

SOMMAIRE

| | |
|--|-----|
| REMERCIEMENTS | 3 |
| SOMMAIRE | 4 |
| FINTINA | 5 |
| SUMMARY | 6 |
| INTRODUCTION | 7 |
| 1. CADRAGE GÉNÉRAL DE LA RECHERCHE | 9 |
| 1.1. PRÉSENTATION DE LA THÉMATIQUE | 9 |
| 1.2. CADRE THÉORIQUE DE LA RECHERCHE | 25 |
| 1.3. MÉTHODOLOGIE DE COLLECTE DE DONNÉES ET D'INFORMATIONS | 37 |
| 2. PARTIE ANALYTIQUE | 40 |
| 2.1. ANALYSE DU SECTEUR TOURISME À ANALAMANGA | 40 |
| 2.2. LA RÉGION ANALAMANGA EN TANT QUE DESTINATION TOURISTIQUE CULINAIRE | 43 |
| 2.3. DISCUSSIONS ET RECOMMANDATIONS | 67 |
| 3. PROJET DE CRÉATION D'UN CIRCUIT CULINAIRE À ANALAMANGA | 74 |
| 3.1. PRÉSENTATION GÉNÉRALE DU PROJET | 74 |
| 3.2. CONTENU DU PROJET | 88 |
| 3.3. ÉTUDE DE FAISABILITÉ DU PROJET | 99 |
| 3.4. PERSPECTIVES DE PÉRENNEURITE DU PROJET | 109 |
| CONCLUSION | 112 |
| BIBLIOGRAPHIE | 114 |
| MÉDIAGRAPHIE | 116 |
| WEBOGRAPHIE | 116 |
| LISTE DES TABLEAUX | 120 |
| LISTE DES ILLUSTRATIONS | 121 |
| GLOSSAIRE | 122 |
| LISTE DES ABRÉVIATIONS | 126 |
| ANNEXES | 127 |
| TABLE DES MATIÈRES | 139 |

FINTINA

Efa dimy ambin'ny folo taona no mihoatra izao no tonga loharanom-pampandrosoana ny fizahantany ny sakafo sy ny vokatry ny tany. Marina tokoa fa tsy ara-nofo fotsiny ihany ny fisakafoanana eo amin'ny sehatry ny fizahantany, fa tena fomba fahafantarana kolontsaina vaovao. Betsaka ireo firenena maneran-tany no miezaka mampisongadina ny nahandrony sy ny kolontsaina mifandraika amin'izany mba hampiroboroboana ny fizahantany. Ny vina apetrakay amin'ny alalan'ity asa fikarohana ity dia ny hametraka ny faritra Analamanga ho anisan'ireo firenena malaza amin'ny fizahantany ara-tsakafo. Hita tokoa mantsy fa manan-karena vokatra sy karazan-tsakafo ny faritra ka mety ho tonga fitaratra ara-tsakafo ho an'ny firenena malagasy. Ny fanamby apetrakay ao anatin'ity fikarohana Master ity dia ny hahatonga ny fizahantany ara-tsakafo ho fototra fampandrosoana ny fizahantany maharitra eto amin'ny faritra Analamanga. Araka izany dia nifantoka tamin'ny rijan-kevitri'i Jean-Claude Abric (1994) mikasika ny fiheveram-piarahamonina ny fomba fiasanay. Ny vokatra azo tamin'izany no nahafahanay namolavola zotra entina hampahafantarana ny faritra amin'ny alalan'ny haren-tsakafony, sy hanokafana lalana ho an'ireo mponina ifotony mba hahafahany misitraka tanteraka ny vokatry ny fizahantany maharitra amin'ny alalan'ny sakafo.

Voanteny toro: fanomezan-danja ara-pizahantany, haren-tsakafo, zotra fizahana sakafo, fizahantany ara-tsakafo, fizahantany maharitra, Analamanga, Madagasikara

SUMMARY

Since more than fifteen years, cuisine and local products have entirely become a source of touristic development. In matter of tourism, to eat means more than a physical need; it is a “cultural act”. Several countries in the world set their culinary heritage ahead with the aim to develop tourism. Some of them are even reputed throughout the world for their gastronomy and their culinary traditions. Our ambition through this study is to integrate Madagascar among the most valued destinations for culinary tourism. Therefore, promoting the region Analamanga as a culinary touristic destination is a first step in that laborious work. Thanks to its rich and exceptional culinary heritage, Analamanga could become the gastronomic emblem of Madagascar. Our main challenge through this Master study is to develop tourism sustainably through culinary tourism. Our research methodology is based on Jean-Claude Abric's theory about social representations. That theory helped us to measure the place of food in tourism activities in Analamanga. The results that we have got conducted us to create a specific tour that allows tourists to discover the region through another way, and enables local populations to get profit directly from a sustainable culinary tourism.

Key words: tourism development, culinary heritage, culinary tour, culinary tourism, sustainable tourism, Analamanga, Madagascar

INTRODUCTION

Ces dernières années nous ont certainement prouvé que le tourisme est un secteur en plein essor. En 2015, 1 184 millions de touristes internationaux ont été recensés par l'OMT¹, soit 50 millions de plus que l'année précédente. Cet accroissement des flux touristiques dans le monde est notamment dû à la performance des États-Unis, de l'Europe, de l'Asie ainsi que du Pacifique. En effet, le tourisme est devenu un objet de préoccupation mondiale, car autant pays riches que pays sous-développés consacrent une importante partie de leur politique de développement économique à ce secteur. À Madagascar, le tourisme fait statut de troisième facteur de développement économique, après les mines et l'agriculture. Selon le PND² (2015-2019), le tourisme devrait apporter une part de devises très importante ; or, ce marché est encore sous-exploité. En effet, en tenant compte de tous ses potentiels, la Grande Île devrait figurer parmi les destinations touristiques phares, du moins, dans l'Océan Indien. Outre ses belles plages et sa méga-biodiversité, Madagascar se démarque par sa diversité culturelle : langage, traditions, modes de vie, us et coutumes...

Notre étude portera justement réflexion sur la relation entre tourisme et culture. Nous retiendrons plus précisément l'importance du patrimoine culinaire dans la mise en marche de l'industrie touristique. Au cours de ces dernières années, on a observé un grand changement dans la demande des consommateurs. Ainsi, une volonté de retour à un tourisme plus authentique, avec un intérêt particulier pour la culture locale, la découverte de territoires vierges et inexplorés et la sauvegarde du patrimoine, s'est développée (Decrop, 2010, p. 179). La tendance pour le tourisme culinaire a donc émergé à travers ce besoin d'authenticité et d'altérité, l'objectif du touriste culinaire étant de goûter à une cuisine que lui et ses semblables ne pourront pas expérimenter à la maison. En ce sens, le patrimoine culinaire constitue un produit touristique qui vaut tout à fait le déplacement. Malgré l'essor de la restauration et de l'industrie alimentaire, le fait est qu'on ne pourra jamais déguster du *ravintoto*, du *voanjobory* ou encore du *koba* aussi bien qu'à Madagascar. Ainsi, le choix de notre thématique se justifie dans le fait que manger est un acte culturel à part entière. De plus, l'alimentation est considérée aujourd'hui comme une part considérable de l'expérience touristique.

¹ Rapport annuel 2015

² Plan National de Développement

Nous nous sommes donc intéressée à cette relation entre tourisme et patrimoine culinaire, d'abord en raison de la croissance flagrante de la demande en authenticité. Nous avons constaté que Madagascar a l'avantage de posséder une palette culinaire diversifiée grâce aux différentes cultures de son peuple. Le choix de la région Analamanga comme zone d'étude s'explique premièrement en raison de sa valeur historique. D'une certaine manière, on peut dire que c'est le berceau de la gastronomie malagasy car de là proviennent la plupart des recettes typiques les plus connues telles que le *Varanga mialin-taona* ou encore le *ravintoto sy hena kisoa*. Par ailleurs, les traditions culinaires y sont également particulières : art de se mettre à table, manière de se partager le repas...

L'intérêt de notre sujet de recherche se justifie également dans le fait qu'il promeut le tourisme durable, qui notons, est la forme de développement touristique la mieux adaptée au contexte économique, environnemental et socioculturel actuel. Cependant, il ne semble pas évident de comprendre ce lien entre durabilité et tourisme culinaire. C'est la raison pour laquelle, la problématique de cette étude se résume par la question suivante : **Dans quelles mesures la mise en tourisme du patrimoine culinaire contribuera-t-elle au développement du tourisme durable à Analamanga ?**

Cette grande question suppose donc qu'il existe une forme de durabilité dans la pratique du tourisme culinaire. À cet effet, nous émettons deux hypothèses :

- 1) Le patrimoine culinaire fonde l'image et l'attractivité d'une destination touristique ;**
- 2) La restauration et la valorisation des produits alimentaires locaux participent à la promotion du tourisme durable.**

Afin de vérifier ces suppositions, nous procèderons par trois niveaux d'analyse. Dans la première partie, nous décrirons les cadres théorique et méthodologique de l'étude. Pour ce faire, une présentation de la zone d'études s'impose. Cette étape se suivra de la définition des concepts essentiels à ce travail de recherche. Nous décrirons par la même occasion la méthodologie adoptée pour cette étude. En seconde partie, nous tenterons de vérifier les hypothèses avancées en présentant et analysant les résultats obtenus à travers les différentes approches de collecte d'informations. La troisième partie sera consacrée à une étude stratégique dans laquelle nous présenterons un projet professionnel conforme aux théories et objectifs posés pour cette recherche.

PARTIE 1 :
CADRAGE GÉNÉRAL DE LA
RECHERCHE

1. CADRAGE GÉNÉRAL DE LA RECHERCHE

La région Analamanga constitue un potentiel considérable en matière de tourisme. Berceau du Royaume de Madagascar, la région est favorisée pour son patrimoine architectural ainsi que ses précieux vestiges de la monarchie malagasy. Cependant, les Hautes Terres Centrales ne sont pas constituées que de sites historiques. Leur charme réside également dans la culture de leur population : us et coutumes, arts de la scène typiques (Hiragasy, Vakodrazana), jeux traditionnels, mode de vie quotidien... et bien évidemment l'art culinaire. En effet, la région Analamanga possède un patrimoine culinaire d'exception qui reflète le savoir-faire de plusieurs générations passées. Constituée d'un charmant paysage de rizières et de terroirs, la région présente tous les atouts nécessaires pour y développer le tourisme culinaire. L'éénigme de cette étude étant de connaître la relation entre tourisme durable et patrimoine culinaire, il nous est nécessaire de sectionner cette première partie en trois niveaux. Ainsi, nous commencerons par délimiter notre sujet de recherche. Il s'agira, entre autres, de présenter le cadre physique, les intérêts du sujet ainsi que les concepts clés de la recherche. Par la suite, nous décrirons les théories exploitées avant de passer au cadre méthodologique de l'étude.

1.1. PRÉSENTATION DE LA THÉMATIQUE

Le thème principal de cette recherche qui est, le tourisme durable, s'inscrit dans le contexte actuel de la mondialisation. Nous détaillerons dans cette première section, les motifs qui nous ont poussée à allier tourisme durable et patrimoine culinaire. Toutefois, il est également indispensable de présenter notre zone d'étude afin de délimiter géographiquement notre sujet et connaître en quoi cette contrée est idéale pour notre recherche.

1.1.1. Cadre physique

Analamanga fait partie du grand territoire de l'Imerina³ fondé par le roi Ralambo (1575-1610) et achevé par Andrianampoinimerina (1787-1810). L'on doit ce toponyme à l'époque où

³ « J'appelle ceci l'Imerina sous le jour (*I Merina ambanianandro*). Et je l'appelle l'Imerina parce que j'occupe tous les sommets; il n'y a rien qui ne soit à moi dans tout ce qui est sous la lumière du jour. » (G.S. Chapus et E. Ratsimba in *Histoire des Rois*)

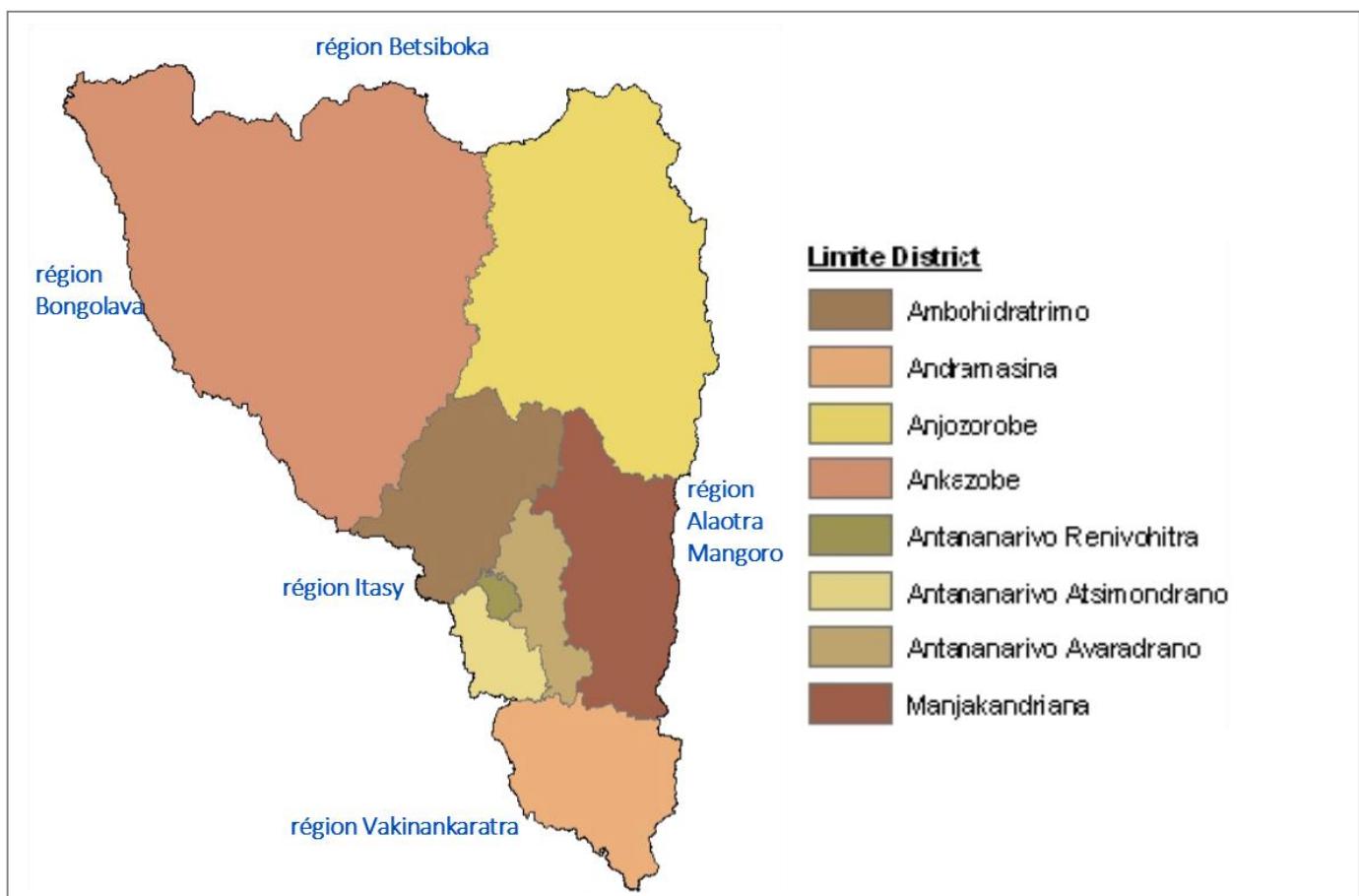
les Hautes Terres Centrales furent encore couvertes de forêts et de verdure. Les termes *ala* (forêt) et *manga*⁴ (bleu / beau) forment ensemble le mot *Analamanga* qui signifie « belle forêt ».

1.1.1.1. Délimitation de la zone d'étude

Située au centre de Madagascar, la région Analamanga s'étend sur une superficie de 16 911 km². Elle est bordée par les régions Betsiboka au nord, Alaotra Mangoro à l'est, Vakinankaratra au sud-ouest, Itasy à l'ouest et Bongolava au nord-ouest.

Occupant 3% de la superficie de l'Île, Analamanga s'avère la plus peuplée parmi les 22 régions de Madagascar. La région compte actuellement 3 439 589 habitants, soit 14% de la population nationale malagasy⁵. Ces plus de trois millions d'habitants sont inégalement répartis dans les huit districts et 134 communes qui composent la région Analamanga.

Carte 1 : Répartition des huit districts d'Analamanga



Source : Tableau de bord environnemental – Région Analamanga ; 2012

⁴ Littéralement, manga signifie « bleu », mais dans le langage malagasy, ce mot est souvent utilisé pour désigner quelque chose de bien.

⁵ Source : INSTAT, 2014 (<https://www.instat.mg/madagascar-en-chiffre/>)

Nous pouvons constater sur la carte précédente qu'Antananarivo Renivohitra, la capitale de Madagascar, occupe la plus petite superficie de la région. Pourtant, celle-ci est la plus habitée de tous les districts et communes de la région :

Tableau 1 : Nombre de communes par district

| District | Nombre de communes |
|---------------------------|--------------------|
| Ambohidratrimo | 25 |
| Andramasina | 12 |
| Anjozorobe | 18 |
| Ankazobe | 13 |
| Antananarivo Renivohitra | 1 |
| Antananarivo Atsimondrano | 26 |
| Antananarivo Avaradrano | 14 |
| Manjakandriana | 25 |
| TOTAL : | 134 |

Source : Tableau de bord environnemental – Région Analamanga ; 2012

1.1.1.2. Potentialités touristiques spécifiques de la région Analamanga

La région Analamanga est une destination pleine d'attraits. Outre ses centaines de sites touristiques, elle regorge bien d'autres potentialités en matière de tourisme. Les activités sont effectivement nombreuses et variées, ce qui nous a permis de classer ces activités parmi trois types de tourisme : le tourisme de loisirs, le tourisme vert et le tourisme culturel dans lequel s'intègre le tourisme culinaire.

Dans la catégorie des loisirs en milieu rural à Analamanga, on note surtout les activités comme le trekking, les balades équestres (Ambohidratrimo) ou encore les randonnées (à pieds, en VTT, quad...). Les activités nautiques sont également en plein essor dans la région : les touristes peuvent s'adonner à une descente en canoë ou en kayak le long de la rivière de l'Ikopa ou encore pratiquer du ski nautique ou apprécier calmement le paysage au cours d'un tour en barque sur le lac de Mantasoa. Dans la sphère des loisirs urbains à Analamanga, on retrouve les salles de cinéma 3D, les salles de karaoké, les salles de jeux ainsi que les discothèques.

La région Analamanga dispose aussi de bon nombre de parcs d'attraction et de loisirs. Parmi les plus réputés, on peut citer le Batou Beach sis à Ambohimanambola qui séduit notamment les visiteurs avec sa piscine géante et ses infrastructures atypiques. Au Sam Rum Ampitatafika sont proposés divers jeux et amusements tels le paintball, les tours en manège...

Le parc de golf d'Ambohidratrimo est mis à disposition de ceux qui veulent à la fois s'amuser et profiter d'un cadre paisible.

Côté évènementiel, nombreuses sont les manifestations culturelles à ne pas rater. Organisé depuis maintenant deux ans, le « Carnaval de Madagascar » se tient à l'affiche des plus grandes manifestations culturelles et touristiques de la région. Nous pouvons également citer le festival « Madajazzcar » qui est le rendez-vous annuel des mélomanes du jazz de l'Île et de pays du monde entier dans la capitale malgache.

La région est encore dotée de nombreuses potentialités exploitables en matière de tourisme. Aujourd'hui certains promoteurs tentent de revaloriser les loisirs traditionnels malagasy à travers divers évènement. Comme dernièrement, en août 2017, l'ORTANA a organisé des jeux de Fanorona au jardin d'Antaninarenina, une festivité qui a duré tout un mois.

Par ailleurs, contrairement à ce que l'on peut penser, Analamanga dispose de réels potentiels en matière de tourisme vert. La région compte effectivement bon nombre de sites voués à ce type de tourisme. Si certains sont déjà considérés comme étant des patrimoines nationaux, d'autres sont encore en phase de promotion et de patrimonialisation. Dans la liste des principales aires protégées de la région figurent celles de l'Angavo (Anjozorobe) et d'Ambohitantely (Ankazobe).

Mais la région se démarque surtout par son patrimoine culturel. En tant que berceau du Royaume de Madagascar, Analamanga conserve de précieux vestiges du passé. Les ancêtres du peuple merina ont également laissé pour héritage des traditions uniques et hautes en couleurs. Ainsi, la région Analamanga fait l'objet d'une véritable industrie touristique culturelle. En matière de patrimoine culturel immatériel, nous pouvons citer les arts de la scène traditionnels comme le Hiragasy.

Enfin, le patrimoine culinaire qui constitue un des principaux atouts de la région en matière de tourisme. Grâce à ses traditions culinaires, la richesse de ses terroirs ainsi que ses diverses productions artisanales, la région Analamanga peut être une destination touristique culinaire à part entière. En effet, les activités sont suffisamment variées pour agrémenter le séjour d'un touriste gourmand. Nous mettrons en lumière les détails concernant les offres d'activités touristiques culinaires à Analamanga dans la seconde partie de ce travail. La sous-section suivante servira à décortiquer le sujet de recherche en vue de comprendre ses réels intérêts.

1.1.2. Choix du sujet

Le choix du sujet résulte principalement de l'intérêt que nous portons personnellement pour le domaine du culinaire. Cependant, il s'agit également d'un travail d'approfondissement étant donné que nous avons déjà traité cette thématique sur le tourisme et le patrimoine culinaire depuis notre année de Licence. Durant ce parcours, nous avons choisi de promouvoir un produit culinaire spécifique qui peut à la fois faire valoir la gastronomie malagasy et attirer l'attention des touristes gourmands. En M1, nous avons poursuivi nos recherches en nous focalisant sur des aspects plus théoriques. Ainsi, notre dossier de recherche a porté sur l'apport du patrimoine gastronomique dans le développement du tourisme. Cette fois-ci en M2, notre étude s'est plus orientée vers la valorisation du patrimoine culinaire afin de promouvoir le tourisme durable à Analamanga. Autrement dit, nous parlerons plus de « tourisme culinaire » que de « tourisme gastronomique » dans cette recherche. Nous étudierons, entre autres, ce que peut apporter réellement le patrimoine culinaire en matière de développement touristique durable. Ainsi, nous aurons un aperçu de la relation entre durabilité et tourisme culinaire.

1.1.2.1. Présentation de l'objet de recherche

À titre de rappel, notre sujet de recherche concerne la **promotion du tourisme durable par la mise en tourisme du patrimoine culinaire**. À partir de ce titre, nous retenons trois concepts fondamentaux : **tourisme durable, mise en tourisme et patrimoine culinaire**. Cette étude se focalisera donc sur la **relation entre ces trois concepts** qui constitue, entre autres, notre objet de recherche.

Quelle est donc la relation entre le tourisme durable et la mise en tourisme du patrimoine culinaire ? Pour découvrir la réponse à cette question, il nous faut d'abord comprendre comment se conjuguent tourisme et patrimoine culinaire.

Composant majeur de l'image d'une destination, le patrimoine culinaire constitue un potentiel touristique indéniable. En matière de tourisme, manger ne se résume pas à un besoin physiologique. Il s'agit également d'entrer en altérité avec la culture locale à travers la dégustation d'une cuisine autre que celle que l'on consomme quotidiennement. Ce besoin de découvrir l'autre fait partie des motivations du « touriste gourmand », c'est-à-dire le touriste qui planifie spécifiquement son voyage autour d'activités culinaires. Un touriste gourmand est donc avant tout, à la « recherche d'expériences gustatives uniques et mémorables »⁶. Il peut

⁶ Définition du food tourism (tourisme gourmand) donnée par l'International Culinary Tourism Association (ICTA)

aussi bien réaliser ces expériences en fréquentant des restaurants gastronomiques, qu'en s'adonnant à diverses activités comme les ateliers de cuisine, la visite de marchés locaux, visite de terroirs, achat de produits alimentaires locaux...

Cela engendre qu'il existe différents types de touristes gourmands. Si certains recherchent le plaisir en privilégiant le luxe et la qualité, d'autres sont plutôt en quête d'authenticité et s'imprègnent directement de la culture culinaire locale. Ces deux types de touristes gourmands sont ceux que Hersch Jacobs et Florence Smits (2007) distinguent par « touristes gastronomiques » et « touristes culinaires ».

Tableau 2 : Comparaison entre touriste gastronomique et touriste culinaire

| TOURISTE GASTRONOMIQUE | TOURISTE CULINAIRE |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Recherche la qualité, voire l'excellence ➤ Mange BIEN ➤ Recherche le plaisir ➤ Organise son voyage autour d'un ou de quelques établissements de renom | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Recherche l'authenticité ➤ Mange VRAI ➤ Recherche l'altérité ➤ Se déplace partout où il pourrait enrichir ses expériences gustatives |

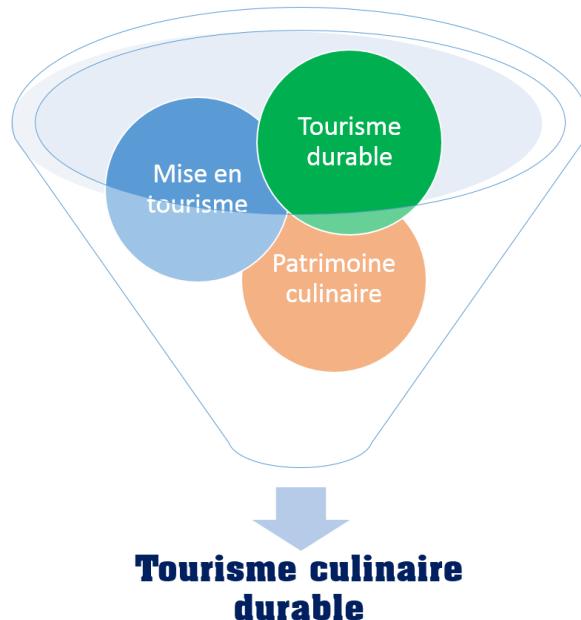
Source : Auteur, janvier 2018

Le tableau ci-dessus nous aide à bien comprendre la nuance entre tourisme gastronomique et tourisme culinaire. Par ailleurs, il nous permet également de saisir en quoi consiste le tourisme lié au patrimoine culinaire. Ainsi, nous pouvons comprendre que le tourisme gourmand se rapporte à tout aliment qui se consomme sur le lieu de destination : cuisine typique, produits agricoles, produits artisanaux... Le tourisme gourmand est ce qu'on peut qualifier d'« expérience plurisensorielle » (cf. G. Beaudet, 2006), car effectivement, goût, vue, odorat, ouïe et toucher sont mobilisés de façons diverses au cours de l'expérience culinaire.

La mise en tourisme du patrimoine culinaire consiste donc, dans un premier temps, à faire du patrimoine culinaire d'une destination un attrait touristique à part entière. Dans un deuxième temps, cette action vise à promouvoir les aspects durables du tourisme étant donné qu'elle implique directement la conservation de la culture culinaire de la destination touristique concernée. De plus, le tourisme culinaire offre l'opportunité de promouvoir et mettre en valeur des destinations touristiques particulières. Ainsi, on peut exploiter le patrimoine culinaire en

vue de convertir un territoire en une destination touristique culinaire. Cette stratégie permet à la fois le développement économique du territoire donné et la mise en valeur des produits locaux. En somme, tout cela nous permet d'illustrer de la manière suivante la relation entre tourisme durable, mise en tourisme et patrimoine culinaire:

Schéma 1 : Relation entre les trois concepts fondamentaux de la recherche



Source : Auteur, janvier 2018

En associant les trois concepts clés, nous avons pu définir l'objet principal de cette étude : le **tourisme culinaire durable**. Il s'agit d'une forme de tourisme qui allie les pratiques du tourisme culinaire aux principes du tourisme durable. Nous verrons tout au long de cette étude comment se présente réellement cette dimension durable du tourisme culinaire. Pour la suite de cette section, nous allons expliquer en quoi ce sujet de recherche est pertinent dans les contextes scientifique et socio-économique actuels à Madagascar.

1.1.2.2. Intérêts du sujet

D'une part, ce sujet est intéressant d'un point de vue académique, car il est encore peu traité à Madagascar. Ainsi, diverses pistes de réflexion peuvent être encore menées autour. Cela signifie donc que le sujet peut être plus approfondi par le biais de différentes approches. Lucy M. Long (2004), référence en la matière, a longuement médité sur le tourisme culinaire à travers une approche folklorique. Ainsi, elle théorise le tourisme culinaire comme une pratique visant à promouvoir l'altérité, à percevoir une toute autre réalité. Ses corédacteurs dans son ouvrage intitulé « *Culinary tourism* » font également part de leur savoir en illustrant leurs propos avec des études de cas précis. Nous pourrons donc poursuivre cette recherche en exploitant tous les potentiels de la Grande Île en matière de tourisme culinaire, et ce à travers différentes approches théoriques. Cela permettrait de définir toutes les possibilités pour faire de Madagascar une destination touristique culinaire à part entière, capable de se positionner sur le marché touristique international.

Par ailleurs, le thème du patrimoine et de sa sauvegarde apparaît comme une préoccupation de plus en plus forte des sociétés actuelles fondée sur la prise de conscience de l'importance de la transmission du patrimoine et de sa sauvegarde. Il est également évident que le tourisme alimente le patrimoine et que le patrimoine est alimenté par le tourisme. Ainsi, ce sujet de recherche ouvre également des perspectives pour la conservation du patrimoine culinaire qui est plus qu'important pour développer et pérenniser le tourisme culinaire.

D'autre part, l'intérêt socio-économique que porte ce sujet de recherche est également considérable. D'une manière générale, le tourisme est interdépendant avec d'autres secteurs de production et de services. Son économie est donc transversale puisqu'elle est connectée avec diverses activités tels que le transport, l'hôtellerie, l'artisanat, l'agriculture... Notons qu'à Madagascar, le tourisme contribue de manière significative à l'économie nationale. Ainsi, le tourisme culinaire peut générer une part de revenu importante, du moins, au niveau local. Cette pratique touristique participe effectivement au développement local, puisqu'elle génère différentes formes d'activités économiques qui concernent notamment le domaine de l'agriculture, de la restauration et de l'hôtellerie. À cet effet, le tourisme culinaire favorise la création d'emplois directs et indirects. Les emplois directs sont les emplois qui répondent à la demande immédiate des touristes et des visiteurs. Il s'agit des métiers de la restauration, de l'hébergement et de l'entrepreneuriat de voyages. Les emplois indirects sont relatifs aux branches liées à l'activité touristique et aux loisirs. En matière de tourisme culinaire, cela

s'applique aux secteurs de l'agriculture, de l'élevage, de l'artisanat (transformation alimentaire, fabrication d'ustensiles de cuisine...) et autres.

Le tourisme culinaire est également un moyen d'appuyer la formation aux métiers du secteur tourisme. Ces formations vont surtout servir à renforcer la capacité des acteurs concernés, à savoir les opérateurs, guides touristiques, personnels d'entreprises touristiques...

Enfin, le sujet présente également un intérêt pratique dans la mesure où il promeut le tourisme durable, sachant que les activités relatives au développement durable sont très encouragées de nos jours. Le tourisme culinaire durable promet donc un développement intégré, ordonné et harmonieux du tourisme, un principe tout à fait conforme à la politique touristique à Madagascar⁷.

1.1.3. Domaine de définitions

Cette section est consacrée à l'approfondissement des concepts liés au sujet. En premier lieu, nous définirons le tourisme qui est l'objet principal de notre parcours de recherche. Ainsi, nous approcherons le secteur sous différents angles dans le but d'appréhender sa pratique et ses effets. En deuxième lieu, nous établirons l'approche thématique de cette recherche. Nous présenterons successivement les concepts de tourisme durable, de mise en tourisme et le patrimoine culinaire.

1.1.3.1. Présentation générale du tourisme

Les premières formes de tourisme datent de longues années depuis l'antiquité. Le mot « tourisme » n'est apparu qu'à la fin du XVIII^e siècle suite aux voyages qu'ont menés les aristocrates anglais pour parfaire leur éducation. À partir du XX^e, cette activité élitaire tend à devenir une activité de masse. Ainsi, nombreuses activités sont nées à l'issue de cette croissance des flux de déplacements dans le monde. Faire du tourisme est donc aujourd'hui à la portée de tout individu.

À l'heure actuelle, une multitude de définitions et d'appréhensions du phénomène touristique existent.

Dans le domaine de la recherche, la considération du tourisme en tant que science constitue encore un sujet de discussion entre différents chercheurs. Toutefois, Jean Michel

⁷ LOI N°95-017 portant Code du Tourisme à Madagascar ; 1995, Article 1

Hoerner, s'est proposé de définir la science du tourisme ainsi : « *La science touristique étudierait tout ce qui est lié au voyage : sa conception, sa mise en place, son déroulement, ses conséquences ; l'industrie multiforme qu'il développe, son environnement social et culturel, les rapports implicites entre les voyageurs et les sociétés visitées.* » (Hoerner, 2000, p.18-20).

D'un point de vue pratique, le tourisme traduit l'ensemble des « *activités⁸ déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs* ». Cette définition donnée par l'OMT⁹, suppose donc qu'il existe différentes formes et catégories de tourisme.

Les catégories de tourisme varient en fonction du lieu de départ et de la destination du visiteur ainsi que selon le mode d'organisation de son séjour. Ainsi, on peut distinguer quatre catégories de voyage touristique : le tourisme international, le tourisme national, le tourisme résidentiel et le tourisme itinérant.

Par ailleurs, le tourisme se décline en différentes formes. Nous entendons ici par « forme » l'aspect et les principes qui guident le voyage touristique. Parmi ces différentes formes de tourisme, s'intègrent le tourisme durable et ses variables (tourisme participatif, tourisme équitable, tourisme responsable ou éthique).

En ce qui concerne la typologie du tourisme, elle varie généralement selon :

- 1) le lieu d'exercice de l'activité touristique
- 2) le moyen de déplacement utilisé
- 3) les activités accompagnées de loisirs
- 4) les motifs du déplacement

⁸ Le terme « activités » doit être compris ici au sens général d'occupations individuelles.

⁹ Organisation Mondiale du Tourisme

Tableau 3 : Tableau de classification des différents types de tourisme

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Tourisme balnéaire - Tourisme sous-marin - Croisières (fluviale, en mer) - Tourisme vert (en pleine nature) - Tourisme blanc (en neige) - Tourisme montagnard | <ul style="list-style-type: none"> - Tourisme équestre - Randonnées : trail, trekking, à bicyclette, en quad, à moto... - Tourisme en ballon - Croisières | <ul style="list-style-type: none"> - Tourisme culturel : festivals, spectacles, concerts, visite de musées/monuments historiques, tourisme culinaire... - Tourisme sportif : surf, deltaplane, sports extrêmes... - Vacances : baignades, centres de loisirs, parcs d'attractions, shopping... | <ul style="list-style-type: none"> - Tourisme d'affaires : congrès, séminaires... - Tourisme de santé et de bien-être : thermalisme, soins médicaux, massages aux huiles essentielles, chirurgie esthétique... - Tourisme religieux : pèlerinage, rassemblements... |

Source : Auteur, mars 2018

Techniquement parlant, on peut dire que « *l'activité touristique résulte de la mise en mouvement d'un grand nombre d'éléments et de partenaires : sites naturels, conditions climatiques, attractions et équipements touristiques, hébergement, informations, transport, mise en marché, professionnels divers, revenus disponibles et choix des clients, situation sociopolitique des espaces visités, état de l'environnement...* » (J. M. Dewailly et E. Flament, 2000, p.11).

Considéré dans son envergure internationale, le tourisme est devenu un secteur clé de l'économie mondiale, de par ses flux de voyageurs et également par la masse financière qu'il génère. En termes économiques, le tourisme peut donc être défini comme « *une collection d'activités et un « bundle » de biens et de services* » (cf. Luzzi et Flückiger, 2003). Autrement dit, le tourisme est régit par la loi de l'offre et de la demande : du point de vue de l'offre, le tourisme forme « *un ensemble séquencé de productions marchandes ou publiques en présence de visiteurs touristiques* » ; du côté de la demande, il constitue « *une combinaison séquencée de consommations marchandes ou publiques par des visiteurs touristiques* » (cf. G. Éthier ; L. K. Morisset et B. Sarrasin, 2012, p.127).

Depuis les années 60-70, le rythme de l'évolution touristique a fortement accéléré. Le phénomène de masse commencé à entraîner de sérieux impacts négatifs sur l'environnement naturel et socio-culturel des communautés d'accueil. Face à ce problème, il a été impératif de prendre des mesures de soutien de ces communautés réceptives, afin de réduire les effets

nuisibles du tourisme de masse. Il en résulte qu'à l'heure actuelle, le tourisme ne constitue plus une simple manière de passer son temps libre. Il répond également à des besoins de résoudre d'autres problèmes d'ordres environnemental, économique et/ou socioculturel. En ce sens, le tourisme participe pleinement à la promotion du développement durable. C'est donc dans ce principe qu'est né le concept de « tourisme durable », une forme de tourisme qui gagne à présent un soutien important au niveau international.

1.1.3.2. Le tourisme durable

Depuis la publication de Gro Harlem Brundtland en 1987¹⁰, la durabilité est devenue un concept courant dans le langage quotidien. Brundtland définit pour la première fois la notion de développement durable comme étant un « *mode de développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs.* » (CMED, 1988). Transposée dans la pratique du tourisme, cette notion de durabilité implique la sauvegarde de l'activité touristique pour les générations présente et futures, afin que chacune d'entre elles bénéficient des mêmes conditions de vie et de loisirs. À cet effet, on peut définir le tourisme durable par « *un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil* » (cf. Leroux, 2010).

Dès lors, le développement durable appliqué au secteur tourisme constitue une nouvelle approche dans la gestion des activités touristiques. L'OMT spécifie alors la définition du tourisme durable en mettant l'accent sur le **respect** et la **préservation des ressources naturelles, culturelles et sociales** dans la pratique d'une activité ou d'un aménagement touristique. L'activité en question doit également contribuer de manière positive et équitable au développement économique et à l'épanouissement des individus qui vivent et séjournent dans l'espace touristique concerné. En participant à ce développement économique durable, le tourisme contribue aussi à la qualité de vie des habitants des contrées visitées et au maintien des relations humaines.

Les acteurs du secteur tourisme doivent donc désormais prendre en compte ces principes du développement durable dans leurs actions. C'est la raison pour laquelle, Madagascar intègre cette dimension durable du tourisme à travers dans sa politique touristique : « *La présente loi, constituant Code du Tourisme, fixe les règles qui sont de nature à favoriser le développement*

¹⁰ G. H. Brundtland, 1987, *Notre avenir à tous*, p. 12

intégré, ordonné et harmonieux du tourisme, aussi bien dans le cadre de l'aménagement du territoire national que dans celui de la sauvegarde de l'environnement. Ce développement doit respecter les éléments de notre identité nationale et de nos coutumes. » (Loi N°95-017 portant Code du Tourisme du 18 août 1995 – Article premier)

Après avoir défini le tourisme durable qui est le thème principal de cette étude, nous allons nous focaliser sur la définition des concepts liés au sujet. Ainsi, nous pourrons mieux comprendre en quoi consiste cette recherche.

1.1.3.3. Définition des concepts liés au sujet

Comme nous l'avons cité antérieurement, la mise en tourisme et le patrimoine culinaire font partie des concepts directifs de cette recherche. Afin d'appréhender le lien qui existe entre eux, il est nécessaire de bien comprendre leurs significations respectives.

a) La mise en tourisme

Lorsqu'un touriste voyage, il s'attend à être satisfait. Ce désir de satisfaction est le manque que doit combler tout opérateur touristique à travers la mise en tourisme. En effet, les motivations des touristes ne sont pas que techniques. Ils cherchent également à assouvir leur soif de découverte, à se mettre au contact d'une toute autre culture ou d'un mode de vie qui les détache de leur quotidien. C'est la raison pour laquelle certains touristes préfèrent carrément s'éloigner du luxe et du confort pour entrer en contact avec la population locale.

Pour revenir à la mise en tourisme, il faut comprendre que le tourisme est alors un travail sur le réel : rien n'est touristique en soi, mais tout peut devenir touristique grâce à la mise en tourisme. Ainsi, la mise en tourisme est d'abord un processus de l'imaginaire. Tout opérateur touristique doit être en mesure de faire correspondre le produit aux attentes des touristes. Dès lors, nous pouvons dire que la mise en tourisme est une action qui consiste à prendre toutes les dispositions nécessaires pour satisfaire le touriste. Ces dispositions concernent, entre autres, l'aménagement d'un lieu, d'un site, d'un évènement, d'un territoire, d'un objet... Sous cet angle, la mise en tourisme peut être défini comme un « *processus de création d'un lieu touristique ou de subvention (changement) d'un lieu ancien par le tourisme qui aboutit à un état : le lieu touristique.* »¹¹

¹¹ Source : Géoconfluences.com, 2011

Notons que l'expression « mise en tourisme » est préférée à celle de « touristification » étant donné son caractère dynamique et humain de l'action. Si la touristification désigne un processus de développement spontané (non planifié), la mise en tourisme traduit, quant à elle, un processus plus programmé porté par des acteurs plus institutionnels.

Pour résumer, on peut entendre par mise en tourisme, la mise à disposition des touristes d'éléments emblématiques du patrimoine local. Dans notre cas, l'élément emblématique en question est le patrimoine culinaire de la région Analamanga.

b) *Le patrimoine culinaire*

En ce qui concerne le patrimoine culinaire, aucune définition exacte n'est encore mise à disposition. Cette notion reste encore floue étant donné la difficulté de déterminer les véritables éléments de ce patrimoine. Toutefois, pour comprendre, nous pouvons nous baser sur la définition du patrimoine qui désigne, de son sens étymologique, des «biens de famille ». Ainsi, le mot anglais *heritage* traduit bien le sens ce terme. La notion de patrimoine fait donc référence à un bien que l'on tient de ses parents. Parler de patrimoine dans ce contexte de filiation collective revient à poser le principe d'une conservation des biens reçus par héritage en vue de les transmettre. Dès lors, quand il s'agit de patrimoine, il faut toujours prendre en compte les trois dimensions temporelles : le passé, le présent et le futur.

D'un point de vue scientifique, Guy Di Méo¹² affirme que « *tout patrimoine résulte d'une stricte production sociale à finalités idéologique, politique et/ou économique.* » L'on peut donc comprendre que la notion de patrimoine s'est beaucoup élargie au fil du temps. Isnart (2009) ajoute à ce propos que « *le patrimoine n'existe pas* », il s'agit d'un résultat de processus de construction sociale. En effet, pour que quelque chose obtienne le titre de patrimoine, il faut que cet objet soit d'abord perçu comme important et méritant d'être conservé pour les générations futures.

Pour revenir au concept de « patrimoine culinaire », nous pouvons donc dire qu'il s'agit d'abord de savoir-faire. Les grands Ancêtres ont laissé à chacun de leur peuple un savoir-faire culinaire qui se transmet de génération en génération, et le plus souvent, de mère à fille. Ce savoir-faire englobe, entre autres, les techniques de préparation et de cuisson des aliments ainsi que la manière de les présenter à table. Le patrimoine culinaire, en tant qu'objet de culture, inclut également les traditions culinaires (comme l'art de départager la viande chez les

¹² Guy Di Méo, « Processus de patrimonialisation et construction des territoires », p.2

Malagasy), la gastronomie et les diverses spécialités qui caractérisent la région concernée, sans oublier les produits du terroir. En somme, le patrimoine culinaire est l'ensemble des différents éléments qui font la particularité de la culture culinaire d'une région, d'un groupe social donné.

c) *Émergence du tourisme culinaire*

"There are many tourists who travel for reasons of seeking culinary experience. Tourism activity related to food has been labelled variously food tourism, culinary tourism, or gastronomy tourism. These terms have the same meaning: people travel to a specific destination for the purpose of finding foods." (cf. Ab Karim et Chi, 2011). Selon cette citation, de nombreux touristes voyagent pour partir à la recherche d'expérience culinaire. Le tourisme relié à la nourriture a engendré l'émergence d'une typologie de tourisme gourmand : tourisme culinaire, tourisme gastronomique... Ces termes ont la même signification : les gens voyagent dans une destination spécifique dans le but de trouver des aliments.

La soif de découverte a depuis longtemps motivé les voyages. Les premiers voyageurs, curieux et courageux, ont parcouru de longues distances dans le but de trouver un nouveau sens à la vie, de se mettre au contact de nouvelles cultures. Nous avons vu précédemment que les touristes voyagent pour diverses raisons. Le tourisme est un phénomène qui voit évoluer de jour en jour ses pratiques. Le tourisme, ce n'est plus faire des vacances ni seulement profiter du temps libre. Aujourd'hui, faire du tourisme, c'est découvrir, expérimenter, voir, sentir, toucher, entendre et même goûter. Depuis ces quelque quinzaine d'années, l'industrie du tourisme culinaire s'est largement accru. Pour des millions de touristes dans le monde, revenir apprécier des recettes qu'ils ont goûtables et testées, ou parcourir de plus longues distances dans le but de repérer de nouvelles spécialités culinaires, est devenu une part importante de l'expérience touristique. En effet, la curiosité pour les produits et les préparations culinaires emblématiques des régions visitées constitue un moteur important de l'expérience touristique, au même titre que l'intérêt pour les sites naturels ou pour l'architecture et les monuments phares. Face à ce contexte, le tourisme culinaire a connu un essor considérable.

Le fait est que les touristes aiment les produits locaux. Ainsi, plusieurs destinations adaptent leurs offres en fonction de cette réalité. Par ailleurs, consommer la nourriture locale est considéré comme un des meilleurs moyens de découvrir une destination, atteindre une nouvelle perspective et se mettre au contact d'autres cultures.

D'ailleurs Lucy M. Long explique que le tourisme culinaire signifie bien plus que tester une nouvelle cuisine. En tant qu'expérience, le tourisme est basé sur la perception de l'altérité et de tout ce qui diffère du quotidien. La nourriture elle-même, affirme-t-elle peut être une destination pour le tourisme et non seulement un vecteur (cf. Lucy M. Long, 2004, p.1).

d) *Un tourisme culinaire durable ?*

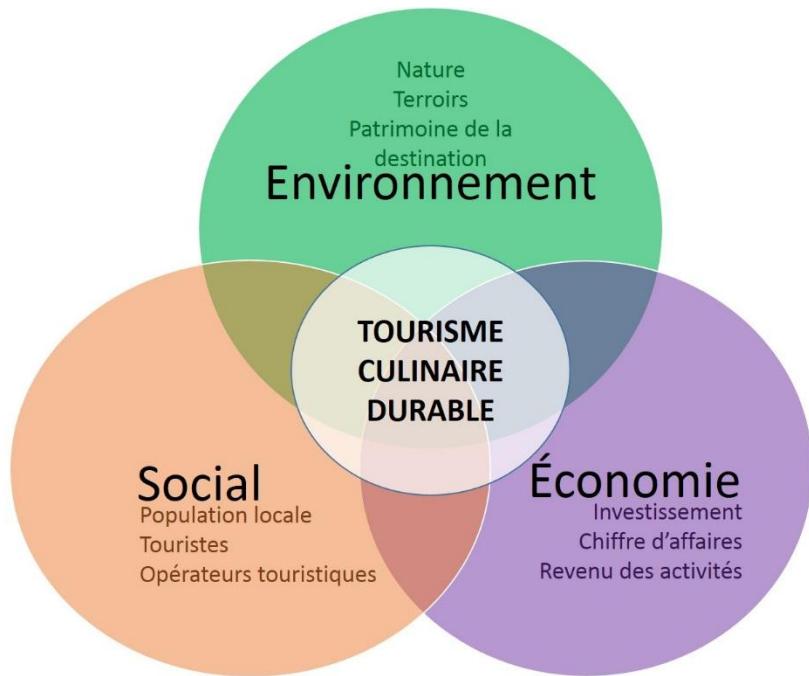
Le patrimoine culinaire est devenu un élément indispensable pour connaître la culture d'un territoire, mais comment cadre-t-il avec le tourisme durable ? Nous nous retrouvons ici tout au centre de la réflexion de cette étude.

Développer un tourisme qui préserve l'équilibre entre les aspects environnementaux, économiques et sociaux est le principe fondamental du tourisme durable. Dès lors, tout moyen de développement économique du tourisme peut être favorable à la promotion des valeurs portées par le développement durable. Comment se conjuguent alors durabilité et tourisme culinaire ? Pour comprendre, il est nécessaire de rappeler ces principes fondamentaux du tourisme durable :

- 1) *Faire un usage optimal des ressources environnementales qui sont un élément clé du développement du tourisme, en préservant les processus écologiques essentiels et en contribuant à la conservation des ressources naturelles et de la biodiversité ;*
- 2) *Respecter l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil, conserver leur patrimoine culturel bâti et vivant, ainsi que leurs valeurs traditionnelles, et contribuer à la tolérance et à la compréhension interculturelles ;*
- 3) *Garantir des activités économiques viables à long terme en apportant à tous les acteurs des retombées socio-économiques équitablement réparties, notamment des possibilités d'emploi et de revenus stables, des services sociaux aux communautés d'accueil, et en contribuant à la lutte contre la pauvreté.¹³*

¹³ Programme des Nations Unies pour l'Environnement & Organisation Mondiale du Tourisme, « Vers un tourisme durable : guide à l'usage des décideurs », 2006, p.11

Schéma 2 : Le tourisme culinaire durable



Source : Auteur, janvier 2018

Ainsi, le tourisme culinaire durable serait à la fois un tourisme qui veille à la conservation de l'environnement (terroirs, plantations...), respecte et préserve le patrimoine culinaire¹⁴ et produit des retombées économiques sur la communauté d'accueil.

1.2. CADRE THÉORIQUE DE LA RECHERCHE

En tant que système de savoirs pratiques, la représentation sociale est une théorie adéquate pour cette étude sur le tourisme culinaire. Elle nous permettra, entre autres, d'assembler les références sémantiques et cognitives afférentes au sujet de recherche. Ainsi, nous développerons dans cette partie, la définition de la représentation sociale selon Abric (1994), ses concepts fondamentaux ainsi que ses méthodes de recherche.

¹⁴ La notion de « patrimoine culinaire » fait référence à tout ce qui concerne la culture culinaire d'un pays, d'une région ou d'une localité. Le terme englobe, entre autres, l'art et les traditions culinaires, les recettes typiques, le savoir-faire traditionnel, les produits de terroirs et tout ce qui peut concerner les habitudes alimentaires d'un groupe social donné.

1.2.1. Fondements théoriques de la représentation sociale

Initié par Serge Moscivici (1961), la notion de représentation sociale a engendré un puissant courant de recherche en psychologie sociale et en sciences humaines. Définie conventionnellement comme «*forme de connaissance, socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social*» (Jodelet, 1984), la RS agit sur les groupes sociaux et leurs membres et sert à décoder leurs conduites. À la base, une représentation consiste à faire exprimer un sujet (quelqu'un) dans le but d'interpréter un objet¹⁵ (quelque chose).

Pour cette recherche, nous avons choisi de nous référer à la théorie des représentations sociales présentée par Jean-Claude Abric dans son ouvrage intitulé *Pratiques sociales et représentation* publié en 1994.

1.2.1.1. La théorie des représentations sociales selon Jean-Claude Abric (1994)

Selon Abric, «*les représentations sont des ensembles sociocognitifs, organisés de manière spécifique, et régis par des règles de fonctionnement qui leur sont propres*» (Abric, 1994, p.8). Ainsi, une représentation est composée à la fois d'éléments cognitifs et d'autres sociaux :

- les **éléments cognitifs** illustrent la texture psychologique de la représentation. Ils sont fournis par la connaissance propre du sujet, soit sa manière personnelle de percevoir l'objet de représentation.
- les **éléments sociaux** constituent quant à eux les conditions sociales qui régissent les processus cognitifs du sujet.

Par ailleurs, la théorie d'Abric suppose que les représentations sociales jouent un rôle important sur des pratiques sociales réelles déterminées. Si Moscovici mit l'accent sur l'idée que les représentations sont des guides pour l'action, Abric quant à lui, tente de prouver que les représentations servent à apprêhender les phénomènes sociaux. Dès lors, à travers son ouvrage, il vise à montrer comment les analyses théoriques qui y sont proposées peuvent aider à connaître les représentations et à comprendre la manière dont elles peuvent intervenir dans les pratiques sociales. Autrement dit, l'objectif d'Abric est de dévoiler la relation entre représentations et pratiques en adoptant une **approche sociocognitive**.

¹⁵ «*Il ne peut y avoir de représentation sans objet.* » (D. Jodelet et al., *Les représentations sociales*, éd. PUF, Paris, 1989, p.60)

À cet effet, les représentations sociales jouent un rôle fondamental dans la dynamique des relations sociales et dans les pratiques. D'après Abric, elles reposent sur quatre fonctions bien distinctes :

- 1) **Fonctions de savoir** : les représentations sociales permettent de comprendre et d'expliquer la réalité de par laquelle elles sont issues
- 2) **Fonctions identitaires** : les représentations sociales aident à situer les individus et les groupes dans le champ social, ce qui permet de sauvegarder la spécificité de ces derniers
- 3) **Fonctions d'orientations** : les représentations sociales guident les comportements et les pratiques sociales
- 4) **Fonctions justificatrices** : elles permettent *a posteriori* de justifier les prises de position et les comportements.

Par rapport à ces fonctions citées ci-dessus, nous pouvons dégager deux grands rôles de la représentation : d'une part, **informer** et d'autre part, **expliquer** la nature des liens sociaux intra et inter-groupes, et des relations des individus à leur environnement social.

1.2.1.2. Les concepts fondamentaux de la théorie

La théorie d'Abric se distingue par le système du « **noyau central** », également appelé « **noyau structurant** » ou encore « **système central** ». Selon Abric, « *le noyau central est l'élément essentiel de toute représentation* » (p.21) car il détermine non seulement la signification, mais aussi l'organisation de la représentation. Ainsi, toute modification du noyau central engendre une transformation radicale de la représentation.

a) Fonctionnement du système central

Le noyau central se base sur deux fonctions essentielles :

- 1) **fonction génératrice** : il est l'élément par lequel se crée, ou se transforme, la signification des autres éléments constitutifs de la représentation
- 2) **fonction organisatrice** : il détermine la nature des liens qui unissent entre eux les éléments de la représentation

À partir de ces fonctions, on peut affirmer que le noyau central est l'élément clé sur lequel repose la signification d'une représentation. Il est important de souligner que cet élément central ne peut être identifié sans la présence d'**éléments périphériques**.

b) *Organisation des éléments périphériques*

Les éléments périphériques sont en relation directe avec le noyau central. Ils constituent un ensemble d'éléments représentationnels (informations, croyances, opinions, attitudes...) hiérarchisés en fonction de leur lien avec le noyau central. Dès lors, si ces éléments s'avèrent proches du noyau structurant, ils détiennent un rôle majeur dans la concrétisation de la signification de la représentation. Plus éloignés, ils servent à illustrer, expliciter ou justifier cette signification. De ce fait, Abric dégage donc trois fonctions essentielles concernant les schèmes périphériques de la représentation :

- 1) **fonction de concrétisation** : les schèmes périphériques spécifient la signification de la représentation par rapport à son contexte réel
- 2) **fonction de régulation** : ils permettent d'adapter la représentation aux évolutions du contexte
- 3) **fonction de défense** : ils constituent le système de défense du noyau central de la représentation

On peut ainsi dire que le noyau central et les éléments périphériques forment un tout indispensable à la connaissance et à la compréhension des représentations sociales. « *C'est l'existence de ce double système qui permet de comprendre une des caractéristiques essentielles des représentations sociales qui pourraient apparaître comme contradictoire : elles sont à la fois stables et mouvantes, rigides et souples* » (Abric, 1994, p.29).

1.2.1.3. *Les méthodes de la théorie*

Selon Abric, l'étude des représentations sociales doit s'effectuer en **trois niveaux**. Dans un premier temps, il pose l'importance du **contenu** de la représentation. À cet effet, il présente diverses techniques de collecte d'information et de hiérarchisation des données. Par la suite, l'auteur souligne que ce n'est pas le contenu en lui-même mais l'**organisation** de ce contenu qui doit être étudiée. Ainsi, pour repérer l'organisation et la structure interne d'une représentation, Abric propose des méthodes variées. Enfin dans un troisième temps, notre théoricien expose la méthodologie nécessaire pour déterminer et contrôler le **noyau central** de la représentation.

a) Les méthodes de recueil du contenu d'une représentation

Dans cette rubrique, Abric propose deux types de méthode complémentaires. D'une part, figurent les méthodes interrogatives et d'autre part, les méthodes associatives.

Tableau 4 : Les méthodes de recueil du contenu d'une représentation selon Abric

| | Méthodes interrogatives | Méthodes associatives |
|-------------------|---|---|
| Objectif : | Recueillir une expression verbale ou figurative concernant l'objet de représentation | Recueillir une expression spontanée (plus authentique) |
| Exemples : | <p>Entretien :</p> <ul style="list-style-type: none"> - « <i>recueil d'informations dans une situation face à face</i> » (J. Guibert et G. Jumel, 1997, p.101) - données qualitatives - formes possibles : entretien directif ou entretien semi-directif | <p>Association libre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - méthode de recueil des éléments constitutifs de la représentation (cf. Abric, 1994, p.66) - le sujet est poussé à produire un champ sémantique autour de l'objet de représentation (mot ou série de mots inducteurs) |
| | <p>Questionnaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> - outil d'enquête réalisée auprès d'un échantillon de population donné (cf. Guibert & Jumel, 1997, p.105) - données quantitatives (statistiques) - contenu : questions ouvertes et/ou questions fermées | <p>Carte associative :</p> <ul style="list-style-type: none"> - version améliorée (ou méthode complémentaire) de la technique d'association libre - élaboration d'une <i>Mind Map</i> ou « carte mentale » (cf. Abric, 1994, p.69) |
| | <p>Planches inductrices :</p> <ul style="list-style-type: none"> - méthode de recueil des RS appliquée spécifiquement sur des populations ayant des difficultés à s'approprier les modes d'interrogation classiques (cf. Abric, 1994, p.63) - présentation d'une série de dessins (relatifs au thème de recherche) en vue de faire exprimer librement le sujet | |
| | <p>Dessins et supports graphiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> - technique utilisée pour exploiter la dimension non verbale (« idées spatiales » ; cf. Abric, 1994, p.64) - les sujets sont invités à produire un dessin (ou une série de dessin) pour illustrer leur perception de l'objet de représentation | |

| | Méthodes interrogatives | Méthodes associatives |
|-------------------|--|------------------------------|
| Exemples : | <p>Dessins et supports graphiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> - technique utilisée pour exploiter la dimension non verbale (« idées spatiales » ; cf. Abric, 1994, p.64) - les sujets sont invités à produire un dessin (ou une série de dessin) pour illustrer leur perception de l'objet de représentation | |
| | <p>Approche monographique :</p> <ul style="list-style-type: none"> - « <i>ensemble d'investigations portant sur un phénomène concret et donnant lieu à une description aussi complète que possible</i> » (J. Guibert et G. Jumel, 1997, p.52) - démarches anthropologiques : observations participantes (approche ethnographique), enquêtes sociologiques, analyses historiques, entretiens en profondeur (approche psychosociologique) | |

Source : Auteur, janvier 2018

Le tableau ci-dessus présente les méthodes proposées par Abric pour repérer le contenu et la signification d'une représentation. En comparant les deux types de méthodes, nous pouvons dire qu'aussi bien l'un que l'autre sont indispensables pour le recueil des représentations. En effet, ces techniques sont complémentaires, car elles facilitent la tâche du chercheur face à la diversité des sujets : chaque méthode correspond à un objectif spécifique, c'est-à-dire appliquée selon l'interlocuteur et le type d'informations que l'on veut obtenir. Abric présente donc un large choix quant aux méthodes qu'il faut appliquer selon la situation et l'objectif posé par le chercheur. Cependant, l'étude des représentations sociales ne peuvent s'arrêter à ce stade. Une fois les données et informations recueillies, il est obligatoire de les analyser pour les comprendre et mieux les interpréter. Pour ce faire, Abric propose les techniques suivantes.

b) Les méthodes de repérage de l'organisation et de la structure d'une représentation

Connaitre l'organisation des éléments constitutifs de la représentation est une étape fondamentale pour pouvoir en repérer le noyau central. Les méthodes décrites par Abric à ce sujet portent d'une part sur le repérage des liens entre les éléments de la représentation, et

d'autre part, sur la hiérarchisation de ces items. Le tableau ci-après présente les différentes techniques proposées par Abric :

Tableau 5 : Les méthodes de repérage de la structure interne d'une représentation

| | Repérage des liens entre les éléments de la représentation | Hiérarchisation des items |
|-------------------|--|--|
| Objectif : | Réduire la part d'interprétation ou d'élaboration de la signification du chercheur en faisant en sorte que le sujet effectue lui-même un travail cognitif d'analyse, de comparaison et de hiérarchisation | |
| Exemples : | <p>Constitution de couples de mots : demander au sujet, à partir d'un corpus qu'il a lui-même réalisé (exemple : carte associative), de former un ensemble de couples de mots qui selon lui « vont ensemble » (cf. Abric, 1994, p.71)</p> <p>Comparaison pairée : proposer au sujet toutes les paires possibles d'un corpus de termes pour qu'il puisse les situer sur une échelle de similitude (de « très semblable », à « très dissemblable » ; cf. Abric, 1994, p.72)</p> <p>Constitution d'ensemble de mots : demander au sujet de regrouper « en paquets » les éléments qui lui semblent aller ensemble, puis l'interroger sur les raisons de ses regroupements (cf. Abric, 1994, p.72)</p> | <p>Tris hiérarchisés successifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> -recueillir un ensemble d'associations à propos de l'objet de représentation et lister les items les plus fréquemment produits - proposer la liste au sujet et lui demander de retenir la moitié la plus caractéristique de l'objet étudié parmi tous les items proposés -lui faire répéter le processus avec la nouvelle liste (et ainsi de suite) jusqu'à obtenir des tris hiérarchisés successivement selon leur ordre d'importance (cf. Abric, 1994, p.74) <p>Choix successifs par bloc : similaire à la technique des tris successifs hiérarchisés, cette méthode permet en plus de calculer les indices importants pour l'étude des RS</p> |

Source : Auteur, janvier 2018

Nous pouvons remarquer à partir du tableau précédent que les deux méthodes proposées par Abric se reposent sur un même objectif : centrer l'action sur le sujet. Le laisser interpréter lui-même le contenu permet au chercheur d'avoir une meilleure compréhension de la signification de la représentation.

Par ailleurs, nous pouvons aussi dire que l'application de ces différentes techniques de repérage de la structure interne de la représentation optimise l'identification du noyau central. Mais encore, l'hypothèse de cette centralité doit être rigoureusement vérifiée dans le but de pouvoir valider les résultats obtenus.

c) Les méthodes de contrôle de la centralité

À titre de rappel, le noyau central constitue l'élément fondamental d'une représentation. Déterminer les éléments centraux est donc une tâche délicate, puisque cela va conditionner toute la véracité des résultats obtenus par rapport à la réalité qui concerne l'objet de représentation. Conscient de cet enjeu, Abric met en évidence le besoin d'établir une méthodologie permettant de contrôler le noyau central de la représentation. Ainsi, il propose les techniques suivantes :

- Technique de mise en cause du noyau central : il s'agit de dresser une liste des éléments supposés pouvoir constituer le noyau central d'une représentation. Mettre successivement ces éléments en cause permet de distinguer les éléments du noyau central qui ont la particularité de résister fortement au changement.
- Méthode d'Induction par Scénario Ambigu (ISA) : on propose au sujet une description ambiguë de l'objet de représentation étudié, ce qui donne lieu à deux types de description différents. L'analyse et la comparaison de ces deux descriptions permettra d'identifier les éléments centraux de la représentation.
- Méthode des Schèmes Cognitifs de Base (SCB) : cette technique permet de cerner les types de relation que les mots (issus d'une association libre) entretiennent entre eux en se servant d'une liste d'opérateurs de relations définie et formalisable.

d) Approche pluri-méthodologique

Pour conclure ses propos sur la méthodologie d'étude des représentations sociales, Abric pose la nécessité d'une approche pluri-méthodologique. Cette logique tend à s'expliquer dans

la complexité qu'engendre la notion de représentation elle-même. Dès lors, notre théoricien souligne que l'utilisation d'une technique n'est pas suffisante pour recueillir conjointement les trois éléments d'une représentation : son contenu, sa structure interne, son noyau central.

L'approche pluri-méthodologique présentée par Abric combine donc les quatre étapes essentielles de l'étude des représentations sociales :

- 1- Le recueil du contenu de la représentation
- 2- La recherche de la structure du noyau central
- 3- La vérification de la centralité
- 4- L'analyse de l'argumentation (travail de construction de sens)

La théorie des représentations sociales développée par Abric met donc l'accent sur l'importance de la connaissance du contenu et de son organisation. Ces éléments ne peuvent toutefois être repérés sans prendre en compte les **pratiques sociales**. Autrement dit, les représentations et les pratiques sociales ne peuvent être dissociées, car elles forment un tout, un système. C'est la raison pour laquelle l'analyse des relations entre pratiques et représentations sociales est essentielle dans toute étude s'intéressant à l'interaction de l'homme avec son environnement physique et social. Nous allons justement aborder ce point dans la mise en relation de la théorie des représentations sociales avec notre objet de recherche en Science du Tourisme.

1.2.1.4. Mise en relation de la théorie avec l'objet de recherche

Les représentations sociales sont bien plus que des entités stables. En tant que processus actifs de la réalité, elles traduisent la connaissance que nous avons du monde. Par ailleurs, il faut noter que les représentations sociales se situent toujours entre l'individuel et le social (collectif) et s'intègrent dans une pensée sociale. Cette pensée sociale est l'outil qui permet de générer un sens commun entre les différentes représentations que les individus se font d'un objet donné.

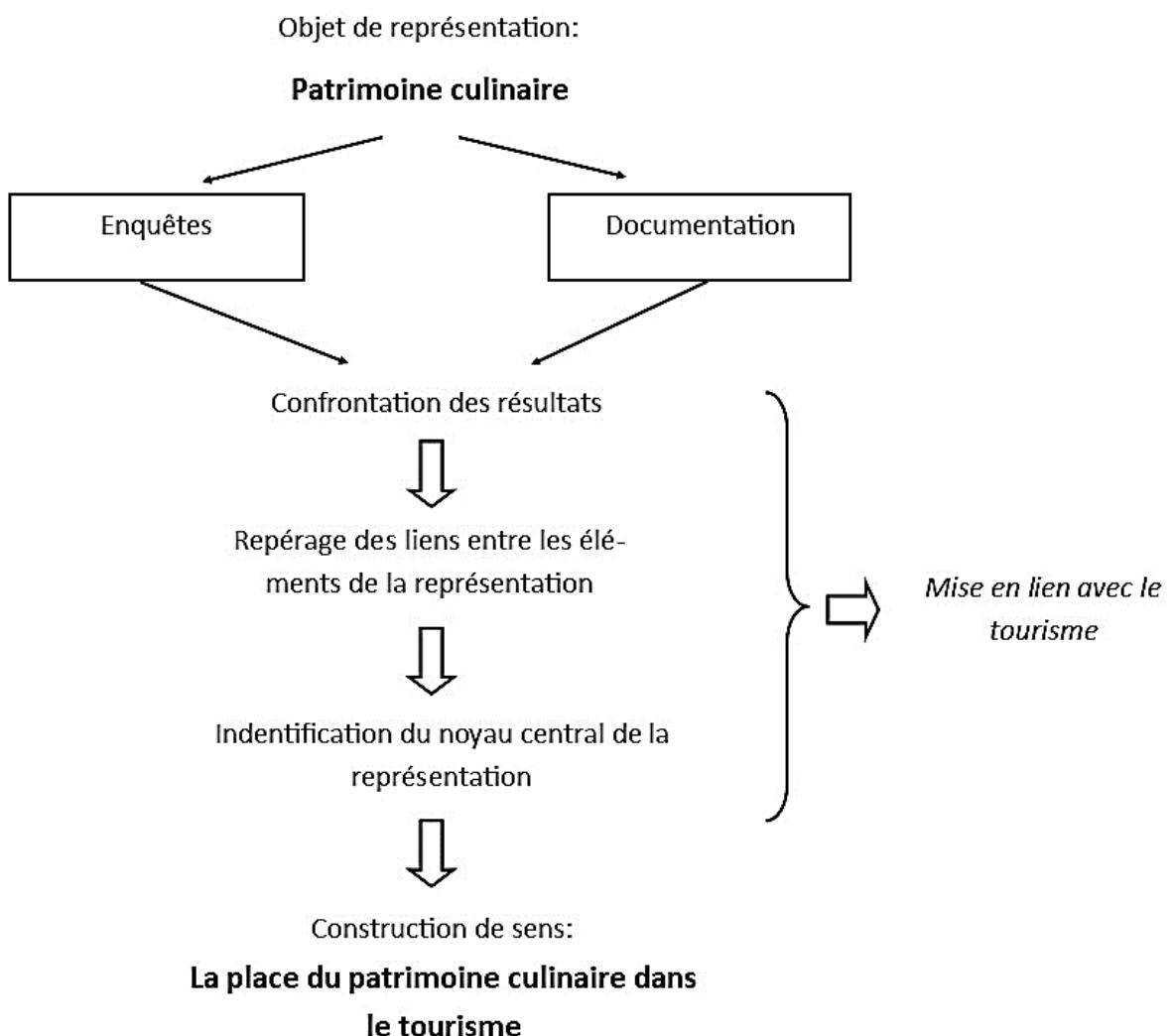
L'approche sociocognitive adoptée par Abric est donc l'approche idéale pour cerner ce processus de la pensée de sens commun. C'est la raison pour laquelle nous avons choisi de l'adapter à notre étude concernant l'apport du patrimoine culinaire dans le développement du tourisme durable. La théorie des représentations sociales nous servira, entre autres, à repérer les perceptions liées au patrimoine culinaire en tant qu'objet d'attraction touristique à part entière.

Ainsi, notre objectif à travers l'utilisation de la théorie des représentations sociales est de mesurer la place accordée aux activités culinaires et/ou gourmandes dans les activités touristiques effectuées dans la région Analamanga.

Cet objectif cadre parfaitement avec l'étude des représentations sociales, car il suscite non seulement la prise en compte de l'organisation structurelle de la représentation, mais également des positions sociales des individus et leurs prises de position. Plus concrètement, les individus sont poussés à prendre position à l'égard du « patrimoine culinaire » en fonction de leurs représentations.

En résumé, la théorie de la représentation sociale sert à établir une construction de sens et de signification autour des faits observés dans la réalité. L'objectif de la représentation sociale est de voir en quoi la production intellectuelle des groupes sociaux, joue un rôle dans la pratique sociale – qui, dans notre cas, est le tourisme culinaire durable.

Schéma 3 : Mise en pratique de la théorie des représentations sociales d'Abric



Source : Auteur, janvier 2018

Le schéma précédent montre la démarche que nous allons suivre pour la collecte de représentations autour de la valeur du patrimoine culinaire dans le tourisme. Ainsi, notre objet de représentation est le patrimoine culinaire. Connaitre les représentations autour de ce concept nous aidera à mesurer sa place dans les activités touristiques, voire en tant que destination touristique. Ainsi, le patrimoine culinaire pourrait justifier à lui seul le voyage au sein de la destination touristique.

1.2.2. Description de la problématique et formulation des hypothèses

Comme toute recherche scientifique, cette étude repose sur une grande question. Notre problématique se rapporte principalement à nos résultats d'observation sur terrain. Par rapport aux différents problèmes identifiés, nous émettons une panoplie de questions sur la cause de ces difficultés constatées. Ainsi, nous avons synthétisé ce questionnement en une problématique intégrant les concepts clés de cette étude : le tourisme durable, la mise en tourisme et le patrimoine culinaire. Suite à l'identification et la description de cette problématique, nous présenterons les hypothèses avancées en guise de réponses préalables à la question posée.

1.2.2.1. Problématique

Dans quelles mesures la mise en tourisme du patrimoine culinaire contribuera-t-elle au développement du tourisme durable à Analamanga ? Telle est la question principale à laquelle nous essayerons de répondre tout au long de cette étude. Par conséquent, notre principal souci est de connaître la relation entre tourisme durable et patrimoine culinaire. Autrement dit, dans quelles mesures le tourisme culinaire est-il dit durable ? Le tourisme culinaire répond-il réellement aux principes du tourisme durable ? Si cela est le cas, comment se caractérise cette dimension durable du tourisme culinaire ? Est-il envisageable de développer cette pratique au sein de la destination Analamanga ?

Dès lors, il nous faut également poser des questions sur les réelles potentialités de la région Analamanga en tant que destination touristique culinaire. La région dispose-t-elle vraiment des atouts nécessaires pour satisfaire les touristes gourmands ? Si oui, comment exploiter ces atouts de façon à rendre la pratique du tourisme culinaire durable ?

Toute cette série de questions vise à démontrer ce que peut apporter réellement la mise en tourisme du patrimoine culinaire au développement du tourisme durable à Analamanga. Ainsi, nous avons décidé d'avancer deux hypothèses.

1.2.2.2. Hypothèse 1

Notre première hypothèse consiste à prouver que **le patrimoine culinaire fonde l'image et l'attractivité d'une destination touristique**. Cette idée se réfère à l'aspect socioculturel du tourisme durable, car une pratique touristique se doit de respecter l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil, conserver leur patrimoine culturel bâti et vivant ainsi que leurs valeurs traditionnelles, et favoriser l'interculturalité. En ce sens, le tourisme culinaire contribue donc, à la conservation du patrimoine culinaire et favorise le tourisme durable.

Par ailleurs, en se basant sur le fait que le tourisme est une consommation de patrimoine, nous pouvons dire que le patrimoine culinaire constitue un moyen d'attirer les touristes ; et même si la nourriture ne justifie pas toujours à elle seule le déplacement, elle constitue toutefois un objet d'expérience touristique important. En effet, goûter la cuisine d'autrui signifie aussi le découvrir ou le connaître d'une autre façon.

L'objectif à travers cette première hypothèse est donc de valoriser le patrimoine culinaire d'Analamanga afin de promouvoir un tourisme culinaire durable. À cet effet, il s'agit également de donner une image de référence à la région Analamanga en tant que destination touristique culinaire.

1.2.2.3. Hypothèse 2

Notre seconde hypothèse est que **l'alimentation et la valorisation des produits alimentaires locaux participent à la promotion du tourisme durable**. Encore une fois, cela nous montre que l'alimentation est indispensable quelles que soient les motifs du voyage. Inconsciemment, chaque touriste pratique du tourisme culinaire dans la mesure où il consomme un plat ou un produit alimentaire de sa destination. Certains touristes attirés avant tout par l'environnement et le paysage se laissent séduire par l'aventure culinaire ou gastronomique lorsque celle-ci s'intègre à leur centre d'intérêt premier.

Outre cela, ces environ quinze dernières années ont prouvé que les touristes sont de plus en plus en quête d'expériences gourmandes. L'OCTA¹⁶ entend par tourisme culinaire, « toute expérience touristique dans laquelle on peut apprendre, apprécier et/ou consommer (boire et/ou

¹⁶ Ontario Culinary Tourism Association

manger) des produits reflétant la cuisine, le patrimoine, la culture les traditions ou techniques culinaires de la localité, de la région ou du pays. »¹⁷

Dès lors, notre objectif à travers cette seconde hypothèse est de promouvoir la consommation de la cuisine et des produits locaux, non seulement pour mettre en valeur les terroirs de la région, mais aussi pour contribuer au bien-être économique de la population d'accueil (agriculteurs, producteurs agroalimentaires, artisans culinaires...). Tout ceci permettra d'illustrer l'aspect socioéconomique du tourisme durable par la voie culinaire.

1.3. MÉTHODOLOGIE DE COLLECTE DE DONNÉES ET D'INFORMATIONS

Pour collecter les données et informations, nous avons eu recours à trois techniques. En premier lieu, nous avons effectué une documentation selon la méthode BMW (bibliographie, médiographie, webographie). Cette technique comprend, entre autres, la consultation d'ouvrages et de différents documents. En deuxième lieu, les enquêtes nous ont été utiles pour connaître la réalité sur les faits que nous étudions. Ces deux techniques ont été complétées par des observations pour mieux cerner le sujet de recherche.

1.3.1. Observations

D'après Joël Guibert et Guy Jumel (1997, p.93), « *l'observation consiste en un contact direct, sans intermédiaire, avec une réalité sociale* ». Cette méthode nous a servi à connaître les réalités autour du tourisme culinaire en Imerina. Grâce à la fréquentation du terrain, nous avons pu relever les problèmes principaux et les limites de la recherche. Ainsi nous avons eu recours à deux types d'observation : l'observation directe et l'observation participante.

Les observations directes ont été effectuées dans quelques marchés populaires et établissements de restauration de la région.

Nous avons notamment appliqué la technique de l'observation participante à travers l'évènement Haify Mampihavana 2016. La participation à cet évènement relativement

¹⁷ Traduction personnelle de l'anglais : “Culinary tourism includes any tourism experience in which one learns about, appreciates, and/or consumes food and drink that reflects the local, regional, or national cuisine, heritage, culture, tradition or culinary techniques.”

spécifique au tourisme culinaire nous a permis d'étudier de près le comportement des touristes et des visiteurs à l'égard du patrimoine culinaire malagasy.

1.3.2. Recherche documentaire (BMW)

La documentation est essentielle pour tous travaux de recherche. Pour notre part, nous avons exploité la méthode de recherche BMW. Ces différentes sources d'information nous ont permis d'élargir nos données et d'obtenir diverses représentations concernant le tourisme culinaire. Elles nous ont également aidé dans le choix et la compréhension des théories nécessaires à cette étude.

Ainsi, comme outils bibliographiques, nous avons consulté différents types d'ouvrage (scientifique, technique, méthodologique, littéraire...) ainsi que différents articles trouvés en ligne ou dans des ouvrages. Nous avons également lu quelques mémoires dont le sujet se rapproche ou est en rapport avec le nôtre. Certains textes de lois et Conventions nous ont aussi été nécessaires pour cerner le tourisme d'un point de vue législatif et/ou éthique.

Dans la rubrique médiagraphie, nous nous sommes informée à l'aide d'articles de magazine, de journaux et de guides. Nous avons également pu visionner quelques reportages et films documentaires portant sur le voyage culinaire et la cuisine malagasy.

La webographie concerne la consultation de différents sites web sur lesquels nous avons obtenu des données sur les théories choisies et le tourisme culinaire, tant à l'échelle nationale qu'internationale. La recherche sur le web nous a été fondamentale puisqu'elle nous a permis d'effectuer une veille informationnelle sur le tourisme culinaire et le tourisme en général.

1.3.3. Entretiens

Les entretiens ont notamment servi d'application à la théorie des représentations sociales. Elles constituent également un moyen indispensable à la vérification des hypothèses. Les entrevues sont aussi un moyen de se rapprocher des acteurs concernés par l'étude. De ce fait, nous avons tenu un tête-à-tête avec différentes personnes ressources, selon leur domaine de compétence. Notons que nos entretiens se déroulés de manière semi-directive¹⁸ afin de rester dans le cadre du sujet tout en donnant libre cours à l'interlocuteur.

¹⁸ L'entretien semi-directif est une technique de recueil d'informations qualitatives basée sur la réalisation d'entretiens individuels ou collectifs durant lesquels l'animateur dicte uniquement les thèmes devant être abordés sans pour autant pratiquer un questionnement précis.

Nous avons également approché quelques touristes afin de mieux appréhender leurs perceptions de l'offre gourmande malagasy. Par ailleurs, cela nous a permis de discerner leurs pratiques et leurs horizons d'attente en matière de découvertes ou d'expériences gourmandes. Ainsi, nous avons pu connaître les représentations et les pratiques des touristes gourmands en rapport avec le patrimoine culinaire d'Analamanga.

Pour conclure cette première partie, nous avons vu à quel point la région Analamanga suscite la curiosité touristique. Les offres d'activités sont suffisamment variées pour satisfaire tout type de touristes. Les faits nous ont montré que la culture constitue le plus grand potentiel touristique de la région. Ce patrimoine culturel intègre le culinaire qui joue un rôle important dans la construction de l'image de la destination touristique Analamanga. Ainsi, le tourisme culinaire s'associe très bien avec le tourisme culturel puisque la cuisine et ses produits alimentaires sont reliés à l'histoire d'un pays, à ses particularités régionales, aux goûts caractéristiques de chaque région et au savoir-faire de ses artisans. D'une certaine manière, le tourisme culinaire est donc l'expression de nos racines culinaires. Cependant, plusieurs questions se posent par rapport à la réalité de cette pratique au sein de la région Analamanga. De plus, notre objectif principal est de déceler le lien entre tourisme durable et tourisme culinaire. C'est la raison pour laquelle il nous a fallu adopter différentes méthodes de collecte de données et d'informations. Nous verrons dans la partie qui suit comment nous avons appliqué ces méthodes afin de vérifier les hypothèses émises. Nous y expliciterons également l'utilité de la théorie des représentations sociales de Jean-Claude Abric.

PARTIE 2 : PARTIE ANALYTIQUE

2. PARTIE ANALYTIQUE

En première partie, nous avons déjà pu apercevoir les aspects du tourisme à Analamanga. Cependant, il nous faut analyser la réalité du secteur afin de connaitre toutes les possibilités de développement de notre projet. Par conséquent, nous aborderons notamment dans cette deuxième partie le profil FFOM de la région Analamanga en tant que destination touristique culinaire. Pour ce faire, nous nous baserons sur les données d'enquêtes, d'observation et de documentation que nous avons recueillies. Ces données nous permettront, entre autres, d'identifier et exposer les différents problèmes liés au sujet. Par la suite, nous pourrons procéder à la présentation d'un catalogue de solutions et de perspectives qui pourraient améliorer la situation du tourisme culinaire durable dans la région Analamanga.

2.1. ANALYSE DU SECTEUR TOURISME À ANALAMANGA

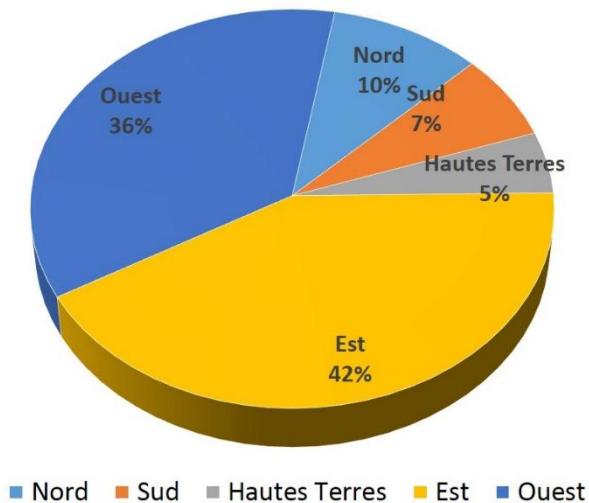
Cette première section nous servira à décerner les réalités du tourisme dans la région Analamanga. Grâce aux enquêtes que nous avons menées, nous savons que la région présente encore un faible taux de fréquentation touristique malgré la hausse des chiffres relevée depuis l'année 2014. Ainsi, nous allons également étudier les raisons qui freinent l'épanouissement du secteur tourisme dans la région. Par la suite, nous verrons comment intégrer le tourisme culinaire comme moyen de développement du tourisme durable à Analamanga.

2.1.1. Présentation des statistiques touristiques de la région

À l'heure actuelle, Analamanga a largement dépassé son statut de lieu de transit pour les touristes. 2014 est l'année de référence pour prouver que la région est bien plus qu'un lieu de passage. Selon les statistiques de l'ORTANA¹⁹, le nombre de visiteurs a beaucoup augmenté par rapport à l'année précédente. Cette hausse du tourisme concerne notamment Antananarivo. Si en 2013, la capitale n'a accueilli que 6 933 visiteurs, ce nombre a quasiment doublé en 2014 avec pas moins de 11 612 touristes ayant passé un séjour dans la Ville des Mille. Cependant, malgré la hausse croissante des visiteurs de la région depuis 2014, Analamanga présente encore un faible intérêt pour les touristes par rapport aux autres destinations touristiques de la Grande Île.

¹⁹ Office Régional du Tourisme d'Analamanga

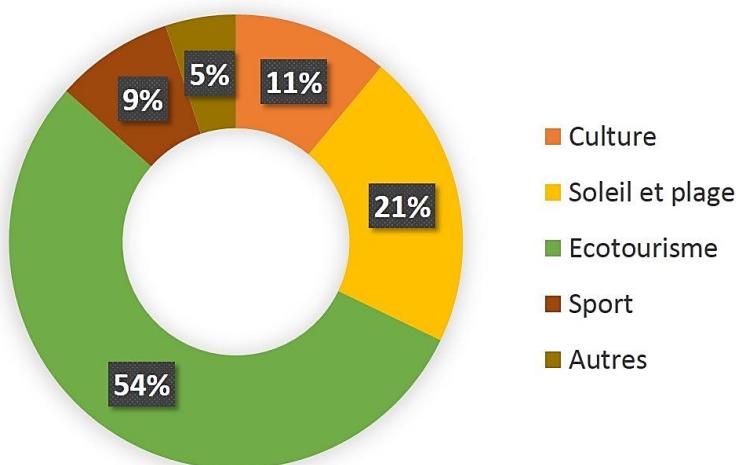
Graphique 1 : Taux de fréquentation des destinations touristiques à Madagascar



Source : Résultat d'enquêtes, 2017

Le graphique ci-dessus nous montre que les Hautes Terres ne présentent que 5% des fréquentations touristiques à Madagascar. Si Madagascar a accueilli près de 220 000 touristes en 2017, les Hautes Terres auraient donc reçu les 11 000 d'entre eux. Ainsi, il est difficile d'affirmer qu'Analamanga intéresse tous les touristes qui viennent à Madagascar. De plus, toujours d'après les enquêtes que nous avons effectuées, la Grande Île est avant tout prisée pour sa nature et ses plages.

Graphique 2 : Les principaux motifs de tourisme à Madagascar



Source : Résultat d'enquêtes, 2017

Ainsi, la culture, combinée avec d'autres motifs, ne constituent en total que 24,8% des motivations de voyage des touristes à Madagascar. Il nous importe alors de savoir comment exploiter cette culture et ces autres motifs de façon à augmenter le taux de fréquentation des Hautes Terres, et plus précisément, de la destination Analamanga. Pour ce faire, il faut identifier et analyser les principaux freins au développement (durable) du tourisme dans la région.

2.1.2. Les problèmes du tourisme à Analamanga

Les problèmes du tourisme à Analamanga peuvent être abordés sous différents angles. Selon nos enquêtes, les principaux freins au développement du secteur sont d'ordre socio-économique. En effet, la Grande Île étant encore en phase d'instabilité, aucune région n'est épargnée par la crise. Ainsi, il est encore difficile de développer le tourisme de manière progressive à Madagascar.

Pour revenir aux problèmes du tourisme à Analamanga, nous pouvons citer deux problèmes majeurs : l'insécurité et l'insuffisance de l'offre par rapport à la demande.

2.1.2.1. L'insécurité

Le problème d'insécurité est un frein commun au développement du tourisme dans toute l'Île. Il s'agit d'un sérieux problème, car les touristes ont besoin d'être rassuré pour pouvoir acheter et apprécier leur voyage. Autrement, l'idée de venir à Madagascar ne leur traverserait même pas l'esprit. À Analamanga, l'insécurité est un problème critique non seulement pour les touristes, mais aussi pour la population locale. Ainsi, touristes et voyagistes prennent autant de précautions qu'il faut. Du côté des opérateurs de voyage, la communication joue un rôle primordial. Il est de leur devoir d'informer les touristes au préalable des réalités qui les attendent. Ainsi, les sorties nocturnes, la prise de transports communs (bus, taxi-brousses...), se balader avec des objets de valeur sont vivement déconseillés ou du moins, les clients sont priés de faire attention. Pour les touristes, l'insécurité va directement à l'encontre de la découverte. En effet, par peur ou précaution, ils doivent limiter leurs visites ainsi que leur séjour au sein de la destination.

2.1.2.2. L'insuffisance de l'offre par rapport à la demande

L'insuffisance de l'offre par rapport à la demande est un problème technique. En général, les tours opérateurs réceptifs à Madagascar focalisent leurs offres sur deux axes : le grand Sud (d'Antananarivo à Toliara) et le Nord (vers Nosy-Be). Les touristes sont effectivement en quête de nature et de plage. Toutefois, il est possible d'inclure dans leur voyage un séjour au sein

d'Analamanga. De plus, il est inconcevable de découvrir Madagascar sans passer dans sa capitale. Dès lors, comment convaincre les touristes de séjourner plus longtemps à Analamanga ? Il est clair qu'il faut donc diversifier les offres d'activités. La région Analamanga ne se résume effectivement pas aux 12 collines et à la Ville des Mille. Elle peut être découverte de différentes manières, et c'est la raison pour laquelle nous avons choisi d'exploiter le patrimoine culinaire comme objet d'attrait touristique.

2.2. LA RÉGION ANALAMANGA EN TANT QUE DESTINATION TOURISTIQUE CULINAIRE

Nous allons commencer cette section en exposant les éléments du patrimoine culinaire de la région. Par la suite, nous pourrons étudier le profil de la région en tant que destination culinaire grâce à une matrice FFOM qui relatera, entre autres, ses forces, faiblesses, opportunités et menaces. À partir de ces données, nous pourrons identifier les problèmes liés au tourisme culinaire à Analamanga et avancer des solutions.

2.2.1. Le patrimoine culinaire d'Analamanga

Le patrimoine culinaire d'Analamanga comprend les spécialités locales, les produits du terroir, les produits artisanaux ainsi que la culture culinaire de la région dans son ensemble.

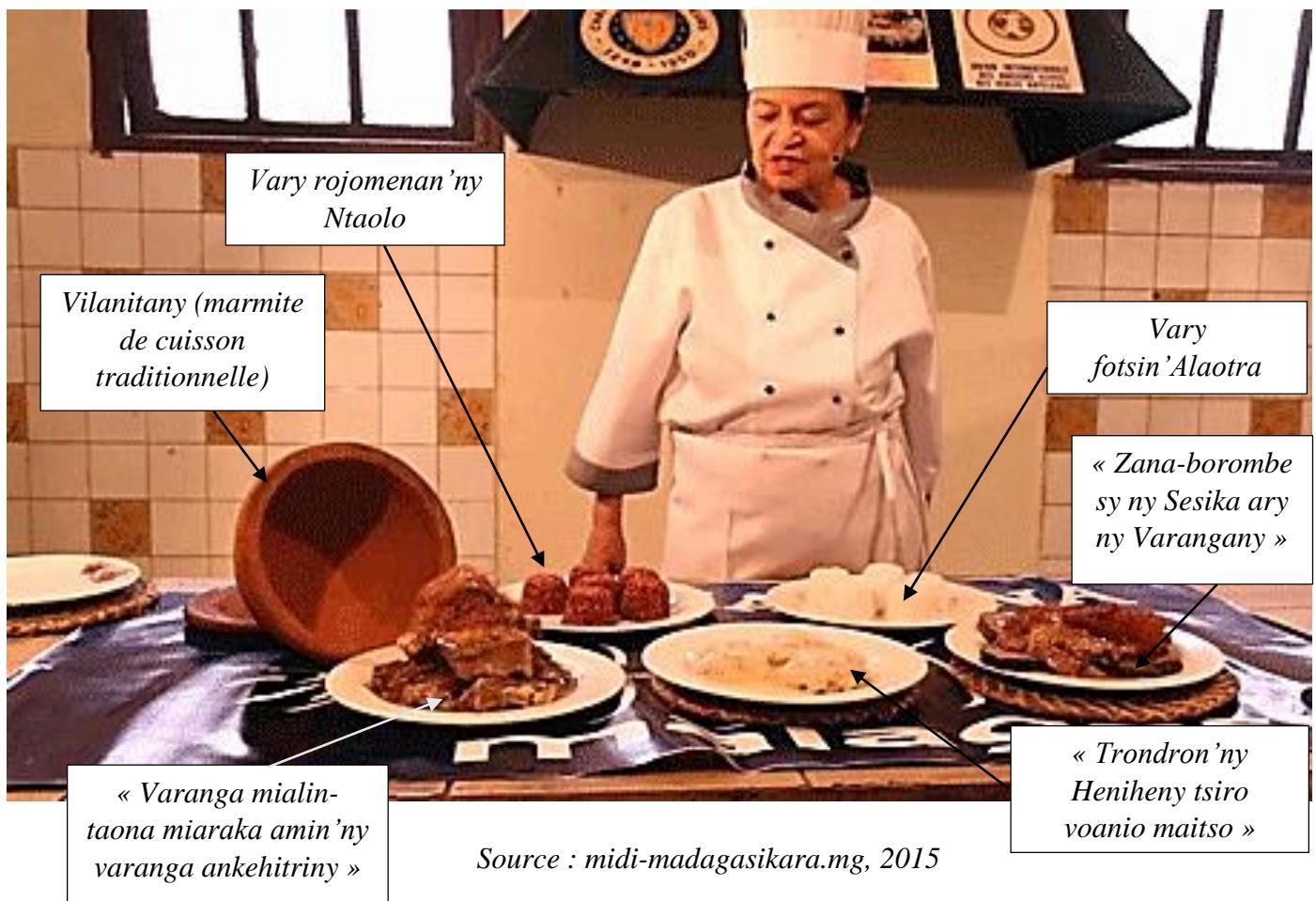
2.2.1.1. Spécialités culinaires locales

Les restaurants étoilés ne sont pas très nombreux dans la région Analamanga, voire dans tout Madagascar. La cuisine typique du pays se déguste notamment dans les *hotely gasy* (gargotes typiques). Toutefois, on peut trouver de bonnes adresses dans la capitale. À titre d'exemples, on peut citer la table d'hôtes « Chez Mariette » ou encore le restaurant « Tatao » (Radama Hotel).

« Chez Mariette », la réservation d'une table s'effectue bien à l'avance. Cette adresse discrète, située dans la rue Ludger Andrianjaka à Faravohitra, propose dans son menu la gastronomie purement malagasy. Le chef présente son savoir-faire à travers la réalisation de divers plats traditionnels tels que le *Varanga mialin-taona*, le *Romazava*²⁰ ou encore le *Sesika vorombe* (pâté de foie d'oie). Une des spécialités du cordon bleu Mariette Andrianjaka est aussi la cuisine de la carpe royale de Tsiaziompaniry.

²⁰ Le *Romazava* est un bouillon de viande de zébu et de brèdes variées. Il est à noter que la présence de l'*anamalaho* (brèdes chaudes) est indispensable dans le *Romazava*.

Photo 1 : Mariette Andrianjaka et ses quelques spécialités culinaires



Mariette Andrianjaka est le premier Chef cordon bleu de Madagascar. Cette femme exceptionnelle a su mettre en valeur la gastronomie malagasy sur la scène internationale. Suite à ses investigations personnelles sur la culture culinaire malagasy, elle a décidé de déployer personnellement ses talents dans les spécialités traditionnelles ainsi que la cuisine du terroir. Le terme *Haify* (« art culinaire ») est également dû à Mariette Andrianjaka. Jusqu'à aujourd'hui, le Chef a réussi à répertorier 200 plats typiquement malagasy. Les recettes de ces mets traditionnels sont précieusement conservées et partagées dans un livre qu'elle a intitulé *Ny Hay fy malagasy* (« L'art culinaire malagasy »), un ouvrage reconnu comme patrimoine mondial par l'UNESCO en 2006.

Photos 2 : Exemples de plats typiquement malgaches



Vary rojomenan'ny Ntaolo (litt. « collier rouge des Anciens »)

Il s'agit d'une variété de riz rouge typique de Madagascar.

Ce riz sauvage est une espèce rare sur l'Île. De nos jours, sa culture est de moins en moins pratiquée, car elle nécessite une préparation minutieuse : les paddys doivent être écorcées à la main et non pilées.



Varanga mialin-taona (zébu conservé pendant une année)

Ce plat de zébu est une recette traditionnelle merina qui date de la première époque du *Fandroana* (fête nationale du temps des rois). À l'origine, il s'agissait d'un plat de viande de zébu préparé une année avant le jour de festivité. Les *Madiotanana* (courtisans spécialisés) furent en charge de la préparation de la viande.

La recette originale est restée méconnue jusqu'à nos jours. Ainsi, le *Varanga* est aujourd'hui mijoté juste pendant de longues heures.

Varanga ankehitriny : Il s'agit de la recette révisée du *Varanga mialin-taona*, c'est-à-dire une version simplifiée de la préparation



Zana-borombe sy ny sesika ary ny varangany (« Oison à l'ancienne »)

Il s'agit d'une assiette de pâté de foie d'oie cuit en papillote avec une feuille de banane.

Sur cette image, le *Sesika* est servi avec un blanc d'oie confit couvert de Varanga finement effiloché.



Vary fotsin'Alaotra (riz blanc d'Alaotra)

Cette variété de riz pousse dans les plaines de l'Alaotra, à l'est de Madagascar. Elle fait intégralement partie du quotidien malagasy puisqu'elle est servie aussi bien dans les foyers que dans les *hotely*.

Le riz blanc d'Alaotra est généralement cuit à la vapeur. Les Malagasy appellent cette cuisson *ampangoro* ou *vary maina* (riz sec).



Trondon'ny Heniheny tsiro voanio maitso (Carpe royale au coco)

Cette recette est une spécialité originale de Mariette Andrianjaka.

La grosse carpe que montre l'image est une espèce typique du lac de Tsiazompaniry. Cette variété de carpe royale peut peser jusqu'à 6 kg. Elle se distingue également par sa couleur légèrement rouge et dorée ainsi que ses grosses écailles.

La recette personnelle du Cordon Bleu est caractérisée par l'utilisation du *voanio maitso* (jeune noix de coco) qui apporte une douceur et une saveur exotique au poisson.

Source : Mariette Andrianjaka, 2014

Le restaurant Tatao localisé au Radama Hotel²¹ Antaninarenina (Antananarivo) est réputé pour les spécialités malagasy. Créé en 1992, l'établissement s'est inspiré des repas des festivités du *Fandroana* pour donner une particularité à son nom. Le restaurant propose d'ailleurs le *Tatao* ou *Hanim-pitoloha* (buffet à la malagasy) dans sa carte de menus.

Photo 3 : Le Tatao



Source: over-blog-kiwi.com, 2015

Ces petits délices servis en cocotte sont les sept plats qui composent le *Tatao* ou *Hanimpitoloha* (*fito* = « sept »). L'ensemble du buffet gastronomique est constitué de *Varanga sy tsiasisa* (zébu aux lentilles), *gana ritra sy sakamalaho* (« canard au gingembre »), *hena kisoa sy amalona* (porc et anguille), *Romazava*²², *ravintoto sy hena kisoa* (feuilles de manioc pilées à la viande de porc), *akoho voanio* (poulet au coco) et de *tilapia nahandro gasy* (tilapia à la malagasy). Le tout se déguste bien évidemment avec une généreuse assiette de riz.

Pour savourer la cuisine du quotidien malagasy, la visite des *hotely gasy* s'impose. On y sert différentes sortes de plats et de mets typiques tels du *hena kisoa sy anana* (viande de porc accompagnée de brèdes), du *voanjobory sy hena kisoa* (pois de Bambara à la viande de zébu), du *ron'ovy sy patsamena* (bouillon de patates aux crevettes rouges), du *trondro saosy* (poisson

²¹ L'établissement tire son appellation du nom du roi Radama I (1810-1828), celui qui a ouvert l'Imerina aux relations étrangères. Radama I a notamment collaboré avec les Anglais et les Français.

²² Le *Romazava* de chez Radama Hotel est composé de différentes variétés de brèdes, de mouton et de poulet.

en sauce), du *akoho rony* (soupe de poulet), etc. Les *Looks*²³ sont également les endroits idéals pour découvrir les recettes typiques du pays. Le riz y est servi en grande quantité avec un mets de viande succulent.

Photos 4 : Exemples de mets typiques d'Analamanga



Hena kisoa sy anana



Voanjobory sy hena kisoa

Source : Clichés de l'auteur, février 2018

Nous notons ici que la population des Hautes Terres Centrales consomme fréquemment de la viande de porc, alors que celle-ci est considérée comme fady (tabou) dans certaines régions de la Grande Île (notamment dans les zones côtières). C'est la raison pour laquelle on remplace la viande par du lait de coco.

Par ailleurs, les Malagasy mangent beaucoup de brèdes pour accompagner le riz. De plus, Madagascar dispose de nombreuses variétés de ces feuilles comestibles. Il est à noter que chaque brède a ses effets et vertus. Le *ravimbomanga* (feuille de patate douce), par exemple, est un remède pour la constipation. L'*anamamy* (variété d'épinard) est idéal pour les gens qui font de l'hypotension tandis que l'*anamadinika* (litt. « petites feuilles ») ou *anatsinahy* (brèdes sauvages) est conseillé pour les personnes hypertendues...

En ce qui concerne les *voanjobory*, ce sont des petits haricots de terre typiques de Madagascar. Ces graines sont également appelées « pois de Bambara ». Elles se préparent généralement en sauce avec du porc ou en soupe avec du zébu.

²³ Le mot *Looks* provient de *lohan-kisoa* qui veut dire « tête de porc ». Ce terme est utilisé pour désigner les types de restaurant spécialisés dans la cuisine de la viande. On y sert notamment les morceaux insolites tels les oreilles de porc, les pieds de porc, les abats, etc.

Dans la rubrique street foods²⁴, l'embarras du choix se présente. Les étalages de mofogasy (pâtisserie locale) font l'image du street food merina. C'est la raison pour laquelle, on en trouve un peu partout en ville comme dans les campagnes. Les stands de mofogasy sont des endroits parfaits pour se faire un petit déjeuner à la malagasy. On peut déguster différentes sortes de beignets tels que les ramanonaka (petit gâteau salé), menakely (donuts à la malagasy), mofobaolina (litt. « gâteaux ronds »), mofoakondro (« beignets de banane »)... On y sert également du café, de l'infusion (citronnelle, feuilles d'olive) ou encore du bon lait frais.

Parmi la catégorie street foods, nous pouvons également citer le vary amin'anana (riz aux brèdes), le *koba* (gâteau typique du pays)²⁵, les *masikita* (« brochettes de viande »), les saucisses gasy (les plus prisées sont celles d'Ambanitsena et de Talatavolonondry), les *mofoanana* (beignets de légumes), *mofosakay* (beignets de piment), nems, sambos, etc. Sur le long des routes nationales, on peut également croiser quelques marchands ambulants qui proposent du manioc et/ou du maïs cuits à la vapeur ou fumés. Les *sorivola* ou *mofokatsaka*²⁶ sont des délices à ne pas manquer, notamment si l'on passe par la RN7. On peut également y déguster de délicieux rôtis d'*akoho gasy* (poulet).

Photos 5 : Quelques éléments du street food d'Analamanga



Le fameux koba



Les mofoanana (beignets de légumes)



Les masikita (brochettes de viande)

Source : Clichés de l'auteur, septembre 2016 (à l'occasion du festival Haify Mampihavana)

²⁴ Nourritures de rue

²⁵ Le *koba* est un gâteau typique à base de riz. On distingue deux sortes de *koba* à Madagascar : le *koba ou kobandravina* (mélange de riz, de sucre et de cacahuètes enveloppé dans une feuille de banane) et le *koba akondro* (pâte sucrée à la banane ou aux cacahuètes présentée en papillote).

²⁶ Koba à base de farine de maïs

La région Analamanga regorge de petites échoppes où l'on peut apprécier ces délices typiques. Dans leur quotidien, nombreux sont les Tananariviens²⁷ qui préfèrent consommer leur petit déjeuner en route, en passant par une échoppe de *mofogasy*. Ces petits gâteaux se marient parfaitement avec un bon café chaud à la malagasy. Le *koba* et la gamme des salés (beignets, grillades...) sont préférés à l'heure du goûter ou en guise d'en-cas.

2.2.1.2. *Les produits des terroirs de la région*

La Grande Île a l'avantage de produire des fruits et légumes de qualité grâce à son climat tropical. Par ailleurs, les terroirs malagasy offrent une grande variété de produits. Ainsi, chaque saison promet une récolte riche en couleurs et en saveurs.

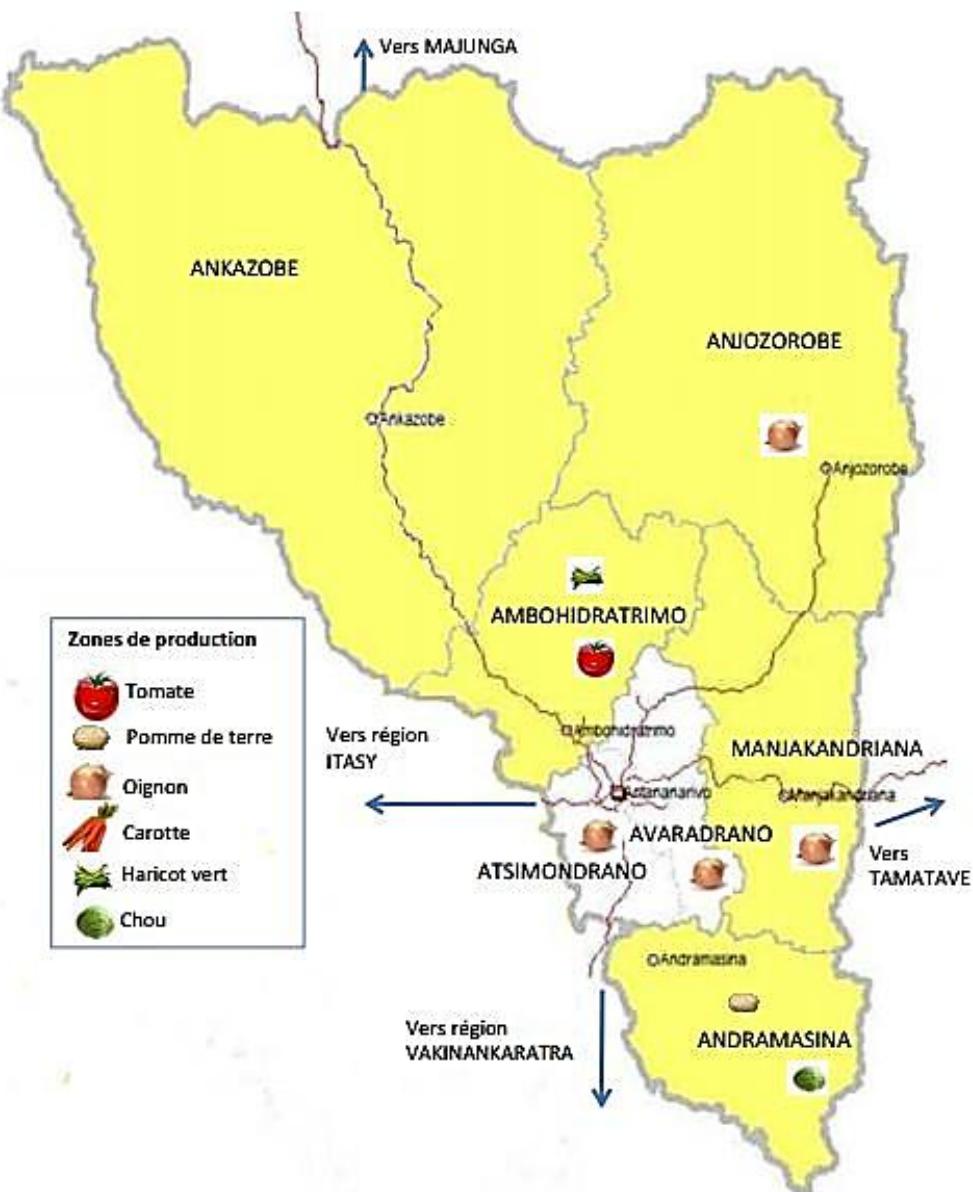
En ce qui concerne particulièrement Analamanga, les cultures vivrières caractérisent la région. Comme nous l'avons expliqué auparavant, les rizières constituent le principal attrait de son paysage.

Dans la gamme des fruits, les Hautes Terres Centrales produisent notamment des kakis, des bibasses (nèfles du Japon), des groseilles du cap (pok-poks / physalis), des agrumes (oranges, mandarines, citrons) et de la grenade (fruit de la passion).

En matière de culture maraîchère, on retrouve surtout la tomate, l'oignon, les pommes de terre, la carotte, les haricots verts et le chou.

²⁷ Se dit des gens qui habitent la capitale Antananarivo

Carte 2 : Les zones de production maraîchères d'Analamanga



Source : Rapport sur l'Étude de la filière légumes sur les Hautes Terres de Madagascar, 2012

Les amateurs de cuisine peuvent se faire plaisir en concoctant leur propre recette grâce aux produits frais et exotiques vendus partout dans les marchés locaux. Les belles couleurs exposées sur les étalages éveilleront certainement l'inspiration des fins cuisiniers.

2.2.1.3. Les produits artisanaux malagasy

Les Hautes Terres Centrales de Madagascar sont très réputées pour la production de produits laitiers. À Analamanga, la commune rurale d'Ambatomanga est la première référence en la matière. On y produit des fromages de toute sorte depuis maintenant une trentaine

d'années. Ainsi, cet atelier de transformation laitière propose des fromages de type fromage blanc ou encore à croûte lavée. On peut également rencontrer un peu partout dans les rues de la capitale des marchands de « bonbon voanjo ». Ce sont de délicieuses tablettes de pistaches caramélisées fabriquées artisanalement.

La transformation alimentaire fait partie des spécialités culinaires des populations d'Analamanga. Différents établissements ouvrent leurs portes pour faire goûter les délices de la région et/ou du pays : confiseries à base de fruits (confiserie de L'Arche de Noé Talatamaty), jus de fruits bio (HavaMad), confiserie traditionnelle, chocolat (chocolaterie Robert)...

Photo 6 : Chocolat artisanal de Madagascar



Source : rody-chocolaterie.fr

II.2.1.4. La culture culinaire locale

La culture culinaire des habitants d'Analamanga peut être appréhendée de deux manières différentes. Par une approche historique, on peut découvrir les raisons qui font que cette population consomme du riz, mange de la viande et toute sorte de légumes. À travers une approche anthropologique, on peut comprendre les différentes traditions liées aux manières de se mettre à table, de se partager le repas, de préparer les aliments...

Histoire de l'alimentation des Merina²⁸

Les Merina, comme toutes les tribus de la Grande Île, consomment du riz quotidiennement. Du matin jusqu'au soir, le riz est présent dans tous les moments de repas du Malagache. Le choix du riz comme aliment de base remonte jusqu'à l'époque des dernières grandes migrations à Madagascar. Avant l'arrivée des immigrants asiatiques, les Vazimba (premiers habitants de l'Île) consommaient quotidiennement des tubercules (ex. taro) et des *voavahy*²⁹. Ces habitudes alimentaires ont donc changé petit à petit suite à l'arrivée des immigrants d'Asie qui ont introduit la consommation du riz à Madagascar. Depuis, le riz est placé à la base de l'alimentation des Merina.

D'un point de vue mythique, on raconte que le riz est un don de Dieu. *Zanahary*³⁰ aurait donc offert à Rapeto un coq, dont le gésier était rempli de graines. Il recommande à Rasoalao, femme de ce dernier, de les récupérer et de les ensemencer dans un endroit humide. Plus tard, les plantes qui en proviennent donnent de très beaux grains dorés. Les hommes les ont consommés et les ont appelés *vary* (riz)³¹.

À cette consommation du riz s'ajoute l'alimentation carnée. La première consommation de viande de poulet est associée à celle du riz, selon la légende. Pour récupérer les paddy, Rasoalalao a du sacrifié le coq et ainsi le prépara pour manger. Par ailleurs, les *vorona* (volailles) en tout genre ont été présents dans les repas merina depuis le temps des rois. Notons que dans la culture alimentaire merina, les volailles servent le plus souvent de repas de fête.

La première consommation de zébu est située à l'époque du roi Ralambo (1575-1610) à Ambohidrabiby. Ce souverain a initié les Merina à manger de la viande bovine à l'occasion de la première célébration du *Fandroana*. Pour marquer cet évènement, Ralambo s'est chargé de choisir le meilleur bétail (*Ombivolavita*) et le fit sacrifier pour nourrir ses convives. À cette occasion fut servi pour la première fois le *Varanga mialin-taona*, qui peut être considéré aujourd'hui comme le plat traditionnel merina.

La première consommation de poisson s'aligne avec l'arrivée des immigrants d'Asie du sud-est. Outre les poissons d'eau douce, les Merina mangeaient (et mangent) diverses denrées

²⁸ Le terme *Merina* est utilisé ici pour désigner les habitants de la région Analamanga.

²⁹ Sortes de légumineuses

³⁰ Dieu dans la pensée malagasy. *Zanahary* signifie « Dieu créateur ».

³¹ « Le riz, don du ciel, sel de la terre », Institut de civilisation, Université d'Antananarivo, 2004, p.6

particulières, voire insolites : *patsa* (chevrettes), *pirina* (fretins d'eau douce), *tsindretra* (nymphes de libellule), *angidina* (libellule), *sifotra* (escargot), *sahobakaka* (nymphes, crapauds), *zana-dandy* (larves de vers à soie), *valala* (sauterelles, criquets)...

Photo 7 : Les zana-dandy (chrysalides)



Source : Clichés de l'auteur, février 2018

D'une certaine manière, on peut dire que les Merina étaient de fameux « insectivores ». Les *zana-dandy* constituaient un mets favori de l'ancienne haute société. Ils ont même été servis à l'occasion d'un banquet pour accueillir Lambert (voyageuse autrichienne) et le père Finaz en 1856. Notons que ces larves de ver à soie se consomment frites.

Approche anthropologique de la culture culinaire merina

Chez les Merina, traditions et culture culinaire tissent un lien important. De sa naissance à sa mort, le Malagasy passe par toute une série d'évènements censés marquer sa vie. Chacun de ces évènements est caractérisé par un repas spécifique partagé en famille ou entre proches. Dans la culture merina, on note également la célébration de divers évènements dédiés au grand public.

Tableau 6 : Les repas de fête chez les Merina

| Évènement | Repas / Boisson | Signification / Vertus |
|---|---|---|
| Naissance | <i>Rom-patsa</i> (bouillon de chevrettes rouges) | Selon les Malgaches, les chevrettes rouges ont une vertu galactogène ; ainsi elles « donnent la vie » (<i>manome aina</i>). Ces petites crevettes sont très riches en calcium et en phosphore pour la mère et l'enfant |
| <i>Ala volon-jaza</i> : première coupe de cheveux du nouveau-né. C'est également l'occasion de donner un nom au bébé. Cela marque son intégration dans la société. | - Hasin-jaza (litt. « pour que l'enfant soit saint ») : il s'agit d'un sac en vannerie apporté par les invités qui contient du riz , du miel , des vêtements pour enfant. - Repas servi aux convives : bosse de zébu , riz (ou taro) au miel mélangé avec des échantillons des cheveux coupés du bébé | Le riz au miel (<i>vary tondrahan-tantely</i>) exprime les vœux de plénitude et de bonheur pour le bébé. Le miel qui représente le <i>mamy</i> (goût sucré) qui exprime la douceur de la vie. La bosse de zébu marque le festin ³² : la bosse est une viande grasse, et en général, ce qui est gras marque le festin pour les Malgaches. |

³² Repas somptueux

| Évènement | Repas / Boisson | Signification / Vertus |
|---|--|--|
| <i>Famorana</i> (circoncision) : il s'agit d'un rite de passage durant lequel l'enfant circoncis acquiert le statut d'un homme (mâle) | <i>Sao-jaza</i> (« remerciement de l'enfant ») : un zébu est sacrifié à l'occasion de cet évènement important de la vie d'un garçon | Dans la tradition malagasy, un zébu est toujours sacrifié lors d'un grand évènement. La viande est ensuite servie aux convives. |
| <i>Vodiondry</i> : il s'agit du mariage traditionnel malagasy | <i>Vodiondry</i> (litt. « croupe de mouton ») | Le mouton, plus rare que le zébu, est offert par le gendre en guise de respect pour les parents de la jeune fille à marier. Les beaux-parents, à leur tour, reçoivent ce présent en guise de consentement et de bénédiction. |
| <i>Famadihana</i> (retournement des morts) | - <i>Vary be menaka</i> : plat de riz et de viande bien grasse (zébu et/ou porc) - <i>Toaka gasy</i> (rhum artisanal) | - Le <i>Vary be menaka</i> est un repas consommé à l'occasion de grands évènements. <i>Menaka</i> qui signifie « graisse » symbolise la richesse. - Le <i>toaka gasy</i> (rum) est la boisson officielle du Famadihana. Ce breuvage est également utilisé pour de nombreux rituels. |
| <i>Kobanondry</i> : festivité instituée par une congrégation protestante à Lazaina (Avaradrano) qui se déroule durant la Pentecôte | <i>Kobanondry</i> (pâté de mouton) : la préparation est composée de viande de mouton découpée en menu morceaux, et de brèdes servant à la fois d'attendrisseur et de condiment | La recette du pâté de mouton a été apportée par le missionnaire britannique William Ellis vers 1865. L'évènement est inspiré de la fête des moutons célébrée en Angleterre, institutionnalisée dans ladite zone. |

Source : Auteur, janvier 2018

Par ailleurs, les Merina ont une façon particulière de se partager les repas, notamment la viande. Nous avons remarqué que la croupe est un morceau symbolique du respect puisqu'elle est toujours attribuée aux aînés ou à une personne importante. Du temps des rois, la croupe de l'*Ombivolavita* était offerte au souverain pour l'honorer. Dans le mariage traditionnel, la croupe de mouton symbolise le respect pour les parents de la fille à marier. Lors du partage de la viande de coq, la croupe revient au père de famille pour valoriser son statut de chef du foyer. La poitrine et les ailes sont départagées entre les femmes (mères de famille), les cuisses attribuées aux enfants et le reste départagé entre ceux qui n'ont pas encore eu leur part.

Lorsqu'ils se mettent à table, les Merina traditionnels se réunissent autour d'un *velatsihy* (natte). Le repas est généralement composé de riz et d'un mets salé (cf. p.69). À l'heure actuelle, le *velatsihy* est une tradition qui tend à s'oublier. Face à la mondialisation et au goût de la modernité, les gens préfèrent adopter la culture étrangère. Ainsi, ils dressent les couverts et se mettent littéralement à table. Seuls les paysans de la région gardent la culture du *velatsihy*.

Dans la structure traditionnelle du foyer malagasy, la cuisine est placée sur le côté ouest de la maison. Le feu de cuisine est allumé sur le *fatana* (âtre) et les ustensiles de cuisson utilisés sont des marmites en poterie de terre. Le *fatana* en question est un carré de terre recouvert de cendre, ou un trépied de pierre qu'on appelle *tokotelo mahamasa-nahandro* (le trépied qui cuit le repas).

De nos jours, les Malagasy allument un feu de charbon et utilisent un *fatam-pera* ou *fatana mitsitsy* (réchaud économisateur) pour contenir le feu. Les aliments sont cuits dans des ustensiles artisanaux en aluminium. Ceux qui ont les moyens se servent de réchaud à gaz ou à électricité comme moyen de combustion.

Par ailleurs, dans la société malagasy, la cuisine est considérée comme une tâche féminine. Ainsi, c'est la femme qui s'occupe de toutes les tâches culinaires (et ménagères) : pilier le riz, allumer le feu, chercher de l'eau, préparer et servir le repas... Seul, tuer le gibier ou la volaille revient à la responsabilité de l'homme. La nourriture, à l'origine³³, se mange à la main. L'usage des couverts (assiettes, cuillères...) a été vulgarisé pendant l'arrivée des Européens qui ont initié les Malagasy à l'art de la table.

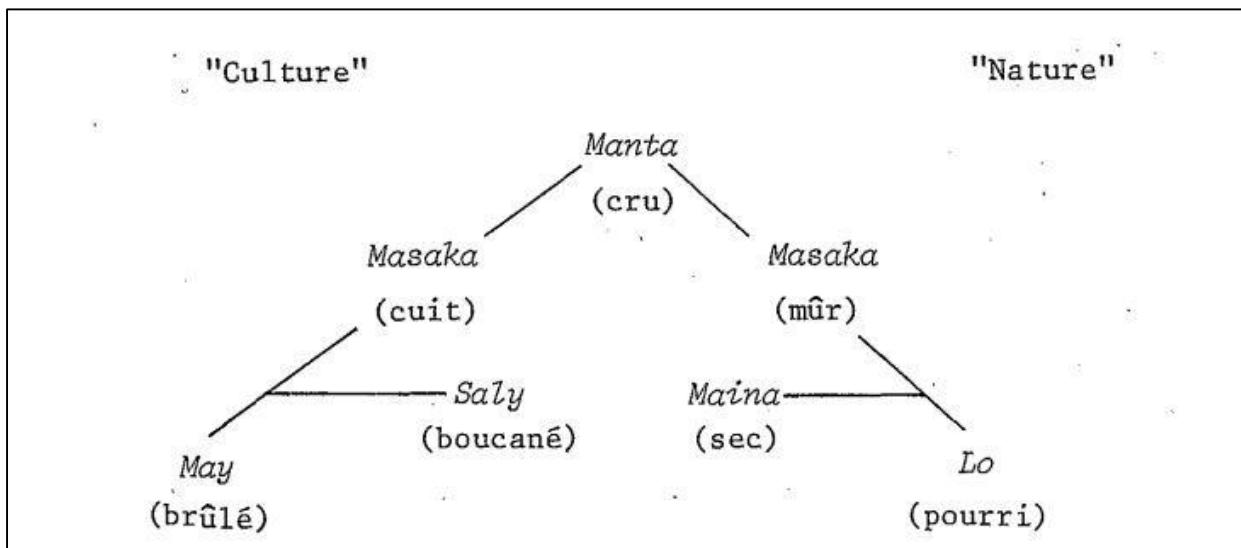
³³ Lorsque la culture orientale s'est introduite à Madagascar

Enfin, en ce qui concerne les habitudes alimentaires merina :

- **Triangle culinaire**

Selon C. Lévi-Strauss (1964), il existe diverses modalités de la cuisson. Ainsi, la culture culinaire peut être définie à travers un système que l'on appelle « triangle culinaire ». Ce système expose le champ sémantique correspondant aux différentes modalités de préparation ou de consommation des aliments.

Schéma 4 : Le triangle culinaire merina



Source : L. Molet, « *Le feu domestique et la cuisine chez les merina* », p.56

Ce schéma du triangle culinaire proposé par Louis Molet (1978) représente les différentes modalités de cuisson dans la culture merina. Le *manta* (cru) est situé au sommet de la pyramide, car selon Lévi-Strauss il constitue le pôle non marqué en cuisine. En effet, il est classé entre le cuit et le pourri étant donné que le cuit est une transformation culturelle du cru, tandis que le pourri en est une transformation naturelle.

- **Heures de repas**

Les Malagasy mangent trois fois par jour, c'est-à-dire matin, midi, soir. Le petit déjeuner se consomme entre 5 heures et 6 heures du matin, selon le train de vie de chacun. Le déjeuner est pris à partir de midi, tandis que le dîner vers 17 heures, à la campagne.

En général, prendre le goûter ne fait pas partie de la culture traditionnelle des Malagasy. C'est la raison pour laquelle ils consomment beaucoup de riz pendant les heures de repas, pour ne pas avoir faim entre-temps.

Éventuellement, les heures du goûter s'alignent avec les heures de récréation des écoliers : le matin vers 10 heures et l'après-midi vers 16 heures. Le choix de la collation dépend des envies de chacun : nems, sambos (samousas), beignets, *mofogasy*, *sorivola*, *koba*, maïs, manioc, patates douces, igname, yaourt fait maison... Tout cela peut s'accompagner d'une boisson légère comme du jus de fruit, une tasse de lait ou de l'infusion.

- **Composition des repas**

Tableau 7 : Composition des repas merina

| Repas | Composition |
|-----------------------|---|
| Petit déjeuner | <ul style="list-style-type: none"> - Riz : <i>vary sosoa</i> (riz cuit avec beaucoup d'eau), <i>vary amin'anana</i> (riz aux brèdes) - Mets : <i>totom-boanjo</i> (cacahuètes pilées), <i>kitoza</i> (viande grillée), <i>hena baolina</i> (boulettes de viande), saucisses, <i>pirina</i> (fretins d'eau douce), omelette, œuf sur plat... - <i>Hanin-kotrana</i> (tubercules) : manioc, patates douces, igname, maïs - Autres : <i>mofogasy</i>, <i>menakely</i>, <i>ramanonaka</i>, <i>makasaoka</i> (genre de pain perdu), <i>mofodipaina</i> (baguette de pain)... - Boisson : café, thé (infusion de feuilles d'olive, citronnelle, <i>ravim-boafotsy</i>), « thé-cao » (chocolat chaud), lait |
| Déjeuner | <ul style="list-style-type: none"> -Riz : <i>ampangoro</i> / <i>vary maina</i> (riz cuit en évaporant l'eau) <i>ventin'ampango</i> (fond de riz brûlé)³⁴ -Mets : <i>romazava</i>, <i>anana</i>, <i>voanjobory</i>, haricots, petits pois, <i>tsiasisa</i>, poisson, viande... -Condiments : achards de légume, piment³⁵ -Dessert : fruits de saison (bananes, mangues, litchis, oranges...), yaourt fait maison -Boisson : <i>ranovola</i> / <i>ranon'ampango</i> (eau de riz brûlé)³⁶ |
| Souper | (Similaire au déjeuner) |

Source : Auteur, janvier 2018

³⁴ Le *ventin'ampango* se mange en guise de supplément de riz

³⁵ Plutôt que de pimenter les plats, les Malagasy préfèrent les accompagner d'une pâte de piments.

³⁶ Boire du *ranovola* est typique des Malagasy. Ce breuvage est consommé chaud, pour digérer la graisse des aliments.

Le tableau précédent nous montre que le riz est présent dans chaque moment du repas. En général, les Malagasy consomment effectivement du riz trois fois par jour. Cependant, par faute de moyens ou d'« acculturation », certains préfèrent manger plus léger le matin et/ou le soir. Notons qu'à l'heure actuelle, le kilo du riz s'élève à plus de 2000 ariary, un prix élevé pour une population majoritairement pauvre³⁷. Cela explique le changement du dîner en *vary sosoa* ou *vary amin'anana*, comme au petit déjeuner.

Par ailleurs, les Malagasy consomment beaucoup de riz dans leurs assiettes. Dans la culture alimentaire malagasy, la quantité prime avant la qualité. Ainsi, le Malagasy n'est satisfait de son repas que lorsqu'il se sent vraiment rassasié (*voky*). S'il mange autant de riz, c'est parce qu'il doit prendre assez de force pour affronter sa journée et bien se concentrer dans ses occupations. Cela explique clairement le proverbe malgache : « *Raha noana ny kibo, mivezivezy ny fanahy* » (Lorsqu'on a faim, l'esprit ne peut se tenir tranquille). Ainsi, que ce soit à la maison ou dans un *hotely*, le riz est toujours servi en grande quantité. Pour les Malagasy, mieux vaut qu'il y ait peu de *laoka* (mets salé) que peu de riz. De ce fait, les repas copieux caractérisent la culture alimentaire malagasy.

• Gastronomie

Pour les spécialistes de la cuisine à Analamanga, la notion de « gastronomie » constitue l'objet de différentes représentations. Lors des entretiens que nous avons passés avec quelques experts en art culinaire, nous avons remarqué que leurs points de vue diffèrent en ce qui concerne l'existence d'une « gastronomie malagasy ». Certains chefs se basent sur l'idée qu'il n'existe pas de gastronomie malagasy en elle-même. La gastronomie malagasy est selon eux la réinvention de la cuisine du quotidien, c'est-à-dire une amélioration de la recette originale. Ainsi, pour qu'un plat basique devienne gastronomique, on y ajoute une touche d'exotisme.

Mariette Andrianjaka, quant à elle, définit la gastronomie malagasy comme l'association des quatre saveurs : *mangananganana* (légèrement amer), *marikivikivy* (acidulé), *mamimamy* (doux, légèrement sucré), *masirasira* (légèrement salé). Le mariage de ces saveurs contradictoires constituerait donc ce qu'on peut appeler un bon repas à la malagasy. Selon les recherches personnelles du Chef, il n'existerait pas moins de 200 recettes de plats gastronomiques typiquement malagasy.

³⁷ Des études de la Banque Mondiale ont montré que le revenu mensuel moyen par habitant à Madagascar s'élève à **36 \$**, soit **430 \$** par habitant et par an

Toutefois, quelle que soit la différence des représentations, on peut dire qu'il existe bel et bien une gastronomie malagasy. Elle se définit par les spécialités culinaires qui font la réputation et la particularité de chaque région. En ce qui concerne Analamanga, on peut dire que le *Varanga mialin-taona* (cf. spécialités culinaires, p.64) constitue l'emblème de son patrimoine gastronomique. Par ailleurs, la gastronomie de la région trouve ses racines d'un peu partout dans le monde (Afrique, Asie, Europe).

En somme, le patrimoine culinaire d'Analamanga est un atout considérable pour le tourisme. Les différents résultats que nous avons obtenus au cours de nos investigations personnelles nous montrent que la région est riche en traditions culinaires et en ressources alimentaires naturelles. Nous pouvons ainsi dire qu'Analamanga peut être une destination touristique culinaire à part entière. Il reste à savoir comment exploiter tous ces potentiels identifiés de façon à créer un tourisme culinaire durable. Ces atouts suffisent-ils à promouvoir la région en tant que destination touristique culinaire ? Quelles mesures faut-il prendre pour optimiser la mise en tourisme du patrimoine culinaire merina ? Comment faire face à la concurrence internationale en matière de tourisme culinaire ?

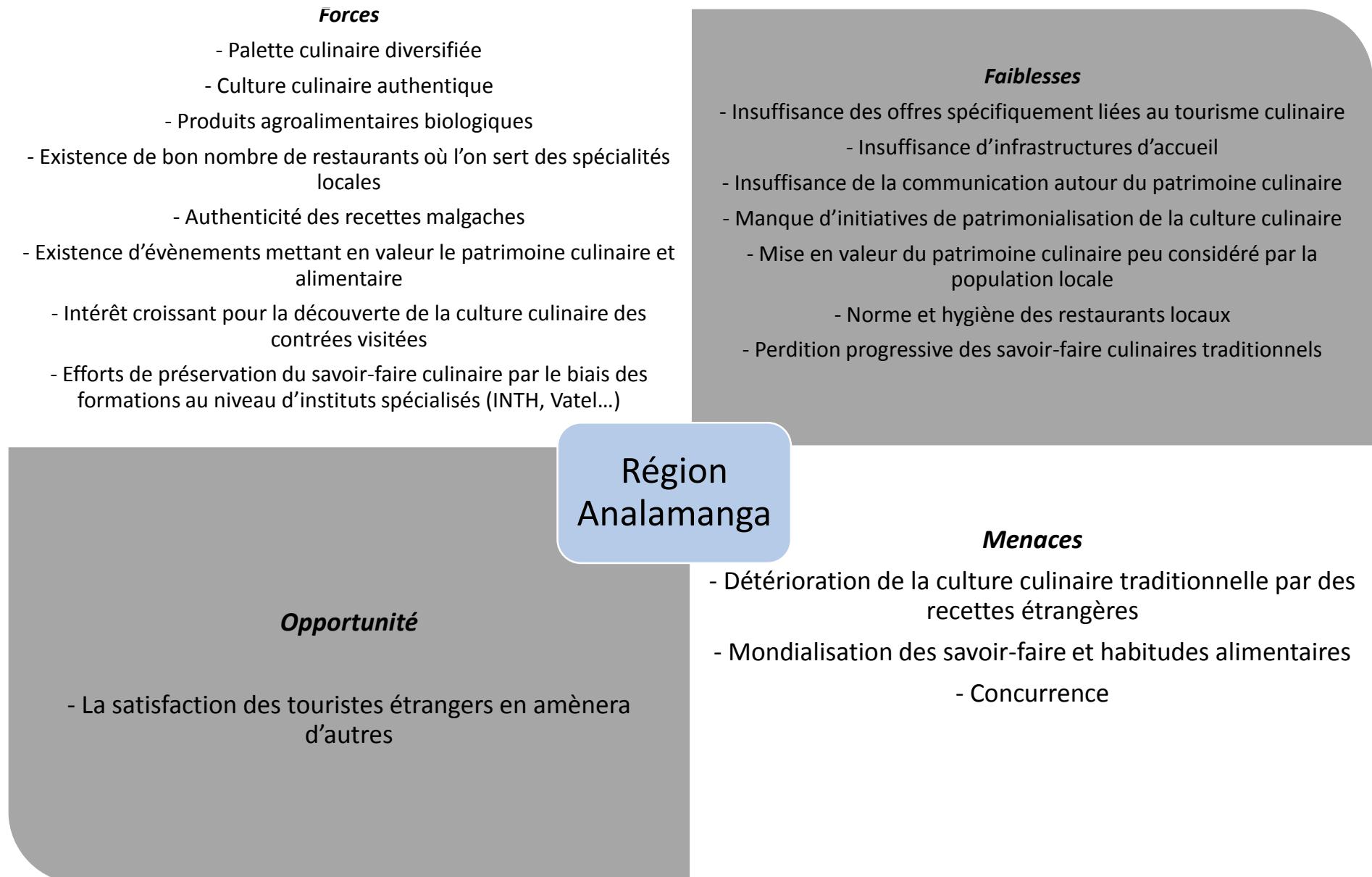
2.2.2. Analyse FFOM de la destination culinaire Analamanga

En définissant les éléments du patrimoine de la région, nous avons pu identifier une grande partie des forces d'Analamanga en matière de tourisme culinaire. La connaissance de ce patrimoine nous permet d'imaginer diverses offres d'activités pour développer un tourisme culinaire durable dans la région. Cependant, il nous faut également considérer les faiblesses, menaces et opportunités afin de situer le tourisme culinaire à Analamanga dans son contexte réel.

Le tourisme gourmand est à l'heure actuelle une industrie croissante au niveau mondial. De nombreux pays du monde entier concourent à élaborer des offres plus attractives et originales. Si certains pays misent sur la qualité des repas, des services et des infrastructures d'accueil, d'autres visent à rendre leurs produits plus authentiques en faisant découvrir leur identité culturelle à travers leurs spécialités traditionnelles locales. Tous ces faits nous mènent à dire que le patrimoine culinaire constitue effectivement, un moyen de développer (durablement) le tourisme.

À cet effet, il est impératif que la région Analamanga dispose d'atouts considérables afin de faire face à la concurrence internationale. La matrice FFOM que nous présentons ci-après nous montre en partie les réalités du tourisme culinaire à Analamanga et nous permettra, par ailleurs, de dégager des perspectives de développement de cette pratique dans la région.

Tableau 8 : Matrice FFOM de la destination touristique culinaire Analamanga



Vérification de l'hypothèse 1

D'après les forces constatées, Analamanga dispose de différents atouts permettant de développer le tourisme culinaire. En analysant les éléments de son patrimoine culinaire, nous pouvons également dire que la région est une destination touristique culinaire à part entière.

Par ailleurs, ces faits nous prouvent que le patrimoine culinaire joue un rôle essentiel dans la construction de l'image et de la notoriété d'une destination touristique. Les spécialités de la région ainsi que ses divers produits locaux constituent une véritable marque d'**authenticité**. Or, cette authenticité est la quête première des touristes culinaires. Dès lors, le patrimoine culinaire d'Analamanga répond parfaitement à la demande des touristes qui désirent « manger vrai ».

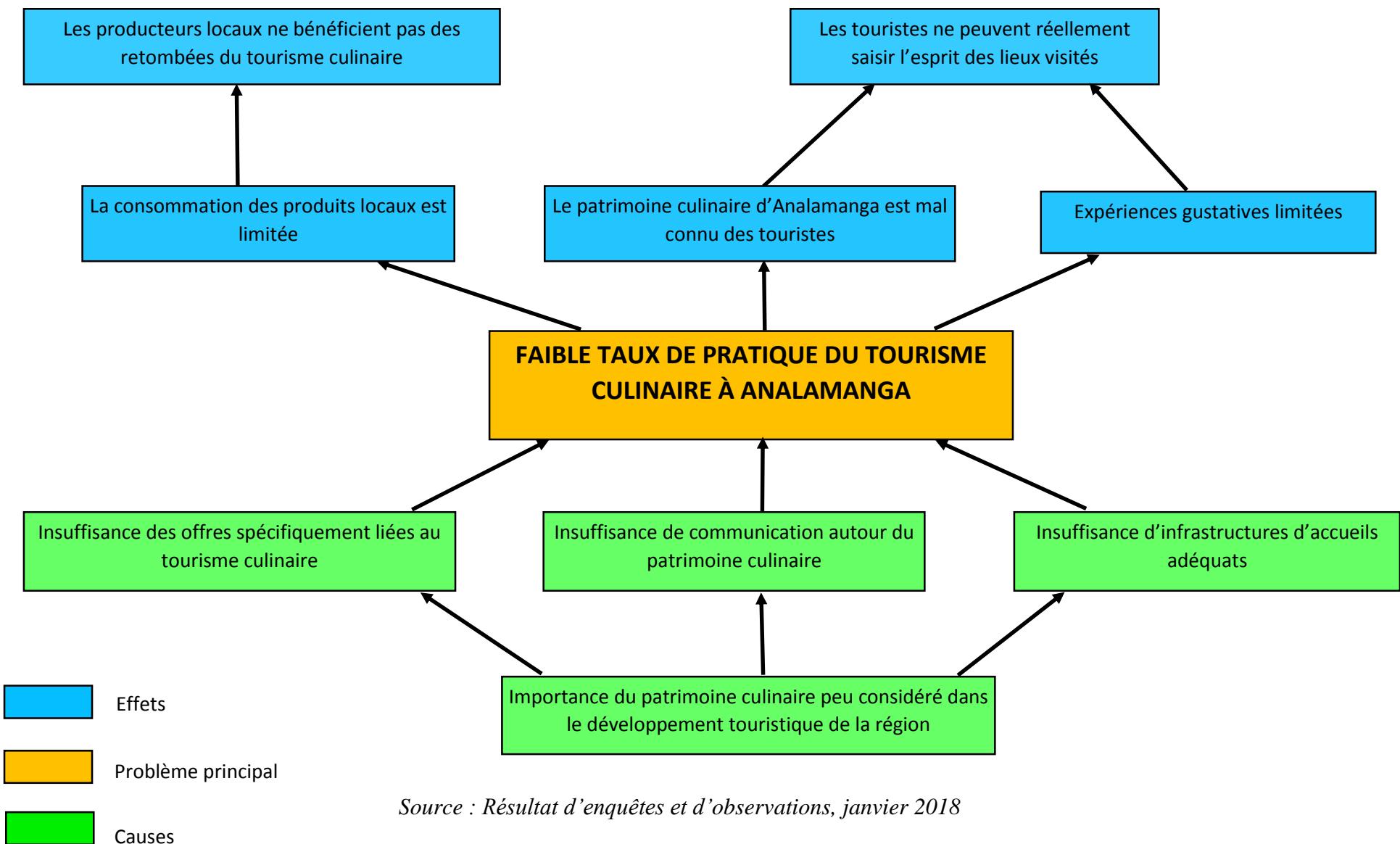
À cet effet, les éléments du patrimoine culinaire merina contribuent réellement à l'attractivité de la destination Analamanga. D'après H. Jacobs et F. Smits (2007), « *la condition principale du succès d'une destination dans le domaine du tourisme culinaire est que les touristes n'aient pas seulement l'impression de se nourrir, mais de profiter d'un moment particulier qui leur permet de mieux connaître le lieu et les populations qu'ils visitent.* » Il en résulte que le patrimoine culinaire d'Analamanga, de par sa valeur culturelle, répond également au besoin des touristes culinaires d'entrer en **altérité**. En effet, le principe du tourisme culinaire est de connaître et de s'imprégner d'une culture à travers la consommation des plats ou des boissons typiques des contrées visitées. Ainsi, il s'agit de « *manger local pour mieux connaître l'autre, et surtout en rapporter le récit une fois rentré* » (Gaelle Le Mer, 2013). Ce récit du voyage est très important dans la mesure où il contribue à la connaissance et à la promotion d'une destination touristique. Le touriste, revenant satisfait de son expédition culinaire, incitera d'autres personnes à réaliser les expériences gourmandes qu'il a vécues. Ainsi, le touriste lui-même est un acteur pertinent dans la promotion de la destination touristique culinaire.

Tous ces faits nous permettent de dire que **le patrimoine culinaire fonde l'image et l'attractivité d'une destination touristique**, ce qui vérifie et confirme en partie notre première hypothèse.

2.2.3. Les problèmes du tourisme culinaire à Analamanga

Les forces et potentiels de la région Analamanga peuvent également démontrer cet apport du patrimoine culinaire dans le développement du tourisme. Cependant, malgré le potentiel considérable d'Analamanga, nous avons constaté que le tourisme culinaire est encore peu pratiqué dans la région.

Schéma 5 : Arbre des problèmes



Au cours de nos investigations sur terrain, nous avons relevé différents problèmes relatifs au développement du tourisme culinaire à Analamanga. Après avoir hiérarchisé ces difficultés, nous avons abouti à l'établissement de l'arbre précédent qui présente de bas en haut la relation causes à effets des problèmes du tourisme culinaire dans notre zone d'études.

En enquêtant sur la place de l'alimentation dans les activités touristiques à Analamanga, nous avons découvert que les véritables touristes culinaires sont encore en minorité. La plupart des touristes enquêtés s'intéressent effectivement à la nourriture locale, mais n'ont pas leur objet de déplacement principal. Par ailleurs, l'insuffisance d'infrastructures d'accueil répondant aux normes minimales crée une entrave au tourisme culinaire. En effet, même si les touristes culinaires ne cherchent pas forcément à bien manger, il est important qu'ils réalisent leurs expériences gustatives dans un endroit sain et structuré. Or, la normalisation des *hotely gasy* est encore un défi de taille pour un pays sous-développé comme Madagascar. Ainsi, par peur d'une mauvaise hygiène, la plupart des touristes craignent de s'aventurer dans les restaurants typiques. Leurs découvertes culinaires se limitent donc à la fréquentation d'un restaurant spécialisé ou occasionnellement, en participant à un évènement culinaire (salon, fête gourmande...).

La région Analamanga est le terrain d'un certain nombre d'évènements culinaires, à l'instar de *Haify Mampihavana*, SAGATOUR, *Mada Sakafo Festival*, « Foire aux vins et aux fromages », « Fête de la gastronomie » (cf. Annexe 3)... Les évènements culinaires existants à Analamanga sont encore peu valorisés sur le plan touristique. Leurs principaux clients sont de simples visiteurs curieux ou amateurs. De véritables touristes culinaires viennent occasionnellement, mais en faible nombre. Dès lors, il faut réfléchir sur une meilleure stratégie afin d'attirer un nombre optimal de touristes à un évènement culinaire.

Si la pratique du tourisme culinaire est faible à Analamanga, c'est également dû à l'insuffisance de l'offre par rapport à la demande. Les touristes culinaires veulent plus que manger dans un restaurant ou visiter une fabrique alimentaire. Ils veulent s'imprégner de la culture culinaire de leur destination, et pour cela, ils ont besoin de découvrir par leurs cinq sens. La politique touristique à Madagascar est encore loin de mettre le patrimoine culinaire au premier plan pour développer le tourisme dans l'Île. Pourtant, dans une région à fort potentiel culturel comme Analamanga, tous les aspects de la culture devraient constituer un moyen d'attirer les touristes. Ainsi, l'« alimentation touristique » doit dépasser le simple statut de besoin physiologique. L'alimentation doit être une opportunité de faire découvrir la culture alimentaire ainsi que les traditions culinaires de la région, voire du pays.

En somme, le patrimoine culinaire d'Analamanga n'est pas encore suffisamment mis en valeur sur le plan touristique. Cela entraîne la non-existence d'un véritable tourisme culinaire au sein de la région. Or, cette pratique peut être une solution durable pour le développement touristique de la région.

Vérification de l'hypothèse 2

Malgré le faible taux de pratique du tourisme culinaire à Analamanga, les résultats de nos investigations personnelles prouvent que les touristes présentent un intérêt important pour l'alimentation locale. Ces derniers ne peuvent effectivement « saisir l'esprit du lieu » sans avoir découvert et expérimenté sa culture culinaire. Cette expérience gustative se réalise le plus souvent dans un restaurant spécialisé ou en visitant une entreprise de transformation alimentaire. D'après nos enquêtes au niveau des opérateurs de voyage, les touristes qui séjournent à Analamanga s'alimentent fréquemment dans un restaurant spécialisé en cuisine locale ou choisissent les menus typiques proposés dans leur établissement d'accueil. Ce choix d'alimentation peut être volontaire ou influencé par les offres alléchantes mises en avant dans les guides numériques (en ligne) et littéraires sur Madagascar.

La découverte du patrimoine culinaire s'effectue également à travers la visite d'une fabrique locale. Cette activité est souvent incluse dans les itinéraires proposés aux touristes. Ainsi, au cours d'une randonnée, les touristes peuvent s'approvisionner ou acheter un/des produit(s) dans un établissement se situant sur leur chemin. Sur l'axe RN2 par exemple, la visite de la fameuse fromagerie d'Ambatomanga est inévitable. Du côté ouest d'Analamanga, la préparation du *koba* intrigue bon nombre de touristes et de visiteurs.

Il arrive souvent aussi que les touristes s'arrêtent sur la route pour goûter au street food local ou acheter des produits locaux. En passant par Ambanitsena ou Sambaina, il est impératif que les voyageurs prennent le temps de goûter aux fameux *saosisy gasy* (saucisses locales). On peut également y déguster des beignets typiques (menakely, mofoanana...).

Par ailleurs, certains tour operators proposent des circuits spécifiques pour faire découvrir le patrimoine culinaire de la région. Les offres ne sont pas très nombreuses, mais intéressent aussi bien les touristes gourmands que les touristes curieux et aventuriers.

Tous ces faits nous mènent à dire qu'en matière de tourisme, « manger » est un acte culturel. Il s'agit d'une façon de découvrir l'autre et de connaître un territoire. Notre hypothèse

selon laquelle **la restauration et la valorisation des produits alimentaires locaux participent à la promotion du tourisme durable** est donc également vérifiée et confirmée en partie.

2.3. DISCUSSIONS ET RECOMMANDATIONS

Pour terminer cette deuxième partie, nous allons nous concentrer sur les réels avantages du tourisme culinaire. Ainsi, nous pourrons comprendre et justifier davantage l'intérêt de notre sujet de recherche. Cette section comprendra donc trois divisions, et nous exposerons en premier, les aspects positifs du tourisme culinaire. Par la suite, nous analyserons les enjeux de la mise en tourisme du patrimoine culinaire, en nous focalisant sur le cas de la région Analamanga. Enfin, nous présenterons les perspectives de promotion d'un tourisme culinaire durable au niveau national.

2.3.1. Les avantages du tourisme culinaire

L'industrie culinaire, liée au tourisme, constitue un marché important et favorise considérablement la création d'emplois. D'après le dernier rapport général³⁸ de l'OMT sur le tourisme gourmand, le patrimoine culinaire stimule le développement économique local, régional et national. On peut donc dire que la mise en tourisme de la cuisine et des produits du terroir participe à un processus de requalification patrimoniale qui renforce les potentialités locales de développement économique.

À l'heure actuelle, le tourisme culinaire est devenu un des segments les plus dynamiques du tourisme. Il s'agit d'un réel avantage pour la région Analamanga, de plus que celle-ci dispose de tous les atouts nécessaires pour développer l'activité. D'ailleurs, les résultats de nos recherches démontrent qu'il existe déjà une certaine forme de tourisme culinaire à travers les activités proposées aux touristes de la région.

Le tourisme lié au patrimoine culinaire est également favorable à la mise en valeur d'un territoire. Grâce à sa diversité culinaire, la région Analamanga peut devenir une destination phare pour le tourisme culinaire à Madagascar. De plus, son image sera promue à travers la valorisation de ses traditions et spécialités culinaires authentiques. Le tourisme culinaire met effectivement l'identité culturelle d'un territoire en lumière puisqu'il valorise les savoir-faire ainsi que les produits locaux. Dès lors, il peut également favoriser la mise en patrimoine de ces

³⁸ World Tourism Organization (2012), *Global Report on Food Tourism*, UNTWO, Madrid

différents éléments. Comme nous l'avons expliqué en première partie, tourisme et patrimoine forment un lien réciproque. En effet, le tourisme a besoin du patrimoine pour durer autant que le patrimoine a besoin du tourisme pour être préservé. Notons que dans cette étude, nous parlons d'un patrimoine culturel immatériel³⁹ tout à fait authentique et qui mérite d'être sauvagardé. Par ailleurs, on peut dire que le tourisme culinaire soutient la culture locale puisqu' à travers la nourriture, il permet de se rapprocher des coutumes locales, des traditions, des paysages et des systèmes de production alimentaire.

Les spécialités culinaires typiques contribuent également à promouvoir la notoriété et l'attractivité d'une destination touristique. Les représentations individuelles et collectives des destinations dans le monde sont souvent associées à des traits gastronomiques. Lorsqu'on parle de *hena kisoa sy ravintoto*, on pense immédiatement à Madagascar et pourquoi pas à Analamanga. De même, le cacao malgache est reconnu mondialement parmi les meilleurs. Le chocolat artisanal (notamment celui de la marque Robert) symbolise donc également le patrimoine culinaire malgache et peut ainsi promouvoir le tourisme culinaire à Analamanga. Dès lors, le patrimoine culinaire est un véritable objet de distinction sociale, d'où le célèbre aphorisme de Brillat-Savarin (1848) : « *Dis-moi ce que tu manges, je te dirai ce que tu es* ».

Enfin, le tourisme culinaire est bénéfique dans la mesure où il favorise la préservation de l'environnement. Analamanga est un terrain des plus favorables pour un tourisme culinaire durable, étant donné ses paysages authentiques et ses riches terroirs. Le tourisme culinaire contribuera alors à préserver ces espaces naturels qui assurent à la fois le bien-être des communautés d'accueil et le développement durable du tourisme culinaire.

Nous pouvons ajouter qu'actuellement, nombreux sont les restaurateurs qui s'approvisionnent au niveau local, afin de réduire les coûts de transports et l'émission de gaz à effet de serre. Ce principe d'approvisionnement responsable est à fortement encourager de nos jours. De même, la cuisine bio tend à devenir un idéal pour les spécialistes en art culinaire et les fins gourmets conscients et soucieux des risques présentés par l'usage de produits chimiques en cuisine Ainsi, l'usage des produits naturel est fortement optimisé. C'est aussi une manière de mettre à l'honneur les produits du terroir et les saveurs locales. D'ailleurs, certains touristes

³⁹ Le patrimoine culturel immatériel comprend « *les pratiques, représentations, expressions, connaissances et savoir-faire - ainsi que les instruments, objets, artefacts et espaces culturels qui leur sont associés - que les communautés, les groupes et, le cas échéant, les individus reconnaissent comme faisant partie de leur patrimoine culturel* » (cf. Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel du 17 octobre 2003, Article 2)

gourmands se montrent très attentifs par rapport au contenu de leurs assiettes et vont jusqu'à poser des questions sur la composition des plats, l'origine des ingrédients... Pour les experts de la cuisine à Analamanga, profiter d'une large gamme de produits frais et naturels est une véritable aubaine.

À l'étranger, le concept de « restauration verte » est de plus en plus adopté par les professionnels du secteur. Cela consiste à économiser de façon optimale l'énergie utilisée quotidiennement (eau, électricité), à utiliser des matériaux recyclés, des produits locaux et agir de façon écoresponsable.

Ces aspects économique, socioculturel et environnemental du tourisme culinaire démontrent qu'il s'agit bien d'une forme de tourisme durable. Cette pratique évoque une volonté d'agir de façon respectueuse envers l'environnement, les populations locales et leurs cultures. Si tels sont alors les avantages du tourisme culinaire, comment se présenterait la pratique de ce tourisme à Analamanga ? Quels sont les enjeux à considérer ?

2.3.2. Mise en tourisme du patrimoine culinaire d'Analamanga : enjeux et recommandations

D'après les résultats de nos investigations, Analamanga possède un patrimoine culinaire hors du commun. Un patrimoine qui regroupe à la fois savoir-faire et traditions authentiques ainsi que des produits du terroir de qualité. Nous avons également vu que certains efforts sont déjà fournis afin mettre ce patrimoine culinaire en valeur sur le plan touristique. L'existence de divers événements nous prouvent que le tourisme culinaire est actuellement en phase de lancement dans la région. Cependant, nous savons que ces événements culinaires sont encore loin d'attirer grand nombre de touristes. Nous notons ici un problème de communication, ou plus précisément, une insuffisance de communication. La plupart de ces événements sont peu médiatisés et sont surtout promus dans les réseaux sociaux et par le biais d'affichages dans les rues. Ainsi, la connaissance des événements est limitée, bien que les réseaux sociaux soient accessibles au monde entier. De plus, ces événements ne sont principalement accessibles qu'aux habitants de la capitale. Il faut donc que la communication autour de ces événements soit renforcée à travers les médias et divers moyens de sensibilisation.

Par ailleurs, nous notons que la plupart des visiteurs lors de ces événements culinaires ne font que regarder et achètent et/ou consomment parfois quelques produits. Le manque d'animations réduit les visiteurs au simple statut de « promeneur ». Lors de festivals comme

Haify Mampihavana, par exemple, des démonstrations culinaires devraient avoir lieu pour mettre à l'honneur les savoir-faire culinaires du pays et attirer l'attention des visiteurs. Ces derniers devraient aussi interagir avec les promoteurs de l'évènement par le biais d'ateliers de cuisine ou de mini-conférences. Ainsi, au lieu de se contenter de petites dégustations gratuites, ils gagnent en matière de connaissances et de savoir-faire.

Du côté technique, nous soulignons la grande lacune au niveau des offres spécifiques au tourisme culinaire. Dans ce domaine, les entreprises de voyages doivent jouer un rôle majeur. Il revient effectivement à ces opérateurs de développer des routes et circuits qui permettront de découvrir le patrimoine culinaire malagasy. Là encore, il faudra surpasser les activités banales comme fréquenter des restaurants chics ou visiter une fabrique de renom. Les touristes doivent se rapprocher plus de l'authentique à travers des activités telles que visiter les terroirs de la région, les marchés locaux, participer à des ateliers de cuisine, manger chez l'habitant, participer à un évènement culinaire... De cette manière, la participation locale est mobilisée et les populations d'accueil peuvent bénéficier directement des retombées économiques du tourisme. Ainsi, tourisme et gastronomie peuvent également se promouvoir: « *Tourism offers the opportunity for food producers to add value to their products by creating a tourist experience around the raw materials. At the same time, gastronomic experiences can add value to tourism by providing link between local culture, landscape and food, and by creating the „atmosphere“ so essential to a memorable holiday experience* » (Hjalager et Richards, 2002, p.224). Autrement dit, le tourisme favorise la mise en valeur des produits du terroir et des savoir-faire locaux, tandis que les expériences culinaires rendent les séjours touristiques plus mémorables et particuliers. Dans cette optique, l'ORTANA a récemment commencé à développer un circuit gourmand qui permet de découvrir la capitale à travers sa gastronomie. Ce détour gourmand consiste, entre autres, à se mettre au contact des commerçants et déguster les produits locaux comme le chocolat, le foie gras ou encore les vins.

Pour conclure cette discussion, nous aimerais insister sur l'importance des ateliers. Ces activités sont réellement importantes puisqu'elles constituent la base des expériences culinaires. En effet, elles favorisent la connaissance et l'échange en matière de savoir-faire. À travers les ateliers, les participants devraient vivre de nouvelles expériences en compagnie d'un expert en cuisine locale. Par ailleurs, ce sera une manière de conserver les savoir-faire traditionnels qui sont menacés par la mondialisation des techniques culinaires et le changement des habitudes alimentaires. En d'autres termes, les ateliers culinaires constituent un moyen de sauvegarder et de transmettre les savoir-faire culinaires typiques de la région, voire du pays. Cette préservation

du patrimoine culinaire est fondamentale étant donné qu'elle garantit l'authenticité de l'offre en matière de tourisme culinaire.

2.3.3. L'avenir du tourisme culinaire à Madagascar

Pour l'heure, le concept de « tourisme culinaire » n'est pas encore très connu à Madagascar. Ainsi, il est rarement proposé aux touristes de découvrir exclusivement la Grande Île à travers son patrimoine culinaire. De plus, Madagascar est surtout prisée pour sa nature et ses plages. Les activités liées à l'alimentation ne sont donc que des compléments dans le séjour des touristes qui viennent à Madagascar. Dès lors, il nous faut projeter sur une stratégie qui permettrait de faire passer les touristes culinaires occasionnels au statut de touristes culinaires officiels. Autrement dit, la question qui se pose est : comment faire revenir les touristes pour leur faire découvrir davantage et exclusivement le patrimoine culinaire malagasy ? Comment cibler les véritables touristes culinaires pour les faire venir à Madagascar ?

Nous avons vu que le manque de communication autour du patrimoine culinaire entraîne un grand manque de visibilité de la destination. Il faudra donc également améliorer cette situation de la communication. Pour ce faire, les blogs et les sites internet ont un rôle majeur à jouer, car ils créent une interaction entre le monde entier. En effet, les pages web et les réseaux sociaux sont facilement accessibles et permettent de s'informer à tout instant. Ainsi, en promouvant les évènements culinaires à travers ces médias en ligne, Madagascar pourrait attirer plus de clientèle touristique. Ces médias peuvent également constituer un moyen de conserver les savoir-faire culinaires malagasy grâce au partage des recettes typiques du pays dans les blogs et sites culinaires. La promotion des guides spécialisés et autres médias culinaires (journaux, magazines, émissions télévisées, documentaires) devrait également être encouragée. En effet, ces médias contribuent de façon importante à la valorisation de la cuisine en tant qu'objet de distinction sociale. Toujours dans cette axe de préservation du patrimoine culinaire, il faut souligner le rôle des chefs et experts en cuisine locale. Ce sont effectivement des acteurs importants dans la mise en valeur des spécialités culinaires du pays puisqu'ils jouent un rôle d'ambassadeurs. À Madagascar, on reconnaît l'exploit de deux chefs talentueux qui ont su mettre en lumière les savoir-faire culinaires malagasy à l'échelle internationale. D'une part, figure l'illustre cordon bleu Mariette Andrianjaka qui a connu un parcours exemplaire dans la maîtrise de l'art culinaire. Ce chef de renom s'est longtemps consacrée à l'étude des saveurs et des recettes typiques du pays, et a fait goûter ses spécialités un peu partout dans le monde. D'autre part, le chef Lalaina Ravelomanana a hissé haut le drapeau malagasy en recevant un

prix international en 2015. Il est d'ailleurs le premier Africain à être intronisé à l'Adadémie culinaire de France. Tout cela pour dire que le renforcement de capacités est plus que nécessaire pour préserver les savoir-faire culinaires propres à la Grande Île. À cet effet, les formations doivent être vulgarisées par le biais d'ateliers et d'études supérieures au niveau des instituts spécialisés. Elles doivent être assurées par de véritables experts pour que les apprentis puissent réellement développer leurs talents culinaires et partager leurs savoir-faire aux générations futures.

Notons également que le tourisme culinaire repose en grande partie sur les produits du terroir. Pour promouvoir ce tourisme, il faut donc développer en parallèle l'agriculture et l'élevage. Ce sont effectivement des secteurs clés dans la mise en marche de l'industrie touristique culinaire car ils garantissent l'authenticité de la cuisine locale. Dès lors, il est aussi important de veiller à la qualité des produits. À l'heure actuelle, l'engouement pour les produits du terroir et le « fait maison » est de plus en plus remarquable. Cela s'explique par l'intérêt croissant pour les valeurs authentiques dans le tourisme.

Par ailleurs, la question d'hygiène est à sérieusement méditer au niveau de la restauration locale. Que ce soit à Analamanga ou ailleurs à Madagascar, les gargotes et *hotely gasy* occupent une place majeure dans l'industrie de la restauration. Ces restaurants qu'on peut qualifier d'« ethniques » sont les principaux promoteurs de la cuisine locale. Ainsi, ils méritent amplement d'être considérés sur le plan touristique. Cependant comment améliorer leurs infrastructures et leur qualité d'accueil ? Un projet de normalisation de ces établissements locaux devrait être prioritaire non seulement pour améliorer l'accueil touristique, mais aussi pour assurer la santé publique. Il en est de même pour ce qui est du street food. Les touristes devraient être à l'aise partout où ils vont et profiter de la nourriture locale. Pourtant, la culture du street food n'est pas vue d'un très bon angle à Madagascar. L'hygiène des *vary mitsangana*⁴⁰ provoque effectivement une réticence chez les touristes et clients potentiels. De plus, les stands de vente sont souvent installés dans un cadre insalubre (en plein milieu des marchés populaires, près des bouches d'égout...), ce qui nuit considérablement à leur image. Notons qu'à l'étranger, comme en Chine par exemple, la culture du street food est adoptée par bon nombre de gens, voire des personnalités importantes.

⁴⁰ Litt. « riz debout ». Ce terme est utilisé pour désigner les stands de vente de nourriture qui occupent les rues. Les plats de riz y sont vendus à très bon prix.

Dans le tourisme culinaire, manger chez l'habitant est également une manière très appréciée de découvrir la culture culinaire locale. Les touristes sont amenés à la rencontre des producteurs locaux et des habitants de la localité dans le but de mieux comprendre leur mode alimentaire. Manger chez l'habitant est donc une activité qu'on inclue souvent dans les routes et circuits culinaires. Cette activité inhabituelle peut être transposée dans l'offre touristique culinaire malagasy. Pour ce faire, les populations d'accueil devront être formées pour pouvoir recevoir dignement leurs convives, c'est-à-dire dans un environnement sain et une ambiance typique.

Au terme de cette deuxième partie, nous pouvons dire qu'Analamanga mérite réellement d'être découvert à travers son patrimoine culinaire. De plus, nous avons vu que le tourisme culinaire constitue une solution durable pour le développement touristique de la région. Grâce à la richesse de son patrimoine culinaire, Analamanga est en mesure de concurrencer avec n'importe quelle destination culinaire au monde. Cependant, il faut absolument remédier aux problèmes liés à l'hygiène et à l'insécurité. Les offres doivent être également multipliées et diversifiées afin de prolonger le séjour des touristes culinaires au sein de la région. Toutes ces recommandations doivent être mises en œuvre à travers une collaboration étroite entre les secteurs public et privé. La participation locale doit être également encouragée pour rendre le tourisme durable. En effet, les habitants doivent être sensibilisés et mobilisés pour qu'ils aient conscience de la valeur de leur patrimoine culinaire. Par ailleurs, ils doivent également être sensibles à la préservation de l'environnement, afin d'assurer autant leur bien-être que celui des touristes. Bref, cette partie analytique nous a permis de voir de près les réalités du tourisme culinaire à Analamanga. Cela nous a permis d'identifier les principaux problèmes liés au secteur. Ainsi, pour remédier à ces problèmes, nous présenterons en troisième et dernière partie, un projet qui pourrait améliorer et innover la situation du tourisme culinaire dans la région.

PARTIE III :

PROJET DE CRÉATION D'UN

CIRCUIT CULINAIRE À

ANALAMANGA

3. PROJET DE CRÉATION D'UN CIRCUIT CULINAIRE À ANALAMANGA

« Ne parlez pas de l'idée de ce que, vous, vous rêvez de lui vendre ; partez de l'idée du rêve qu'il veut acheter. » (Boyer, 1982, p.213)

Promouvoir un tourisme culinaire durable, c'est agir sur le long terme sur le plan économique, socioculturel et environnemental. En effet, un projet touristique durable et équitable doit d'abord favoriser le développement économique d'une collectivité territoriale. Il doit également susciter des comportements responsables envers l'environnement socioculturel et naturel des contrées visitées. Ainsi, après avoir développé les avantages du tourisme culinaire et étudié les possibilités d'adaptation de ce type de tourisme à Analamanga, nous sommes parvenue à l'idée de créer un panel de circuits culinaires. En ayant évalué les besoins des touristes culinaires, nous avons compris qu'ils s'attendent à découvrir leur destination sous toutes ses facettes culinaires. Dès lors, il leur faut une offre qui combine de façon optimale toutes les activités qui leur permettraient de s'imprégner de la culture culinaire de leur destination. Dans cette optique, nous estimons qu'un circuit culinaire répondrait à leurs besoins, d'autant plus que les circuits touristiques associent parfaitement découvertes et loisirs. Nous verrons plus concrètement au cours de cette troisième et dernière partie de notre étude, comment mettre en œuvre ce projet de création de circuits culinaires. Pour ce faire, une première section sera dédiée à la présentation générale du projet. Nous y exposerons, entre autres, les concepts, les objectifs et résultats attendus ainsi que les promoteurs. Dans une seconde section, nous détaillerons les produits et services inclus dans les circuits proposés. Par la suite, nous établirons une étude de faisabilité qui comprendra le cadre logique du projet et ses coûts financiers. Pour terminer, nous étudierons les impacts futurs du projet en ce qui concerne les domaines économique, socioculturel et environnemental.

3.1. PRÉSENTATION GÉNÉRALE DU PROJET

La cuisine et la gastronomie sont des éléments qui enrichissent l'expérience culturelle dans le tourisme. Aujourd'hui, l'intérêt pour les produits culinaires grandit de plus en plus. Le tourisme culinaire va même au-delà de l'expérience de la fine cuisine. Il est caractérisé par toute une série d'activités autour du thème de la cuisine et des produits du terroir. Ainsi, le tourisme culinaire impose un séjour pour avoir le temps de s'imprégner, et un circuit afin d'appréhender

la richesse et les multiples facettes du territoire visité. En ce sens, la création d'un circuit permettrait tout à fait de découvrir la région d'Analamanga à travers son patrimoine culinaire.

3.1.1. Intitulé et concepts du projet

D'après les résultats que nous avons exposés dans la deuxième partie, l'attente des touristes culinaires repose principalement sur l'authenticité des produits qui leur seront proposés. D'après É. Pauchant (2000, p.14), « *la demande d'authenticité exprimée par les touristes répond au besoin identitaire exprimé par de nombreuses populations, qui investissent dans la recherche de leurs racines. Ce double mouvement de l'offre et de la demande a déjà déclenché une gigantesque vague de mesures de restauration, dans l'optique d'un tourisme durable... Dans de nombreuses régions, les habitants cultivent leurs traditions et leurs coutumes, comme leur environnement social. Ce sont des exemples de sociétés authentiques*

 ».

Ainsi, il faut que l'offre proposée aux touristes mérite vraiment le déplacement. C'est la raison pour laquelle nous avons élaboré notre projet en considérant l'attente des touristes en matière d'authenticité, de qualité ainsi que d'activités. À cet effet, nous projetons de créer un circuit touristique spécifique au tourisme culinaire. Le choix du projet se justifie dans le but de pérenniser l'activité touristique au sein de la destination Analamanga tout au long de l'année. Nous avons donc intitulé notre projet comme suit : « **Découverte d'Analamanga à travers un circuit alliant tourisme et patrimoine culinaire** ». Afin de rendre ce projet commercial, nous avons décidé d'appeler notre circuit spécialisé **Zahatsiro** qui peut se traduire par « recherche de saveurs ».

D'une part, il s'agit d'une découverte car les touristes vont se mettre au contact de la culture malagasy à travers le patrimoine culinaire. D'après notre avis personnel, un circuit est le meilleur moyen de développer le tourisme culinaire, car il permet de diversifier les expériences culinaires et gustatives. À cet effet, le circuit que nous proposons combinera différentes activités autour de la dégustation des spécialités de la région, la découverte des produits des terroirs ainsi que la visite de divers ateliers de production culinaire artisanale. D'autre part, il est question d'expérience puisque toutes ces activités permettent de saisir la culture culinaire du lieu. Le tourisme culinaire est en effet un bain de culture puisqu'en dégustant les produits locaux, le touriste adopte la culture alimentaire du lieu qu'il visite. On peut dire qu'il s'agit ici d'une expérience réellement unique et mémorable. Mais avant d'entrer plus dans les détails du projet, il est important de maîtriser le concept de « circuit ». Ainsi, nous allons commencer notre présentation générale par la définition de quelques concepts clés.

3.1.1.1. Le circuit touristique : définition

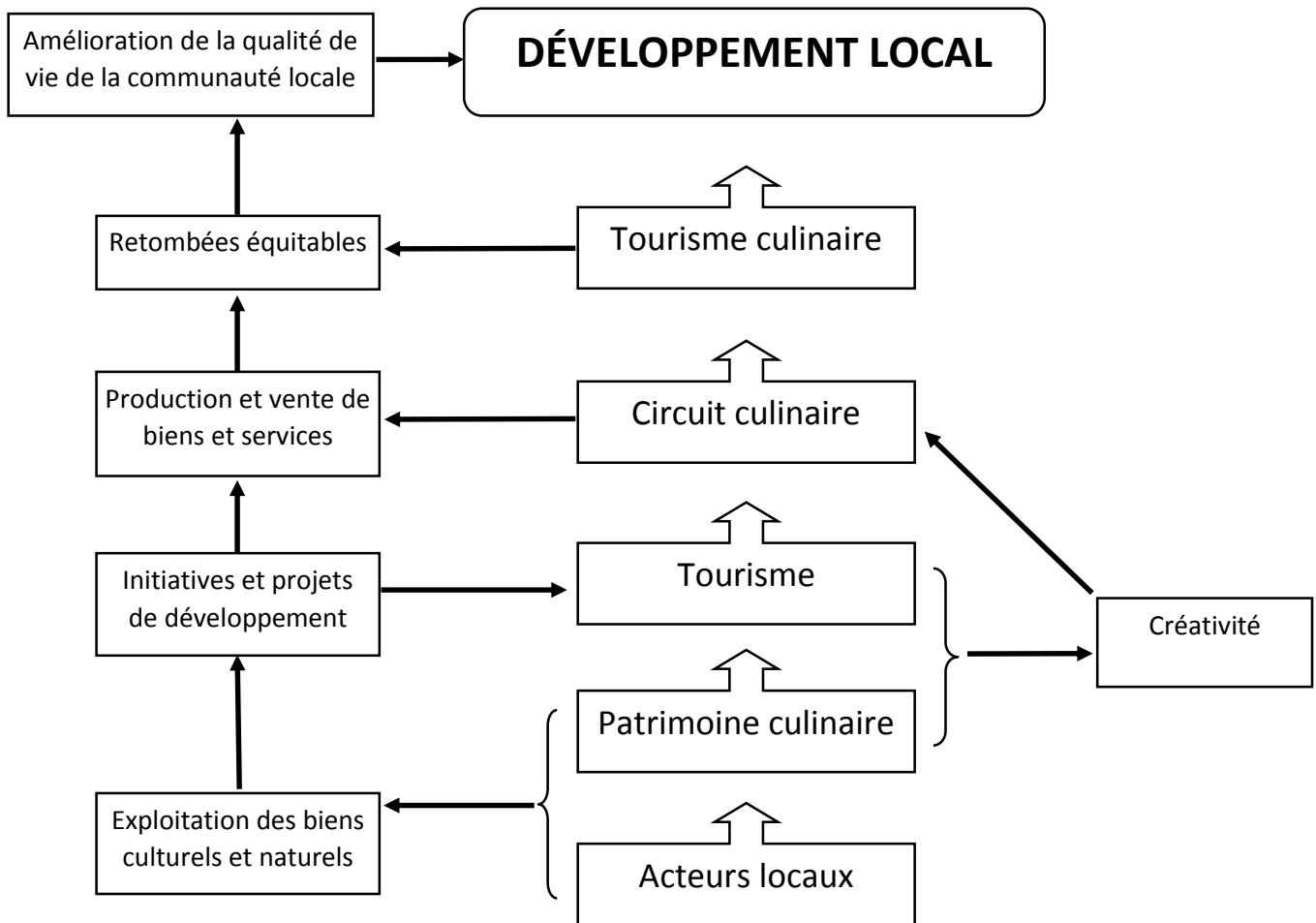
On entend par route ou circuit touristique un trajet à suivre pour atteindre une destination. Le parcours est défini et balisé avec une durée déterminée. L’itinéraire d’un circuit touristique est organisé autour de la visite de différents sites le long d’un chemin. Un circuit et une route touristique se différencient par leurs points de départ et d’arrivée. Dans une route touristique, les points de départ et d’arrivée sont différents, tandis que dans un circuit, l’itinéraire est tracé en boucle (le départ et l’arrivée se font au même point). Un circuit peut être guidé ou non. Le rôle du guide touristique est d’interpréter les différents objets qui font l’intérêt du lieu visité. L’interprétation touristique consiste à apporter de nouvelles connaissances et de nouveaux savoirs à l’endroit des touristes. Elle joue donc un rôle majeur dans la mise en tourisme d’un lieu ou de quelconque objet.

Les circuits touristiques sont généralement élaborés par les voyagistes et vendus à prix forfaitaire aux touristes. Certaines entreprises donnent également libre cours aux envies des touristes et leur laissent ainsi la possibilité de personnaliser leurs circuits. Ainsi, ils ont le choix sur les itinéraires à suivre. La distance du trajet varie considérablement que ce soit pour une route ou un circuit touristique. Selon la distance, l’itinéraire peut être parcouru à pieds, à vélo, en voiture ou autre moyen de transport. Quant aux contenus, ils dépendent du type de tourisme pratiqué par le(s) voyageur(s).

3.1.1.2. Le concept de « circuit culinaire »

Un circuit culinaire est un itinéraire tracé autour d’activités culinaires : visite de terroirs, de fabriques artisanales ou de marchés locaux, achat de produits locaux, dégustation des spécialités locales ou régionales, participation à des ateliers ou des évènements culinaires... Les circuits culinaires constituent un levier important pour la mise en valeur du patrimoine culinaire d’un territoire. Ils contribuent également au développement local dans la mesure où ils valorisent les potentiels locaux (les spécialités culinaires locales, les terroirs et leurs produits, les paysages...) et les acteurs locaux (population d’accueil, restaurateurs, artisans de produits du terroir, agriculteurs...).

Schéma 6 : Le développement local à travers le tourisme culinaire



Source : Auteur, février 2018

À travers le schéma ci-dessus, nous pouvons comprendre le processus de développement local à travers le tourisme culinaire. Les circuits constituent un des meilleurs moyens de promouvoir un tourisme culinaire durable. Praticables tout au long de l'année, ils assurent une entrée de devises permanente. Le contenu d'un circuit culinaire peut également varier de différentes façons. Par ailleurs, ces circuits spécialisés sont bénéfiques pour les producteurs locaux, car ils aident à vendre et promouvoir leurs produits. Ces producteurs peuvent être des artisans des produits de terroir, des agriculteurs ou bien encore des spécialistes du métier de bouche. Ainsi, ces producteurs en question ont la possibilité de faire connaître leurs produits à travers le tourisme culinaire. Il convient également de noter que la population d'accueil joue un rôle important dans la mise en œuvre des circuits culinaires. Celle-ci a pour responsabilité de veiller à la préservation de son patrimoine. Ainsi, elle doit faire en sorte que

les biens culturels et naturels soient exploités de façon raisonnable afin d'assurer l'héritage des générations futures.

Les circuits culinaires sont donc des outils de promotion du tourisme durable puisqu'ils prennent part au bien-être et à la satisfaction de chaque acteur local. Ils contribuent non seulement à revitaliser l'économie locale, mais aussi à dynamiser la branche socioculturelle en favorisant la préservation du patrimoine. Par ailleurs, les circuits culinaires doivent s'intégrer dans un environnement sain et structuré et ce, afin de conserver l'authenticité des terroirs et de leurs produits, afin de garantir un développement harmonieux et durable du tourisme culinaire.

3.1.2. Objectifs et résultats attendus

À partir des résultats obtenus (cf. deuxième partie de la recherche), nous avons pu identifier les forces de la région d'Analamanga en matière de tourisme culinaire. Nous allons donc valoriser cet existant à partir de ce projet professionnel. Autrement dit, le projet consiste à exploiter les éléments du patrimoine culinaire de la région de façon à créer diverses activités autour de la cuisine et des produits du terroir.

L'objectif principal du projet est de **promouvoir le tourisme durable à Analamanga par la mise en tourisme de son patrimoine culinaire**. Nous pensons qu'un circuit peut être l'outil idéal pour atteindre cet objectif, étant donné qu'il combine à la fois lieu et saveurs. La connaissance d'un lieu à travers le goût de son terroir constitue une façon originale de découvrir. En effet, la mémoire d'un touriste passe par sa bouche et tous ses sens. La « saveur » de sa destination constituera certainement un des souvenirs les plus marquants de son voyage. Autrement dit, notre attente à travers cet objectif principal est que le touriste rapporte des récits de ses expériences culinaires au moment de son retour. Ainsi, il pourrait contribuer au renforcement de la notoriété de la destination touristique culinaire Analamanga. La finalité de ce projet est donc de réussir à positionner la région Analamanga en tant que destination touristique culinaire à part entière.

Suite à cet objectif principal, des objectifs spécifiques s'imposent. Ces sous-objectifs servent à spécifier les activités à entreprendre dans la réalisation du projet. À travers ces objectifs spécifiques que nous allons présenter, nous aurons également une meilleure compréhension du concept du projet.

Tableau 9 : Objectifs et résultats attendus du projet

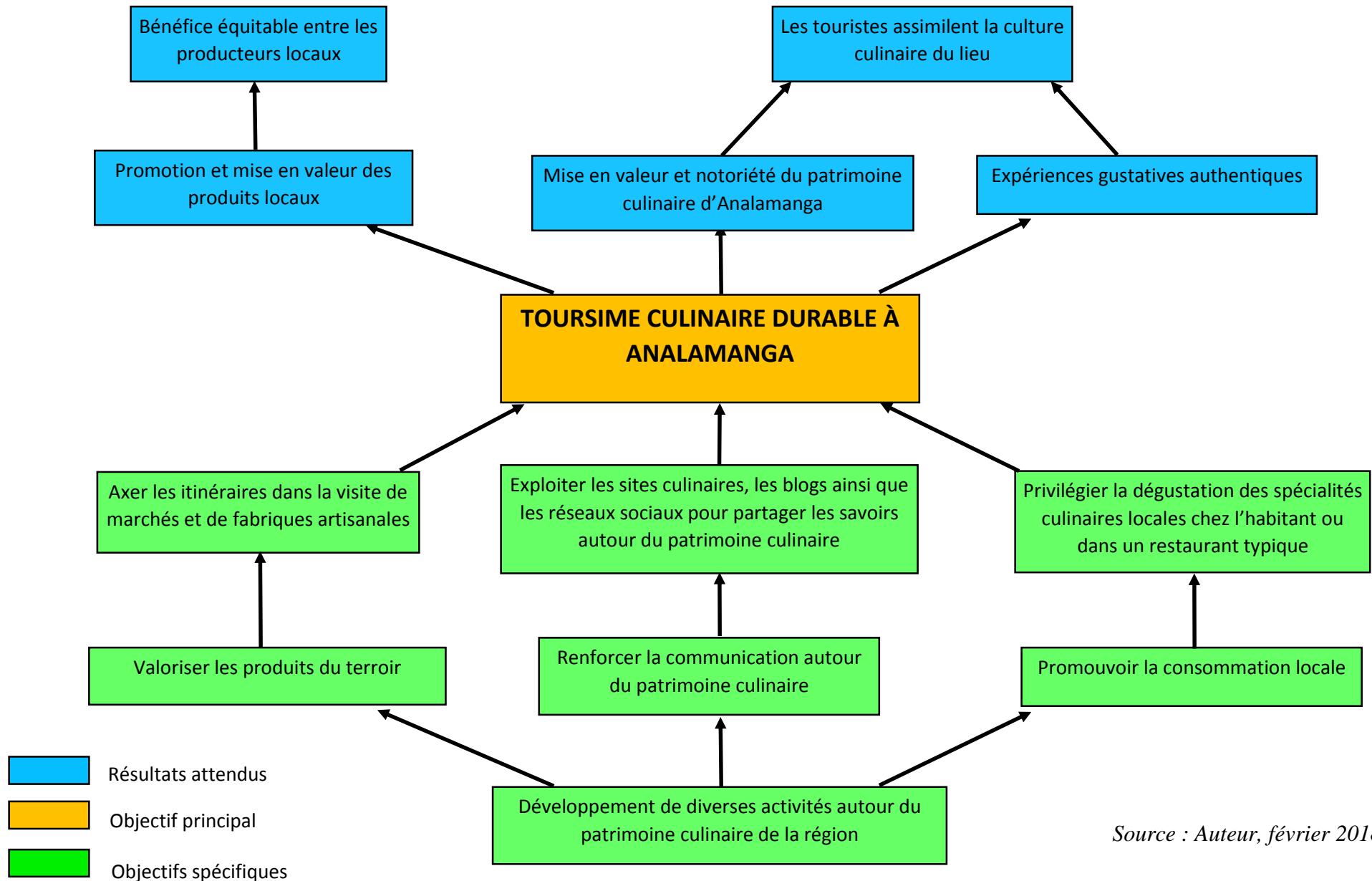
| Objectifs spécifiques (OS) | Résultats attendus (RA) | Activités |
|---|---|--|
| OS1 : Faire rayonner la culture culinaire malagasy en valorisant l'authenticité des produits et des savoir-faire culinaires locaux | RA1 : Culture culinaire malagasy reconnue et mise en valeur sur le plan touristique | -Ateliers de cuisine -Visite de terroirs |
| OS2 : Promouvoir la destination Analamanga à travers des produits qui montrent le rapport entre les hommes et un territoire, et qui racontent l'histoire et la géographie du lieu | RA2 : Compréhension, mémorisation de l'histoire des lieux visités par le biais des produits consommés par les touristes | -Visite d'un site historique - Dégustation de la (ou des) spécialité(s) culinaire(s) qui a/ont fait la renommée du lieu |
| OS3 : Promouvoir la l'acquisition et la consommation de produits alimentaires issus des entreprises locales au cours de l'itinéraire | RA3 : Partage équitable des retombées économiques du tourisme culinaire entre les bénéficiaires | - Organiser des visites et dégustations culinaires à travers le circuit établi -Visite d'entreprises locales spécialisées dans l'artisanat ou la transformation alimentaire |

Source : Auteur, janvier 2018

Nombreux sont les résultats attendus à l'issue de notre projet. Nos objectifs reposent principalement sur les principes du tourisme durable. Par rapport aux problèmes identifiés, nous estimons qu'il est prioritaire de mettre le patrimoine culinaire en valeur pour qu'il soit connu, maîtrisé et préservé au niveau de la localité. En effet, le tourisme culinaire ne concerne pas uniquement les touristes étrangers mais également les touristes nationaux, étant donné que ceux-ci sont censés mieux identifier leur patrimoine. Ainsi, ils doivent être les premiers à être sensibles à la découverte et à la préservation de leur patrimoine culinaire. Un des objectifs de notre projet est donc aussi de faire connaître la cuisine malagasy⁴¹ aux touristes et à la population de la Grande Île.

⁴¹ Fait référence à la cuisine de la région

Schéma 7 : Arbre des objectifs



Source : Auteur, février 2018

L’arbre des objectifs présenté précédemment montre les différents objectifs à atteindre dans la promotion du tourisme culinaire à Analamanga. Le circuit que nous allons développer servira donc de levier pour concrétiser les résultats attendus. Le circuit culinaire que nous proposons combinera à cet effet diverses activités conçues autour du patrimoine culinaire de la région. La finalité attendue du projet est que le patrimoine culinaire d’Analamanga soit mis en valeur sur le plan touristique. Ainsi, l’attractivité de la destination sera garantie par l’unicité de son patrimoine culinaire. Dans cette optique, la découverte de la cuisine et des produits locaux constitueront un motif de déplacement à part entière.

Pour résumer, notre projet est une réelle innovation pour le tourisme à Analamanga. Cependant, sa réalisation nécessite la collaboration de différents acteurs. En effet, la mise en œuvre d’un circuit ne dépend pas uniquement des opérateurs touristiques. Différentes parties prenantes sont impliquées en raison de la diversité des produits et services que peuvent contenir le circuit touristique en question.

3.1.3. Présentation de l’entreprise et des promoteurs

Notre projet sera lancé par une association spécialisée dans la promotion du tourisme culinaire à Madagascar. Pour concrétiser le projet, cette association s’alliera avec divers acteurs du secteur public et privé. La participation locale sera également mobilisée pour assurer le développement durable et harmonieux du tourisme. Afin, d’identifier les acteurs concernés et définir leurs rôles respectifs, nous allons consacrer cette section à la présentation des promoteurs du projet.

3.1.3.1. L’opérateur du projet Zahatsiro

L’entreprise initiatrice du projet est l’association Madagascar Food Tourism Association (M.F.T.A.). Il s’agit d’une association que nous allons mettre en place pour promouvoir le tourisme durable à travers la voie culinaire au sein de la Grande Île. La promotion d’Analamanga en tant que destination touristique culinaire sera la première mission de l’association. Nous avons choisi de dénommer l’association en anglais pour lui assurer une meilleure visibilité et optimiser ainsi les collaborations sur le plan international.

Dans le cadre juridique malagasy, « *l’association est la convention par laquelle deux ou plusieurs personnes mettent en commun, d’une façon permanente, leurs connaissances ou leur*

activité dans un but autre que de partager des bénéfices »⁴². Elle est régie, quant à sa validité, par les principes généraux du droit applicable aux contrats et obligations. MFTA est une entreprise à but non lucratif. Le but de l'association est de promouvoir un tourisme culinaire durable à travers la création de produits touristiques, tels les circuits spécialisés et les évènements culinaires. MFTA agira également en faveur de la préservation du patrimoine culinaire malagasy par le biais de formations, ateliers de cuisine, conférences... Toutefois, il faut comprendre que l'association organise des activités à but lucratifs exclusivement dans le but d'aider les populations locales à bénéficier pleinement des retombées économiques du tourisme.

MFTA comprendra un organigramme bien structuré, dont à sa tête, un président fondateur qui jouera le rôle de médiateur entre les différents membres de l'association. Le siège social de l'association se situera en centre-ville (Antananarivo) pour une meilleure visibilité et accessibilité. L'adresse exacte reste encore à définir une fois l'association créée.

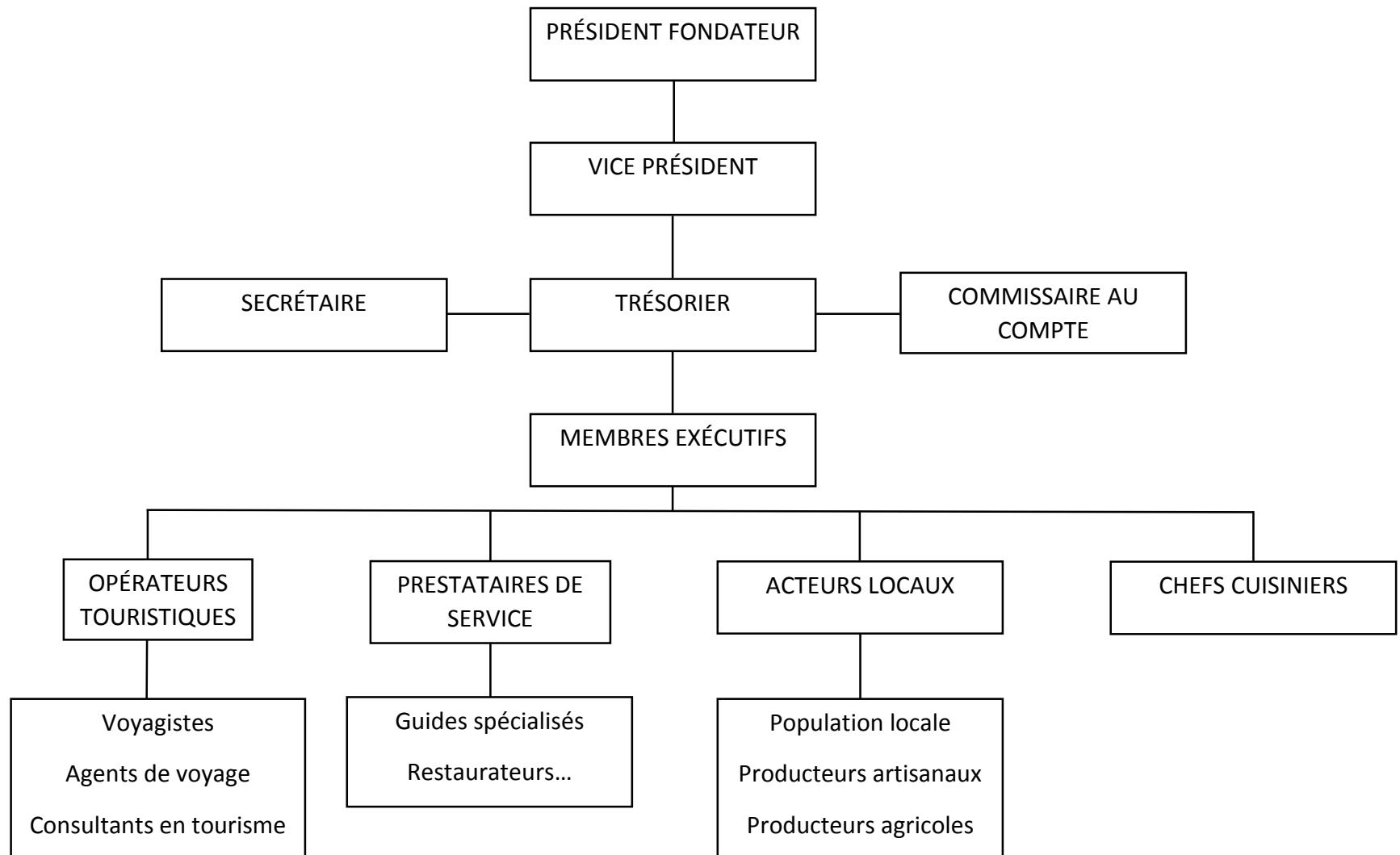
Par ailleurs, MFTA privilégiera énormément la participation locale dans la promotion du tourisme culinaire. Pour ce faire, elle se basera sur les principes de l'empowerment⁴³. Il s'agit d'une approche servant à mobiliser l'individu dans la prise en charge de son avenir sur tous les plans (économique, social, professionnel...). En d'autres termes, l'empowerment consiste à augmenter le pouvoir d'agir des personnes et des groupes. À travers cette approche, l'association compte aider la population locale à prendre conscience de la valeur de son patrimoine culinaire et agir en fonction de cela. Ainsi, la population locale participe au progrès et profite de ses fruits.

Le schéma que nous présentons ci-après représente la structure interne de l'organisation. L'association constituera une équipe polyvalente puisqu'elle regroupera divers représentants des secteurs tourisme, agriculture, restauration... Le but de l'association est donc de faire collaborer ces différentes entités afin de promouvoir le tourisme culinaire de manière durable. Ainsi, même en agissant dans des secteurs différents, les acteurs concernés peuvent concilier leurs actions à travers un même objectif. Nous pouvons alors dire que la promotion d'un tourisme culinaire durable constitue un système complexe.

⁴² Ordonnance N°60-133 portant régime général des associations

⁴³ Terme anglais issu de *power* qui signifie « pouvoir »

Schéma 8 : Organigramme de l'association



Source : Auteur, février 2018

Les entités mentionnées à travers le schéma précédent constituent les principaux acteurs de la promotion du tourisme culinaire à Madagascar, que ce soit au niveau local, régional ou national. Le choix de ces représentants se justifie dans la nécessité de favoriser la diversité des savoir-faire et connaissances en matière de tourisme et de patrimoine culinaire. En ayant ces représentants comme membres permanents dans l'association, le partenariat avec les différents secteurs concernés sera facilité.

Dès lors, pour atteindre les objectifs du projet *Zahatsiro*, MFTA aura également besoin de collaborer avec différents partenaires publics et privés.

3.1.3.2. Les partenaires du projet

Le projet *Zahatsiro* est un circuit touristique spécialisé dans la découverte des spécialités culinaires locales et des produits du terroir. À titre d'initiateur, MFTA a pour rôle d'élaborer le concept et le contenu du projet ; mais en ce qui concerne la mise en œuvre, l'association devra s'allier avec différents acteurs. À cet effet, les premiers acteurs concernés sont les **prestataires de service**, à l'instar des guides touristiques, les locateurs de voitures et les services d'hébergement.

Les guides touristiques concernés sont des guides spécialisés, c'est-à-dire des techniciens qui maîtrisent à la fois le lieu et la culture culinaire qui y est rattachée. Ces guides en question devront encore être formés en vue de renforcer leurs capacités à interpréter correctement le patrimoine culinaire du territoire aux touristes. Ils devront également avoir une bonne connaissance de la relation entre lieu et saveurs afin de marquer l'authenticité du patrimoine culinaire présenté. La formation de ces guides spécialisés sera assurée par des professionnels de guidage et des experts en matière de cuisine et produits du terroir. À la fin de leur formation, ces guides devraient être capables de fournir les connaissances nécessaires sur les produits typiques et leur rattachement au territoire (histoire, culture...).

Le partenariat avec des **locateurs de voiture** est aussi important dans le lancement de ce projet, étant donné que l'itinéraire du circuit est programmé sur de longues distances. Les touristes vont être amenés à parcourir toute la région Analamanga en fonction des intérêts culinaro-touristiques que présentent la destination. Sur ce même point s'aligne la collaboration avec les services d'hébergement. Les maisons d'hôtes et les gites d'étape sont les principaux concernés, étant donné le déplacement fréquent des touristes durant leur séjour culinaire. L'hébergement chez l'habitant sera également mis en perspective pour rendre l'expérience

touristique encore plus authentique. Ainsi, les touristes pourront découvrir de près la culture culinaire locale.

Les **producteurs locaux** sont également concernés dans le lancement du circuit *Zahatsiro*. Ce sont notamment les agriculteurs et les artisans des produits de terroirs. Ces producteurs jouent un rôle important dans la mesure où ils garantissent l'existence des produits locaux. Ils sont donc les ambassadeurs du terroir. C'est la raison pour laquelle partir à leur rencontre constitue un des motifs du tourisme culinaire. Les restaurateurs font également partie des acteurs locaux à considérer. Nous insèrerons dans le circuit la visite des meilleures tables de la région afin d'amener les touristes à la rencontre de la gastronomie malagasy et de ses fervents artistes.

Au niveau public, les **autorités locales** tels les *fokontany*⁴⁴ et les communes sont les premières à mobiliser. En tant que représentants de l'État, ces entités publiques doivent appuyer toute forme d'aide au développement local, quel que soit le domaine d'intervention. Dans notre projet, les autorités en question sont celles qui sensibiliseront et mobiliseront les populations locales à développer l'agriculture. Cela permettrait d'assurer la pratique du tourisme culinaire à long terme. En effet, le secteur rural est l'environnement clé du tourisme culinaire.

Par ailleurs, l'aval des autorités locales est indispensable pour la réalisation du circuit. En effet, sans leur accord, aucun aménagement ne pourrait être effectué. Les autorités locales doivent être également averties des activités touristiques au sein de leurs territoires pour une mesure de sécurité. Ainsi, elles pourront aider à renforcer la garde aux alentours des sites touristiques (au niveau des marchés locaux par exemple).

Parmi les partenaires techniques, l'**ORTANA** nous sera d'une aide précieuse dans la promotion du circuit. L'office régional pourrait apporter son aide au niveau de la formation des guides spécialisés dans le tourisme culinaire. Promouvoir le circuit à travers l'**ORTANA** est aussi une manière de briser les stéréotypes qui subsistent dans l'idée qu'Analamanga n'est qu'un lieu de transit ou que les activités touristiques dans la région ne méritent pas tout un séjour.

Sur le plan financier, le partenariat avec des **investisseurs** est nécessaire pour mettre en place les infrastructures nécessaires à la réalisation du circuit. En tant qu'association à but non lucratif, MFTA ne pourra pas s'appuyer sur son fonds de caisse pour financer la totalité des

⁴⁴ Plus petite division territoriale à Madagascar (synonyme de « quartier » en français)

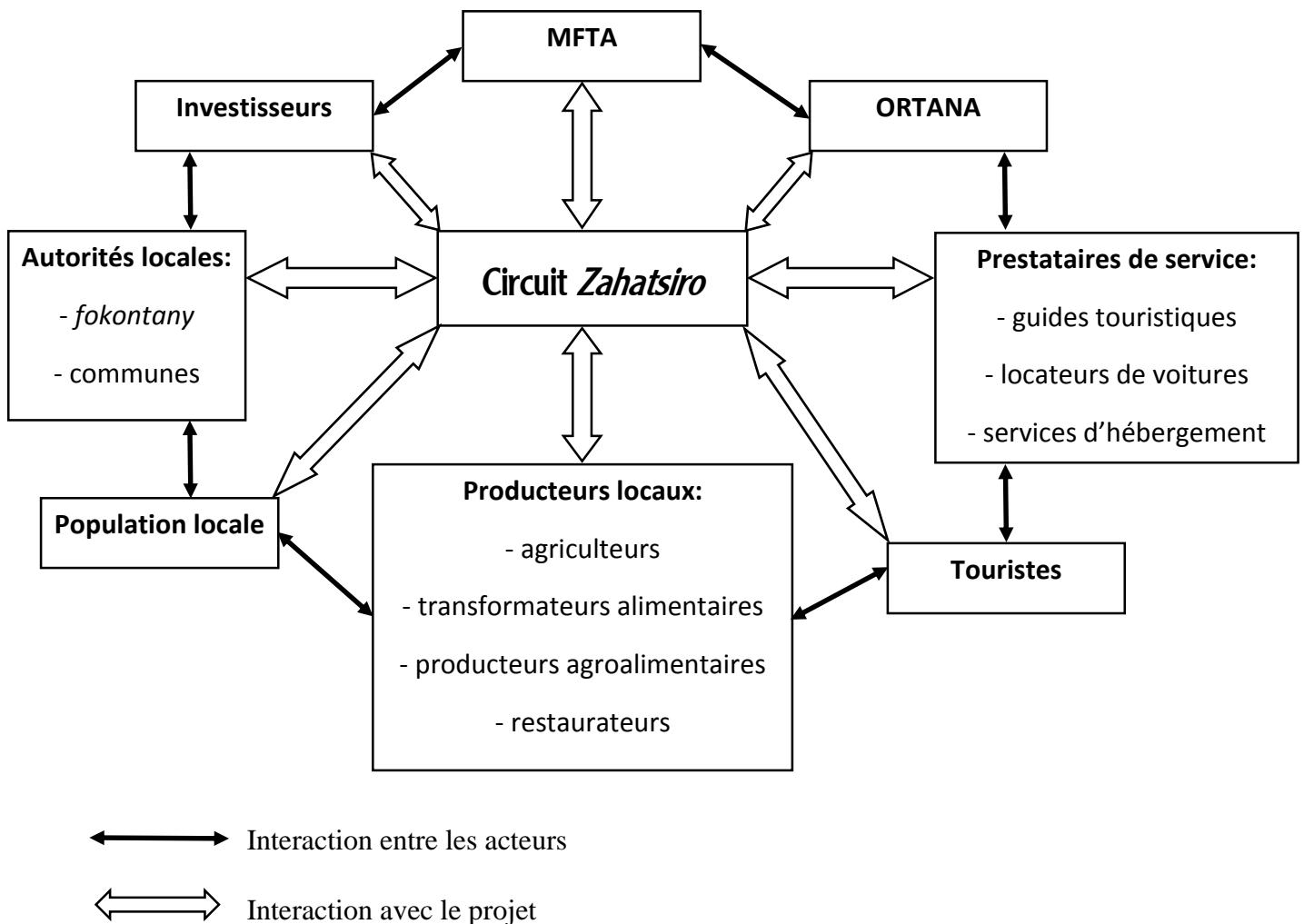
moyens à mettre en œuvre. Les infrastructures en question concernent les aménagements sur les routes du circuit : panneaux d'indication, panneaux d'affichage (interprétation touristique des lieux et de leur patrimoine culinaire). Des travaux d'aménagement s'imposent également pour rendre possible l'accueil chez l'habitant. Les foyers d'accueil seront choisis en fonction de leur intérêt pour la cuisine traditionnelle locale. L'association se chargera de mener des enquêtes et observations sur leur manière de préparer le repas et de se le partager. Ainsi, les foyers dont la culture culinaire se rapproche le plus de l'authentique seront choisis et formés pour recevoir les touristes. MFTA, par le biais des fonds d'investissement, se chargera d'améliorer les infrastructures d'accueil. Les aménagements ou rénovations se feront notamment au niveau des chambres d'invités et des salles de bain. Ces travaux sont nécessaires en vue d'offrir ce que le minimum de confort que méritent les touristes.

La nécessité de tous ces acteurs nous aide à comprendre que la promotion du tourisme culinaire à travers un circuit spécifique constitue tout un système. Il nous est donc indispensable de maîtriser ce système afin de concilier les objectifs et actions de chaque partie prenante dans la mise en œuvre du projet.

3.1.4. Systémique du projet

On entend le plus souvent par « système » un ensemble d'éléments qui s'articulent et interagissent non seulement entre eux, mais également avec leur environnement. La systémique est donc, d'une manière générale, l'étude d'un système. D'après Joël de Rosnay (1975), « *un système est un ensemble d'éléments en interaction dynamique, organisé en fonction d'un but* ». En matière de tourisme, la systémique a l'avantage de fournir un cadre théorique permettant d'analyser le secteur comme un système social complexe. Par rapport à notre projet, l'approche systémique aide à comprendre l'interdépendance entre les acteurs concernés.

Schéma 9 : Carte des acteurs



Source : Auteur, février 2018

Le schéma ci-dessus identifie les acteurs concernés et illustre leur relation entre eux ainsi qu'avec le projet. Nous pouvons comprendre à partir de cette illustration que le circuit constitue un système complexe. Étudié dans sa globalité, ce système démontre que ses éléments sont entièrement interdépendants. Chaque acteur a son rôle spécifique, mais tous ont en commun l'objectif de réaliser le circuit et de promouvoir ainsi le tourisme culinaire à Analamanga.

En tant qu'initiateur du projet, notre rôle est d'intervenir entre tous ces acteurs afin de les orienter vers le même objectif. Pour ce faire, il nous faut mettre en place des outils de concertation, de mobilisation et de coopération entre ces différentes entités. Ces outils serviront à faire part du rôle et de l'importance de chaque acteur dans la mise en œuvre du projet. Autrement dit, le but est de faire impliquer consciemment chaque acteur.

Suite à cette identification des acteurs, nous allons développer le contenu du projet. Nous détaillerons, entre autres, les produits et services inclus dans le circuit.

3.2. CONTENU DU PROJET

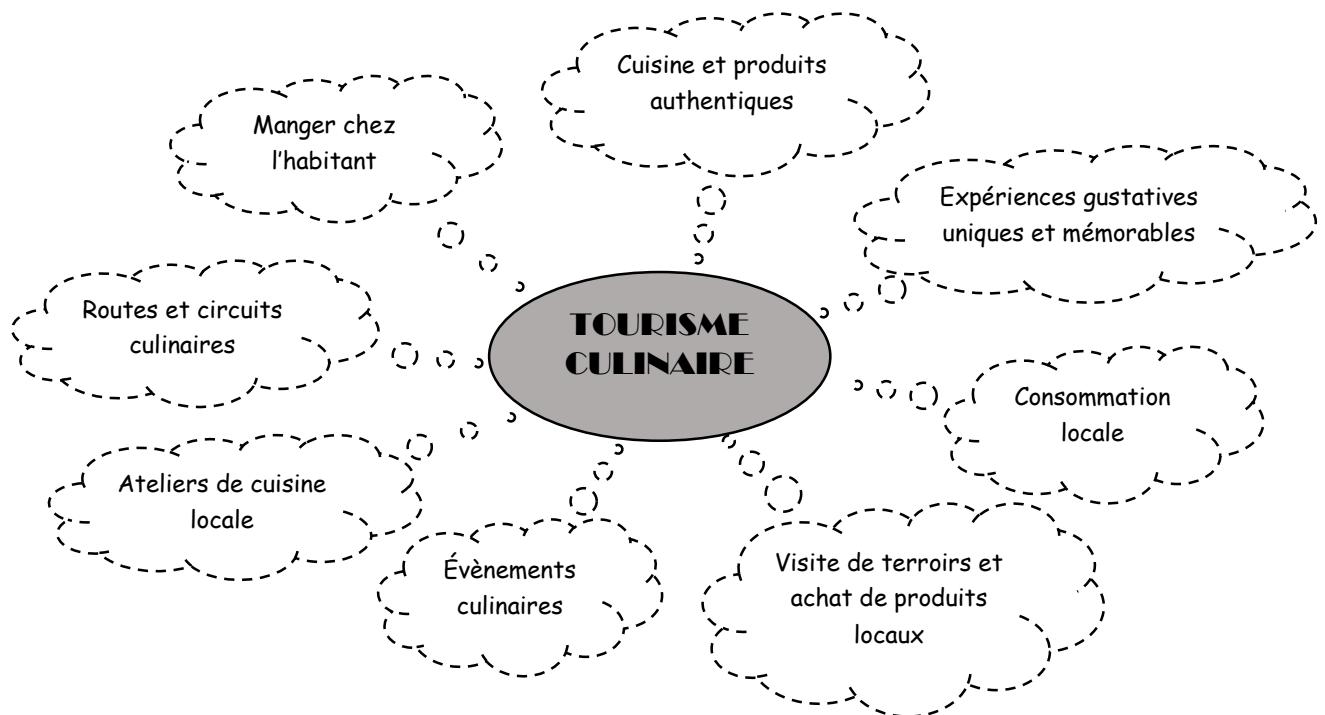
La réussite d'un circuit touristique dépend premièrement de la pertinence des produits que l'on souhaite mettre en valeur vis-à-vis du client. En second lieu viennent toutes sortes de critères comme la qualité de l'animation au cours de l'itinéraire, l'efficience des moyens de promotion, l'équilibre entre les retombées économiques pour chaque producteur... À travers les produits que nous allons détailler, nous démontrerons donc en quoi notre projet est intéressant. Cependant, avant de procéder aux descriptions techniques, il convient de revenir brièvement sur la présentation du domaine d'activité et du site d'implantation du projet.

3.2.1. Le domaine d'activité

L'objectif principal de ce projet est de promouvoir le tourisme durable à Analamanga à travers la valorisation de son patrimoine culinaire. En ce sens, le tourisme culinaire est une sorte de porte qui ouvre un chemin vers le développement durable du tourisme. Ce projet de créer un circuit spécialisé se rapporte donc principalement au domaine du tourisme culinaire, mais aboutit vers le tourisme durable. Notons qu'un tourisme qui adopte des pratiques de consommation et de production durables peut jouer un rôle significatif dans l'accélération de la conversion vers la durabilité.

Le tourisme culinaire associe parfaitement environnement, culture et économie dans la mesure où il met le patrimoine culinaire en valeur de façon durable et responsable. L'expérience culinaire ne se rapporte pas uniquement ou forcément à la cuisine haut de gamme. Le but est de « manger vrai » afin de rendre cette expérience unique et mémorable, comme le décrit la World Food Travel Association (WFTA). Les touristes culinaires sont donc à la recherche d'une personnalité dans la cuisine qu'ils goûtent. Manger local est aujourd'hui considéré comme une des meilleures manières de découvrir une destination, parvenir à une nouvelle perspective et rencontrer des gens. L'authenticité de l'expérience est donc celle qui fait accroître progressivement la demande en matière de tourisme culinaire de nos jours.

Schéma 10 : Les représentations autour du tourisme culinaire



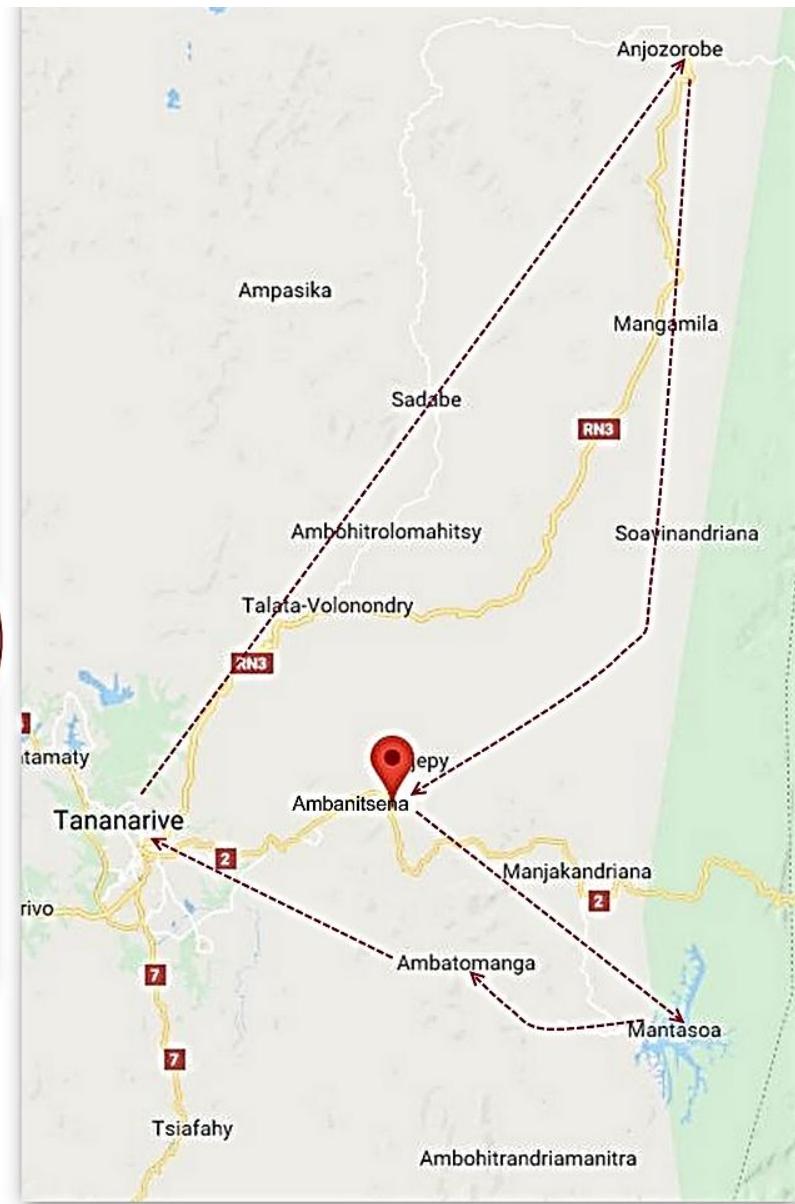
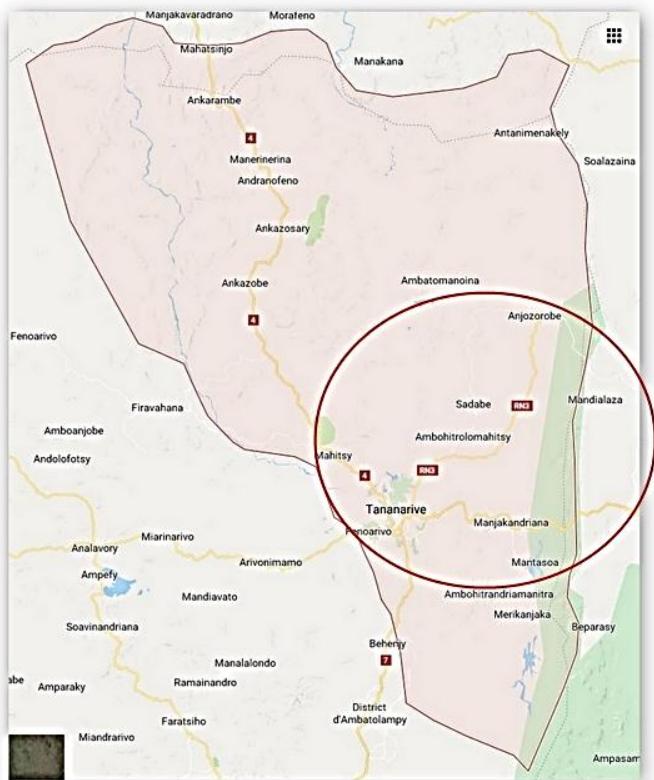
Source : Auteur, février 2018

En ce sens, le tourisme culinaire combine toute une série d'activités visant à se rapprocher le plus de l'authentique. En vérité, toutes ces activités qui représentent le tourisme culinaire peuvent être combinées à travers un circuit, ce qui est justement l'idée de notre projet.

3.2.2. Implantation du projet

Le circuit se réalisera à Analamanga, et plus précisément à Antananarivo, sur l'axe RN2 et l'axe RN3. Le choix de ces axes se justifie dans l'intérêt culinaro-culturel qu'ils représentent. Ainsi, notre circuit s'effectuera en quatre jours consécutifs. Le premier jour sera dédié à la découverte de la capitale à travers la gastronomie. Les deux jours suivants, les touristes découvriront les richesses culinaires situées sur l'axe RN3, c'est-à-dire partant d'Antananarivo vers Anjozorobe. Au quatrième jour, les touristes se régaleront en découvrant les gourmandises du district de Manjakandriana sur la RN2.

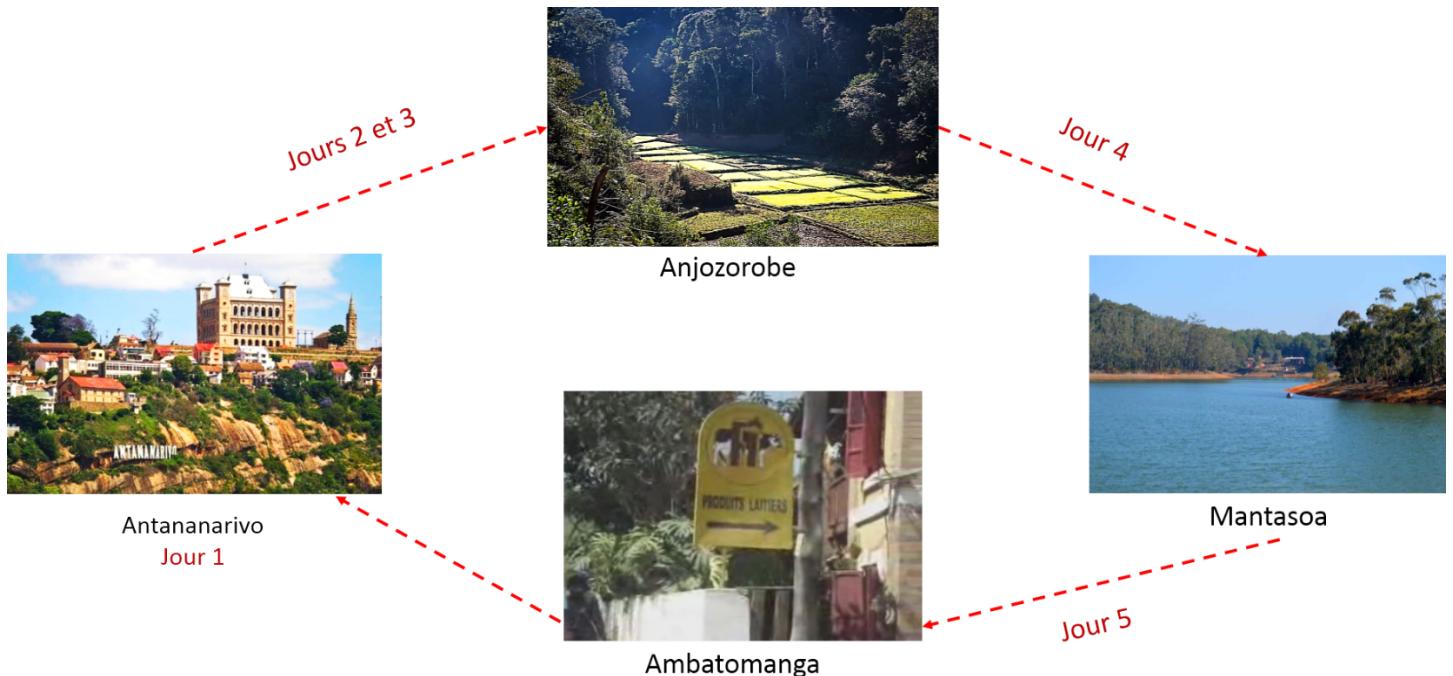
Carte 3 : Repérage des axes du circuit



Source : Auteur, mars 2018

D'après le schéma suivant, la réalisation du circuit *Zahatsiro* prendra au total cinq jours, incluant le retour à Antananarivo (point de départ).

Schéma 11 : Organisation de l'itinéraire du circuit



Source : Auteur, mars 2018

Le patrimoine culinaire d'Analamanga peut être représenté à travers les spécialités et produits culinaires de ces contrées. Antananarivo, par exemple, est d'une certaine manière le berceau de la gastronomie merina. L'axe RN3 est caractérisé par l'agriculture. On peut constater, le long du chemin, différents paysages de nature et de cultures (rizières, champs, potagers...). Ainsi, il existe également bon nombre de marchés populaires qui constituent des sites idéals pour le tourisme culinaire. De plus, il est inconcevable de découvrir Analamanga à travers son patrimoine culinaire sans visiter la capitale du koba qui se trouve justement sur cet axe. Le district de Manjakandriana est présent également des spécificités culinaires favorables à la promotion du tourisme culinaire. Les conditions géographiques et climatiques de cette région font de l'agriculture et de l'élevage les principales occupations de la population locale. Grâce à l'élevage bovin, les habitants locaux peuvent se vanter des produits comme le fromage ou encore les fameuses « saucisses gasy ». Dès lors, nous pouvons dire que le choix des axes du circuit est tout à fait stratégique.

Dans la section qui suit, nous continuerons à justifier le choix de l'itinéraire en nous focalisant sur les différents produits et services spécifiques qui agrémenteront le circuit.

3.2.3. Description des produits et services rattachés

Les produits sont à la base de l'expérience culinaire. Leur authenticité, tout comme la qualité d'accueil, est très importante pour assurer la satisfaction des touristes. Il ne s'agit pas de créer des offres gastronomiques de toutes pièces, mais plutôt d'attirer des visiteurs à participer à la réalité culturelle de la destination à travers sa cuisine, ses produits locaux et les services et/ou activités qui l'entourent.

Tableau 10 : Les produits rattachés au circuit

| | Thème | Produits |
|--------|---|---|
| Jour 1 | « La gastronomie tananarivienne : entre histoire et saveurs » | - Marché local - Musées - Tour de ville - Restaurants |
| Jour 2 | « De ville en campagne » | - Randonnée pédestre - Atelier culinaire |
| Jour 3 | « Les terroirs d'Anjozorobe » | Visite de terroirs |
| Jour 4 | « Les trésors culinaires de Manjakandriana » | - Fabrique artisanale - Ressources halieutiques - Street food |
| Jour 5 | « Retour à Tanà : séance <i>voandàlana</i> » | Achat de produits locaux |

Source : Auteur, février 2018

Jour 1 : La gastronomie tananarivienne : entre histoire et saveurs (circuit pédestre)

Il s'agit d'un tour de ville à travers lequel les touristes découvriront la gastronomie d'Antananarivo. Bien que la recherche de qualité ne soit pas prioritaire en matière de tourisme culinaire, il est important de faire connaître tous les aspects de la culture culinaire de la région aux touristes. De plus, il est inconcevable de séjourner à Analamanga sans découvrir la métropole. Ainsi, le thème de découverte portera notamment sur la gastronomie, étant donné que les meilleures tables de la région s'accumulent dans la Ville des Mille.

L'on donnera donc comme point de départ le quartier d'Analakely, qui est le centre-ville. L'escapade gourmande débutera par la visite du marché du Zoma. Les touristes pourront ainsi se familiariser avec les produits locaux et découvrir l'origine du contenu de leurs assiettes. On commencera par admirer les fruits et légumes frais qui arborent les étalages du marché. On essayera de capter particulièrement l'attention des touristes vers les produits typiques et saisonniers du pays. Par la suite, nous nous faufilerons entre les pavillons d'Analakely pour découvrir les points d'approvisionnement en viande et poissons, sans oublier les points de vente d'épices en tout genre.

Photo 8 : Le marché du Zoma (Analakely)



Source : weekend.levif.be, 2017

Le marché du Zoma⁴⁵ (Analakely) est une véritable fourmilière au quotidien. Le lieu est constamment animé, car les Tananariviens viennent toujours y faire leurs emplettes journalières. Le marché du Zoma est également le site d'approvisionnement des plus grands restaurants de la capitale.

Suite à ce bain de foule, on entrera dans une ambiance plus calme au musée archéologique du Tahala Rarihasina. Cette visite est bénéfique pour enrichir la connaissance en

⁴⁵ *Zoma* signifie « vendredi ». Le *zoma* était autrefois le jour du marché, mais aujourd’hui la foire se tient tous les jours à Analakely (centre-ville de la capitale malagasy).

ce qui concerne l'histoire culinaire des Malagasy. L'activité comprendra, entre autres, la découverte des ustensiles de cuisine utilisés autrefois, ainsi que les restes d'ossements qui retracent l'origine de l'alimentation carnée chez la population merina.

À l'heure du déjeuner, les touristes seront encore transportés au cœur de l'histoire en dégustant le fameux *Tatao* ou les sept plats royaux au Radama Hotel. L'expérience gustative sera effectivement aussi unique que mémorable.

Après ce déjeuner copieux, on se dégourdira l'estomac en arpantant les hauteurs de la capitale. On emmènera les touristes visiter les lieux historiques qui ont marqué l'histoire gastronomique du pays merina. Ainsi, ils découvriront le palais de la Reine et celui d'Andafiavaratra, lieux dans lesquels se sont tenus bon nombre de banquets diplomatiques durant l'époque royale. L'arrivée des étrangers (notamment des Européens) à Madagascar a considérablement influencé la culture culinaire malagasy. Cette interculturalité se manifeste effectivement dans les assiettes, puisqu'aujourd'hui, les produits comme le foie gras, le vin et le pain font partie intégrante des éléments de la gastronomie malagasy. L'époque royale est également celle où de nombreuses recettes célèbres ont été créées (à titre d'exemple le *Varanga mialin-taona*, le *romazava*, le *ravin-toto*...). Les touristes pourront donc mieux appréhender les choix gastronomiques merina suite à ce bain d'histoire.

La journée sera clôturée par un agréable dîner à la table d'hôtes « Chez Mariette » sise à Faravohitra. Ce sera un moment des plus privilégiés puisque les touristes seront servis par l'icône du *Haify malagasy* en la personne de Mariette Andrianjaka. Les convives auront droit à un menu spécial concocté par le chef, qu'on aura bien préalablement commandé.

Jour 2 : De ville en campagne (circuit en voiture)

Le circuit se poursuivra sur l'axe RN3 avec la découverte du street food malagasy. La journée débutera avec un petit déjeuner traditionnel à Ankadifotsy, dans une des fameuses échoppes du quartier. Au menu : pâtisseries typiques et infusions. Les touristes auront un large choix quant aux délices qu'ils veulent goûter : mofogasy, ramanonaka, menakely, mofoakondro... Tout cela accompagné d'une bonne tasse chaude de café, de lait, de thé ou de thé-cao (infusion au cacao) comme le disent les Malagasy.

Photo 9 : La pâtisserie traditionnelle malagasy



Les traditionnels mofogasy

*Les ramanonaka ou mofosira
(galettes salées)*

*Les menakely (donuts à la
malagasy)*

Source: Clichés de l'auteur, février 2018

Par la suite, les touristes se rendront à la société SOCOBIS à Anjanahary. Il s'agit d'une des biscuiteries dont les produits sont les plus réputés à Madagascar. Dès lors, la visite de cette « industrie du goûter » s'impose. Ce sera une occasion pour les touristes de découvrir et déguster les différentes gammes de produits de SOCOBIS. Ils pourront également se gâter en acquérant quelques gourmandises pour la route.

Après cette visite industrielle, on gagnera immédiatement la commune rurale d'Ilfy. Cette commune est le site idéal pour découvrir le monde rural malagasy. En effet, l'occupation de la population locale repose principalement sur l'agriculture et l'élevage. Les principales productions agricoles d'Ilfy sont le riz, le maïs, les légumineuses en tout genre (petits pois, haricots et voanjobory). Ce sera donc l'occasion de rencontrer des fermiers et de sillonnaux les terres agricoles à pied. À midi, les touristes se feront un plaisir de déguster la cuisine du terroir chez l'habitant.

Après cette expérience authentique, on reprendra la route pour rejoindre la commune de Talatavolonondry ou le pays du koba. Au programme : atelier culinaire avec le meilleur artisan du koba. Les touristes se retrousseront donc les manches pour mettre la main à la pâte. Ce sera là encore, un moment privilégié puisque la recette traditionnelle et authentique du koba sera révélée au grand public.

Photo 10 : Préparation du koba



Source : Cliché de l'auteur, février 2018

Cette image montre la préparation de la pâte du koba. Ce mélange poudreux est composé de farine de riz, de cacahuètes pilées et de sucre. Le tout est versé sur une moule en feuille de banane qu'on ligotera en papillote pour une cuisson à la vapeur pendant trois jours et trois nuits. L'atelier de préparation du koba se terminera en beauté avec une séance de dégustation des produits préparés à l'avance.

Pour terminer la journée, les touristes seront accueillis chez l'habitant pour dîner et passer la nuit. Ce sera une opportunité de se baigner dans l'ambiance typique du *takariva amorom-patana* (« soirée au bord du feu »).

Jour 3 : Les terroirs d'Anjozorobe

Les touristes reprendront la route à la première heure après avoir pris un petit déjeuner traditionnel chez l'habitant. La découverte commencera par la visite de la réserve naturelle d'Angavo-Anjozorobe.

Photo 11 : Splendeur de la réserve d'Angavo-Anjozorobe



Source : medias.photodeck.com, 2017

Sur l'image ci-dessus, on peut apercevoir un joli paysage de rizières bordé par une forêt verte. Notons que le site d'Angavo-Anjozorobe possède un potager qui est idéal pour le tourisme culinaire.

La visite de la réserve sera suivie d'une session de cuisine, durant laquelle le partage de savoir-faire sera privilégié. Les touristes auront droit à un espace aménagé en plein air pour réaliser leurs performances culinaires en compagnie d'experts locaux. On laissera donc libre cours à leurs inspirations pour concocter le repas du midi. L'après-midi sera une séance quartier-libre. Ainsi, les voyageurs pourront se reposer, se promener aux alentours de la réserve, s'échanger avec les habitants ou prendre des photos avant de rejoindre un gîte d'étape pour passer la nuit.

Jour 4 : Les trésors culinaires de Manjakandriana

Pour le quatrième jour, on met le cap sur l'est. L'escapade gourmande débutera à Ambanitsena après quelques heures de route en voiture. Ce sera le moment de déguster les fameux *saosisy gasy* qui font la réputation de la région. On profitera de l'instant pour déguster

d’autres en-cas typiques comme les *mofoanana* (beignets de légume) ou les *mofosakay* (beignets au piment).

Photo 12 : Les fameuses saucisses d’Ambaritsena



Source : Cliché de l'auteur, février 2018

L’itinéraire se poursuivra à Mantasoa, un des sites touristiques les plus prisés de la région Analamanga. On y passera l’après-midi à travers une séance de pêche sur son grand lac. Les touristes pourront également se promener à cheval pour découvrir les terroirs locaux. On couronnera la soirée avec un *barbecue party* par lequel les produits de la pêche seront mis à l’honneur. La nuit, les touristes profiteront d’un agréable camping au bord du lac.

Jour 5 : Retour à Tanà : séance voandàlana

De retour d’un long voyage, les Malagasy ont pour coutume de rapporter des *voandàlana*. Traduit littéralement par « fruit de la route », ce terme désigne les produits que l’on acquiert au retour d’un voyage. Il s’agit généralement de fruits et de légumes, mais on peut aussi rapporter du miel, du poisson séché ou encore des produits artisanaux. Le dernier jour du circuit Zahatsiro sera donc dédié à l’achat de produits locaux en guise de *voandàlana*.

On n’oubliera pas de faire un tour à la célèbre fromagerie d’Ambatomanga. Gérée par la coopérative Fy⁴⁶, cette entreprise locale fabrique toutes sortes de produits laitiers. Ce sera

⁴⁶ Association d'éleveurs de vaches laitières et de paysans

donc une occasion de visiter la fabrique, d'acheter et déguster ses produits. L'achat de *voandàlana* se poursuivra tout le long du chemin du retour à Antananarivo.

Au terme de cette présentation du contenu du projet, nous aimerais préciser que la qualité de l'animation est indispensable au dynamisme de l'itinéraire. D'où la nécessité d'un guide spécialisé qui ne doit pas seulement fournir des connaissances, au risque de rendre le trajet ennuyant, mais doit également être en mesure de mettre chaque touriste dans l'ambiance à travers diverses formes d'animations. Nous veillerons également à ce que la qualité d'accueil soit impeccable. C'est la raison pour laquelle il est impératif de former les foyers d'accueil, car les clients doivent avoir l'assurance d'être bien reçus et bien entourés.

Après avoir identifié les promoteurs du projet et décrit le contenu du projet, voyons comment se concrétisera réellement ce circuit.

3.3. ÉTUDE DE FAISABILITE DU PROJET

Cette section consiste à traduire tous les éléments que nous avons réunis en termes techniques et financiers. Ces éléments nous permettront, entre autres, de vérifier la viabilité du projet sur le long terme. Parmi les outils de vérification mobilisés, nous citons l'analyse SMART ainsi que la méthode du cadre logique. Cette étude de faisabilité comprend également une étude financière ainsi qu'un plan de communication pour promouvoir le circuit.

3.3.1. Analyse SMART

La méthode des objectifs SMART a été inventée par Peter Drucker pour faciliter la gestion des entreprises. Nous allons transposer cette méthode dans notre projet afin de mesurer sa pertinence dans le contexte actuel du tourisme à Analamanga. L'acronyme SMART désigne un ensemble de termes techniques définissant les critères de pertinence des objectifs d'un projet.

La création du circuit Zahatsiro est donc un choix de projet judicieux, étant donné :

- ✓ sa spécificité (S): le projet est cadré dans un domaine bien défini. Il s'agit d'une réelle innovation pour le tourisme à Analamanga, voire à Madagascar. Par ailleurs, ses objectifs sont bien précis et ramènent à une finalité principale : le tourisme durable dans la région ;
- ✓ sa mesurabilité (M) : les résultats attendus sont effectivement mesurables et quantifiables. Nous pourrons vérifier ces résultats à travers un travail de suivi-évaluation, suite à la mise en œuvre du projet. Ce travail de quantification pourra se faire de différentes manières ;
- ✓ ses objectifs atteignables (A) : le partenariat avec différents acteurs facilitera l'atteinte des objectifs posés. Ainsi, nous pourrons atteindre ces objectifs dans un délai à court terme, ou tout au plus, à moyen terme ;
- ✓ sa réalité (R) : les objectifs du projet sont formés à base de l'existant. Les réalités du tourisme culinaire à Analamanga nous ont amené à formuler des objectifs qui apparaissent de manière évidente comme des solutions aux problèmes identifiés ;
- ✓ sa délimitation dans le temps (T) : notre projet devrait se concrétiser au plus tard d'ici une année.

Tableau 11 : Chronogramme de réalisation du projet

| | Année | | | | | | | | | | | |
|---|-------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|
| | M1 | M2 | M3 | M4 | M5 | M6 | M7 | M8 | M9 | M10 | M11 | M12 |
| Élaboration du projet | | | | | | | | | | | | |
| Mise en place de l'association MFTA | | | | | | | | | | | | |
| Rédaction du dossier de présentation du projet | | | | | | | | | | | | |
| Approche partenariale | | | | | | | | | | | | |
| Présentation du projet aux investisseurs potentiels | | | | | | | | | | | | |
| Obtention de financement | | | | | | | | | | | | |
| Élaboration du cahier des charges du circuit | | | | | | | | | | | | |
| Formations liées à l'accueil des touristes | | | | | | | | | | | | |
| Formation des guides spécialisés | | | | | | | | | | | | |
| Formation des foyers d'accueil | | | | | | | | | | | | |
| Aménagement des foyers d'accueil | | | | | | | | | | | | |
| Campagnes de communication | | | | | | | | | | | | |
| Constitution d'un site web pour MFTA | | | | | | | | | | | | |
| Promotion du circuit à travers les réseaux sociaux | | | | | | | | | | | | |
| Conférences de presse | | | | | | | | | | | | |
| Lancement du circuit | | | | | | | | | | | | |
| Inauguration du circuit | | | | | | | | | | | | |
| Mises au point techniques | | | | | | | | | | | | |
| Mise en œuvre du circuit | | | | | | | | | | | | |
| Suivi et évaluation du projet réalisé | | | | | | | | | | | | |

Source : Auteur, février 2018

Tout cela nous nous mène à affirmer que notre projet est tout à fait opérationnel puisqu'il répond à des objectifs précis et un timing bien défini. Nous allons justifier davantage le choix de notre projet en ayant recours à la méthode du cadre logique. Pour ce faire, nous dresserons une matrice qui indiquera les éléments à considérer pour la faisabilité et viabilité du projet.

3.3.2. Cadre logique

La méthode du cadre logique permet d'analyser le projet au niveau de sa pertinence, sa faisabilité ainsi que sa viabilité.

Tableau 12 : Matrice de planification du projet

| | Logique d'intervention | Indicateurs Objectivement Vérifiables (I.O.V.) | Moyens de vérification | Hypothèses |
|------------------------------|---|---|--|---|
| Objectif global | Promouvoir le tourisme durable à Analamanga à travers la mise en tourisme de son patrimoine culinaire | - Développement des offres touristiques liées au patrimoine culinaire - Taux de visiteurs de la région supérieur ou égal à 50% | - Tours operators - Guides touristiques - Rapports régionaux sur le tourisme | Bonne collaboration entre les différentes parties prenantes |
| Objectifs spécifiques | Faire rayonner la culture culinaire malagasy par la valorisation des produits et savoir-faire culinaires locaux | - Taux d'intérêt pour la consommation locale supérieure à 50% | - producteurs locaux - restaurateurs - guides de voyage | Intérêt croissant pour la consommation locale |
| | Promouvoir la destination Analamanga à travers les produits qui racontent l'histoire et la géographie du lieu | - Nombre de produits représentatifs de la région (représentations autour des produits) | - touristes | Une meilleure connaissance des produits |

| | Logique d'intervention | Indicateurs Objectivement Vérifiables (I.O.V.) | Moyens de vérification | Hypothèses |
|------------------|--|---|---|---|
| | Promouvoir l'acquisition et la consommation des produits issus des entreprises locales | - Accroissement des chiffres de vente du marché alimentaire artisanal | - producteurs locaux | Produits conformes aux attentes des clients |
| Résultats | 1. Cuisine malagasy reconnue et mise en valeur sur le plan touristique (reconnue comme unique et authentique) | - fréquentation des restaurants spécialisés en cuisine locale | - restaurants locaux | Notoriété de la destination sur le plan culinaire |
| | 2. Compréhension, mémorisation de l'histoire des lieux visités par le biais des produits consommés par les touristes | - pourcentage des clients satisfaits par rapport aux interprétations touristiques liées aux produits locaux | - acquis personnels des touristes - récits de voyage | Compétence des guides dans la transmission des récits |
| | 3. Partage équitable des retombées économiques du tourisme culinaire entre les bénéficiaires du projet | - pourcentage des bénéfices obtenus | - Rapport de suivi et évaluation des impacts du projet | |
| Activités | Ateliers culinaires | Nombre de réservations pour participer aux ateliers | Rapport d'activités de l'association | Participation active des acteurs |
| | Visite de lieux historiques et découverte du patrimoine culinaire rattaché | Nombre de lieux visités | Enquête auprès des sites touristiques | Coopération entre les acteurs locaux |

| | Logique d'intervention | Indicateurs Objectivement Vérifiables (I.O.V.) | Moyens de vérification | Hypothèses |
|--|---|---|--|-------------------|
| | Visite de terroirs | - Nombre de visites effectuées - Nombre de territoires visités | Rapport d'activités de l'association | |
| | Visite de fabriques artisanales, dégustation et achat des produits locaux | Nombre de visites effectuées | Rapport de suivi et évaluation du projet | |
| | Visite de marchés locaux | Nombre de visites effectuées | Enquête auprès des marchands locaux | |

Source : Auteur, février 2018

Le tableau ci-dessus traduit les mesures à prendre pour faire du projet une réussite. Grâce aux IOV que nous avons définis, le travail de suivi et évaluation est facilité. Il nous suffira donc de se référer à ces indicateurs pour vérifier la cohérence des résultats obtenus par rapport aux résultats attendus.

3.3.3. Étude financière

L'étude financière est indispensable en vue de faire apparaître tous les besoins financiers pour la mise en œuvre du projet. Nous détaillerons dans cette section le budget prévisionnel pour réaliser le circuit. Pour commencer, nous présenterons la grille tarifaire du circuit. Par la suite, nous exposerons le budget nécessaire pour la promotion du circuit et les besoins en aménagement.

Tableau 13 : Grille tarifaire du circuit Zahatsiro (tarifs individuels)

| Nb de pers. | Jour 1 | Jour 2 | Jour 3 | Jour 4 | Jour 5 | Montant (MGA) | Montant (EUR) ⁴⁷ |
|-------------|---------|---------|---------|---------|---------|------------------|-----------------------------|
| 1 à 2 | 643 000 | 278 000 | 282 000 | 590 000 | 178 000 | 1 971 000 | 492,75 |
| 3 à 4 | 610 850 | 264 100 | 267 900 | 560 500 | 169 100 | 1 872 450 | 468,1125 |
| 5 à 6 | 578 700 | 250 200 | 253 800 | 531 000 | 160 200 | 1 773 900 | 443,475 |
| 7 et plus | 546 550 | 236 300 | 239 700 | 501 500 | 151 300 | 1 675 350 | 418,8375 |

Source : Auteur, février 2018

Cette grille tarifaire a été établie en fonction du coût des activités et des moyens à mettre en œuvre pour le circuit. Les forfait incluent donc divers services tels que l'hébergement, la restauration, le guidage, le transport ainsi que les frais de participation aux ateliers ou visite d'un site particulier. Le transfert (aéroport – hôtel) est également inclus dans le forfait.

Tableau 14 : Détail des prix

| Jour 1 | | |
|-------------------------------|----------------|-------------------|
| Désignation | Prix (MGA) | Prix (EUR) |
| Hébergement | 150 000 | 39,1209777 |
| Restauration | 120 000 | 31,2967822 |
| Guide (+repas et hébergement) | 330 000 | 86,066151 |
| Visite sites historiques | 40 000 | 10,4322607 |
| Rafraîchissement | 3 000 | 0,78241955 |
| TOTAL | 643 000 | 167,698591 |
| Jour 2 | | |
| Désignation | Prix (MGA) | Prix (EUR) |
| Hébergement | 30 000 | 7,82419554 |
| Repas (midi+soir) | 20 000 | 5,21613036 |
| Guide (+repas et hébergement) | 110 000 | 28,688717 |
| Participation atelier | 15 000 | 3,91209777 |
| Transport+chauffeur | 100 000 | 26,0806518 |
| Rafraîchissement | 3 000 | 0,78241955 |
| TOTAL | 278 000 | 72,504212 |
| Jour 3 | | |
| Désignation | Prix (MGA) | Prix (EUR) |
| Hébergement | 50 000 | 13,0403259 |
| Petit déjeuner | 2 000 | 0,52161304 |
| Guide (+repas et hébergement) | 132 000 | 34,4264604 |
| Visite réserve | 20 000 | 5,21613036 |

⁴⁷ Montant approxamatif, sachant qu'un euro équivaut actuellement à 3 834,26 MGA (Source : Banque centrale de Madagascar, mars 2018)

| Jour 3 | | |
|---|-------------------|-------------------|
| | Prix (MGA) | Prix (EUR) |
| Session de cuisine (déjeuner inclus) | 25 000 | 6,52016295 |
| Transport+chauffeur | 50 000 | 13,0403259 |
| Rafraîchissement | 3 000 | 0,78241955 |
| TOTAL | 282 000 | 73,5474381 |
| Jour 4 | | |
| Désignation | Prix (MGA) | Prix (EUR) |
| Hébergement | 150 000 | 39,1209777 |
| Guide (+repas et hébergement) | 230 000 | 59,9854992 |
| Transport+chauffeur | 150 000 | 39,1209777 |
| Séance pêche (tarif évalué pour 2 heures) | 40 000 | 10,4322607 |
| Session de cuisine (soir) | 20 000 | 5,21613036 |
| TOTAL | 590 000 | 153,875846 |
| Jour 5 | | |
| Désignation | Prix (MGA) | Prix (EUR) |
| Guide (+repas) | 75 000 | 19,5604889 |
| Transport+chauffeur | 100 000 | 26,0806518 |
| Rafraîchissement | 3 000 | 0,78241955 |
| TOTAL | 178 000 | 46,4235602 |

Source : Auteur, février 2018

La différenciation des prix dépend des activités prévues et de la distance parcourue. Il convient de noter que les dépenses extra (ex. achats de produits locaux) ne sont pas comprises dans le forfait. Par ailleurs, les circuits proposés peuvent être pratiqués séparément, selon les envies et les moyens du client.

La réalisation du projet nécessite également quelques investissements matériels.

Tableau 15 : Budget d'aide à l'amélioration de l'accueil chez l'habitant

| Besoins | Montant de financement |
|---|-------------------------------|
| Aménagements / rénovations | 11 670 000 |
| Coût des formations liées à l'accueil touristique | 3 025 500 |
| TOTAL | 14 695 500 |

Source : Auteur, février 2018

Bien qu'à la recherche d'authenticité, les touristes ont besoin d'être accueillis dignement. Ainsi, pour leur offrir tout le confort qu'ils méritent, nous incluons dans notre projet un programme d'amélioration de l'accueil chez l'habitant. Les foyers sélectionnés pour participer au projet bénéficieront d'une subvention de la part d'investisseurs pour apporter des travaux de rénovation ou de constructions minimes.

Tableau 16 : Détails des investissements

| AMÉNAGEMENTS / RÉNOVATIONS | | | | | |
|---------------------------------------|---------|---------|-----------|-------------------|--|
| Douche/WC | | | | | |
| Désignation | Unité | Nb/qtté | PU | Montant | Observations |
| Fosse septique | | 6 | 160 000 | 960 000 | Nous sélectionnerons six (06) foyers pour lancer le projet (hébergement/restauration chez l'habitant) Le nombre peut encore varier selon les conditions des infrastructures d'accueil des foyers sélectionnés |
| Ciment | sac | 6 | 30 000 | 180 000 | |
| Main-d'œuvre | foyer | 6 | 200 000 | 1 200 000 | |
| AMÉNAGEMENTS / RÉNOVATIONS | | | | | |
| Douche/WC | | | | | |
| Rénovation douche | foyer | 6 | 1 000 000 | 6 000 000 | Le montant est évalué en fonction des besoins de rénovation de chaque foyer |
| TOTAL | | | | 8 340 000 | |
| Chambre d'invités | | | | | |
| Peinture | foyer | 6 | 50 000 | 300 000 | |
| Lit (superposé) | | 6 | 200 000 | 1 200 000 | |
| Armoire | | 6 | 100 000 | 600 000 | |
| TOTAL | | | | 2 100 000 | |
| Assainissement | | | | | |
| Pesticide | foyer | 6 | 5 000 | 30 000 | |
| Matériels (balais, bacs à ordures...) | | 6 | 50 000 | 300 000 | Le montant est globalisé de manière à ce que chaque foyer acquière ce dont il a besoin |
| TOTAL | | | | 330 000 | |
| Imprévus | | 6 | 150 000 | 900 000 | |
| TOTAL BESOINS | | | | 11 670 000 | |
| COÛT DES FORMATIONS | | | | | |
| Formation des foyers d'accueil | | | | | |
| Désignation | Unité | Nb/qtté | PU | Montant | Observations |
| Rémunération formateurs | séance | 12 | 30 000 | 360 000 | Il y aura cinq (05) formateurs pour cinq (05) matières : savoir accueillir (théorie+pratique), culture de l'autre, langues vivantes (français, anglais) |
| Déjeuner | | 6 | 3 000 | 18 000 | |
| Location salle | journée | 6 | 20 000 | 120 000 | |
| Stylos | | 15 | 500 | 7 500 | Deux (02) personnes par foyer bénéficieront de la formation |
| Cahier de notes | | 15 | 2 000 | 30 000 | |
| Imprévus | | | | 50 000 | |
| TOTAL | | | | 585 500 | |

| COÛT DES FORMATIONS | | | | | |
|----------------------------------|---------|----|--------|------------------|--|
| Formation des guides spécialisés | | | | | |
| Location salle | journée | 8 | 20 000 | 160 000 | |
| Rémunération formateurs | séance | 16 | 30 000 | 480 000 | |
| Vidéo projecteur | | 1 | | 1 200 000 | Le matériel reviendra à l'association une fois les formations terminées |
| Matériels divers | | | | 500 000 | Besoins en fonction du thème de la séance de formation (ex. frais de déplacement pour les pratiques sur terrain) |
| Imprévus | | | | 100 000 | |
| TOTAL | | | | 2 440 000 | |
| TOTAL BESOINS | | | | 3 025 500 | |

Source : Auteur, février 2018

Notons que les subventions qui seront accordées aux foyers d'accueil ne couvriront les dépenses pour tous les besoins d'aménagement et/ou de rénovation. Les sommes attribuées sont destinées à alléger les dépenses nécessaires. Chaque foyer devra donc trouver les fonds nécessaires pour répondre à tous leurs besoins d'aménagement. En ce qui concerne les formations, deux représentants de chaque foyer sélectionné pourront en bénéficier. Tous les frais de formation seront gratuits (seuls les frais de déplacement pour assister aux formations seront à la charge des participants).

La formation des foyers d'accueil s'étendra sur une période de six (06) semaines consécutives (cf. chronogramme de réalisation). Ces séances seront départagées entre les théories et les pratiques.

3.3.4. Promotion du circuit

Nous commencerons par exploiter les réseaux sociaux qui sont les moyens de communication les plus facilement accessibles à nos jours. En effet, la puissance des moyens de communication garantit la commercialisation efficace du produit. Ainsi, nous créerons une page dédiée à l'association initiatrice du projet. Dans cette page, nous ferons part des activités de l'association, ce qui inclut donc notre projet. Le circuit sera promu par le biais de partages. Nous créerons également un site web à l'image de notre association. Ainsi, nous pourrons y lancer le circuit en donnant des détails alléchants sur les produits rattachés.

Nous élaborerons également des brochures que nous distribuerons à l'occasion d'évènements publics comme les salons, festivals, etc. Ainsi, nous pourront faire connaître le circuit et le promouvoir à l'échelle nationale.

Des conférences de presse seront également organisées en vue de promouvoir le projet à travers les médias. Elles se tiendront juste avant l'inauguration officielle du circuit (cf. chronogramme de réalisation). L'inauguration sera organisée sous forme de conférence publique à laquelle seront conviés des représentants du Ministère du Tourisme, de l'Office National du Tourisme (ONTM) ainsi que des chefs d'entreprise de voyages. Les différents partenaires du projet seront également invités pour assister à ladite conférence. L'évènement sera ouverte au grand public afin d'atteindre toutes les cibles potentielles du projet.

Après avoir étudié tous les aspects de faisabilité du projet, nous aimeraions conclure cette partie avec une annonce de perspectives. Comment pourrait donc se présenter la suite du projet Zahatsiro ?

3.4. PERSPECTIVES DE PÉRENNITE DU PROJET

Cette dernière section s'effectuera en trois niveaux. Ainsi, nous aborderons les trois aspects du tourisme durable pour analyser les impacts probables du projet sur le plan économique, environnemental et socioculturel.

3.4.1. Impact économique

Une des principales attentes du projet est sa rentabilité économique. Nous avons vu à travers la matrice du cadre logique comment ce circuit culinaire pourrait contribuer à l'évolution de l'économie locale. Nous espérons donc qu'au cours de ces années à venir, l'équilibre économique règnera entre chaque producteur concerné.

Par ailleurs, le tourisme culinaire constitue un souffle nouveau pour le secteur agricole. Ce sont effectivement deux domaines interdépendants, puisque la présence des terroirs garantit l'authenticité de l'expérience culinaire. L'augmentation des revenus peut mener vers une agriculture plus résistante et augmenter à la fois la valeur de l'expérience touristique.

Parmi les premiers indicateurs de rentabilité, il y a l'augmentation des chiffres de vente au niveau des producteurs locaux. Grâce au circuit touristique, leurs produits sont promus et vendus. Notons que les touristes culinaires dépensent deux fois plus qu'un touriste ordinaire en

matière de nourriture et de boisson. Par ailleurs, l'industrie de la restauration et de l'alimentation constitue un chiffre d'affaires considérable en matière d'économie touristique.

Le tourisme culinaire est un segment croissant, et les circuits spécialisés sont de plus en plus combinés avec d'autres activités comme le tourisme culturel, la randonnée... Toutes ces manifestations cherchent à attirer une clientèle variée : habitants, clientèles de proximité, touristes. Il en résulte que le segment du tourisme culinaire attire une large clientèle de consommateurs.

À cet effet, le tourisme culinaire est également une des industries les plus susceptibles de créer de l'emploi, étant donné l'augmentation des demandes et des tendances dans le secteur. Avec des consommateurs conscients des bénéfices générés par la production locale, le désir de goûter aux spécialités locales, denrées alimentaires et boissons s'accroît. Répondre à ce désir est la raison d'émergence des circuits, festivals et de l'intérêt croissant pour les marchés locaux. Nous espérons donc que ce projet puisse rapporter autant de profits pour la population d'accueil que pour les touristes, les voyagistes et les divers acteurs concernés.

3.4.2. Impact environnemental

La protection de l'environnement est essentielle pour un succès à long terme du tourisme. En effet, l'environnement est à la base de l'expérience touristique, c'est l'origine des ressources naturelles et culturelles qui attirent les touristes. Dans notre projet, la qualité de l'environnement est une condition primordiale pour sa pérennité. L'image que nous vendons de la Grande Île repose sur sa nature, l'authenticité de son paysage et ses produits bio. Ainsi, la préservation de l'environnement est une préoccupation qu'on ne peut négliger dans notre projet.

L'intérêt pour le naturel est de plus en plus marquant dans le tourisme culinaire. L'avantage d'Analamanga est de produire des aliments bios grâce aux techniques agricoles traditionnelles. Ainsi, l'usage de produits chimiques sur les cultures est limité. À travers ce projet, nous incitons également les restaurateurs à s'approvisionner localement. Ainsi, nous misons sur une restauration bio et responsable.

À cet effet, nous pourrons sensibiliser les agriculteurs à promouvoir une agriculture naturelle, non seulement dans l'intérêt du projet, mais aussi pour le bien des générations actuelle et future. De plus, la prise de conscience du potentiel touristique des terroirs et paysages naturels favorisera certainement la préservation du patrimoine naturel qu'est le milieu rural.

3.4.3. Impact socioculturel

Limiter les effets négatifs du tourisme sur le patrimoine culturel fait partie de nos ambitions à travers ce projet, l'objectif spécifique étant de construire une image symbolique du patrimoine culinaire de la destination Analamanga.

Si on peut concevoir les contradictions qui existent entre souci de conservation et volonté d'attirer un maximum de visiteurs, ces oppositions ne résistent pas au fait que sans visiteurs, les lieux culturels n'ont pas lieu d'être.

Par ailleurs, comme nous l'avons déjà expliqué, la cuisine et les produits du terroir ont une place de choix dans la communication des destinations touristiques. La nourriture et ses lieux de consommation fait partie des principaux attraits et des raisons du choix d'une destination. Ainsi, il est inconcevable de ne pas en parler dans les guides de voyage.

L'impact socioculturel attendu du projet est donc que l'image du patrimoine culinaire malagasy soit rehaussée à travers le circuit *Zahatsiro*. Grâce aux activités proposées, nous comptons apporter une meilleure connaissance de ce patrimoine et mettre en valeur son authenticité. La culture culinaire malagasy se diffère effectivement de celle des autres pays. Elle construit donc l'identité de la Grande Île par rapport au monde qui l'entoure. Ainsi, nous espérons également qu'à travers ce projet, la conscience patrimoniale soit éveillée en chacun des Malagasy. La population locale devrait être la première à se soucier de la préservation des savoir-faire culinaires traditionnels qui, jusqu'à lors, ne se sont transmis que de mère en fille, par tradition orale.

Tous ces faits nous mènent à dire que notre projet s'inscrit réellement dans le cadre de promotion du tourisme durable à Analamanga. Nous avons exploité le patrimoine culinaire comme voie pour le développement durable du tourisme étant donné les potentialités de la région en la matière. Le projet que nous allons développer est un circuit culinaire, c'est-à-dire un circuit spécialisé pour le tourisme culinaire. Grâce à ce circuit, la destination Analamanga peut être découverte et promue d'une autre manière. Par ailleurs, comme nous l'avons expliqué auparavant, les circuits sont un moyen de perpétuer l'activité touristique tout au long de l'année. Ainsi, notre projet répond parfaitement à la problématique de cette recherche : dans quelles mesures la mise en tourisme du patrimoine culinaire contribuerait-elle au développement durable du tourisme à Analamanga ? L'avantage du circuit culinaire est de fédérer différents producteurs autour de la valorisation de produits d'exception. Il permet également d'élargir la curiosité du visiteur pour l'emmener à découvrir des lieux hors des sentiers battus.

CONCLUSION

Au terme de notre réflexion, nous aimerais noter que cette recherche a été des plus passionnantes pour notre part. L'idée d'apporter une innovation fraîche au tourisme à Analamanga nous a réellement motivée. Toutefois, la collecte des données et informations nécessaires sur le thème de recherche ne nous est pas apparue évidente. L'insuffisance de documents et de sources concernant spécifiquement notre sujet a limité nos recherches sur le tourisme et le patrimoine culinaire à Analamanga.

Nous avons posé comme objectif de cette recherche de promouvoir le tourisme durable par la voie culinaire. En ce sens, nous avons essayé de mesurer la place de l'alimentation dans les voyages touristiques à Analamanga, afin de repérer les représentations autour du patrimoine culinaire de la région. Les résultats que nous avons obtenus ont montré que la cuisine malagasy est effectivement reconnue comme authentique. Cependant, la déguster au niveau local entraîne souvent des remises en question sur l'hygiène et la provenance des produits. Nous avons également noté l'insuffisance des offres et de la communication autour du patrimoine culinaire. La connaissance de ce patrimoine est donc très limitée au niveau touristique. C'est la raison pour laquelle, nous avons décidé de développer une offre, répondant à la demande de connaître de près une culture à travers l'alimentation. Il faut toutefois considérer que les cibles de notre projet sont diversifiées. Ainsi, il faudra prendre en compte que le tourisme entraîne un bouleversement des habitudes alimentaires du voyageur. Le touriste arrive avec son propre modèle alimentaire, ses habitudes, ses rythmes, ses aversions, voire ses interdits. Il est donc important de bien connaître la clientèle afin de mieux l'accueillir et mieux l'orienter dans la découverte de notre propre culture culinaire.

Néanmoins, les résultats que nous avons obtenus ne sont pas loin de nos hypothèses de recherche. L'alimentation est une activité indispensable, mais encore, en matière de tourisme, elle constitue l'objet de dépenses économiques majeures. Prendre le temps de déguster à un produit local est également essentiel aux voyages touristiques. Il s'agit d'une manière d'entrer en altérité ou tout simplement de découvrir l'inconnu.

Par ailleurs, on peut dire qu'Analamanga est un paradis culinaire en devenir. La diversité de sa palette culinaire ainsi que de ses produits du terroir constitue ses principaux atouts en matière de tourisme culinaire. Cependant, il ne suffit pas que ces atouts existent pour que les touristes prennent conscience de leur valeur. La mise en tourisme doit être une stratégie de promotion efficace pour que le tourisme culinaire se développe et durablement. Rendre le

tourisme culinaire durable dépend cependant de différents facteurs. À travers la présentation de notre projet, nous avons pu identifier les principaux acteurs dans la promotion du tourisme culinaire. Ainsi, le défi exige une participation active et responsable de chaque partie prenante.

Tous ces faits nous mènent à dire que nous avons atteint nos objectifs en partie. Nous avons vu que le tourisme culinaire peut effectivement être pratiqué de manière durable étant donné les réponses obtenues suite aux hypothèses émises. En ce sens, nous pouvons dire que la mise en tourisme du patrimoine culinaire contribue réellement au développement du tourisme durable à Analamanga. Nous avons étudié respectivement chaque aspect du tourisme durable et avons vu que les impacts du projet sont bien prometteurs sur les trois plans (économique, environnemental, socioculturel).

Nous conclurons en rappelant que cette étude n'est qu'une porte pour la réflexion. La recherche sur le thème du tourisme culinaire peut encore être élargie par différentes approches. De plus, pour pouvoir s'aligner avec les meilleures destinations culinaires au monde, Madagascar a encore besoin que son patrimoine culinaire soit répertorié. Les spécialités régionales sont à inventorier pour offrir une image authentique à chaque région. En effet, Madagascar n'est pas que « *ravintoto sy hena kisoa* » ou seulement « *romazava* ». Madagascar, c'est le paradis des mets fins. La richesse de sa biodiversité et son climat tropical font du pays une véritable île aux trésors pour les touristes gourmands. Ainsi, le patrimoine culinaire d'Analamanga n'est qu'une infime partie du patrimoine culinaire malagasy. Le pays possède encore mille recettes et saveurs à découvrir, d'autant plus que Madagascar est réputé pour sa grande diversité culturelle. En effet, la cuisine malagasy est extraordinaire, puisque chaque culture peut, d'une certaine manière, se reconnaître à travers elle. Tout ceci pour dire qu'il est tout à fait possible de développer le tourisme culinaire au niveau national.

En guise de perspective, nous pouvons dire que le circuit *Zahatsiro* pourrait devenir un label pour les routes et circuits culinaires à Madagascar. Suite à notre projet, nous espérons agir sur l'innovation de l'offre touristique et l'orienter plus vers l'association des lieux au patrimoine culinaire. Ainsi, l'offre culinaire ne se limiterait plus aux festivals et événements occasionnels qui, apparemment, ne portent pas vraiment leurs fruits sur le plan touristique. Le développement de différentes gammes de routes et de circuits culinaires est donc le résultat que nous attendons sur le long terme. Sur le moyen terme, le défi est de promouvoir le circuit *Zahatsiro* pour développer petit à petit le tourisme culinaire dans l'Île. À court terme, il s'agit de mettre notre projet en oeuvre afin d'évaluer ses impacts sur les plans économique, environnemental et socioculturel.

BIBLIOGRAPHIE

Grandes collections

- Akademia malagasy, Rakibolana rakipahalalana, Antananarivo, 2005
- RABENILAINA R. B. et MORIN J.-Y., VITASOA. Dictionnaire Français – Malgache, Analamahitsy – Antananarivo, 2015

Ouvrages généraux

- BOYER, M., 1999, *Histoire du tourisme de masse*, Paris, éd. PUF, 128 pages
- BRUNDTLAND, G. H., 1987, *Notre avenir à tous (Rapport Brundtland)*, 432 pages
- DEWAILLY J.-M. et FLAMENT E., 2000, *Le tourisme*, St-Germain-de-Puy, Éditions SEDES/HER, 191 pages
- DEWAILLY, J.-M., 2006, *Tourisme et géographie, entre pérégrinité et chaos ?*, Paris, éd. L'Harmattan, 222 pages
- ÉTHIER G., MORISSET L. K. et SARRASIN B., 2012, *Épistémologie des études touristiques*, éd. PUQ, 231 pages
- HOERNER J.-M., et SICART C., 2003, *La science du tourisme. Précis franco-anglais de tourismologie*, Baixas, Balzac Éditeur, Collection Homo Touristicus, 100 pages
- STOCK M. et al., 2003, *Le tourisme – Acteurs, lieux et enjeux*, Paris, BELIN

Ouvrages thématiques

- ABE, Y., 1984, *Le riz et la riziculture à Madagascar. Une étude sur le complexe rizicole d'Imerina*, Paris, CNRS, 232p.
- BRILLAT-SAVARIN, J.-A, 1848, *Physiologie du goût ou méditations de gastronomie transcendante*, Paris, 411 pages
- CHAN TAT CHUEN, W., 2010, *Ma cuisine de Madagascar*, Paris, éd. Jean-Paul Rocher, 120 pages
- HJALAGER A.-M. et RICHARDS G., 2002, *Tourism and gastronomy*, London, Routledge, p.3-20
- LEVI-STRAUSS, C., *Le cru et le cuit*
- LONG, L., 2004, *Culinary tourism: food, eating and otherness*, Lexington, University Press of Kentucky, 320 pages
- PAULHAN, J., 1970, *Le repas et l'amour chez les Merinas*, Paris, éd. Fata Morgana,
- R.P. CALLET, 1978, *Tantara Ny Andriana eto Madagascar*, Presy katolika, 1244 pages

- Rev. W. E. COUSINS, M. A., 1963, *Fomba malagasy*, Antananarivo, éd. H. RANDZAVOLA, 207 pages

Ouvrages théoriques

- ABRIC, J.-C., *Les représentations sociales : aspects théoriques*, in ABRIC, J.-C., 1994 *Pratiques Sociales et Représentations*, Paris, éd. PUF
- JODELET, D., *Représentations sociales, un domaine en expansion*, in JODELET, D., 1989a, *Les représentations sociales*, Paris, éd. PUF, p.47-78

Ouvrages méthodologiques et techniques

- BALM, G. J., 1994, *Évaluer et améliorer ses performances : le benchmarking*, Association française de normalisation, 159 pages
- CROZIER M. et FRIEDBERG E., 1977, *L'acteur et le système*, Paris, Du Seuil, 512 pages
- GUIBERT J. et JUMEL G., 1997, *Méthodologie des pratiques de terrain en sciences humaines et sociales*, lieu, éd. Armand Colin
- ISLER, M., juin 2010, *Communiquer sur les aspects de durabilité dans le secteur du tourisme*, Québec, Canada, éd. Sherbrooke, 119 pages. Disponible sur le Web

Thèses et mémoires universitaires

- RAMANDIMBIARISON, N., 1977, *L'approvisionnement en viande de bœuf de l'agglomération tananarivienne*, Mémoire de maîtrise en Géographie, Université d'Antananarivo
- RASON, H., 2012, *Cuisine et sociabilité à table chez les Tananariviens (1854-1868)* ; Mémoire de maîtrise en Histoire, Université d'Antananarivo, 119 pages

Documents, textes de lois et Conventions

- « Aperçus sur la culture malgache, Madagascar Fenêtres », Volume 2, novembre 2006, Madagascar, éd. CITE, p. 134-143 (rapport de conférence)
- Charte de Lazarote, Tourisme durable
- LOI N°95-017 portant Code du Tourisme à Madagascar ; 1995
- Ministeran'ny Kolontsaina sy ny Fizahantany, 2007, *Ny vary, harentsaina sy soatoavina*
- Ministère de la Culture et du Tourisme, 2007, *Les rituels pratiqués en riziculture à Madagascar*

- Plan National de Développement 2015-2019
- Texte de la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel de l'UNESCO, année [consulté en décembre 2016]. Disponible sur le Web :
<http://www.unesco.org/culture/ich/fr/convention>

MÉDIAGRAPHIE

Revues périodiques

- VAKOKA, janvier-mars 2003, n°01, p.1
- VAKOKA, juin 2008, n°05, p.7-9
- VAKOKA, octobre 2003, édition spéciale, p.12-13

Filmographie

- « La tournée des popotes », documentaire culinaire, produit par Claude Lacaze, réalisé par Alexis Feltesse et Yan Benisty en 2016 à Madagascar. Disponible sur le Web :
<https://www.youtube.com/watch?v=Vv73W2N13AA>
- « Les Nouveaux explorateurs - Madagascar » Fred Chesneau, documentaire culinaire réalisé par Laurent Sbasnik en 2016 à Madagascar. Disponible sur le Web :
https://www.youtube.com/watch?v=TPVvWF_E_pLk
- « Patrimoine Culinaire et Tourisme de Demain », conférence tenue à Paris le 16 juin 2014. Disponible sur le Web : <https://www.youtube.com/watch?v=jMuK1BUULDU>
- Émission « Midi Ma'nifik » diffusée à la Televiziona Malagasy (TVM) le 30 septembre 2017. Disponible sur le Web :
<https://www.youtube.com/watch?v=fo0pvHXF1io>

WEBOGRAPHIE

- BARRÈRE, C. Les patrimoines gastronomiques, facteurs de développement local ? [en ligne], 2013 [consulté en novembre 2017] Disponible sur le Web :
http://www.asrdlf2013.org/IMG/pdf/C_-_Barrere_-_Les_patrimoines_gastronomiques_facteurs_de_developpement_local.pdf
- BEAUDET, G. La géographie du tourisme gourmand. *Téoros* [en ligne], 2006 [consulté en novembre 2017], vol.25, n°1, p.10-14. Disponible sur le Web :
<http://teoros.revues.org/1298>

- BESSIÈRE J., MOGNARD É. et TIBÈRE L. Tourisme et expérience alimentaire. Le cas du Sud-Ouest français. [en ligne, consulté en janvier 2018] Disponible sur le Web
- BESSIÈRE, J. Valorisation du patrimoine gastronomique et dynamiques de développement territorial. Le haut plateau d'Aubrac, le pays de Roquefort et le Périgord noir. *Ruralia* [en ligne, consulté en janvier 2018] Disponible sur le Web : <http://ruralia.revues.org/154>
- BLANC-PAMARD, C. Les savoirs du territoire en Imerina (Hautes terres centrales de Madagascar). [en ligne, consulté en novembre 2017] Disponible sur le Web
- CORNEAU-GAUVIN É. et CSERGO J. Le touriste gourmand vu par lui-même. *Téoros* [en ligne], 35, 2 | 2016, mise en ligne : 12 décembre 2016 [consulté en janvier 2018]. Disponible sur le Web: <http://teoros.revues.org/2935>
- COUSIN, S. L'UNESCO et la doctrine du tourisme culturel. Généalogie d'un « bon » tourisme. [en ligne, consulté en novembre 2017], p.41-46. Disponible sur le Web
- DE MYTTENAERE, B. Tourisme et gastronomie : une relation durable ? [en ligne, consulté en décembre 2017] Disponible sur le Web
- DIAMANTAKI, G., *Les festivals : moteurs de la valorisation du patrimoine et de l'attractivité touristique d'un territoire*, Mémoire de Master. Disponible sur le Web
- ETCHEVERRIA, O. Le tourisme « gourmand » existe-t-il ? *Téoros* [en ligne], 35, 2 | 2016, mise en ligne : 12 décembre 2016 [consulté en janvier 2018]. Disponible sur le Web : <http://teoros.revues.org/2968>
- foodplanet.com, consulté en décembre 2016
- gourmandici.com, consulté en décembre 2016
- Histoire du tourisme et de la gastronomie en France. Mise en ligne : 07 octobre [consulté en janvier 2018]. Disponible sur le Web : <http://www.faustine-hug.com/histoire-du-tourisme-et-de-la-gastronomie-en-france/>
- JACOBS H. et SMITS F. Le tourisme culinaire : un fort marqueur territorial. L'exemple du Canada. [en ligne, consulté en novembre 2017] Disponible sur le Web : http://www.recherche-maconnais.org/tl_files/irvsm/pdf/Colloques/6eRencontresMacon/Jacobs.pdf
- KADRI B. et BÉDARD F. Vers une science du tourisme ? *Téoros* [en ligne], 24-2 | 2005, mise en ligne : 01 février 2012. Disponible sur le Web : <http://journals.openedition.org/teoros/1547>

- KNAFOU R. et CLAVE S.A. Gastronomie, tourisme et mondialisation. [en ligne, consulté en novembre 2017] Disponible sur le Web :
http://www.viatourismreview.net/PDF/Tourisme_gastronomie_mondialisation...
(consulté en novembre 2017)
- Lemangeur-ocha.com. Jean-Denis Vigne «Alimentation préhistorique : l'état de la science » ; mise en ligne : 31 octobre 2006 [consulté le ???]
- LEVASSEUR, M. Le tourisme durable par la voie culinaire. [en ligne], mise en ligne : 12 décembre 2012 [consulté en décembre 2017] Disponible sur le Web : EspaceTourismeDurable.com
- LÉVI-STRAUSS, C. Une leçon d'anthropologie. Le triangle culinaire. [en ligne], 2009 [consulté en janvier 2018] Disponible sur le Web
- MANH CHIEN, V., 2007, *Tourisme, croissance et intégration dans l'économie mondiale : les apports du concept de développement durable*, Thèse de Doctorat es-Sciences Économiques, Université du Sud Toulon Var, 316 pages. Disponible sur le Web
- MOLET, L. Le feu domestique et la cuisine chez les Mérina (Madagascar). [en ligne, consulté en novembre 2017] Disponible sur le Web
- OECD, Food and the Tourism Experience: The OECD - Korea Workshop. *OECD Studies on Tourism* [en ligne], OECD Publishing, [consulté en février 2018]
Disponible sur le Web: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264171923-en>
- oldcook.com, consulté en décembre 2016
- planetmonde.com, consulté en décembre 2016
- PREZZA, D. J. « Écotourisme » ou « tourisme durable », entre la théorie et la pratique. [en ligne, consulté en novembre 2017], Disponible sur le Web
- RAZANAMANDIMBY, L. Restitution et invention d'une mémoire en Imerina (Madagascar) : la commensalité, révélatrice de l'organisation sociale ? [en ligne], [consulté en décembre 2017] Disponible sur le Web
- revues.org, consulté en janvier 2018
- SALVADOR-PERIGNON, M. Tourisme culinaire et valorisation des produits artisanaux : vers un tourisme durable. *Management & Avenir* [en ligne], 2012 [consulté en novembre 2017], n°56, 170 pages. Disponible sur le Web : cairn.info
- Site web du World Food Travel Association (WFTA) :
<https://www.worldfoodtravel.org/>

- Site web officiel du Ministère du Tourisme de Madagascar :
<http://www.tourisme.gov.mg/>
- SOW FALL, A., 2002, *Un grain de vie et d'espérance*, Paris, éd. Françoise Truffaut, 141 pages
- unesco.org, consulté en décembre 2016
- VENTURINI, E. J. Tourisme culturel et développement durable : le patrimoine au-delà du spectacle. [en ligne, consulté en novembre 2017] Disponible sur le Web : http://openarchive.icomos.org/1123/1/III-2-Article1_Venturini.pdf
- World Tourism Organization, 2012, Global Report on Food Tourism, Madrid, UNWTO, 63 pages. Disponible sur le Web

LISTE DES TABLEAUX

| | |
|--|-----|
| Tableau 1 : Nombre de communes par district..... | 11 |
| Tableau 2 : Comparaison entre touriste gastronomique et touriste culinaire..... | 14 |
| Tableau 3 : Classification des différents types de tourisme..... | 19 |
| Tableau 4 : Les méthodes de recueil du contenu d'une représentation selon Abric..... | 29 |
| Tableau 5 : Les méthodes de repérage de la structure interne d'une représentation..... | 31 |
| Tableau 6 : Les repas de fête chez les Merina..... | 55 |
| Tableau 7 : Composition des repas merina..... | 59 |
| Tableau 8 : Matrice FFOM de la destination touristique culinaire Analamanga..... | 62 |
| Tableau 9 : Objectifs et résultats attendus du projet..... | 79 |
| Tableau 10 : Les produits rattachés au circuit..... | 92 |
| Tableau 11 : Chronogramme de réalisation du projet..... | 101 |
| Tableau 12 : Matrice de planification du projet..... | 102 |
| Tableau 13 : Grille tarifaire du circuit Zahatsiro..... | 105 |
| Tableau 14 : Détails des prix | 105 |
| Tableau 15 : Budget d'aide à l'amélioration de l'accueil chez l'habitant..... | 106 |
| Tableau 16 : Détails des investissements..... | 107 |

LISTE DES ILLUSTRATIONS

Liste des cartes

| | |
|---|----|
| Carte 1 : Répartition des huit districts d'Analamanga..... | 10 |
| Carte 2 : Les zones de production maraîchères d'Analamanga..... | 51 |
| Carte 3 : Repérage des axes du circuit..... | 90 |

Liste des graphiques

| | |
|---|----|
| Graphique 1 : Taux de fréquentation des destinations touristiques à Madagascar..... | 41 |
| Graphique 2 : Les principaux motifs de tourisme à Madagascar..... | 41 |

Liste des photos

| | |
|--|----|
| Photo 1 : Mariette Andrianjaka et ses quelques spécialités culinaires..... | 44 |
| Photos 2 : Exemples de plats typiquement malgaches..... | 45 |
| Photo 3 : Le Tatao..... | 47 |
| Photo 4 : Exemples de mets typiques d'Analamanga..... | 48 |
| Photo 5 : Quelques éléments du street food d'Analamanga..... | 49 |
| Photo 6 : Chocolat artisanal de Madagascar..... | 52 |
| Photo 7 : Les zana-dandy..... | 54 |
| Photo 8 : Le marché du Zoma (Analakely)..... | 93 |
| Photo 9 : La pâtisserie traditionnelle malagasy..... | 95 |
| Photo 10 : Préparation du koba..... | 96 |
| Photo 11 : Splendeur de la réserve d'Angavo-Anjozorobe..... | 97 |
| Photo 12 : Les fameuses saucisses d'Ambanitsena..... | 98 |

Liste des schémas

| | |
|---|----|
| Schéma 1 : Relation entre les trois concepts fondamentaux de la recherche..... | 15 |
| Schéma 2 : Le tourisme culinaire durable..... | 25 |
| Schéma 3 : Mise en pratique de la théorie des représentations sociales d'Abric..... | 34 |
| Schéma 4 : Le triangle culinaire merina..... | 58 |
| Schéma 5 : Arbre à problèmes..... | 64 |
| Schéma 6 : Le développement local à travers le tourisme culinaire..... | 77 |
| Schéma 7 : Arbre des objectifs..... | 80 |
| Schéma 8 : Organigramme de l'association..... | 83 |
| Schéma 9 : Carte des acteurs..... | 87 |
| Schéma 10 : Les représentations autour du tourisme culinaire..... | 89 |
| Schéma 11 : Organisation de l'itinéraire du circuit..... | 91 |

GLOSSAIRE

| FRANÇAIS | MALAGASY | ENGLISH |
|--|--|--|
| <p style="text-align: center;">Altérité</p> <p>- caractère de ce qui est autre</p> <p>- « <i>C'est l'altérité qui fait toute [la] puissance [de l'autre]. Son mystère constitue son altérité. (...) En posant l'altérité d'autrui comme le mystère défini lui-même par la pudeur, je ne la pose pas comme liberté identique à la mienne et aux prises avec la mienne, je ne pose pas un autre existant en face de moi, je pose l'altérité.</i> » (E. Lévinas, 1980)</p> | <p style="text-align: center;"><i>Maha hafa</i></p> <p>Ny voambolana hoe « maha hafa » dia fampiasa amin’ny sehatry ny filozôfia sy ny fandinham-piarahamona. Ny hoe « maha hafa » dia mamaritra ny maha samy hafa ny olona na zavatra iray amina olona na zavatra iray hafa.</p> | <p style="text-align: center;"><i>Otherness</i></p> <p>Otherness is the quality that someone or something has which is different from yourself or from the things that you have experienced.</p> |
| <p style="text-align: center;">Art culinaire / gastronomie</p> <p>- « La gastronomie est la connaissance raisonnée de tout ce qui a rapport à l’homme, en tant qu’il se nourrit. Son but est de veiller à la conservation des hommes, au moyen de la meilleure nourriture possible (...) » (Brillat-Savarin, 1848, p.27)</p> <p>- « Science alimentaire » (ibid., p.32)</p> | <p style="text-align: center;"><i>Haify</i></p> <p>Ny haify dia voambolana noforonin’Andrianjaka Mariette (mpahay lakozia matihanina) entina hilazana ny fahaizana amam-pahalalana mikasika ny tsiron-tsakafo sy ny fahaiza-mahandro voakaly.</p> | <p style="text-align: center;"><i>Culinary art / gastronomy</i></p> <p>“the knowledge and understanding of all that relates to man as he eats. Its purpose is to ensure the conservation of men, using the best food possible.” (translated from Brillat-Savarin, 1848, p.27)</p> |
| <p style="text-align: center;">Authenticité</p> <p>« <i>L’authenticité est une réponse qui comble les vœux des touristes : l’authenticité apporte le contraste avec la vie quotidienne ; l’authenticité gratifie le désir de nouveauté ; l’authenticité autorise l’évasion de l’habituel ; l’authenticité garantit la différence, à condition que chaque région authentique ait suivi son propre chemin d’évolution.</i> » (É. Pauchant, 2000, p.14)</p> | <p style="text-align: center;"><i>Maha tena izy</i></p> <p>Ny maha tena izy dia mamaritra ny maha marina na mampiavaka ny zavatra na toe-javatra iray.</p> <p>Amin’ny fizahantany dia fepetra takin’ny mpizahatany ny maha tena izy ny tolotra sy ny yokatra amidy amin’izy ireo.</p> | <p style="text-align: center;"><i>Authenticity</i></p> <p>“<i>Authenticity [...] is defined here as a state of being within which one has the ability to act in keeping with one’s true self, that is, to make uncoerced choices and to feel public affirmation of one’s personal identity, of which one’s cultural identity is a central part.</i>” (M. S. Moses, 2000, p.297)</p> |

| | | |
|--|--|---|
| Circuit culinaire Itinéraire touristique organisé autour d'activités culinaires : visite de marchés ou de fabriques locaux, atelier de cuisine, fréquentation d'un restaurant typique, achat de produits locaux... | Zotra fizahana sakafo Lalana voafaritra hitsidihana ireo toerana manana ny sakafo mampiavaka azy sy hanandramana ireo vokatra misy eny an-toerana | Culinary tour An itinerary which is organized around food tasting, cooking workshops, local market visiting... |
| Cuisine du terroir Spécialité locale | Nahandro avy amin'ny vokatry tany Nahandro mampiavaka ny faritra iray | Local cuisine Local speciality |
| Mise en tourisme - « processus de création d'un lieu touristique ou de subvention (changement) d'un lieu ancien par le tourisme qui aboutit à un état : le lieu touristique. » (Géoconfluences.com, 2011) - mise en valeur d'un objet sur le plan touristique | Fanomezan-danja ara-pizahantany Paikady voavolavola entina hananganana toerana ara-pizahantany na hanomezan-danja zavatra iray mba hampiroborobo ny sehatry ny fizahantany | Tourism development Planning and implementation of strategies with the objective to develop the tourism sector. |
| Patrimoine culinaire Le patrimoine culinaire regroupe l'ensemble des traditions, savoir-faire et différents éléments liés à la culture culinaire d'une entité sociale donnée. | Harentsaina momba ny sakafo Entina hilazana ireo fomba amampanao, fahaiza-manao sy izay rehetra mifandray amin'ny kolontsain'ny nahandro | Culinary heritage |
| Produit agroalimentaire Il s'agit d'un produit agricole, d'élevage ou de la pêche conditionnés ou transformés en produit alimentaire destiné essentiellement à la consommation humaine. | Vokatra nahodina ho sakafo Vokatra natoraly nahodina ho vokatra fihinana | Food product |
| Produit artisanal Produit alimentaire issu de fabrication artisanale | Vokatra natao tanana Sakafo novokarina tamin'ny alalan'ny asa tanana | Hand-made product Food product made by craftsmen |

| Produit du terroir | Vokatry ny faritra | Local product |
|---|---|---|
| <p>«Un produit du terroir est un produit qui provient – ou dont les principales composantes proviennent – d'un territoire délimité et homogène et dont les caractéristiques qui le distinguent de façon significative des produits de même nature reposent sur la spécificité de ce territoire. Ses caractéristiques dépendent à la fois des particularités du milieu, comme la géologie, le climat, le relief, la culture, l'histoire ainsi que du savoir et du savoir-faire, traditionnels ou émergents, et de ses habitants.»</p> <p>(Conseil des appellations réservées et des remes valorisants – CARTV)</p> | Vokatra fambolena mampiavaka faritra iray | Agricultural product that is particular to a delimited land |
| <p>Représentation sociale</p> <p>« forme de connaissance, socialement élaborée et partagée, ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social » (Jodelet, 1984)</p> | Fiheveram-piarahamonina Fisaintsainana, fieritreretana, fandinihana zavatra na toe-javatra iray mitranga eo amin'ny fiarahamonina | <p>Social representation</p> <ul style="list-style-type: none"> - A social representation is a collective phenomenon pertaining to a community which is co-constructed by individuals in their daily talk and action. - the ensemble of thoughts and feelings being expressed in verbal and overt behaviour of actors which constitutes an object for a social group |
| <p>Restauration</p> <ul style="list-style-type: none"> - Branche d'activité qui consiste dans la fabrication et/ou le service des repas et boissons - métier de restaurateur | Fisakafoanana Asa fanaovana lakozia | <p>Catering</p> <p>Catering is the activity of providing food and drink for a large number of people.</p> |
| <p>Terroir</p> <p>Région considérée au point de vue de la production agricole</p> | Faritra famokarana Tany ambanivohitra natokana hambolena | <p>Soil</p> <p>Agricultural land</p> |

| | | |
|---|---|---|
| Tourisme <p>Selon l'OMT, le tourisme constitue l'ensemble des « <i>activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs</i></p> | Fizahantany <p>Fitsidihana faritra iray tsy mahazatra mandritra ny fotoana latsaky ny herintaona.</p> | Tourism <p><i>"Tourism comprises the activities of persons traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes."</i> (UNWTO)</p> |
| Tourisme culinaire <p>« <i>Le tourisme culinaire a pour objet de permettre aux touristes de saisir "l'esprit d'un lieu" à travers la consommation de produits alimentaires.</i> » (H. Jacobs et F. Smits, 2007, p.1)</p> | Fizahantany ara-tsakafo <p>Ny fizahantany ara-tsakafo dia karazana fizahantany miompana amin'ny fanandramana ny sakafo mampiavaka ny faritra iray. Tsy fisakafoanana fotsiny ihany anefa no atao amin'izany fa tafiditra ao koa ny fividianana vokatra ifotony, fandraisana anjara amina atrikasa mikasika ny fikarakarana sakafo, fijerena toerana famokarana sakafo, sns.</p> | Culinary tourism <p><i>"I define culinary tourism as the intentional, exploratory participation in the foodways of an other - participation including the consumption, preparation and presentation of a food item, cuisine, meal system, or eating style considered to belong to a culinary system not one's own."</i> (L. Long, 2004, p.21)</p> |
| Tourisme durable <p>« <i>un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil</i> » (Leroux, 2010)</p> | Fizahantany maharitra <p>Fizahantany manaja ny tontolo iainana, ny mponina ifotony sy ny kolontsainy ary manampy amin'ny fivelarana aratoekaren'ny toerana tsidihana.</p> | Sustainable tourism <p><i>„Sustainable tourism has to meet social, cultural, ecological and economic requirements. Sustainable tourism holds a long-term view, for present and future generations, ethically and socially just and culturally adapted, ecologically viable and economically sensible and productive.“</i> (translated from the definition of the German Forum on Environment and Development, 1999)</p> |

LISTE DES ABRÉVIATIONS

| <i>Abréviation</i> | <i>Signification éclatée</i> |
|--------------------|---|
| BMW: | Bibliographie, Médiagraphie, Webographie |
| FFOM | Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces |
| ICTA : | International Culinary Tourism Association |
| IOV : | Indicateurs Objectivement Vérifiables |
| ISA : | Induction par Scénario Ambigu |
| ITCL : | Ingénierie Touristique, Culturelle et de Loisirs |
| MFTA : | Madagascar Food Tourism Association (association pour le tourisme gourmand à Madagascar) |
| MINENVEF : | Ministère de l'Environnement et des Eaux et Forêts (actuellement appelé MEEF ou Ministère de l'Environnement, de l'Écologie et des Forêts) |
| OCTA: | Ontario Culinary Tourism Alliance |
| OMT : | Organisation Mondiale du Tourisme |
| ONG : | Organisation non-gouvernementale |
| ORTANA : | Office Régional du Tourisme à Analamanga |
| OS : | Objectif Spécifique |
| PNUE : | Programme des Nations-Unies pour l'Environnement |
| RA : | Résultat Attendu |
| RN : | Route Nationale |
| SAGATOUR : | Salon de la Gastronomie et du Tourisme |
| SCB : | Schèmes Cognitifs de Base |
| SMART: | Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time bound (Spécifique, Measurable, Atteignable, Réaliste, Temporal) |
| SOCOBIS : | Société Confiserie et Biscuiterie |
| UNESCO : | United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture) |
| WFTA : | World Food Tourism Association (association mondiale du tourisme gourmand) |

ANNEXES

| | |
|---|-----|
| ANNEXE 1 : Typologie du tourisme gourmand..... | 126 |
| ANNEXE 2 : L'origine mythique du riz dans la pensée malagasy... | 127 |
| ANNEXE 3 : Les évènements culinaires à Analamanga..... | 130 |
| ANNEXE 4 : Exemple de menu gastronomique malgache..... | 131 |
| ANNEXE 5 : Questionnaires d'enquêtes..... | 132 |

ANNEXE 1 : TYPOLOGIE DU TOURISME GOURMAND

Tourisme gourmand : Selon la World Food Travel Association (WFTA), le tourisme gourmand est une recherche d'expérience gustative unique et mémorable. D'après le Groupe de concertation sur l'agrotourisme au Québec (2013), c'est est la découverte par une clientèle touristique d'un territoire à travers des expériences culinaires distinctives et par des activités agrotouristiques et bioalimentaires mettant en valeur le savoir-faire de ses artisans et permettant d'apprécier les produits et les plats qui leurs sont propres.

Tourisme gastronomique : Le tourisme gastronomique est un type de tourisme qui consiste dans la « recherche d'expériences gustatives uniques et mémorables » à travers la qualité des aliments. Cela permet au touriste de satisfaire ses envies gustatives, de se donner du plaisir. Il peut traverser de longs parcours dans le but de satisfaire son besoin et prime la consommation au niveau des restaurants étoilés et spécialisés.

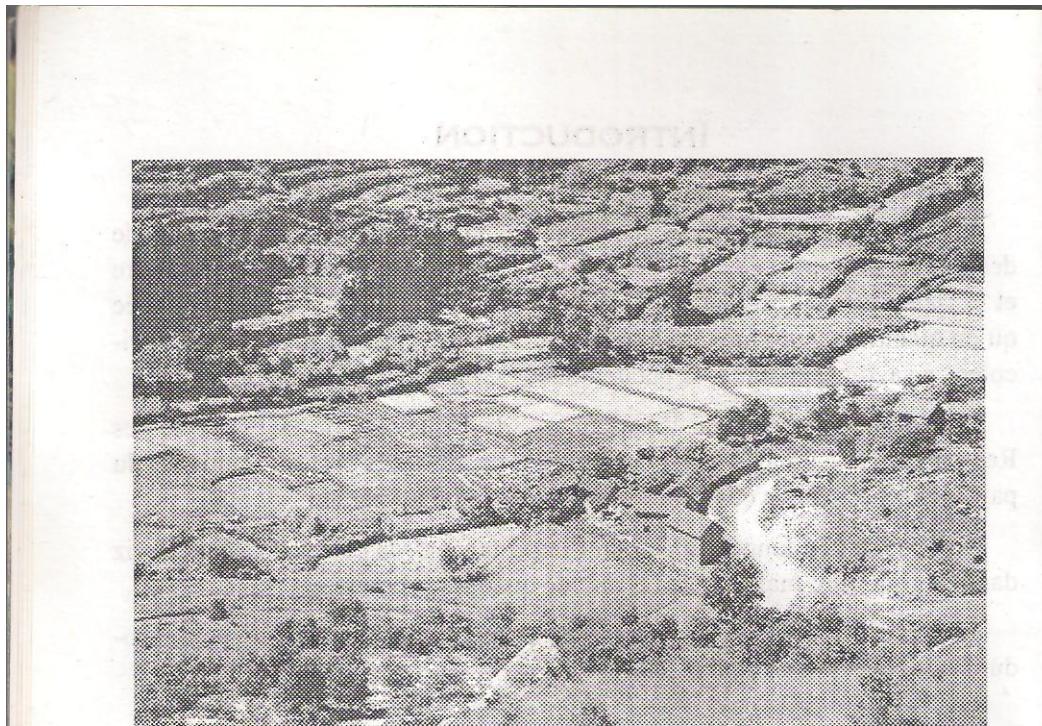
Tourisme culinaire : Le tourisme culinaire fait référence à toute une série d'activités, allant du fait de manger dans un restaurant ethnique, à la compilation de nouvelles recettes de cuisine, en passant par l'achat de produits alimentaires. « *Le tourisme culinaire a pour objet de permettre aux touristes de saisir "l'esprit d'un lieu" à travers la consommation de produits alimentaires.* » (H. Jacobs et F. Smits, 2007, p.1).

Agrotourisme : D'après le Groupe de concertation sur l'agrotourisme au Québec (mars 2002), l'agrotourisme se défini comme : « *une activité touristique complémentaire à l'agriculture ayant lieu sur une exploitation agricole. Il met en relation des producteurs.trices agricoles avec des touristes ou des excursionnistes, permettant à ces derniers de découvrir le milieu agricole, l'agriculture et sa production à travers l'accueil et l'information que leur propose leur hôte.* »

Tourisme vitivinicole : Le tourisme vitivinicole, ou œnotourisme peut être défini par l'ensemble des prestations relatives aux séjours des touristes dans des régions viticoles : visites de caves, dégustations, hébergement, restauration et activités annexes liées au vin, aux produits du terroir et aux traditions régionales.

ANNEXE 2 : L'ORIGINE MYTHIQUE DU RIZ DANS LA PENSÉE MALAGASY

Source : Ministère de la Culture et du Tourisme, *Les rituels pratiqués en riziculture à Madagascar, 2007*



Village malgache et ses alentours
(Archives du Ministère de l'Agriculture, de l'Élevage et de la Pêche)

L'ORIGINE DU RIZ

Le Malgache attribue une origine mythique au riz.

Le riz apparaît comme le fruit d'une alliance entre le ciel (Zanahary) et la terre (les hommes). Cette alliance est scellée soit par le sacrifice d'une vie humaine, soit par le mariage entre un homme et une « Andriambavilanitra » (Princesse du ciel).

D'après un conte Tanala, le riz est le fruit d'une alliance entre Zanahary et les hommes à travers le sacrifice d'un enfant. Ce conte contient deux versions :

Première version :

À l'origine de l'humanité, un couple n'avait pour nourrir ses enfants que du « bois pourri et de la poussière ».

Zanahary leur accorda le riz, en échange de la vie du neuvième de leurs enfants.

Depuis ce temps, on invoque Zanahary et le fahasivy, en leur offrant une part de la récolte.

Seconde version :

Sur les conseils de Zanahary, un couple victime de la famine sacrifie leur fils.

La mère enterra la tête, qui se transforma en riz ; le reste du corps, que le père ensevelit, on ne sait ce qu'il donna.

Les deux versions sont semblables dans leurs premières parties : la famine, le sacrifice d'un enfant sur le conseil de Zanahary etc... La différence se trouve dans les secondes parties : si, dans la première version le conteur évoque le « fahasivy », qui est à la fois esprit du sol et ancêtre des Tanala autochtones, la seconde met en exergue le rôle fondamental de la femme au cours du processus de production rizicole. En effet, du début à la fin la femme joue un rôle très important.

Un conte Tsimihety rapporté par A. Dandouau² dans son livre intitulé « contes populaires des Sakalava et des Tsimihety de la région d'Analalava », nous donne l'autre explication de l'apparition du riz sur terre.

Voici le récit :

« Autrefois, il y avait un homme qui s'appelait Ratovoana. Cet homme s'était créé lui-même et il venait de sous la terre.

Sur la terre, il n'y avait pas encore de riz, mais du manioc, des patates, et d'autres tubercules qui servaient à la nourriture des hommes et des animaux ».

Ratovoana osa défier les zagnahariagnambo (Dieux d'en haut) en allumant un grand feu dont l'épaisse fumée les incommodait.

Après maintes tentatives, sans succès de raisonner Ratovoana afin qu'il éteigne son feu. Zagnaharibe (Grand Dieu), le chef des zagnahariagnambo décida après un conseil, d'offrir à Ratovoana en mariage Ndriambavibe (grande princesse), sa fille.

Le mariage se fit chez les zagnahariagnambo. Au bout d'une semaine, Ratovoana voulut emmener sa femme. Ce qu'on lui accorda, mais on l'avertit

2. : Dandouau. André Jean, professeur dans une école publique à l'époque Coloniale

que sa femme ne mange que du riz, les « hanin-kotra » (nourriture ordinaire) sont « fady » pour elle. Ratovoana fut très embarrassé.

Sur les conseils de sa femme Ndriambavibe, il partit d'abord pour préparer leur habitation avec cent oies bien gavées avec du paddy (akotry). Dès son retour sur terre il tua les oies, prit les « vary akotry » qu'elles avaient dans leur jabot et les sema, comme le faisaient les zagnahariagnambo.

Lorsque la récolte fut mise au grenier, il remonta prendre sa femme. Elle descendit sur la terre et emmena avec elle des hommes qui devaient lui servir d'esclaves, des bœufs, des moutons, des oiseaux de basse-cour, etc.

Un mois après, Zanaharibe descendit pour voir sa fille. Arrivé chez son gendre, il le trouva assis sur une natte, sa femme à ses cotés, mangeant un grand plat de riz arrosé d'un « romazava » de poisson. Il fut très surpris, car il se réservait le riz.

Répondant à la question de son père sur la façon dont le riz a pu venir sur la terre, Ndriambavibe a expliqué que le riz sachant son prochain déménagement, considérait comme son devoir de l'y précéder. Lors du transport de la récolte vers le grenier effectué par les serviteurs de Zagnaharibe, une partie s'est échappé à travers le ciel et est tombé sur la terre.

Zagnaharibe dit alors : « puisqu'il est arrivé quand même jusqu'à vous, gardez-le, cultivez-le, pour vous et pour vos serviteurs. Et puisqu'il a si bien sauté pour venir jusqu'à vous, qu'il saute encore, qu'il s'éparpille partout, qu'il se répande, soit que vous le battiez, soit que vous le piliez, soit que vous le mangiez et qu'il se trouve déjà dans votre bouche ! ». Et il remonta au ciel.

Alors Ratovoana dit :

« Tous les hommes à l'avenir cultiveront le riz, et tous devront nous offrir les prémices de leur récolte. Sinon ils seront changés en vent, ils seront changés en trombe ! »

C'est depuis lors, dit-on que les hommes cultivent le riz et qu'ils en font leur principale nourriture, car c'est la principale nourriture des zagnahary et ce sont eux qui l'ont créé. Lorsqu'il manque, ce sont le manioc et les patates qui le remplacent et ce sont des nourritures excellentes, car c'étaient celles de Ratovoana.

Et tous ceux qui cultivent le riz doivent offrir aux Zagnahary les prémices de leurs récoltes. Ils font cuire du riz non encore bien mûr avec une poule.

Quand le riz et la poule sont cuits, on les divise en deux parts égales que l'on étale chacune sur une feuille de bananier. Une feuille est déposée sur le toit de la maison. C'est la part des zagnahariagnambo. L'autre, celle de Ratovoana, est déposée au pied de la case.

ANNEXE 3 : LES ÉVÈNEMENTS CULINAIRES A ANALAMANGA

| Évènement | Type | Période | Localisation |
|--------------------------------|----------|-----------|---|
| Haify Mampihavana | Festival | Septembre | Jardin d'Andohalo (Antananarivo) |
| SAGATOUR | Salon | Juin | Palais des Sports Mahamasina (Antananarivo) |
| Mada Sakafo Festival | Festival | Décembre | Antananarivo |
| Foire aux vins et aux fromages | Foire | Juin | Parvis de l'Hôtel de ville d'Antananarivo |
| Salon de la Gastronomie | Salon | Septembre | Alliance française de Tananarive (AFT) |

Source : Auteur, février 2018

ANNEXE 4 : EXEMPLE DE MENU GASTRONOMIQUE MALGACHE

 « HAIFY VOAFANTINA MALAGASY »
 « Une Cuisine Inventive Raffinée Malagasy »
 « ASARAMANITRA 2015 » 

*Ny Trondro afa-taolana Espadon Tsiro Voanjo
 Maitso ravahinny Oram-baranga
 Ko Vatotra kohoa Tsiro Sakay Tany malefaka.
 Ny Hainigitraingitra Asary Legioma
 Ny Ampangoro Vary Lavan'Alaotra*

*Ny Vatotra Vorombe sy ny Sesika ary ny
 Varangany.
 Ny Ko Fatratra Hena amby Volavita sy ny
 Anana Efatra Karazana,
 Ny Asary Talia Hanitra Kombava
 Ny Ampangora Rajomenan'ny Ntaolo*

Assiette du Pêcheur

- Filet d'Espadon à la Pulpe de Coco Vert Garni de Langoustes
- Velouté de Poulet aux Gingembre Legers
- Achard des Légumes Macéré au Citron Vert
- Le Riz Long d'Alaotra

Assiette du Fermier

- L'Oison à l'Ancienne
- Longe de la Loupe de zebu Volavita aux quatre Sortes de Poêdes
- Achard des Tomates au Parfum de Kombava
- Le Riz Rouge de la Colline

 *Koba Nampoina au Miel Sauvage sur Nectar de Fruit
 Kafe - Dite* 

Table d'Hôtes- Chef Mariette « HAIFY »
 Tél : 22 216 02

Source : Mariette Andrianjaka, 2016

ANNEXE 5 : QUESTIONNAIRES D'ENQUÊTES

QUESTIONNAIRE D'ENQUÊTE

Thème : Tourisme culinaire

Sujet : « « Mise en tourisme du patrimoine culinaire malagasy : vers la promotion du tourisme durable en Imerina (Analamanga – Madagascar) » »

Mots-clés : Tourisme culinaire, mise en tourisme, patrimoine culinaire, tourisme durable, Imerina

Cible(s) de l'enquête : Homme/femme politique, opérateurs touristiques

Question 1 : Comment percevez-vous, d'une manière générale, le secteur tourisme à Madagascar ? Et dans la région Analamanga ?

-

Question 2 : D'après vous, quel est/quels sont le(s) principal(aux) frein(s) au développement de ce secteur dans la Grande Île ?

-

Question 3 : Pour un développement durable du tourisme à Madagascar, quel type de tourisme estimez-vous être le plus favorable ?

-

Question 4 : L'attractivité d'une destination touristique peut résulter de nombreux facteurs. À cet effet, croyez-vous que la culture culinaire d'un pays peut faire l'objet de la promotion du tourisme durable ?

-

Question 5 : Comment imaginez-vous l'essor du tourisme culinaire dans un pays en voie de développement comme Madagascar ?

-

Question 6 : Les évènements comme « Haify Mampihavana » ou SAGATOUR sont-ils, d'après vous, bénéfiques pour le développement du tourisme culinaire à Madagascar ?

MERCI POUR VOTRE AIMABLE PARTICIPATION.

QUESTIONNAIRE D'ENQUÊTE

Thème : Tourisme culinaire

Sujet : « « Mise en tourisme du patrimoine culinaire malagasy : vers la promotion du tourisme durable en Imerina (Analamanga – Madagascar) » »

Mots-clés : Tourisme culinaire, mise en tourisme, patrimoine culinaire, tourisme durable, Imerina

Cible(s) de l'enquête : Chefs cuisiniers, restaurateurs

Question 1 : Que représentent la cuisine et la gastronomie pour vous ?

-

Question 2 : Que pensez-vous du concept « associer lieux et saveurs » ?

-

Question 3 : Pensez-vous que Madagascar peut être une destination favorable au tourisme culinaire/gastronomique ?

-

Question 4 : D'après-vous, qu'est-ce qui distingue la cuisine et la culture culinaire malagasy de celle des autres pays dans le monde ?

-

Question 5 : Comment percevez-vous l'innovation des techniques culinaires à l'heure actuelle ? Croyez-vous que « tradition » et « modernité » peuvent être conjuguées ?

-

Question 6 : Si vous deviez représenter Madagascar à travers trois plats, que choisiriez-vous ? Pour quelles raisons ?

-

MERCI POUR VOTRE AIMABLE PARTICIPATION.

QUESTIONNAIRE D'ENQUÊTE

Thème : Tourisme culinaire

Sujet : « « Mise en tourisme du patrimoine culinaire malagasy : vers la promotion du tourisme durable en Imerina (Analamanga – Madagascar) » »

Mots-clés : Tourisme culinaire, mise en tourisme, patrimoine culinaire, tourisme durable, Imerina

Cible(s) de l'enquête : Tours opérateurs

Question 1 : D'une manière générale, comment percevez-vous l'industrie du tourisme à Madagascar ? Et dans la région Analamanga ?

-

Question 2 : Selon vos propres statistiques, qu'est-ce qui incite principalement les touristes à voyager à/dans tout Madagascar ?

-

Question 3 : En fonction de ces besoins, pouvez-vous détailler les genres d'activités que vous proposez dans vos circuits ?

-

Question 4 : Organisez-vous des activités spécifiques pour faire connaître la culture culinaire malagasy ? Si oui, pouvez-vous donner quelques exemples ?

-

Question 5 : Aviez-vous déjà affaire avec des clients qui demandent ce que leur voyage soit organisé en fonction des intérêts culinaires de la destination ? Si oui, comment organisez-vous cela ?

-

Question 6 : Que suggérez-vous pour améliorer le tourisme à Madagascar ?

-

MERCI POUR VOTRE AIMABLE PARTICIPATION.

QUESTIONNAIRE D'ENQUÊTE

Thème : Tourisme culinaire

Sujet : « « Mise en tourisme du patrimoine culinaire malagasy : vers la promotion du tourisme durable en Imerina (Analamanga – Madagascar) » »

Mots-clés : Tourisme culinaire, mise en tourisme, patrimoine culinaire, tourisme durable, Imerina

Cible(s) de l'enquête : Guides touristiques

Question 1 : Comment percevez-vous, d'une manière générale, le secteur tourisme à Madagascar ? Et dans la région Analamanga ?

-

Question 2 : Quels problèmes constatez-vous actuellement empêcher l'épanouissement de ce secteur ?

-

Question 3 : Quelle(s) solution(s) proposeriez-vous par rapport à cela ?

-

Question 4 : L'attractivité d'une destination touristique résulte de nombreux facteurs. Pensez-vous que le tourisme culinaire tient sa place dans le développement durable du tourisme à Madagascar ?

-

Question 5 : Comment réagissent les touristes par rapport à la cuisine et aux traditions culinaires malagasy ?

-

Question 6 : Vous arrive-t-il de guider les touristes principalement en fonction des intérêts culinaires des lieux ?

MERCI POUR VOTRE AIMABLE PARTICIPATION

QUESTIONNAIRE D'ENQUÊTE

Thème : Tourisme culinaire

Sujet : « « Mise en tourisme du patrimoine culinaire malagasy : vers la promotion du tourisme durable en Imerina (Analamanga – Madagascar) » »

Mots-clés : Tourisme culinaire, mise en tourisme, patrimoine culinaire, tourisme durable, Imerina

Cible(s) de l'enquête : Touristes

Question 1 : Quels sont vos principaux motifs de visite de la région Analamanga

-

Question 2 : Quels intérêts portez-vous à l'égard de la culture et des traditions culinaires des contrées que vous visitez ?

-

Question 3 : Avez-vous des points de restauration favoris ? Si oui, lesquels ?

-

Question 4 : Qu'avez-vous l'habitude de manger durant votre séjour ?

-

Question 5 : Quelle place accordez-vous aux produits locaux (produits du terroir, produits artisanaux...) ?

-

Question 6 : Que pensez-vous de la nourriture malagasy ?

-

MERCI POUR VOTRE AIMABLE PARTICIPATION.

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|--|----|
| REMERCIEMENTS | 3 |
| SOMMAIRE | 4 |
| FINTINA | 5 |
| SUMMARY | 6 |
| INTRODUCTION | 7 |
| 1. CADRAGE GÉNÉRAL DE LA RECHERCHE | 9 |
| 1.1. PRÉSENTATION DE LA THÉMATIQUE | 9 |
| 1.1.1. Cadre physique | 9 |
| 1.1.1.1. Délimitation de la zone d'étude | 10 |
| 1.1.1.2. Potentialités touristiques spécifiques de la région Analamanga | 11 |
| 1.1.2. Choix du sujet | 13 |
| 1.1.2.1. Présentation de l'objet de recherche | 13 |
| 1.1.2.2. Intérêts du sujet | 16 |
| 1.1.3. Domaine de définitions | 17 |
| 1.1.3.1. Présentation générale du tourisme | 17 |
| 1.1.3.2. Le tourisme durable | 20 |
| 1.1.3.3. Définition des concepts liés au sujet | 21 |
| 1.2. CADRE THÉORIQUE DE LA RECHERCHE | 25 |
| 1.2.1. Fondements théoriques de la représentation sociale | 26 |
| 1.2.1.1. La théorie des représentations sociales selon Jean-Claude Abric (1994) | 26 |
| 1.2.1.2. Les concepts fondamentaux de la théorie | 27 |
| 1.2.1.3. Les méthodes de la théorie | 28 |
| 1.2.1.4. Mise en relation de la théorie avec l'objet de recherche | 33 |
| 1.2.2. Description de la problématique et formulation des hypothèses | 35 |
| 1.2.2.1. Problématique | 35 |
| 1.2.2.2. Hypothèse 1 | 36 |
| 1.2.2.3. Hypothèse 2 | 36 |
| 1.3. MÉTHODOLOGIE DE COLLECTE DE DONNÉES ET D'INFORMATIONS | 37 |
| 1.3.1. Observations | 37 |
| 1.3.2. Recherche documentaire (BMW) | 38 |
| 1.3.3. Entretiens | 38 |
| 2. PARTIE ANALYTIQUE | 40 |

| | |
|---|-----|
| 2.1. ANALYSE DU SECTEUR TOURISME À ANALAMANGA | 40 |
| 2.1.1. Présentation des statistiques touristiques de la région..... | 40 |
| 2.1.2. Les problèmes du tourisme à Analamanga | 42 |
| 2.1.2.1. <i>L'insécurité</i>..... | 42 |
| 2.1.2.2. <i>L'insuffisance de l'offre par rapport à la demande</i> | 42 |
| 2.2. LA RÉGION ANALAMANGA EN TANT QUE DESTINATION TOURISTIQUE CULINAIRE | 43 |
| 2.2.1. Le patrimoine culinaire d'Analamanga | 43 |
| 2.2.1.1. <i>Spécialités culinaires locales</i>..... | 43 |
| 2.2.1.2. <i>Les produits des terroirs de la région</i>..... | 50 |
| 2.2.1.3. <i>Les produits artisanaux malagasy</i> | 51 |
| 2.2.1.4. La culture culinaire locale | 52 |
| 2.2.2. Analyse FFOM de la destination culinaire Analamanga | 61 |
| 2.2.3. Les problèmes du tourisme culinaire à Analamanga | 63 |
| 2.3. DISCUSSIONS ET RECOMMANDATIONS | 67 |
| 2.3.1. Les avantages du tourisme culinaire..... | 67 |
| 2.3.2. Mise en tourisme du patrimoine culinaire d'Analamanga : enjeux et recommandations | 69 |
| 2.3.3. L'avenir du tourisme culinaire à Madagascar..... | 71 |
| 3. PROJET DE CRÉATION D'UN CIRCUIT CULINAIRE À ANALAMANGA..... | 74 |
| 3.1. PRÉSENTATION GÉNÉRALE DU PROJET | 74 |
| 3.1.1. Intitulé et concepts du projet..... | 75 |
| 3.1.2. Objectifs et résultats attendus | 78 |
| 3.1.3. Présentation de l'entreprise et des promoteurs | 81 |
| 3.1.4. Systémique du projet..... | 86 |
| 3.2. CONTENU DU PROJET | 88 |
| 3.2.1. Le domaine d'activité | 88 |
| 3.2.2. Implantation du projet..... | 89 |
| 3.2.3. Description des produits et services rattachés | 92 |
| 3.3. ÉTUDE DE FAISABILITE DU PROJET | 99 |
| 3.3.1. Analyse SMART | 99 |
| 3.3.2. Cadre logique | 102 |
| 3.3.3. Étude financière..... | 104 |
| 3.3.4. Promotion du circuit | 108 |
| 3.4. PERSPECTIVES DE PÉRENNEURITE DU PROJET..... | 109 |

| | |
|---|-----|
| 3.4.1. Impact économique | 109 |
| 3.4.2. Impact environnemental..... | 110 |
| 3.4.3. Impact socioculturel | 111 |
| CONCLUSION..... | 112 |
| BIBLIOGRAPHIE..... | 114 |
| MÉDIAGRAPHIE..... | 116 |
| WEBOGRAPHIE..... | 116 |
| LISTE DES TABLEAUX | 120 |
| LISTE DES ILLUSTRATIONS..... | 121 |
| GLOSSAIRE..... | 122 |
| LISTE DES ABRÉVIATIONS..... | 126 |
| ANNEXES..... | 127 |
| ANNEXE 1 : TYPOLOGIE DU TOURISME GOURMAND..... | 128 |
| ANNEXE 2 : L'ORIGINE MYTHIQUE DU RIZ DANS LA PENSÉE MALAGASY | 129 |
| ANNEXE 3 : LES ÉVÈNEMENTS CULINAIRES A ANALAMANGA..... | 132 |
| ANNEXE 4 : EXEMPLE DE MENU GASTRONOMIQUE MALGACHE..... | 133 |
| ANNEXE 5 : QUESTIONNAIRES D'ENQUÊTES..... | 134 |
| TABLE DES MATIÈRES | 139 |