

UNIVERSITE D'ANTANANARIVO
Faculté de Droit, d'Economie, de Gestion et de Sociologie
Département : ECONOMIE

MAITRISE Option « Administration »

Mémoire de fin d'étude pour l'obtention du
Diplôme de Maîtrise ès Sciences Economiques

**ANALYSE DES FACTEURS DE BLOCAGE DE LA CROISSANCE DU
SECTEUR TOURISME A MADAGASCAR**

Impétrant : AVY Gildas

Encadré par Docteur ès-Sciences Economiques : Olivier RAMIANDRISOA

Date de la soutenance : 20 Mai 2015

Année Universitaire : 2013-2014

REMERCIEMENTS

Tout d'abord, je remercie Dieu tout puissant pour m'avoir donné la santé, l'intelligence et la force afin de mener à bien les travaux de recherche et la rédaction de ce document.

Ensuite, je tiens également à exprimer mes sincères reconnaissances à l'endroit des personnes ci-après :

- ✓ Mon Encadreur, Docteur Olivier RAMIANDRISOA qui, malgré ses nombreuses préoccupations m'a consacré du temps précieux pour la mise en rail de cet ouvrage.
- ✓ Monsieur le Chef de Département et,
- ✓ Le corps enseignant pour toutes les connaissances que j'ai acquis à l'université.

Enfin, on ne pourrait pas oublier tous ceux de près ou de loin, ayant contribué à la mise en œuvre de ce rapport, à expliciter ma famille pour leur soutien moral et financier.

Liste des acronymes et sigles

- AAVM : Association des Agences de Voyages de Madagascar
- ADEMA : Aéroport de Madagascar
- ANGAP : Association Nationale de la Gestion des Aires Protégées
- BM : Banque Mondiale
- DTS : Droit de Tirages Spéciaux
- FMI : Fond Monétaire International
- FHORM : Fédération des Hôteliers et Restaurateurs de Madagascar
- GATO AD : German Tourism Organization for Development and Investment
- GIT : Groupement Interprofessionnel du Tourisme
- INSEE : Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques
- INTH : Institut National du Tourisme et de l'Hôtellerie
- MTTM : Ministère du Tourisme, du Transport et de la Météorologie
- OMT : Office Mondial du Tourisme
- ONTM : Office National du Tourisme de Madagascar
- ORT : Office Régional du Tourisme
- PIB : Produit Intérieur Brut

Table des figures

Figure 1: Evolution du prix du baril du pétrole brute (1990-2015).....	26
Figure 2: Corrélation entre le prix du baril du pétrole et le nombre de visiteurs à Madagascar	27
Figure 3: Evolution du nombre de visiteurs non-résidents et des recettes touristique malgache entre 2000 et 2003	28
Figure 4: Evolution des arrivées des visiteurs non-résidents aux frontières	29
Figure 5: le taux des activités touristiques pratiquées à Madagascar en 2012	30
Figure 6: Evolution des nombres des visiteurs non-résidents aux frontières de 2001 à 2013..	31
Figure 7: Evolution et croissance des recettes touristique de 1990 à 2010, en millions de Dollars....	322
Figure 8: Evolution de la recette touristique au prix constant (base 100 l'année 1990), en millions de dollars	333
Figure 9; Evolution et croissance des dépenses publiques pour la promotion du secteur tourisme : en milliards d'Ariary	344
Figure 10: Dépenses de l'Etat pour la promotion du secteur tourisme au prix contant (base 100 l'année 1990) : en milliards d'Ariary	344

Tables des tableaux

Tableau 1: Les différents types de tourisme à Madagascar.....	6
Tableau 2: Evolution des arrivées des visiteurs non-résidents aux frontières entre 2001 et 2007	16
Tableau 3: Indice des volumes des visiteurs (indice base 100 ; année de base 2001).....	16
Tableau 4: Evolution des recettes en devises au titre du tourisme entre 2001 et 2007	17
Tableau 5: Répartition des visiteurs, en pourcentage, par pays d'origine entre 2001 et 2007	17
Tableau 6: Evolution des indicateurs touristiques de 2002 à 2006	20
Tableau 7: Répartition des activités touristiques à Madagascar en 2012	30
Tableau 8: Résultat calculé à partir du Stata9 pour ce modèle.....	37
Tableau 9: Tableau ANOVA pour ce modèle	38

Tables des annexes

Annexe 1 : Test de stationnarité en niveau des variable	B
Annexe 2 : Evolution des arrivées des visiteurs non-résidents aux frontières	C
Annexe 3 : Evolution des recettes en devises au titre du tourisme	D

Sommaire

REMERCIEMENTS	i
Liste des acronymes et sigles	ii
Table des figures.....	iii
Tables des tableaux.....	iv
Tables des annexes.....	v
Sommaire	vi
INTRODUCTION	1
PARTIE I : LE TOURISME A MADAGASCAR.....	3
Chapitre I: QUELQUES NOTIONS THEORIQUES SUR LE «TOURISME».....	4
I.1. HISTORIQUE DU TOURISME	4
I.2. DEFINITION DU TOURISME.....	5
I.3. LES DIFFERENTS TYPES DE TOURISME	6
I.4. 2009 : UNE ANNEE SOMBRE POUR LE TOURISME	6
I.5. LE TOURISME:UN SECTEUR POURVOYEUR DE DEVISE	7
I.6. LE TOURISME ET LE CLIMAT	8
Chapitre II : ROLE ET PLACE DU «TOURISME» DANS L'ECONOMIE MALGACHE	9
II.1. ROLE.....	9
II.2. PLACE DU « TOURISME» DANS L'ECONOMIE MALGACHE	10
Chapitre III : L'ETAT DES LIEUX OU DIAGNOSTIC DU SECTEUR DU TOURISME A MADAGASCAR.....	14
III.1. LA LOCALISATION SPATIALE: <i>Cas du NOSY-BE</i>	14
III.2. LES ACTEURS DU SECTEUR TOURISME	14
Chapitre IV : LE TOURISME COMME SECTEUR D'APPUI DE L'ECONOMIE.....	21
PARITE II : ANALYSE DES FACTEURS QUI BLOQUENT LA CROISSANCE DU SECTEUR TOURISME A MADAGASCAR	25

Chapitre I : ANALYSE DES PARAMETRES EXTERNES QUI BLOQUENT LA CROISSANCE DU SECTEUR TOURISME A MADAGASCAR.....	26
I. Le prix du baril du pétrole	26
II. L'attentat du 11 septembre 2001.....	28
III. La crise économique et financière mondiale	29
Chapitre II : ANALYSE DES PARAMETRES INTERNES QUI BLOQUENT LA CROISSANCE DU SECTEUR TOURISME	30
I.LES ACTIVITES TOURISTIQUES A MADAGASCAR	30
II. LES CRISES POLITIQUES A MADAGASCAR.....	31
III.ANALYSE DE L'EFFICACITE DE LA POLITIQUE INTERNE.....	32
Chapitre III : RECOMMANDATIONS.....	41
CONCLUSION	43
ANNEXES.....	A
Annexes 1: Test de stationnarité en niveau des variables	B
Annexes 2: Evolution des arrivées des visiteurs non-résidents aux frontières.....	C
Annexes 3 : Evolution des recettes en devises au titre du tourisme	D
Références bibliographiques.....	E
Table des matières	G

INTRODUCTION

Pour lutter contre la pauvreté, l'Etat malgache doit choisir le secteur pilote à développer. Depuis quelques années, l'Etat malgache a fait du secteur tourisme un axe prioritaire dans le cadre de la lutte contre la pauvreté. Un flux assez remarquable d'investissements a suivi, créant ainsi des nombreux emplois, puis contribuant indéniablement à l'accroissement du PIB national et à une grande couverture du déficit de la balance des paiements.

Malgré, cet effort de l'Etat malgache, l'augmentation du nombre d'arrivée globale des touristes et des recettes touristiques restent encore très faible chaque année. Ainsi, la problématique suivant se pose : pourquoi la croissance du nombre de visiteur et des recettes touristiques à Madagascar reste encore très faible chaque année ? Est-ce à cause des paramètres externes ou des raisons liées aux paramètres internes. D'où le choix du thème intitulé : « l'analyse des facteurs de blocage de la croissance du secteur tourisme à Madagascar »

Nos hypothèses de recherche sont donc: En premier lieu, la hausse du prix du baril du pétrole engendre une augmentation du coût de transport, ce qui constitue un facteur de blocage de la croissance du secteur tourisme ; En second lieu, la fréquence des attentats touristiques, après celui du 11 septembre 2001 particulièrement démotivé les touristes de voyager longuement donc on assiste à une réduction du nombre des visiteurs ; En outre, les crises économiques et financières mondiales affectent l'augmentation du nombre des voyageurs internationaux donc elles constituent des facteurs de blocage de la croissance du secteur tourisme ; Enfin, la manque de diversité des activités touristiques à Madagascar, les crises politiques comme celle de 2009 à Madagascar et l'inefficacité de la politique interne c'est-à-dire l'inefficacité de la politique de la promotion du secteur tourisme constituent des facteurs interne de blocage de la croissance de ce secteur.

Une telle étude ne manque pas d'intérêt dans la mesure où la relance du secteur tourisme constitue un remède essentiel pour lever l'économie des pays sortants d'une crise politique comme Madagascar

Pour une ample vérification des hypothèses, la méthodologie utilisée se réfère essentiellement en l'analyse descriptive. Mais pour évaluer la dernière hypothèse, on utilise le calcul économétrique c'est-à-dire on utilise le modèle de régression des différences premières.

L'étude menée comporte essentiellement deux grandes parties qui sont essentiellement subdivisé en chapitre, sections et sous-sections selon l'importance des aspects abordés. Nous étudions donc le tourisme à Madagascar dans la première partie et l'analyse des facteurs qui bloquent la croissance de ce secteur à Madagascar dans la seconde partie.

PARTIE I : LE TOURISME A MADAGASCAR

Chapitre I: QUELQUES NOTIONS THEORIQUES SUR LE «TOURISME»

Le tourisme s'est surtout développé à travers le monde grâce à la publicité, une certaine image des espaces ou des milieux d'accueil touristique. De ses caractéristiques, sa définition varie d'un pays à l'autre. Certains pays le comptabilisent comme tous les voyageurs qui passent tous les frontières, alors que d'autres ne recensent que ceux qui séjournent effectivement sur place.

I.1. HISTORIQUE DU TOURISME

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

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

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

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

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

Selon R.LANQUAR, « Le tourisme ne s'est vraiment développé qu'après qu'une mesure sociale, les congés payés, fut élargie à toutes les couches de population des pays industrialisés à partir des années 1930¹ ». Actuellement, plus qu'un simple signe de l'élévation du niveau de vie, le tourisme marque plutôt «l'évolution des modes de vie²». C'est le développement d'une véritable civilisation du loisir.

I.2. DEFINITION DU TOURISME

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

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

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

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

¹ LANQUAR (Robert), l'économie du tourisme (1983). P.3

² Id.

temporaire, supposant le désir du lointain, l'aspiration aux contrastes, l'exotisme. Malgré tout, la majorité de la population pense que faire du tourisme c'est faire des vacances. Joffre DUMAZEDIER précise que le tourisme est conçue comme un loisir qui correspond à un «ensemble d'occupations auxquelles l'individu peut s'adonner de plein gré, soit pour se reposer, soit pour se divertir, soit pour développer son information ou sa formation désintéressée, sa participation sociale volontaire ou sa libre capacité créatrice après s'être dégagé de ses obligations professionnelles, familiales et sociales»³.

La notion du tourisme ou de loisir devient ainsi inséparable de celle de déplacement. Mieux, évoquer la notion du tourisme c'est d'abord et désormais se référer à la mobilité, «une recherche du dépassement complet synonyme d'évasion au-delà des frontières»⁴.

I.3. LES DIFFERENTS TYPES DE TOURISME

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

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

Tableau 1: Les différents types de tourisme à Madagascar

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

Source: MEEFT

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

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

³ DUMAZEDIER J. cité par WACKERMAN, p. 6

⁴ DUMAZEDIEZ J. cité par WACKERMAN. P.7

1.4.1 Le Chômage technique

Depuis le début de cette année, l'industrie du tourisme malgache est en pleine récession. Le taux de remplissage des hôtels ne dépasse pas les 10%⁵ si c'était à 68% durant la même période l'année dernière. Durant les 3 premiers mois, aucune réservation n'a été faite au niveau des hôtels et organismes chargés des voyages⁶.

Les tensions politiques de cette année ne sont pas comparables de celles d'auparavant. La violence très accentuée et les pillages de tout genre ont créé une atmosphère de désordre et d'anarchie. Actuellement, le chômage technique devient le maître-mot des entreprises et des industries du tourisme.

1.4.2 Le secteur hôtelier

Durant le premier trimestre, la FHORM et l'ONTM ont sorti un bilan du secteur annonçant un taux d'annulation proche de 100% et du taux d'occupation inférieur à 10% au niveau des hôteliers contre 30% à 40% à la même période en 2008. Les réservations jusqu'en Avril ont été presque annulées. Selon Joë Randriamandranto du bureau national du tourisme : «plusieurs milliers d'emplois dans les hôtels, dans les restaurants, et les bureaux de voyage sont menacés ». A Nosy-Be, 95% des infrastructures d'accueil sont déjà fermés, faute de clients.

En Juillet, les hôtels afficheraient un taux d'occupation de 0,5% à 10% au maximum. Comme conséquence, les hôteliers sont procédés au chômage technique. Les impacts immédiats sont la fermeture provisoire de certains établissements hôteliers et la mise en chômage technique d'au moins 50% de l'effectif, toutes filières confondues.

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

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

⁵ Rapport de la FHORM

⁶ Rapport des agences de voyage

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

I.6. LE TOURISME ET LE CLIMAT

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

Pour renforcer cette idée, il est intéressant d'évoquer que, selon A. MESPLIER et BLOC. DURAFFOUR, actuellement, «le climat étant au cœur des préoccupations touristiques⁷» en soulignant l'effet climatique.

⁷ BLOC DURAFFOUR A. & A. MESPLIER (1992) Le tourisme dans le monde, Bréal édit, coll. « BTS, tourisme, loisir »

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

Comme, le tourisme est un secteur promoteur, il constitue une manne pour l’Afrique et surtout pour Madagascar. Grâce à ses patrimoines naturels et culturels, Madagascar est un cas favorable au développement du tourisme, qui constitue en fin de compte un moteur pour la relance de l’économie malgache. Ce secteur conserve une cohésion avec d’autres secteur (éducatif, santé, etc.). Mais voyons le rôle et la place qu’il a au sein de l’économie malgache.

II.1. ROLE

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

II.1.1. Hôtellerie

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

II.1.2. Artisanat

Le tourisme permet au développement de l’artisanat surtout dans la zone côtière, un objet qui permette l’abandon de la forêt, soit la réduction du déboisement anarchique. Et en récompense, améliorer le savoir-faire, et former qu’aussi stimuler la créativité pour intégrer de nouveaux produits destinés à la vente, autres que les nattes, le tressage, la sculpture. Il peut par exemple, lancer le travail du raphia qui est une matière première existante dans la côte

Ouest et la plus exportée au départ de Majunga. Il en est de même à considérer, afin de mieux exploiter pleinement les potentiels locaux.

II.1.3. Agriculture

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

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

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

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

II.2.1.Le tourisme international

Le tourisme international consiste en un rapport conséquent de devises pour le pays d'accueil. Dans certains pays ne bénéficiant pas des ressources économiques de base, le tourisme s'est souvent révélé comme le seul moyen de compenser. Le déficit de la balance commerciale.

II.2.2. Le tourisme national

Il exerce un rôle social de premier ordre et contribue à limiter les sorties de devises dont le but d'obtenir un excès aussi large que possible de la balance touristique. Certaines mesures comme le contrôle des changes apportent des restrictions ou sortie du territoire; réveillant le tourisme national.

En période de crise, les pays disposant d'un patrimoine touristique national

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

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

II.2.3. Crédit d'entreprises

Le nombre d'entreprises créés durant le premier semestre2003 a dépassé celui des deux années précédentes. Du point de vue sectoriel, les nouvelles implantations se présentent ainsi⁸:

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

L'apparition de l'homme sur le sol malgache se situe au V^{ème} millénaire avant Jésus Christ et cette implantation de l'homme se traduit immédiatement par le régionalisme ethnique. Cette implantation de l'homme qui s'est accentuée jusqu'à la période contemporaine. Après l'indépendance en1960, Madagascar a entretenu des liens avec d'autres pays en dehors de la France et c'est en avril 1984 que Madagascar a pris la décision de développer le secteur touristique. C'est l'un des secteurs porteurs de devises et avec l'étendue du territoire et la diversité de la faune et de la flore, le tourisme est classé après le produit halieutique de l'exportation. Le tourisme a des possibilités de se développer en s'appuyant sur les efforts entrepris par les opérateurs économiques et l'Etat.

Madagascar possède des richesses naturelles exceptionnelles qui méritent d'être valorisées pour avoir un impact sur la vie de la population et sur le plan économique. La rareté et l'endémicité de nos espèces permettent aux touristes de mieux apprécier les valeurs matérielles malgaches et cette situation sont vérifiées par l'affluence croissante des touristes à

⁸ République de Madagascar : étude du secteur tourisme. African Region Working Paper Series N°. 63

Madagascar.

II.2.4. Infrastructures liées au tourisme

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

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

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

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

Malgré, ces quelques difficultés en matières de promotion Etatique et d'infrastructure (Hôtels

de grande capacité à côté de différentes catégories existantes), le secteur tourisme est un facteur efficient pour la relance l'économie de Madagascar aussi bien dans le futur que dans le présent, à condition de conserver ses patrimoines culturels et naturels.

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

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

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

A propos de sa population, elle a 45.000 habitants qu'on les appelle les «Nosy-Béens». Sa population s'ouvre, échange et s'épanouit avec tout le monde. Grâce à sa situation, Nosy-Be permet de s'évader sur des franges de cette côte aux îles vierges où plages et fonds sous-marins existent avec sérénité, beauté et nature à l'état brut.

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

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

III.2. LES ACTEURS DU SECTEUR TOURISME

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

➤ La Banque Mondiale a déjà effectué une analyse du secteur tourisme. La prochaine étude sera orientée essentiellement sur 2 niveaux:

- l'identification des actions prioritaires, tant au niveau des sites que des fonctions, pour la mise en place d'un partenariat effectif et efficient entre les différents acteurs;
- la coordination entre tous les acteurs en tenant compte du fait que le secteur du tourisme a besoin de l'expression et de la concrétisation d'une volonté politique et de la dynamique du secteur privé.

➤ Le service de la Coopération et d'Action Culturelle de l'Ambassade de France intervient, sans interruption, dans le secteur touristique à Madagascar depuis 1993.

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

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

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

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

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

Taux de croissance annuel moyen:+11,9%

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

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

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

2007 a été une année florissante pour le secteur touristique avec 344348 visiteurs non-résidents enregistrés aux frontières malgaches pour cette même année contre 170208 visiteurs

en 2001 et 139230 visiteurs en 2003. D'ailleurs, les recettes en devises au titre du tourisme ont augmenté de 50,3 millions de DTS par rapport à l'année 2003, soit une hausse de 51,8%. Il faut noter que de nouvelles vagues de visiteurs venus de pays divers sont apparues autour de l'année 2004.

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

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

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

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

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

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

III.2.1. Objectifs

L'objectif est de promouvoir la diversité culturelle et accélérer le développement du tourisme. Pour y parvenir, les objectifs suivant ont été fixés : susciter et promouvoir des systèmes de sécurisation humaine, matérielle et de protection sociale élargie.

III.2.2. Mesures

Les mesures portent sur:

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

association ;

- l'organisation d'éducateurs;
- la normalisation des établissements touristiques;
- la validation du Plan Directeur du Tourisme (TMP) : 06 avril2005;
- la Table ronde«Présentation du TMP aux Bailleurs de Fonds».19 mai 2005;
- la reconnaissance d'utilité publique et d'opérationnalisation de l'ONTM ;
- le développement de la coopération internationale en matière du tourisme;
- la participation aux salons tels que l'ITB Berlin, SMT Paris, PARFUM de Madagascar, INDABA Afrique du sud, NATAS Holiday Singapour, TOPRESA Deauville, WTM Londres ;
- la mise en place et l'opérationnalisation des Offices Régionaux du Tourisme;
- la modification de l'arrêté interministériel portant sur la collecte de la Vignette Touristique:
Référence:16279-2005/MCT/MEFB du 21 Octobre2005
- l'organisation et la participation à des manifestations nationales;
- la promotion de la destination Antananarivo;
- l'identification, l'étude et lancement des nouveaux sites et produits touristiques;
- la normalisation, le contrôle et l'assurance sur le suivi des activités, des établissements, des produits et des sites touristiques;
- la synergie et la coordination des actions;
- l'adhésion à des associations internationales;
- la conclusion d'Accord partenariat bilatéral en termes de formation touristique;
- l'appui aux investisseurs touristiques sur le choix de leur lieu d'implantation et la mise à disposition de ces investisseurs des réserves foncières touristiques et des sites viabilisés ;
- la mise en place d'un système fluide, efficace et rapide pour les traitements des projets d'investissements privés touristiques et ici mettre à disposition des investisseurs des informations fiables.

III.2.3. Réalisations

En2005, le nombre de touristes s'élève à 277052, soit une augmentation de 21,0% par rapport à2004. En Mars2006, 22294 touristes ont été observés.

Notonsque57, 0% des touristes proviennent de la France .Les Réunionnais représentent 12,0%, les autres pays de l'Europe (Italie, Allemagne, Suisse. Angleterre) représentent 18,0%

et le reste 13,0%.

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

En 2005⁹, les recettes sont augmentées de 19,0% par rapport à 2004, passant de 104,3 millions de DTS à 124,4 millions de DTS durant cette période.

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

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

Tableau 6: Evolution des indicateurs touristiques de 2002 à 2006

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

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

* : incomplète

⁹ Banque Centrale de la République de Madagascar, Direction des études

Chapitre IV : LE TOURISME COMME SECTEUR D'APPUI DE L'ECONOMIE

Selon l'O.M.T¹⁰ « la capacité d'attirer un flux touristique permanent exige la conception d'un programme complet de politiques, allant de la construction d'infrastructures pour le transport et l'hébergement répondant à des normes internationales acceptables, à la conservation et à la préservation des sites constituant la principale attraction touristique, exige aussi une politique de promotion et de commercialisation, la formation d'une main d'œuvre de qualité, l'éducation de la population afin de maintenir un environnement agréable ».

– Le tourisme et la consommation

L'offre du tourisme a connu une évolution très rapide au cours des deux dernières décennies et une résistance face aux déséquilibres conjoncturels des dernières années ce qui lui permet d'occuper une place de plus en plus importante dans la consommation globale. Ainsi, certains économistes le considèrent désormais comme un bien de première nécessité. En effet, les statistiques montrent que la demande de services touristiques auprès des entreprises de tourisme ne cesse d'augmenter malgré les différentes secousses de crise, notamment dans les pays industrialisés.

L'O.M.T¹¹ définit la consommation touristique comme suit : « la valeur des biens et services utilisés pour la satisfaction directe des unités touristiques¹² ».

– Le tourisme et la production nationale

Le tourisme constitue une activité économique, assurée par les différentes entreprises de tourisme, qui contribuent à la production nationale. Dès lors, les dépenses des touristes internationaux et nationaux procurent un revenu (salaires, intérêts, dividendes, etc.) aux employés et employeurs des branches du tourisme.

Si l'on considère les seules recettes touristiques internationales on s'aperçoit que leur part dans le PNB de nombreux pays industrialisés est loin d'être négligeable.

¹⁰ OMT (1995), « Projet : un compte satellite pour le tourisme »

¹¹ OMT (1980), « Essai de détermination des activités économiques touristiques dans le cadre de la comptabilité nationale »

¹² Unités touristiques : sur la base des définitions de l'Organisation Mondiale du Tourisme, compte tenu des définitions d'unité résidentes et de territoire économique de la comptabilité nationale, les unités économiques suivantes sont adoptées : Visiteur, touristes et excursionnistes, étranger ; Touriste national ; Visiteur, touriste et excursionniste national à l'extérieur ou à l'étranger

Toutefois, la dépense touristique des visiteurs internationaux ne peut être considérée comme la contribution nette du secteur touristique au produit national du pays : il faut en effet déduire de cette recette brute du tourisme le coût de la part de biens et services importés se trouvant intégrés dans les biens et services touristiques.¹³

– **Le tourisme et création d'emploi**

La création d'emploi était toujours l'objectif primordial du développement du secteur touristique. Il est exact que dans ce domaine, les entreprises de tourisme apportent une aide précieuse à des nombreux Etats. Toutefois « En réalité, si les effets du tourisme sur l'emploi sont certains, ils restent difficiles à apprécier. De plus, rien ne prouve que le secteur du tourisme crée davantage d'emplois que d'autres secteurs productifs de l'économie »¹⁴.

L'étude du phénomène de tourisme en matière d'emploi nous permet d'envisager d'une part des aspects quantitatifs, c'est-à-dire répondre à la question : combien d'emplois créés par les entreprises de tourisme, et d'autre part les aspects qualitatifs, c'est-à-dire les caractéristiques de ces emplois (durée, qualification, situation géographique, etc.).

– **Le tourisme et balance des paiements**

Selon Gérard Guibilato¹⁵(1983), « le tourisme a une influence sur les échanges internationaux et sa place dans le commerce mondial, malgré une stagnation relative, est importante. ».

Par conséquent, on ne peut pas parler du tourisme sans prendre en compte son impact remarquable sur la balance des paiements grâce au volume considérable des devises. Ainsi, les recettes et les dépenses touristiques constituent un poste intitulé « voyages », faisant partie de la balance des biens et services.

On peut même établir une balance spécifique à l'activité touristique qui présente la différence entre les recettes et les dépenses et qui peut déboucher sur les différents soldes possibles suivants :

- Positif ; le pays bénéficiant d'excédents dans le domaine de tourisme ;
- Négatif ; le pays accuse un déficit dans le compte tourisme ;
- Nul ; la balance est équilibrée ce qui explique une compensation entre les entrées et les sorties

¹³Guibilato. Gérard (1983), Economie Touristique. Edition Delta&Spes.

¹⁴Py. Pierre (1996), Le tourisme un phénomène économique. Edition 1996

¹⁵Guibilato. Gérard, 1983, Economie touristique, Editions Delta&Spes, p.150

– Le tourisme et élimination de la pauvreté

Elément central de ses travaux sur les trois dimensions du développement durable, l'OMT¹⁶ a entamé des recherches et des consultations sur les rapports existants entre tourisme et pauvreté. Au cours des dernières années, les efforts à cet égard se sont intensifiés car il s'est avéré que ce secteur possède un énorme potentiel pour contribuer au combat mondial contre la pauvreté.

Toutefois, les différentes analyses faites ont conduit aux conclusions suivantes :

- Dans les pays en développement et notamment les PMA, les entreprises de tourisme sont presque partout la principale source de croissance économique, de devises, d'investissement et de création d'emplois
- Le secteur de tourisme est un des rares domaines où tous ces pays possèdent un avantage comparatif potentiel.
- Il peut grandement contribuer au développement rural, à la modernisation de l'agriculture, au développement de la collectivité et à l'épanouissement de la société, notamment des femmes.
- Il peut aider à préserver la culture et le patrimoine : il y a d'excellents exemples dont on peut s'inspirer (conservation des sites archéologiques et commercialisation des produits artisanales).
- La plupart des pays en développement pourraient parfaitement tirer parti du tourisme basé sur les patrimoines naturels et culturels si les conditions de base en matière de transport, d'infrastructure et de durabilité étaient remplies.
- Les pays développés, leurs institutions, leurs entreprises et les voyageurs eux-mêmes doivent aborder le tourisme dans une optique dynamique et y voir un catalyseur de la réduction de la pauvreté dans les destinations.

– Le tourisme et effet d'entraînement sur le reste de l'économie

Selon Emanuel de Kadt¹⁷ « le tourisme peut créer d'abondants emplois indirects, particulièrement dans l'agriculture, les industries agro-alimentaires et les métiers artisanaux, dans les transports et la distribution et dans une série d'industries légères locales ».

En effet, le tourisme ne peut ainsi se résumer à la seule branche d'activité de l'hôtellerie et de la restauration seulement mais c'est plutôt considéré comme une agrégation, une somme de plusieurs branches ou mieux comme une somme de parties de branches différentes.

¹⁶www.wold-tourism.org

¹⁷Emanuel de Kadt, (1979), *Tourisme passeport pour le Développement*, Edition Economica, p.38

Au plan économique, on définira le tourisme par l'égalité suivante¹⁸:

Branche tourisme= % de la branche hôtellerie-restauration + % du secteur de location de voiture + % de la branche commerce + % de la branche industrie + etc.

Cette égalité vaut pour tous les critères de mesure du poids du tourisme (PIB, Emploi, Commerce extérieur). Plus fort sera le pourcentage, plus la branche sera considérée comme dépendante. Il ressort que le secteur de tourisme dispose d'un poids indéniable dans l'économie avec ses différentes composantes (production, consommation, emploi, devises, etc.) eu regard aux avantages qu'il procure. Cependant, l'activité touristique n'est point à l'abri de contraintes.

¹⁸www.insee.fr

**PARITE II : ANALYSE DES FACTEURS QUI
BLOQUENT LA CROISSANCE DU SECTEUR
TOURISME A MADAGASCAR**

Chapitre I : ANALYSE DES PARAMETRES EXTERNES QUI BLOQUENT LA CROISSANCE DU SECTEUR TOURISME A MADAGASCAR

Il existe plusieurs paramètres externes qui expliquent le blocage de la croissance du secteur tourisme tels que le prix du baril du pétrole, l'attentat du 11 septembre au Etats-Unis et les crises économiques et financières mondiale.

ANALYSE DESCRIPTIVE

On peut donc analyser les paramètres externes qui bloquent la croissance du secteur tourisme à Madagascar graphiquement.

I. Le prix du baril du pétrole

Les observations depuis 1990 ont fourni des données assez importantes pour effectuer notre étude

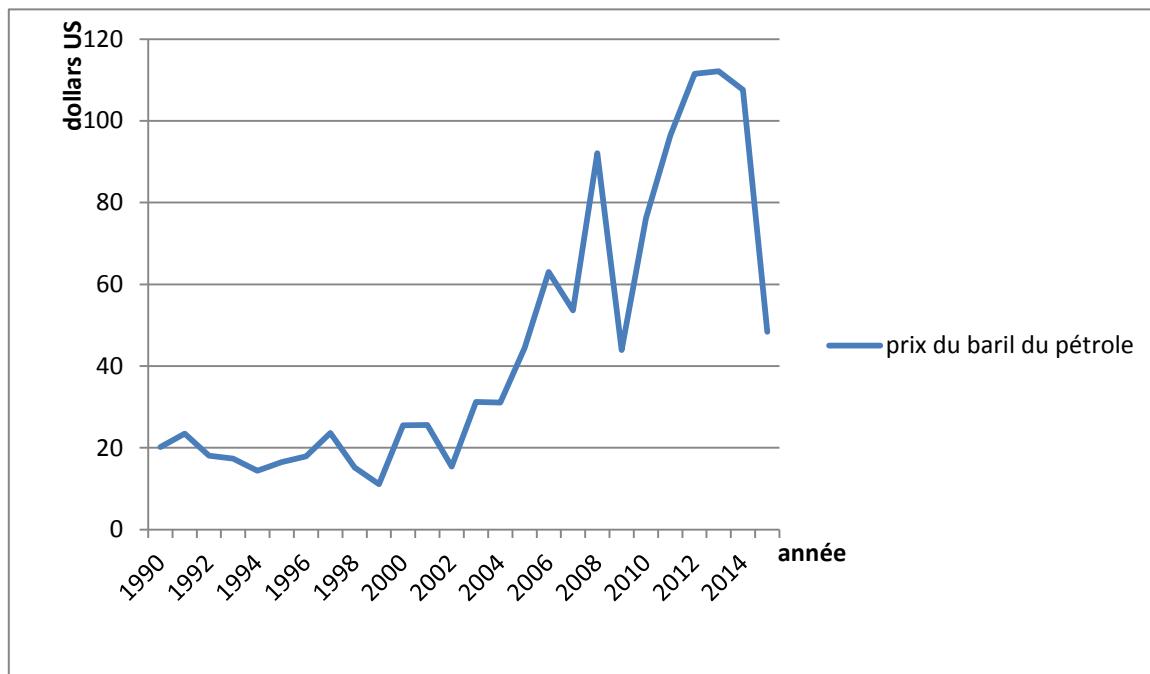


Figure 1: Evolution du prix du baril du pétrole brute (1990-2015)

Source : INSEE

Interprétation : On constate que le prix du baril du pétrole est plus ou moins stable avant l'année 2002. Mais à partir de l'année 2002 jusqu'à 2014, le prix du pétrole est en hausse considérable sauf en 2008 où le prix du pétrole a un peu chuté.

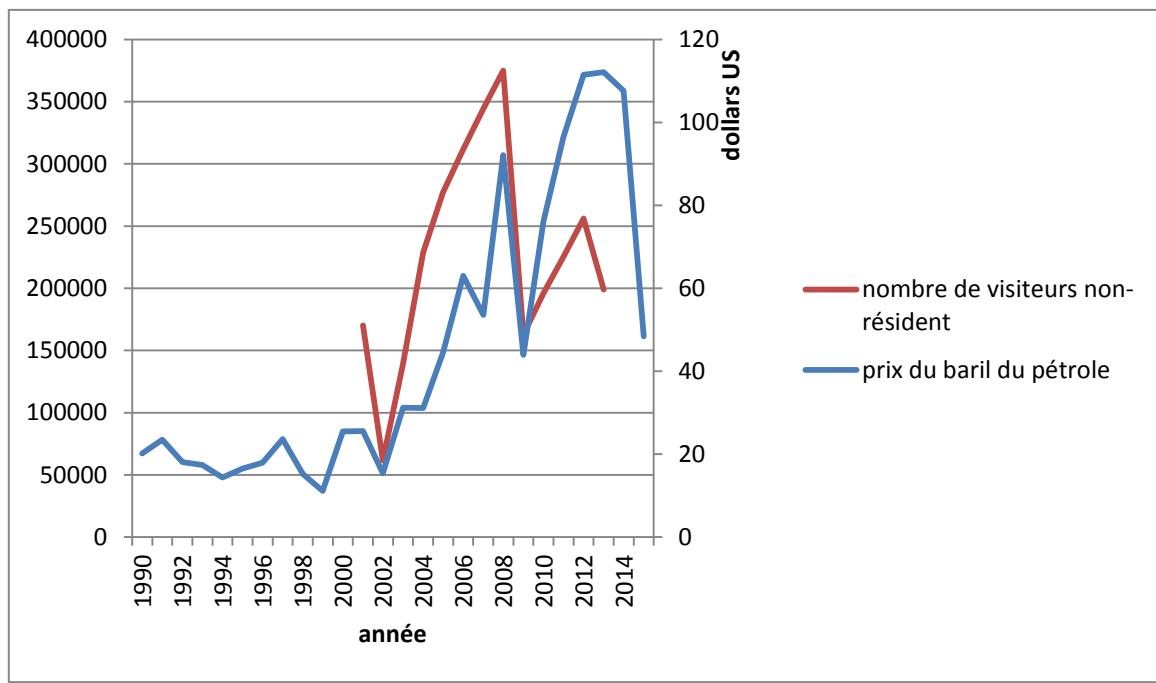


Figure 2: Corrélation entre le prix du baril du pétrole et le nombre de visiteurs à Madagascar

Source : INSEE ; d'après nos propres calculs

Interprétation : D'après ce graphique, il existe une corrélation entre le prix du baril du pétrole et le nombre de visiteurs à Madagascar. En effet, depuis l'année 90, en général, le prix du baril du pétrole ne cesse d'augmenter jusqu'à maintenant. Ceci affectera automatiquement le coût de transport car le prix du carburant va augmenter aussi. La hausse du coût de transport a des impacts négatifs sur le secteur tourisme internationale. En effet, la hausse du coût de transport réduit le nombre de voyageur dans le monde. D'où le faible niveau d'augmentation des nombres des visiteurs à Madagascar depuis l'année 90. Par conséquent, l'augmentation du prix du baril du pétrole constitue un facteur de blocage du secteur tourisme à Madagascar.

II. L'attentat du 11 septembre 2001

L'attentat terroriste contre les Etats-Unis a durement frappé le secteur du tourisme. Ainsi, après le 11 septembre 2001, le tourisme international est entré en crise. Des observations sur les nombres d'arrivée des touristes et des recettes touristique à Madagascar depuis 2001 à 2003 ont fourni des données assez importantes pour effectuer notre étude :

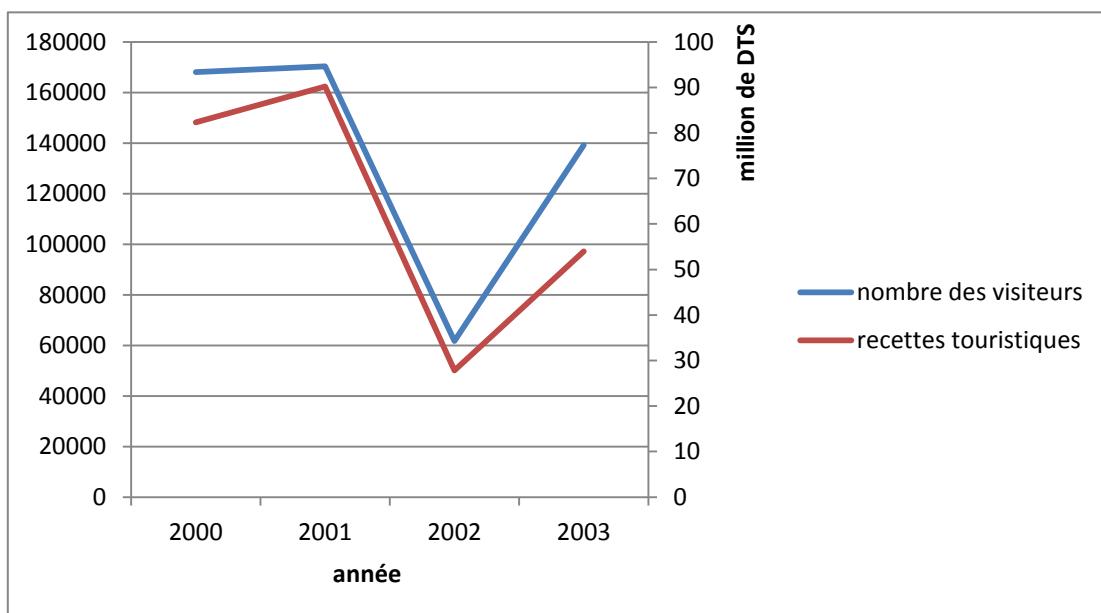


Figure 3: Evolution du nombre de visiteurs non-résidents et des recettes touristique malgache entre 2000 et 2003

Source : Ministère du Tourisme/PAF/ADEMA/APMF/ACM ; d'après nos propre calcul

Interprétation : D'abord, on constate que l'année 2002 est marquée par une forte décroissance du nombre de visiteurs non-résidents et des recettes touristiques par rapport à l'année 2001. D'ailleurs, les recettes en devises au titre du tourisme ont chuté de 90.2 millions de DTS en 2001 vers 27.8 millions de DTS en 2002. Ceci est dû à l'attentat du 11 septembre 2001. En effet, à cause du terrorisme les touristes ont peur de voyager, surtout par avion ; en 2002, 80% des touristes internationaux (569 millions de personnes) ont voyagé dans leur propre région ou sur leur propre continent. A peine 146 millions de touristes ont effectué de longs voyages (intercontinentaux). Il y a en effet la crainte de quitter son pays (notamment par avion), ce qui conduit les vacanciers à préférer la route pour des trajets de courte ou moyenne distance et à rester plus près de leur pays ou région. Comme la majorité des visiteurs à Madagascar sont venus des pays très loin de Madagascar tel que la France, donc cela explique la diminution de

la croissance du tourisme international à Madagascar après l'année 2001. Par conséquent, l'attentat du 11 septembre 2001 aux Etats-Unis constitue un obstacle pour le secteur tourisme à Madagascar.

III. La crise économique et financière mondiale

➤ *Les effets de la crise sur le tourisme*

Des observations depuis 2004 ont fourni des données assez importantes pour effectuer notre étude.

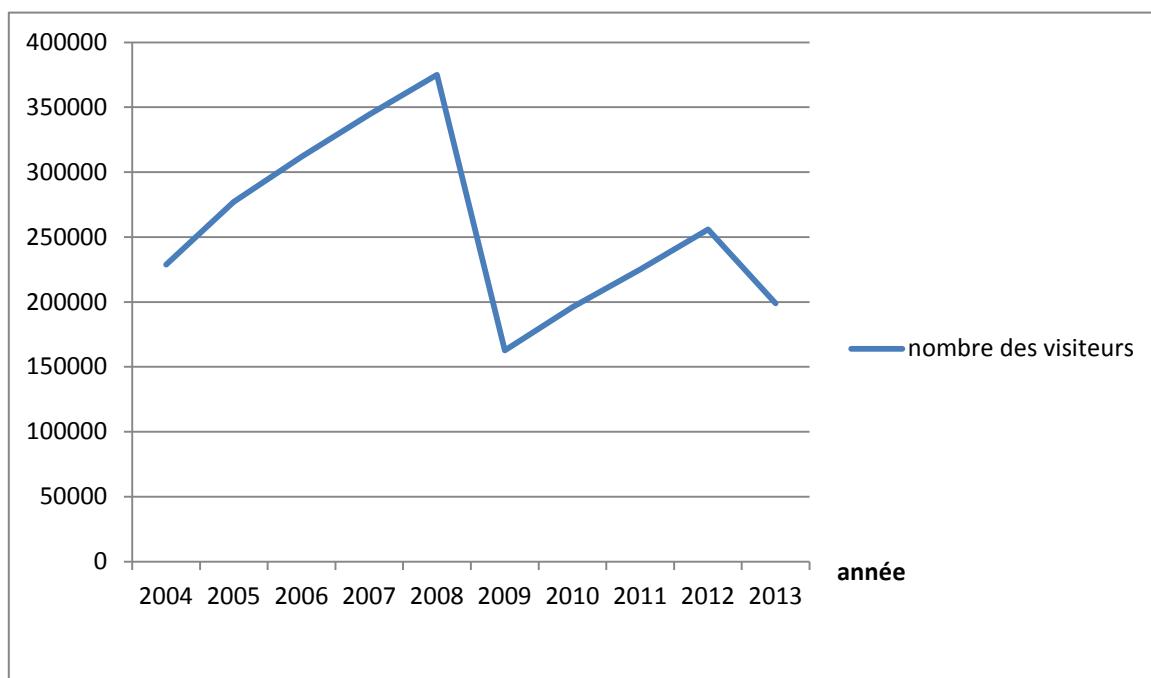


Figure 4: Evolution des arrivées des visiteurs non-résidents aux frontières

Source : Ministère du Tourisme/PAF/ADEMA/APMF/ACM

Interprétation : Après des années de forte croissance du tourisme international jusqu'en 2008, l'année 2009 marque une rupture et cette année a été affectée par les turbulences économiques et financières tel la crise immobilière et une hausse de taux de chômage en France qui est le principale visiteur de l'île.

Globalement, le tourisme malgache a diminué en termes d'arrivées de touristes internationaux de 56.6% en 2009 par rapport à 2008. L'année 2011 marque la reprise avec une croissance de 38% par rapport à l'année 2009.

Chapitre II : ANALYSE DES PARAMETRES INTERNES QUI BLOQUENT LA CROISSANCE DU SECTEUR TOURISME

Il existe plusieurs paramètres internes qui bloquent la croissance du secteur tourisme tels que le manque de diversité des activités touristique et l’inefficacité de la politique interne.

I.LES ACTIVITES TOURISTIQUES A MADAGASCAR

A Madagascar, il y a 4 grands types de tourisme respectivement liés à l’environnement, au soleil, à la plage, à la culture, et aux sports.

Tableau 7: Répartition des activités touristiques à Madagascar en 2012

Activité	Taux
Visites de Parcs Nationaux ou de réserves	64.40%
Visites de musées, de lieux sacrés ou de monuments historiques	24.50%
Excursions en mer, observation des baleines	34.00%
Excursions (randonnées)	63.70%
Plages (balnéaire)	63.60%
Bars et boîtes de nuit	70.40%
Shopping sur les marchés artisanaux	31.50%

Source : Ministère du Tourisme : ONTM

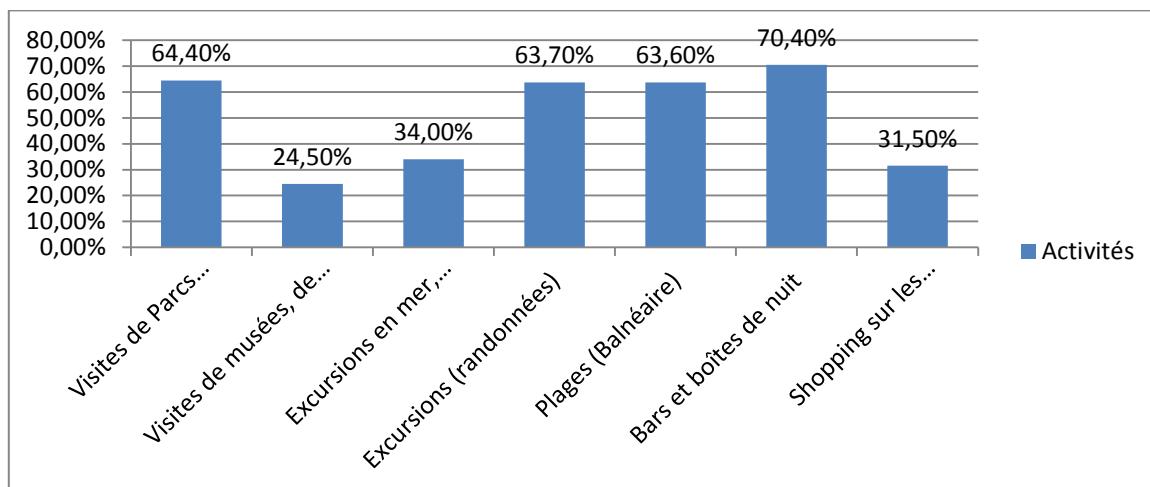


Figure 5: le taux des activités touristiques pratiquées à Madagascar en 2012

Source : Ministère de Tourisme : ONTM ; d’après nos propre calcul

Interprétation : D'après ce graphique, les activités tels que les visites de musées, de lieux sacrés ou de monuments historiques, les excursions en mer, observation des baleines, shopping sur les marchés artisanaux ont des taux encore très faibles à Madagascar. Ceci est dû au manque de diversité des activités touristiques.

II. LES CRISES POLITIQUES A MADAGASCAR

Les statistiques de l'évolution des arrivées des visiteurs non résidents aux frontières et des recettes touristiques à Madagascar permettent de démontrer l'ampleur des conséquences de la crise politique à Madagascar. Des observations depuis 2001 ont fourni des données assez importantes pour effectuer notre étude.

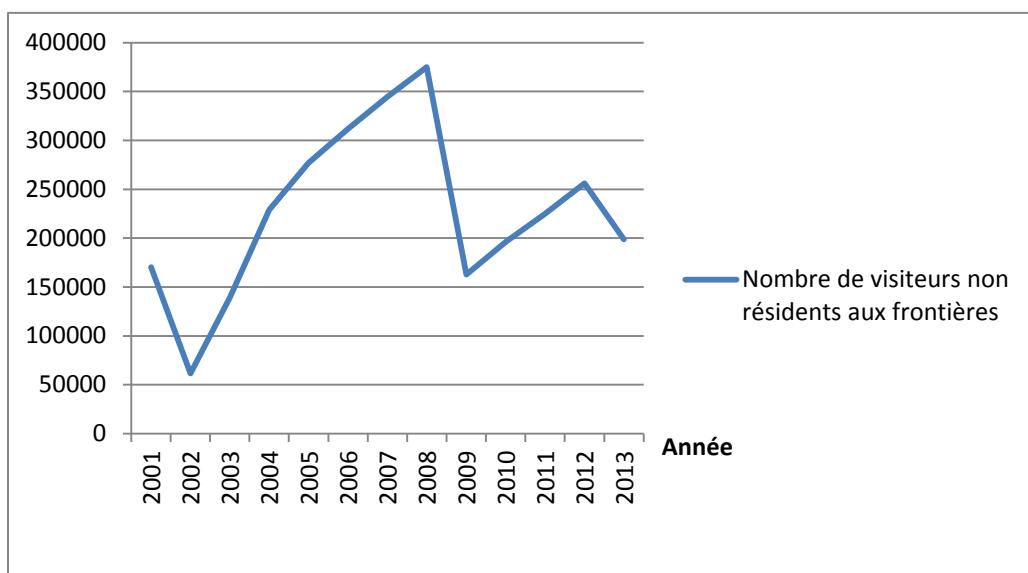


Figure 6: Evolution des arrivées des visiteurs non-résidents aux frontières

Source : Ministère du Tourisme/PAF/ADEMA/APMF/ACM

Interprétation :

Nous constatons que le nombre des visiteurs ont beaucoup chuté en 2002 et en 2009. Cette baisse du nombre de visiteurs est expliquée par la crise politique qu'a traversé Madagascar en 2002 et 2009. Les recettes 2010 du secteur sont inférieures de plus de la moitié à celles de 2008 (139 millions de DTS contre 302 millions en 2008) Sur l'ensemble du pays le taux d'occupation des hôtels a chuté durant la même période de 64% à 46%. Les autres données demeurent stables. La clientèle française représente 68% des visiteurs. A noter la percée italienne de 3% à 9% entre 2009 et 2010 (heureuses conséquences de la commercialisation

« intégrée » de plusieurs hôtels à Nosy-Be). Entre 2004 et 2008, c'est une croissance moyenne annuelle du secteur de plus de 10% qui a pu être observée. L'impact des crises politiques de 2002 et 2009 est cependant évident. Autour de 60% de perte concernant le nombre d'arrivées de visiteurs non résidant aux frontières. Il convient néanmoins de remarquer, qu'en moins de deux ans à la suite de la crise 2002, la fréquence de ces arrivées avait été largement rattrapée : les chiffres de 2004 sont bien meilleurs que ceux de 2001.

III.ANALYSE DE L'EFFICACITE DE LA POLITIQUE INTERNE

Dans le cadre de cette analyse, nous essayerons de mettre en évidence un modèle qui va nous donner une appréciation des effets de la politique de promotion du tourisme observée entre 1990 et 2014 à Madagascar.

III.1. Analyse descriptive

Dans cette première section de l'analyse, notre objectif est de décrire l'évolution dans le temps des variables qui nous intéressent. Cela nous permettra en effet, de déterminer s'il y a une certaine relation entre la variable à expliquer qui est les recettes touristiques et la variable explicative qui est la dépense publique pour la promotion du secteur tourisme, mais aussi, d'apprécier un préliminaire de l'étude de la stationnarité de ces variables.

- *Analyse graphique des variables*

- *Les recettes touristiques*

Les observations depuis 1990 ont fourni des données assez importantes pour effectuer notre étude.

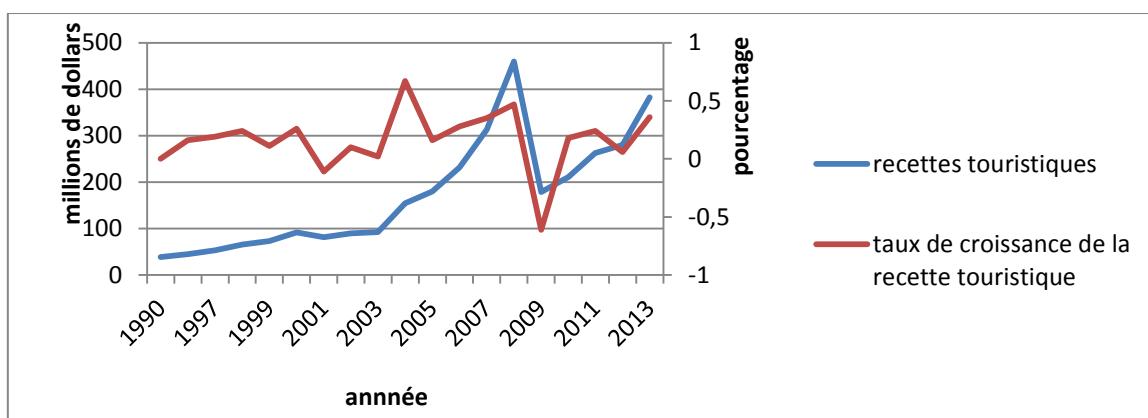


Figure 7: Evolution et croissance des recettes touristique de 1990 à 2010, en millions de Dollars

Source : Ministère du Tourisme ; Banque Centrale de la République de Madagascar-Direction des Etudes, d'après nos propres calculs

Interprétation : D'après cette figure, la recette touristique a beaucoup augmenté grâce à la hausse du niveau général des prix pendant les années d'observation. Mais, cette augmentation n'est pas très considérable si l'on se réfère à son évolution au prix de 1990.

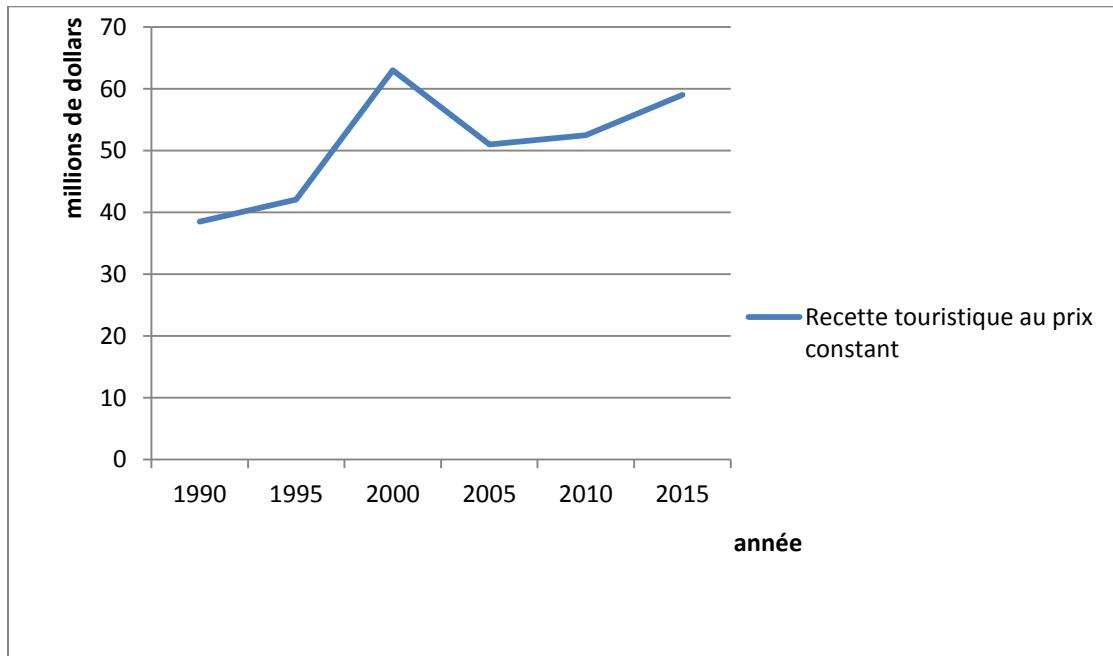


Figure 8: Evolution de la recette touristique au prix constant (base 100 l'année 1990), en millions de dollars

Source : Ministère du Tourisme ; Banque Centrale de la République de Madagascar-Direction des Etudes, d'après nos propres calculs

Interprétation : une première remarque est qu'en termes de volume, la production intérieure a une tendance vers la hausse. Les valeurs prises par cette variable ne tournent pas autour d'une valeur fixe. Ce qui signifie, et en tant que second remarque, que la recette touristique n'est pas une variable stationnaire.

– ***Les dépenses publiques pour la promotion du secteur tourisme***

Quant aux dépenses publiques pour la promotion du secteur tourisme, les données montrent bien l'évolution de celles-ci dans le temps.

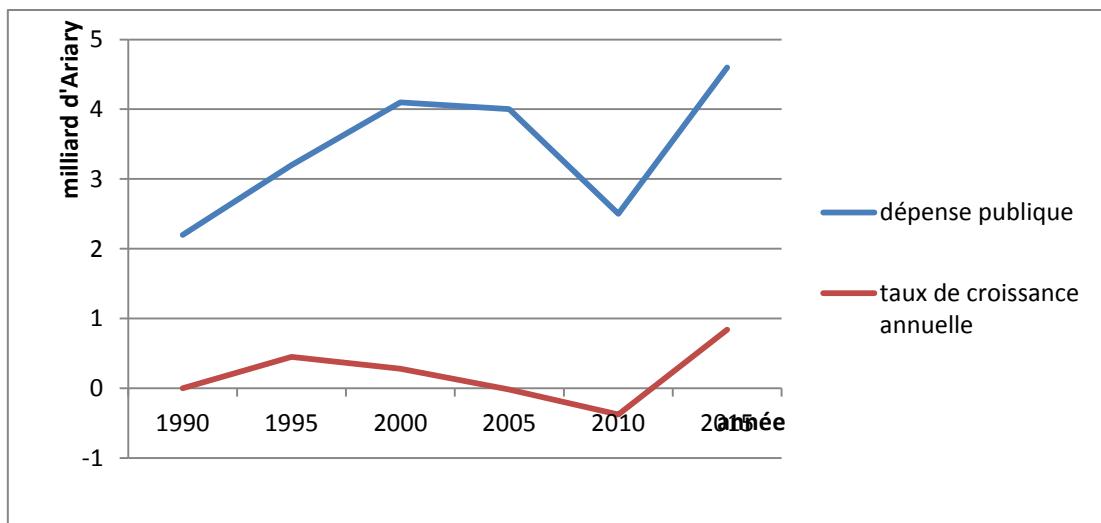


Figure 9; Evolution et croissance des dépenses publiques pour la promotion du secteur tourisme : en milliards d'Ariary

Source : Ministère du Tourisme ; Banque Centrale de la République de Madagascar- Direction des Etudes, d'après nos propres calculs

Interprétation : Les dépenses publiques pour la promotion touristique de Madagascar que nous avons pu observer sont influencées par une politique limitant le déficit budgétaire. Mais, cela ne conduit pas à ce qu'elle se trouve à un niveau stable, autrement dit, elle a tendance à augmenter. Selon ce tableau, ces dépenses sont passées de 2,2 milliard d'Ariary en 1990 à 4.6 milliards d'Ariary en 2015. D'ailleurs, c'est une conséquence logique de l'évolution actuelle de la société et de l'économie. Cela est plus éclairci en observant la figure ci-après.

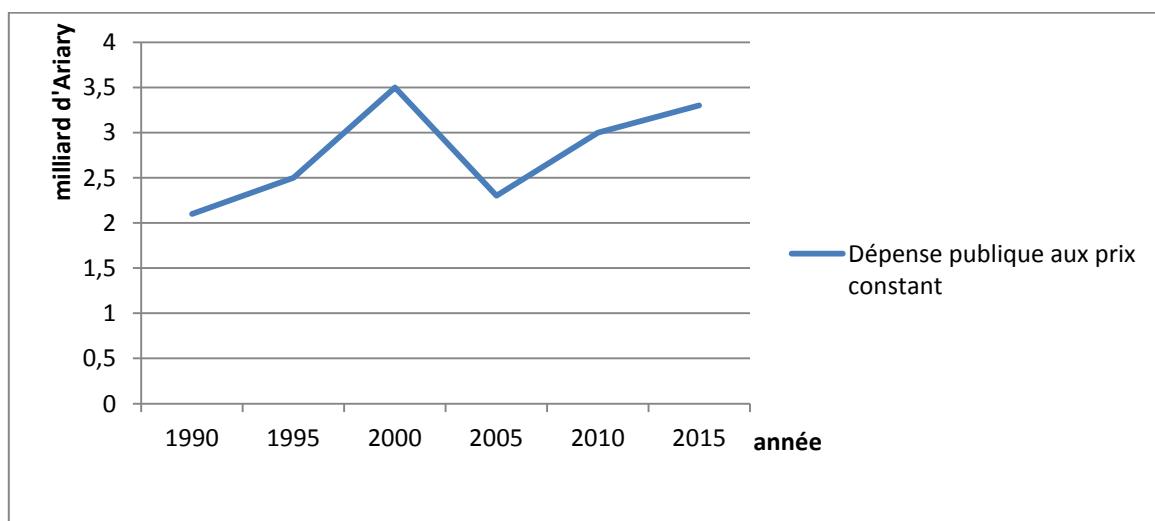


Figure 10: Dépenses de l'Etat pour la promotion du secteur tourisme au prix constant (base 100 l'année 1990) : en milliards d'Ariary

Source : Ministère du Tourisme ; Banque Centrale de la République de Madagascar- Direction des Etudes, d'après nos propres calculs

Ainsi, nous pouvons déjà déduire que la variable « dépense publiques » n'est pas stationnaire puisqu'elle ne prend pas ses valeurs autour d'un certain niveau.

➤ ***Impact des dépenses publiques pour la promotion du tourisme sur les recettes touristiques***

Dans cette section, nous essayerons de mettre en évidence graphiquement qu'il existe une certaine relation entre les recettes touristiques et les dépenses publiques pour la promotion du secteur tourisme.

D'après les deux figures précédentes, chacune des variables tendent vers la hausse. La différence entre les pentes de ces droites de tendances est plutôt dû au fait que la politique économiques ont un effet multiplicateur. On peut observer que lorsque les dépenses publiques pour la promotion du tourisme augmentent, les recettes touristiques connaissent une évolution plus importante. Et lorsqu'elles diminuent, la production connaît aussi une chute plus importante.

III.2. Analyse économétrique

➤ ***Présentation du modèle***

Dans cette étude, nous voudrions analyser l'efficacité de la politique de la promotion du secteur tourisme à Madagascar. Cela consiste donc à étudier les relations qui existent entre les recettes touristique à Madagascar et la dépense publique destinée à la promotion du secteur tourisme parce que la dépense publique est un des instruments de la politique de la promotion du secteur tourisme et que le principal objectifs de cet instrument est l'augmentation des recettes lié au tourisme. Ainsi, si on note par Y les recettes touristiques et par G, la dépense publique destinée à la promotion du secteur tourisme, alors on peut écrire les modèles classiques suivants :

$$\Delta \text{Log}(Y) = A \Delta \text{Log}(G) + B + \omega$$

Y : est la variable endogène et G est la variable exogène ;

Avec A et B sont les paramètres à estimer ; tandis que ω représentent la parties stochastiques qui ne sont pas expliquée par le modèle. On a dû utiliser le logarithme népérien

pour lever les doutes sur la relation linéaire des variables étudiées. Nous avons recouru à cette fonction puisqu'on n'est pas sûr que la relation entre ces variables soient linéaires ou non. Dans les paragraphes ci-dessus, on a déjà vu que les variables étudiées ne sont pas stationnaires. Donc, le modèle final devrait être constitué par des séries stationnaires

➤ ***Le modèle final***

Nous avons pu donc voir dans les paragraphes précédents que les variables ne sont pas stationnaires. De ce fait, on doit passer à la différence première de ces variables en logarithme népérien puisque nous pouvons vérifier la stationnarité de ces dernières. Ainsi, nous obtenons la relation suivante :

$$\Delta \text{Log}(Y) = A \Delta \text{Log}(G) + B + \omega$$

➤ ***Le modèle de régression des différences premières***

Ainsi, puisque les différences premières sont stationnaires, on peut retenir le modèle classique suivant :

$$\Delta \text{Log}(Y) = A \Delta \text{Log}(G) + B + \omega$$

Pourtant, il serait plus logique de considérer les contextes de crise pour mener à bien notre analyse. De ce fait, nous avons recours à l'utilisation d'une variable indicatrice $\P(x)$ parce que les crises ont des impacts considérables sur la valeur des variables. D'où, le modèle finale que l'on va retenir sera :

$$\Delta \text{Log}(Y) = A \Delta \text{Log}(G) + B + C\P(x) + \omega$$

Avec $\P(x) = \begin{cases} 1 & \text{s'il y a eu une crise} \\ 0 & \text{s'il n'en a pas eu} \end{cases}$

A, B, C sont les paramètres et ω est le résidu

III.3. Estimation des paramètres et le modèle estimé

➤ Règle de l'estimation

Pour effectuer cette estimation, nous sommes contraints de minimiser l'erreur ω_t où t désigne la période. Autrement dit, on a à minimiser $(\omega_t)^2$:

$$\text{Min } \sum (\omega_t)^2 = \min \sum \Delta \text{Log}(Y) - (\alpha \Delta \text{Log}(G) + \delta + \gamma \mathbb{P}(x))^2 \}$$

Ainsi, le modèle estimé sera de la forme :

$$\Delta \text{Log}(Y) = \alpha' \Delta \text{Log}(G) + \delta' + \gamma' \mathbb{P}(x)$$

➤ Le modèle estimé

Les données disponibles entre 1990 et 2014 nous ont permis d'obtenir les estimations ci-après :

Estimation du modèle

D'après la règle d'estimation que l'on a déjà mentionnée ci-haut, nous avons le tableau de calcul et le modèle estimé suivant :

$$\begin{aligned} \Delta \text{Log}(Y) &= A \Delta \text{Log}(G) + B + C \mathbb{P}(x) + \omega \\ \Delta \text{Log}(Y) &= A' \Delta \text{Log}(G) + B' + C' \mathbb{P}(x) \end{aligned}$$

A l'aide du Stata9, nous obtenons les résultats ci-après :

Tableau 8: Résultat calculé à partir du Stata9 pour ce modèle

$\Delta \text{Log}(Y)$	Coef.	Std. Err.	T	$P> t $	95% conf.	Interval
$\Delta \text{Log}(G)$	0.1108279	0.032841 1	3.37	0.003	0.0423225	0.1793333
Indic.	-0.04326	0.00777	-5.56	0.000	-0.05948	-0.02703
Cons.	0.01293	0.00197	6.56	0.000	0.00882	0.01705

Source : nos propres calculs

Ainsi, on obtient le modèle estimé :

$$\Delta \text{Log}(Y) = 0.1108279 \Delta \text{Log}(G) + 0.012936 - 0.0432601 * \mathbb{P}(x)$$

III.4. Analyse de modèle, test de significativité

Dans cette partie de l'analyse, nous étudierons le modèle estimé ci-dessus en vue de faire un test qui va nous permettre d'apprécier la significativité globale du modèle et la significativité individuelle de chaque paramètre.

Dans cette mesure, nous pourrions déduire de leurs significativités l'efficacité ou le non efficacité de cette politique. Ainsi, nous pourrons par la suite avancer des propositions attachées à notre sujet.

➤ ***Analyse et test de significativité sur ce modèle***

Test de significativité globale

Le test de significativité globale est basé sur une analyse de la variance du modèle :

$$\sum t \left[\widehat{\Delta \text{Log}(Y_t)} - \overline{\Delta \text{Log}(Y)} \right]^2 = \sum t \widehat{[\Delta \text{Log}(Y_t) - \Delta \text{Log}(Y)]^2} + \sum t \widehat{[\Delta \text{Log}(Y_t) - \Delta \text{Log}(Y)]^2}$$

D'une manière plus simple, cette équation est équivalente à :

$$\sum (U - \bar{U})^2 = \sum (U' - \bar{U})^2 - \sum (U - U')^2$$

Donc, on obtient le coefficient de détermination R^2 suivant :

$$R^2 = \frac{\sum (U' - U)^2}{\sum (U - U)^2}$$

Les résultats fournis par le Stata9 nous donnent le tableau ANOVA suivant pour ce modèle :

Tableau 9: Tableau ANOVA pour ce modèle

Source	Somme Scare	Degre free	M.Scare	Number of obs=25
Model	0.007150094	2	0.003575047	
Residual	0.00142259	20	0.000071129	R-squared = 0.8341
Total	0.008572684	22	0.000389667	Adj R-squared = 0.8175

$$R^2 = 0,8341$$

Source : nos propres calculs

On peut en déduire que la proportion de la variance de U' qui explique la variance de U équivalent à R^2 est plus importante que celle expliquée par l'erreur. Testons maintenant les hypothèses suivantes :

$$H_0 : \text{Var}(U') = \text{Var}(U-U') \text{ contre}$$

$$H_1 : \text{Var}(U') > \text{Var}(U-U')$$

La règle de décision : si $F^* > F^5(1 ; n-2)$, on rejette H_0 , et dans le cas contraire, on l'accepte. Avec $F^5(1 ; n-2)$ est le Fisher théorique.

$$R^2$$

$$\text{Or, } F^* = \frac{\text{_____}}{(1-R^2)/(n-2)}$$

Ce qui nous donne : $F^* = 105,5822785$; alors que, dans la table statistique, on a

$$F^5(1 ; n-2) = 4,45. \text{ Donc, } F^* > F^5(1 ; n-2).$$

Par conséquent, le modèle est significativement différent de zéro (0) avec un niveau de certitude de 5%, il est donc considéré comme un modèle réellement explicatif avec un niveau de certitude 95%.

➤ Test de significativité individuelle

Ce test repose sur l'hypothèse de normalité des paramètres et des erreurs :

$\alpha \xrightarrow{} N(\alpha - \sigma_\alpha)$; $\delta \xrightarrow{} N(\delta ; \sigma_\delta)$ et $\omega_t \xrightarrow{} N(0 ; \sigma)$; cela nous permet d'écrire les formes suivantes ; $(\alpha' - \alpha) / \sigma_\alpha$ et $(\delta' - \delta) / \sigma_\delta$ suivent la loi de Laplace Gauss. Et, à partir des hypothèses H_0 et H_1 qui stipulent, $H_0 : \alpha = 0$ contre $H_1 : \alpha \neq 0$. Ainsi, on veut vérifier si H_0 est vraie. Dans ce cas, $|(\alpha' - \alpha)| / \sigma_\alpha = |(\alpha' - 0)| / \sigma_\alpha \neq t^* / \sigma_\alpha$ qui suit la loi de Student à n degré de liberté. Alors si $t_{\alpha/2}^* = \alpha' / \sigma_\alpha > t^5(n-2)$ on rejette H_0 , dans le cas contraire, on l'accepte au détriment de H_1 . Il en est de même pour le paramètre correspondant à δ' .

Pour ce modèle, $t_A^* = 3.37$; $t_B^* = 6.56$ et $t_C^* = 5.56$ alors que $t^5(n-2) = t^5(23) = 2.1098$ dans la table statistique. t_A^* , t_B^* et t_C^* sont donc, chacune supérieures à $t^5(23)$ au seuil de 5%. D'où, on doit rejeter H_0 pour chaque paramètre. Par conséquent, A et B sont

significativement différents de zéro (0). Autrement dit, ils sont réellement explicatifs dans ce modèle avec un niveau de certitude de 95%.

Dans une autre manière, l'interprétation logique de ces résultats est que le modèle est pertinent pour expliquer la variable $\Delta \text{Log}(Y)$ avec un risque d'erreur de 5%. C'est-à-dire qu'à ce niveau de risque d'erreur, $\Delta \text{Log}(G)$ est une variable explicative pertinente de ce variable. Donc, la croissance des dépenses publiques pour le secteur tourisme explique une partie considérable de la croissance des recettes touristiques.

➤ **Interprétation**

A partir de ces analyses, nous avons vu que la politique de promotion du tourisme à Madagascar menée entre 1990 et 2015 est peu efficace. Il est vrai qu'entre 1990 et 2015 les recettes touristiques sont généralement en hausse mais le taux d'accroissement des recettes touristiques reste encore très faible. On sait que la politique de la promotion touristique qui fait partie de la politique économique a un effet multiplicateur. Par conséquent, l'accroissement de la dépense publique pour la promotion du secteur tourisme augmente en revanche les recettes touristiques à Madagascar. La dépense publique pour la promotion du secteur tourisme à Madagascar de 1990 à 2015 est très faible. D'où le faible accroissement de la recette touristique chaque année.

Par conséquent, la politique de la promotion du tourisme à Madagascar est peu efficace.

Chapitre III : RECOMMANDATIONS

La pertinence d'une politique visant la montée en puissance du secteur touristique ne peut donc être en doute. Des pas allant dans ce sens ont été franchis. Cependant, s'il est reconnu que le tourisme connaît une croissance régulière, les progrès enregistrés restent limités en regard du potentiel du secteur. Un certain nombre de lacunes viennent en effet entraver son développement.

En premier lieu, la promotion de la destination Madagascar reste largement insuffisante, malgré certaines initiatives. Les touristes viennent principalement grâce au conseil de leurs proches. Si le « bouche à oreille » joue en faveur du pays, il ne peut suffire pour atteindre un nombre significatif de touristes. Une campagne active et agressive, notamment de la Maison du Tourisme, mais également des différentes représentations à l'étranger, s'impose pour faire connaître les atouts de Madagascar auprès des potentiels touristes. Les messages de promotion pourraient mettre en avant l'écotourisme qui constitue l'attrait spécifique du pays. Les touristes de la zone Océan Indien, et ceux venant de plus loin mais qui choisissent cette destination, devraient plus particulièrement être ciblés. Le marché du tourisme y est déjà bien implanté, et par ailleurs, les visiteurs venus à Madagascar ont le plus souvent hésité entre les différents pays de la région. Un circuit permettant le passage par Madagascar des voyageurs se rendant dans les îles voisines pourrait être proposé. Parallèlement, la disponibilité de brochures informant les touristes sur les caractéristiques des différents sites touristiques s'avère indispensable. Certains sites à l'intérieur du pays, méritant le détour, semblent en effet être délaissés par les touristes, faute d'informations précises.

En second lieu, le développement des infrastructures d'accueil se révèle un passage obligé, si on veut attirer un nombre croissant de touristes. Outre les problèmes liés à la capacité d'hébergement limitée du pays, des actions devraient être entreprises afin que les hôtels qui existent soient conformes aux normes internationales. Il ne s'agit pas pour autant d'investir exclusivement dans des grands hôtels de haut de gamme, mais plutôt dans des structures intermédiaires en adéquation avec le milieu naturel, répondant aux attentes des clients, en particulier en termes d'hygiène. Le financement requis est ainsi à la portée d'un grand nombre d'opérateurs, pour peu qu'une plus grande professionnalisation du secteur s'instaure. Parallèlement, la sécurisation des investissements privés de façon pérenne est nécessaire pour lever les appréhensions. L'assouplissement des conditions d'accès à la terre pour les opérateurs, avec en particulier l'application effective des nouvelles dispositions sur le

bail emphytéotique, constitue un des moyens d'attirer les investisseurs afin d'augmenter rapidement la capacité d'hébergement dans le pays.

L'état déplorable des routes, l'absence et la faible organisation des moyens de transport à l'intérieur du pays constituent également des obstacles de taille soulignés par les touristes, auxquels il convient de remédier. L'existence de possibilités de déplacements à l'intérieur d'un pays, dans des conditions convenables, fait en effet partie des critères déterminants pour le choix des destinations. Pour profiter pleinement de leur séjour, les touristes souhaitent généralement voir le maximum de sites, sans perdre la majeure partie de leur temps dans la recherche ou l'attente des moyens de locomotion. S'il faut ajouter à ces contraintes l'inconfort du voyage, le pays ne peut essentiellement attirer que les aventuriers prêts à de tels sacrifices.

Enfin, le coût du billet d'avion pour venir à Madagascar, encore trop cher relativement à des destinations équivalentes, reste un frein à l'arrivée massive de touristes. L'ouverture de l'espace aérien à quelques compagnies a déjà permis l'abaissement des tarifs. La poursuite d'une telle politique visant l'instauration d'une plus grande concurrence est inéluctable pour une meilleure compétitivité-prix de la destination Madagascar sur le marché mondial du tourisme. D'ailleurs, le taux élevé de remplissage des vols charters au départ de Paris montre que cette option permet un accroissement notoire du nombre de visiteurs et que des demandes pour la destination Madagascar, surtout en haute saison, peuvent rester insatisfaites. Seule la baisse des tarifs et l'ouverture du ciel permettra d'attirer une plus grande proportion de visiteurs étrangers, issus notamment des classes moyennes des pays à revenus élevés, qui rappelons-le constitue le principal vivier de touristes à l'échelle mondiale.

Si la possibilité d'obtention du visa à la frontière doit être maintenue, il conviendrait de doter les services de police de moyens plus importants (ordinateurs, guichets, etc.) pour résorber le goulet d'étranglement à l'arrivée. En revanche, la suppression totale des visas ne semble pas s'imposer, tout au moins à court terme. Bien que nombre de pays concurrents de Madagascar l'ait adoptée avec succès, une telle mesure risquerait de provoquer de vives résistances, qui bien qu'injustifiées, pourraient compromettre la politique d'ouverture. En conséquence, il semble plus que judicieux d'orienter les ressources consacrées à la promotion touristique à d'autres actions plus efficaces.

CONCLUSION

Depuis plusieurs années, Madagascar favorisait le secteur tourisme dans le but d'augmenter le nombre des visiteurs et des recettes touristiques pour contribuer à l'accroissement du PIB et de lutter contre la pauvreté.

Avec des analyses descriptives et des calculs économétriques, cette étude cherche à analyser les facteurs qui bloquent la croissance du secteur tourisme à Madagascar.

L'analyse descriptive révèle que des paramètres externes tels l'augmentation du prix du baril du pétrole, l'attentat du 11 septembre aux Etats-Unis et la crise économique et financière internationale et les paramètres internes tel que le manque de diversité des activités touristiques, les crises politiques de 2002 et 2009 permettent, effectivement, de freiner ou voir même de réduire le nombre de visiteur à Madagascar.

L'analyse économétrique montre que la politique de promotion touristique à Madagascar est encore inefficace c'est-à-dire l'effet de la dépense publique sur les recettes touristique s'avère significatif. En effet, le faible niveau de dépense publique pour la promotion touristique explique le faible niveau des recettes touristiques à Madagascar.

Compte tenu de ces résultats, l'augmentation du prix du baril du pétrole, l'attentat du 11 septembre, la crise économique et financière internationale, le manque de diversité des activités touristique et l'inefficacité de la politique interne pour la promotion du secteur tourisme constituent le blocage de la croissance du secteur tourisme à Madagascar.

La limite de cette étude est d'avoir considéré que les recettes touristiques et le nombre des visiteurs annuels permet d'apprécier l'efficacité au niveau du secteur tourisme.

A l'issue de cette étude, une question se pose : quels types des politiques de promotion du tourisme faut-il promouvoir et quelle mesure faut-il prendre pour éviter les effets négatifs des paramètres externes sur le tourisme à Madagascar ?

ANNEXES

Annexes 1: Test de stationnarité en niveau des variables

1. *Test de stationnarité de $\Delta \log(Y)$:*

Dickey-Fuller test for unit root

Number of obs = 25

Interpolated Dickey-Fuller			
Test Statistic	1% Critical Value	5% Critical Value	10% Critical Value
-5,830	-3,750	-3	-2,630

MacKinnon approximate p-value for Z(t) = 0, 0000

Source : nos propres calculs

Ainsi, la statistique de test est inférieure au Critical value. Donc selon la règle de décision, la variable $\Delta \log(Y)$ est stationnaire.

2. *Test de stationnarité de $\Delta \log(G)$:*

Dickey-Fuller test for unit root

Number of obs = 25

Interpolated Dickey-Fuller			
Test Statistic	1% Critical Value	5% Critical Value	10% Critical Value
-7,069	-3,750	-3,0000	-2,630

MacKinnon approximate p-value for Z(t)

Ainsi, la statistique de test est inférieure au Critical Value. Donc, selon la règle de décision, la variable $\Delta \log(G)$ est stationnaire.

Annexes 2: Evolution des arrivées des visiteurs non-résidents aux frontières

Source : Ministère du Tourisme/ PAF/ADEMA/APMF/ACM-

Mois	Années									
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013*
Janvier	12011	16590	19908	20138	23594	18785	17910	18770	19804	19847
Février	10019	13751	16089	16639	18593	9526	11087	13380	14940	12989
Mars	12981	18734	22294	23834	25975	11172	13645	16119	16935	12408
Avril	17062	22005	24667	25752	27850	11670	13925	16696	20018	13029
Mai	21172	22548	25765	26354	28775	12467	14387	17513	21318	15162
Juin	19473	25418	23733	28857	31698	13624	15849	18214	20932	15526
Juillet	26970	28943	31956	34104	37850	14351	19540	21296	23210	21157
Août	25109	27215	30628	36714	37300	14487	18650	23193	28843	16538
Septembre	22361	27280	32165	32213	35845	13270	17307	19816	22689	16744
Octobre	21568	26097	32364	34231	37390	15295	18295	21481	25222	20512
Novembre	20489	24792	28511	32612	35315	13740	17257	19502	22039	16830
Décembre	19569	23678	23650	32900	34825	14300	18200	19075	19992	18074
Total	228784	277052	311730	344348	375010	162687	196052	225055	255942	198816

Annexes 3 : Evolution des recettes en devises au titre du tourisme

Recettes	Années									
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Millions de DTS	104.3	124.5	157.7	210.3	302.6	116	139.74	160.66	182.72	251.59
Milliards Ariary	288.44	343	496.7	586.7	858	352.7	441.298	531.6	614.18	843.94
Millions de Dollars	154.35	180.18	231.91	313	459.65	178.5	211.1	262.49	279.81	382.41
Millions d'Euros	124.32	145.05	184.93	228.82	313.58	128.29	158.99	188.84	217.58	288.88

Source : Ministère du Tourisme ; Banque Centrale de la République de Madagascar-Direction des Etudes

Références bibliographiques

I. Ouvrages

- BLOC DURAFFOURA&A.MESPLIER, 1992.-Les tourismes dans le Monde, Bréal édit., coll.«BTS Tourisme Loisir»,303p.
- CAZES G., 1998. –Tourisme enclavé, tourisme intégré : le grand débat de l'aménagement touristique dans le pays en voie de développement.
- G CAZES et Potier, 1996.-Les tourismes urbains, P.U.F, édit. coll.«Quesais-je?»
- HOERNER J.M, 1997.-Géographie de l'industrie touristique, Bréal édit.,coll. «Tourisme, hôtellerie, loisir»
- LANQUAR R., 1983.-L'économie du tourisme, coll. «Quesais-je?»,édit. P.U.F, Paris.
- TREBOULJ.B, 1998.Les stratégies des entreprises du tourisme, P.U.F, édit. Coll. «Que sais-je?»N°3824, 127p
- HAMISULTANE H. (2005), Modèle à Correction d'Erreur et application
- COURTROT Bernard et DROESBEKE Jean-Jacques ; Les méthodes de prévision ; 2^{ème} édition, 1990

II. Autres

-Livres guides

- Annuaires officiels du Tourisme de Madagascar, 2008, 2^{ème} édition
- Guide Officiel de l'Office National du Tourisme de Madagascar 2007-2008, édit. BDI, Analamahitsy
- Madagascar, le guide, 2001. Edition Carambole, 3^{ème} édition. 2001-2002, 385p

-Magazine

- Magazine d'Analyse et de Perspectives économiques de la Chambre de Commerce Internationale d'Antananarivo, Enjeux, N°3, Décembre 2005, «Tourisme : des opportunités écotouristiques à saisir» 22p

-Documents divers

- Banque Mondiale, 2003.- République de Madagascar, Etude du secteur tourisme.
- Ministère du Tourisme, 2002. – Document préparatoire de synthèse de l'Atelier pour la relance du secteur tourisme à Madagascar, SPROGES
- Ministère de l'Economie, de Commerce et de l'Industrie, 2008, Rapport économique et financier, 2007-2008, Novembre
- Statistiques Provisoires du Tourisme 2013

Table des matières

REMERCIEMENTS	i
Liste des acronymes et sigles	ii
Table des figures.....	iii
Tables des tableaux.....	iv
Tables des annexes.....	v
Sommaire	vi
INTRODUCTION	1
PARTIE I : LE TOURISME A MADAGASCAR.....	3
Chapitre I: QUELQUES NOTIONS THEORIQUES SUR LE «TOURISME».....	4
I.1. HISTORIQUE DU TOURISME	4
I.2. DEFINITION DU TOURISME.....	5
I.3. LES DIFFERENTS TYPES DE TOURISME	6
I.4. 2009 : UNE ANNEE SOMBRE POUR LE TOURISME	6
1.4.1 Le Chômage technique	7
1.4.2 Le secteur hôtelier.....	7
I.5. LE TOURISME:UN SECTEUR POURVOYEUR DE DEVISE	7
I.6. LE TOURISME ET LE CLIMAT	8
Chapitre II : ROLE ET PLACE DU «TOURISME» DANS L'ECONOMIE MALGACHE	9
II.1. ROLE.....	9
II.1.1. Hôtellerie	9
II.1.3. Agriculture	10
II.2. PLACE DU « TOURISME» DANS L'ECONOMIE MALGACHE	10
II.2.1.Le tourisme international.....	10
II.2.2. Le tourisme national.....	10
II.2.3. Création d'entreprises.....	11
II.2.4. Infrastructures liées au tourisme	12
Chapitre III : L'ETAT DES LIEUX OU DIAGNOSTIC DU SECTEUR DU TOURISME A MADAGASCAR.....	14
III.1. LA LOCALISATION SPATIALE: <i>Cas du NOSY-BE</i>	14

III.2. LES ACTEURS DU SECTEUR TOURISME	14
III.2.1. Objectifs.....	18
III.2.2. Mesures	18
III.2.3. Réalisations.....	19
Chapitre IV : LE TOURISME COMME SECTEUR D'APPUI DE L'ECONOMIE.....	21
PARITE II : ANALYSE DES FACTEURS QUI BLOQUENT LA CROISSANCE DU SECTEUR TOURISME A MADAGASCAR	25
Chapitre I : ANALYSE DES PARAMETRES EXTERNES QUI BLOQUENT LA CROISSANCE DU SECTEUR TOURISME A MADAGASCAR.....	26
I. Le prix du baril du pétrole	26
II. L'attentat du 11 septembre 2001.....	28
III. La crise économique et financière mondiale	29
➤ Les effets de la crise sur le tourisme	29
Chapitre II : ANALYSE DES PARAMETRES INTERNES QUI BLOQUENT LA CROISSANCE DU SECTEUR TOURISME	30
I.LES ACTIVITES TOURISTIQUES A MADAGASCAR	30
II. LES CRISES POLITIQUES A MADAGASCAR.....	31
III.ANALYSE DE L'EFFICACITE DE LA POLITIQUE INTERNE.....	32
III.1. Analyse descriptive.....	32
➤ Analyse graphique des variables	32
➤ Impact des dépenses publiques pour la promotion du tourisme sur les recettes touristiques.....	35
III.2. Analyse économétrique.....	35
➤ Présentation du modèle	35
➤ Le modèle final	36
➤ Le modèle de régression des différences premières	36
III.3. Estimation des paramètres et le modèle estimé	37
➤ Règle de l'estimation.....	37
➤ Le modèle estimé	37
III.4. Analyse de modèle, test de significativité	38

➤ Analyse et test de significativité sur ce modèle	38
➤ Test de significativité individuelle	39
➤ Interprétation	40
Chapitre III : RECOMMANDATIONS.....	41
CONCLUSION	43
ANNEXES.....	A
Annexes 1: Test de stationnarité en niveau des variables	B
Annexes 2: Evolution des arrivées des visiteurs non-résidents aux frontières.....	C
Annexes 3 : Evolution des recettes en devises au titre du tourisme	D
Références bibliographiques.....	E
Table des matières	G

Id : 18362

Nom : AVY

Prénoms : Gildas

Titre : Analyse des facteurs de blocage de la croissance du secteur tourisme à Madagascar.

Nombre de pages : 43

Nombre de courbes : 9

Nombre de diagramme : 1

Nombre de tableaux : 9

Nombre d'annexes : 3

Résumé

Depuis quelques années, l'Etat malgache a fait du secteur tourisme un axe prioritaire dans le cadre de la lutte contre la pauvreté. La question se pose donc : pourquoi la croissance du nombre de visiteur et de recette touristique à Madagascar reste encore très faible chaque année ? Le présent mémoire cherche alors à analyser les facteurs qui bloquent la croissance du secteur tourisme à Madagascar. Pour cela, il faut, d'abord, analyser les paramètres externes. Ensuite, étudier les facteurs internes.

Les résultats de l'analyse descriptive montrent que l'augmentation du prix du baril du pétrole, l'attentat du 11 septembre 2001, la crise économique et financière internationale, la manque de diversité des activités touristiques et les crises politiques à Madagascar constituent un facteur de blocage de la croissance de ce secteur. De plus, les résultats du modèle économétrique montrent l'inefficacité de la politique interne pour promouvoir le tourisme à Madagascar.

Mots clés : Tourisme, blocage, croissance,

Encadreur : Docteur RAMIANDRISOA Olivier

Adresse de l'auteur : Cité Universitaire Ankafotsy II bloc 11 porte 06