

Portrait du tourisme à Madagascar Entre nature et éloignement

Jean Stafford, Bruno Sarrasin and Haja Ramahatra

Volume 21, Number 2, Summer 2002

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1072410ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1072410ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this note

Stafford, J., Sarrasin, B. & Ramahatra, H. (2002). Portrait du tourisme à Madagascar : entre nature et éloignement. *Téoros*, 21(2), 70–72.
<https://doi.org/10.7202/1072410ar>

Portrait du tourisme à Madagascar

Entre nature et éloignement

Jean Stafford, Bruno Sarrasin et Haja Ramahatra

Cette chronique porte sur la conjoncture touristique. Au cours des cinq dernières années, nous y avons présenté un certain nombre de clientèles touristiques du Québec (Étatsuniens, Français, Allemands, Britanniques, etc.), un ensemble d'enjeux pour l'industrie (saisonnalité, emplois, offre hôtelière, etc.) et quelques exemples internationaux (Maroc et Viêt-Nam). Dans ce numéro nous proposons un portrait simplifié de la situation du tourisme à Madagascar à partir des données disponibles. Les notions usuelles de l'analyse prévisionnelle seront utilisées, telles la tendance (passée, présente et future) et la saisonnalité et des prévisions allant jusqu'en 2005 seront présentées.

Portrait du tourisme à Madagascar

Depuis quelques années, le marché du tourisme dans la région de l'océan indien progresse à un rythme annuel moyen de 9 à 13 %, proche du double du rythme moyen mondial (5,5 %)¹. Les grandes destinations comme la Réunion, les Seychelles et l'île Maurice sont davantage visitées et cette dernière se taille la part du lion en captant plus de la moitié du trafic aérien régional. L'île de Madagascar, quant à elle, représente une destination encore peu explorée et réalise une modeste performance, aussi bien sur le marché mondial (0,01 % de part de marché) que sur le marché océano-indien².

À Madagascar, le nombre de voyageurs non-résidents a crû en moyenne de 11,7 % par année³, de 1990 à 2000 (tableau 1). Malgré cela, le nombre d'arrivées en 2000 demeurait très modeste sur la Grande île avec 160 071 touristes, alors que ses atouts – principalement naturels – lui confèreraient une demande possible de 250 000 à 450 000 touristes par an⁴.

Le tourisme occupe une place de première importance à Madagascar. Sa contribution économique, plus spécifiquement mesurée en apport de devises, dépasse celle des autres grandes industries d'exportation comme la crevette, le café ou la vanille (tableau 2). Bien que relativement modeste sur le plan des arrivées, les tableaux 1 et 2 montrent que l'industrie du tourisme est en croissance depuis 1992. Cependant, les événements politiques survenus depuis janvier 2002 auront certainement des effets néfastes sur l'industrie touristique malgache à cause des restrictions politiques appliquées aux transporteurs aériens, des blocus des provinces, de la dégradation de la sécurité, etc. Ces conditions ressemblent à celles qui ont prévalu à Madagascar en 1991, entraînant une chute de 34 % des arrivées de voyageurs non-résidents en comparaison à 1990.

L'offre hôtelière et les produits touristiques

Le nombre d'infrastructures hôtelières malgaches a peu évolué ces dernières années. La capacité totale des offres en 2000 a été évaluée à 7 779 chambres (contre 6 066 en 1996) réparties dans 644 établissements hôteliers de différentes catégories (contre 424 en

TABLEAU 1

Évolution du nombre de voyageurs non-résidents (1990 à 2000) et des recettes touristiques (1992 à 2000) à Madagascar

Année	Nombre de voyageurs non-résidents de 1990 à 2000 ^a	Évolution indicielle de 1990 à 2000 (100 = 1990)	Recettes touristiques en millions de francs malgaches (FMG) de 1992 à 2000 ^b	Recettes touristiques en millions de \$CAN de 1992 à 2000 ^c
1990	52 923	100	n.d.	n.d.
1991	34 891	66	n.d.	n.d.
1992	53 656	101	69 250	16,18
1993	65 102	121	75 856	17,73
1994	65 839	124	141 657	33,11
1995	74 619	141	171 760	40,14
1996	82 681	156	262 925	61,45
1997	100 762	190	371 146	86,74
1998	121 207	229	483 586	113,01
1999	138 253	261	624 988	146,06
2000	160 071	302	821 034	191,88

^a Ministère du Tourisme – 2001.

^b Banque centrale de la République de Madagascar – 2001.

^c 1 \$CAN = 4279 FMG au 13/09/02.

1996). Par rapport à l'année 1996, l'augmentation de l'offre en chambres a été de 28 %⁵.

Face à la prolifération des établissements irréguliers et hors normes, la direction de Suivi et de Contrôle du ministère du Tourisme a procédé à l'examen continu des établissements et à leur classement⁶. Ainsi, depuis l'année 2000, 67 établissements ont fait l'objet d'une réévaluation et d'un classement répondant réellement aux normes requises par les voyageurs internationaux. Bien que l'on puisse reconnaître l'effort entrepris par le ministère du Tourisme pour rehausser la qualité de l'hébergement sur la Grande île, l'offre d'établissements hôteliers demeure très inégale et mal répartie géographiquement⁷:

- 37 % du parc hôtelier et 51 % des chambres de 3 à 5 étoiles se concentrent à Antananarivo, la capitale ;
- les villes des régions centrales et les hautes terres (Antsirabe, Fianarantsoa, Ambatolampy, Moramanga, Ranomafana) représentent 28 % de l'offre hôtelière ;
- les sites balnéaires (Nosy Be, Fort Dauphin, Sainte Marie, Toliara, Morondava, Diégo, Majunga, Tamatave, Antalaha, Sambava, Manakara, Mananjary) représentent 35 % des chambres disponibles ;
- avec plus de 18 % des chambres, Nosy Be est le principal pôle de concentration touristique balnéaire.

Bien que l'image de Madagascar évolue de plus en plus vers l'écotourisme, l'essentiel de la demande est de type balnéaire et se développe autour de quelques villes secondaires de la côte accessibles de la capitale par avion. Le profil socio-démographique des visiteurs est assez typé : il s'agit d'une population dont l'âge se situe de 25 à 30 ans, constituée majoritairement de diplômés. L'origine sociale élevée des visiteurs est confirmée par leur appartenance à une catégorie socioprofessionnelle élevée (cadre – profession libérale). La plupart des touristes viennent durant la période allant de juillet à septembre, à l'exception des Allemands qui viennent surtout durant les mois de décembre, janvier, février et mars et qui dépensent en moyenne 3 200 \$CAN pour une durée moyenne de 20 jours. Les gens d'affaires dépensent beaucoup plus (3 800 \$CAN) que les personnes venues visiter leurs proches (2 656 \$CAN). Ajoutons que le budget est aussi fonction du type de voyage et de la durée du séjour⁸.

L'écotourisme

L'écotourisme connaît la croissance la plus rapide de toute l'industrie du voyage à Madagascar avec un taux annuel de 10 à 30 % contre une croissance globale du tourisme de 4 % par an⁹. Sur le marché touristique malgache, on note en particulier une hausse de la demande de produits écotouristiques axés sur la visite d'aires protégées. Les statistiques d'entrées compilées par l'ANGAP (Association nationale pour la gestion des aires protégées) depuis 1992 traduisent un intérêt de plus en plus marqué pour les parcs et les réserves naturelles de l'île (tableau 3).

En s'appuyant sur les quelques données touristiques disponibles à Madagascar, il est possible d'évaluer de façon approximative la proportion des écotouristes en comparant le nombre total des visiteurs étrangers qui pénètrent dans les aires protégées par rapport au total des arrivées touristiques dans une même année. Selon ces calculs, les écotouristes constituent 43 % de la demande touristique totale de Madagascar¹⁰.

Comme le présente le tableau 4, la grande majorité des arrivées de touristes étrangers à Madagascar provient de l'Europe (75 % des écotouristes et 82 % des touristes). Par ailleurs, la proportion d'écotouristes (43 %) par rapport à la demande touristique totale est appelée à croître, compte tenu du potentiel de Madagascar (diversité des paysages, faune et flore, richesse éthno-culturelle, diversité de ses sites naturels : grottes, formations calcaires, aires protégées, etc.).

Quelques perspectives d'avenir

Sur le plan touristique, Madagascar possède un certain nombre d'atouts qui représentent autant d'avantages comparatifs face aux autres destinations de l'océan Indien¹¹ :

- Sa géographie diversifiée autorise un tourisme aussi bien sédentaire (séjour balnéaire) qu'itinérant (circuits de découverte et d'ouverture) et mixte (circuits combinés à un séjour), ainsi que marginalement un tourisme de croisière et de plaisance ;
- Son image, bien que fragile et à construire, permet d'envisager un tourisme à budget élevé aussi bien qu'à budget moyen ;
- Son potentiel socioéconomique peut générer un tourisme captif non négligeable, qu'il relève du tourisme d'affaires ou du tourisme d'affinité.

TABLEAU 2

Recettes touristiques par principaux produits d'exportation (1997-2000) FMG et \$CAN

Principaux produits d'exportation	1997		1998		1999		2000	
	milliards de FMG	millions de \$CAN						
1 ^{er} Tourisme	371,146	86,736	483,586	113,013	624,988	146,059	821,034	191,875
2 ^e Crevette	328,348	76,734	375,794	87,823	496,212	115,964	625,380	146,150
3 ^e Café	168,383	39,351	217,060	50,726	188,011	43,938	55,390	12,944
4 ^e Vanille	48,761	11,395	129,909	30,359	173,417	40,527	138,476	32,362
Total	2 573,468	601,418	2 824,735	660,139	3 656,351	854,487	5 564,988	1 300,534

Source : Banque centrale de la République de Madagascar – 2001.

TABEAU 3

Évolution des entrées dans les réserves de l'ANGAP, de 1992 à 2000

Année	Nombre d'entrées	Indice 100 = 1992
1992	5 898	100
1993	14 962	254
1994	17 418	295
1995	36 236	614
1996	41 934	711
1997	50 333	853
1998	69 981	1 187
1999	79 812	1 353
2000	84 000	1 424

Source : ANGAP – 2001.

Ces conditions ont amené le gouvernement malgache à se fixer comme objectif l'atteinte de 400 000 touristes en 2005¹². Cet objectif est conditionnel à :

- une augmentation de la capacité du transport aérien ;
- une augmentation des infrastructures de liaison et d'équipements sociaux collectifs ;
- une amélioration de la compétence des opérateurs par une information, une formation et l'expérience suffisantes ;
- une amélioration de l'organisation et de la gestion de l'activité touristique en renforçant l'image touristique malgache pour une meilleure compétitivité ;
- une diversification et une concentration des activités dans des espaces sélectionnés.

Les objectifs énoncés par le gouvernement malgache et les actions à entreprendre pour y arriver nous semblent irréalistes. L'évolution observée de 1990 à 2000 ne permet cependant pas de soutenir un tel scénario de croissance des arrivées. Comme le montre le tableau 5, les deux modèles prévisionnels utilisés¹³ présentent des arrivées de voyageurs non-résidents de 175 000 à 230 000 à l'horizon 2003 et, si nous prenons le risque de pousser nos prévisions davantage¹⁴, seul l'intervalle supérieur de la tendance exponentielle permet d'atteindre l'objectif que le gouvernement s'est fixé. Ces conditions, bien qu'elles soient à la limite du possible sur le plan statistique, ne tiennent pas compte des récents problèmes socio-politiques qui se sont déroulés au cours de l'année 2002 et qui auront très cer-

TABEAU 4

Comparaison entre touristes et écotouristes, selon le pays de résidence (en 2000)

Pays de résidence	Touristes (% par rapport au total des arrivées touristiques)	Écotouristes
France	30,5 %	32 %
Réunion	6 %	4,5 %
Italie	8,8 %	10 %
Angleterre	6 %	6,5 %
Allemagne	20 %	7 %
Autres pays d'Europe	11 %	15 %
États-Unis et Canada	6,8 %	9,2 %
Afrique du Sud	0,8 %	4,4 %
Maurice	1,5 %	0,1 %
Autres	7,5 %	11,3 %

Source : Enquête du bureau d'études ORGASYS / Ministère du Tourisme et ANGAP – 2000.

TABEAU 5

Prévisions des arrivées de voyageurs non-résidents, selon deux modèles mathématiques, de 2001 à 2005

Année	Tendance linéaire	Tendance exponentielle
2001	154 003	174 197
2002	165 276	198 899
2003	176 549	227 105
2004	187 822	259 310
2005	199 094	296 082

Source : Nos calculs à partir des données du ministère du Tourisme de Madagascar.

tainement un effet sur la perception de la Grande île bien au-delà de cette année. Bien que Madagascar possède un potentiel touristique en grande partie sous-exploité, nous croyons que l'évolution des arrivées de voyageurs non-résidents sur la Grande île prendra une forme davantage linéaire – avec une chute en 2001 – qu'exponentielle. Cette croissance modérée peut représenter une réelle opportunité pour l'industrie touristique malgache de mieux structurer et diversifier son offre de façon à répondre non seulement à la demande internationale, mais aussi à la demande intérieure en émergence.

Jean Stafford est professeur au département d'études urbaines et touristiques de l'UQAM, **Bruno Sarrasin** est professeur substitué au département d'études urbaines et touristiques de l'UQAM et **Haja Ramahatra** est étudiant au MBA Recherche à l'UQAM.

Notes

- 1 Évaluations du ministère du Tourisme de la République de Madagascar, 2000.
- 2 *Idem*.
- 3 Moyenne géométrique.
- 4 Voir le « Projet de développement du tourisme à Madagascar : Études d'impacts du tourisme », ministère du Tourisme / Programme des nations unies pour le développement (PNUD) – 1992.
- 5 Ministère du Tourisme – 2001.
- 6 Voir notamment la loi n° 95-017 du 25 août 1995, le décret n° 2001-027 portant refonte du décret 96 773 du 3 septembre 1996 et les arrêtés du 19 avril 2001 qui fixent les normes exigées pour chaque catégorie d'établissements.
- 7 Ministère du Tourisme – 2001.
- 8 Ministère du Tourisme (2001), *Enquête tourisme 2000*, Projet MADIO, République de Madagascar, Antananarivo.
- 9 Ministère du Tourisme / ANGAP – 2001.
- 10 *Idem*.
- 11 Voir à ce sujet, Programme des nations unies pour le développement (PNUD) et ministère du Tourisme (2000), *Perspective touristique pour Madagascar*, République de Madagascar, Antananarivo.
- 12 Ministère du Tourisme – 2001.
- 13 $R^2 \geq 0,9$, tests de Fisher et Student significatifs au seuil de 5 %.
- 14 Pour faire des prévisions jusqu'en 2005, il aurait fallu idéalement avoir 15 années d'observations, soit de 1986 à 2000 ou de 1987 à 2001.