



UNIVERSITE D'ANTANANARIVO
FACULTE DES LETTRES ET SCIENCES HUMAINES
MENTION SCIENCE DU TOURISME
Parcours Ingénierie Touristique, Culturelle et de Loisirs

MEMOIRE DE MASTER

PROMOTION DU TOURISME RURAL
CAS DE LA COMMUNE RURALE D'ANDROHIBE
ANTSAHADINTA (Antananarivo Atsimondrano)



Rédigé par : Verotiana Nantenaina RASOARIMANANA

Président du jury : RAFOLO ANDRIANAIVOARIVONY, Professeur titulaire

Examineur : RABARIJAONA Bernardin, Maître de conférences

Encadreur académique : Lucile RABEARIMANANA, Professeur titulaire

Encadreur professionnel : Marcel RAKOTOSEHENO, Economiste planificateur

07 MARS 2018

UNIVERSITE D'ANTANANARIVO
FACULTE DES LETTRES ET SCIENCES HUMAINES
MENTION SCIENCE DU TOURISME
Parcours Ingénierie Touristique, Culturelle et de Loisirs

MEMOIRE DE MASTER

PROMOTION DU TOURISME RURAL
CAS DE LA COMMUNE RURALE D'ANDROHIBE
ANTSAHADINTA (Antananarivo Atsimondrano)

Rédigé par : Verotiana Nantenaina RASOARIMANANA

Président du jury : RAFOLO ANDRIANAIVOARIVONY, Professeur titulaire

Examineur : RABARIJAONA Bernardin, Maître de conférences

Encadreur académique : Lucile RABEARIMANANA, Professeur titulaire

Encadreur professionnel : Marcel RAKOTOSEHENO, Economiste planificateur

07 MARS 2018

REMERCIEMENTS

Arrivée à termes de ce projet de recherche, nous souhaiterions remercier vivement les personnes citées ci-dessous pour leur aide et leur soutien :

Nous adresserons en premier lieu nos vifs remerciements au Docteur Harimanana RANIRIHARINOSY, Responsable de la Mention Science du Tourisme, pour son autorisation à rédiger ce travail.

Nous tenons particulièrement à remercier le Professeur Lucile RABEARIMANANA qui nous a conseillé, aidé et accordé son temps pour la préparation de ce projet de recherche. Ses directives nous ont beaucoup aidée dans la rédaction. Ainsi que Monsieur RAKOTOSEHENO Marcel notre encadreur professionnel qui nous a aidé dans la rédaction du projet professionnel.

Notre reconnaissance s'adresse également au Professeur RAFOLO ANDRIANAIVOARIVONY, Responsable scientifique pour son soutien dans le déroulement du programme universitaire et au Docteur Florine RASOAZANANIVO, Maître de conférences qui nous a aidées dans la rédaction du travail. Ils nous ont aussi donnés des cours sur les méthodologies de travail de recherche et les normes.

Nous tenons aussi vivement à remercier :

- Le personnel Administratif et Technique de l'Université, le secrétariat pour les renseignements et documents d'introduction fournis pour ce travail.
- Le maire et l'adjoint au maire ainsi que le personnel dans la Commune Rurale d'Androhibe Antsahadinta de nous avoir fournis des données et informations pour la rédaction de ce travail de recherche.

Aussi, nous tenons à exprimer nos sincères remerciements et notre gratitude aux parents, amis, famille respective pour leur soutien moral et financier depuis la préparation jusqu'à l'aboutissement de ce travail.

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS	3
SOMMAIRE	4
FINTINA	5
SUMMARY	6
INTRODUCTION GENERALE.....	7
I-PREMIERE PARTIE : L'OBJET DE RECHERCHE	10
1-1-Cadrage générale de l'étude.....	10
1-2-Cadre général du tourisme	16
1-3-Méthodologie de collecte de données et des informations	20
1-4-Fondement théorique	24
II- DEUXIEME PARTIE : ANALYSE ET INTERPRETATION	30
2-1-Présentation des résultats	31
2-2-Analyse des résultats.....	48
2-2-1-Analyse des résultats d'observation.....	48
2-3-Analyse FFOM.....	57
2-4-Vérification des hypothèses	61
III- TROISIEME PARTIE: perspective de mise en place d'un écolodge.....	66
3-1-Cadre général du projet.....	66
3-2-Description du projet.....	67
3-3-Analyse de l'environnement général	70
3-4-Etudes de faisabilité	73
3-6-Etude de faisabilité technique	84
3-9-Les états financiers prévisionnels	99
3-10-Etude d'impact environnemental	102
CONCLUSION GENERALE	110
BIBLIOGRAPHIE	112
GLOSSAIRE	115
Liste des abréviations	118
LISTE DES ILLUSTRATIONS	119
LISTE DES ANNEXES	122
TABLE DES MATIERES	130

FINTINA

Isan'ny fanoitra amin'ny fampandrosoana ny firenena iray ny fizahantany. Ny fizahantany mifototra amin'ny tontolo ambanivohitra dia mbola maro ny tsy mahalala azy. Ny kaominina ambanivohitr'Androhibe-AntsaHadinta dia manan-karena amin'ny resaka vakoka sy tantara izay mbola afaka trandrahana tsara ho fampandrosoana ny fizahantany any an-toerana. Noho izany, isan'ny tanjon'ity asa ityny fandraisana anjara amin'ny fampandrosoana ny fizahantany ao amin'ny kaomina ambanivohitry Androhibe-AntsaHadinta. Mipetraka kosa anefa ny olana amin'ny fomba fanatanterahana izany. Noho izany mba ho fandraisana anjara amin'izany fampandrosoana izany dia hanangana trano fandraisam-bahiny ao amin'ny kaominina mba hanintonana mpizaha-tany bebe kokoa ary hanomzan-danja ny kolontsaina sy ny tontolo ambanivohitra.

Voanteny toro: Madagasikara, Analamanga, Androhibe-AntsaHadinta. Fizahantany, Fizahantany miompana amin'ny tontolo ambanivohitra

SUMMARY

Tourism is one of the sectors which can boost a country's economy. In fact, this sector has various aspects like the rural tourism. In order to contribute to the economy, all of its aspect must not be neglected. However, the rural tourism which should be the main focus in a country like Madagascar has been forsaken so far. For instance, the rural metropolitan of Androhibe Antsahadita is well-off a touristic potential, yet not recognized. This project aims to promote the tourism sector at Androhibe-Antsahadita. However, the way to do so remains unknown. Two assumptions are issued. The factors which distinguish the locality must be promoted. What's more, all the involved in this sector must be mobilized. In order to answer this problematic and to verify the two assumptions, various methodology must be adopted such as the documentation, the direct observation, the interviews and investigation from which the touristic data in the locality and advantages (yet not identified) as well as the problems outcome. To contribute to the tourism promotion In Antsahadita, we are planning to set up an ecolodge followed by the development of a hiking circuit in the territory concerned.

Keywords: Madagascar, Analamanga, Androhibe-Antsahadinta, Tourism, rural tourism.

INTRODUCTION GENERALE

L'un des secteurs qui a connu une croissance économique rapide au monde, le tourisme est un phénomène social mondial qui a vu le jour dans les pays occidentaux vers la fin du XVIIème siècle en Angleterre, c'est «*un phénomène social, culturel et économique qui implique le déplacement de personnes vers des pays ou des endroits situés en dehors de leur environnement habituel à des fins personnelles ou professionnelles ou pour affaires*»¹. Le tourisme occupe une place importante dans l'économie d'un pays voire même au niveau mondial par sa nature multisectorielle qui touche de nombreux et différents secteurs d'activité de manière directe ou non, tels que le transport, l'hébergement, la restauration, le loisir. Il constitue alors une des plus grandes industries dans le monde, qui génère le plus de revenu économique pour un pays ou région par les différents emplois directs ou indirects qu'il procure. Depuis son existence, il reste un secteur en pleine expansion par lequel il devient plus facile aux différents pays du monde d'entrer en contact les uns avec les autres, quelle qu'en soit la raison.

Le tourisme est un secteur levier de développement et un secteur porteur pour l'économie nationale qui doit être mise en valeur surtout pour un pays sous-développé comme Madagascar. Le tourisme rural est une forme de tourisme: «*... tourisme d'échelle locale, il est d'initiative et de gestion locales, il vise des retombées locales, il valorise les ressources naturelles, les paysages, les patrimoines et la culture locale*»² mais mal exploité car Madagascar est souvent perçu comme une destination de tourisme balnéaire et d'écotourisme,...seulement à cause de sa richesse en biodiversité, en faune et en flore pour la plupart endémiques, en belles et vastes plages. De ce fait le tourisme rural est délaissé et encore peu connu dans la grande île. Ce qui amène le choix du thème, qui se base sur le fait que le tourisme rural est encore méconnu par le grand public. Cependant c'est à travers le mode de vie de la population rurale ainsi que la culture qu'on peut percevoir l'authenticité et l'identité d'un pays, un des attraits touristiques majeurs qu'il faut valoriser. De plus «*il désigne un tourisme local, voulu et maîtrisé par les gens du pays, un tourisme de rencontre et de partage, puisant ses arguments dans la richesse des terroirs et la convivialité des habitants.*»³ Il met également en valeur les aspects et côtés spécifiques de ce monde.

¹ OMT

² Henri Grolleau (1993)

³ http://www.ruralitamediterranea.com/site/prm_homepage.php [consulté le 17 septembre 2016]

Le tourisme rural s'est déployé dans les années 70 aux Etats-Unis, pratiqué dans les milieux ruraux les plus vastes dans un pays. La notion de ruralité est importante dans ce genre de tourisme et englobe toutes les activités dans ce milieu. Il se doit de préserver la nature, le paysage qui est de plus en plus considéré comme important. Les monuments historiques et les sociétés rurales « traditionnelles » suscitent aussi de grands intérêts. L'agriculture prend également une grande place par l'utilisation des sols pour les cultures, dominant l'activité économique de la région, base sur l'agriculture et l'exploitation de la forêt. Cependant les structures sociales traditionnelles y sont encore relativement bien conservées, notamment le mode de vie et la manière de penser, et qui doivent être préservés afin de garder les caractères propres du monde rural. Il y a d'ailleurs différents types de mode vie traditionnel dans chaque région, selon la structure des villages. La société rurale se différencie de l'urbain par plusieurs caractéristiques.

La commune rurale d'Androhibe Antsahadinta se trouvant dans la région d'Analamanga, à environ 18km à l'Ouest de la capitale est riche en potentialités touristiques mais qui ne sont pas exploitées et en tourisme rural notamment. Celui-ci peut être défini dans l'économie globale du tourisme comme la valorisation touristique d'espaces agrestes, des ressources naturelles de patrimoine naturel, du bâti rural, des traditions villageoises, des produits du territoire.⁴

De ce fait ce travail se donne pour objectif global de contribuer à la promotion du tourisme rural à Madagascar, et pour objectifs spécifiques de faire d'Antsahadinta une destination de tourisme rural dans la région d'Analamanga, de valoriser les potentialités touristiques de la commune et de la développer en impliquant la population locale. Face à ces buts fixés, on s'attend à des résultats tels que le développement de la commune ainsi que la participation de la population locale à la conservation et la valorisation des patrimoines dans la commune la contribution du tourisme rural au développement économique du pays, et aussi la notoriété et l'obtention de marché du site sur le plan national et international. Le problème se pose alors de savoir « comment promouvoir le tourisme rural dans la commune d'Androhibe Antsahadinta ? ». Deux hypothèses sont présentées, la mise en valeur des éléments propres au monde rural fait partie des atouts pour la promotion du tourisme. La mobilisation des acteurs concernés pour le développement du tourisme à Androhibe-Antsahadinta.

Afin de réaliser ce travail, nous avons adopté des méthodologies pour les collectes de données et informations et la vérification des hypothèses dont l'observation directe et

⁴ http://www.ruralitamediterranea.com/site/prm_homepage.php [consulté le 17 septembre 2016]

l'interview de Pierrette Massé, ainsi que l'entretien et l'enquête par questionnaire de J. Guibert et alé. Cependant, nous allons également appuyer la recherche par la théorie systémique de Joël de Rosnay.

Le travail est divisé en trois parties distinctes. La première décrit et analyse le cadre de l'objet de recherche dans lequel nous verrons les aspects de la commune Antsahadinta. Nous nous verrons la méthodologie de collecte dans laquelle nous allons parler des méthodologies de collecte adoptées ainsi que le fondement théorique de la recherche.

Dans la seconde, nous allons énoncer et entreprendre un essai d'analyse et interprétation des résultats. La troisième, consiste à établir un projet professionnel: la mise en place d'un écolodge dans la commun, ses faisabilités techniques et financières, la stratégie de mise en œuvre. Il importe aussi de montrer, l'impact du projet sur le plan économique et social, son intérêt, ses avantages et ses limites

**PREMIERE PARTIE : L'OBJET DE
RECHERCHE**

I-PREMIERE PARTIE : L'OBJET DE RECHERCHE

La première partie de ce travail consiste à définir le thème et le sujet à traiter, dans lequel nous allons faire une présentation de la zone d'étude dont la commune rurale d'Androhibe Antsahadinta avec sa délimitation et sa situation socio-économique. Nous allons présenter la théorie adoptée ainsi que les concepts liés à l'objet de la recherche ainsi que outils nécessaires pour l'aboutissement de cette recherche.

1-1-Cadrage générale de l'étude

Faisant partie des collines sacrées, Androhibe Antsahadinta représente une richesse historique et culturelle pour le tourisme. Dans cette partie, nous allons déterminer la délimitation géographique et historique de la commune, ainsi que sa situation socio-économique.

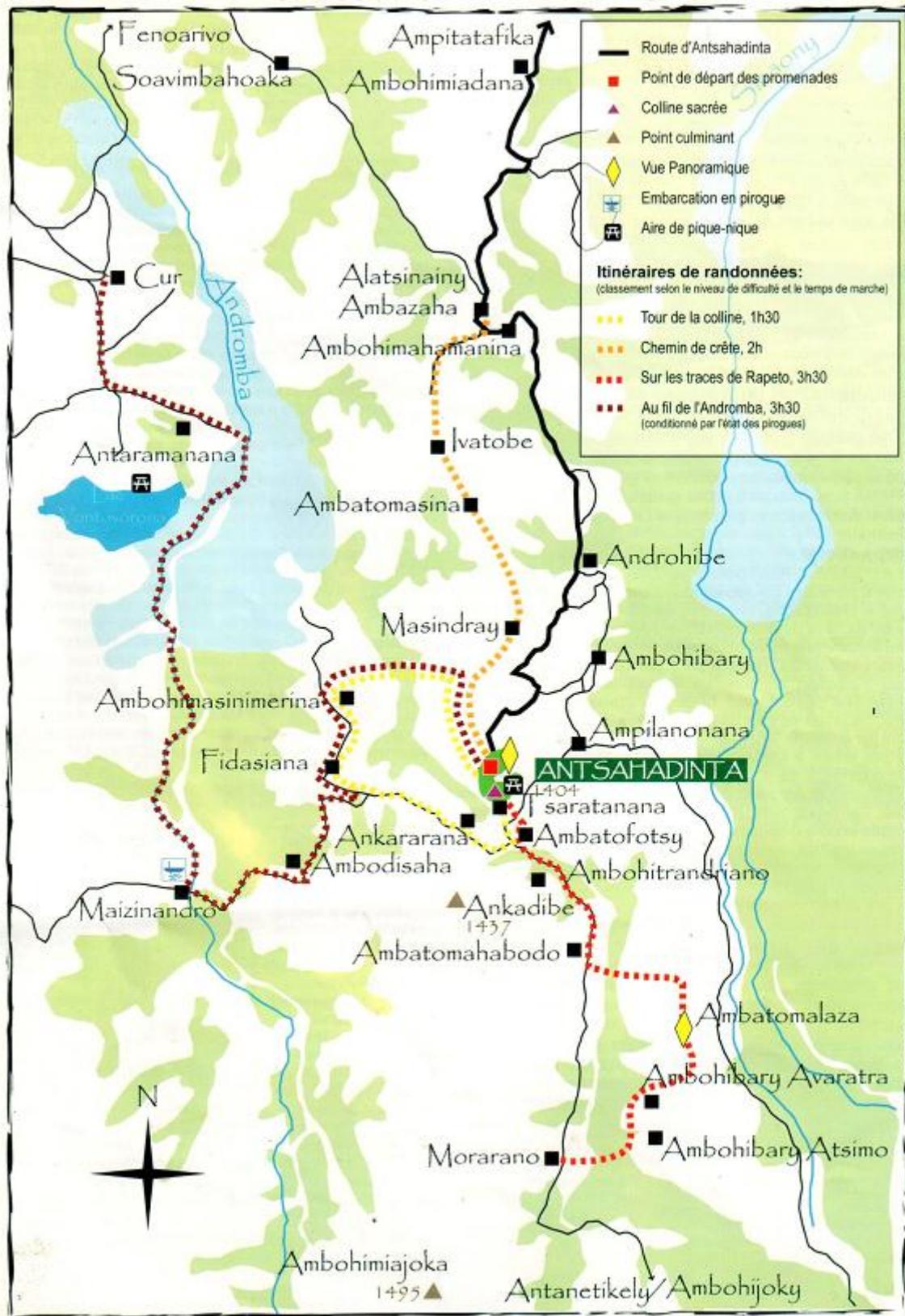
1-1-1-Présentation de la zone d'étude

Par sa richesse en ressources naturelles, Antsahadinta peut être exploité pour entreprendre des activités conçues par la population locale. Comme le tourisme rural met également en valeur les paysages qui constituent un attrait touristique, la promotion du tourisme rural d'Androhibe Antsahadinta a comme intérêt de valoriser les potentialités touristiques de cette dernière afin de prendre part au développement communautaire et de faire de ce dernier une destination du tourisme rural. La recherche présentée vise à promouvoir le tourisme à Madagascar et de participer au développement du pays. L'intérêt de ce sujet est alors concentré sur la mise en tourisme du lieu afin d'en faire une destination du tourisme rural à Analamanga.

1-1-2- Localisation de la zone d'étude

Appartenant à la région d'Analamanga, la commune rurale d'Androhibe Antsahadinta se trouve dans district d'Antananarivo Atsimondrano, à environ 18km à l'ouest de la capitale.

Carte n°1 : Localisation de la commune



Source: Ortana News avril 2008

1-1-3- Délimitation géographique

La commune rurale d'Androhibe Antsahadinta est délimitée au Nord par la commune rurale d'Alatsinainy Ambazaha et Ampitatafika, au Sud par Antanetikely ; à l'Est par Ampahitrosy et à l'Ouest Ambohimandry et Ambatomirahavavy.

Les 8 *fokontany* constitutifs de la commune sont : Antalaho, Androhibe, Ambohibary, Antsahadinta, Mandalova, Fidasiana, Anakadivory et Ambatomalaza.

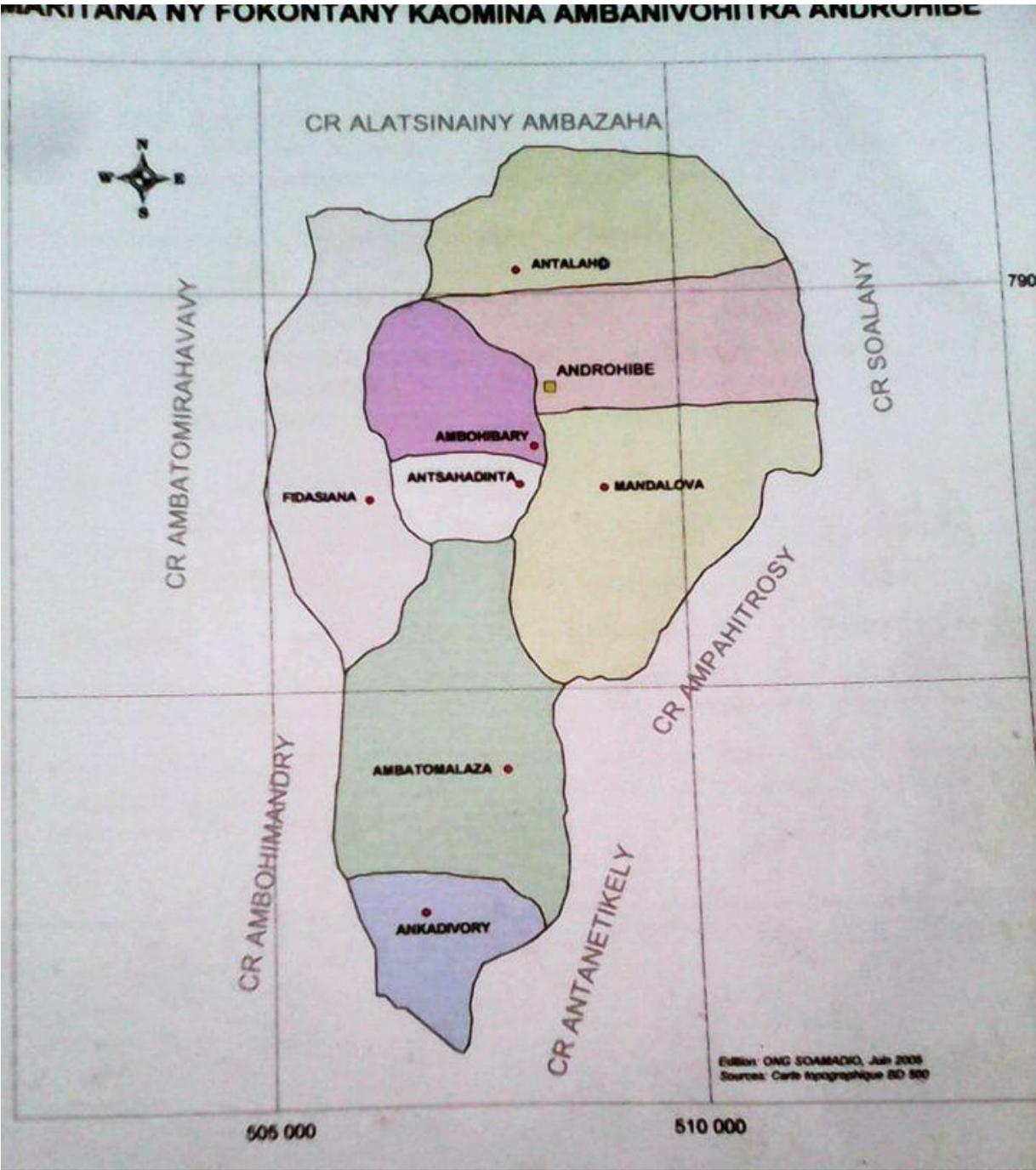
Tableau 1 : les *Fokontany* de la commune

Numéro	<i>Fokontany</i>	Distance par km
1	Androhibe	0km
2	Antalaho	1,5Km
3	Ambohibary	1Km
4	Mandalova	3Km
5	Antsahadinta	2Km
6	Fidasiana	5Km
7	Ambatomalaza	6Km
8	Anakadivory	7km

Source: PDC Androhibe Antsahadinta (Août 2016)

La carte suivante nous présente clairement cette délimitation.

Carte n° 2 : Délimitation de la commune rurale d'Androhibe Antsahadinta



Source : PCD de la commune (août 2016)

1-1-4-Délimitation historique :

L'origine du nom «Androhibe » provient de 3 autres dont « Am » qui signifie place et « Rohy » qui est une sorte de plante à épine, « be » qui signifie beaucoup, d'où l'existence abondante de la plante que la population a plantée autour de la commune afin de protéger les villages des ennemis.⁵ Cependant ce sont des populations venant d'Antsahadinta qui ont peuplé Androhibe au premier. Le nom d'Antsahadinta signifie la vallée des sangsues, car du temps des rois, il y avait encore une forêt primaire dans la vallée et les alentours, humides, qui étaient infestés de sangsues.

Antsahadinta fait partie des collines sacrées de l'Imerina, où Adriamangarira, le premier roi qui a régné dsur la colline en 1725, où également Andrianampoinimerina le grand roi de l'Imerina a fait régner sa femme Rabodozafimanjaka, l'arrière petite fille du Roi d'Alasora. Ainsi riche histoire qui devrait intéresser le tourisme culturel.

1-1-5-Situation socio-économique :

Les activités principales de la population sont subdivisées clairement en deux. En tant que commune rurale les activités des habitants sont d'abord l'agriculture et l'élevage, qui occupent les 75% de la population. Cependant malgré le fait que la commune représente 345ha de terres cultivables, où les habitants font différents types de cultures dont celle du riz la plus dominante dans les vallées. Citons aussi la culture de manioc, patate douce, vigne, et des fruits et légumes, sans oublier la canne à sucre. Actuellement la population se lance également dans la culture du blé.

⁵ Source : Monographie de la commune

Tableau 2 : Les produits agricoles

Produit	Surface/ha	Production par tonne
Riz	345	1200
Maïs	15	38
Haricot	10	15
Pomme de terre	10	1180
Patate douce	16	325
Manioc	130	2500
Vigne	1,5	15
Orange	30	480
Canne à sucre	50	1500

(Source : PCD de la commune)

Photo n°1: Culture du blé et vigne à Androhibe



Sources: auteur (septembre 2016)

L'artisanat occupe également une place importante dans l'économie de la commune, occupent 15% des activités de la population, dont le travail de la pierre, la briqueterie, le tissage et la vannerie.

Photo n° 2: Briqueterie à Androbibe



Source: cliché de l'auteur (octobre 2017)

Actuellement, avec la hausse rapide de la population, la production locale commence à ne plus suffire aux habitants surtout pendant la période de soudure, de décembre à mars, car les agriculteurs ne pensent pas à améliorer les techniques de culture. C'est surtout pendant cette période que les femmes se consacrent aux activités artisanales dont le tissage.

1-2-Cadre général du tourisme

Le tourisme est aujourd'hui source de recette d'exportation bien devant les autres industries telles que l'automobile et la chimie. Ainsi, pour de nombreux pays et pour Madagascar, il constitue une source indispensable de devises. Il en forme la première pour 38% des pays⁶. En tant que phénomène mondial, le tourisme est actuellement l'un des secteurs créateurs d'emplois beaucoup plus que le secteur industriel. Il embrasse de nombreuses activités dont le transport, l'hébergement, la restauration et le loisir qui sont aussi appelés activités connexes du tourisme. Il est considéré comme secteur porteur de l'économie pour sa nature multisectorielle et «un phénomène social, culturel et économique qui implique le déplacement d'une personne vers un pays où des endroits situés en dehors de leur environnement habituel à des affaires personnel ou professionnel ; ces personnes sont appelées des visiteurs ou des

⁶ Rapport de l'OMT sur le développement du tourisme dans le monde (publié en 2003).

excursionnistes, des résidents ou non résidant ou transitaires et le tourisme se rapportent à leurs activités qui supposent pour certaines des dépenses touristiques ». Ainsi le tourisme est considéré comme facteur de développement durable.

1-2-1-Notion de tourisme rural

Le tourisme rural est, comme son nom l'indique, une forme de tourisme qui se déploie en milieu rural. Cependant ce dernier se développe de différentes manières: « *Les formes de tourisme rural qui se sont développées diffèrent selon les régions* »⁷. Les vacances à la campagne, dans les fermes sont les plus courantes et pratiquées à Madagascar. C'est déjà une forme de tourisme rural car « le tourisme comprend les activités déployés par les personnes au cours de leurs voyages et leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leurs environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisir, pour affaire »⁸.

Cependant, dans le contexte de la ruralité, il importe de voir la densité de la population et l'importance des établissements humains, l'utilisation des sols et la domination de l'agriculture et de la sylviculture qui sont des éléments distinctifs du rural par rapport à l'urbain ou d'autres milieux⁹. La structure sociale traditionnelle montre l'identité communautaire. De plus dans les espaces ruraux contrairement à la ville, la population est peu nombreuse ainsi que les infrastructures, et les bâtis, ce qui implique que le tourisme rural et l'urbain sont deux formes de tourisme très différentes, surtout en matière d'activités touristiques.

⁷ OCDE, les stratégies du tourisme et le développement rural, 1994, p9.

⁸ OMT : Organisation Mondiale du Tourisme

⁹ OCDE

Tableau n°3: tableau comparatif de l'espace rural et de l'espace urbain

Tourisme urbain	Tourisme rural
Peu d'espace non bâti	Grands espaces
Unités de peuplement de plus de 10 000 habitants	Unités de peuplement de moins de 10 000 habitants
Forte densité de population	Faible densité de population
Environnement bâti	Environnement naturel
Nombreuses activités d'intérieur	Nombreuses activités d'extérieur
Beaucoup d'infrastructures	Peu d'infrastructures
Importante base de loisirs et de magasins individuels	Importante base d'activités
Grands établissements	Petits établissements
Entreprises de taille nationale/internationale	Entreprises de niveau local
Beaucoup d'activités à plein temps dans le tourisme	Beaucoup d'activités à temps partiel dans le tourisme
Aucune activité agricole/forestière	Activités agricoles/forestières
Activités touristiques autonomes	Activités touristiques aidant financièrement d'autres activités
Les travailleurs peuvent habiter loin de leur lieu de travail	Les travailleurs habitent souvent près de leur lieu de travail
Rarement influencé par les saisons	Souvent influencé par les saisons
Nombreux visiteurs	Peu de visiteurs
Relations anonymes avec les visiteurs	Relations personnelles avec les visiteurs

Source : les stratégies du tourisme et le développement rural OCDE, 1994, p

1-2-2-Intérêts du tourisme rural

Elément du tourisme durable, « *le tourisme rural est une expérience récréative impliquant la visite d'un environnement rural dans le but de participer à des activités, évènements ou de voir des attraits qui ne se retrouve pas en milieu urbain, ces activités ne sont pas nécessairement de nature agricole* »¹⁰. De ce fait le tourisme rural participe non seulement

¹⁰ Université de Californie (Small Farm Center)

au développement local mais il présente aussi comme intérêt de faire découvrir et avoir un contact avec un autre monde, une autre culture et mode vie. De plus la clientèle de ce type de tourisme est très variée. On constate trois types de clientèles du tourisme rural dont les personnes qui ont gardé des liens et des biens matériels sur leur terre natale. De ce fait elles pratiquent un tourisme non marchand c'est-à-dire qui ne rapporte pas de bénéfice à la population locale car ils se rendent chez des parents ou amis ou dans leur résidence secondaire. Puis il y a la clientèle du tourisme social et associatif qui est des personnes voulant participer au développement locale. Enfin la clientèle des amateurs de campagne qui est une clientèle récente en hausse croissante et consommatrice de l'ensemble des prestations disponibles.

La promotion du tourisme rural est une opportunité qui s'ouvre à la population locale de bénéficier de cette activité dans leur localité par le biais de la vente des produits du terroir et montrer leur savoir-faire. La revalorisation du milieu rural est un avantage de la pratique du tourisme rural à travers les activités de ce tourisme telles que la visite des fermes, les randonnées dans les champs.

1-2-3-Les spécificités du tourisme rural :

Comme toutes autres formes de tourisme, le tourisme rural a aussi ses propres caractéristiques qui le différencient des autres formes de tourisme. Comme il se passe dans les milieux ruraux, les espaces ruraux sont dominants qui doivent être valorisés car font partie du concept de tourisme rural. « *Le tourisme rural se définit dans l'économie globale du tourisme comme valorisation des espaces agrestes des ressources naturelles, du patrimoine culturel, du bâti rural, des traditions villageoises, des produits du terroir, par les produits labélisés, illustratifs des identités régionales, couvrant les besoins des communicateurs en hébergement, restauration, activités de loisir, animation et service, à des fins de développement local durable et de réponse adéquate aux besoins de loisir dans la société moderne, dans une nouvelle solidarité sociale ville-campagne* »¹¹. Cela veut dire que le paysage rural est unique avec ses bâtis et ces ressources naturelles. Si dans les grandes villes du monde on ne voit presque plus de ressources naturelles et la forme des maisons n'ont pas d'authenticité car on voit partout des grands bâtiments à étage qui donne l'impression d'être dans le même espace, vu que le paysage est toujours le même, les bâtis ruraux sont des éléments qui les différencient des autres milieux.

¹¹ Euroter, *tourisme en Europe rurale*, 1992.

Les us et coutumes dont font partie les traditions, les cultures locales, le mode de vie et la façon de vivre sont des éléments majeurs du tourisme rural qui lui donne des caractères uniques. Les activités touristiques s'y distinguent par la pratique des activités sportives telles que les randonnées et les activités déployées en pleine nature. Contrairement à la ville où l'on trouve des grandes infrastructures touristiques telles que des grands hôtels de luxe et resort, l'hébergement en espace rural, loin d'être de grandes infrastructures, est formé de gîtes ruraux qui sont des bâtiments d'habitation pour héberger les vacanciers généralement à la campagne, et des chambres d'hôte, des chambres meublées pour accueillir les visiteurs, généralement pour quelques nuits.

1-2-4-La clientèle du tourisme rural

La clientèle du tourisme rural est très diversifiée. On peut identifier trois types de clientèle, dont les natifs qui retournent dans le village natal. De ce fait il n'y a pas de consommation car ce type de clientèle s'héberge chez la famille. Les touristes qui s'adonnent au tourisme social, c'est-à-dire ceux qui participent au développement des villages ou destination de vacances sont perçus comme clients du tourisme rural. Etant donné la diversification des activités en milieu rural, les types de touristes attirés par le milieu s'adonnent au tourisme au sport dont la randonnée, le trekking, « *à part, l'observation des oiseaux d'une part, la pêche et la chasse d'autre part, qui attirent dans de nombreux pays une clientèle représentant tout l'éventail socio-économique, le tourisme rural concerne une clientèle généralement haut de gamme.* »¹²,...

La clientèle du tourisme rural est identifiée comme étant des clients haut de gamme car «...le marché des vacances à la campagne correspond essentiellement à des clients aisés et instruits qui exigent la qualité et tendent à dépenser des sommes supérieures à la moyenne. »¹³

1-3-Méthodologie de collecte de données et des informations

La méthodologie de collecte est définie comme l'ensemble des méthodes, des techniques, des démarches qui permettent d'atteindre les objectifs de recherche. Pour en venir à bout, il est important de déterminer les matériels et méthodes utilisés

¹² OCDE, *les stratégies du tourisme et le développement rural*, 1994, p24

¹³ Ibidem., p24

Le recueil d'informations est « *un processus organisé mise en œuvre pour obtenir des informations auprès de sources multiples, en vue de passer d'un niveau de connaissance ou de représentation d'une situation donnée à un autre niveau de connaissance ou de représentation de la même situation, dans le cadre d'une action délibérée dont les objectifs ont été clairement définis, et qui donne des garanties suffisantes de validité* ». ¹⁴

Dans un travail de recherche il existe de nombreuses démarches à faire avant d'aboutir à la finalité du projet. Donc il faut d'abord bien choisir son sujet avant de se documenter à propos de celui-ci, puis faire des travaux de terrain pour obtenir plus d'informations et voir l'état de lieu pour aboutir enfin à la rédaction et faire des vérification et corrections avant le dépôt du projet.

Pendant les travaux de terrain on a donc adopté une démarche observationnelle afin de voir en nature les situations et les faits existants.

1-3-1-Population cible

La population cible est la population totale pour laquelle on a besoin de l'information. De ce fait l'identification de la population à enquêter dépend des types d'information dont on a besoin. Afin d'obtenir les informations satisfaisantes et pour la facilitation de travail de recherche il faut donc identifier et subdiviser par tranche d'âge et par fonctions dans la société la population qu'on va enquêter.

Pendant les travaux sur terrain pour d'obtenir des informations sur l'histoire du village, des informateurs qui peuvent connaître le village ainsi que son histoire. Les personnes travaillant dans l'administration sont les personnes ressources qu'on peut questionner et obtenir des informations et donnés concernant l'administration territoriale, la délimitation et la géographie de la commune, l'économie, bref, la monographie du lieu.

- Les artisans :

Comme l'artisanat fait partie de la culture malgache, elle reflète la culture de la population. L'artisanat et le tourisme sont indissociables vu qu'il fait partie des attraits et produits touristique. Il constitue lui-même un savoir-faire, qui différencie la culture des autres. Il est alors important de demander aux artisans leurs avis.

¹⁴ Joëlle Berrewaerts, *Méthodologie de l'observation*, p6

- Les guides locaux :

Pour compléter les informations obtenues dans les ouvrages, dans la collecte de données il est préférable d'obtenir des informations fiables pour ne pas livrer de fausses informations. Il est alors nécessaire d'aller auprès des guides locaux, s'il y en a car ils connaissent bien le secteur tourisme et les histoires concernant le village et la commune tout entière, d'autant plus que c'est leur métier et ils sont qualifiés pour donner des informations sur le sujet.

1-3-2-Instrument :

Pour l'acquisition de données et informations dont on a besoin, il faut que le chercheur définisse ses méthodes de collecte en tant qu'instrument. La méthode de collecte de données et information est utilisée afin de voir la capacité des étudiants chercheurs sur l'identification des méthodes et techniques de collecte de données et informations appropriées à son produit. Cependant pour ces collectes nous allons utiliser différentes méthodes de collecte dont :

- La documentation

La documentation est une des méthodes de collecte de données qui est important dans le travail de recherche. Cependant il y a différentes façons de se documenter. Afin d'avoir des idées et connaître les concepts sur le thème et sujet de recherche nous avons lu des ouvrages concernant notre thème et sujet qui nous permet d'avoir des idées sur l'objet de recherche. Pour approfondir les connaissances sur ces derniers nous nous sommes documentés par des articles sur internet, par des vidéos d'émission de télévision, des articles sur les brochures et revues.

- L'observation directe

L'observation directe est « *comme une approche dont le but est de décrire, de façon exhaustive, les composantes objectives d'une situation sociale (ou communicationnelle) donnée (lieux, structures, objets, instruments, personnes, groupes, actes, évènements, durées, etc.) pour ensuite en extraire des typologies* »¹⁵. De ce fait cette méthode est pratique pour le travail sur

¹⁵ Gauthier, 1986, p230

terrain afin de constater de visu les réalités et les existants. Dans notre cas on a pu voir de nos propres yeux les existants touristiques dans la commune rurale d'Androhibe Antsahadinta.

L'observation directe a aussi permis de vérifier les informations obtenues et lues dans les vidéos, magazines et brochures. Afin d'obtenir des données claires et de voir les comportements de la population cible, et pour connaître l'opinion et les représentations de la société, nous avons utilisé la méthode par questionnaire qui se présente sous différentes formes distinctes dont l'enquête par questionnaire, l'interview, l'entretien et le sondage mais dans notre cas nous n'avons utilisé que les trois premiers :

- Enquête par questionnaire

L'enquête par questionnaire vise à saisir les comportements et les opinions en interrogeant des individus.¹⁶ Cette méthode a permis de recueillir des informations pratiques sur l'étude et le comportement des individus et les acteurs œuvrant pour le tourisme afin d'étudier les problèmes de ce secteur dans la commune.

- L'interview

L'interview est « une forme de communication entre deux personnes qui ne se connaissent pas »¹⁷. C'est aussi une entrevue formelle qui se compose d'une série de questions structurées.

- Entretien

L'entretien est un recueil d'informations dans une situation de face à face à face conduit à s'interroger sur les deux aspects indissociables de cette situation : l'information et la relation. Il résulte alors que, pendant l'entretien, on doit recueillir des informations qui sont l'objet même de l'entretien.

1-3-3-Outils de traitement des données

- **L'analyse FFOM ou SWOT**

L'analyse FFOM est utilisée pour identifier et étudier les forces, les faiblesses, les menaces et les opportunités d'un cas. Les forces et faiblesses sont des caractéristiques internes de l'objet

¹⁶ Guibert J. et al. 1997, la méthodologie des pratiques de terrain en science humaine et sociales, p104
¹⁷ P.Massé, Méthode de collecte et d'analyse des données en Communication, p.107

d'étude. Les forces contribuent substantiellement à la réalisation de la mission de l'organisation ou à régler le problème de base, tandis que les faiblesses qui influencent négativement le fonctionnement de l'organisation. Les opportunités et menaces sont des faits externes qui favorisent ou nuisent à la mission de l'organisation.

L'arbre des problèmes

L'arbre des problèmes est un outil de méthodologie qui permet de visualiser et comprendre les principaux problèmes d'un sujet. Dans le tourisme, notamment dans la commune rurale d'Andohibe Antsahadinta, il est important d'identifier les problèmes liés à la promotion du tourisme.

1-4-Fondement théorique

Cette partie concerne l'étude théorique c'est-à-dire la théorie qu'on a choisie pour conduire l'étude, dont la systémique de Joël de Rosnay.

1-4-1-Cadrage théorique

La théorie systémique de Joël de Rosnay est représenté par « le microscope »¹⁸

- ❖ **Théorie** : systémique
- ❖ **Base** : système

- ❖ **Concepts fondamentaux** : interaction, globalité, complexité.

L'approche systémique se fonde sur la notion de système mais qui dépasse toutes les autres approches, sur les études des organismes vivants. L'approche a ses propres caractéristiques de l'aller et retour entre machine, organisme et société, c'est d'ailleurs l'origine de la cybernétique dans les années 40 aux Etats-Unis. L'approche systémique, importante, est capable de faire prendre des décisions vitales au fur et à mesure de l'arrivée des informations qui sont inter coordonnées en temps réel.

Un système est caractérisé par sa frontière qui le délimite dans l'environnement, sa finalité c'est-à-dire l'intention d'atteindre un but, son évolution dans le passé, présente et future, son organisation, sa structure dans laquelle on prend en compte ses constituants et ses relations, et ses processus ou ses activités et ses interactions.

¹⁸ Joël de Rosnay, *le Microscope vers une vision global*, 1975, 352p

Un système est d'ailleurs limité par sa frontière qui le sépare du monde extérieur et des éléments ou composants qui peuvent être séparés et rassemblés selon les catégories, comme les habitants d'une ville, un des matières de stockage d'éléments et d'énergie. Il est nécessaire dans un système qu'il y ait un réseau de communication afin d'échanger des énergies et des informations entre les éléments du système. Cependant il faut que les flux ou information passent par ces réservoirs. Pour qu'un système fonctionne, il faut qu'il ait le jeu des boucles de rétroaction, des flux et des ressources qui fonctionnent en même temps.

Il existe deux types de systèmes dont le système ouvert où il y a échange d'énergie, de matières et des informations entre les éléments, et le système fermé qui n'échange rien avec son environnement. La complexité dans l'approche systémique se fonde sur la variété des éléments et interaction entre ces éléments, ces interactions peuvent être linéaires qui décrivent les relations mathématiques de même résultats. Il y a aussi l'interaction non-linéaire. Un système complexe est constitué par une grande variété de composants, d'éléments possédant des fonctions spécialisées qu'on peut appeler des sous-systèmes.

1-4-2-Relation entre la théorie et le sujet

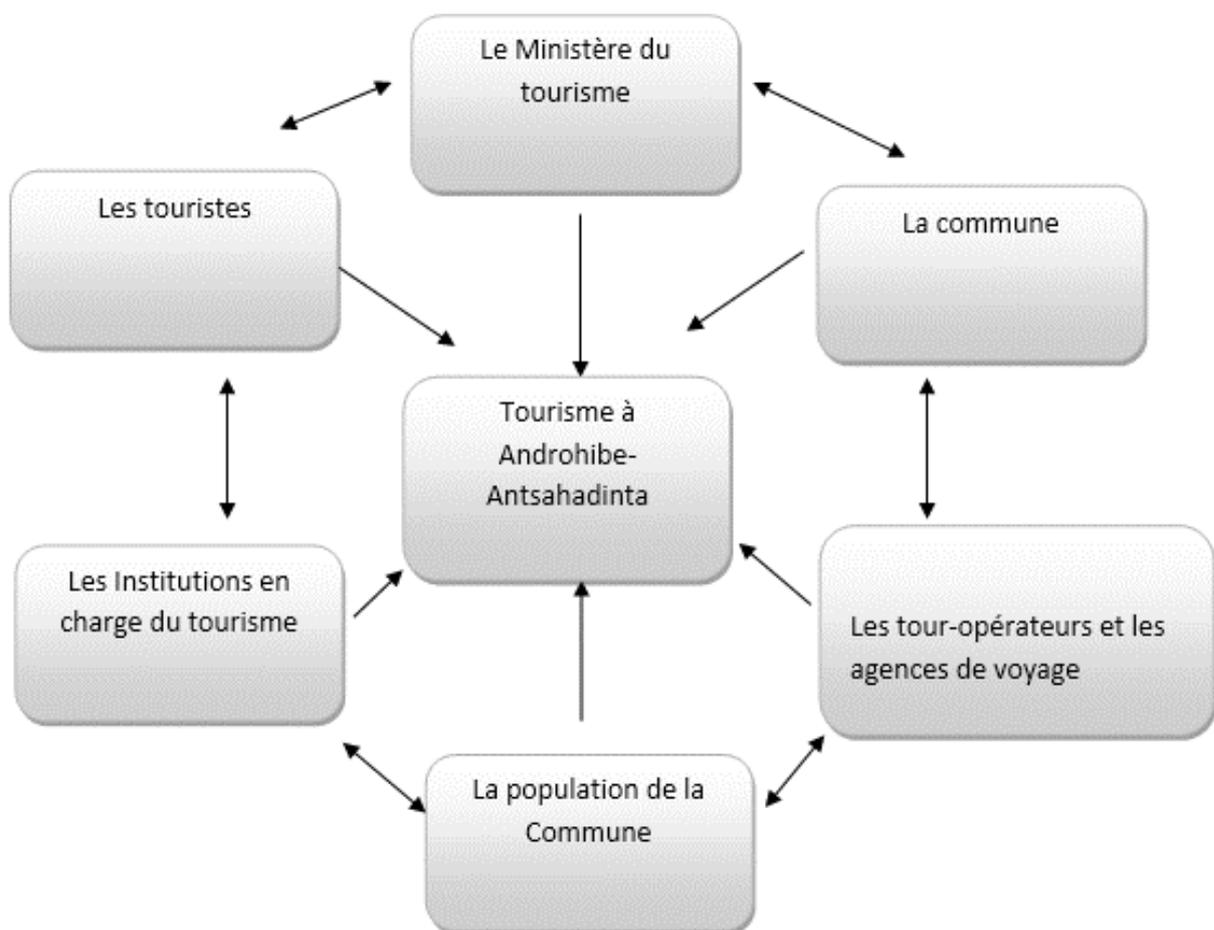
La théorie systémique de Joël de Rosnay est la plus adaptée au projet car le tourisme rural lui-même est un grand système composé de différents éléments. Comme un système ouvert, il a besoin d'avoir une relation avec son environnement afin de se développer mais aussi d'entretenir des relations internes.

Comme dans la théorie systémique, qui se base sur la notion de système, le tourisme est un système complexe qui embrasse de nombreux secteurs d'activité et est composé de trois sous-systèmes qui forment des éléments et qui doivent avoir une interaction afin de se faire fonctionner. L'objectif de cette étude se base sur la promotion du tourisme. Le développement est donc une de ces finalités, or cette promotion nécessite des échanges et relations entre les acteurs concernés. De plus la théorie systémique de Joël de Rosnay est fondée sur l'analyse et la conception des relations entre les éléments. Dans le tourisme à Antsahadinta ces éléments en interaction sont représentés par la population ou la communauté locale, puis par l'Etat, qui est représenté par la commune ou les *fokontany*, ainsi que les institutions en charge du tourisme et enfin le secteur privé représenté par les Tours Opérateurs et agences de voyage qui viennent de l'extérieur de l'environnement des deux premier secteurs. Il faut donc que ces trois secteurs soient organisés et partagent les flux ou informations qui doivent normalement sous-tendre le secteur public vers la population locale. Afin qu'il y ait un développement du tourisme local,

il faut que ces acteurs travaillent ensemble et acceptent l'entrée du secteur privé afin de voir ce qu'il apporte et après agir selon ces résultats.

Bien que le tourisme soit déjà présent à Androhibe-Antsahadinta la participation des acteurs tels que la population locale n'est pas visible, à cause du manque de communication entre les acteurs.

Schéma n°1: Carte des acteurs du tourisme à Androhibe Antsahadinta



Source: Auteur (décembre 2017)

↔ : Interactions entre les acteurs

▭ : Éléments du système

Le tourisme embrasse de nombreux secteurs d'activité. Pour qu'il fonctionne bien, il est nécessaire que les acteurs œuvrant dans le domaine interagissent. Pour le développement du tourisme ces acteurs doivent collaborer ensemble.

La population locale est l'un des principaux acteurs pour le développement du tourisme dans la localité car c'est elle qui reçoit les touristes et participe à l'organisation des activités touristiques locales. La commune, en tant représentant de l'Etat dans la localité, se doit promouvoir le tourisme et partager les informations avec la population locale.

Les institutions en charge du tourisme, telle que l'ORTANA ou l'Office Régional du Tourisme Analamanga, soit les premières responsables pour le développement du tourisme.

Les tour-opérateurs et agences de voyage sont les principaux promoteurs du tourisme dans la localité par l'organisation des voyages, visites et la vente des circuits dans la commune.

1-4-3-Cadrage conceptuel

Afin d'avoir une idée générale des concepts étudiés et liés au travail. Nous allons d'abord aborder les concepts liés à la théorie puis on enchaînera avec ceux concernant l'objet de recherche.

1-4-3-1-Les concepts fondamentaux de la théorie

➤ Un système :

« *Un système est un ensemble d'élément en interaction*¹⁹ », il est alors caractérisé par sa frontière qui le délimite dans l'environnement; sa finalité; son évolution; son organisation; sa structure c'est à dire les constituants et leurs relations et enfin ses processus dont les activités et les interactions. « *Un système et un ensemble d'éléments en interaction dynamique organisés en fonction d'un but* ». De ce fait c'est l'ensemble d'objet et de relation entre les objets et leurs attributs.

➤ La complexité

La complexité est une partie d'un système qui renvoie à toutes les difficultés de compréhension affirmées par l'appréhension d'une réalité complexe et qui se traduisent en fait pour l'observateur par un manque d'information.

¹⁹ Joël de Rosnay, le macroscopie, p.92

➤ la globalité

La globalité est une propriété des systèmes complexes exprimant l'interdépendance et la cohérence entre les éléments du système. Ainsi on peut dire que ce concept exprime l'interdépendance des éléments du système et la cohérence de l'ensemble.

1-4-3-2-Les concepts fondamentaux liés à l'objet de recherche

- **Le tourisme**

« *Le tourisme comprend les 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* »²⁰. Ainsi, le tourisme est un déplacement effectué par les touristes ou des non-résidents dans un endroit hors de leurs endroits habituel, mais qui doit dépasser plus de vingt-quatre heures et moins d'un an. Ils doivent également y avoir une consommation se rattachant aux activités connexes du tourisme dont l'hébergement, la restauration, le loisir et le transport.

Le tourisme désigne l'ensemble des rapports et des phénomènes résultant du voyage et du séjour dans une localité de personnes qui lui sont étrangères et n'étant par ailleurs lié à aucune activité lucrative.

- **Le tourisme rural**

Le tourisme rural est une « *activité complexe à multiples facettes: et n'est pas fondé uniquement sur la ferme. Il comprend aussi des vacances dans le monde nature sur des thèmes particuliers ainsi que l'écotourisme, la marche, l'alpinisme, les randonnées à bicyclette ou à cheval, l'aventure, le sport et le tourisme de santé, la chasse et la pêche, les voyages éducatifs, le tourisme axé sur l'art et le patrimoine et, dans certaines régions le tourisme ethnique* »²¹. D'après cette affirmation, le tourisme rural est une forme de tourisme qui ne se limite pas seulement par des activités liés à la ferme. En effet, ce type de tourisme ne signifie pas uniquement le tourisme de campagne composé uniquement de paysages agricoles et forestiers mais englobe d'autres formes de tourisme et de la découverte y compris les établissements de restauration et d'hébergement.

¹⁶ Organisation Mondiale du Tourisme

²¹ OCDE, les stratégies du tourisme et le développement rural, p.9

- **La culture :**

La culture est « *l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs caractérisant une société ou un groupe social englobant, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances.* »²² A partir de cela, on peut dire que la culture englobe l'ensemble des pratiques sociales des individus au sein d'une communauté. Elle constitue l'identité d'une société ou d'un pays. La culture constitue également un attrait touristique et une des raisons du voyage des touristes.

- **Le patrimoine:**

« *Le patrimoine est un don du passé que l'on fructifie au présent et que l'on transmet aux générations futures. Ainsi un patrimoine est un héritage d'une famille, du pays, une société ou encore commercial et cela peut être matériel ou immatériel*²³.» De ce fait, le patrimoine une richesse qui renferme et représente l'identité culturelle d'un pays ou société. Deux types de patrimoine culturel sont identifiés dont le patrimoine culturel matériel qui contient les richesses culturelles tangibles laissées par les ancêtres et qui ont toujours une grande importance pour la société, et le patrimoine culturel immatériel qui englobe les savoir-faire, les pratiques et expressions.

- **Bungalow :**

C'est une maison indépendante ou jumelée, d'une ou plusieurs pièces avec cuisine ou cuisinette, salle de bain ou salle d'eau, WC, éventuellement jardin généralement de construction plus légère qu'une villa. Ainsi, le bungalow est un établissement à part de l'hôtel.

- **Hôtel :**

C'est un bâtiment ou une partie de bâtiment aménagé pour loger une clientèle de passage ou non, possédant une salle à manger publique ou un café-restaurant et où un registre public est tenu dans un bureau continuellement ouvert. Etablissement commercial, les voyageurs, peuvent s'y loger et s'y nourrir au cours de leurs déplacements moyennant rétribution.

²² UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)

²³ UNESCO

- **Hôtel de tourisme :**

Est un établissement commercial d'hébergement classé, offrant des chambres des appartements meublés en location, soit pour une clientèle de passage, soit pour une clientèle qui effectue un séjour caractérisé par une location à la semaine ou au mois, mais qui, sauf exception, n'y élit pas domicile.

Cette première partie du travail a permis d'apprendre plus sur le tourisme rural qui est encore un type de tourisme méconnu à Madagascar, mais qui est un levier de développement pour les communes rurales. Nous avons également pu connaître de nombreux éléments d'Androhibe Antsahadinta : son histoire et les attraits touristiques et sites historiques dans lesquels il en existe déjà célèbres, et qui fait la renommée de la commune, mais d'autres encore, méconnus revêtent une grande valeur dans la culture malgache et méritent d'être promus et valorisés, constituant un des concepts fondamentaux du tourisme rural.

DEUXIEME PARTIE : ANALYSE ET
INTERPRETATION

II- DEUXIEME PARTIE : ANALYSE ET INTERPRETATION

Le tourisme, secteur levier de développement, est mal exploité à Androhibe alors qu'elle possède une énorme potentialité touristique exploitable. De plus, grâce à ces attraits touristiques, on peut y pratiquer différents types de cette activité dont le tourisme culturel, le tourisme d'aventure et de découverte.

Dans cette partie du travail seront présentés les résultats obtenus, les terrains, les recherches et la documentation dans laquelle nous allons exposer dans un premier temps les résultats d'observation et d'enquête. Puis ces résultats seront analysés et interprétés afin de vérifier les hypothèses émises.

2-1-Présentation des résultats

Tout d'abord, seront présentés les résultats de la documentation puis ceux de l'observation et enfin ceux des enquêtes.

2-1-1-Les résultats de la documentation

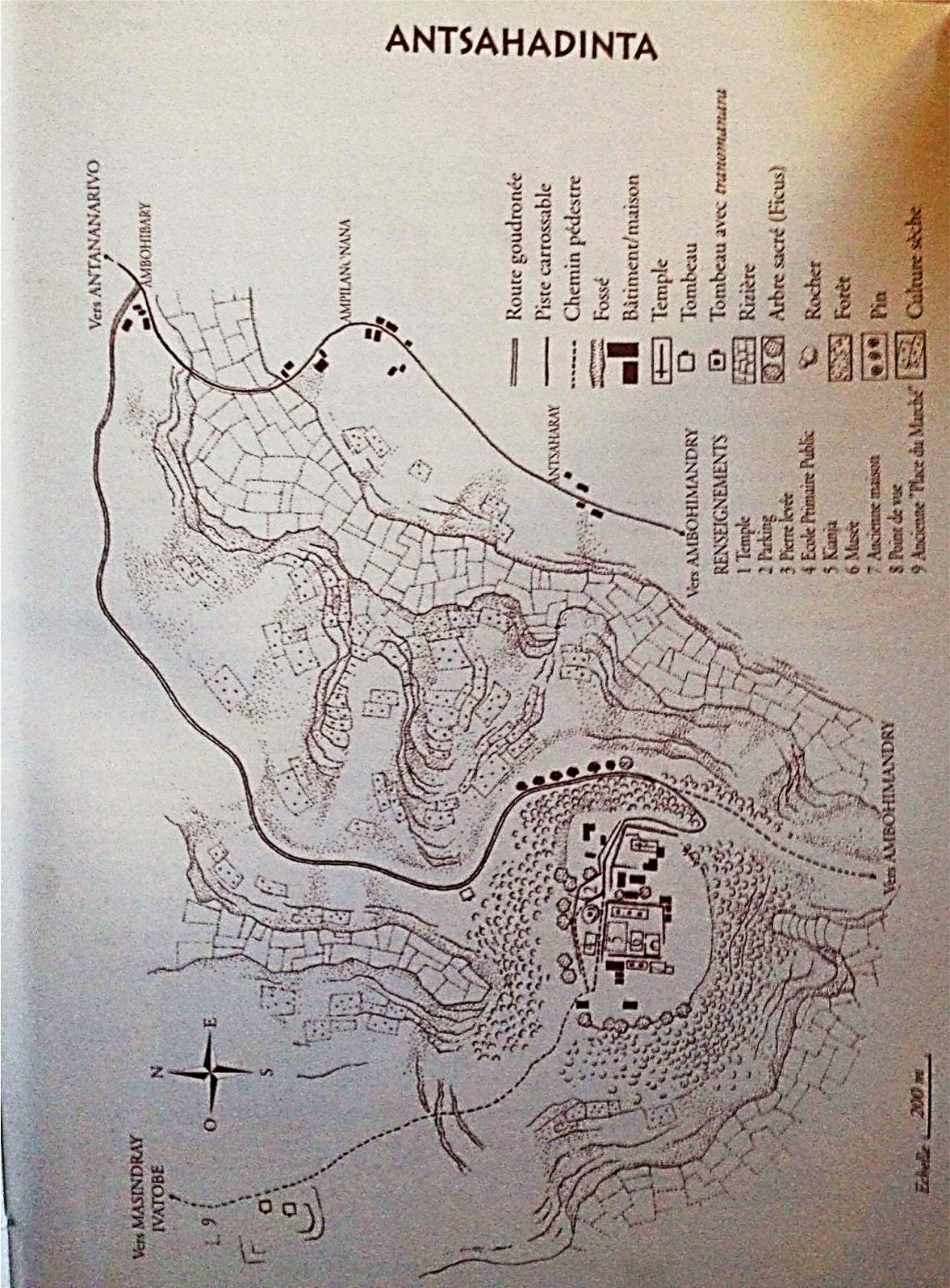
- Antsahadinta

D'après la documentation constituée, on peut conclure qu'Antsahadinta est l'une des collines sacrées de l'Imerina, qu'il fut le chef-lieu de l'Ambodirano, l'une des quatre subdivisions de l'Imerina ancienne²⁴. La vallée renferme des monuments historiques et reste un témoignage vivant des anciens villages de l'Imerina.

Vers 1725, Andriamangarira, demi-frère des rois d'Alasora et d'Ambohimanga a construit les premières fortifications à Antsahadinta mais qui est plus tard exilé après la révolte de son peuple malgré le fait qu'il ait fait allégeance à Andrianampoinimerina. Andriatsiramanjaka lui succède après avoir aidé Andrianampoinimerina à conquérir Alasora, et Razafibodomanjaka épouse la fille de ce prince et régné sur Antsahadinta et ses alentours. Actuellement on peut encore découvrir les tombeaux de ces derniers dans le rova.

²⁴ <http://madatana.com/colline-antsahadinta.php> (consulté le 10 septembre 2017)

Carte n°3 : Catre du Rova d'Antsahadinta



Source : Agnes Joignerez, Elie Rajaonarison, *Voyage en terre malgache: le cœur de l'Imerina*, p 52

Cette carte représente l'accès vers le fameux *rova* d'Antsahadinta. Etant une colline sacrée de l'Imerina, Antsahadinta est l'une de ces collines qui soit encore recouverte de forêt, et sur la carte, on peut percevoir que le palais est entouré d'arbres sacrés. Dans la culture malgache, l'Est est un endroit sacré, ainsi on peut voir que les tombeaux royaux qui sont également importants se trouvent à l'est. Des anciennes maisons sont aussi perchées au sud-ouest du *rova*.

2-1-2- Les résultats d'observation

L'observation durant les travaux de terrain effectués dans la commune rurale à Androhibe-Antsahadinta permet d'obtenir les résultats suivants.

2-1-2-1- Attractions culturelles et historiques

La culture et le tourisme sont deux concepts indissociables car « *la culture joue un élément de différenciation importante pour un pays, elle est considérée comme une attraction à forte compétitivité dans le tourisme...* »²⁵

La commune rurale d'Androhibe –Antsahadinta représente une forte potentialité en termes d'attractions culturelles et historiques dont le patrimoine et monuments. En effet le patrimoine « *... est formé par l'ensemble de tout élément, matériel ou immatériel, constitutif de la vie présente et passée, endémique ou indigène, des pays concernés et définissant leur particularité. Cela comprendra aussi bien les éléments naturels-lieux, plantes, animaux, que celles façonnées par l'homme et la société-bâti, culture, etc.* »²⁶.

Le *rova* d'Antsahadinta

Le *rova*²⁷ d'Antsahadinta qui marque l'histoire de la royauté Merina, constitue un attrait touristique important pour la région car c'est le lieu où Rabodozafimanjaka, une des femmes d'Andrianampoinimerina, est enterrée, avec son père et son frère. Le *rova* est alors un lieu sacré, mais c'est aussi un édifice historique qui renferme une histoire importante dans celle de la royauté merina. Dans le *rova* on peut apercevoir des tombes royales surmontées d'un *tranomara*²⁸. C'est pourquoi les Malgaches respectent ce lieu, et même actuellement certains autochtones et étrangers pratiquent le culte des ancêtres sur ces tombeaux royaux surtout sur celui de Razafibodomanjaka.

²⁵ OMT (Organisation Mondiale du Tourisme), 2001

²⁶ Définition de l'UNESCO

²⁷ Enclos royal

²⁸ Construction en bois en forme de maisonnette érigée sur la tombe de certains nobles

Le *rova* ou palais royal est constitué d'une petite place ou *kianja*, autour de laquelle se trouvent les habitations et tombeaux des princes. Sept fossés protègent le site, et l'on y entre par deux portes principales à disque de pierre.²⁹ Dans le *rova* on peut également apercevoir les tombeaux des souverains successifs et de leurs familles ainsi que celui du roi fondateur, le roi Andriamangarira. On peut aussi y découvrir les maisons traditionnelles en bois du temps de l'Imerina ancienne.

Photo n°3 : Tombaux royaux à Antsahadinta



Source : auteur (Aôut 2016)

En matière de tourisme culturel, il importe aussi de visiter d'autres sites historiques et auquel d'assister à des manifestations culturelles telles que le culte fait dans le *doany* dans lequel peut assister au *Rova*.

Photo n°4 : Le tombeau d'Andriamangarira



²⁹ AGNES Joignerez, ELIE Rajaonarison, *Voyage en terre malgache: le cœur de l'Imerina*, pages 95

Etant donné que ce sont des tombeaux, le dessus sont érigés de *tranomara*, utilisées par des guérisseurs et descendant pour des cultes. En effet ces maisonnettes sont les signes du clan royal.

Photo n°5: Vestige de l'enclos royal



Photo n°6 : Maisons traditionnelle en bois et musée



Source: auteur (Septembre 2016)

✚ Le tombeau de Rabiby

Un autre site qui possède une curiosité culturelle aussi est le tombeau de Rabiby (qui n'a pas de lien avec le Roi d'Ambohidrabiby) appelé aussi *fasan'ny mataho-bitsika* ou le tombeau de ceux qui avaient peur des fourmis. Un couple est enterré dans ce tombeau qui y vivait avant le temps des royaumes. Ce lieu est aussi un endroit où le roi Andrianampoinimerina jouait pendant son plus jeune âge.³⁰

Photo n° 7 : Le tombeau de Rabiby ou *fasan'ny mataho-bitsika*



Source : cliché de l'auteur (octobre 2016)

Ce tombeau est remarquable par sa structure unique car il est situé au-dessus d'une grande pierre. Cependant, les tombeaux se trouvent sous la terre.

✚ Les *tamboho*

Les *tamboho* sont de grandes murailles bâties en terre servant d'enclos autour d'une propriété ou d'un petit hameau. Leur édification nécessite une main d'œuvre nombreuse, surtout constituée d'esclaves

³⁰ Enquête personnelle effectuée en octobre 2016

Photo n°8 : *Tamboho* dans le *fokontany* Fidasiana



Source : cliché de l'auteur (octobre 2017)

Le *tamboho* est construit à partir d'une motte de terre rouge, et dont l'intérieur est habité. Ces murailles en terre rouge mesurent de trois à cinq mètres et clôturent les demeures et tombeaux des grandes familles. En effet, dans la communauté des anciens Malagasy les *tamboho* sont considérés comme une marque de richesse car la hauteur et la dimension des tamboho constituaient la réussite d'une famille. Dans le *fokontany* de Fadasiana on peut encore apercevoir ce patrimoine.

✚ Les stèles

Les stèles sont installées en mémoire de quelqu'un qui n'a pas eu la chance d'être enterré dans sa ville natale, ou comme étant une marque d'un événement important dans l'histoire.

Photo n°9 : Stèles à Antsahadinta et Fidasiana



Source : auteur (septembre 2017)

Ces stèles sont érigées en mémoire de l'existence du peuple d'Ankadilasora en 1800 du temps de Razafibodomanjaka à Antsahadinta et du peuple de Fidasiana sur la place d'Andriamangarira, dans le fokontany de Fidasiana. Erigé des pierres est une partie intégrante de la culture malgache.

2-1-2-2-Les attraits du paysage

🌈 Paysages ruraux:

Le paysage rural se distingue souvent par l'existence de paysage naturel et de forêts aux alentours du village avec des architectures uniques constituant des attraits touristiques majeurs. Les maisons traditionnelles de l'Imerina sont encore visibles dans la commune.

- Maisons traditionnelles

Photo n°10 : Maisons traditionnelles à Androhibe



Source : auteur (octobre 2016)

Le bâti rural constitue du tourisme rural, car c'est un élément de différenciation de la zone rurale par rapport aux villes. La première photo montre la vraie nature des maisons traditionnelles malgache, faite en brique de terre. En effet, ces maisons peuvent attirer les touristes par leurs caractéristiques et les valeurs culturelles qu'elles renferment.

🌈 Paysages culturels

Photo n°11 : paysages culturels dans le village de Fidasiana et Ankadivory



Source: l'auteur, octobre 2016



Source : L'auteur (octobre 2017)

Les paysages culturels « représentent l'action combinée de l'homme et de la nature » et requièrent protection, conservation et gestion³¹. En effet ils constituent une attraction du tourisme rural, car ils reflètent la culture et savoir-faire de la population locale.

2-1-2-3- L'accessibilité à Antsahadinta

A partir des travaux de terrains, on a pu constater que l'absence d'infrastructure touristique dans la commune, dont l'hébergement et la restauration, mais également des infrastructures ou centre de loisir. L'accès est aussi difficile, car l'infrastructure routière est en très mauvais état, voire même inaccessible pour certains type de voiture en saison de pluie.

Photo n°12 : Etat des routes et moyen de transport



Source : L'auteur, janvier 2018

³¹ UNESCO

Le transport fait partie des activités connexes du tourisme. De ce fait, il constitue un moyen de promotion du tourisme. Cependant, le moyen de transport à Antsahadinta n'est pas adéquat pour les touristes, car les voitures sont très vieilles et presque toutes en mauvais état. Le mauvais état des routes forme aussi un obstacle pour la promotion.

2-1-3-Résultats d'enquêtes

Les enquêtes effectuées ont été entamées suivant deux méthodes dont l'enquête par questionnaire et l'interview. Pour cela nous avons utilisé le logiciel sphinx pour les questionnaires auprès des tour-opérateurs. En effet nous avons enquêté 15 tour-opérateurs pour déterminer le marché du tourisme rural dont les 40% propose des activités sur ce type de tourisme.

Nous avons entamé l'interview pour obtenir des informations concernant la zone d'étude qui a été réalisée auprès de la population, l'autorité et les guides locales.

2-1-3-1- Attrait naturels et culturels

Le lac d'*Akadimbola*

Le lac d'Ankadimbola situé dans le fokontany d'Ankadivory à 6km d'Antsahadinta, le plus grand lac de la commune, renferme une histoire remarquable avec la personnalité de ceux qui sont enterrés dans le lac dont des rois dans la royauté merina, dans un coffre en argent d'où son nom *Lakambola*.

Photo n°13 : Lac d'*Akadimbola*



Source : clichés de l'auteur (octobre 2017)

Actuellement, ce lac a perdu toute sa valeur culturelle, utilisé pour la pêche par la population locale.

✚ Le lac *vola mihafy*

D'après l'interview effectuée avec les autorités locales, ce lac situé dans le Fokontany Fidasiana représente une grande valeur dans l'histoire et la culture de la royauté merina car c'est là que sont enterrés les organes des rois y compris de celui du roi d'Ambohiojoky, autre colline sacrée de l'Imerina, car la coutume veut que les délégués ne s'enterrent pas avec leurs organes, considérés comme des choses sales.

Photos n°14 : Le lac *vola Mihafy*



Source : cliché de l'auteur

- Androhibe

D'après les données obtenues à partir de l'interview et la documentation, nous avons pu identifier des contradictions entre l'histoire des deux lieux historiques dans la commune.

Selon les informations récoltées sur Androhibe, elle fait partie des douze collines sacrées de l'Imerina dans lequel se trouve le *Rova* mais qui s'est déplacé très vite à Antsahadinta. Cependant l'enquête menée auprès de quinze personnes démente cette information. D'après l'interview effectuée dans la commune, Androhibe est seulement un endroit où les habitants se sont réfugiés quand ils ont été pourchassés d'Antsahadinta pour s'être rebellé contre le roi.

Hors Androhibe, d'après l'entretien effectué avec les anciens dans le village, c'est le lieu où le roi Andrianampoinimerina a grandi et vécu avec son grand-père. D'après encore ces dires et ceux des responsables dans le bureau de la commune, c'est dans même endroit qu'on a enterré

le placenta d'Andrianampoinimerina. De ce fait cet endroit est un lieu sacré non seulement pour les habitants de la vallée mais aussi pour beaucoup d'autres personnes car les tabous sont encore respectés que ce soit par les natifs ou par les étrangers, tel que l'interdiction d'y apporter de la viande de porc. Nombreux sont encore les gens qui y pratiquent des cultes ancestraux sur ce même endroit. Cependant, selon les informations obtenues son placenta est enterré dans un coffre sous l'eau dans le lac d'Akadimbola.

Photo n°15 : L'endroit où le placenta d'Andrianampoinimerina est enterré



Source: auteur (octobre 2017)

Sous ces pierres est enfoui le placenta d'Andrianampoinimerina, l'arbre à côté dont un *amontana*³² est une preuve que le village est habité par les *Andriana*³³. Un sentier est

A Androhibe, on trouve aussi une source naturelle où l'eau d'Andrianampoinimerina est utilisée par la population locale pour l'eau potable. Elle est également utilisée par différentes personnes venant de la capitale s'y rendent pour célébrer des cultes, car d'après eux, cette eau est bénite et guérit toute sorte de maladies.

³² Arbre princier

³³ Groupe statutaire

Photos n°16 : l'eau d'Andrianampoinimerina



Source : auteur (Octobre 2017)

Cette eau se trouve en haut d'une petite colline dans les champs et a été aménagée par la population locale afin de faciliter l'accès, ce qui explique ce tuyau.

✚ Le *fokontany* de Fidasiana

Fidasiana, un des chefs-lieux du royaume est situé à l'est de la commune, renferme des attraits touristiques encore méconnus même par la majorité de la population locale. C'est un des villages où les *andriana* campaient avant d'aller au palais à Antsahadinta.

C'est également le lieu où les enfants du roi et les nobles jouent, on peut encore y trouver les traces de *fanorona*³⁴.

³⁴ Jeu traditionnel malgache

Photos n°17: les attraits touristiques dans le fokontany de Fidasiana

- Lieu de détente des princes



Sur ces gros rochers se trouvant dans les champs, on aperçoit encore les trace de fanorona que les enfants du roi et les nobles jouaient. Le fanorona est un jeu de société typiquement malgache, pratiqué partout dans les lieux publics. Il occupe une place originale dans ce monde du jeu par ses caractéristiques particulières. Ce dernier est aussi un jeu du quotidien entouré de légende et fait partie du patrimoine malgache en tant que jeu traditionnel et apprécié pour la gymnastique intellectuelle qu'il suscite.



Source : auteur (octobre 2017)

La première photo indique le lieu de campement des nobles avant de partir pour le palais, avec la stèle en commémoration de la population de Fidasiana et le rocher ou le vavahady à l'entrée de Fidasiana.

🚦 Fiheferamanga

Dans l'histoire du royaume d'Antsahadinta, le village de Fiheferamanga occupe une place importante, faisant partie des chefs-lieux du royaume car on ne peut accéder au palais sans être passé par ce village et par Fidasiana.

Photos n°18 : le fokontany Fiheferamanga



Source : auteur (octobre 2017)

Ces arbres et plantes dont le *hasina* et le *aviavy* qui sont des arbres princiers indique que le village est habité par les *andriana*.

2-1-3-2--L'ORTANA

Pendant les travaux de terrain effectués auprès de l'office régional du tourisme d'Analamanga, nous avons pu découvrir qu'ils ont déjà un circuit sur la zone d'étude mais se limitant seulement à la visite du Rova d'Antsahadinta. Malgré cette activité déployée par l'office régional, le taux de fréquentation touristique reste très faible, de plus la dernière randonnée organisée par l'office date de 2008 alors que le site est un témoignage vivant de l'histoire de la royauté merina.

Photo n°19 : Extrait de la brochure de l'ORTANA en 2008 sur la randonnée à Antsahadinta

Antsahadinta

*Une des douze collines sacrées de l'Imerina
... encore recouverte par la "Forêt des Ancêtres"*

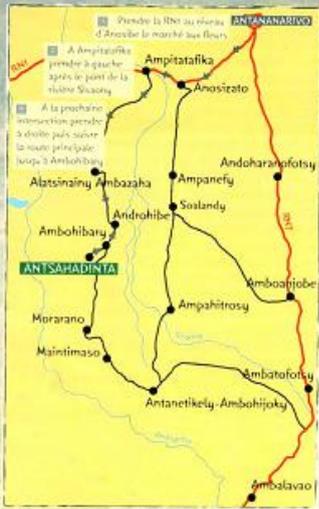


*Vous serez séduit par cette escapade
à l'ombre des arbres séculaires
qui défient le temps, par cette
impression de calme et de sérénité
des paysages reposants devant
lesquels l'esprit peut s'évader...*

Accès

*Partez à la découverte de cette colline sacrée
à une vingtaine de Km au sud d'Antananarivo*

- **Accès en Taxi Brousse**
 - A Anosibe, prendre la ligne G Kofiambo direction ANTSAHADINTA/AMPILANONANA
 - Le trajet coûte 800 ariary* et dure environ une heure
- **Accès en voiture**



* tarif mai 2008

Visite et Randonnées

Le Syndicat d'Initiative d'Antsahadinta vous propose:

- Une visite guidée du Rova et du Musée qui vous racontera le passé d'Antsahadinta lié au règne du roi Andrianampoinimerina.





Guide local
Hery: 032 40 644 43

Présidente du Syndicat d'initiative
Elyane Rahonintsoa: 032 04 080 25
e-mail: radama.house@moov.mg

Musée
Ouvert tous les jours de 9h30 à 16h30

Source:ORTANA

2-1-3-3-La population locale

A partir de l'enquête effectuée auprès de la population locale, nous avons pu constater que 90% des attraits touristiques de la commune ne sont pas reconnus même par celle-ci. Grâce au guide local, nous avons pu obtenir des statistiques sur la fréquentation touristique de la commune et sur les motifs et nationalité des visiteurs et touristes.

2-1-3-4-Les Tour-opérateurs

Après l'enquête effectuée auprès des tour-opérateurs à Antananarivo, nous avons pu collecter des informations sur le marché du tourisme rural à Madagascar et surtout sur les Hautes Terres. Ces travaux de terrains nous ont aussi appris l'état actuel du tourisme rural et le tourisme en général à Madagascar.

2-2-Analyse des résultats

Cette partie concerne d'abord l'analyse des résultats obtenus de constater les problèmes à résoudre qui devraient améliorer l'essor du tourisme au sein de la commune rurale d'Androhibe-Antahadinta. De ce fait nous allons d'abord analyser les des résultats d'observation puis les résultats d'enquête.

2-2-1-Analyse des résultats d'observation

Dans cette partie nous allons analyser et interpréter les résultats issus de la méthode par observation. L'analyse est à la fois quantitative et qualitative.

2-2-1-1- Les attraits culturels

La culture n'englobe pas seulement les traditions, les us et coutume. Elle comprend aussi les savoir-faire. Les patrimoines et monuments reflètent la culture d'un pays ou d'une région, ils détiennent également une place importante dans le tourisme, étant une attraction et un produit touristique authentique d'un pays. De plus *«les zones rurales sont particulièrement bien adaptées à l'interprétation de l'héritage du passé, avec leurs nombreux paysages, sites et vestiges historiques d'une grande beauté. A l'exception du zoo urbain (institution d'ailleurs actuellement en déclin), les zones rurales ont le monopole du patrimoine naturel³⁵»*. A

³⁵ OCDE, les stratégies du tourisme et le développement rural, p21

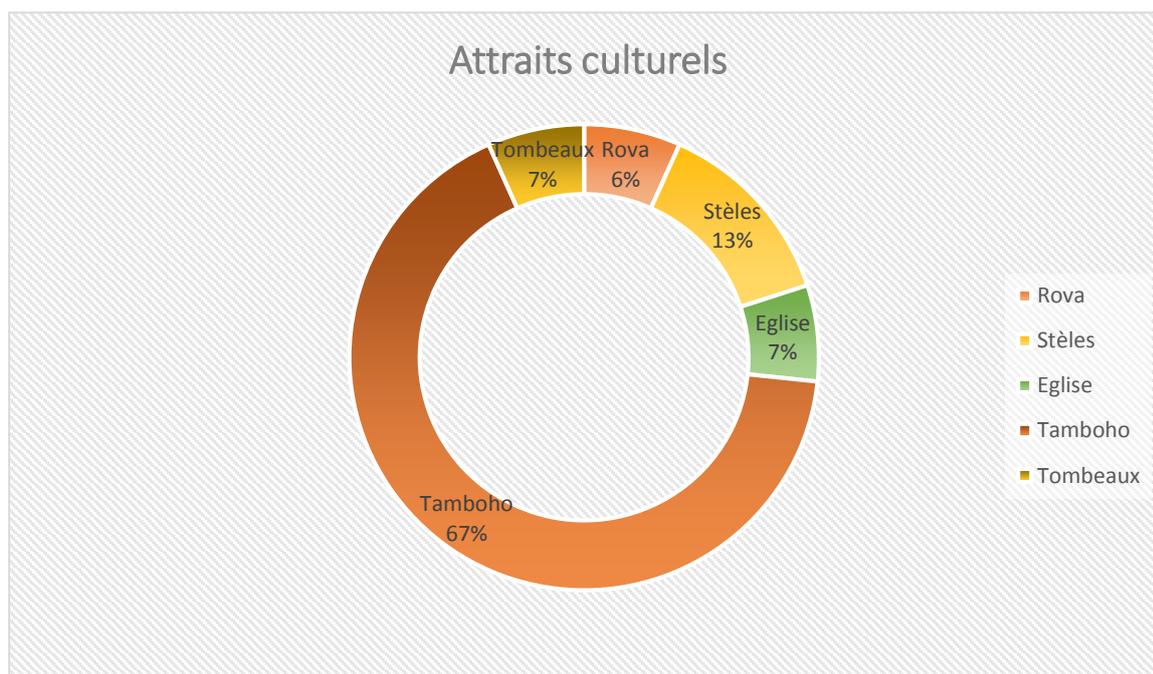
Antsahadinta nous pouvons identifier différents attraits culturels que l'on peut voir dans le tableau ci-après.

Tableau n°4 : tableau des attraits culturels

Attraits culturels	Localisation	Nombres
Rova	Fkt Antsahadinta	01
Stèles	Fkt Antsahadinta et Fidasiana	02
Eglises	Ftk Antsahadinta	01
Tamboho	Fkt Fidasiana	10
Tombeaux		01

Source : Enquête de l'auteur 2017

Diagramme n°1 : Attraits culturels



Source : Enquête de l'auteur (2017)

A partir de l'observation directe, sur ce diagramme, nous pouvons apercevoir les attraits touristiques culturels de la commune qui sont exploitables pour la promotion et le développement du tourisme dans la localité. Les 2/3 sont constitués par les *tamboho* qui représentent une valeur culturelle importante dans la culture malgache. Puis il y a le rova qui

est une des attractions la plus connue dans la commune ainsi que l'église d'Antsahadinta et les stèles.

Ainsi 50% des attraits touristiques de la zone d'étude sont caractérisés par des monuments et patrimoine qui sont valorisés dans le tourisme rural. En effet «le bâti: c'est un atout majeur du tourisme en espace rural. Le patrimoine des sociétés rurales recouvre une grande diversité d'éléments: structures agraires (terrasses, rizières, parcellaire...), clôtures, habitat rural, châteaux, églises, moulins...»³⁶

2-2-1-2- Les attraits du paysage

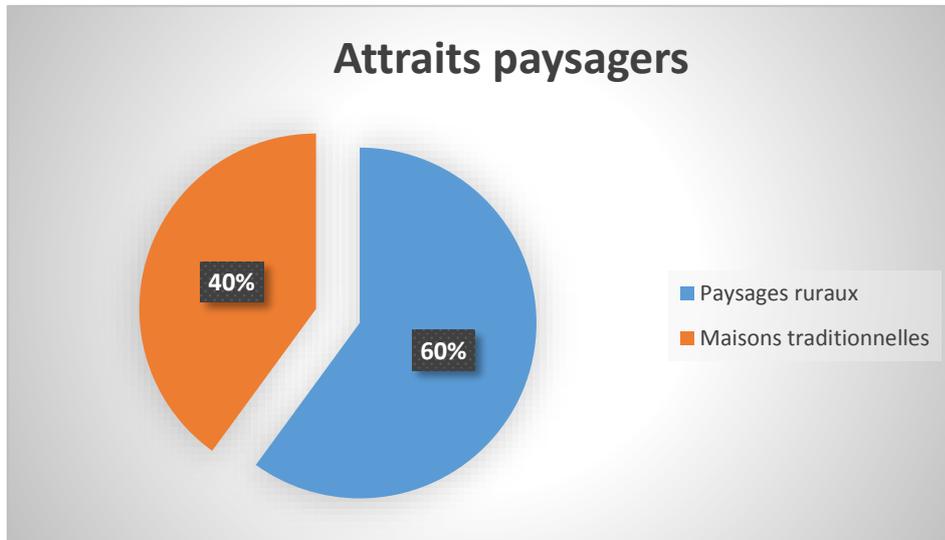
L'attraction réunit l'environnement et culturel, dont fait partie le patrimoine qui englobe « les notions de paysage, d'ensembles historiques, de sites naturels et bâtis aussi bien que les notions de biodiversité, de collections, de pratiques culturelles traditionnelles ou présentes, de connaissance et d'expérimentation »³⁷. Une des attractions touristiques majeures qui définit l'image d'une région, pays ou localité est le paysage. Pour le tourisme rural c'est un élément de différenciation, « *Le tourisme dans les campagnes concerne un espace caractérisé par la prédominance des paysages agricoles et forestiers, complétés de plans d'eau intérieurs, marais ; landes... l'activité agricole et sylvicole prépondérante, l'habitat qui lui est lié, les activités associées détermine des paysages ruraux originaux* »³⁸, De ce fait les paysages ruraux ne se limitent pas que sur les espaces agrestes dont les champs et les fermes. Androhube-Antsahadinta présente des bâtis ruraux font partie des attraits paysagers du monde rural.

³⁶ J .M, Dewaily 2000, *le tourisme*, Paris, SEDES, p.102

³⁷ Icomos, 1999 : 1

³⁸ Ibid., p103

Diagramme n°2 : Les attraits du paysage



Source: enquête de l'auteur, janvier 2018

Sur ce diagramme, nous pouvons percevoir les deux types d'attraits paysagers à Androhibe-Antsahadinta dont les 60% est dominées par les paysages ruraux.

2-2-2-Analyse des résultats d'enquête

Suites à l'enquête réalisée nous allons analyser les fruits de nos recherches à partir des études quantitative et qualitative.

2-2-2-1- La fréquentation touristique dans la commune

Bien que la commune rurale d'Androhibe-Antsahadinta représente une forte potentialité touristique, la fréquentation touristique dans la commune est encore très basse.

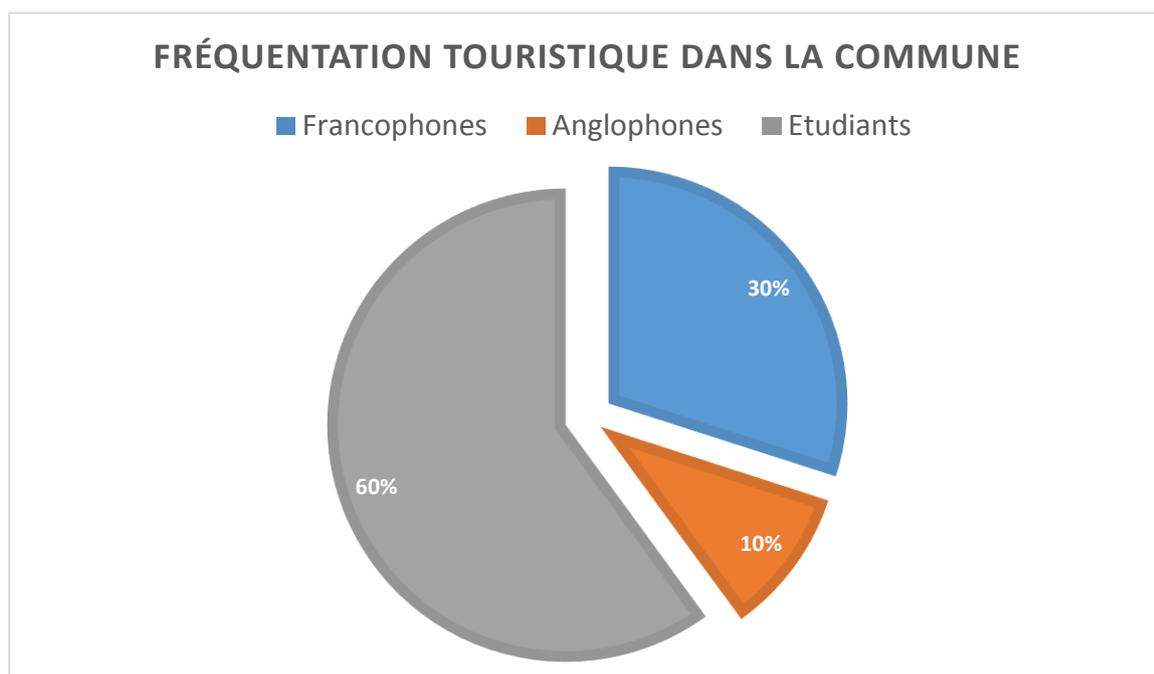
Sur le tableau ci-dessous nous pouvons identifier le nombre, la nationalité ainsi que les raisons du voyage des touristes.

Tableaux n°5 : Fréquentation touristique et motif de la visite à Androhibe-antsahadinta

Saisons	Nombres par mois	Nationalité	Motif
Haute	60	- Français - Anglais	Découvertes
Basse	20	- Malgache	Etudes

Source : Enquête de l’auteur, 2017

Diagramme n°3 : Fréquentation touristique à Androhibe-antsahadinta



Source : enquête effectuée auprès du guide local, 2017

En analysant le diagramme, on constate que la commune n’accueille que trois types de visiteurs dont les 60% représentent les étudiants qui ne visitent en général que le rova d’Antsahadinta, il est de même également le même pour les touristes francophones, qui représentent les 30% de l’ensemble et 10% sont des touristes anglophones. En collaboration avec les tour-opérateurs et

l'ORTANA, le guide local organise des randonnées, à partir d'Alatsinainy pour parvenir au rova d'Antsahadinta.

Ainsi on peut constater que le taux de fréquentation touristique dans la commune est encore faible vu le nombre de touristes qu'elle reçoit par mois.

2-2-2-2-Le marché du tourisme rural à Madagascar

Le marché du tourisme à Madagascar est actuellement en pleine croissance, d'après les statistiques du Ministère du tourisme sur l'évolution du nombre des touristes. Pendant ces trois dernières années le nombre des touristes aux frontières n'arrête pas de s'accroître. Cette croissance est surtout liée aux progrès de la technologie dont la communication et le transport, qui sont les activités connexes du tourisme et qui contribuent au développement de ce secteur.

A partir de l'enquête effectuée auprès des tour-opérateurs à Antananarivo, nous avons pu faire une évaluation de l'état du marché du tourisme rural à Madagascar, ce type de tourisme ne s'élevant qu'à 3à5%t des demandes. Toutefois cela peut changer selon la tendance sur le marché du tourisme.

Pour 2017, selon les travaux de terrains réalisés auprès des tour-opérateurs, les tsingy et les baobabs attirent les touristes.

Sur le tableau ci-dessous, nous pouvons voir les destinations du tourisme rural à Madagascar pour la majorité des tour-opérateurs à Tana.

Tableau n°6: destination du tourisme rural

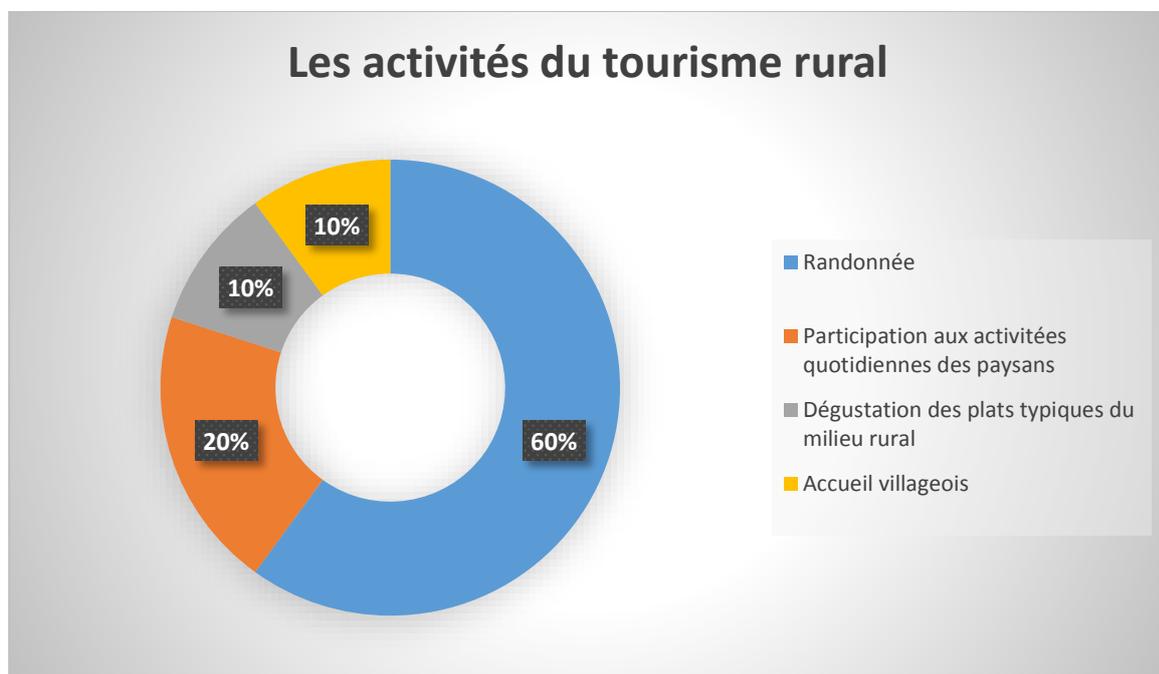
Destination du tourisme rural à Madagascar	Activités déployées
Ambositra	- Visite du village Zafimaniry
Anatananarivo	- Randonnée
Itasy	- Dégustation des plats typiques de la région - Pêche
Vakinakaratra	- Randonnée

Source: auteur 2017

Sur ce tableau, on peut constater que la destination du tourisme rural à Madagascar se limite encore sur les Hautes Terres. Et que les activités pratiquées restent encore des activités classiques du tourisme rural «...de la promenade à la randonnée, aux sports nautiques, aériens, à l'escalade ou la spéléologie, aux activités de loisirs d'eau douce (tourisme halieutique), visites culturelles (musées ruraux écomusées), découverte de l'artisanat, découverte de l'agritourisme, les activités sont nombreuses...»³⁹

Ce tableau montre que la région Analamanga ne fait pas encore partie des destinations du tourisme rural.

Diagramme n°4 : Activités du tourisme rural



Source: Enquête effectuée auprès des tour-opérateurs, 2017

Comme les activités du tourisme rural sont très diversifiées, ce diagramme nous montre que les tour-opérateurs ne proposent que quatre types d'activités dont les 60% est la randonnée. Dans cette 20% sur la participation aux activités quotidiennes des paysans, la pêche et la plantation représentent les 50% de ces animations. Les dégustations des plats typiques de la région et les accueils villageois ne sont pas encore très pratiqués par les touristes vu qu'ils ne représentent que 10% chacun du marché.

De ce fait, on peut dire qu'Antsahadinta peut être une destination du tourisme rural, du fait que ces activités sont aussi praticables dans la commune.

³⁹ Groupe monde rural, le tourisme rural, pages 4

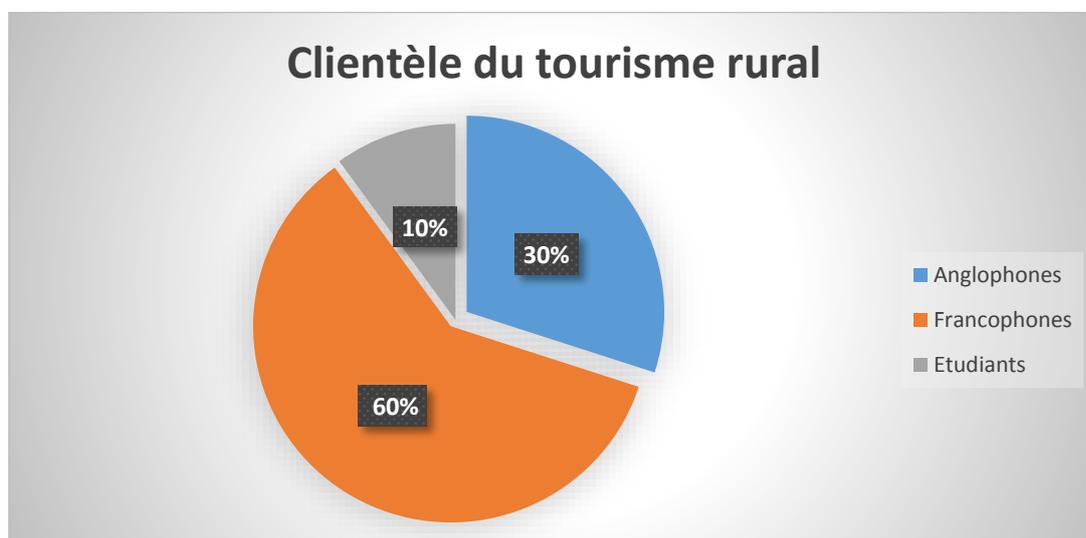
2-2-2-3-La clientèle du tourisme rural à Madagascar

Chaque type de tourisme représente différents types de clientèle classé selon les tranches d'âge et les demandes des touristes.

90% des tour-opérateurs se spécialisant sur le tourisme rural reçoivent tous types de touristes dont le troisième âge et les jeunes qui sont des étudiants, mais il y a ceux qui n'acceptent pas les touristes sac à dos car ils n'ont pas les moyens de se payer l'hébergement et la restauration haute standing. Ainsi la clientèle du «...tourisme rural concerne une clientèle généralement haut de gamme». ⁴⁰

A part les tour-opérateurs, l'ORTANA qui est l'un des responsables de la promotion du tourisme dans la région d'Analamanga, propose aussi des offres d'activités du tourisme rural, dont la randonnée : 50% des participants sont des étrangers dont 30% résident à Madagascar. Ce sont des étudiants et des chercheurs ainsi que des journalistes qui participent le plus dans ces randonnées ce qui explique que « ...le marché des vacances à la campagne correspond essentiellement à des clients aisés et instruits qui exigent la qualité et tendent à dépenser des sommes supérieures à la moyenne ⁴¹ »

Diagramme n°5 : Clientèle du tourisme rural



Source: Enquête auprès des tour-opérateurs, 2017

⁴⁰ OCDE, Op.cit., p 43

⁴¹ Ibid., p 45

Généralement 47% des touristes à Madagascar sont d'origine francophones⁴². Ci-dessus on distingue trois types de clientèle du tourisme rural. Ce sont encore aussi les touristes francophones dont les Français qui s'intéressent le plus à ce type de tourisme formant 60% de la clientèle. A partir des enquêtes effectuées auprès des tour-opérateurs, nous avons appris que les touristes anglophones sont principalement intéressés par le tourisme de nature dont la visite des parcs nationaux, cependant 30% de ces touristes commence à s'intéresser au tourisme rural. Actuellement les étudiants chercheurs en restauration, qui veulent découvrir les plats typiques en milieu rural ainsi que dans l'agronomie, constituent 10% de la clientèle du tourisme.

2-2-2-4-Connaissance des potentialités locales

Afin de connaître les autres attraits touristiques de la commune, des enquêtes ont été menées auprès de la population locale.

Tableau n°7 : connaissance des potentialités

Personnes ressources	Connaissance d'autres potentialités	OUI	NON
Guide local, maire et adjoints au maire, population locale âgée de plus de dix-huit ans	Monuments, patrimoines, histoires des sites, cultures locales	20	25
TOTAL		45	

Source : l'auteur, janvier 2018

Ce tableau montre que sur la majorité de la population ne connaît pas les autres potentialités de la commune. En effet les 25 sur les 45 enquêtées ignorent les attraits de la commune dont les curiosités historiques.

2-2-2-5- Les types de tourisme praticable dans la commune

Bien qu'on parle du tourisme rural, vu les caractéristiques de la zone étudiée et les poids de l'histoire dans son environnement naturel, le tourisme culturel est l'un d'un des types de tourisme qu'on peut pratiquer dans la localité. Etant donné les potentialités touristiques de la zone d'étude avec ces patrimoines et monuments, le tourisme culturel peut se marier facilement

⁴² Statistique ministère du tourisme

avec le tourisme rural car ce dernier valorise les produits du tourisme culturel. Ainsi ces deux types de tourisme pourront être combinés. Aussi le tourisme culturel, implique la rencontre de deux mondes, la convergence de deux secteurs, de leurs traditions, les manifestations artistiques, des célébrations et des expériences qui représentent une nation et ses habitants. Le tourisme de sport dont la randonnée peut aussi être pratiqué à Androhibe-Antsahadinta.

2-3-Analyse FFOM

Les résultats des recherches et méthode de collecte permettent d'analyser le sujet et le tourisme rural.

2-3-1- Forces et faiblesses

Le tourisme un des leviers de développement est mal exploité à Androhibe Antsahadinta, alors qu'elle présente une forte potentialité touristique exploitable pour la promotion du tourisme et de la commune. Le *rova*, notamment qui est un patrimoine, un témoignage du royaume merina, n'apporte rien à la commune ni à la population locale car il constitue un patrimoine privé appartenant aux descendants de la famille royale. Aucun revenu ni recette ne sont donc perçus par l'administration de la commune. Son existence ne contribue donc pas au développement local qui fait partie du concept du tourisme et du tourisme. De plus il n'y a que deux guides locaux qui gèrent le patrimoine, dont les descendants royaux, et donc il ne génère pas de travail à l'ensemble de la population.

Cependant les autres attraits touristiques de la localité ne sont pas considérés par les opérateurs touristiques et la commune. Les lacs sacrés constituant un des atouts majeurs du tourisme, qu'on peut exploiter pour la promotion du tourisme rural. La population locale ne connaît pas la valeur de ces attraits et ne se sent pas concernée par eux.

Malgré le fait que le tourisme existe déjà dans la commune, les acteurs qui devraient développer le secteur, l'administration, le public, le privé ou même la population ne prennent pas en compte l'importance du secteur et sa valeur dans l'économie, d'autant plus que la population n'est pas consciente de la valeur que représentent les attraits touristiques du lieu.

Au fait qu'il s'agit d'une commune rurale, la moitié de la route qui y mène est encore en bon état, ce qui constitue une force majeure pour la promotion du tourisme rural, malgré cela le lieu n'est pas encore accessible pour tout type de voiture. La sécurité qui règne dans la commune est considérée comme une force pour la promotion du tourisme car la sécurité est un des critères

que demandent les touristes pendant leur séjour dans un pays. Dans cet endroit calme, ils n'ont rien à craindre dans ce domaine. En outre étant donné sa proximité de la ville, les frais de transport ne sont pas élevés, tout le monde peut s'offrir la visite des sites touristiques dans la localité.

Vu les caractéristiques des potentialités touristiques de la commune, on peut y pratiquer différents types de tourisme, dont le tourisme culturel qu'on peut combiner avec le tourisme rural avec les attraits culturels du lieu. La possibilité de pratiquer du tourisme sportif constitue aussi une force pour la promotion du tourisme.

Mais la question de l'hébergement à Androhibe Antsahadinta et dans le tourisme rural en général constitue une grande faiblesse pour la promotion du tourisme vu le manque d'infrastructure touristique. Mais elle peut être résolue, ne serait-ce que par le système des maisons d'hôte.

Le tourisme rural n'est pas encore promu à Madagascar, car d'après les enquêtes effectuées, peu de touristes s'adonnent à ce type de tourisme.

2-3-2-Opportunités et menaces

Pour remédier au problème de l'hébergement, faiblesse du tourisme rural, vu l'abondance de terrains dans ce milieu, on peut implanter des infrastructures d'hébergement tels que le gîte rural ou les chambres d'hôte afin que les touristes puissent y séjourner un certain temps. Cependant la ville étant très surpeuplée, on parle d'exode urbain constitue une grande menace pour le tourisme rural, qui doit avoir lieu dans des environnements naturels délicats, cela pu être un danger pour l'environnement et peut entraîner la destruction du paysage rural qui est l'attrait touristique majeur du tourisme rural.

La mondialisation et l'arrivée des touristes peuvent être des menaces pour le tourisme rural car avec l'évolution rapide de la technologie, elle commence déjà à envahir le monde rural par le biais des moyens de communication tel que le téléphone, malgré le fait qu'ils permettent de se communiquer avec le reste du monde. Le monde rural ne peut pas vivre isolé de tout, cela engendre des conséquences négatives, dont le changement du mode de vie des habitants, surtout des jeunes, cela risque de détruire ou de changer les traditions et le mode de vie traditionnel et proche de la nature dans la communauté rurale qui est un attraits touristique énorme car les touristes sont toujours en quête d'authenticité et veulent découvrir de nouveaux

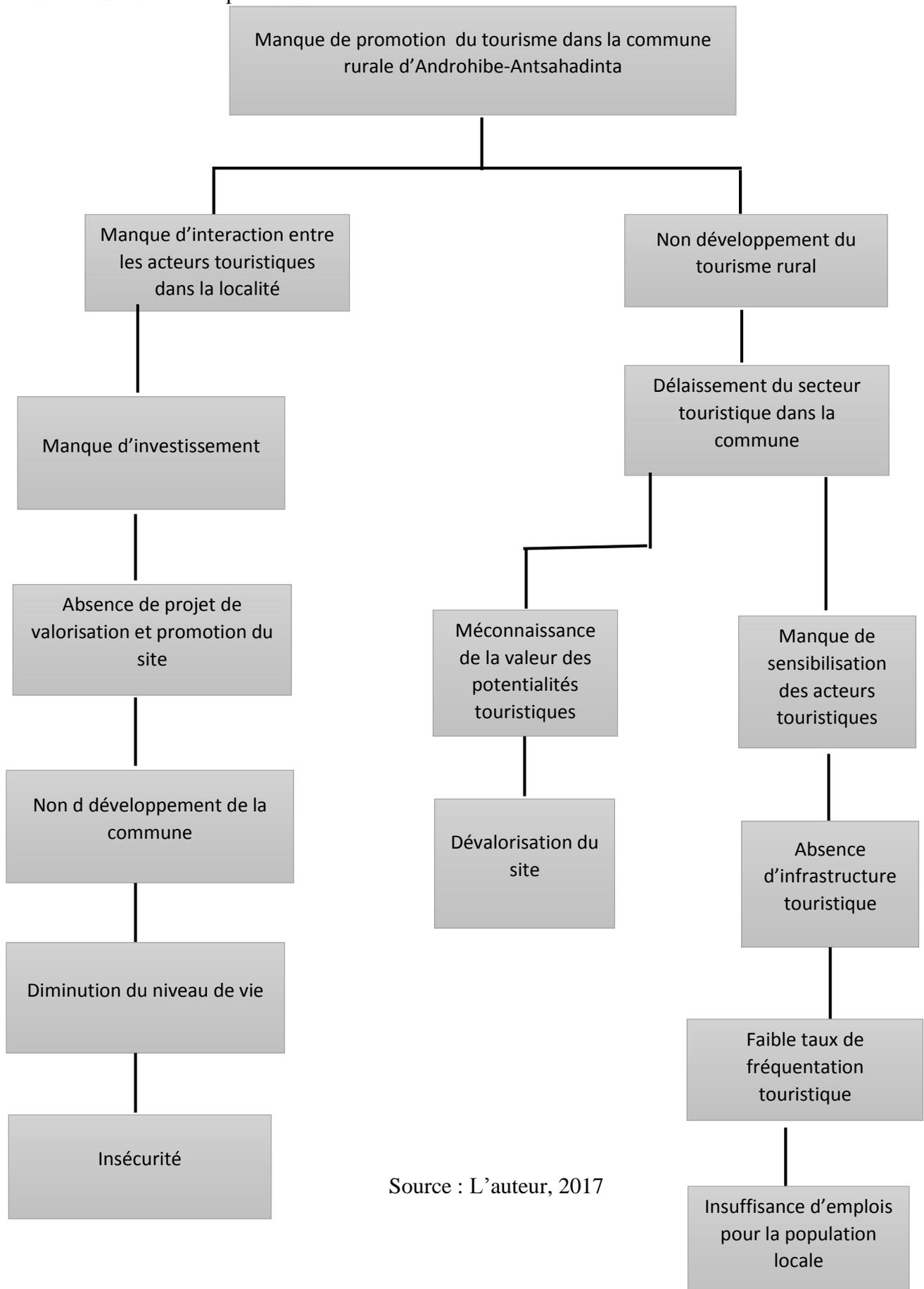
horizons. L'instabilité politique constitue aussi une grande menace pour le tourisme car cela engendre l'insécurité dans le pays par les pertes d'emplois.

Tableau n° 8: Tableau récapitulatif de l'analyse

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> - Le <i>rova</i> d'Antsahadinta, parmi les collines sacrées de l'Imerina - Riche en potentialités culturelles - A proximité de la ville - Existence d'autres formes de tourisme: tourisme culturel, tourisme de sport 	<ul style="list-style-type: none"> - Manque de considération du secteur du tourisme - Ignorance de l'importance du secteur par les acteurs touristiques concernés - Inexistence d'infrastructures touristiques - Mauvais état des routes
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> - Possibilité de mise en place d'infrastructures touristiques 	<ul style="list-style-type: none"> - Mondialisation - Destruction du paysage rural - Instabilité politique

Source : L'auteur, décembre 2017

2-3-3-L'arbre des problèmes



Source : L'auteur, 2017

2-4-Vérification des hypothèses

A partir des résultats et analyses des recherches effectives, nous allons vérifier les hypothèses posées au début du travail, c'est-à-dire les confirmer ou les infirmer. Mais avant cela rappelons la problématique posée qui se présente comme suit: «comment promouvoir le tourisme rural dans la commune d'Androhibe Antsahadinta ?». Pour répondre à cette question, deux hypothèses ont été émises.

2-4-1- Vérification de la première hypothèse

✚ La mise en valeur des éléments propres au monde rural fait partie des atouts pour la promotion du tourisme

D'après les résultats présentés, la commune rurale d'Androhibe Antsahadinta possède une potentialité touristique unique en son genre en termes de quantité et de qualité, qui fait partie des éléments du monde rural. Cependant, ces potentialités sont encore méconnues des touristes et ont besoin d'être valorisées afin de promouvoir le tourisme rural. Le tourisme en espace rural réunit tous les différents types de tourisme dont le tourisme culturel, qui ne peut se détacher du tourisme rural vue les caractéristiques de la commune. De plus les éléments du tourisme culturel tel que le patrimoine matériels ou immatériel y sont bien présents. Le tourisme rural consiste à la valorisation de ces patrimoines. A partir des résultats d'enquête effectuée, peu de touristes s'intéressent encore au tourisme rural. De ce fait il est important de mettre en valeur les éléments propres au monde rural afin de promouvoir le tourisme rural. Si tel est le résultat, on peut dire que l'hypothèse numéro un est partiellement vérifiée.

2-4-2- Vérification de la seconde hypothèse

✚ La mobilisation des acteurs concernés pour le développement du tourisme à Androhibe-Antsahadinta

Le tourisme est généralement défini comme un secteur porteur pour un pays, il est alors un secteur qui contribue au développement économique et social. Cependant d'après des résultats présentés, les potentialités touristiques de la commune restent encore peu connues. Cela est dû au fait que les acteurs concernés dont la population locale, le guide local, les autorités locales et ainsi que l'office ne prennent pas en compte l'importance de ces attraits touristiques. Le secteur touristique à Androhibe-Antsahadinta est délaissé, et il n'y a pas assez d'interactions entre ces acteurs, ni d'initiative en faveur de la promotion du tourisme. D'après toujours les résultats d'enquête, même si autrefois l'office organisait un circuit incluant Antsahadinta, les visites s'arrêtent seulement au rova pourtant il y existe bien d'autres atouts touristiques qui pourraient attirer les touristes.

A partir des résultats, on constate que la fréquentation touristique dans la commune est très faible, pourtant il fait partie des collines sacrées de l'Imerina. En effet le site manque de visibilité, à cause du manque de communication entre les acteurs. Ainsi, ceux-ci doivent coopérer afin de contribuer à la promotion du tourisme dans la commune et au développement local.

Dans ce cas on peut en déduire que l'hypothèse deux est partiellement vérifiée.

2-5-Proposition de solutions

Face à ces problèmes identifiés, des solutions peuvent et doivent être proposées, cela afin d'atteindre les objectifs fixés au début de cette étude, dont la promotion du tourisme rural à Androhibe-Antsahadinta.

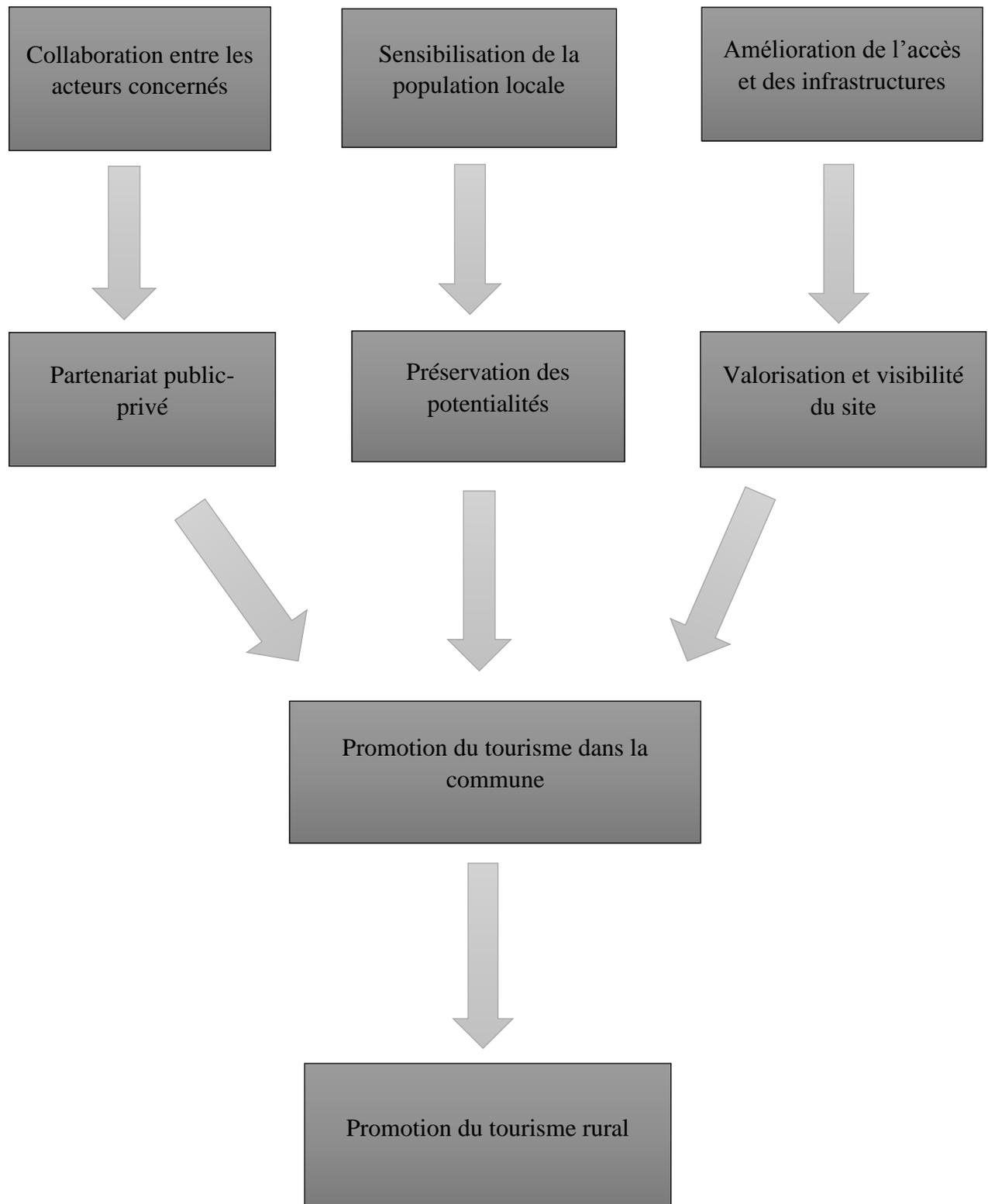
Le tourisme est un secteur multisectoriel, ainsi pour promouvoir le tourisme dans la commune, les acteurs concernés doivent collaborer pour assurer la visibilité du site. Le partenariat public-privé ainsi que de la population locale est primordial pour atteindre cet objectif. Chacun de ces acteurs doit alors prendre leurs responsabilités afin de valoriser les potentialités méconnues dans la zone, qui font partie des éléments du tourisme rural.

Durant l'enquête effectuée, on a constaté que la population locale ne se sent pas concernée et ne connaît pas les valeurs de ces attraits touristiques. De ce fait il faut la sensibiliser pour la préservation de ces potentialités. Lors des enquêtes, il a été perçu le mauvais état des infrastructures routières et du transport, activité connexe du tourisme, ne peut développer le tourisme si son état n'est pas satisfaisant. Nous suggérons alors que les autorités locales et nationales prennent en considération l'amélioration de l'accès dans la commune dont la route.

Mettre en place ou réhabiliter le panneau d'indication de la commune est important pour signaler l'existence du site mais aussi pour indiquer aux gens le chemin qui y mène car le panneau actuel n'est presque plus visible.

Pour atteindre ces objectifs, nous projetons de mettre en place une infrastructure d'hébergement dont un écolodge, vu l'absence d'infrastructure touristique dans la zone. En résumé, nous allons présenter ces solutions sous forme d'objectif dans un arbre à solution.

Schéma n°2 : arbre des solutions



Source : L'auteur, janvier 2018

Il existe plusieurs types de méthodologie applicable à ce travail de recherche, faisant partie des méthodologies de collecte de données, et d'informations, représentées sous différentes formes, telles que l'observation directe, participante. Or, il faut savoir choisir les méthodes adaptées au sujet.

Le tourisme dans la commune rurale d'Androhibe Antsahadinta jouit de ces atouts exploitables, mais il pâtit d'un manque de considération par les acteurs potentiels du tourisme, dont fait partie la population locale. Le secteur vit aussi sous la menace du phénomène qui règne dans le monde actuel qui est la mondialisation, pourront détruire toute l'authenticité culturelle de la commune.

**TROISIEME PARTIE : PERSPECTIVE
DE MISE EN PLACE D'UN
ECOLOGIE**

III- TROISIEME PARTIE: perspective de mise en place d'un écolodge

Dans tout voyage même le plus court, il existe toujours certaine distance parcourue entre la résidence principale et la destination choisie. Dès que l'on évoque le facteur de la distance, on doit penser à l'hébergement. Cette troisième partie du travail de recherche consiste à la présentation du projet professionnel dans laquelle nous allons présenter le projet « Antsahadinta Lodge ». De ce fait dans un premier temps sera décrit et analysé le cadre général, puis dans un second temps, seront énoncées les caractéristiques du projet. Enfin sera étudiée la faisabilité du projet et les différentes étapes à suivre.

3-1-Cadre général du projet

L'hébergement est un logement temporaire dont toute personne en déplacement a besoin lorsqu'elle s'absente de son domicile pendant plus d'une journée. Ce dernier englobe quelques types d'établissements dont l'hôtellerie fait partie.

Aujourd'hui, l'hôtellerie suit déjà des normes internationales mais aussi nationales. Ce sont les touristes qui choisissent ce qui leur convient et ce qu'ils désirent.

3-1-1-Contexte et justification

A partir des résultats de collecte de données et d'informations, il est constaté qu'Androhibe Antsahadinta représente une énorme potentialité pour le développement touristique local, mais qui n'est pas encore promue. Afin d'attirer des touristes et montrer des aspects méconnues de la commune, nous projetons de mettre en place un écolodge qui fera figure de lieu de découverte, de détente et de repos pour les touristes pendant leurs séjours dans la région.

L'hébergement fait en effet, partie du secteur d'activité du tourisme et surtout un élément indispensable à son développement. De plus, le tourisme rural englobe les prestations d'hébergement et de restauration, que la commune d'Androhibe Antsahadinta ne détient pas encore. De ce fait, nous avons opté pour cette mise en place d'un écolodge dans la zone.

« Un écolodge est une infrastructure d'accueil de 5 à 75 chambres, financièrement durable, construite dans un souci d'harmonie avec la nature et dont l'impact sur l'environnement est par conséquent minime. Il contribue à protéger les espaces environnants fragiles, implique les

communautés locales et leur permet de générer des bénéfices, offre aux touristes l'opportunité d'une expérience interprétative et interactive, et s'avère propice à une communion spirituelle entre nature et culture. L'écologie a été conçu, construit et exploité en accord avec des principes environnementaux et sociaux responsables. »⁴³. De ce fait un écolodge se doit, avant tout, de respecter l'environnement et d'être bénéfique pour la population locale. Bien que ce soit un élément de l'écotourisme, à partir cette définition, on peut relever qu'on peut combiner l'écologie avec le tourisme rural étant donné qu'ils représentent les mêmes concepts dont le respect de la nature, la valorisation de la culture et l'implication de la population d'population locale car le tourisme rural est un « ... *tourisme d'échelle locale, il est d'initiative et de gestion locales, il vise des retombées locales, il valorise les ressources naturelles, les paysages, les patrimoines et la culture locale retombées locales, il valorise les ressources naturelles, les paysages, les patrimoines et la culture locale* »⁴⁴. De plus, d'après le spécialiste des écolodges Hitesh Mehta, un écolodge possède également tous les principes de préservation du patrimoine et vise à générer des retombées économiques sur la communauté d'accueil.

3-2-Description du projet

A Madagascar, les hôtels sont classés suivant deux catégories, dont la catégorie Etoile selon les normes internationales et la catégorie Ravinala, norme réservée aux établissements d'hébergement national à laquelle appartient l'écologie que nous allons mettre en place.

3-2-1-Objectifs et résultats attendus

➤ Objectifs globaux :

La création d'un écolodge a tout d'abord comme objectif de promouvoir le tourisme rural à Madagascar, qui est encore méconnu dans l'île et de lancer la destination Analamanga, perçue seulement comme une ville de passage. En effet la destination Madagascar est célèbre surtout pour le tourisme balnéaire, de ce fait les touristes ne restent pas longtemps à Antananarivo.

Il s'agit de faire de Madagascar une destination prisée par les touristes intéressés par la nature et l'authenticité, ainsi que la vie en pleine nature voire le tourisme rural. La valorisation de la culture et du patrimoine constitue un objectif de ce projet.

⁴³ Le *guide International Ecolodge Guidelines* (chapitres "Site Planning" et "Architectural Design")

⁴⁴ Henri Grolleau, André Ramus. 1986, *Espace rural. Espace touristique*. (Le *tourisme* à la campagne et les conditions de son développement en France), p 51

Le secteur du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration est l'un des secteurs économiques dont la croissance est la plus rapide au monde. Ainsi, un des plus grands objectifs du projet consiste à participer au développement économique du pays, car le tourisme en est un levier de développement, à travers la croissance de chaque activité touristique. Dans le cadre du tourisme durable ainsi que le concept d'écotourisme, l'implication de la population locale est primordiale. Elle devrait bénéficier de l'existence de l'écotourisme dans la localité. Comme c'est un secteur générateur d'emploi, le projet a aussi comme objectifs de contribuer au développement local, au niveau économique et social de la commune, à travers les emplois qu'il génère et les impôts versés à l'administration.

➤ Objectif spécifique :

Tout d'abord ce projet est proposé pour promouvoir le tourisme à Androhibe Antsahadinta, qui possède des potentialités touristiques exploitables mais qui n'est pas programmé par les tour-opérateurs ainsi que l'Office Régional du tourisme à Analamanga. Donc le projet permettra d'offrir une visibilité au tourisme de la région

➤ Résultats attendus

Le projet devrait permettre la hausse des arrivées des touristes et par la même un essor du secteur tourisme, notamment le tourisme durable. Puis, il faut compter sur la reconnaissance du lieu par les touristes nationaux comme internationaux et le développement de la commune rurale. Enfin comme c'est un projet touristique, nous attendons également la croissance de l'économie nationale ainsi que la création d'emplois au niveau local.

3-2-2-Présentation de l'entreprise

- Dénomination sociale : Antsahadinta Lodge
- Forme juridique : SARL
- Siège social : Androhibe-Antsahadinta
- Capital : 118 522 800 Ariary

Image n°1 : logo de l'entreprise



Source : auteur (janvier 2018)

Ce logo montre la colline sacrée d'Antsahadinta ainsi que l'environnement de l'écologie, dont la nature.

3-2-3-Présentation des promoteurs

Les promoteurs du projet sont des personnes qualifiées qui disposent des compétences et savoir-faire pour sa crédibilité et sa faisabilité, ainsi que pour sa promotion et sa pérennité. De ce fait, il vise la participation des acteurs concernés pour la réalisation du projet.

- La population locale

La population locale est l'un des acteurs principaux du projet du fait que c'est elle qui tire avantage de l'existence des réalisations à travers la vente des produits artisanaux et des emplois fournis par ce dernier. En tant que fournisseurs des produits agricoles pour la restauration, elle constitue un acteur important pour la promotion du projet.

- La commune

En tant que représentant de l'Etat, la commune constitue un des soutiens du projet au niveau local mais surtout pour la promotion du tourisme dans la commune. Elle percevra aussi les impacts lors du fonctionnement de l'entreprise.

- ORTANA

Puisque c'est un projet au niveau de la région Analamanga et impliquant un site sous sa gestion à travers le circuit proposé par l'écologie, l'ORTANA bénéficie de la visibilité et de la notoriété du site.

- Les tour-opérateurs

En tant qu'opérateur réceptif et responsable des touristes à Madagascar, les tour-opérateurs s'occupent du bien-être des touristes. Ainsi par le biais de l'écologie et ses services ils peuvent ajouter de nouvelles offres leurs produits déjà existants.

3-2-4-Etudes de pertinence et pérennisation du projet

Cette partie du travail nous permet d'identifier l'importance de la réalisation de ce projet. De ce fait, nous allons d'abord présenter la pertinence du projet puis faire son étude de pérennisation.

Ce projet de mise en place d'un écolodge est une opportunité pour la visibilité de la commune rurale d'Androhibe-Antshadinta, pour qu'il soit reconnu au niveau national et international. Il permet la promotion d'une destination touristique. Avec la valorisation de la destination à travers l'exploitation de ses atouts, nous pouvons dire que le sujet est pertinent.

On parle souvent de durabilité quand cela concerne la pérennisation. En effet le concept de durabilité implique la société, l'économie et l'environnement naturel, et aussi politique du pays. Il s'agit alors de créer de l'emploi pour les différents acteurs du tourisme, notamment la population locale. La valorisation et la préservation des ressources naturelles et culturelles ainsi que l'apport d'une valeur économique dans la zone doivent être pris en compte.

De ce fait, pour la pérennisation du projet il faut que ces trois pôles soient pris en compte, qui est déjà le cas, car la mise en place de l'écologie procure déjà 21 emplois, dont les titulaires sont tous des Malgache et que la population locale est impliquée. La protection de l'environnement ainsi que la valorisation du patrimoine sont également mises en avant dans ce présent projet.

3-3-Analyse de l'environnement général

L'analyse de l'environnement est très importante pour la conception du projet. Elle permet d'identifier les menaces ainsi que les opportunités du projet. Cette partie se concentrera sur l'analyse de l'environnement général que rencontre le secteur d'activité et le projet. Pour cela nous allons utiliser deux techniques dont le SWOT ou FFOM et l'analyse PESTEL.

3-3-1-L'analyse FFOM

Pour l'étude de faisabilité du projet nous allons adopter l'analyse SWOT ou FFOM :

- Forces et faiblesses du projet :

Le fait qu'il n'y ait pas encore d'espace ou centre de loisir dans la région et district d'Atsimondrano est une force pour ce projet, ainsi que son emplacement dans un cadre spacieux en lieu sécurisé avec des paysages naturels intacts. La commune rurale d'Androhibe Antsahadinta est encore calme.

Comme la clientèle cible du projet sont des amateurs de la nature ainsi que de la nature, l'emplacement de l'écologie est une force pour ce dernier car à part le fait qu'il se trouve en milieu rural l'environnement est calme.

Or le transport représente une véritable faiblesse pour ce projet, car les taxi-brousse, qui sont l'unique moyen de transport, sont en mauvais état et peu nombreux et cela peut être un frein pour les touristes nationaux de découvrir ce lieu historique. Le manque de notoriété du site est également un désavantage pour le projet.

- Opportunités et menaces :

Le fait qu'il n'y a que de concurrents sur le marché national et régional est un avantage pour notre projet car cela implique que le marché est encore libre.

L'existence des sites culturels exploitables dans la localité est une opportunité pour le projet afin d'élargir ses offres et en faire de nouveaux produits pour attirer les clients.

Puisque les touristes ont la possibilité de passer la nuit dans l'espace, on peut faire ou organiser des échanges culturels entre la population locale et les touristes à travers des feux de camps.

Cependant, le projet est menacé par les catastrophes naturelles et la concurrence.

Tableau n°9 : Analyse FFOM du projet

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> - Inexistence d'infrastructures touristiques dans la commune - Environnement calme et sécurisé - Existence de sites culturels exploitables 	<ul style="list-style-type: none"> - Manque de notoriété du site - Mauvais état du moyen de transport
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> - Marché national et régional encore libre 	<ul style="list-style-type: none"> - Crise politique -

3-3-2-L'environnement PESTEL

Cette analyse permet d'identifier l'environnement externe du projet sur les plans politique; économique; sociologique; technologique, environnemental et législatif.

Tableaux n°10: analyse PESTEL de l'environnement

VARIABLES PESTEL	OPPORTUNITES	MENACES
Politiques	<ul style="list-style-type: none"> - Possibilité d'ouverture et de coopération avec les étrangers. - contribution au développement de la commune - 	<ul style="list-style-type: none"> - Instabilité politique qui peut engendrer l'insécurité et la perte d'emplois
Economiques	<ul style="list-style-type: none"> - Créations d'emplois - Collaboration avec les opérateurs économiques de la région 	<ul style="list-style-type: none"> - Baisse du pouvoir d'achat des ménages. - Inflation dont la hausse des prix de la matière première et des matériels nécessaire au le projet.
Sociaux	<ul style="list-style-type: none"> - Dynamisme de la population locale. - Amélioration des infrastructures dans la commune au profit de la population locale 	<ul style="list-style-type: none"> - Risques de chocs culturels entre la population et les touristes.
Technologiques	<ul style="list-style-type: none"> - L'intégration des technologies favorisant la distribution des produits grâce à Internet 	<ul style="list-style-type: none"> - Apparition de nouveaux concurrents
Environnementales	<ul style="list-style-type: none"> - Protection de l'environnement naturel 	<ul style="list-style-type: none"> - Risque de dégradation de la biodiversité rurale
Législatif	<ul style="list-style-type: none"> - Prise en compte et respect des codes, droits et déontologie du tourisme 	<ul style="list-style-type: none"> - Accroissement en nombre des entreprises informelles

Source : L'auteur

L'analyse de l'environnement PESTEL du projet nous a permis de définir les impacts que peut produire la réalisation du projet dans la commune. Malgré les nombreuses menaces sur le marché, les opportunités ne manquent pas dans tous les domaines et devraient être exploitées.

3-4-Etudes de faisabilité

Cette partie est consacrée à l'étude de l'environnement externe du projet, dont le marché et l'analyse de la concurrence.

3-4-1-Evaluation du marché

➤ L'estimation de l'offre :

L'hébergement et la restauration en milieu rural consistent dans les chambres dans les hôtels et gîtes ruraux. A Androhibe Antsahadinta et même dans les communes périphériques on ne trouve aucun établissement d'hébergement et de restauration.

Le service d'hébergement surtout l'hôtellerie est déjà un secteur développé. Mais la plupart des infrastructures ne suivent pas les normes. Pourtant, la classification des hôtels présente un atout majeur pour le secteur touristique.

Tableau n°11: évolution de l'offre (cumul)

	Années									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Nombre d'établissement d'Hébergement et de Restauration	1 181	1 292	1 396	1 573	1693	2010	2 251	2 377	2 558	2 715 (157)
Nombre d'EVPT	825	861	902	967	1019	1280	1356	1 380	1 423	1 475 (052)
Nombre de chambres	13 340	14 443	16 055	17 612	19112	20 520	22 263	23 382	24 046	25 272 (1 226)
Nombre des couverts										2 220

Source: Statistique du Ministère du Tourisme

Ce tableau montre que le nombre d'établissement d'hébergement et restauration ne cesse d'augmenter.

3-4-2-La clientèle de l'entreprise

Ce projet est proposé pour cibler les touristes étrangers qui sont d'habitude attirés par le tourisme balnéaire pour leur faire découvrir de nouveaux horizons. Il devrait aussi intéresser les touristes qui aiment la nature, le calme, les aventures et aussi les sensations fortes. Les touristes qui cherchent un dépaysement ainsi qu'un mode de vie différent de leur se verront offrir les structures d'un tourisme original.

A part les touristes étrangers, la création de l'écologie vise des visiteurs nationaux qui veulent vivre une aventure unique en famille et entre amis pendant le weekend et les vacances pour découvrir la beauté de la nature et l'histoire du royaume Merina, alors qu'à l'origine, c'est le séjour au bord de la mer qui est tendance.

3-4-3-Analyse de la concurrence

Selon la statistique de l'Office Régional du Tourisme d'Analamanga, il existe 253 établissements hôteliers classés à Antananarivo. Ces hôtels sont répartis en trois catégories : les hauts standings (4 et 5 étoiles), les classes standings (moyen de gamme entre 2 et 3 étoiles) et les classiques (1 étoile et ravalala). De ce fait la capitale dispose de nombreux hôtel de luxe qui proposent des services de même genre, hors en matière d'écologie, on ne trouve pas encore ce type d'activité dans la capitale, alors qu'il existe des lodges dans la périphérie et dans la région.

De ce fait afin d'optimiser les attentes des clients, par le biais d'une analyse de la concurrence on pourra apporter des améliorations et des innovations sur les services et produits de l'écologie proposé.

Tableau n°12: Analyse des forces et faiblesses des concurrents

Concurrents	Services	Forces	Faiblesses
Sweet lodge Ivato	-Chambres climatisées tout confort, sanitaires privés. Câble TV et SAT dans la salle de séjour avec cheminée. Chambre double, twin et chambre familiale. Wifi gratuit. -Transfert aéroport aller et retour. -Restaurant en terrasse avec menu du jour, carte variée.	Proche de l'aéroport d'Ivato	-Accès difficile -Décoration peu attirante
Mantaso lodge	-Chambre de 15 bungalows dont des bungalows pour deux personnes et des bungalows familiaux -restaurant qui propose de bons plats.	-Unique hôtel "pied dans l'eau" autour du Lac de Mantaso.	- éloigné de la grande ville - Accès difficile à trouver

Source : auteur

Le marché de l'hébergement touristique de la catégorie écolodge n'est pas encore saturé, car selon la statistique du Ministère du Tourisme, le nombre d'écolodges existants est encore inférieur aux grandes infrastructures hôtelières. Bien que ces concurrents ne soient pas implantés dans la périphérie d'Androhibe- Antsahadinta on peut les classer comme des concurrents vu que le marché est encore libre.

De ce fait, ils sont des concurrents indirects même si leurs implantations sont éloignées de celle de notre établissement. De plus ils n'offrent pas d'activités comme le circuit que nous proposons.

3-5-Stratégie de base de pénétration du marché

Afin de déterminer les objectifs à atteindre, ainsi que les moyens et la manière de les atteindre, une entreprise est obligée d'adopter une stratégie de base dont la stratégie de différenciation. En tant qu'entreprise de prestation touristique, il est important de mettre en avant les atouts. A partir de l'analyse des forces et faiblesses de nos principaux concurrents, on peut déterminer nos éléments de différenciation.

➤ Le marketing mix

Par définition la stratégie est « un ensemble de décisions prises à l'avance par une entreprise pour une période donnée, en vue d'atteindre des objectifs généraux, dans un univers concurrentiel, économique, politique et social ». ⁴⁵

Le marketing de l'offre est l'étude de la concurrence directe ou indirecte, cette étude consiste alors à étudier les politiques marketings poursuivies par les concurrents.

➤ Politique du produit

La politique du produit définit les produits proposés et développés ainsi que les services offerts et les améliorations qui devront être menées sur les produits existants. Pour le projet voici les produits et services qui seront offerts aux clients.

- Hébergement : Bungalows

Par définition un bungalow est une maison indépendante ou jumelée, d'une ou plusieurs pièces avec cuisine ou cuisinette, salle de bain ou salle d'eau, WC, éventuellement jardin généralement de construction plus légère qu'une villa. Ainsi notre écolodge possède sept bungalows, dont quatre twin et trois familiaux. Ces lodges seront dispersés dans le domaine et conçus pour s'intégrer au paysage local. Nous imposerons un luxe assez nature qui effacera les routines dans lesquelles nos clients ont vécu et qu'ils souhaitent oublier durant leur séjour dans l'écolodge.

Chaque bungalow quel que soit son type sera équipée pour garantir le confort et la sécurité qui constitueront l'écolodge, à l'exception de la cuisine, sera composée d'un lit de dimension égale à 90cm x 20cm pour les lits individuels et 140cm x 200cm pour les lits à deux places. La

⁴⁵ Aide-mémoire Marketing, p102

literie sera en bon état et bonne qualité en rapport avec la catégorie de l'établissement, d'une table et chaise pour écrire, d'une lampe de chevet.

Chaque chambre doit aussi être dotée d'un placard ou d'une armoire de rangement avec cintres et étagères en nombre suffisant dont le volume et la surface de rangement doivent être suffisants pour permettre les effets vestimentaires à caser. Chaque chambre sera équipée aussi d'un sanitaire intérieur.

Dans la norme régissant l'hébergement à Madagascar, les chambres doivent aussi être équipées d'un poste téléphonique même si les clients sont coupés du reste du monde et de la technologie afin de mieux être en contact avec la nature et la culture locale afin de jouir au séjour.

Pour plus de confort deux des bungalows simples seront équipés d'une petite salle de séjour, et les autres de terrasse extérieure avec des canapés et table à manger pour prendre le petit déjeuner ou le diner.

Image n°2 : vue d'ensemble en 3D des bungalows



Source : auteur (janvier 2018)

Ces images illustrent l'emplacement, la forme et la dimension des bungalows, ainsi que son environnement naturel.

- **Restauration**

Parmi les activités connexes du tourisme, la restauration est un élément indispensable au secteur. Elle fait partie des moyens d'attirer les touristes dans une localité pour la découverte de la culture locale à travers l'art culinaire ou la cuisine locale. En effet le restaurant de 25 couverts offre des plats typiquement malagasy et européennes, conçu avec des produits frais fournis par la population locale.

- **Activités de loisir**

L'Ecolodge offrira des prestations de loisirs et divertissements pour les résidents ou pour les personnes de passage. Pour la découverte et l'interaction avec la nature et la culture, l'écolodge propose plusieurs activités de découverte pour le plaisir des touristes. De ce fait il offre un circuit de découverte de la culture locale, du patrimoine, des sites naturels et ses paysages ruraux. Ce circuit de deux jours se divise en deux. La moitié du chemin consiste dans une randonnée pédestre et le reste en VTT. L'écolodge offre alors un service de location de VTT. Nous offrirons deux circuits qui permettront de découvrir la commune dans lequel le tarif du guide ainsi que celui des boissons et le déjeuner ne sont déjà inclus.

Circuit 1 : jour1

- Départ hôtel : randonnée pédestre à travers les champs pour la découverte du monde rural.



- Visite Rova et église d'Antsahadinta



- Déjeuner pique-nique
- Visite des villages et monuments historiques : Fidasiana, Fiheferamanga, Tamboho



- Nuitée à l'hôtel

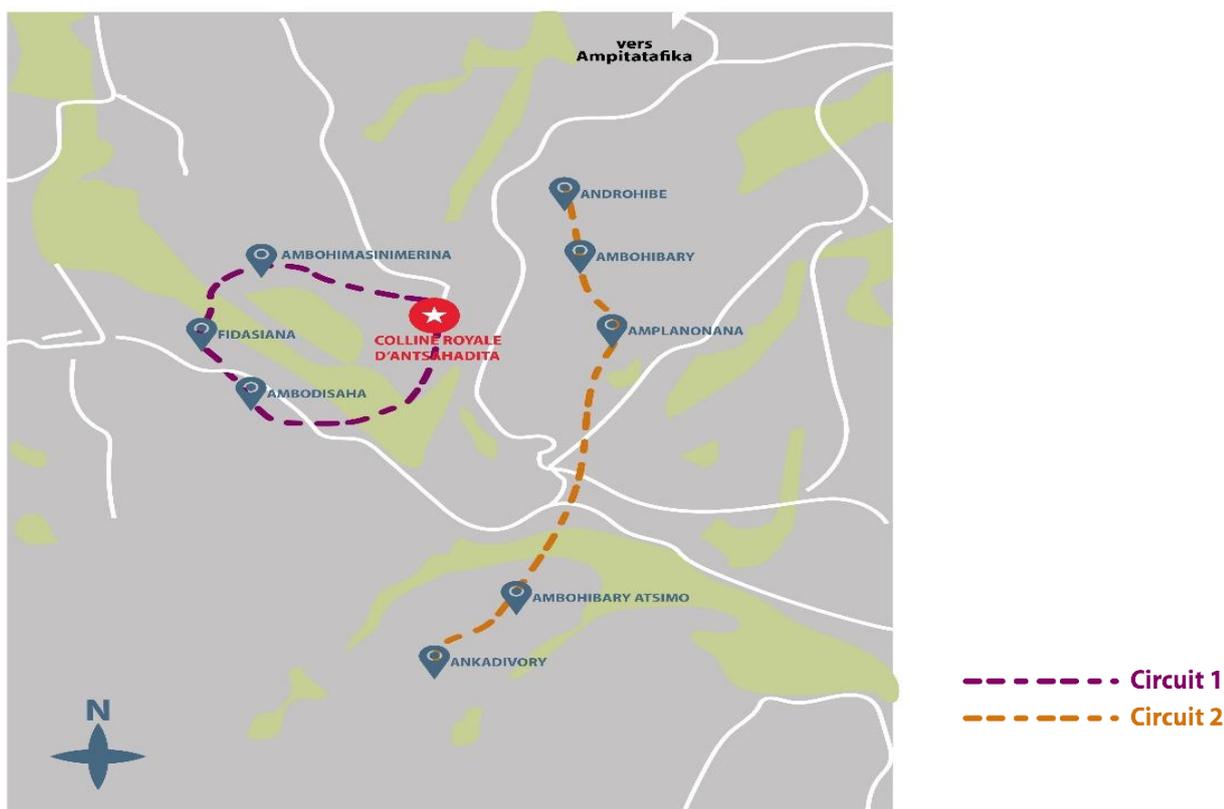
Circuit 2 : jour 2

Départ : hôtel : randonnée en VTT

- Visite site culturel : Androhibe, architecture merina



- Déjeuner libre (pique-nique)
- Visite : atelier de vannerie, Ambatomalaza, Ankadivory



Source : L'auteur, février 2018

L'écologie dispose également d'un aire de jeu traditionnel et moderne dans lequel les clients peuvent se détendre ainsi que satisfaire l'esprit à travers les jeux de société malagasy qui véhiculent la culture malagasy. De plus la culture est un élément indispensable du tourisme rural. Dans cet espace de détente, quatre chalets dotés d'activités de loisirs représentant chacune les spécificités des thèmes sont à la disposition des clients. Les deux premiers sont aménagés avec des bancs et une table de *fanorona et de katro*,⁴⁶ deux jeux de société typiques mariés où le savoir-faire artisanal malgache constituant un mélange intéressant.

- Le premier sera alors équipé d'un des éléments mentionné ci-dessus pour jouer au

⁴⁶ Jeu de société malgache

fanorona un jeu de société typiquement malgache, pratiqué partout dans les lieux publics. Il occupe une place originale dans ce monde du jeu par ses caractéristiques particulières. Par contre le *katro* est très facile et efficace pour se détendre. C'est un jeu de calcul à la base de graines qui était très populaire aux époques anciennes et réservé aux rois, reines et officiers du royaume.

Encore dans cette aire de repos, une piscine arrangée avec des pierres de façon naturelles est offerte à la clientèle.

Pour impliquer davantage la population locale, l'écologie offre un kiosque pour la vente et exposition des produits du terroir, dont l'artisanat et qui sera diversifié pour satisfaire l'intérêt des touristes.

Image n°3 : vue d'ensemble de l'espace de loisir





Source : L'auteur (janvier 2018)

L'espace de loisir est situé dans un étendu dans un grand espace et est composé de différentes activités pour petit et grand.

➤ **La politique de prix**

Le prix est la traduction économique de la valeur d'un produit sur un marché. C'est aussi la seule composante du marketing-mix qui va permettre à l'entreprise de gagner de l'argent.⁴⁷ La stratégie de positionnement des prix a pour objectif de maximiser le revenu, d'augmenter le volume des ventes et du chiffre d'affaires par la fixation d'un prix et de stabiliser le prix des produits en concurrence. Cependant celle-ci peut varier selon l'objectif de l'entreprise. Afin de pénétrer le marché et d'en acquérir rapidement une part, étant donné la nouveauté de notre produit, la notoriété est encore à gagner. La clientèle étant encore hésitante au début, nous avons adopté la stratégie de prix de promotion.

Elle consiste à vendre un produit nouveau à un prix plus bas que ceux de la concurrence: le bungalow est à partir de 80000ar par nuitée. Pour les nouvelles entreprises c'est un moyen rapide de toucher une partie du marché. Toutefois cette stratégie peut engendrer des effets négatifs sur le marché si elle n'est pas abandonnée dès que l'activité commence à marcher.

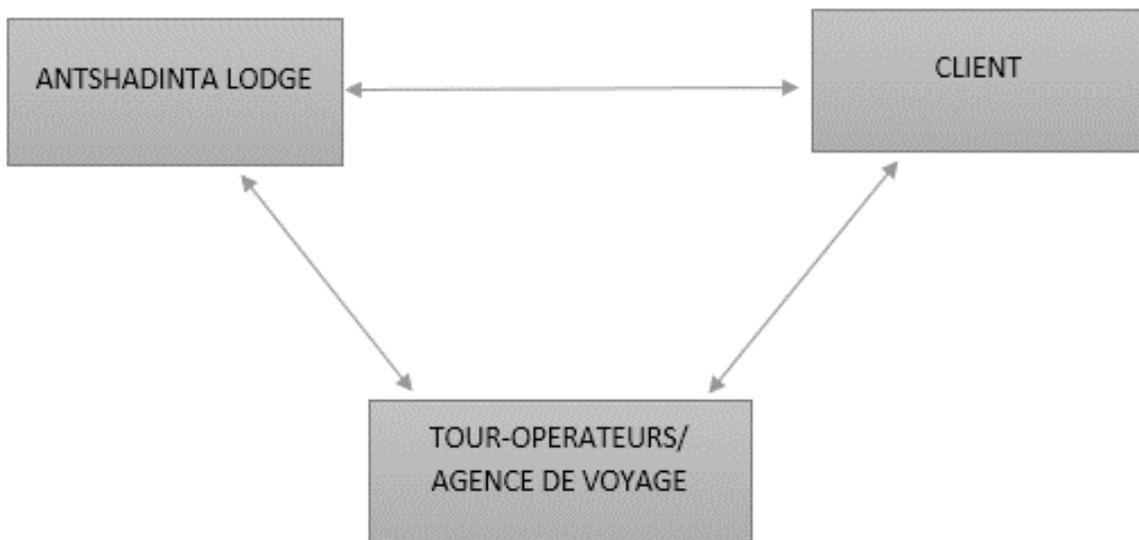
➤ **La politique de distribution**

Afin de mettre le produit à la disposition des consommateurs, la politique de distribution est une composante importante du marketing mix car elle permet d'acheminer le produit à la clientèle. En tant qu'entreprise œuvrant dans le domaine de la commercialisation de service,

⁴⁷ C. Demeure, op.cit., p172

nous avons choisi le système de distribution directe, c'est-à-dire du producteur au consommateur. Ce système permet à l'entreprise de bien contrôler le marché et d'obtenir une relation directe avec la clientèle et donc de ne pas crever le prix de revient à cause des intermédiaires. Cependant il est nécessaire de collaborer avec les tour-opérateurs et agences de voyage pour faciliter les contacts avec les touristes étrangers.

Schéma n°3 : système de distribution



Source : L'auteur, décembre 2017

➤ La politique de communication

Pour les nouveaux produits entrant dans un marché, la stratégie de promotion communication est un élément indispensable pour faire connaître le produit. Comme l'écologie est encore nouveau sur le marché de l'hébergement et de la restauration, le manque de notoriété, risque alors d'être un handicap pour ce dernier. Étant donné qu'on est encore dans la phase de lancement, la stratégie PULL est le moyen mieux adapté car il est utilisé pour attirer les consommateurs vers un nouveau produit ou service. De ce fait nous projetons de nous servir de la publicité informative par le biais de l'internet, et du publi-reportage à propos de l'établissement, la création d'un site web et de brochure qui sera donné aux tour-opérateurs partenaire.

Les relations publiques sont aussi un moyen opérant pour la promotion de l'écologie, dont l'organisation de conférence de presse, la participation à des manifestations touristiques et à des foires telles que l'ITM. Afin d'attirer les clients, organiser une promotion de vente, nous allons faire offre de vente en package.

En tant qu'entreprise œuvrant dans le tourisme, nous rechercheront également en collaboration avec les Tour-opérateurs locales et étrangers.

3-6-Etude de faisabilité technique

Pour la mise en place du projet, il est important de déterminer les besoins, dont les moyens humains et matériels.

3-6-1-Les moyens d'approvisionnement

L'approvisionnement est très important dans la gestion et achats des stocks. Ce dernier permet de disposer au moment et à l'endroit voulu et ce à moindre coût de l'ensemble de marchandises ou produits dont l'entreprise a besoin tant en quantité qu'en qualité.

L'hôtel choisit d'effectuer ses achats en matières premières dont les produits pour la restauration dans le marché même de la commune afin que la population locale puisse bénéficier de l'existence de l'infrastructure ainsi que pour avoir des produits frais et même contenu que s'ils sont achetés ailleurs. De plus dans le concept du tourisme rural il importe d'utiliser les produits du terroir. Pour les produits de premier nécessité et les autres produits, les achats se feront à Tsaralalana ou chez les grossistes aux alentours du quartier

Le choix de ces fournisseurs repose sur les couts et prix du transport qui sont rentables pour notre activité. Ce choix nous permet de commercialiser et d'offrir à nos clients, des produits frais et de bonne qualité.

Tableau n°13 : mode d'approvisionnement

Désignation	Lieu d'achat	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5	
Boissons	Androhibe- Antsahadinta	4 680 000	4 914 000	5 159 700	5 417 685	5 688 569	
Crèmerie		2 380 000	2 499 000	2 623 950	2 755 147	2 892 904	
Poissons		2 520 000	2 646 000	2 778 300	2 917 215	3 063 075	
Fruits et Légumes		5 100 000	5 355 000	5 622 750	5 903 887	6 199 081	
Poissons		2 520 000	2 646 000	2 778 300	2 917 215	3 063 075	
Produits d'entretien	Tsaralalana ou grossiste	900 000	945 000	992 250	1 041 862	1 093 955	
Produits de Nettoyage		1 080 000	1 134 000	1 190 700	1 250 235	1 312 746	
PPN		4 300 000	4 515 000	4 740 750	4 977 787	5 226 676	
Fourniture de bureau		1 100 000	1 155 000	1 212 750	1 227 387	1 288 756	
Viandes		4 320 000	4 536 000	4 762 800	5 000 940	7 500 987	
Volailles		3 600 000	3 780 000	3 969 000	4 167 450	4 375 822	
TOTAL			29 980 000	31 479 000	33 052 950	34 659 595	38 642 571

Source : L'auteur, janvier 2018

3-6-2-La localisation du site

La zone d'implantation du dans le *Fokontany* de Fidasiana, à l'autre côté de la colline sacrée d'Antsahadinta dans un cadre harmonieux avec la nature, accès facile que ce soit à pied ou en voiture.

Carte n°4 : Localisation du site, vu sur Google map



Source : Google map

3-6-3- Les besoins en matériels et équipements

La mise en place du projet nécessite des matériels et équipements tels que les ordinateurs et ses accessoires, l'ameublement,... etc. Puisque nous allons construire et bâtir de nouvelles infrastructures, nous aurons besoins de terrain et des matériaux de construction.

Tableau n°14 : Tableau des équipements

Désignation	Nombre	Unité	Ariary
		Prix unitaire	Prix total
Appareils électro – ménagers (Mixeur, Machine à glaçon, bouilloire, machine à café, etc)	01lot	2 300 000	2 300 000
Couverts en inox	01 lot	1 400 000	1 400 000
Armoire	7	250 000	1 750 000
Bâtiment Pavillon + toilettes	7 pavillons	18 000 000	126 000 000
Bâtiment principal (en bloc)	1	30 000 000	30 000 000
Chaises	40pcs	80 000	3 200 000
Chauffage à gaz	2	300 000	600 000
Chauffe-eau solaire 500L	1	7 850 000	7 850 000
Climatiseur	6	170 000	1 020 000
Comptoir	2	960 00	1 920 000
Congélateur mix	2	920 000	1 840 000
Etagère	1	960 000	960 000
Etagère marchandises	1	980 000	980 000
fer à repasser	2	80 000	160 000
Filet de tennis	1	400 000	400 000
Groupe électrogène	1	2 400 000	2 400 000
Lingerie (rideaux, drap, taies d'oreiller, nappe, etc)	3 lots	1 202 000	3 606 000
Lit	14	350 000	4 900 000
Machine à glace	1	900 000	900 000
Machine à laver Brants	2	350 000	350 000
Matériel d'entretien	1 lot	85 000	85 000
Minibar	6	410 000	2 460 000
Ordinateurs	3	1 100 000	3 300 000
Placard	2	240 000	4 80 000
Pot de fleur	8	5 000	40 000
Poubelle	7	15 000	1 20 000
Réfrigérateur Westpoint mix	1	950 000	950 000

Salon canapé d'angle en cuir	2	1 000 000	2 000 000
Sanitaire (WC – Lave main – Pissoire – Sèche main)	1	6 350 000	6 350 000
Sonorisation complet	1	960 000	960 000
Table de billard	1	600 000	600 000
Table de chevet	8	160 000	1 280 000
Table de travail	2	640 000	1 280 000
Table	20pcs	170 000	3 400 000
Table de ping-pong	1	760 000	760 000
Téléphone	8	95 000	760 000
Télévision	1	520 000	520 000
Terrain 1400m ²	1400m ²	10000	14 000 000
Trampoline	1	450 000	450 000
Ustensiles de cuisine (casserole, poêle, couteau, verres, etc.)	3 lots	450 000	1 350 000
Vaisselle (ramequin, assiette de présentation, etc.)	4 lots	290 000	1 160 000
Vase	7	15 000	105 000
Veilleuse	7	30000	2 10 000
TOTAL		67 287 000	229 126 000

Source : auteur (janvier 2018)

Le coût des fournitures et matériels cités précédemment a été réalisé à partir des prospections effectuées auprès des fournisseurs agréés de la capitale. Pour le terrain, nous avons déjà discuté avec le président du fokontany de Fidasiana.

Ainsi, cela nous a permis de faire une synthèse du montant total des investissements que nous pouvons voir dans le tableau ci-après

Tableau n°15: Montant total des investissements

Désignation	Montant
Infrastructure de distribution	144 350 000
Installation piscine	10 000 000
Frais de premier établissement	450 000
Installations techniques	1 000 000
Matériels de transport	500 000
Matériels, équipements divers et mobiliers de bureau	60 455 000
Achat VTT	6 000 000
Terrain	14 000 000
Plan de gestion environnemental	321 000
Equipement solaire (générateur + panneau) et pompe solaire+ forage	90 000 000
TOTAL	345 076 000

Source : auteur, 2018

A partir de ce tableau ci-dessus, nous pouvons percevoir le montant nécessaire de l'investissement en immobilisations pour le projet qui est **355 076 000**Ariary.

3-6-4-Les Ressources Humaines

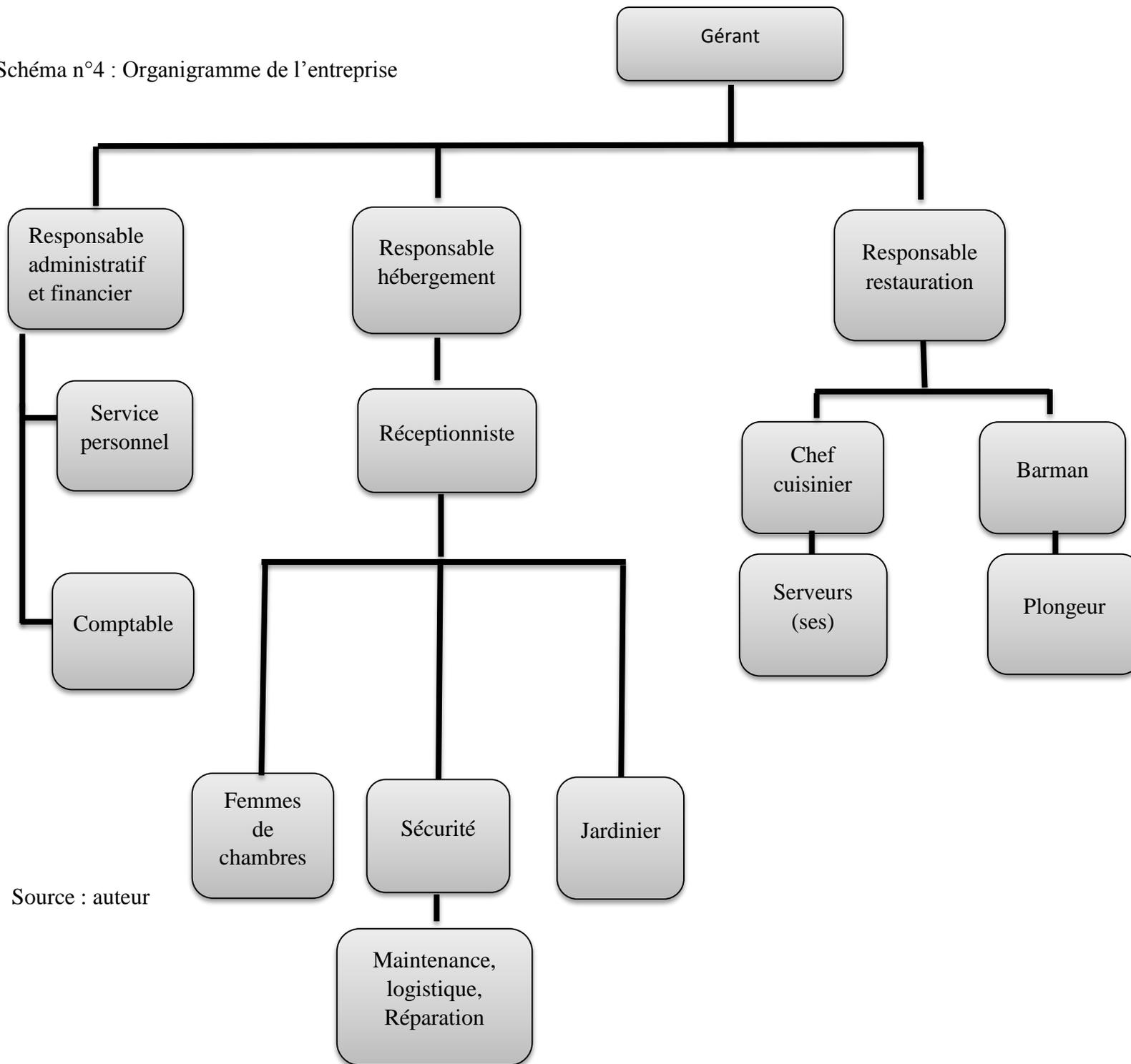
Pour une bonne gestion et fonctionnement de l'hôtel, nous avons mis une structure organisationnelle simple afin de mieux la contrôler. Nous allons donc les citer avec les fonctions qu'ils occupent.

- Gérant : il est celui qui doit assurer le bon fonctionnement de l'hôtel ;
- Responsable administratif et financier assure la gestion des papiers administratifs, de la comptabilité ainsi que des états financiers et budgétaires ;
- Responsable hébergement : c'est celui qui assure la bonne organisation du service d'hébergement ;
- Responsable restauration : il assure le taux de remplissage du restaurant et du fonctionnement du restaurant (approvisionnement, préparation des plats);
- Comptable : il est en charge de la gestion financière de l'entreprise ;
- Service personnel : se doit de gérer les ressources et besoin du personnel ;
- Réceptionniste : sa principale fonction est d'accueillir et donner les informations directes ou indirectes nécessaires aux clients ;

- Cuisinier: pour la restauration, le chef cuisinier professionnel est très important afin d'assurer le bon déroulement du travail dans la cuisine ;
- Barman: il a pour mission de vendre les boissons et réaliser des cocktails.
- Femmes de chambres: elles sont en charge de la propreté et du rangement des chambres ;
- Serveuses : ces dernières ont comme fonction de garantir le service de la restauration, ainsi que la communication et la vente ;
- Agent de sécurité : comme son l'indique, il se dit de renforcer la sécurité des clients ainsi que de l'hôtel ;
- Jardinier : est celui qui assure la création et l'aménagement des espaces verts et les entretenir ;
- Plongeur : il se doit de laver les vaisselles et tous matériels utilisés en cuisine.
- Maintenance, Logistique et réparation : il doit assurer la gestion de la maintenance et l'entretien des équipements ainsi que des bâtiments;

Dans la figure suivant nous allons présenter la figure ou l'organigramme de l'hôtel.

Schéma n°4 : Organigramme de l'entreprise



Source : auteur

3-6-5-Etude des salaires

A partir de cet organigramme de l'entreprise nous avons établi les coûts salariaux mensuels et annuels de chaque employé dans les tableaux suivant.

La création de l'écolodge procure 24 emplois dont le personnel exclusivement malgache.

Pour le choix du personnel nous allons adopter des règles de recrutement mais aussi assurer des formations.

L'hôtel étant encore en phase de lancement, la production annuelle en est encore faible. Donc durant les cinq premières années d'activité, il n'y aura pas de hausse des salaires même si la politique salariale de l'hôtel dépend de la production annuelle, c'est-à-dire que s'il y a augmentation du chiffre d'affaire, il y aussi augmentation du salaire. De ce fait, nous allons appliquer un salaire motivant pour ses employés avec une grille adéquate aux employés.

Le tableau suivant nous montre les coûts salariaux mensuels et annuels des employés.

Tableau n°16 : Coûts salariaux

Dénomination	Effectif	Salaire mensuel	Masse salarial mensuelle	Salaire annuel	Masse salarial annuelle
Agent de sécurité	2	220 000	440 000	2640 000	5 280 000
Barman	2	190 000	380 000	2 280 000	4 560 000
Comptable	1	500 000	500 000	6 000 000	60 00 000
Cuisinier	1	350 000	350 000	4 200 000	4 200 000
Femme de chambre	2	190 000	380 000	2 280 000	4 560 000
Gérant	1	450 000	450 000	5 400 000	5 400 000
Guide	1	200 000	200 000	2 400 000	2 400 000
Jardinier	1	190 000	190 000	2 280 000	2 280 000
Maintenance, logistique et réparation	1	220 000	220 000	2 640 000	2 640 000
Plongeur	1	190 000	190 000	2 280 000	2 280 000
Réceptionniste	2	200 000	400 000	2 400 000	4 800 000
Responsable Administratif et financier	1	420 000	420 000	5 040 000	5 040 000
Responsable hébergement	1	400 000	400 000	4 800 000	4 800 000
Responsable Restauration	1	400 000	400 000	4 800 000	4 800 000
Serveuses	2	190 000	380 000	2 280 000	4 560 000
Service personnel	1	400 000	400 000	4 800 000	4 800 000
TOTAL	21	4 710 000	5 700 000	56 520 000	68 400 000

Source : auteur

Tableau n°17 : Charge salariale

	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Salaire	68400000	68400000	68400000	68400000	68400000
CNaPS et OSTIE (15%)	1026 000	1026 000	1026 000	1026 000	1026 000
TOTAL	69426 000				

Source : auteur

Sur ce tableau, nous pouvons identifier que le charge sur le salaire des salariés ne change pas pendant les cinq années d'activités de l'hôtel. En effet les employés sont tous des employés permanents.

En effet, 5% du Cnaps et 3% de l'Osie font partie de la charge patronale que l'entreprise verse par mois, les 2% sont cependant tirés des salaires des employés.

3-7-Prévision des ventes

A partir de données obtenues auprès du guide local, environ une vingtaine de touristes par mois visite le *rova* d'Antsahadinta, et quatre fois plus en haute saison. Dans le cadre du projet, avec le circuit élaboré et les stratégies de communications adoptés, la fréquentation touristique augmentera. De ce fait, voici une estimation de l'arrivée touristique dans la commune pour les cinq premières années.

La vente s'accroît alors en termes de chiffres d'affaires. Selon l'INSTAT l'inflation des touristes à Madagascar s'élève à 9% par an.

Tableau n°18 : projection sur 5ans des touristes ciblés

	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Touristes nationaux	410	446	483	521	560
Touristes internationaux	290	326	363	401	440
Total	700	772	846	922	1000

Source : L'auteur, janvier 2018

Ce tableau montre l'évolution du nombre de touristes ciblés à Antsahadinta.

Pour chaque activité de l'entreprise nous avons adopté différentes méthodes afin de déterminer les chiffres d'affaires annuelles.

Pour évaluer les recettes prévisionnelles des chambres, nous avons pris pour base et le taux d'occupation en haute, moyenne et basse saison pour les chambres et le restaurant.

Tableau n°19 : taux d'occupation des chambres

Types de lodges	Familiale	Twin
Nombre	3	4
Nombre de jours ouvrable	360	360
Nombre de chambre offerte	1080	1440
Taux d'occupation		
6mois en haute saison 60%	290	145
2 mois en moyenne saison 40%	116	58
4 mois en basse saison 25%	72	36
Occupation annuelle	478	239
Prix nuitée	100000	50000
TOTAL	47 800 000	11 950 000
CA annuelle chambre	59 750 000	

Source : auteur (janvier 2018)

Ainsi ce tableau nous montre le taux d'occupation des chambres pendant la haute, moyenne et basse saison qui détermine ses chiffres d'affaire annuelle

Pour les autres activités de l'hôtel telles que la restauration, la détermination du prix est calculé par rapport au taux d'occupation des chambres. En effet, le petit déjeuner est offert mais il est important de déterminer son prix qui se présente comme suit :

Tableau n°20 : prix des plats

Rubriques	Prix
Petit déjeuner continental	5000
Déjeuner	15000
Diner	15000

Source : auteur (janvier 2018)

A partir de l'analyse de la concurrence, on a constaté l'existence d'activité similaire au loisir proposé par l'écologie, qui a permis de déterminer le prix, dont la piscine et l'espace de loisir, l'accès est offert à tout public résident ou non avec un tarif de 5000 Ariary par personne. Le calcul du chiffre d'affaires est estimé d'un groupe de dix personnes par jour pour cette première année d'ouverture.

A partir de la projection sur cinq ans sur le nombre de visiteurs dans la commune, on peut déterminer facilement le chiffre d'affaire du circuit. En effet le circuit est défini de 150 000 Ariary par personne.

Le tableau suivant nous montre la vente prévisionnelle sur cinq ans de l'hôtel. Il montre que les chiffres d'affaires de l'hôtel ont encore une faible augmentation entre la première année vu qu'il est encore en phase de démarrage et la deuxième année. Mais cela va changer à partir de la troisième année, car l'hôtel commence à avoir des influences et de performance sur le marché si la communication fonctionne correctement et que les services proposés satisfont la clientèle, ce qui suppose des bilans périodiques.

Tableau n°21 : vente prévisionnelle sur 5ans

Désignation		Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Piscine	Prix unitaire	5000			6000	
	Nombre de visiteurs	3600	3960	4356	4792	5227
	Vente en valeur	18 000 000	19 800 000	21 780 000	28 752 000	31 362 000
Circuit	Prix unitaire	150000				
	Vente en valeur	105 000 000	115 800 000	126 900 000	138 300 000	150 000 000
Chambre	Vente en valeur	59 750 000	65 127 500	70 988 975	77 377 982	84 342 001
Restaurant	Vente en valeur	25 095 000	27 353 550	29 815 369	32 498 752	35 423 640
Location salle	Vente en valeur	4 800 000	4 800 000	4 800 000	9 600 000	9 600 000
Bar	Vente en valeur	54 000 000	79 200 000	108 900 000	119 800 000	156 810 000
Location VTT	Vente en valeur	210 00 000	23 160 000	25 380 000	27 660 000	30 000 000
Snack et pizzeria	Vente en valeur	72 000 000	79 200 000	108 900 000	119 800 000	156 810 000
Vignette	Vente en valeur	717 000	752 850	790 492,5	830 017,125	871 517,98
TOTAL VENTE NETTE (CA)		360 362 000	415 193 900	498 254 837	554 618 753	655 219 159,68

Source : auteur (janvier 2018)

Ce tableau de vente montre les différentes activités de l'entreprise qui augmente de 9% par an, par rapport au prévision du nombre de nombre de touriste sur cinq ans qui a été élaboré.

Charges liées à l'activité

Les charges prévisionnelles sont tous liées à l'exploitation, cela entre alors dans les charges de l'hôtel dont on peut voir dans le tableau suivant.

Tableau n°22 : charges prévisionnelles

	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Assurance	420 000	42 0000	420 000	420 000	420 000
Impôts	15 552 000	15 552 000	15 552 000	15 552 000	15 552 000
Frais de communication et transport	500 000	500 000	500 000	525 000	525 000
Taxes (Vignette)	717 000	752 850	748 794	830 017,125	871 517,98
Rémunération personnel	69 426 000	69 426 000	69 426 000	69 426 000	69 426 000
Entretien et réparation	200 000	215 000	230 000	245 000	260 000
Publicité	400 000	400 000	300 000	300 000	300 000
Internet	3 000 000	3 000 000	3 000 000	3 000 000	3 000 000
Autres charges	1 000 000	1 050 000	1 120 500	1 175 525	1 234 325
TOTAL	91 215 000	91 315 850	91 338 992	91 473 542,1	91 588 843

Source : auteur (janvier 2018)

Les charges ont été élaborées suivant les besoins de l'hôtel. Ces charges augmentent de 5% par an car le produit augment donc il est possible que les charges subissent aussi cette augmentation.

La détermination de l'impôt sur les revenus salariaux est de 20%, et assimilés est effectuée selon le barème ci-après, la base étant calculée suivant les dispositions des articles 01.03.07 du code général des impôts sur l'impôt sur les revenus, CHAPITRE VI « DETERMINATION DE L'IMPOT » Art 01.03.09.

3-8-Etudes de faisabilité financière

La réalisation d'un projet nécessite un apport financier important. Les apports financiers peuvent être constitués d'un apport personnel ou emprunt bancaire.

3-8-1-Les besoins financiers

Dans le tableau suivant nous pouvons constater le plan de financement proposé pour le projet.

Tableau n°23 : tableau de financement

Besoins	Total	Ressources	Total
Investissement et immobilisation	345 076 000	Apport personnel et partenariat	195 076 000
BFR	50 000 000	Emprunt bancaire	200 000 000
TOTAL	395 076 000		395 076 000

Source : auteur (janvier 2018)

A partir de ce tableau, on peut constater la valeur totale du coût d'investissement du projet. L'investissement et immobilisation comprennent l'achat du terrain, les matériels et équipement ainsi que la construction des bâtiments.

Le coût total de l'investissement est estimé à 395 076 000Ariary, l'apport personnel et partenariat qui est encore en cour de recherche est de 195 076 000Ariary et l'emprunt bancaire de 200 000 000Ariary.

Le BFR ou besoin en fonds de roulement est primordial pour rapporter les charges d'exploitation et assurer les charges durant les trois mois d'ouverture. Le BFR est indispensable afin d'éviter les risques d'activités comme le manque de liquidation pour les salaires des employés et les frais de transport.

3-8-2-Les amortissements

L'amortissement est la période nécessaire pour s'acquitter les immobilisations, les emprunts et compléter la totalité du remboursement en effectuant des versements réguliers. Le montant de l'emprunt est de 200 000 000 Ariary avec un taux d'intérêt est de 15%. La durée du remboursement de l'emprunt est prévue sur cinq ans.

Tableau n°24 : tableau de remboursement

Années	Valeur d'origine	Intérêt	Amortissement	Annuités	Valeur fin
Année 1	200 000 000	30 000 000	40 000 000	70 000 000	160 000 000
Année 2	160 000 000	24 000 000	40 000 000	64 000 000	120 000 000
Année 3	120 000 000	18 000 000	40 000 000	58 000 000	80 000 000
Année 4	80 000 000	12 000 000	40 000 000	52 000 000	40 000 000
Année 5	40 000 000	600 000	40 000 000	46 000 000	0
Total		90 000 000	200 000 000	290 000 000	

Source : auteur (janvier 2018)

Sur ce tableau on peut remarquer que le remboursement s'effectue chaque année. Le taux d'amortissement est de 40 000 000 Ariary. Le taux d'intérêt s'élève 90 000 000 Ariary pendant les cinq années de remboursement.

3-9-Les états financiers prévisionnels

Dans cette partie, nous allons déterminer le bilan d'ouverture, ainsi que la trésorerie prévisionnelle de l'entreprise.

3-9-1- Bilan d'ouverture

Le bilan d'ouverture décrit séparément les éléments actifs et passifs du projet et fait apparaître de façon distincte les capitaux propres et le cas échéant ainsi que le fonds propre. Il permet de savoir la situation de départ du projet.

Tableau n° 25: le bilan initial

ACTIF	MONTANT	PASSIF	MONTANT
Immobilisations incorporelles		CAPITAUX PROPRES	195 076 000
Frais de recherche et de premier établissement	450 000	Capital social	
Immobilisations corporelles		Total capitaux propres	195 076 000
Constructions des bâtiments	144 350 000		
Installation piscine	10 000 000	EMPRUNT	200 000 000
Matériels de transport	500 000		
Matériels, équipements divers et mobiliers de bureau	60 776 000	Total passif non courant	200 000 000
Matériels, équipements divers et mobiliers de bureau	14 000 000		
Terrain	6 000 000		
VTT	1 000 000		
Installations techniques	321 000		
Plan de gestion environnemental	90 000 000		
Équipement solaire (générateur + panneau) et pompe solaire+ forage			
Trésorerie	50 000 000		
TOTAL ACTIFS	395 076 000	TOTAL PASSIF	395 076 000

Source : auteur (janvier 2018)

3-9-2-Prévision de trésorerie

La gestion de trésorerie est indispensable pour maintenir une liquidité suffisante afin de faire face aux échéances, tout en optimisant la rentabilité des fonds. Elle assure également l'équilibre financier de l'entreprise.

Tableau n°26: prévision de trésorerie

Désignation	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Trésorerie initiale	50 000 000				
ENCAISSEMENT Vente	360 362 000	415 193 900	498 254 837	554 618 753	655 219 160
Total encaissement	410 362 000	415 193 900	498 254 837	554 618 753	655 219 160
Désignation	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
DECAISSEMENT					
Remboursement d'emprunt	70 000 000	64 000 000	58 000 000	52 000 000	46 000 000
Charges annuelles	91 215 000	91 315 850	91 338 992	91 473 542	91 588 843
Total décaissement	161 120 5000	155 315 850	149 338 992	143 473 542	137 588 843
Solde annuel	319 147 000	289 878 050	348 915 845	411 245 211	517 630 317
Solde cumulé	319 147 000	579 025 050	927 940 895	13 391 861 06	18 568 164 23

Source : auteur (janvier 2018)

3-9-3-Résultat de l'exercice

Afin de déterminer si le projet est viable ou non économiquement, le tableau de l'exercice présente le résultat de l'exercice pendant les cinq à venir.

Tableau n°27 : tableau de l'exercice

Années	Année 1	Année 2	Année 3	Année 4	Année 5
Charge annuelle	91 215 000	91 315 850	91 338 992	91 473 542	91 588 843
Recette annuelle	360 362 000	415 193 900	498 254 837	554 618 753	655 219 160
Bénéfice de l'exercice	269 147 000	323 878 050	406 915 845	463 145 211	563 630 317

Source : auteur (janvier 2018)

3-9-4-Délai de récupération du capital investi

La DRCI est récupéré quand le montant de l'investissement est égal à la recette de l'entreprise.

Montant de l'investissement= **395 076 000 Ariary**

360 362 000 + 415 193 900 = 775 555 900

775 555 900 – 395 076 000 = 1,05

360 362 000

Ainsi le capital investi sera récupéré après 1 an et cinq semaines après l'ouverture de l'hôtel.

3-10-Etude d'impact environnemental

En tant que projet respectueux de l'environnement, il importe de faire une étude d'impact environnemental, car selon la Loi n°97 012 du 06 juin 1997 relative à la charte de l'Environnement Malagasy, article n°10 : « Les projets d'investissements publics ou privés susceptibles de porter atteintes à l'environnement doivent faire l'objet d'une étude d'impact, compte tenu de la nature technique, de l'ampleur des dits projets ainsi que la sensibilité des milieux d'implantation.»

3-10-1-Analyse des impacts

L'analyse des impacts permet d'estimer l'influence des composants du projet sur le milieu physique, humain et biologique. Elle analyse permet d'évaluer la mise en évidence d'un impact négatif potentiel, mais qu'il est possible de réduire avec la définition de mesure d'atténuation.

Le tableau ci-après résume les impacts potentiels du projet sur l'environnement.

Tableau n°28 : tableau des impacts

Domaine d'impact	Impacts positifs	Impacts négatifs
Milieu Physique	- Apport d'une bonne image sur le village	Pollution causée par des déchets solides pendant la construction et l'exploitation de l'hôtel
Milieu humain	- Échange de culture avec les résidents - Création d'emploi et augmentation des employés et des cadres. - Coopération entre les commerçants/fournisseurs locaux et le promoteur	Bruits et poussières ennuyeux causés pendant la construction de l'hôtel - Risque de conflits entre le promoteur et les riverains. - Risque de non-respect des cultures locales.

Source : auteur (janvier 2018)

3-10-2-Evaluation des impacts

Afin de déterminer mettre en place des mesures d'atténuation pendant la réalisation du projet, il est important de connaître l'origine et les durées des impacts négatifs ou positifs.

Le tableau suivant caractérise les impacts négatifs du projet sur la zone d'étude

Tableau n°29 : évaluation des impacts

Impacts positifs	Source d'impacts	Durées
Apport d'une bonne image du village	Existence de l'hôtel	Permanente
Échange de cultures avec les résidents	Phase d'étude et de réalisation et d'exploitation	Permanente
Création d'emplois et augmentation des expériences professionnelles des employés et des cadres	Phase d'étude et de réalisation et d'exploitation	Permanente

Coopération entre les commerçants/fournisseurs locaux et le promoteur	Phase de réalisation et d'exploitation	Permanente
Impacts négatifs		
Pollution causée par des déchets solides pendant la construction et l'exploitation de l'hôtel	Phase de réalisation et d'exploitation	Permanent
Bruits et des poussières ennuyant causés pendant la construction de l'hôtel	Phase de réalisation	Temporaire
Risque de conflits entre le promoteur et les riverains	Phase de réalisation	Temporaire
Risque de non-respect des cultures locales.	Phase de réalisation	Temporaire

Source : auteur (janvier 2018)

Le tableau précédent montre que les impacts se développent pendant et après la réalisation du projet. Les impacts négatifs du projet ne durent que pendant la réalisation du projet. Cependant, les impacts positifs sont loin d'être négligeable. Le projet contribuera à la promotion de la destination

3-10-3-Proposition de mesures d'atténuation

Des mesures d'atténuation ont été prévues dans le plan de gestion de l'environnement pour réduire les facteurs négatifs et optimiser les effets positifs, ainsi que pour faciliter la planification, la prise de décisions concernant la transformation de l'écosystème et contrôler toutes les transformations subies par l'environnement, durant toute la vie du projet.

Le tableau suivant montre les propositions de mesures d'atténuation.

Tableau n°30 : tableau des mesures d'atténuation

Impacts	Mesures d'atténuation
Pollution causée par des déchets solides pendant la construction et l'exploitation de l'hôtel	Mise en place de système de collectes avec traitement des déchets et des pénalités suivant les infractions
Destruction des ressources naturelles protégées pendant la construction des infrastructures et l'exploitation.	Reboisement
Risque de conflits entre le promoteur et les riverains.	Collaboration entre le promoteur et les villageois avant de la mise en place de l'hôtel
Risque de non-respect des cultures locales.	Informar les clients et ouvriers sur les tabous pour respecter la culture locale

Source : auteur (janvier 2018)

Plan de gestion environnemental

Pour la réalisation de ces mesures d'atténuation il est indispensable d'évaluer les coûts estimatifs des mesures environnementales qui sont présenté dans le tableau ci-après.

Tableau n°31: coûts des mesures d'atténuations

Mesures environnementales	Quantité	Prix (AR)	Montant (AR)
Campagne d'informations	1	100 000,00	100 000
Reboisement	200 pieds de plantes	200,00	40 000
Bac à ordures	2	3 000,00	6 000
WC provisoire	1	100 000,00	100 000
Vente des préservatifs contre les MST	Ouvriers et clients	200,00	75 000
		TOTAL	321 000

Source : auteur (janvier 2018)

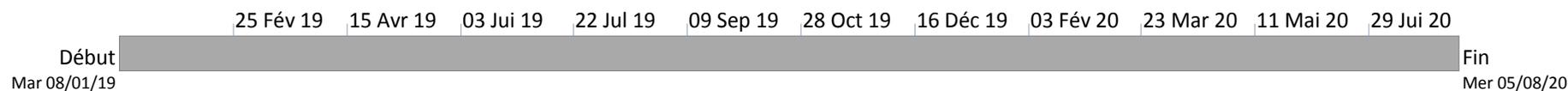
Le coût total pour les activités est alors de 321 000 Ariary.

3-10-4-Calendrier de réalisation du projet

Le calendrier de réalisation permet de visionner à l'aide d'échéancier les diverses activités à effectuer. A partir de ce calendrier, nous pouvons constater que la réalisation du projet commence le 8 janvier 2019 et se termine le 5 juin 2020. L'ouverture de l'hôtel est donc prévue en juillet 2020. En effet, le calendrier est utile afin de déterminer la mise en place de l'entreprise.

Tableau n°32 : Calendrier de réalisation

Nom de la tâche	Durée	Début	Fin	Prédécesseurs
Reconnaissance du terrain	2 jours	Mar 08/01/19	Mer 09/01/19	
Préparation administrative	35 jours	Jeu 10/01/19	Mer 27/02/19	
Achat du terrain	7 jours	Mar 15/01/19	Mer 23/01/19	1
Achat des matériaux	14 jours	Mer 06/02/19	Lun 25/02/19	3
Construction des bâtiments	180 jours	Mar 26/02/19	Lun 04/11/19	3;4
Aménagement des espaces verts	60 jours	Mar 05/11/19	Lun 27/01/20	5;7
Aménagement de l'espace de loisir	60 jours	Mar 28/01/20	Lun 20/04/20	
Achat des équipements	14 jours	Mar 21/04/20	Ven 08/05/20	5;7
Installation électriques	35 jours	Mar 21/04/20	Lun 08/06/20	5;7
Vérification finale	14 jours	Mar 09/06/20	Ven 26/06/20	5;6;7;9
Recrutement	7 jours	Mar 28/07/20	Mer 05/08/20	10



Nom de la tâche	Durée	Début	Fin	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A
Reconnaissance du terrain	2 jours	Mar 08/01/19	Mer 09/01/19	■																			
Préparation administrative	35 jours	Jeu 10/01/19	Mer 27/02/19	■	■																		
Achat du terrain	7 jours	Mar 15/01/19	Mer 23/01/19	■																			
Achat des matériaux	14 jours	Mer 06/02/19	Lun 25/02/19		■																		
Construction des bâtiments	180 jours	Mar 26/02/19	Lun 04/11/19		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■								
Aménagement des espaces verts	60 jours	Mar 05/11/19	Lun 27/01/20											■	■	■							
Aménagement de l'espace de loisir	60 jours	Mar 28/01/20	Lun 20/04/20													■	■	■	■				
Achat des équipements	14 jours	Mar 21/04/20	Ven 08/05/20																■	■			
Installation électriques	35 jours	Mar 21/04/20	Lun 08/06/20																■	■	■		
Vérification finale	14 jours	Mar 09/06/20	Ven 26/06/20																		■		
Recrutement	7 jours	Mar 28/07/20	Mer 05/08/20																			■	■

Source : auteur (janvier 2018)

D'après ce calendrier de réalisation, on peut constater que divers tâches sont réaliser simultanément, comme la reconnaissance du terrain; la préparation administrative et l'achat de terrain, cependant ces travaux ne peuvent pas être réalisé si la précédente tâche ne soit pas terminée, ainsi ces actions sont interdépendant. Cette méthode est appliquée afin que le calendrier mis en place soit respecter et que l'ouverture ne de l'écologie ne soit pas retarder. A partir du tableau ci-dessus, la mise en place de l'hôtel dure deux ans dans laquelle les tâches telles que la construction des bâtiments ainsi que les différents aménagements dont l'espace vert et l'espace de loisir ont une durée plus longue que les autres dont un total de quinze mois.

CONCLUSION GENERALE

Le tourisme, un secteur porteur de développement représente des avantages et des inconvénients pour un pays. Dans ce travail nous avons vu les intérêts de ce projet de recherche qui est la mise en tourisme dans la commune rurale d'Androhibe Antsahadinta en tant que zone d'étude, et aussi la promotion du tourisme rural à Analamanga car elle fait partie de cette région. Cependant cela nécessite la prise en charge de chaque acteur œuvrant dans ce secteur, qu'on a aperçu dans la partie théorique du travail, à travers la théorie systémique de Joël de Rosnay car dans cet ouvrage, nous avons analysé le tourisme en tant que système dans lequel il est important que chaque acteur se sente responsable du fonctionnement afin de participer au développement local sur le plan social et économique.

Le tourisme rural constitue l'un des moyens de la promotion de la destination Madagascar. Il permet aussi au pays de dynamiser l'économie afin de le faire sortir de la pauvreté si les institutions en charge et le pouvoir prennent en considération l'importance de ce secteur. En effet ce type de tourisme réunit différents domaines, notamment le tourisme culturel qui se rattache souvent avec le tourisme rural du fait que ce dernier valorise les patrimoines bâtis et non bâtis. Dans le cas présent, étant donné les caractéristiques de la zone d'étude, ce concept se marie parfaitement avec le tourisme rural.

Au niveau d'Androhibe Antsahadinta, malgré sa valeur touristique patrimoniale, elle est encore peu exploitée dans le cadre du tourisme. Cependant c'est un moyen rapide pour la croissance de l'économie locale. Le manque d'interactions entre les acteurs fait partie des problèmes qui freinent le progrès du tourisme dans la commune. Etant donné que chacun des acteurs qui devraient collaborer ensemble travaillent chacun de leurs côtés, le tourisme reste encore peu connu des habitants. Le manque d'infrastructure touristique et le mauvais état de l'infrastructure routier ralentissent aussi ce développement. Ainsi cela nous a permis faire un catalogue des solutions afin de résoudre ces problèmes identifiés. En effet, face aux recommandations proposées, des perspectives doivent être mise en place, si elles sont prises en compte. Il pourrait y avoir une hausse du taux de fréquentation touristique dans la zone. En effet le partenariat public-privé permet de La communication est un moyen rapide pour permettre à la Commune Rurale d'Androhibe-Antsahadinta de gagner plus de visibilité si le panneau d'indication est rénové, cela facilite l'accès. Comme perspective à long terme, il y aura valorisation et préservation des patrimoines locaux.

Pour la réalisation de ce travail dans laquelle nous avons pu obtenir ces résultats, différentes méthodes ont été utilisées, dont l'observation directe, l'enquête par questionnaire, l'interview, l'entretien et la documentation. On a pu aussi constater les problèmes du tourisme qui n'est pas assez promu, mais mérite d'être exploité.

Comme réponse à la problématique posée au début de ce travail : comment promouvoir le tourisme rural à Androhibe-Antsahadinta? Nous avons émis deux hypothèses, qui ont été vérifiées dont la mise en valeur des éléments propres au monde rural fait partie des atouts pour la promotion du tourisme rural et la mobilisation des acteurs concernés pour le développement du tourisme à Androhibe-Antsahadinta.

Le projet de mise en place d'un écolodge est également un moyen de promouvoir le tourisme dans la commune à travers les activités proposées, ainsi que l'élaboration d'un circuit qui met en valeur tous les attraits touristiques de la région.

Pendant la réalisation de ce projet, nous avons rencontré des problèmes qui nous ont empêchés de disposer de données complètes pour la rédaction. D'abord, il n'existe pas beaucoup d'ouvrage concernant l'objet de recherche mais qui peut aussi être un avantage pour nous afin d'approfondir les recherches. Pour la collecte de donnée sur terrain, nous n'avons pas pu rencontrer le premier responsable au Rova d'Antsahadinta les jours de travaux sur terrain pour compléter les informations puisées dans les ouvrages d'histoire. Mais, malgré ces problèmes rencontrés nous sommes venues de la recherche, qui nous a permis de constater par les problèmes du tourisme rural qui bloquent le développement. La promotion du tourisme dans cette zone est non seulement souhaitable mais encore réalisable. Tout dépend de la mobilisation de la population locale et notamment des originaires mais domiciliés en ville, et du climat général des affaires à Madagascar et dans la capitale en particulier.

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES GENERAUX :

- DEWAILLY. J .M, 2000, *le tourisme*, Paris, SEDES, 191 p.
- HOERNER. J-M, *traité de tourismologie*, Presses Universitaires de Perpignan, 191p.
- LANQUAR R., 1985, *La sociologie du tourisme*, Paris, PUF collection Que sais-je, N°2213
- STOCK M., 2003, *Le tourisme, Lieux, acteurs, enjeux*, Paris, Belin, 304p.

OUVRAGES SPECIFIQUES :

- AGNES J, RAJAONARISON.E, *Voyage en terre malgache: le cœur de l'Imerina*, Madaprint, 113p.
- AUDOIN S., 2003, *le tourisme rural : acteurs, clients, produits*, Lempre, EPITA éd, 309p.
- GROLLEAU.H, Ramus. A., 1986, *Espace rural. Espace touristique*. (le tourisme à la campagne et les conditions de son développement en France). France, 381 p.
- MITEN B., RANDRIANARISOA J.C., RANDRIANARISOA L., 2003, *Agriculture, pauvreté rurale et politiques économiques à Madagascar*, Antananarivo, Madagascar, 147 p.
- OBERLE .P, 1979 *Tananarive et l'Imerina: description historique et touristique*, édition Présence Africaine, Paris, 183p.
- OCDE, 1994, *les stratégies du tourisme et le développement rural*, 100p.

OUVRAGES METHODOLOGIQUES ET THEORIQUES :

- DUBOIS J.M., 2005, *La rédaction scientifique*, Québec, Ed. ESTEM, 117 p.
- JOËL.G, GUY.J, 1997, *Méthodologie des pratiques des pratiques de terrain en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand colin/Masson, 122p.
- (DE) KETELE. J-M et ROEGRES. X, 1993 *Méthodologie Recueil d'information*, Bruxelles De Boeck Université, 226 p.

- MASSE.P, 1992, *méthode de collecte et d'analyse des données en communication*, Québec, édition M.R Presse Université de Québec, 253p.
- MUCHIELLI. A, 2003, *Théorie systémique des communications*, Armand Colin, 157p.
- (DE) ROSNAY.J., 1975, *Le Macroscopie vers une vision globale*, Paris, Seuil, 352p.

OUVRAGES TECHNIQUES

- AMMI C., 1993, *Le marketing: un outil de décision face à l'incertitude*, éd. ellipses, Paris 192 P
- DEMEURE C., *Aide-Mémoire Marketing*, Dunod, 426p.

GRANDES COLLECTIONS :

- STOCK M et KNAFOU R., 2003- *Tourisme* in LEVY J. et LUSSAUT M. Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés. Belin, Paris.
- VIRET-THASINIPHONE. E, *Le Petit Dico du tourisme*, 41 p.

ARTICLES ET REVUES PERIODIQUES :

- Annuaire officiel du tourisme 5^{ème} édition (2014-2015)
- Antananarivo City guide n°01. 15 juin-30juillet 2017
- LOI 2005-006 du 28 septembre 2005 portant politique naturelle malagasy
- LOI N°95-017 du 25 Août 1997 portant Code du Tourisme
- ORTANA, Destination Antananarivo
- SONKO S. M., 2013, Thèse de doctorat: *Le tourisme rural et la réduction de la pauvreté*, Université Toulouse le Mirail- Toulouse II, 228 p.

WEBOGRAPHIE :

- ,*Antsahadinta « colline sacrée »* [en ligne] [consulté le 27 octobre 2016] disponible sur le web : <http://www.madagascar-vision.com/colline-sacree-antsahadinta/>
- *Antsahadinta : la vallée des sangsues* [en ligne] [consulté le 17 septembre 2016] disponible sur le web : <http://isyal.fr/madagascar/centre/antsahadinta.html>
- *Antananarivo : les douzes collines sacrées* [en ligne] [consulté le 12 novembre 2016] disponible sur le web : <http://corporateadventures.mg/?portfolio=antsahadinta-ambohimanambola>
- Dewailly, J. M., « *Mise en tourisme et touristification* », [en ligne] [consulté le 25 octobre 2016] disponible sur le web : <http://www.revuespaces.com/librairie/4636/tourisme-souci-autre-hommagegeorges-cazes.html>
- Dewailly, J. M., « *Complexité touristique et approche transdisciplinaire du tourisme* », Téoros [En ligne], [consulté le 22 octobre 2016] disponible sur le web : <http://teoros.revues.org>
- [en ligne] [consulté le 08 octobre 2016] disponible sur le web : http://www.madacamp.com/Antsahadinta_Rova
- *Histoire Antsahadinta* [en ligne] [consulté le 10 octobre 2016] disponible sur le web : <http://ramakilahy.e-monsite.com/pages/antsahadinta.html>
- Qu'est-ce qu'un écolodge, [En ligne], [consulté le 22 octobre 2017] disponible sur le web : <http://neorizons-travel.over-blog.com/article-qu-est-ce-qu-un-ecolodge-71399836.html>

GLOSSAIRE

FRANCAIS	ANGLAIS	MALGACHE	DEFINITION
Artisanat :	Taozavatra	Handicraft:	secteur d'activités qui regroupe les personnes exerçant des métiers manuels.
Culture	Kolontsaina	Culture	Un tout complexe qui comprend le savoir-faire, la croyance, l'art, le droit, la morale, la coutume et toutes les autres aptitudes acquises par un homme en tant que membre d'une société (Tylor, 1871)
Développement durable	Sustainable development	Fampandrosoana maharitra	développement et maintien d'une ressource de manière à ce qu'elle ne s'épuise pas au point de ne pouvoir se reproduire par elle-même ou d'être totalement éliminée, dans la perspective de veiller à la future génération et au développement local
Hôtel	Hotel	Trano fandraisam-bahiny	maison ou immeuble meublé où logent les touristes et visiteurs en échange d'un paiement journalier

FRANCAIS	ANGLAIS	MALGACHE	DEFINITION
Potentialité touristique	Touristic potentiality	Herin'ny fizahantany	capacité d'attraction des touristes dans un lieu
Prestataire de service	Service provider	Mpanao tolotra	toute personne physique ou morale, y compris un organisme public, qui offre des services.
Séjour	Stay	Fivahinianana	prestation touristique qui comprend le transport, la restauration, l'hébergement et l'animation
Tourisme	Tourism	Fizahantany	Le tourisme comprend les 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.

<p>Tourisme durable</p>	<p>Sustainable tourism</p>	<p>Fizahan-tany maharitra</p>	<p>tourisme qui favorise dynamiquement l'appréciation des ressources naturelles, culturelles et historiques ainsi que les lieux spéciaux par les habitants de la région, l'industrie touristique, le gouvernement et les visiteurs</p>
<p>Tour-opérateur</p>	<p>Tour operator</p>	<p>Mpikarakara ny tolotra ho an'ny mpizaha tany</p>	<p>entreprise organisatrice de voyages qui produit forfaits touristiques.</p>

LISTE DES ABRÉVIATIONS

BFR : Besoin en Fonds de Roulement

CA : Chiffre d'Affaires

DRCI : Délai de Récupération du Capital Investi

EDMB: Economic Development Board of Madagascar

FFOM : Forces Faiblesses Opportunités Menaces

ITCL : Ingénierie Touristique, Culturelle et de Loisirs

OCDE : Organisation de Coopération de développement Economique

OMT : Organisation Mondial du Tourisme

ORTANA : Office Régionale du Tourisme d'Analamanga

PCD : Plan de développement Communal

UNESCO : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

VTT : Vélo Tout Terrain

LISTE DES ILLUSTRATIONS

Liste des photos

Photo n°1: Culture du blé et vigne à Androhibe	15
Photo n° 2: Briqueterie à Androbibe	16
Photo n°3 : Tombaux royaux à Antsahadinta	34
Photo n°4 : Le tombeau d'Andriamangarira	34
Photo n°5: Vestige de l'enclos royal	35
Photo n°6 : Maisons traditionnelle en bois et musée	35
Photo n° 7 : Le tombeau de Rabiby ou fasan'ny mataho-bitsika	36
Photo n°8 : <i>Tamboho</i> dans le <i>fokontany</i> Fidasiana	37
Photo n°9 : Stèles à Antsahadinta et Fidasiana	38
Photo n°10 : Maisons traditionnelles à Androhibe	39
Photo n°11 : paysages culturel dans le village de Fidasiana et Ankadivory	39
Photo n°12 : Etat des routes et moyen de transport	40
Photo n°13 : Lac d' <i>Akadimbola</i>	41
Photo n° 14 : Le lac volamihafy	42
Photo n°15 : L'endroit où le placenta d'Andrianampoinimerina est enterré	43
Photos n°16 : l'eau d'Andrianampoinimerina	44
Photos n°17: les attraits touristiques dans le fokontany de Fidasiana	45
Photos n°18 : le fokontany Fiheferamanga	46
Photo n°19 : Extrait de la brochure de l'ORTANA en 2008 sur la randonnée à Antsahadinta	47

Liste des cartes

Carte n°1 : Localisation de la commune	11
Carte n° 2 : Délimitation de la commune rurale d'Androhibe Antsahadinta	13
Carte n°3 : Catre du rova d'Antsahadinta	32

Liste des schémas

Schéma n°1: Carte des acteurs du tourisme à Androhibe Antsahadinta	26
Schéma n° 2: arbre des solutions	64
Schéma n°3 : système de distribution	83
Schéma n°4 : Organigramme de l'entreprise	91

Liste des diagrammes

Diagramme n°1 : Attraits culturels	49
Diagramme n°2 : Les attraits du paysage	51
Diagramme n°3 : Fréquentation touristique à Androhibe-antsahadinta	52
Diagramme n°4 : Activités du tourisme rural	54
Diagramme n°5 : Clientèle du tourisme rural	54

Liste des tableaux

Tableau 1 : les Fokontany de la commune	12
Tableau n°2 : Les produits agricoles	15
Tableau n°3: tableau comparatif de l'espace rural et de l'espace urbain	18
Tableau n°4 : tableau des attraits culturels	49
Tableaux n°5 : Fréquentation touristique et motif de la visite à Androhibe-antsahadinta	52
Tableau n°6: Destination du tourisme rural	53

Tableau n°7 : Connaissance des potentialités	56
Tableau n° 8: Tableau récapitulatif de l'analyse	59
Tableau n°9 : Analyse FFOM du projet	71
Tableau n°10 : Analyse de l'environnement PESTEL	72
Tableau n°11 : Evolution de l'offre	73
Tableau n°12 : Analyse des forces et faiblesses des concurrents	75
Tableau n°13 : Mode d'approvisionnement	85
Tableau n°14 : Tableau des équipements	87
Tableau n°15 : Montant total des investissements	89
Tableau n°16 : Coûts salariaux	92
Tableau n°17 : Charge salariale	93
Tableau n°18 : projection sur 5ans des touristes ciblés	93
Tableau n°19 : taux d'occupation des chambres	94
Tableau n°20 : prix des plats	95
Tableau n°21 : vente prévisionnelle sur 5ans	96
Tableau n°22 : charges prévisionnelles	97
Tableau n°23 : tableau de financement	98
Tableau n°24 : tableau de remboursement	99
Tableau n° 25: le bilan initial	100
Tableau n°26: prévision de trésorerie	101
Tableau n°27 : tableau de l'exercice	101
Tableau n°28 : tableau des impacts	103
Tableau n°29 : évaluation des impacts	103
Tableau n°30 : tableau des mesures d'atténuation	105

Tableau n°31: coûts des mesures d'atténuations	105
Tableau n°32 : Calendrier de réalisation	107
Liste des images	
Image n°1 : logo de l'entreprise	69
Image n°2: vue d'ensemble en 3D des bungalows	77
Image n°3: vue d'ensemble en 3D de l'espace de loisir	81

LISTE DES ANNEXES

Annexe 1: Extrait code du tourisme	123
Annexe 2: Questionnaire	125
Annexe 3: Carte touristique d'Analamanga	126
Annexe 4:Dossier à fournir	127
Annexe 5: Evolution des arrivées des visiteurs non-résidents aux frontières	128
Annexe 6: Brochure de l'hôtel	129

Annexe 1: Extrait code du tourisme

PRESIDENCE DE LA REPUBLIQUE

LOI N°95-017 portant Code du Tourisme

L'Assemblée nationale a adopté en sa séance du 25 juillet 1995

Le Président de la République

Vu la décision n°19-HCC/D.3 du 18 août 1995,

Promulgue la loi dont la teneur suit :

TITRE PREMIER

DISPOSITIONS GENERALES

CHAPITRE PREMIER

OBJET – DEFINITIONS

Article premier - La présente loi, constituant Code du Tourisme, fixe les règles qui sont de nature à favoriser le développement 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.

Art. 2.- Aux termes de la présente loi et de ses textes d'application, **le tourisme** est une industrie en majorité exportatrice qui concerne l'ensemble des activités économiques offrant des services aux touristes :

- les **opérateurs touristiques** sont des personnes physiques ou morales prestataires de service qui interviennent dans les activités touristiques et notamment l'hébergement, la restauration et la vente des produits touristiques, l'animation touristique et tout ce qui peut y être lié ;

- les **voyageurs** désignent toutes personnes se rendant dans un pays ou lieu autre que celui où elles ont leur résidence habituelle ;

- les **touristes** désignent les voyageurs temporaires séjournant au moins 24 heures dans le pays ou lieu visité, pour des motifs d'agrément, professionnel (tourisme d'affaire) ou personnel ;

- les **excursionnistes** désignent les voyageurs temporaires dont le séjour ne dépasse pas 24 heures dans le pays ou lieu visité ;

- les **zones d'intérêt touristique** désignent des étendues de terrains délimitées destinées à l'implantation des entreprises touristiques ;

- l'**implantation** d'une entreprise consiste à concrétiser matériellement sur un lieu déterminé la réalisation de l'activité de l'entreprise ;

- l'**ouverture** d'une entreprise consiste à débiter l'exercice de ses activités ;

- **licence, étoile ou ravinala** est une catégorisation des différentes activités touristiques destinée à garantir la qualité des prestations offertes aux consommateurs.

CHAPITRE II

CHAMP D'APPLICATION

Art. 3.- Les dispositions de la présente loi s'appliquent à toutes personnes physiques ou morales oeuvrant pour le développement et la promotion du tourisme et qui sont :

- les organismes et/ou les entreprises intervenant pour l'aménagement et la gestion des zones d'intérêt touristique ;
- les opérateurs touristiques ;
- les personnes exerçant des activités connexes, telles que le guide, le guide interprète, l'accompagnateur ou le service traiteur.

Art. 4- Le Ministre chargé du Tourisme exerce la tutelle administrative et technique sur les activités et sur les entreprises du secteur tourisme.

CHAPITRE III

DROITS ET OBLIGATIONS DES OPERATEURS TOURISTIQUES

Art. 5- Les opérateurs touristiques sont tenus au respect des lois et règlements en vigueur et notamment :

- le droit commercial ;
- le droit du travail ;
- les recours des tiers et la protection ;
- la protection de l'environnement, de la faune, de la flore ;
- la sauvegarde, protection et conservation du patrimoine national ;
- l'hygiène et la santé publique ;
- l'ordre public et les bonnes mœurs.

Annexe 2: Questionnaire

INFORMATION SUR LA COMMUNE D'ANDROHIBE-ANTSAHADINTA

connaissiez-vous Antsahadinta ?

oui non

Avez-vous déjà visité le rova d'Androhibe-Antsahadinta ?

oui non

savez-vous qu'Androhibe fait aussi partie des collines sacrées de l'Imerina ?

oui non

Comment trouvez-vous le site en général ?

Que savez-vous concernant le site ?

Connaissez-vous d'autres attraits touristiques de la commune à part le Rova ? Lesquelles ?

ENTRETIEN AVEC LE GUIDE LOCAL

Combien de touristes visitent le site en général ?

Quelle est la nationalité de ces touristes ?

Quels sont les motifs de la visite ?

ENTRETIEN AVEC LES TOUR-OPERATEURS

Proposez-vous des circuits qui intègrent les villages d'Androhibe-Antsahadinta ?

Avez-vous exclusivement des programmes consacrés au tourisme rural ?

oui non

Quelles sont les destinations liées au tourisme rural à Madagascar ?

Quelle est la tendance en matière de destination touristique qui intéresse la clientèle ?

Annexe 3: Carte touristique d'Analamanga



Source : ORTANA

Annexe 4: Dossier à fournir

DOSSIER A FOURNIR POUR L'OBTENTION D'UN AVIS PREALABLE ARRETE N°4889/2001/MINTOUR DU 19 AVRIL 2001	DOSSIER A FOURNIR POUR L'OBTENTION D'UNE AUTORISATION D'OUVERTURE ET-DE CLASSEMENT ARRETE N°4889/2001/MINTOUR DU 19 AVRIL 2001	DOSSIER A FOURNIR POUR LES ENTREPRISES DE VOYAGES ET DE PRESTATIONS TOURISTIQUES(EVPT) ARRETE N°4912/2001/MINTOUR DU 19 AVRIL 2001
<p>Le dossier est composé de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une lettre de demande - Une fiche de renseignements sur l'identité du demandeur, sur la description sommaire de l'établissement. Pour les étrangers, cette fiche doit être accompagnée d'une copie certifiée conforme à l'original du visa de long séjour en cours de validité - Une description sommaire de l'environnement : informations sur les sites touristiques, culturels, naturels situés à moins de 500m de l'établissement - Un plan de masse - Un plan esquisse côté du projet - Un plan d'assainissement des eaux usées, eaux-vannes et eaux de pluies - Un plan d'immatriculation ou plan cadastral du terrain - Un certificat de situation juridique du terrain - Un bail dûment enregistré auprès du service de l'enregistrement dont relève le lieu d'implantation de l'établissement (en cas de location) - Un PREE pour tout aménagement hôtelier d'une capacité d'hébergement comprise entre 50 et 120 chambres ou pour tout restaurant d'une capacité comprise entre 60 et 250 couverts - Un EIE pour tout aménagement hôtelier d'une capacité d'hébergement supérieure à 120 chambres ou pour tout restaurant d'une capacité supérieure à 250 couverts <p>→ Toutes implantations ou modifications d'aménagements situés dans les zones sensibles nécessitent également une EIE.</p>	<p>Le dossier est composé de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une lettre de demande - Une copie de l'Avis Préable - Une fiche de renseignement sur l'identité du demandeur, sur les installations, les équipements, les matériels d'exploitation de l'établissement et sur le personnel - Une copie certifiée conforme à l'original du permis de construire et du certificat de conformité - Un casier judiciaire bulletin n°3 de moins de 3mois - Une copie certifiée conforme à l'original du visa de long séjour en cours de validité pour les étrangers - Une attestation de souscription à une assurance à responsabilité civile professionnelle - Une copie certifiée conforme à l'original du (des) diplôme (s) ou du (des) certificat(s) attestant les aptitudes professionnelles du cadre - Une copie certifiée conforme à l'original des statuts enregistrés de la société - Une copie certifiée conforme à l'original de la CIN ou du passeport - PV de conformité <p>→ Il est à noter que l'avis préalable et l'autorisation d'ouverture sont délivrés pour les établissements d'hébergement et de restauration.</p> <p>→ Les établissements procédant à des extensions ou à des changements d'adresse sont considérés comme de nouveaux établissements</p>	<p>Le dossier est composé de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pour les entreprises à créer : <ul style="list-style-type: none"> - Une lettre de demande d'autorisation d'ouverture faisant mention de la ou (des) licence (s) désirée (s) - Une fiche de renseignement sur l'identité du demandeur, sur les installations, les équipements et sur le personnel - Un casier judiciaire bulletin n°3 de moins de 3mois - Une copie certifiée à l'original de la CIN ou du passeport - Une copie certifiée conforme à l'original du visa de long séjour en cours de validité pour les étrangers - Une copie certifiée conforme à l'original des statuts enregistrés de la société - Une attestation de souscription à une assurance responsabilité civile professionnelle - Un certificat de situation de l'immeuble (cas des propriétaires) ou une copie certifiée conforme à l'original du bail dûment enregistré par le service de l'enregistrement dont relève le lieu d'implantation de l'immeuble (cas des locataires) - Un exemplaire de brochure ou de dépliant pour les licences A et B - Pièces attestant les aptitudes professionnelles requises pour le personnel d'encadrement et pour le personnel technique - Un compte d'exploitation prévisionnelle de la première année d'exploitation

Source : Ministère du tourisme

Annexe 5: Evolution des arrivées des visiteurs non-résidents aux frontières

	Année										
Mois	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Janvier	20 138	23 594	18 785	17 910	18 770	19 804	19 847	18 196	19 193	26 629	28 206
Février	16 639	18 593	9 526	11 087	13 380	14 940	12 989	15 636	17 253	14 974	19 228
Mars	23 834	25 975	11 172	13 645	16 119	16 935	12 408	20 604	19 789	19 324	19 024
Avril	25 752	27 850	11 670	13 925	16 696	20 018	13 029	16 746	19 501	15 002	17 053
Mai	26 354	28 775	12 467	14 387	17 513	21 318	15 162	18 054	19 718	18 066	22 778
Juin	28 857	31 698	13 624	15 849	18 214	20 932	15 526	15 277	17 284	16 111	17 228
Juillet	34 104	37 850	14 351	19 540	21 296	23 210	21 157	21 621	23 815	23 763	27 551
Août	36 714	37 300	14 487	18 650	23 193	28 843	16 538	18 680	20 490	20 277	23 688
Septembre	32 213	35 845	13 270	17 307	19 816	22 689	16 744	18 195	18 629	19 759	22 050
Octobre	34 231	37 390	15 295	18 295	21 481	25 222	20 512	21 378	21 939	38 548	20 850
Novembre	32 612	35 315	13 740	17 257	19 502	22 039	16 830	19 484	22 204	42 471	
Décembre	32 900	34 825	14 300	18 200	19 075	19 992	15 633	18 503	24 506	38 261	
TOTAL	344 348	375 010	162 687	196 052	225 055	255 942	196 375	222 374	244 321	293 185	217 656

Source: Ministère du Tourisme / PAF/ ADEMA/ (Pour l'APMF en attente des touchés de Croisières), septembre 2017

Annexe 6: Brochure de l'hôtel

LOCALISATION DU SITE


Antsahadinta Lodge


Antsahadinta Lodge

Contacts
 tel: 0338662798
 mail: antsahadintalodge@yahoo.fr
 Site web:
 www.AntsahadintaLodge.com

Site: Fokontany Antsahadinta
 Commune rurale d'Androhibe-
 Antsahadinta (Antananarivo-
 Atsimondrano)

Prix d'entrée espace de loisir +piscine:
 - Malgache: 5000Ariary
 - Etranger: 15.000 Ariary

Antsahadinta Lodge


Antsahadinta Lodge

*Un séjour inoubliable dans un
cadre agréable et spacieux en
parfaite harmonie avec la nature
et la vie à la campagne*


Antsahadinta Lodge


Antsahadinta Lodge


Antsahadinta Lodge

*Aire de détente
sport et
loisir*

- piscine
- Espace de jeu pour enfant

RENCONTRE DE LA NATURE ET LA VIE EN MILIEU RURAL

Visite guidée à la découverte de la commune rural d'Androhibe-Antsahadinta

Jour 1: Visite Rova et église d'Antsahadinta

Visite des villages et monuments historiques

Jour 2:

randonnée en VTT

Visite site culturel : Androhibe, architecture (site princier ancien) merina

Visite : atelier de vannerie, Ambatomalaza, Ankadivory

*7 Bungalows
tout
confort*

*Restauration :
produits frais du
terroir*

*Accueil
pour réunion et tout évènement*

Source : l'auteur, janvier 2018

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENT.....	3
SOMMAIRE	4
FINTINA	5
SUMMARY	6
INTRODUCTION GENERALE.....	7
I-PREMIERE PARTIE : L’OBJET DE RECHERCHE.....	10
1-1-Cadrage générale de l’étude.....	10
1-1-1-Présentation de la zone d’étude.....	10
1-1-2- Localisation de la zone d’étude.....	10
1-1-3- Délimitation géographique	12
1-1-4-Délimitation historique :	14
1-1-5-Situation socio-économique :	14
1-2-Cadre général du tourisme.....	16
1-2-1-Notion de tourisme rural	17
1-2-2-Intérêts du tourisme rural	18
1-2-3-Les spécificités du tourisme rural :	19
1-2-4-La clientèle du tourisme rural.....	20
1-3-Méthodologie de collecte de données et des informations.....	20
1-3-1-Population cible.....	21
1-3-2-Instrument :	22
1-3-3-Outils de traitement des données	23
1-4-Fondement théorique.....	24
1-4-1-Cadrage théorique	24
La théorie systémique de Joël de Rosnay est représenté par « le microscope ».....	24
1-4-2-Relation entre la théorie et le sujet	25
1-4-3-Cadrage conceptuel.....	27
1-4-3-1-Les concepts fondamentaux de la théorie	27
1-4-3-2-Les concepts fondamentaux liés à l’objet de recherche	28
II- DEUXIEME PARTIE: ANALYSE ET INTERPRETATION	31
2-1-Présentation des résultats.....	31
2-1-1-Les résultats de la documentation.....	31

2-1-2- Les résultats d'observation.....	33
2-1-2-1- Attraites culturelles et historiques.....	33
2-1-2-2- Les attraites du paysage.....	38
2-1-2-3- L'accessibilité dans le site.....	40
2-1-3- Résultats d'enquêtes	41
2-1-3-1- Attraites naturels et culturels	41
2-1-3-2- L'ORTANA.....	47
2-1-3-3- La population locale.....	48
2-1-3-4- Les Tour-opérateurs	48
2-2- Analyse des résultats	48
2-2-1- Analyse des résultats d'observation	48
2-2-1-1- Les attraites culturelles	48
2-2-1-2- Les attraites du paysage.....	50
2-2-2- Analyse des résultats d'enquête	51
2-2-2-1- La fréquentation touristique dans la commune	51
2-2-2-2- Le marché du tourisme rural à Madagascar.....	53
2-2-2-3- La clientèle du tourisme rural à Madagascar.....	55
2-2-2-4- Connaissance des potentialités locales	56
2-2-2-5- Les types de tourisme praticable dans la commune.....	56
2-3- Analyse FFOM	57
2-3-1- Forces et faiblesses	57
2-3-2- Opportunités et menaces	58
2-3-3- L'arbre des problèmes.....	60
2-4- Vérification des hypothèses	61
2-4-1- Vérification de la première hypothèse	61
2-4-2- Vérification de la seconde hypothèse.....	62
2-5- Proposition de solutions.....	62
III- TROISIEME PARTIE: perspective de mise en place d'un écolodge.....	66
3-1- Cadre général du projet.....	66
3-1-1- Contexte et justification	66
3-2- Description du projet.....	67
3-2-1- Objectifs et résultats attendus.....	67
3-2-2- Présentation de l'entreprise	68
3-2-3- Présentation des promoteurs.....	69

3-2-4-Etudes de pertinence et pérennisation du projet	70
3-3-Analyse de l'environnement général	70
3-3-1-L'analyse FFOM.....	70
3-3-2-L'environnement PESTEL	72
3-4-Etudes de faisabilité	73
3-4-1-Evaluation du marché.....	73
3-4-2-La clientèle de l'entreprise.....	74
3-4-3-Analyse de la concurrence	74
3-5-Stratégie de base de pénétration du marché	76
3-6-Etude de faisabilité technique	84
3-6-1-Les moyens d'approvisionnement.....	84
3-6-2-La localisation du site.....	86
3-6-3- Les besoins en matériels et équipements	86
3-6-4-Les Ressources Humaines	89
3-6-5-Etude des salaires	92
3-7-Prévision des ventes	93
3-8-Etudes de faisabilité financière.....	98
3-8-1-Les besoins financiers	98
3-8-2-Les amortissements.....	99
3-9-Les états financiers prévisionnels.....	99
3-9-1- Bilan d'ouverture	99
3-9-2-Prévision de trésorerie	100
3-9-3-Résultat de l'exercice	101
3-9-4-Délai de récupération du capital investi.....	102
3-10-Etude d'impact environnemental	102
3-10-1-Analyse des impacts	102
3-10-2-Evaluation des impacts.....	103
3-10-3-Proposition de mesures d'atténuation	104
3-10-4-Calendrier de réalisation du projet	106
CONCLUSION GENERALE.....	110
BIBLIOGRAPHIE.....	112
GLOSSAIRE.....	115
LISTE DES ABREVIATIONS.....	118
LISTE DES ILLUSTRATIONS.....	119
	132

LISTE DES ANNEXES	122
Annexe 1: Extrait code du tourisme	123
Annexe 2: Questionnaire	125
Annexe 3: Carte touristique d'Analamanga	126
Annexe 4:Dossier à fournir	127
Annexe 5: Evolution des arrivées des visiteurs non-résidents aux frontières.....	128
Annexe 6: Brochure de l'hôtel	129
TABLE DES MATIERES.....	130

FICHE TECHNIQUE

Nom : RASOARIMANANA
Prénom : Verotiana Nantenaina
Contact : 033 86 627 98
E-mail : veruklein@yahoo.com
Nombre de pages : 134
Nombre des illustrations : 63



Président du jury : RAFOLO ANDRIANAIVOARIVONY, Professeur titulaire
Examineur : RABARIJAONA Bernardin, Maître de conférences
Encadreur académique : Lucile RABEARIMANANA, Professeur titulaire
Encadreur professionnel : Marcel RAKOTOSEHENO, Economiste planificateur

PROMOTION DU TOURISME RURAL, CAS DE LA COMMUNE D'ANDROHIBE ANTSAHADINTA (ANTANANARIVO ATSIMONDRANO)

RESUME

Le tourisme est un secteur porteur pour l'économie d'un pays, or le tourisme rural, une forme de tourisme, est délaissé à Madagascar qui met en valeur cette activité. La Commune Rurale d'Androhibe-Antsayhadinta est riche en potentialité touristique qui devrait être valorisé pour la promotion du tourisme, mais la plupart de ces attraits sont encore méconnu. Ce travail a comme objectif de promouvoir le tourisme à Androhibe-Antsayhadinta. Cependant, la question se pose comment promouvoir le tourisme rural dans la Commune Rurale d'Androhibe-Antsayhadinta ? Deux hypothèses sont donc émises. La mise en valeur des éléments propres au monde rural fait partie des atouts pour la promotion du tourisme. Et la mobilisation des acteurs concernés pour le développement du tourisme à Androhibe-Antsayhadinta. Afin de répondre cette problématique et vérifier les hypothèses, différentes méthodologie sont adoptées, dont la documentation, l'observation directe, l'enquête et l'interview, à partir desquelles les potentialités touristiques encore méconnues, les données concernant le tourisme dans la zone ainsi que les problèmes sont constatées.

Pour contribuer à la promotion du tourisme à Antsayhadinta, nous projetons de mettre en place un écolodge suivi de l'élaboration d'un circuit de randonnée dans ce territoire de la commune.

Mots clés: Madagascar, Analamanga, Androhibe-Antsayhadinta, Tourisme, tourisme rural.