nombre d'entreprises, permettant la création et le maintien de nombreux emplois.

II.2.3. Crédit d'entreprises

Le nombre d'entreprises créées durant le premier semestre 2003 a dépassé celui des deux années précédentes. Du point de vue sectoriel, les nouvelles implantations se présentent ainsi :

- secteur tertiaire : 88,3%;
- secteur secondaire : 11,3%;
- secteur primaire : 0,4%.

L'apparition de l'homme sur le sol malgache se situe au V^e millénaire avant Jésus Christ et cette implantation de l'homme se traduit immédiatement par régionalisme ethnique. Cette implantation de l'homme qui s'est accentuée jusqu'à la période contemporaine. Après l'indépendance en 1960, Madagascar a entretenu des liens avec d'autres pays en dehors de la France et c'est en avril 1984 que Madagascar a pris la décision de développer le secteur touristique. C'est l'un des secteurs porteurs de devises et avec l'étendue du territoire et la diversité de la faune et de la flore, le tourisme est classé après le produit halieutique de l'exportation. Le tourisme a des possibilités de se développer en s'appuyant sur les efforts entrepris par les opérateurs économiques et l'Etat.

Madagascar possède des richesses naturelles exceptionnelles qui méritent d'être valorisées pour avoir un impact sur la vie de la population et sur le plan économique. La rareté et l'endémicité de nos espèces permettent aux touristes de mieux apprécier les valeurs

matérielles malgaches et cette situation sont vérifiées par l'affluence croissante des touristes à Madagascar.

II.2.4. Infrastructures liées au tourisme

Avec le désengagement de l'Etat, le secteur privé a besoin de montrer leur savoir-faire afin de promouvoir le secteur tourisme. En 2004, 84 dossiers de sociétés privées sont créés dont 14 ont obtenu leurs licences d'ouverture.

Ses données sont vérifiées par la construction des infrastructures.

En un siècle et demi, le tourisme est devenu un des secteurs essentiels de l'activité économique des Etats. Il met en jeu d'énormes investissements de capitaux dans le domaine des travaux publics, du bâtiment, des transports, de l'agro-industrie, des services.

L'expansion du tourisme a suivi le développement économique et industriel des nations. Le tourisme est donc une activité essentielle à la vie, en raison de ses effets sur les secteurs sociaux, culturels, éducatifs, économiques.

De nombreux entrepreneurs se sont lancés sur le marché de l'écotourisme. Le secteur tourisme mobilier dans ce cas tous les investissements financiers et infrastructures à Madagascar. Plusieurs sont les opérateurs économique et acteurs privés tels que, la compagnie Air Madagascar, tour opérateurs, hôteliers et restaurateurs, etc. Optimistes pour promouvoir Madagascar par le développement du tourisme. Ils se plaignent par contre de l'absence de l'Etat malgache dans la promotion de la destination Madagascar. Des difficultés demeurent alors dans ce domaine : au cours de ces dernières années l'on constate que le partenariat public/privé est encore à concrétiser. Tandis que, en matière de promotion touristique, la compagnie Air Madagascar avec tour opérateur privé joue les fers de lance. Mais l'Etat malgache en particulier doit encore opérer une révolution de mentalités, face à ses îles voisines telles que : Maurice. Les autorités Malgaches ont encore à comprendre très vite que vouloir se doter d'une industrie touristique nécessite des investissements financiers conséquents en matière de promotion. Le fait par exemple qu'au niveau de la primature les acteurs du secteur aient été invités à faire des propositions mais à condition qu'elles n'aient pas de conséquences financières pour l'Etat, montre que la problématique n'est pas encore vraiment comprise. Si les opérateurs du secteur font de leur mieux pour promouvoir Madagascar, si la grande île fait l'objet de documentaires diffusés sur la chaîne de télévision

par satellite ou par câble voyage ou par Télé Monté Carlo (TMC), cela est insuffisant sans engagement ferme de l'Etat.

Malgré, ces quelques difficultés en matière de promotion étatiques et d'infrastructure (Hôtels de grande capacité à côté de différentes catégories existantes), le secteur tourisme est un facteur efficient pour la relance l'économie de Madagascar aussi bien dans le futur que dans le présent, à condition de conserver ses patrimoines culturels et naturels.

Chapitre III : L'ETAT DES LIEUX OU DIAGNOSTIC DU SECTEUR DU TOURISME A MADAGASCAR

III.1. LA LOCALISATION SPATIALE : *Cas du NOSY BE*

Nosy Be est l'une des îles de Madagascar qui se trouve dans la partie Nord Ouest de Madagascar. Elle est un lieu touristique célèbre dans le monde avec sa plage de sables fin bordés par une mer aux eaux turquoise. Dénommée l'île aux parfums en raison de ses plantation d'Ylang-ylang, de vanille, de cannelle, de poivre et d'autres espèces. Cette île abrite une faune et une flore endémiques qui vivent en harmonie avec la population locale. En un mot, Nosy Be est un paradis.

A propos de sa population, elle a 45. 000 habitants qu'on les appelle les « Nosy-Béens ». Sa population s'ouvre, échange et s'épanouit avec tous le monde.

Grâce à sa situation, Nosy Be permet de s'évader sur des franges de cette côte aux îles vierges où plages et fonds sous-marins existent avec sérénité, beauté et nature à l'état brut.

C'est une île bénie de Dieu avec ses îlots paradisiaque à savoir : Mitsio, Sakatia, Komba, Tanikely et Iranja. Chacune d'elles renferme des trésors de beauté.

Sur le plan culturel, le festival Donia a lieu dans l'île tous les ans, depuis 1994. Des groupes musicaux, des îles de l'océan indien y participent régulièrement : ce sont des journées folles durant lesquelles la population investit les rues et les lieux de spectacles pour faire éclater sa joie de vivre.

III.2. LES ACTEURS DU SECTEUR TOURISME

- L'élaboration du Schéma Directeur du Tourisme « Tourism Masterplan of Madagascar » (TMP) a été confiée au groupe allemand German Tourism Organisation for Development and Investment (GATO AG). Ce TMP permettra de mieux cerner et d'engager l'ensemble des actions visant à développer le secteur conformément aux objectifs définis dans la politique gouvernementale.

- La Banque Mondiale a déjà effectué une analyse du secteur tourisme. La prochaine étude sera orientée essentiellement sur 2 niveaux :
 - l'identification des actions prioritaires, tant au niveau des sites que des fonctions, pour la mise en place d'un partenariat effectif et efficient entre les différents acteurs ;
 - la coordination entre tous les acteurs en tenant compte du fait que le secteur du tourisme a besoin de l'expression et de la concrétisation d'une volonté politique et de la dynamique du secteur privé.
- Le service de la Coopération et d'Action Culturelle de l'Ambassade de France intervient, sans interruption, dans le secteur touristique à Madagascar depuis 1993.

Ce soutien s'est traduit principalement par un appui institutionnel apporté au Ministère de l'Environnement des Eaux et Forêts et du Tourisme, à la Maison du Tourisme et à l'Institut National de Tourisme et de l'Hôtellerie (INTH), l'école hôtelière de Madagascar.

Le projet de Fonds de Solidarité Prioritaire « Renforcement des capacités institutionnelles du secteur Touristique en partenariat avec le secteur privé », dont la finalité est d'accroître le nombre d'entrées touristiques dans le cadre du développement d'un tourisme durable et responsable, a démarré officiellement le 15 avril 2003.

Tableau 2 : Evolution des arrivées des visiteurs non-résidents aux frontières entre 2001 et 2007

Mois	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Janvier	11 209	7 174	11 861	12 011	16 590	19 908	20 138
Février	9 011	2 942	9 919	10 019	13 751	16 089	16 639
Mars	11 027	2 743	12 763	12 981	18 734	22 294	23 834
Avril	13 107	2 792	9 364	17 062	22 005	24 667	25 752
Mai	13 218	1 761	13 179	21 172	22 548	25 765	26 354
Juin	15 762	3 061	12 139	19 473	25 418	23 733	28 857
Juillet	18 034	5 123	15 053	26 970	28 943	31 956	34 104
Août	17 166	6 636	13 953	25 109	27 215	30 628	36 714
Septembre	1 600	639	707	22361	27 280	32165	32 213
Octobre	16 121	7 505	10 124	21 566	26 097	32 364	34 231
Novembre	14 307	7 173	10 036	20 489	24 792	28 511	32 612
Décembre	15 238	8372	9 132	19569	23 678	23 650	32 900
TOTAL	170 208	61 674	139 230	228 784	277 051	311 730	344 348

Source : MEEFT/Secrétariat d'Etat chargé de la Sécurité Publique/ADEMA DCE/STAT

Taux de croissance annuel moyen : +11,9%

Tableau 3 : Indice des volumes des visiteurs (indice base 100 ; année de base 2001)

Année	2001	2002/2001	2003/2001	2004/2001
Indice	100	36.23	81.80	134.41

2007 a été une année florissante pour le secteur touristique avec 344348 visiteurs non-résidents enregistrés aux frontières malgaches pour cette même année contre 170 208 visiteurs en 2001 et 139 230 visiteurs en 2003. D'ailleurs, les recettes en devises au titre du tourisme ont augmenté de 50,3 millions de DTS par rapport à l'année 2003, soit une hausse de 51,8%. Il faut noter que de nouvelles vagues de visiteurs venus de pays divers sont apparues autour de l'année 2004.

Tableau 4 : Evolution des recettes en devises au titre du tourisme entre 2001 et 2007

Année	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Millions de DTS	90,2	27,8	54	104,3	124,5	157,7	211
Taux moyen DTS/FMG	1 717	1 787	8 675	13 828	2 898,9	3 150,7	2 789
Milliards de FMG	151,1	48,8	468,45	1 442,2	343,5	496,7	586,7
Dépense moyenne /touriste Hors transports aériens				1 238 036	1 496 300 449	1 622 134 515	1 704 008 110

Source : Banque Centrale de la République de Madagascar, Direction des études

Note : en 2001 et 2004, l'unité monétaire était le FMG. A partir de 2005, c'est l'Ariary

Tableau 5 : Répartition des visiteurs, en pourcentage, par pays d'origine entre 2001 et 2007

Année	2001	2002	2003	2004(1)	2005	2006	2007
France	56	52	58	58	57	56	58
Réunion	10	5	11	10	12	13	11
Amérique	4	5	3	4	5	3	3
Angleterre	3	4	2	3	2	3	3
Suisse	2	4	2	2	2	2	3
Allemagne	4	5	3	4	3	3	3
Italie	5	5	7	7	6	6	5
Autres	16	20	16	12	13	14	15
Total	100	100	100	100	100	100	100

Source : MEEFT (1) : Direction de l'immigration et de la Surveillance du Territoire

III.2.1. Objectifs

L'objectif est de promouvoir la diversité culturelle et accélérer le développement du tourisme.

Pour y parvenir, les objectifs suivant ont été fixés : susciter et promouvoir des systèmes de sécurisation humaine, matérielle et de protection sociale élargie.

III.2.2. Mesures

Les mesures portent sur :

- la création des événements culturels mettant en exergue l'unité dans la diversité culturelle ;
- la vulgarisation des vertus de la pharmacopée malgache ;
- l'identification, inventaire du patrimoine immatériel des communautés, les "Trésors Humains Vivants » ;
- la sauvegarde des collections sur des supports audiovisuels ;
- l'identification, du patrimoine susceptible d'être classé dans la liste du patrimoine mondial ;
- le montage des expositions thématiques et/ou itinérantes ;
- la célébration des tournées mondiales culturelles ;
- le développement de la coopération régionale et
- l'appui à la promotion culturelle ;
- la reliure des documents et journaux ;
- la participation à des manifestations culturelles nationales, régionales et internationales ;
- l'appui à la création de Bibliothèques ;
- la mise en place d'un Centre national de Lecture publique et d'Animation culturelle; Miarinarivo, Amboasary gare, Maevatanana, Manandriana, Ambohimahasoa, Ambalavao ;
- l'acquisition de nouvelles collections ;
- l'édition d'ouvrages en langue malagasy ;
- l'élaboration de la Politique Nationale de la Culture ;
- la réalisation des travaux de restauration, de conservation des sites et monuments historiques ;

- la réalisation des travaux de réhabilitation des bâtiments administratifs ;
- l'organisation de stages de formation pour les artistes créateurs groupés en association ;
- l'organisation d'éducateurs ;
- la normalisation des établissements touristiques ;
- la validation du Plan Directeur du Tourisme (TMP) : 06 avril 2005 ;
- la Table ronde « Présentation du TMP aux Bailleurs de Fonds ». 19 mai 2005 ;
- la reconnaissance d'utilité publique et d'opérationnalisation de l'ONTM ;
- le développement de la coopération internationale en matière du tourisme ;
- la participation aux salons tels que ITB Berlin, SMT Paris, PARFUM de Madagascar, INDABA Afrique du sud, NATAS Holiday Singapour, TOP RESA Deauville, WTM Londres ;
- la mise en place et l'opérationnalisation des Offices Régionaux du Tourisme ;
- la modification de l'arrêté interministériel portant sur la collecte de la Vignette Touristique: Référence : 16279-2005/MCT/MEFB du 21 Octobre 2005
- l'organisation et la participation à des manifestations nationales ;
- la promotion de la destination Antananarivo ;
- l'identification, l'étude et lancement des nouveaux sites et produits touristiques ;
- la normalisation, le contrôle et l'assurance sur le suivi des activités, des établissements, des produits et des sites touristiques ;
- la synergie et la coordination des actions ;
- l'adhésion à des associations internationales ;
- la conclusion d'Accord partenariat bilatéral en termes de formation touristique ;
- l'appui aux investisseurs touristiques sur le choix de leur lieu d'implantation et la mise à disposition des ces investisseurs des réserves foncières touristiques et des sites viabilisés ;
- la mise en place d'un système fluide, efficace et rapide pour les traitements des projets d'investissements privés touristiques et ici mettre à disposition des investisseurs des informations fiables.

III.2.3. Réalisations

En 2005, le nombre de touristes s'élève à 277052, soit une augmentation de 21,0% par rapport à 2004. En Mars 2006, 22294 touristes ont été observés.

Notons que 57,0% des touristes proviennent de la France. Les Réunionnais représentent 12,0%, les autres pays de l'Europe (Italie, Allemagne, Suisse, Angleterre) représentent 18,0% et le reste 13,0%.

La durée moyenne de séjour dans le pays est de 20 jours et 4 jours dans les hôtels. Ces touristes sont attirés par la diversité des faunes et flores malgaches. Les sites les plus fréquentés sont ceux du Sud de Madagascar.

En 2005, les recettes ont augmenté de 19,0% par rapport à 2004, passant de 104,3 millions de DTS à 124,4 millions de DTS durant cette période.

Les investissements réalisés ont permis de créer 84 hôtels et 649 chambres, soit un taux d'accroissement respectif de 9,8% et de 6,3% en 2005 par rapport à 2004. Au premier trimestre 2006, 8 hôtels et 65 chambres ont été créées.

Le nombre d'emplois générés par le secteur s'élève à 21167 en 2005 contre 19845 en 2004 avec des taux de croissance de 6,6 % en 2005 et 6,0% en 2004. Durant le premier trimestre 2006, le nombre d'emplois créés s'élève à 85.

Tableau 6 : Evolution des indicateurs touristiques de 2002 à 2006

Intitulé	Unité	2002	2003	2004	2005	2006
Arrivée des visiteurs non-résidents aux frontières	Milliers	61 674	139 230	228 784	277 052	22 294
Recettes du tourisme international	Millions DTS	27,8	54,0	104,3	124,0	Nd
Hôtels	Nombre	717	768	853	937	8
Chambres	Nombre	8 780	9 325	10 230	10 879	65
Entreprises de voyages et d'animations touristiques	Nombre	522	553	589	713	4
Emplois créés par les hôtels et/ou restaurants	Nombre	14 031	14 806	15 906	16 377	*
Emplois créés par les entreprises de voyages	Nombre	3 563	3 781	3 939	4 290	*
Total emplois créés directement par le secteur	Nombre	17 594	18 590	19 845	21 167	85

Source : Ministère de la Culture et du Tourisme (premier trimestre pour l'année 2006)

* incomplète

Chapitre IV : IMPORTANCE DU SYSTEME DE TRANSPORT DANS LE SECTEUR TOURISME

IV.1. LES INFRASTRUCTURES ROUTIERES

Les données des derniers inventaires (en 2002) identifient un ensemble de réseaux routiers d'environ 31400 Km. La situation actuelle est résumée comme suit :

- routes nationales en bon état : 3160 Km ;
- routes provinciales en bon état : 1570 Km ;
- voies communale en bon état : 850Km

La stratégie sectorielle routière contribue significativement à la création d'un environnement favorable à la relance économique. La promotion d'un réseau de transport a, en effet, des impacts directs sur le développement des activités à forte potentialité (tourisme et production en milieu rural notamment)

IV.2. LE TRANSPORT MARITIME ET LES INFRASTRUCTURES PORTUAIRES

De janvier au juin 2003, le trafic maritime a enregistré une hausse de 82.1% par rapport à 2002

Une remise à niveau des infrastructures portuaires figure parmi les objectifs du gouvernement jusqu'en 2008 avec la participation éventuelle de partenaires financiers extérieurs pour sa réalisation.

Un effort d'aménagement et de réhabilitation des ports principaux et secondaires sera déployé et ce, en fonction des priorités de l'économie.

En ce qui concerne le développement du transport fluvial, les fleuves Sofia et Tsiribihina seront aménagés.

IV.3. LE TRANSPORT AERIEN ET LES INFRASTRUCTURES AEROPORTUAIRES

Madagascar dispose de 12 aéroports principaux gérés par la société d'Etat ADEMA dont le statut et le rôle sont appelés à évoluer (désengagement de l'Etat de la gestion et de l'exploitation des aéroports, incitation à la concurrence sur les réseaux intercontinental, régional et national).

IV.4. LE TRANSPORT ET LES INFRASTRUCTURES FERROVIAIRES

Madagascar dispose d'un système ferroviaire de plus de 800Km composé de 2 réseaux :

- l'axe Nord ;
- l'axe Sud.

De 2003 à 2006, l'ensemble des infrastructures ferroviaires de la Grande île sera réhabilité et fonctionnel. Des études de faisabilité de nouvelles lignes ferroviaires et une réactualisation de celles relatives à l'axe Tananarive-Majunga sont en préparation et seront entreprises.

PARTIE II :

ANALYSES ET PERSPECTIVES DU

SECTEUR TOURISME

Chapitre V : ANALYSES DU SECTEUR TOURISME

Les analystes laissent entendre qu'à Madagascar le tourisme est encore un secteur au stade de la petite enfance de son développement. Pour confirmer ce constat, les particularités du tourisme doivent être considérées.

V.1. LES PARTICULARITES DU TOURISME MALGACHE

Les particularités sont les forces, les problèmes, les opportunités et les menaces liés au tourisme.

V.1.1. Les forces du secteur tourisme

Madagascar est une île riche en biodiversité et possède un potentiel touristique non encore exploité. Cette diversité constitue l'une des principales forces du tourisme malgache. Ces principales forces sont :

- un capital touristique important et varié (5.000 km de côtes et plusieurs parcs nationaux) présentant des possibilités d'attractions dans toutes les 'régions de l'Ile ;
- une destination reconnue sur le marché pour le tourisme nature et découverte ;
- une image préservée et favorable sur le marché International, la présentant comme une destination phare dans les prochaines années, amplifiée par le dessin animé « Madagascar » des Studios Dreamworks diffusé en mai 2005 aux Etats-Unis ;
- l'existence d'une offre de qualité tant au niveau des circuits qu'à celui des prestations hôtelières ;
- une volonté affichée de tous les acteurs : le tourisme est un secteur prioritaire de développement ;
- une coopération étroite entre le secteur public et le secteur privé ;
- une population réputée accueillante et à priori francophone.

V.1. 2 - Les problèmes liés au tourisme malgache

Le développement du tourisme à Madagascar est encore insuffisant malgré l'existence et l'abondance des sites ou lieux touristiques. Cette insuffisance est due aux problèmes rencontrés par le secteur.

Tout d'abord, il y a une insuffisance de ligne en vol qui relie la Grande Ile avec d'autres pays c'est-à-dire la déserte internationale dominée par la ligne internationale Antananarivo – Paris⁹. Le coût du transport aérien pour les vols internationaux que pour les vols nationaux¹⁰.

Le manque de la stabilité sur le plan monétaire et fiscal augmente les risques. Les échéances électorales et les incertitudes liées aux troubles politiques qui les accompagnent représentent autant des bonnes raisons de remettre à des lendemains hypothétiques des investissements qui auraient dû déjà voir le jour.

L'absence d'un code des investissements, d'un code du tourisme (et sa classification hôtelière) réellement appliqué explique que des grands groupes hôteliers internationaux ont dû, à regret, différé leurs investissements dans la grande Ile. A part ceux là, il y a le problème de corruption qui reste cependant d'actualité et doit être toujours pris en compte par les investisseurs, le problème récurrent de l'environnement économique malgache, l'accès au crédit demeure limité et cher.

L'insuffisance des infrastructures de base (réseau des communications, sites d'accueils, les hôtels, les routes, les restaurants, les circuits touristiques) qui n'arrive pas à répondre aux besoins actuels du secteur tourisme, c'est-à-dire le manque d'entretien des édifices, par exemple des digues en mer, a entraîné la disparition des sites touristiques entiers avec souvent les établissements hôteliers qui y étaient installés (village touristique de Mahajanga et plage de Morondava). L'absence d'établissement hospitalisé digne de ce nom constitue également un frein majeur à l'arrivée massive d'une clientèle du troisième âge, disposant de temps et d'argent pour voyager. De plus, Madagascar est une zone impaludée où sévit régulièrement quelques épidémies.

⁹ 65% des touristes sont français ou réunionnais

¹⁰ 60% de budget global

Malgré les forces citées précédemment, le développement du tourisme à Madagascar est encore insuffisant. Cette insuffisance est due aux divers problèmes tels que :

- procédures d'accès à la propriété foncière longues et compliquées ;
- faible sécurisation des investissements et climat d'investissement peu favorable ;
- l'inexistence de plan physique d'aménagement touristique national ;
- l'enclavement de certains sites touristiques ;
- main d'œuvre peu qualifiée en matière d'hôtellerie, de restauration et du tourisme du haut de gamme ;
- les populations locales bénéficiant rarement des retombées du tourisme et développement incontrôlé des activités informelles ;
- la manque de synergie avec les autres secteurs liés au tourisme (transports, sécurité, santé eau et énergie, télécommunications),

V.1.3. Les opportunités au tourisme malgache

Les opportunités offertes par le développement du tourisme sont nombreuses. Ces opportunités sont

- une mise en œuvre effective d'un cadre Institutionnel et réglementaire ;
- une identification de produits phares et prioritaires ;
- un positionnement marketing unique au monde ;
- des imposants projets de réhabilitation des infrastructures entrepris par le gouvernement ;
- une ouverture à de nouveaux marchés émetteurs ;
- une promotion de nouveaux investissements pour éléver la qualité de l'offre ;
- tirer profit de la sortie du film « Madagascar 2 » sur le plan marketing ;
- une revalorisation des cultures traditionnelles et locales ;
- une existence de bailleurs de fonds potentiels pour le renforcement de capacité-de tous les acteurs.

V.1.4. Les menaces relatives au tourisme malgache

Les menaces engendrées par le tourisme proviennent des irrégularités dues à l'inexistence de surveillance et de contrôle des activités touristiques. Ces menaces sont :

- une faible compétitivité et une rentabilité limitée des activités autres que le transport aérien, en cas d'augmentation des capacités d'hébergement et face à un environnement fragile qui n'autorise pas le tourisme de masse ;
- un développement anarchique du tourisme et limité à des structures de qualité moyenne ;
- un recul des investissements d'envergure ;
- un impact très limité sur l'économie nationale si les industries et les populations locales ne sont pas intégrées au développement touristique ;
- le développement du tourisme sexuel ;
- l'acculturation des populations.

V.2. APERCU DU SECTEUR TOURISME : CAS DU NOSY-BE

Nosy Be est la première destination touristique de Madagascar. Près de 25% des visiteurs internationaux la prévoient à leur programme. Cet aperçu a pour objet de soulever les potentialités, les faiblesses et les défis du tourisme de cette localité.

V.2.1. Le projet de développement « PPIC »:

Le Projet de Pôles Intégrés de Croissance vise essentiellement à implanter et/ou mettre à niveau les conditions essentielles pour le développement rapide et durable du tourisme. L'objectif global est de tripler le nombre de touristes visitant l'île au cours des dix prochaines années. Pour assurer un développement touristique au plan environnemental et social à Nosy Be, le PPIC compte intervenir selon trois grands axes : le développement des infrastructures, la protection de la biodiversité et du patrimoine culturel, le développement des capacités locales et gestion du tourisme

La majorité des activités prévues dans le cadre du projet pour la Commune de Nosy Be s’articule autour de l’amélioration des infrastructures de base : Route, port, adduction d’eau, traitement des eaux usées et des déchets, électricité et communication auquel viennent s’ajouter quelques sous projets en appui direct à l’industrie touristique : intégration de bâtiments du quartier colonial de Hell-Ville, création de réserve marine, développement de l’artisanat.

V.2.2. Les potentialités touristiques de Nosy Be

Nosy Be dispose de multiples trésors et mérite sa réputation de petit jardin. De même, elle est constituée des presqu’îles aux multiples senteurs qui alternent des cultures d’Ylang-ylang, de Canne à sucre, de café, de cacao, de poivre et d’autres épices.

En plus de sa végétation verdoyante et de ses plantations, elle offre de magnifiques plages, des et des plats à base des produits halieutiques

Elle possède aussi onze lacs de différents volumes qui servent à irriguer les cultures et alimenter en eau potable les habitants de l’île et les nombreux centres touristiques ;

Nosy Be est desservie par les vols réguliers en provenance de Tananarive et Diego Suarez, et est reliée sur le plan régional directement avec Mayotte et la Réunion.

Par mer, un « ferry » confortable assure une ligne régulière entre Mahajanga et Nosy Be. Il est également possible de se rendre à Nosy Be en vedette à partir d’Ankify sur la Grande terre.

Les principales activités économiques de l’île :

- la culture de canne à sucre et sa transformation en sucre ou en rhum qui assure 1 500 emplois fixes et 1 000 emplois saisonniers,
- la pêche industrielle axée surtout sur la crevette et la langouste,
- le tourisme qui fournit environ 1 200 emplois directs mais ambitionne de devenir l’activité économique principale de l’île.

V.2.3. Les faiblesses du tourisme à Nosy Be

Comme à l’instar des autres collectivités de l’île, Nosy Be a aussi ses faiblesses. D’ailleurs, au terme du document PPIC, il est mentionné que le développement rapide qui semble actuellement prendre place à Nosy Be fait ressortir les limites de la capacité de la commune d’accompagner ce développement.

Les infrastructures de base déjà insuffisantes pour répondre aux besoins actuels de la population se trouvent exploitées au-delà de leur capacité. Les interruptions des courants électriques, l'accès à l'eau potable, la gestion des déchets solides et des eaux usées sont des problèmes que doivent gérer quotidiennement la population locale tout comme les opérateurs économiques. Les contraintes liées aux difficultés des transports et d'approvisionnement, surtout en haute saison, entravent également le secteur touristique. Selon certains, le coût additionnel de l'approvisionnement imputable au transport pourrait représenter environ 20 % à 25 % du coût total dans le cas des dépenses alimentaires. Cette situation favorise naturellement l'augmentation des coûts d'exploitation.

V.2.4. Les défis dans le cadre du tourisme

Pour assurer sa première place en termes de destination touristique malgache et pour atténuer les faiblesses, Nosy Be doit faire face à des défis pour développer le secteur du tourisme. Ces défis sont :

- la diminution de la profondeur de certains lacs due à l'insuffisance de la pluviométrie et à l'augmentation des volumes d'eau utilisés pour l'irrigation et l'alimentation ;
- la protection des sources d'eau douce de l'île qui est en enjeu majeur pour le PPIC ;
- pour la faune et la flore : la végétation naturelle de l'île a presque disparu à cause des pratiques de défrichement sur brûlis et de l'exploitation agricole. Il ne reste qu'environ 750Ha de forêt primaire et 600 Ha de mangroves. Le bois des palétuviers est très utilisé localement pour le charbon de bois, le bois de chauffe et les bois de construction. La faune subit également une forte pression car sa survie est reliée à la végétation naturelle c'est-à-dire à l'existence de forêt.
- la sensibilité du milieu à la pression des humains (pollution –tourisme -pêche) et à certains évènements climatiques extrême (cyclone)
 - la pêche est une filière oubliée dans les interventions proposées. Dans cette filière, le manque de qualification de main d'œuvre se fait ressentir. De plus, la participation de la population locale se fait en partie, à travers les jeunes, dans des emplois des services de base et surtout dans le secteur informel.

Chapitre VI : LES IMPACTS DU SYSTEME DE TOURISME SUR L'ECONOMIE DE MADAGASCAR

L'intérêt des opérateurs économiques internationaux (Réunionnais, Canadiens, Américains, Japonais, et Français, ...) dont la plupart s'investit dans le domaine du tourisme, témoigne de l'avenir prometteur du secteur.

De grands groupes de renommée mondiale intervenant dans les secteurs de l'hôtellerie et du tourisme s'intéressent à Madagascar : des projets d'amélioration / construction d'infrastructures hôtelières sont actuellement en voie de concrétisation.

VI.1. LES IMPACTS POSITIFS DU DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

En principe, le tourisme est une fortune importante malgré son inégalité de partage dans le monde. Il est séduisant quand il améliore les revenus de la population locale en créant des emplois, et en offrant une possibilité de spéculation sur les commerces.

Les activités dérivées du tourisme sont multiples.

VI.1.1. Les emplois générés du secteur tourisme

VI.1.1.1 Les emplois fournis par les EVPT (Entreprises de Voyages et de Prestations Touristiques)

Ce sont les entreprises travaillant pour organiser les voyages, les circuits en collaboration avec les hôtels : les Tour Operator (TO), les agences de voyages : les prestataires de services touristiques. Le tableau suivant nous montre que leur nombre ne cesse d'augmenter, marquant ainsi le développement du tourisme.

Tableau 7 : Evolution de l'offre touristique de 1999 à 2003

Année	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Nombre d'hôtels	556	644	695	717	768	853	937	1 015	1 181
Nombre d'EVPT	331	370	413	522	553	589	709	755	825
Nombre de chambres	7 207	7 779	8 435	8 780	9 325	10 230	10 879	11 872	13 340

Source : MEEFT/Guide Tourisme

De 1999 à 2007, le nombre des hôtels passe de 556 à 1181 soit un accroissement de 38,18%; et le nombre de chambres passe de 7207 à 13340 avec un accroissement de 29,38% en 9 ans.

Les EVPT présentent un accroissement considérable de 67,07% en 9 ans

En conséquence, le nombre de chômeurs diminue. Des guides touristiques ou des chauffeurs guides trouvent leurs emplois au sein de ses firmes.

Ces croissances font réduire les chômeurs, soit en donnant du travail aux jeunes : guides touristiques, guides chauffeurs pour visiter la ville. Sans oublier l'existence des guides « freelance » qui assurent le déplacement des touristes sans dépendre des agences de voyages, des tours opérateurs ou des hôtels.

VI.1.1.2 Les emplois dans les hôtels

Les hôtels sont des bâtiments destinés à héberger, en l'occurrence des touristes : et à assurer leurs séjours. Pour que les clients soient satisfaits sur la qualité de service, il faut que l'hôtel s'engage à distribuer les services à différents employés : valets et femmes de chambre, standardistes, réceptionnistes, bagagistes, agents de sécurité, serveurs, cuisiniers.

En plus, pour le bon fonctionnement de l'hôtel, il faut diversifier les éléments connexes tel restaurant, boîte de nuit, et casino qui procurent également d'autres emplois.

VI.1.1.3. Les emplois dans les sites touristiques et les parcs

Les sites touristiques tels que aires protégées, sites historiques et culturels, monuments attirent les visiteurs tout en relation permanente avec la population locale. Pour ce faire, les habitants doivent apporter des engagements et de bons entretiens aux lieux à visiter : éviter toute dégradation possible à l'environnement.

En somme, tout cela entraîne la fierté régionale, la préservation de la faune et de la flore, la préservation de l'environnement contre les feux de brousse, la déforestation, la pratique de la culture sur brûlis, ... permettant la connaissance des patrimoines méritant d'être visités.

VI.1.2. Les impacts positifs sur l'environnement

VI.1.2.1. Un aménagement obligé des sites culturels ou touristiques

En principe, ce sont les monuments historiques qui montrent les concepts techniques et esthétiques de l'architecture, de la peinture et de la sculpture d'antan. Parmi, on a les édifices religieux (temple, église,...), les sites historiques (les résidences royales, princières et les tombeaux,...) et les musées. Mais grâce à la promotion du tourisme, des sites insolites, rares, exemplaires, pittoresques (ex : le TSINGY de BEMARAHNA) peuvent être aménagés. Suite à l'aménagement apporté, ils offrent une bonne image et une beauté de la région. Et non seulement les touristes deviennent de plus en plus nombreux mais, l'économie régionale s'améliore.

VI.1.2.2. La préservation de l'environnement

A Madagascar, le tourisme vert occupe 55% des activités touristiques, il définit un voyage dans les régions naturelles avec des objectifs multiples : compréhension de l'histoire naturelle et culturelle de l'environnement. Il apporte des avantages à la population locale. Le développement de l'écotourisme doit être suivi d'aménagement environnemental afin de sauvegarder les faunes et les flores endémiques, constituant les attractions touristiques de la grande île. En effet, la protection de ces espèces rares et la préservation de l'environnement doivent être mises en place

VI.1.3. Les impacts financiers apportés par le tourisme

VI.1.3.1. Une bonne spéculation sur le commerce

- Les agriculteurs et les éleveurs ont la chance d'approvisionner les hôteliers et les restaurateurs. La qualité et la quantité des produits nécessaires au fonctionnement des hôtels et restaurants doivent répondre aux besoins des clients. Ils assurent une bonne quantité de vente et améliorent leurs récoltes et leurs méthodes de travail.
- Comme toute activité humaine, l'artisanat exerce un indicible attrait, une véritable fascination. En tourisme, les soins apportés aux produits finis donnent beaucoup d'attraction aux visiteurs.

- Et grâce au néo artisanat ou artisanat à l'usage touristique, les artisans profitent de spéculation sur la vente de leurs produits
- Enfin, on ne peut pas s'en passer de la valorisation de la culture locale, donnant une meilleure image de la région que le tourisme aussi valorise la culture malgache, donne une meilleure image des régions ou du pays et incite à la protection des patrimoines.

VI.1.3.2. Le tourisme : porteur de devises

Le tourisme fait fleurir un grand nombre d'activités disant lucratives. Non seulement, il fait croître les recettes des services de transport mais il est une activité porteuse de devises pour la grande île. Ses recettes placent le tourisme dans le premier rang des secteurs d'exportations.

En fait, le tourisme séduit quand il laisse entrevoir la possibilité de rentrée d'argent substantiels qui seront tirés de la vente de parcelles pour la construction des infrastructures d'accueil et d'équipements divers, du développement du commerce suite aux visites des touristes (achat de produits locaux, de produits artisanaux...)

VI.2. LES IMPACTS NEGATIFS DU DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Certes, le tourisme a des impacts considérables sur l'économie des sociétés d'accueil. Malheureusement, sa promotion engendre de multiples problèmes économiques, sociaux et culturels... La diversité de situations actuelle s'implique cette multiplicité d'impacts négatifs malgré les retombées positives.

VI.2.1. Le tourisme : source de conflits

Les différentes situations existantes dans les sociétés pensent que les rythmes habituels de vie sont bouleversés par l'intrusion du tourisme. Un des cas est qu'avant les malgaches avaient tous l'habitude de prendre comme petit déjeuner du « vary sosoa sy kitoza » : un plat typiquement malgache. Mais suite à la promotion du tourisme, les malgaches changent toutes leurs habitudes en imitant à tort et à travers ceux des touristes venus.

Certains travailleurs sont perturbés par les visites touristiques. Prenons le cas des plaisanciers ou des petits bateaux qui amènent les touristes alors que les pêcheurs travaillent en conséquent ils ne gagnent pas assez ni des produits, ni de l'argent venant de « touristes », d'où ils soient perturbés.

VI.2.2. Révélateurs d'inégalité

Par définition, le tourisme est un voyage d'une durée déterminée mais au moins 24 heures, et qui n'a rien d'un but lucratif. Cela implique que les touristes achètent tous les biens et services qui leur plaisent d'où ils doivent posséder un bon budget. De ce fait, les touristes sont considérés comme des riches ; ainsi, certains acteurs et la population locale se considèrent comme les esclaves des riches, ou des pauvres. Parfois, en voyageant les touristes ont tendance à négliger les lois en vigueur du pays visité et ils se comportent avec des conduites déviantes. En tout cas, il y a un grand fossé entre visiteurs et visités.

VI.2.3. La perversion morale

Le temps passe, le tourisme prend place dans la vie sociale. Les bonnes mœurs malgaches commencent à disparaître surtout dans les grandes agglomérations. Ainsi ; les jeunes d'aujourd'hui oublient la culture malgache ou l'acculturation s'implante ça et là. D'une part, les modes de vie malgaches se perdent, la promotion touristique a changé la mentalité des gens. Et quelques fois, le comportement de certains touristes tels les conduites déviantes et la prise de drogues laisse à désirer.

Les valeurs de systèmes d'accueil semblent se dégrader ; Les malgaches sont vraiment réputés par le respect de la solidarité ou « fihavanana », vu ce qu'on gagne en conduisant les touristes (les pourboires), les gens ont tendances à avoir l'habitude à être payés de tous les services qu'ils vont offrir, donc plus question de services gratuits.

VI.2.4. L'opposition entre âgés et jeunes

Le tourisme impose des influences à la population locale comme les moeurs, leurs façons d'agir. Et cela incite les jeunes d'aujourd'hui à la modernité, les nouvelles façons de vivre, les différentes formes de civilisations, un nouveau semble ouvert devant eux. D'autre part, les

personnes âgées tiennent encore la tradition, ils s'habituent au mode de vie honorant les ancêtres, la sagesse et la solidarité. Pour les jeunes, leur dire ne tient plus debout.

VI.2.5. Les trafics de toutes sortes

VI.2.5.1. Les vols

Les visiteurs semblent plus fortunés que les habitants. Certaines personnes sont tentées de leur profiter, ou même de les arnaquer. La promotion touristique est marquée par l'accroissement du nombre des touristes. Elle est une des sources de l'amplification des intentions mauvaises de certains individus espérant soutirer de profit. Et tout cela peut engendrer une recrudescence de la criminalité.

VI.2.5.2 La recrudescence de l'oisiveté et de la mendicité

Suite à l'exode rural, il se peut que dans la majorité des cas, les migrants se trouvent dans une situation embarrassante alors qu'ils ne veulent plus travailler la terre à la campagne en pensant que les citadins ne travaillent pas dur comme eux, or ils sont bien habillés, bien équipés, donc bien plus riches que les gens de la campagne ; ainsi, ils essaient tous les moyens à gagner leurs vies en restant en ville ; et dans le cas le plus probable, ils deviennent des mendians.

En plus, dans les régions touristiques les jeunes tendent à devenir oisifs, ils ne pensent qu'à gagner leur vie aux dépens des touristes (guides, pourboires, etc.). En un mot, l'oisiveté trouve des places importantes

VI.2.5.3. La prostitution

Parfois les voyageurs seuls, ils cherchent des jeunes filles pour assouvir leurs besoins sexuels. Dans les régions touristiques, les métiers de prostitution se prolifèrent : les jeunes filles ne veulent plus aller à l'école car rien que suivre les touristes, c'est déjà beaucoup, voire leurs parents eux-mêmes leurs poussent à se prostituer. D'où, le développement touristique est aussi un facteur de l'exacerbation de la prostitution surtout dans les villes touristiques.

VI.2.5.4. La pédophilie

Malheureusement, les faits n'en restent pas comme cela, mais cela touche aussi les mineurs où les besoins sexuels sont en excès. Les jeunes mineurs sont aussi impliqués, la pédophilie ou « amours des mineurs » s'aperçoit en réalité à Madagascar surtout dans les zones côtières touristiques.

VI.2.6. La dégradation du niveau de scolarisation

Face au développement du tourisme et au coût de la vie, qui devient de plus en plus difficile ; certains parents inconscients apportent peu d'importance sur l'éducation de leurs enfants. En outre, soient ses enfants ne finissent que les classes primaires ou soient ses parents ne font que chercher les moyens à les apprendre à parler les langues les plus utilisées par les touristes afin d'avoir des relations avec les touristes.

VI.3. LES IMPACTS DU TOURISME SUR L'ECONOMIE

Ce secteur doit être développé pour qu'il puisse participer à la transformation de l'économie nationale. La croissance du flux touristique entraîne l'amélioration des recettes en devises. La création d'emplois est plus que nécessaire et par rapport aux autres secteurs de l'économie, le secteur touristique présente l'avantage d'être un vecteur de création d'emplis à double facette : directs et indirects

Cette création d'emplois directs et indirects résolve le problème de chômage, apport en devises et création d'emplois constituent la clé principale pour une économie saine qui permet de procéder à l'augmentation de salaires aux nouvelles embauches sur le marché du travail à la disponibilité de valeur ajouté croissante. Plus les activités économiques prospèrent, plus le tourisme se développe, plus le nombre d'emplois augmente. Le tourisme influe sur le chômage. Cependant, le tourisme a des aspects néfastes en particulier le sexe du tourisme à cause du tourisme sexuel. Dans ce cas, la valeur humaine est détruite et on peut même parler d'acculturation au niveau local.

VI.4. L'INFLUENCE DU TOURISME SUR LE DEVELOPPEMENT REGIONAL

Le tourisme est un outil important de l'aménagement du territoire. Il permet de créer des emplois et de fixer la population dans les régions défavorisées sur le plan économique. Toutefois, il faut souligner la disparité (ou inégalité) des situations régionales face au tourisme et la diversité de ses retombées. L'attraction vers le littoral a entraîné une polarisation croissante des équipements et de la fréquentation des touristes près des côtes.

La concentration des hébergements touristiques est aussi significative de l'inégal attrait touristique des régions. L'analyse des flux inter-régionaux confirment la vocation réceptrice des certains régions touristiques malgaches.

Chapitre VII : LES PERSPECTIVES POUR LA PROMOTION DU TOURISME A MADAGASCAR

La promotion touristique est d'actualité à Madagascar, surtout après la période post crise 2002. Les acteurs du tourisme voudraient effacer l'image négative collée à la grande île qui montre de la pauvreté, de l'insuffisance des infrastructures aux normes internationales et des dégâts cycloniques.

VII.1. LA PROMOTION TOURISTIQUE : UNE QUESTION D'IMAGE

VII.1.1. Définition

La promotion touristique est l'ensemble des actions entreprises ou à entreprendre pour faire connaître ou faire connaître d'avantage un lieu en lui offrant une opportunité d'avoir une bonne image de visibilité à court, moyen ou même à long terme. L'objectif global est que celui-ci devienne et reste une destination touristique. Ainsi, cette promotion vise l'augmentation de la fréquentation des lieux, des sites, des installations et des équipements à caractère touristique. Pour ce faire, une certaine technique de communication pour pousser les produits touristiques qui s'y trouvent vers les clients est mise en œuvre. L'édition et la diffusion des documents promotionnels et d'information fournissant des renseignements et des services, surtout à caractère touristique sont les conditions à remplir pour assurer une bonne réussite des campagnes de promotion. Des canaux de distribution sont donc à créer, une politique de communication efficace et efficiente est à concevoir. La plupart du temps, un organisme spécifique est chargé de concevoir et de mener toutes les activités permettant d'atteindre les objectifs visés

VII.1.2. Historique de la promotion du tourisme dans la Grande Ile

VII.1.2.1. Les avants gardes des années 90

L'historique de la vraie promotion au niveau international du tourisme de la Grande Ile remonte en 1991, année de création de la Maison du Tourisme de Madagascar, reconnue d'utilité publique par décret N°91-590. Avant cette date, il n'y avait pas eu d'actions concrètes, c'était encore le chacun pour soi. Le secteur touristique était les parents pauvres de l'Etat. Aucun organisme officiel n'a été institué pour assurer la promotion de la destination Madagascar, c'est la compagnie Air Madagascar qui la faisait. En 1997, les nombres des

visiteurs étaient toujours dérisoires. Selon Hoerner, « alors qu'un million de touristes pourrait y venir chaque année sans poser de problème de seuil de tolérance comme dans la petite île de Maurice voisine, seulement 75000 visiteurs internationaux y séjournent... Soit 2 fois plus qu'en 1989¹¹ ».

Le contexte de l'ouverture de la Grande Ile à l'économie du marché vers la fin des années 80 a changé les visions, car les tourismes étaient considérés comme le secteur porteur. L'analyse de Hoerner continue que « dans ce contexte, il est intéressant de rappeler les projets avortés de Savana-Pullman de la fin des années 80¹² ». Il a rajouté en outre que, vers la « ...fin 1988, la chambre des députés a scellé cette accord dans le cadre d'une loi parlementaire¹³.... »

VII.1.2.2. Les mots d'ordre

L'image du pays à l'extérieur n'était pas et n'est pas toujours brillante. Pour donner une meilleure image de la destination Madagascar, de véritable croisade contre les désinformations a mené et des slogans ont été adoptés. A l'époque la devise de la MTM était « de promouvoir une image forte ». Après la crise de 2002, « renforcer les liens avec les professionnels du tourisme international » est le mot d'ordre de l'ONTM.

VII.2. LA CREATION DES OFFICES DU TOURISME

VII.2.1. L'ONTM : pour la promotion au niveau international

L'Office National du Tourisme de Madagascar a été créé le 17 Septembre 2004. Il naquit déjà des 1997 suite au discorde entre, d'une part, les groupements interprofessionnels régionaux (GOT ou GIT) et, d'autre part, entre les associations nationales des professionnels (TOP, AAVM, GLVM). Deux missions ont été confiées à cet office national :

- promouvoir la destination Madagascar,
- jouer le rôle d'interface entre les opérateurs nationaux et internationaux.

¹¹ Hoerner J.M, 1997, Géographie de l'industrie touristique, Bréal édit., coll. « Tourisme, Hôtellerie, Loisir »

¹² Id.

¹³ Id.

L'Office agit en tant que plate forme d'échanges et de concertation. Lorsqu'il s'agit de participer aux manifestations internationales, il assure l'organisation et la coordination de la délégation malgache (ORT et opérateurs).

L'office adopte une stratégie de renforcement des liens avec les professionnels tant au niveau national qu'international. Sur le plan international, un accent particulier est mis sur la participation aux salons et foires tenues en Europe, sur l'organisation d'éductours et de Rodd Show, sur la recherche de nouveaux marchés et sur l'élaboration d'outils d'aide à la vente aux professionnels internationaux.

En 2007, les manifestations suivantes ont vu la participation de l'ONTM accompagné des ORT et des opérateurs touristiques (TO et Hôteliers) :

- Borsa Internationale del turismo, Milan (Italie) du 22 au 25 Février, surface du stand occupé par l'ONTM est de 56 m² pour la participation de 8 TO, de 2 Hôteliers, de 2 ORT et d'une compagnie aérienne avec 968 contacts établis;
- ITB, Berlin (Allemagne) du 07 au 11 Mars, surface du stand occupé par l'ONTM est de 30 m² pour la participation de 8 TO avec 142 contacts établis;
- INDABA, Durban (Afrique du Sud) du 12 au 15 Mai, surface du stand occupé par l'ONTM est de 30 m² pour la participation de 11 TO, de 2 Hôteliers, de 11ORT et d'une compagnie aérienne avec 287 contacts établis.

La participation aux salons gands publics est concentrée sur les marchés européens (Vakantiebeurs, Ultrech Pays-Bas ; Mahanna Lyon et SMT Paris). Le marché chinois est aussi approché et a s'inscrire dans la dynamique de renforcement de notre relation avec la Chine qui compte 30 millions de touristes.

VII.2.2. L'ORT : pour une meilleure image

Par la création des Offices Régionaux de Tourisme, le Ministère du Tourisme souhaite marquer un point positif pour la relance du secteur touristique après la Crise politique du 2002. L'ORT est composé des représentants du prédit ministère, de l'ancienne Faitany, de la Commune, de l'Office National des Arts et de la Culture, de l'Association des Hôteliers et Restaurateurs, de la Fédération des hôteliers de Madagascar, de l'Association des Tours Opérateurs professionnels, de l'Association des Agences des Voyages de Madagascar, de

l’Association de loueurs de voiture de Madagascar, de la Fédération Nationale des guides, de l’INTH, de l’ANGAP, de l’ONE et de la Compagnie aérienne nationale Air de Madagascar.

Les missions de cet office régional sont :

- assurer une bonne visibilité de la destination régionale,
- garantir une meilleure lisibilité et accessibilité des informations à caractère touristique.

VII.2.3. Les acteurs de la promotion du tourisme

VII.2.3.1. Les groupements des professionnels

Les groupements et les associations sont jouent un rôle majeur dans la promotion du tourisme. Depuis quelque temps, la difficulté de trouver des personnels qualifiés et expérimentés et l’augmentation des acteurs informels constituent un problème. Pour faire face à ce problème, la majorité de ces groupements et associations intermédiaires a mis en place les dispositions nécessaires en s’investissant dans la formation et dans la sensibilisation d’adhésion au sein des associations.

Dans ce cadre, les ORT ont formé des jeunes, des futurs guides et des accompagnateurs touristiques opérant dans les régions. Cette formation a été organisée en partenariat avec la Fédération Nationale des guides et d’un expert français.

De même, la FHORM a organisé une formation de 474 personnes issues des établissements membres, suivant une convention de partenariat avec le Lycée Hôtelier de la Renaissance de La Réunion, cofinancée par le FSP Tourisme de la Mission de Coopération Française et la Banque Mondiale. Plusieurs domaines touristiques ont été traités tels que l’accueil, la cuisine, la restauration, l’hébergement et le management.

VII.2.3.2. La collaboration avec la région

Les régions administratives sont les premières partenaires des acteurs touristiques. Seulement, le tourisme n’est pas leur point fort et ne constitue une priorité. C’est le cas de la Région d’Analamanga qui laisse aux professionnels l’exercice de cette activité. Par ailleurs, avant 2002, la destinée des régions touristiques de Madagascar tels que Nosy Be, Sainte Marie et Fort-Dauphin se concevait à Antananarivo grâce au monopole des tours opérateurs professionnels.

VII.2.4. La promotion de la destination régionale

VII.2.4.1. La place de l'audiovisuelle

Dans la promotion du tourisme national, l'audiovisuelle tient un place prépondérante dans les régions. Pour la télévision, la technique de communication utilisée est la diffusion hebdomadaire des émissions pour réveiller l'intérêt des téléspectateurs pour le tourisme. La collaboration entre les acteurs touristiques et les chaines nationale et privées est privilégiée. C'est le cas des émissions « Evasion » et « Ny Any aminay ».

VII.2.4.2. Une stratégie de promotion : les éductours

Le terme technique « éductours » signifie également tours éducatifs. C'est une activité classique faite par les fabricants de voyage par l'intermédiaire d'une offre (gratuitement ou à peu frais) à certains personnels d'agences touristiques de venir découvrir en quelque jours leurs nouveaux circuits ou produits. Le but étant bien sûr que ces agences puissent proposer et vendre, à leur tour, à leurs clients. L'éductour est un vecteur de communication, par excellence, du fait qu'il éduque les agences au produit en l'invitant à tester sur terrain. Ainsi, auprès des marchés émetteurs de touristes, les éductours ont beaucoup plus de répercussion.

VII.2.4.3. Les Business to Business

Il est indéniable, les TO et les réceptifs soient encore dans la majeure partie des cas, les plus à même faire correctement la promotion de la destination de Madagascar, malgré qu'il y a une volonté de la part des ORT, hôtelier et ONG de se défaire de leur joug. Les TO commercialisent leurs forfaits uniquement par les agences de voyages, à qui ils reversent une commission : c'est le « Business to Business ».

VII.2.4.4. Le Business to Consumer

Ce mode de distribution B to B, bien que restant majoritaire doit faire face aujourd'hui à la concurrence d'internet et de plus en plus de TO vendant maintenant en « Business to Consumer » : ce sont des TO émetteurs qui s'adressent directement aux prestataires locaux

VII.2.4.5. La place de “la Bouche à Oreille”: BAO

La B.A.O. est l'ensemble des informations et jugement transmis d'un individu à l'autre. Elle a fonctionné dans la promotion de la destination Madagascar et permis la venue des touristes. La communication par la B.A.O. résultent des satisfactions sur leur récent séjour dans la grande Ile, mais comme on le constate ce chiffre est infime, ce qui signifie que la B.A.O. ne devrait pas être un canal sur lequel doit reposer la promotion touristique.

VII.2.4.6. La promotion par l'e-tourisme

Depuis 2000, le paysage du tourisme dans le monde commençait à s'organiser pour s'intégrer pleinement internet, qui apparaît comme une opportunité pour être plus près du consommateur de plus en plus exigeant et consommateur en ligne. Il attend un service réactif, personnalisé et des qualités. Il est à la recherche des meilleures prestations au meilleur prix. Dans ce cas le web est un outil idéal. Sur un site web, il peut accéder aux prix le plus bas, vols, hôtels,...

VII.2.4.7. Le rôle de la Diaspora Malagasy

L'existence de la Diaspora contribue aussi à l'augmentation des arrivées des touristes internationaux à Madagascar. La Diaspora est l'ensemble des communautés juives hors de Palestine. Par extension, elle se dit de toute communauté dispersée loin de son lieu d'origine. L'OMT classe les visites familiales dans les catégories des tourismes d'affaire et la Diaspora est comptabilisée dans les statistiques du tourisme international.

VII.2.5. Les manifestations touristiques internationales

L'analyse des participations malgaches aux salons fait ressortir que c'est le marché européen qui est le plus visé par Madagascar. La participation à un salon international du tourisme résulte d'un choix stratégique effectué par les professionnels du tourisme. La participation au salon Le Monde à Paris tenu du 19 au 22 Mars 2008 a été choisie au dépend du Salon Mondial du Tourisme Paris du fait que ce premier salon combine à la fois les professionnels et le grand public. En plus, le mois de Mars est la période à laquelle les visiteurs préparent et réservent leurs vacances.

En chiffre, le MAP indique 93786¹⁴ visiteurs uniques grand public identifiés en 2008 et plus de 100000 attendus en 2009, 6000m² d'espace, 300 destinations proposées, 1300 journalistes, donc bénéfice d'une visibilité médiatique exceptionnelle, avec des retombées positives pour les participants par le biais de la presse. Madagascar a été présente à ce salon grâce à l'ONTM

Pour l'ONTM ; ces salons contribuent à une bonne visibilité médiatique exceptionnelle, avec des retombées positives par les biais de la presse.

¹⁴ Source, rapport du salon le « Monde à Paris », 2008

Chapitre VIII : LES INITIATIVES GOUVERNEMENTALES

Depuis longtemps la lutte contre la pauvreté est mise en exergue. Mais elle ne doit pas rester au stade de slogan politique. La réduction de la pauvreté dans un pays promet le développement économique. Le secteur du tourisme est un instrument de lutte par excellence contre cette pauvreté.

VIII.1. LA POLITIQUE TOURISTIQUE A MADAGASCAR

Pour développer le secteur Tourisme à Madagascar, le Ministère de l'Environnement des Eaux et Forêts et du Tourisme dans son plan directeur touristique pour souligne la nécessité de procéder phase par phase (court moyen et long moyen) aux réalisations des investissements. Le ministère a adopté trois phases :

➤ Première phase :

La mise en place de la Politique de PIC (Pôle Intégré de Commerce) avec 3 grands projets de développement. Il s'agit de mettre en valeur les régions d'Antsirabe, Nosy Be et Fort Dauphin. Ses 3 projets sont intégrés dans la phase à moyen terme.

➤ Deuxième phase :

La réfection des routes qui préoccupe l'Etat et dont l'objectif est d'inciter les touristes à venir en masse dans ces zones pilotes.

➤ Troisième phase :

Encourager les investisseurs aux opérations de promotion du tourisme pour faciliter la réalisation des projets dans ses zones avec l'assistance technique et financière des bailleurs de fond (Banque Mondiale et FMI) à travers de la notion d'Etat providence.

Cette politique globale devrait être appliquée dans les 22 régions pour que ces régions puissent avoir l'égalité de chance et le même développement en matière du tourisme..

Ces phases sont suivies des stratégies qui constituent les vecteurs du développement du tourisme.

VIII.2. LES STRATEGIES POUR LE TOURISME A MADAGASCAR

Les stratégies entreprises par le gouvernement pour promouvoir le secteur du tourisme sont :

- la création de l'Office National du Tourisme de Madagascar (ONTM) ainsi que les Offices régionaux du tourisme afin de développer la meilleure stratégie de promotion et marketing de la destination touristique de Madagascar ;
- la création des Réserves Foncières Touristiques (RFT) pour faciliter l'installation des investisseurs potentiels et assurer un développement harmonieux des activités touristiques comprises dans ces RFT ;
- l'élaboration du « Tourism Master Plan » avec l'appui de la firme allemande GATO AG ; la création du Guichet Unique pour le Développement des Entreprises (GUIDE) afin de faciliter l'accès des opérateurs pour la promotion des investissements touristiques à l'étranger à travers les projets d'appui au secteur privé financés par la Banque mondiale et la Société Financière Internationale ;
- la mise en place de la politique d' « open sky » qui devrait permettre à des nouvelles compagnies aériennes d'exploiter de nouvelles lignes, de diversifier les dessertes et d'augmenter le nombre de fréquence de vols ;
- en ce qui concerne les pistes de croissance du secteur, les données disponibles mentionnent l'analyse des besoins de l'industrie du tourisme à travers une étude des linkages et leakages pour optimiser la valeur ajoutée nationale ;
- la mise en place d'un système d'Information et d'une base de données fiables en vue de fournir des statistiques et données économiques ;
- la mise en place de mécanismes de financement à l'intention des micros, petites et moyennes entreprises à vocation touristique et artisanale en partenariat avec les institutions financières existantes ;
- la conception de points de vente de produits artisanaux à mettre en place le long des circuits touristiques, en partenariat avec les communes rurales ;

- l'application effective et immédiate de la libéralisation de l'espace aérien par l'exploitation d'une ligne créant un hub autre que Paris pour les marchés européens et américains Johannesburg, Dubaï, Doha, etc. ;
- l'inventaire des sites et attractions touristiques, des traditions et événements culturels dans les 22 régions pour la définition de circuits et des zones dédiées aux prestations touristiques et l'édition d'un guide touristique national sur le modèle des anciens guides Michelin ;
- la définition des zones prioritaires de développement touristique selon des critères établis et définition des plans d'aménagement touristiques correspondants ;
- la facilitation des procédures d'acquisition des terrains (sécurisation foncière) à travers le processus de RFT ;
- la définition d'un cadre réglementaire et fiscal favorable aux investissements touristiques, à décliner selon les régions et les types de tourisme (écotourisme, tourisme en faveur des pauvres, tourisme équitable etc) ;
- la définition d'une campagne marketing à moyen terme, visant à entretenir l'image de Madagascar et à viser de nouveaux marchés, la définition d'un programme de développement des ressources humaines à travers des programmes d'enseignement dans les collèges et lycées techniques et un programme de formation professionnelle pour le secteur.

VIII.3. LES ENJEUX DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE A MADAGASCAR

Madagascar ne figure pas parmi les pays des flux majeurs touristiques réceptifs sur le plan international. D'où son rang en dernier dans le peloton en matière de développement touristique. Mais, l'île possède une vocation d'être un pays de destination touristique. Le secteur du tourisme occupe la 3^{ème} position en apport de devises étrangères après la vanille et les produits halieutiques. La médiocrité et l'insuffisance d'un véritable professionnalisme constituent le nœud de la problématique touristique

Le tourisme à Madagascar est confronté à une situation paradoxale. Depuis des années, ce secteur figure parmi les activités qui rapportent le plus de devises au pays. La contribution de

ce secteur dans le PIB est estimée à la hauteur de 2%. Faute de système d'information, les données économiques et statistiques font défaut pour relayer plus en avant les apports du secteur du tourisme à l'économie globale. Depuis 1973, plusieurs études visant à encadrer le développement du tourisme à Madagascar ont été menées sans pour autant aboutir à des réalisations concrètes. Les investissements publics sont minimes et les investissements privés restant de taille modeste à des rares exceptions près d'autant plus que pendant longtemps le tourisme a été classé comme « secteur à risque » par les établissements bancaires. Le secteur manque de professionnalisme au niveau global et reste très dépendant de l'accès aérien. Il est unanimement reconnu que l'immense potentialité touristique de Madagascar est à peine exploitée et qu'elle a l'avantage de tirer les leçons des expériences de développement touristique d'autres pays en développement, réussies ou non.

La priorité actuelle accordée au tourisme consacre des années de travaux divers et constitue une source de motivation pour la mise en œuvre réussie d'une politique orientée vers un tourisme durable. Par ailleurs, le tourisme à Madagascar diffère de celui des autres îles de l'océan Indien et des pays d'Afrique australe à plusieurs titres. Ainsi, son capital touristique va au-delà du tourisme balnéaire classique malgré ses 5 000 km de zones littorales et permet une diversité d'activités, de la visite de parcs naturels à la pratique de sports extrêmes mais avec pour point commun la découverte de la nature. De plus, le tourisme à Madagascar est très mobile, les visiteurs se déplacent en véhicules 4X4 et par avion sur les axes touristiques de la quatrième plus grande île du monde.

Les distances entre les sites sont importantes et les voies d'accès prennent de fait également leur importance face à un réseau routier limité, dont une partie fait l'objet d'un important projet de réhabilitation par le gouvernement.

Cette mobilité a cependant pour effet une répartition relative des touristes sur différentes zones, avec toutefois une concentration le long des principaux circuits : le circuit Sud d'Antananarivo à Toliara (950 km), le circuit Nord d'Antsiranana à Nosy Be (260 km) et le Circuit Est d'Antananarivo à Toamasina jusqu'à Nosy Boraha ou Sainte Marie (400 km).

La dimension de Madagascar et la diversité des sites associés à un coût élevé du transport aérien sur les vols internationaux et domestiques conduisent à une durée moyenne de séjour de 20 jours et à un coût global des prestations relativement élevé, dont 60% est alloué au transport.

Même si au cours des dix dernières années, il a connu un essor spectaculaire. En effet, si le tourisme en Afrique accuse un taux moyen d'accroissement du nombre de visiteurs de l'ordre de 7%, Madagascar affiche un taux équivalent de plus de 12%.

Toutefois, le nombre de visiteurs accueillis à Madagascar reste modeste en comparaison avec les pays environnants et leurs superficies respectives.

Face à l'importance et aux rôles du tourisme dans l'économie de la Grande Ile, il faut que le Gouvernement malgache améliore et aménage les sites touristiques dans la région c'est-à-dire en réhabilitant les infrastructures comme les routes, l'aéroport dans cette région et en aménageant les plages touristiques et les hôtels. Il faut augmenter le partenariat public privé dans ce domaine. A part cela, l'Etat doit s'investir dans ce secteur, par exemple, la création d'autres sites touristiques et hôtels. Il faut aussi que l'Etat incite la population à protéger les infrastructures et surtout l'environnement dans cette région. Comme la défense nationale est l'une des fonctions régaliennes de l'Etat, il faut qu'il fasse bien et correctement ce devoir, c'est-à-dire en assurant la sécurité des gens et surtout les touristes. A part de l'Etat, il faut que les gens prennent leurs responsabilités, par exemple, assurer la sécurité des touristes et des sites touristiques, protéger l'environnement,...

CONCLUSION

En guise de conclusion, le secteur tourisme occupe une place importante dans l'économie malgache. Dans le cas de Madagascar, Nosy-Be est une île de parfums, une île touristique qui a multiplié l'entrée de devises étrangères à Madagascar ; et par conséquent elle a permis à Madagascar d'occuper la troisième place mondiale au développement du tourisme.

Malgré quelques effets négatifs du tourisme comme la prolifération du tourisme sexuel dans les différents pôles touristiques. L'analyse de cette présente étude débouche sur une large domination des effets positifs. Le tourisme contribue de manière significative dans l'économie malgache, ce qui peut conduire par la suite au développement socio-économique. Autrement dit, le secteur tourisme est donc un facteur important à la croissance dans le sens ; il permet à la création d'emploi pour les ménages et à l'augmentation des profits des opérateurs et par la suite, à l'augmentation de la recette de l'état, d'un côté.

Par ailleurs, les moyens de mise en œuvre pour gérer le tourisme sexuel doivent être renforcés et reconstruits davantage. En concordance avec le MAP ou Madagascar Action Plan, les objectifs et engagements définis dans ce plan visent à la protection, à la conservation ainsi qu'à l'amélioration des richesses naturelles et culturelles de Madagascar. Et en concordance également au développement du tourisme selon le sixième engagement défini n°8 du MAP.

Le secteur tourisme est donc un des facteurs de développement de notre pays, mais il dépend de tant d'autres facteurs qui doivent être pris avec soins, tant au niveau du Gouvernement qu'au niveau des acteurs privés. En effet, un environnement économique et politique stable est la base de la prospérité de ce secteur. Ainsi, toute politique, de la part du Gouvernement, qui vise à favoriser cet environnement stable serait d'une grande utilité pour promouvoir davantage le tourisme à Madagascar. Ensuite, du fait de l'existence des imperfections des marchés, les agents opérant, directement ou indirectement, dans ce domaine n'arrivent pas aussi à coopérer entre eux pour arriver à une utilisation optimale des ressources disponibles telles la création de nouveaux sites, des parcs et des hôtels, la conservation des patrimoines, sécurité, infrastructure, ..., dans de nombreux endroits des vingt-deux régions de Madagascar.

Enfin, le constat est que le secteur tourisme est un secteur promoteur pour Madagascar ; pourquoi alors ne pas s'orienter plus particulièrement vers ce secteur pour le développement rapide et durable.

Etant soucieux de l'avenir de notre nation, que devrons nous faire face à la réalité de Madagascar et comment ensuite résoudre les problèmes les plus déterminants ?

TABLE DE MATIERES

REMERCIEMENT	i
SOMMAIRE	ii
INTRODUCTION.....	1
PARTIE I :	1
LE TOURISME A MADAGASCAR	1
Chapitre I : QUELQUES NOTIONS THEORIQUES SUR LE « TOURISME ».....	3
I.1. HISTORIQUE DU TOURISME	3
I.2. DEFINITION DU TOURISME.....	4
I.3. LES DIFFERENTS TYPES DU TOURISME	5
I.4. 2009 : UNE ANNEE SOMBRE POUR LE TOURISME	5
1.4.1 Le Chômage technique.....	6
1.4.2 Le secteur hôtelier	6
I.5. LE TOURISME : UN SECTEUR POURVOYEUR DE DEVISE.....	6
I.6. LE TOURISME ET LE CLIMAT	7
Chapitre II : ROLE ET PLACE DU « TOURISME » DANS L’ECONOMIE MALGACHE	8
II.1. ROLE.....	8
II.1.1. Hôtellerie	8
II.1.2. Artisanat.....	8
II.1.3. Agriculture.....	9
II.2- PLACE DU « TOURISME » DANS L’ECONOMIE MALGACHE.....	9
II.2.1- Le tourisme international	9
II.2.2. Le tourisme national	9
II.2.3. Création d’entreprises.....	10
II.2.4. Infrastructures liées au tourisme.....	11
Chapitre III : L’ETAT DES LIEUX OU DIAGNOSTIC DU SECTEUR DU TOURISME A MADAGASCAR.....	13
III.1. LA LOCALISATION SPATIALE : <i>Cas du NOSY BE</i>	13
III.2. LES ACTEURS DU SECTEUR TOURISME.....	13
III.2.1. Objectifs	17
III.2.2. Mesures	17
III.2.3. Réalisations	19
Chapitre IV : IMPORTANCE DU SYSTEME DE TRANSPORT DANS LE SECTEUR TOURISME	21
IV.1. LES INFRASTRUCTURES ROUTIERES	21
IV.2. LE TRANSPORT MARITIME ET LES INFRASTRUCTURES PORTUAIRES	21

IV.3. LE TRANSPORT AERIEN ET LES INFRASTRUCTURES AEROPORTUAIRES	22
IV.4. LE TRANSPORT ET LES INFRASTRUCTURES FERROVIAIRES	22
PARTIE II :	3
ANALYSES ET PERSPECTIVES DU SECTEUR TOURISME	3
Chapitre V : ANALYSES DU SECTEUR TOURISME	23
V.1. LES PARTICULARITES DU TOURISME MALGACHE	23
V.1.1. Les forces du secteur tourisme	23
V.1.2 - Les problèmes liés au tourisme malgache.....	24
V.1.3. Les opportunités au tourisme malgache	25
V.1.4. Les menaces relatives au tourisme malgache	26
V.2. APERCU DU SECTEUR TOURISME : CAS DU NOSY-BE	26
V.2.1. Le projet de développement « PPIC »:.....	26
V.2.2. Les potentialités touristiques de Nosy Be	27
V.2.3. Les faiblesses du tourisme à Nosy Be	27
V.2.4. Les défis dans le cadre du tourisme.....	28
Chapitre VI : LES IMPACTS DU SYSTEME DE TOURISME SUR L'ECONOMIE DE MADAGASCAR	29
VI.1. LES IMPACTS POSITIFS DU DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE	29
VI.1.1. Les emplois générés du secteur tourisme.....	29
VI.1.1.1 Les emplois fournis par les EVPT (Entreprises de Voyages et de Prestations Touristiques)	29
VI.1.1.2 Les emplois dans les hôtels	30
VI.1.1.3. Les emplois dans les sites touristiques et les parcs	30
VI.1.2. Les impacts positifs sur l'environnement	31
VI.1.2.1. Un aménagement obligé des sites culturels ou touristiques.....	31
VI.1.2.2. La préservation de l'environnement.....	31
VI.1.3. Les impacts financiers apportés par le tourisme	31
VI.1.3.1. Une bonne spéculation sur le commerce.....	31
VI.1.3.2. Le tourisme : porteur de devises	32
VI.2. LES IMPACTS NEGATIFS DU DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE	32
VI.2.1. Le tourisme : source de conflits	32
VI.2.2. Révélateurs d'inégalité.....	33
VI.2.3. La perversion morale	33
VI.2.4. L'opposition entre âgés et jeunes	33
VI.2.5. Les trafics de toutes sortes	34
VI.2.5.1. Les vols	34
VI.2.5.2 La recrudescence de l'oisiveté et de la mendicité	34

VI.2.5.3. La prostitution	34
VI.2.5.4. La pédophilie.....	35
VI.2.6. La dégradation du niveau de scolarisation	35
VI.3. LES IMPACTS DU TOURISME SUR L'ECONOMIE	35
VI.4. L'INFLUENCE DU TOURISME SUR LE DEVELOPPEMENT REGIONAL ...	36
Chapitre VII : LES PERSPECTIVES POUR LA PROMOTION DU TOURISME A MADAGASCAR	37
VII.1. LA PROMOTION TOURISTIQUE : UNE QUESTION D'IMAGE	37
VII.1.1. Définition	37
VII.1.2. Historique de la promotion du tourisme dans la Grande Ile	37
VII.1.2.1. Les avants gardes des années 90.....	37
VII.1.2.2. Les mots d'ordre	38
VII.2. LA CREATION DES OFFICES DU TOURISME	38
VII.2.1. L'ONTM : pour la promotion au niveau international	38
VII.2.2. L'ORT : pour une meilleure image.....	39
VII.2.3. Les acteurs de la promotion du tourisme	40
VII.2.3.1. Les groupements des professionnels	40
VII.2.3.2. La collaboration avec la région.....	40
VII.2.4. La promotion de la destination régionale	41
VII.2.4.1. La place de l'audiovisuelle	41
VII.2.4.2. Une stratégie de promotion : les éductours.....	41
VII.2.4.3. Les Business to Business	41
VII.2.4.4. Le Business to Consumer	41
VII.2.4.5. La place de “la Bouche à Oreille”: BAO.....	42
VII.2.4.6. La promotion par l'e-tourisme.....	42
VII.2.4.7. Le rôle de la Diaspora Malagasy	42
VII.2.5. Les manifestations touristiques internationales	42
Chapitre VIII : LES INITIATIVES GOUVERNEMENTALES	44
VIII.1. LA POLITIQUE TOURISTIQUE A MADAGASCAR	44
VIII.2. LES STRATEGIES POUR LE TOURISME A MADAGASCAR.....	45
VIII.3. LES ENJEUX DE LA POLITIQUE TOURISTIQUE A MADAGASCAR	46
CONCLUSION	49
TABLE DE MATIERES.....	iii
BIBLIOGRAPHIE	vi
ACRONYMES.....	viii
LISTE DES TABLEAUX	x

BIBLIOGRAPHIE

I. Ouvrages

- BLOC DURAFFOUR A & A.MESPLIER, 1992. – Les tourismes dans le Monde, Bréal édit., coll. « BTS Tourisme Loisir », 303p.
- CAZES G., 1998. –Tourisme enclavé, tourisme intégré : le grand débat de l'aménagement touristique dans le pays en voie de développement.
- G CAZES et Potier, 1996.- Les tourismes urbains, P.U.F, édit. coll. « Que sais-je ? »
- HOERNER J.M, 1997. – Géographie de l'industrie touristique, Bréal édit., coll. « Tourisme, hôtellerie, loisir »
- LANQUAR R., 1983. – L'économie du tourisme, coll. « Que sais-je ? », édit. P.U.F, Paris.
- TREBOUL J.B, 1998. Les stratégies des entreprises du tourisme, P.U.F, édit. Coll. « Que sais-je ? » N°3824, 127p

II. Autres

- Livres guides
 - Annuaires officiels du Tourisme de Madagascar, 2008, 2^{ème} édition.
 - Guide Officiel de l'Office National du Tourisme de Madagascar 2007-2008, édit. BDI, Analamahitsy
 - Madagascar, le guide, 2001. Edition Carambole, 3^{ème} édition. 2001-2002, 385p
- Magazine
 - Magazine d'Analyse et de Perspectives économiques de la Chambre de Commerce Internationale d'Antananarivo, Enjeux, N°3, Décembre 2005, « Tourisme : des opportunités écotouristiques à saisir »22p
- Documents divers
 - Banque Mondiale, 2003. – République de Madagascar, Etude du secteur tourisme.
 - Ministère du Tourisme, 2002. – Document préparatoire de synthèse de l'Atelier pour la relance du secteur tourisme à Madagascar, SPROGES
 - Ministère de l'Economie, de Commerce et de l'Industrie, 2008, Rapport économique et financier, 2007-2008, Novembre

- Ministère de l'Environnement, des Eaux et Forêts et du Tourisme, 2007, Statistique du tourisme
- Service INSTAT

III. Sites internet

- <http://www.tourisme-antananarivo.com>
- <http://www.madagascar-tourisme.com>
- <http://www.hôtel-restaurant-madagascar.com>

ACRONYMES

AAVM	: Association des Agences de Voyages de Madagascar
ADEMA	: Aéroport de Madagascar
ANGAP	: Association Nationale de la Gestion des Aires Protégées
BM	: Banque Mondiale
DTS	: Droit de Tirages Spéciaux
EVPT	: Entreprises de Voyages et de Prestations Touristiques
FHORM	: Fédération des Hôteliers et Restaurateurs de Madagascar
FMI	: Fond Monétaire International
FSP	: Fond de Solidarité Prioritaire
GATO AD	: German Tourism Organization for Development and Investment
GIT	: Groupement Inter professionnel du Tourisme
GLVM	: Groupement des Loueurs de Voiture de Madagascar
GOT	: Groupement des Opérateurs Touristiques
GOTO	: Groupement des Opérateurs Touristiques de Madagascar
GUIDE	: Guichet Unique des Investissements et le Développement Economique
INTH	: Institut National du Tourisme et de l'Hôtellerie
MAP	: Madagascar Action Plan
MEEFT	: Ministère de l'Environnement, des Eaux et Forets et du Tourisme
MTM	: Maison du Tourisme de Madagascar
OMT	: Office Mondial du Tourisme
ONE	: Office National de l'Environnement
ONTM	: Office National du Tourisme de Madagascar
ORT	: Office Régional du Tourisme
PIB	: Produit Intérieur Brut
PPIC	: Projet de Pôles Intégrés de Croissance
RFT	: Réserves Foncières Touristiques
SMTP	: Salon Mondial du Tourisme de Paris

3S : Sea Sun Sand
TMC : Télé Monte Carlo
TMP : Tourism Master Plan of Madagascar
TO : Tour Operateur
TOP : Tour Operateur Professionnel

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1: Les différents types de tourisme à Madagascar	5
Tableau 2 : Evolution des arrivées des visiteurs non-résidents aux frontières entre 2001 et 2007	15
Tableau 3 : Indice des volumes des visiteurs (indice base 100 ; année de base 2001)	15
Tableau 4 : Evolution des recettes en devises au titre du tourisme entre 2001 et 2007	16
Tableau 5 : Répartition des visiteurs, en pourcentage, par pays d'origine entre 2001 et 2007	16
Tableau 6 : Evolution des indicateurs touristiques de 2002 à 2006	20
Tableau 7 : Evolution de l'offre touristique de 1999 à 2003	29

Nom	: RANDRIANASOLO
Prénoms	: Aina Nampionona
Option	: Développement
Titre	: Le secteur tourisme : des opportunités à saisir dans l'économie malgache
Nombre de pages	: 50
Nombre de tableaux	: 07

RESUME :

Le tourisme est l'un des secteurs promoteurs de développement de Madagascar. Il tient un rôle important dans l'économie malgache. En voyant ses caractéristiques, ce secteur est à l'origine de la création de nombreux emplois dans la grande île qui auront des impacts positifs sur la situation du chômage à Madagascar. Cette contribution du tourisme à la croissance économique de Madagascar ne cesse d'augmenter au fur et à mesure que l'environnement politique et socio-économique reste stable. Toutefois, la prospérité de ce secteur s'accompagne de quelques impacts négatifs comme le tourisme sexuel, blanchiment d'argent,... Ainsi, une très grande intervention de l'Etat doit donc accompagner le développement du secteur tourisme : viabilisation des sites touristiques, création de nouvelles infrastructures et établissement d'un système financier d'appui, ...

Mots clés : tourisme, promotion, développement, porteur de devise

Encadreur : **FANJAVA Refeno**
Enseignant chercheur au Département Economie

Adresse : **Lot IVX 42 ter Ankazomanga Sud**
Contact : **033 11 187 62**

