

ETUDE DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE TOURISTIQUE
POUR LES DESTINATIONS GRAND-EST ET GRAND SUD-EST DE MADAGASCAR
Termes de référence pour le recrutement d'un Cabinet de niveau international

1. CONTEXTE

Le Projet Pôles Intégrés de Croissance (PIC) est une des initiatives du Gouvernement de Madagascar. En 2021, le Gouvernement de Madagascar a obtenu un financement de la Banque mondiale pour financer une troisième phase du Projet PIC : le « Projet de transformation économique pour une croissance inclusive » (PIC3). Cette nouvelle phase s'étend jusqu'en 2027 et permettra (i) d'ajouter le Numérique comme nouveau secteur économique cible, en sus de l'Agrobusiness et du Tourisme ; et (ii) d'étendre les zones géographiques d'intervention du Projet à la côte Est, le long du Canal des Pangalanes.

Le PIC3 vise principalement à accroître les investissements privés et la croissance des Petites et Moyennes Entreprises dans des régions cibles de Madagascar à travers les secteurs Agrobusiness, Tourisme et Numérique. Le Projet PIC3 contribue également à la relance économique de Madagascar suite à la pandémie de COVID-19 qui affecte le pays depuis Mars 2020.

La phase actuelle du Projet (PIC2.2) intervient dans quatre (4) zones géographiques : la Région DIANA, la Région ATSIMO ANDREFANA, la Région ANOSY et l'île Sainte Marie. La nouvelle phase du Projet (PIC3) intervient dans six (06) zones géographiques supplémentaires : la Région ANALAMANGA pour le numérique et le corridor Est de Madagascar qui inclus la Région ANALANJIROFO, la Région ATSINANANA, la Région VATOVAVY, la Région FITOVINANY et la Région ATSIMO ATSINANANA.

L'approche intégrée du Projet l'amène à intervenir sur plusieurs axes complémentaires dont :

- L'amélioration de l'environnement des affaires au niveau national,
- Des appuis transversaux ou régionaux aux secteurs économiques cibles,
- La réhabilitation sélective d'infrastructures liées aux secteurs cibles,
- Le renforcement de la gouvernance locale,
- Des programmes de soutien financier et technique à l'entrepreneuriat et à des projets privés.

Etant une des initiatives du Gouvernement de Madagascar, le Projet PIC contribue à la mise en œuvre de la Politique Générale de l'Etat et des différentes politiques sectorielles, plus particulièrement la Politique publique du tourisme. La Feuille de route 2022 du secteur tourisme de Madagascar prévoit en effet de développer les axes stratégiques suivants : (1) la stimulation de l'investissement, (2) la promotion de la destination, (3) le renforcement de capacités des acteurs, (4) l'amélioration de la bonne gouvernance, (5) la transformation digitale, (6) le développement des partenariats et la mobilisation des ressources, et (7) le développement du secteur tourisme par une approche gouvernementale intégrée.

En conformité avec la Politique publique du tourisme et la Feuille de route 2022 du tourisme, les axes d'intervention du Volet Tourisme du Projet PIC comprennent essentiellement (i) le renforcement de la gouvernance institutionnelle et réglementaire du tourisme, (ii) l'amélioration des services et la diversification des produits touristiques, (iii) la relance de la promotion de la destination nationale et des régions d'intervention, (iv) la promotion des investissements touristiques et (v) le renforcement d'infrastructures locales liées au tourisme.

Les activités prioritaires du Volet tourisme du Projet PIC à mener au niveau régional vont être toutefois différentes : (i) des renforcements des acquis antérieurs pour les anciennes zones d'intervention dont

la destination Grand Nord (DIANA), la destination Grand Sud (ATSIMO-ANDREFANA et ANOSY) et l'île Sainte Marie, et (ii) desancements d'activités pour les nouvelles zones d'intervention dont la destination Grand Est (Axe ANALAMANGA, ATSINANANA, ANALANJIROFO, Sainte Marie) et la destination Grand Sud-Est (Axe Ranomafana, VATOVAVY, FITOVINANY, ATSIMO ATSINANANA).

C'est dans ce contexte que le Projet PIC recrute un Cabinet de niveau international pour mener une étude de l'offre et de la demande touristique pour les destinations Grand-Est et Grand Sud-Est de Madagascar.

2. OBJECTIFS

Visant principalement à soutenir à la fois la relance économique de Madagascar à travers l'appui au secteur privé et l'amélioration de la condition de vie de la communauté au niveau local, cette mission consiste spécifiquement à contribuer à la relance post-COVID du secteur tourisme et à une reconstruction plus durable et résiliente à Madagascar en appuyant la mise en œuvre de la Feuille de route du tourisme de Madagascar, notamment les aspects relatifs à la diversification de produits et à l'amélioration de services touristiques de la destination Madagascar en général et celles du Grand Est et du Grand Sud-Est en particulier.

Les résultats de cette mission constitueront un outil d'aide à la décision pour le Projet PIC et ses partenaires publics et privés dans les conceptions, les planifications et les coordinations de la mise en œuvre des divers appuis destinés au secteur du tourisme tels que le programme de valorisation de produits, le programme de renforcement de capacités, le programme d'amélioration des infrastructures publiques et les programmes relatifs à l'entrepreneuriat et aux investissements.

3. CHAMP ET ETENDUE DE LA MISSION

Les principaux domaines d'études et d'analyses de cette mission comprennent : l'organisation de voyages, l'accessibilité aux destinations/ produits, les services d'hébergement et de restauration, les ressources humaines, les produits et circuits touristiques (parcs et sites, culture, artisanat, ...), l'accueil/ information/ interprétation, acteurs et gouvernance local du tourisme, et les services qui contribuent à l'expérience touristique et la croissance du secteur (connectivité internet, etc.).

Les zones concernées par cette mission comprennent :

- La **DESTINATION GRAND EST** qui relie Antananarivo à Sainte Marie, incluant notamment les pôles touristiques de Mantasoa, Andasibe, Bricaville, Toamasina, Foulpointe, Mahambo, Fenerive Est, Sainte Marie, Mananara-Nord et Maroantsetra,
- La **DESTINATION GRAND SUD-EST** qui relie Antananarivo à Fort Dauphin (via la RN10), incluant notamment les pôles touristiques d'Antsirabe, Ambositra, Ranomafana, Mananjary, Manakara, Vohipeno, Farafangana et Vangaindrano,
- Le **CIRCUIT FIANARANTSOA COTE EST** (train FCE) qui inclut les pôles touristiques de Fianarantsoa, Sahambavy, Tolongoina, Manapatrana, Mahabako, Sahasinaka (et Manakara).
- Le **CIRCUIT CANAL DES PANGALANES** qui relie Toamasina à Mananjary, incluant notamment les pôles touristiques d'Ankanin'ny Nofy, Manambato, Ambila Lemaintso, (Bricaville), Vatomandry, Mahanoro et Nosy Varika.

Suivant la méthodologie que le Cabinet proposera, la mission doit couvrir les aspects suivants :

- Etat des lieux de l'offre de produits et services touristiques,
- Etat des lieux de la demande dans les destinations/ circuits cibles de la mission,
- Analyse du potentiel, des opportunités, des gaps et des besoins en appuis,
- Recommandations et planifications d'actions à mener

Sans être exhaustif, les tâches assignées au Cabinet sont :

3.1. Etat des lieux de l'offre de produits et de services touristiques

Cette étape de la mission vise essentiellement à donner un aperçu global de l'offre touristique sur chaque destination/ circuit touristique des zones-cibles de la mission, puis à décrire de manière détaillée les produits et les services touristiques de chaque pôle constitutif d'une destination/ circuit.

Les activités à mener par le Cabinet-consultant consistent à :

- Etablir une description globale de **l'offre touristique** dans chaque destination/ circuit touristique des zones de la mission : produits phares, marchés-cibles, accessibilité, saisonnalité, acteurs touristiques, données et statistiques touristiques, impacts de la crise COVID-19 et des cyclones en 2022, ...
- Etablir une cartographie exhaustive et une description détaillée des **produits touristiques** existants, exploités ou non exploités, dans chaque pôle touristique, incluant l'accessibilité, la gestion fonctionnelle et l'exploitation, les offres (diversité, qualité, prix, ...), les clientèles-cibles et les profils des visiteurs, la promotion, ...
- Etablir une cartographie exhaustive et une description détaillée des **services touristiques** existant dans chaque pôle touristique : hébergement, restauration, transport touristique, offres de visites (site, circuit, us et coutume, ...), incluant les offres touristiques (diversité, qualité, prix, ...), ressources humaines (qualité, disponibilité, formation, ...) et les services « indirectes » (connectivité internet, etc.),...
- Identifier/ énumérer les **acteurs institutionnels et opérationnels** du tourisme dans chaque pôle touristique - y compris les partenaires techniques et financiers, puis analyser les éventuelles interactions au niveau local/ régional/ national entre les acteurs ainsi identifiés,
- Analyser les **retombés économiques** (création d'emplois, revenus/ recettes connexes, taxe communale, vignette touristique, recettes des sites phares, ...) dans chaque destination/ circuit touristique.

3.2. Etat des lieux de la demande dans les destinations/ circuits

Cette étape de la mission vise essentiellement à donner un aperçu global de la demande touristique de chaque destination/ circuit touristique des zones-cibles de la mission, puis à analyser de manière détaillée les éventuelles demandes spécifiques de chaque pôle constitutif d'une destination/ circuit.

Les activités à mener par le Cabinet-consultant consistent à :

- Décrire et analyser la demande touristique de chaque destination/ circuit touristique : marchés-émetteurs profil des visiteurs, saisonnalité de visite, durée de séjour, produits-types consommés, dépenses estimatives, ...
- Identifier les principaux critères déterminatifs de demandes touristiques de chaque destination/ circuit,
- Etablir le scénario de projection à court, à moyen et à long terme de la demande touristique pour chaque destination/ circuit en tenant compte des principaux critères déterminatifs de demandes ainsi identifiés.

3.3. Analyse du potentiel, de l'opportunité et du besoin en appuis

Cette étape de la mission vise à la fois à (i) déterminer le potentiel de croissance et de renforcement de la contribution économique du tourisme pour chaque destination/ circuit, (ii) identifier les produits touristiques phares de chaque pôle touristique et de chaque destination/ circuit touristique qui pourraient stimuler cette croissance, suivant des critères à proposer dans la méthodologie d'approche du Cabinet-consultant, puis (iii) déterminer les besoins en appuis nécessaires au développement des produits touristiques phares et destinations ainsi identifiés.

Sur la base des informations et données collectées de la phase précédente, les activités à mener par le Cabinet consultant consistent à :

- Réaliser une analyse FFOM (Forces-Faiblesses-Opportunités-Menaces) des produits touristiques de chaque pôle,
- Déterminer les produits touristiques phares de chaque destination/ circuit touristique cible de la mission, sur la base de leur potentiel pour la croissance de la destination
- Mettre en exergue les besoins en appuis nécessaires au développement des produits touristiques phares ainsi identifiés : infrastructures, services, intrants agricoles, renforcement de capacités, promotion de la destination/ investissement, pour améliorer l'offre et satisfaire la demande identifiée

Les listes des « produits touristiques phares » et des besoins en appuis à retenir feront l'objet de validations au préalable auprès des parties prenantes concernées (DIRTO, opérateurs touristiques au niveau régional, Projet PIC, ...) lors de la présentation du livrable de cette étape.

3.4. Recommandations et planifications des actions à mener

En se basant sur les résultants des étapes précédentes, pour chaque destination/ touristique et pour chaque produit phare identifié, le Cabinet résumera ses recommandations sous forme de concept note incluant les orientations stratégiques et les activités à réaliser à court, à moyen et à long terme.

Les recommandations devront inclure les aspects relatifs aux (i) OFFRES TOURISTIQUES – incluant notamment les produits (infrastructure, site et circuit, ...) et les services (hébergement, restauration, ressources humaines, formation, ...), (ii) DEMANDES TOURISTIQUES (promotion, organisation de voyages, ...), et aux (iii) RETOMBES ECONOMIQUES.

4. ORGANISATION DE LA MISSION

La durée d'intervention de la mission est estimée **150 hommes jours étalés sur six (6) mois**.

La prestation est prévue démarrer en **Août 2022**.

Cette mission doit tenir compte les différents outils de gestions et/ou de planifications du secteur tourisme à Madagascar tels que la Politique publique du tourisme, la stratégie et plan de développement du tourisme national, la stratégie et plan de développement du kite surf, la feuille de route du secteur privé du tourisme, et les divers outils de planification au niveau régional et local tels que le Plan de développement régional et les plans communaux de développement.

En outre, il est nécessaire d'impliquer autant que possible les entités publiques et privés du tourisme tels que le Ministère du tourisme et ses démembrements au niveau régional (Directions régionales du tourisme, Offices régionaux du tourisme, ...), les associations et groupements des opérateurs touristiques au niveau central et dans les régions (Confédération du Tourisme de Madagascar, Groupement des tours opérateurs, Fédération Nationale des Guides, Association régionale/ locale des guides, les gestionnaires des sites, ...).

Les interlocuteurs du Consultant pour cette mission seront le Coordonnateur National et le Responsable Tourisme du Projet PIC.

5. LIVRABLES

Le tableau suivant résume les livrables et les échéances correspondant de cette mission :

	LIVRABLES	ECHÉANCE après signature du contrat
L1	Rapport de démarrage incluant la méthodologie d'approche à adopter et le calendrier de la mission.	10 jours
L2	Etat des lieux de l'offre de produits et de services touristiques, incluant <ul style="list-style-type: none">- la description globale de l'offre dans chaque destination,- la cartographie et la description détaillées des produits dans chaque pôle,- la cartographie et la description détaillées des services dans chaque pôle,- la liste et les attributions des acteurs touristiques dans chaque pôle- l'analyse des retombés économiques	60 jours
L3	Etat des lieux de la demande pour chaque destination/ circuit cible, incluant <ul style="list-style-type: none">- la description et l'analyse de la demande,- les principaux critères déterminatifs de demandes,- des scénarios de projection de la demande.	90 jours
L4	Analyse du potentiel, de l'opportunité et du besoin en appuis, incluant <ul style="list-style-type: none">- l'analyse FFOM des produits touristiques de chaque pôle,- la liste des produits touristiques phares de chaque destination/ circuit,- les besoins en appuis nécessaires au développement des produits phares.	120 jours
L5	Recommandation et planification des activités à mener, incluant le concept note pour le développement de chaque destination/ circuit/ pôle touristique.	150 jours

Chaque livrable fera l'objet d'une présentation et de discussions avec les parties prenantes publiques et privés concernées, au niveau central et de chaque zone concernée.

6. PROFIL DU CABINET

Le Cabinet doit être de niveau international disposant de (i) expériences en matière d'études sur le développement de produits et services touristiques ou économie du tourisme, pendant les sept (7) dernières années et (ii) des expériences similaires à Madagascar ou dans des destinations touristiques similaires.

Le Cabinet doit également disposer d'une équipe dédiée et qualifiée pour la présente mission, composée d'au moins :

- Un expert de niveau international Titulaire d'au moins un Master en développement du tourisme et/ou économie du tourisme ou autres domaines pertinents liés à la mission,
- Disposant d'expériences effectives d'au moins sept (7) ans sur des missions similaires dans des destinations en développement,
- Bonne connaissance du contexte opérationnel et commercial du tourisme dans le monde,
- Bonnes capacités d'écoute, de dialogue, d'analyse, de synthèse et de rédaction,
- La connaissance du contexte de la destination Madagascar serait un atout,
- Maîtrise du français et/ou de l'anglais
- Disponible de suite

Un Expert de niveau national en tourisme

- Titulaire d'un Master en tourisme ou dans d'autres domaines pertinents liés à la mission,
- Disposant d'expériences probantes d'au moins sept (7) ans dans le secteur du tourisme et du voyage à Madagascar, incluant l'analyse de marchés, l'organisation de voyage, les produits et/ou services touristiques ...
- Bonne connaissance des destinations touristiques de Madagascar en général et celles des zones de la mission en particulier,
- Maîtrise de la langue française et du malagasy officiel,
- Disponible de suite.

Un Guide touristique de niveau national

- Titulaire d'un Licence en tourisme ou dans d'autres domaines
- Disposant d'expériences professionnelles de plus de cinq (5) ans dans le domaine de guidage touristiques,
- Maitrisant des produits et services touristiques dans les destinations cibles de la mission,
- Maitrise de la langue française, du malagasy officiel et des dialectes des zones de la mission,
- Disponible de suite.