

Assistance technique en appui au développement du tourisme national à Madagascar TERMES DE REFERENCE

1. CONTEXTE GENERAL

Le Gouvernement de Madagascar s'est fixé comme objectif d'atteindre 500.000 arrivées de touristes internationaux en 2023. Cette croissance devrait générer jusqu'à USD 1,4 milliard de recettes touristiques, entraînant la multiplication par deux du nombre d'emplois directs dans les hôtels et les entreprises touristiques, et faisant passer la contribution directe du tourisme au PIB de 5,1 à 8 %. Le développement du tourisme national fait partie des axes stratégiques pour atteindre ces objectifs.

Les statistiques officielles de 2019 ont enregistré 383.717 touristes internationaux et la croissance annuelle moyenne observée entre 2009 et 2019 était de plus de 11,5% (MTTM, février 2020). Par ailleurs, une augmentation de plus de 29% des arrivées touristiques à Madagascar était prévue sur le premier semestre 2020.¹

La pandémie COVID-19 a touché de manière importante les principaux marchés émetteurs de la destination Madagascar qui ont été parmi les premiers à décréter des mesures de restrictions de déplacement. D'autre part, la quasi-fermeture des frontières de Madagascar - excepté à Nosy Be à partir d'octobre 2020 - a provoqué la baisse des arrivées touristiques. Une enquête menée auprès des entreprises a confirmé que le tourisme est le secteur de l'économie le plus affecté avec une baisse de la production et de la demande de, respectivement de 92% et 89%.²

Pour atteindre les objectifs fixés au préalable d'une part, et d'autre part, pour atténuer les impacts de la pandémie et soutenir la relance post COVID-19 du tourisme, le Ministère des Transports, du Tourisme et de la Météorologie (MTTM) a confirmé les axes stratégiques suivants pour le développement du tourisme : (i) l'amélioration de l'accessibilité maritime et aérienne ; (ii) la diversification et l'amélioration de l'offre touristique ; (iii) l'augmentation de la capacité et de la qualité de l'offre hôtelière ; (iv) le renforcement de la promotion de la destination Madagascar et des régions et (v) le développement du tourisme national.

Le Projet Pôles Intégrés de Croissance et Corridors (PIC2) est une initiative du Gouvernement de Madagascar financée par la Banque Mondiale pour la mise en œuvre du Plan Emergence Madagascar (PEM) et de la Politique Générale de l'Etat (PGE). Le Projet PIC2 vise principalement à soutenir une croissance durable des secteurs de l'agribusiness et du tourisme.

Du fait de la COVID-19, le Projet PIC2 a été restructuré afin d'apporter des réponses immédiates à la crise. A ce titre, une nouvelle composante d'activités du Projet PIC2- dédiée à appuyer la mitigation des impacts COVID-19 et au plan de relance post COVID-19 - a été activée. En lien avec le Plan Multisectoriel d'Urgence du Gouvernement (PMDU), les objectifs de ces appuis d'urgence consistent entre autres à appuyer le Ministère en charge du tourisme dans la gestion de la crise sanitaire et dans la relance du tourisme à Madagascar, y compris le développement du tourisme national.

Dans ce cadre, le MTTM, avec l'appui du Projet PIC2, recrute un consultant individuel afin de faire une analyse du marché et une évaluation du potentiel du marché du tourisme national à Madagascar.

¹ Forward Keys, Juin 2020

²MEF & INSTAT, Août 2020

2. OBJECTIF ET ETENDUE DE LA MISSION

L'objectif de la mission est de faire une analyse du marché existant, d'évaluer le potentiel du tourisme national à Madagascar et de proposer une stratégie et un plan d'actions réaliste relatif au développement du tourisme national selon les conclusions de l'analyse.

La mission sera répartie en trois (3) phases :

- Phase 1 : Etat de lieux du tourisme national
- Phase 2 : Diagnostic et évaluation du potentiel du tourisme national
- Phase 3 : Stratégie et plan de développement opérationnel

Sans être exhaustif, les tâches à réaliser par le Consultant comprennent :

2.1. Phase 1 : Etat de lieux du tourisme national(30 hommes-jours)

Cette Phase consiste en une revue documentaire, une analyse des données disponibles et (dans la mesure du possible)une enquête auprès des opérateurs/ visiteurs en vue de faire un diagnostic de la situation du tourisme national en examinant l'offre, la demande, la concurrence et les tendances du marché, tout en intégrant le contexte de la crise sanitaire COVID-19.

ANALYSE DE L'OFFRE :

- Identification des principales destinations de tourisme national et de leurs caractéristiques (localisation, accès, mode de transport, durée, activités & attractions, parties prenantes, etc.),
- Politique marketing adoptée par les acteurs : typologie de produits, tarification, commercialisation, promotion et communication...

ANALYSE DE LA DEMANDE :

- Description et analyse de la fréquentation touristique : volume et typologie de touristes, activités recherchées, saisonnalité, durée de séjour, budget estimatif...
- Description des profils et comportements des voyageurs : profils (âge, sexe, mode et motif voyage, profession, revenu...), provenance, motivation de voyage, choix de destination, ...

ANALYSE DES DESTINATIONS DE TOURISME NATIONAL, A MADAGASCAR ET A L'EXTERIEUR (OUTBOUND)

- Identification des critères d'évaluation et de positionnement (prix, qualité des services, originalité, activités disponibles, centres d'intérêt, ...)
- Identification des tendances et autres éléments affectant les décisions et le comportement des touristes nationaux (ex : COVID-19, baisse de revenus, insécurité, etc.)

2.2. Phase 2 : Diagnostic et évaluation du potentiel de marché du tourisme national (10 hommes-jours)

Cette phase consiste à confronter les analyses de l'offre, de la demande, de la concurrence et des tendances dans le but de connaître les forces et les faiblesses du tourisme national ainsi que les opportunités et les risques que porte ce marché. Les activités comprennent notamment

- Evaluation du potentiel de marché du tourisme national sur la base des données disponibles (démographiques, économiques, sociales, etc.) et d'hypothèses d'évolution du marché à court, moyen et long terme,
- Analyse et priorisation des forces et les faiblesses du tourisme national,
- Analyse et priorisation des opportunités et des risques.
- Réalisation d'un benchmark de bonnes pratiques internationales en termes de développement du tourisme national sur d'au moins 3 pays de contextes comparables à Madagascar, notamment dans le contexte de crise, et en mettant en exergue les facteurs de réussite et de blocage du développement du tourisme national (ex : population avec un fort pouvoir d'achat, etc.). A partir de ce benchmark, faire une proposition de 4 à 5 pratiques clés applicables à Madagascar.

- Etablissement des principales conclusions et recommandations pour le développement du tourisme national, suivant les analyses précédentes.

2.3. Phase 3 : Elaboration d'une stratégie et d'un plan d'actions opérationnel(20 hommes-jours)

Sur la base des résultats des Phases 1 et 2, cette Phase 3 vise à proposer les orientations stratégiques avec planification opérationnel pour les acteurs du tourisme national tels que le MTTM, l'ONTM et les ORTs.

Les activités à réaliser par le Consultant comprennent :

- Elaboration d'une stratégie de trois ans du développement du tourisme national, incluant les objectifs, les résultats attendus et les axes d'interventions.
- Etablissement d'un plan d'action opérationnel de 12 mois qui tiendra compte des conclusions et des recommandations des 2 phases précédentes
- Accompagnement à la mise en œuvre du plan de développement : élaboration de termes des références

3. DUREE ET MODALITE DE LA MISSION

- La durée de la mission est estimée à **60 hommes-jours** étalés sur une période de six (6) mois au maximum, y compris la phase d'accompagnement à la mise en œuvre du plan d'action opérationnel.

Le démarrage de la mission est prévu pour le mois de Mai 2021.

Le Consultant travaillera en étroite collaboration avec les acteurs publics et privés du secteur tourisme tel que le MTTM, l'ONTM, les ORT et CTM.

Les interlocuteurs du Consultant pour cette mission seront le Coordonnateur de projets tourisme du MTTM et le Responsable Tourisme du Projet PIC2.

4. LIVRABLES

Les livrables attendus de cette mission sont :

- **Livrable 1** Méthodologie d'approche basée sur les termes de référence et calendrier de la mission.
- **Livrable 2** Etat des lieux du tourisme national, incluant les analyses de l'offre, de la demande, de la concurrence et des tendances du marché.
- **Livrable 3** Evaluation du potentiel du marché du tourisme national, incluant les analyses SWOT, le benchmark international, les principales conclusions et recommandations correspondantes.
- **Livrable 4** Stratégie et plan d'actions opérationnel pour de développement du tourisme National
Le livrable 4 sera présenté aux entités publiques et privées concernées.
- **Livrable 5** Rapport final de la mission, incluant le résumé global de la mission et des travaux d'accompagnement à la mise en œuvre du plan d'actions opérationnel

Le Consultant adressera ses livrables à MTTM et au Projet PIC2.

5. PROFIL DU CONSULTANT

- Niveau Master en économie ou développement du tourisme ou autres domaines pertinents.
- Expérience professionnelle de plus de 10 ans dans le développement du tourisme.
- Bonne connaissance du tourisme nation a là Madagascar : offre, demande, et tendances du marché.
- Connaissance du développement du tourisme dans d'autres destinations du même contexte que Madagascar et des tendances du tourisme mondial, serait un atout.
- Bonne capacité de rédaction, d'analyse et de synthèse.
- Maitrise parfaite du français.