

Développement des Destinations Est de Madagascar

Rapport de démarrage
Juillet 2023





Sommaire

**Objectifs de la mission et
méthodologie proposée**

Synopsis des destinations

- a) Route de l'Est
Antananarivo – Sainte
Marie – Masoala
- b) Canal des Pangalanes
- c) Ligne Fianarantsoa
Côte Est (FCE)
- d) La Route du Sud Est

**Consultation des opérateurs
nationaux**

**Sondage des Tour Opérateurs
internationaux**

**Tendances post covid du
tourisme international**

Conclusions générales

Objectif: évaluation de l'offre et de la demande touristiques en vue d'un programme de post covid conforme aux besoins et exigences du marché

Etapes	Activités	Résultats attendus	Ressources impliquées	Calendrier
Collecte de données et revue documentaire	- Collecte et traitement des données primaires	Synopsis des 4 destinations : - Circuit Est	- Equipes PIC central & locales - MINTOUR & DIRTOUR	Avril à juin 2023
	- Recherche et synthèse de rapports & documents sur le tourisme national et international	- Canal des Pangalanes - Ligne Fianarantsoa Côte Est (FCE) - Circuit Sud Est Les grandes tendances post-covid du marché international	- Institutions publiques : Régions, ADEMA, AMPF, etc. - Gestionnaires de sites - Sources de données : UNWTO, IPSOS, guides de voyage	
Consultation opérateurs nationaux et internationaux	- Organisation d'un atelier de démarrage pour les acteurs nationaux du tourisme	- Principales problématiques des destinations étudiées	- Groupements professionnels du tourisme : CTM, FHORM, TOP, Fédération des Guides	Avril à juin 2023
	- Sondage en ligne des Tour Opérateurs internationaux	- Liste des priorités à aborder selon les acteurs nationaux et internationaux	- Tour Opérateurs réceptifs	
Missions sur terrain et consultation acteurs locaux du tourisme	- Evaluation de l'offre existante	- SWOT et gap analysis des destinations	- Equipes locales PIC	Avril à octobre 2023
	- Collecte d'images	- Confirmation des Unique Selling Points (USP) de chaque destination	- DIRTOUR	
	- Cartographie	- Identification des couples produits / marchés prioritaires	- Associations des acteurs du tourisme	
	- Organisation d'ateliers avec les acteurs locaux, publics et privés			
Restitution finale des conclusions et propositions	- Compilation des actions proposées suite aux consultations d'acteurs et aux différentes analyses	- Programme de développement des 4 destinations : objectifs, couples produits / marchés cibles, activités prioritaires	- Equipes PIC central & locales - MINTOUR & DIRTOUR	Août à novembre 2023
	- Evaluation des potentiels de marché des marchés prioritaires		- Groupements professionnels	

Organisation: 4 destinations à traiter, 3 missions sur terrain, 3 équipes

Les facteurs climatiques et les conditions des routes imposent de réaliser les missions Nord Est et Canal des Pangalanes après la saison cyclonique et avant les pluies de l'Est, soit entre début avril et début juin.

N°	Produit touristique	Trajet	Moyens de transport	Equipe terrain
1	Canal des Pangalanes	Tana - Mantasoa - Andasibe - Mahanoro - Canal des Pangalanes - Mananjary - Ranomafana - Antsirabe - Tana	Véhicules 4x4 Bateau fluvial	Jan Wigsten Patricia Rajeriarison Lanto Razafimahatratra Marc Rafitoson
2	Grand Est	<u>Est Classique</u> : Tana - Brickaville - Ambila - Tamatave - Soanierana Ivongo - Ste Marie <u>Nord Est</u> : Ste Marie - Soanierana Ivongo - Antanambe - Sahasoa - Nosy Antafana - Seranambe - Mananara Nord - Rantabe - Maroantsetra - Masoala - Maroantsetra	Véhicules 4x4 Train Bateau fluvial et maritime Bateau maritime (2 fois) Véhicules 4x4 Avion	Bertrand Carrier Laurence Duband Lanto Razafimahatratra Armel Andriniaina
3	Ligne Fianarantsoa Côte Est (FCE)	Tana - Ambositra - Fianarantsoa - Manakara	Véhicules 4x4 Train	Jean-Christophe Guérin Patricia Rajeriarison Lanto Razafimahatratra
4	Sud Est	Manakara - Farafangana - Vangaindrano - Sandraviny - Manantenina - Ste Luce - Fort Dauphin	Véhicules 4x4 Avion	Safidy Andrianantenaina

Synopsis des Destinations Est

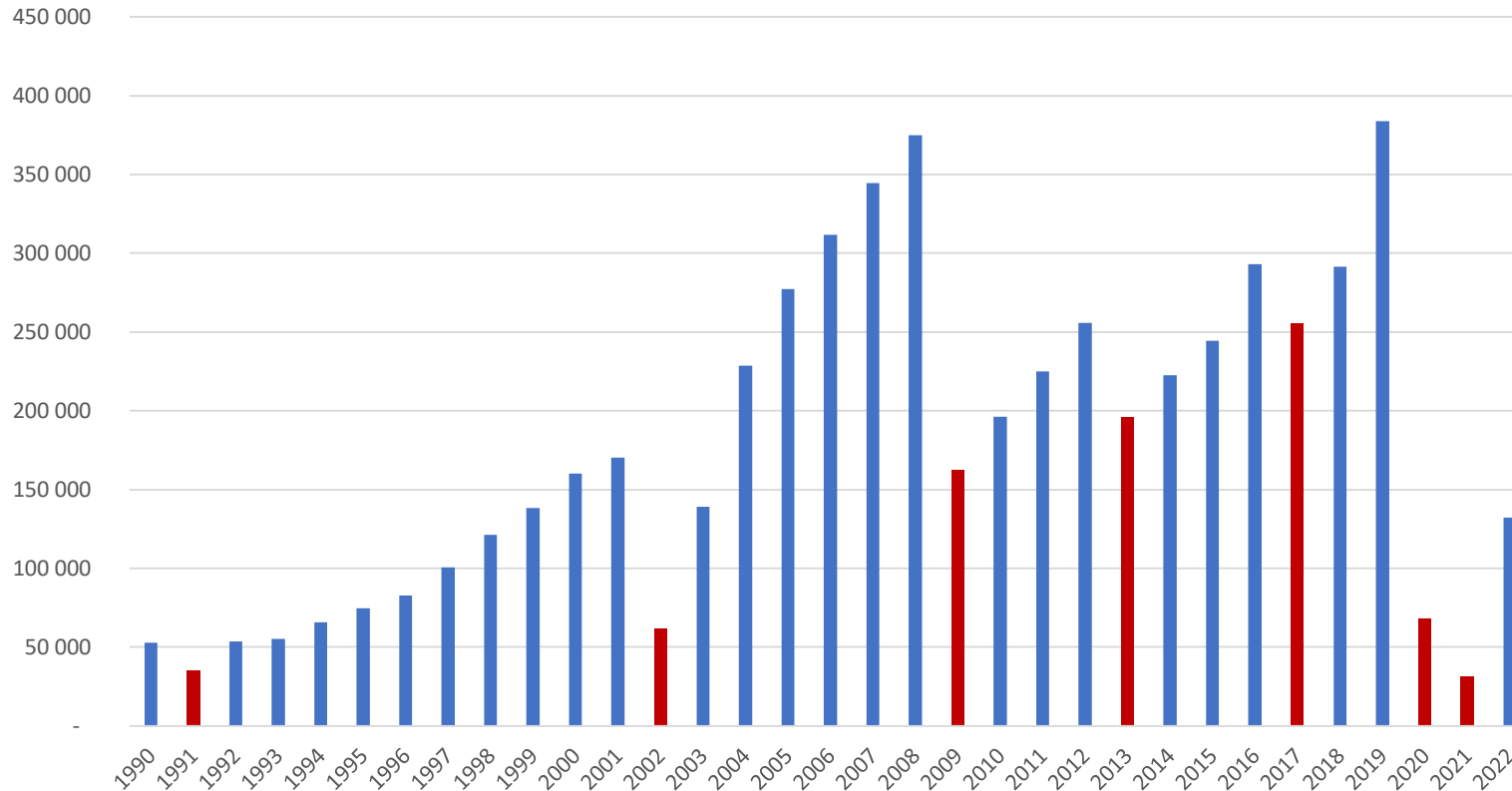
Données et documents sources

- Plan de Développement du Tourisme 2004 (MINTOUR)
- Enquêtes visiteurs 2000 (MADIO), 2008 (ATW) et 2012 (FTHM)
- Plans Régionaux de Développement (PRD): Analanjirofo, Atsinanana, Fitovinany, Anosy
- Valorisation & Sauvegarde du Canal des Pangalanes
- INSTAT: Tableau de Bord Economique n°38, janvier 2020
- Flux de passagers transport aérien (ADEMA)
- Newsletters du Tourisme (MINTOUR)
- Capacités d'hébergement (MINTOUR / DIRTOUR)
- Entrées visiteurs: Madagascar National Parks & Sahanala Allée des Baobabs
- Guides de voyage: Lonely Planet (2019), Le Routard (2020 – 2021), Bradt Guide (2020)



Destination Madagascar: reprise mesurée en 2022, plus accentuée en 2023

Evolution des arrivées 1990 -2022



La connectivité aérienne internationale est totalement rétablie, à l'exception des vols directs en provenance des Comores. Des incertitudes demeurent sur la situation de la compagnie aérienne nationale et une programmation optimale des vols domestiques. **Sur les 7 premiers mois de 2023, 111.105 arrivées internationales ont été recensées (+181% vs. 2022)** et il est probable que le seuil de 200.000 arrivées soit dépassé cette année.

- Le Ministère du Tourisme a enregistré 132.018 arrivées en 2022, ce qui correspond à 34% des arrivées 2019. **L'année 2023 est prometteuse avec 53% des arrivées 2019 pour les 7 premiers mois de juillet.**
- Madagascar National Parks (MNP) a enregistré en 2022 115.457 entrées, soit 51% du volume de visiteurs de 2019** et au cours du 1^{er} semestre 2023, 88% des entrées 2019 sur la même période.
- L'Allée des Baobabs a accueilli 31.240 visiteurs en 2019 et 10.890 pendant le 1^{er} semestre 2023, ce qui dépasse de 25% les chiffres 2019 sur la même période.
- Les Aires Protégées les plus visitées sont, dans l'ordre: Nosy Tanikely, Isalo, Andasibe, Allée des Baobabs, Ranomafana et Bemaraha. **Sur ces 6 premiers, seules Andasibe et Ranomafana font partie de la Destination Est.**

Enquêtes visiteurs: principales conclusions sur la Destination Est



Trois enquêtes visiteurs ont été réalisées à Madagascar pour mieux analyser la demande et la perception des touristes après leur séjour à Madagascar: la première en 2000 par l'équipe MADIO / INSTAT dans le cadre du Programme d'Appui à la Maison du Tourisme (PAMT), la deuxième en 2008 pour le compte du Projet PIC et l'ONTM par le cabinet ATW et la troisième en 2012 toujours pour le compte du Projet PIC et l'ONTM par le cabinet FTHM.

Intitulé / questions	2000	2008	2012
Tourisme motif de voyage	63%	63%	53%
Revenants (+ d'une fois)	38%	41%	40%
Satisfaction destination	77%	89%	86%
Voyages organisés (TO)	21%	34%	44%

Le tourisme de loisirs reste la principale motivation de voyage à Madagascar vis-à-vis du tourisme d'affaire ou du tourisme affinitaire. Le taux de revenants est élevé par rapport à d'autres destinations.

Zones les plus fréquentées	2000	2008	2012
Sud	40%	38%	23%
Nord	24%	29%	21%
Est	18%	31%	14%
Ouest	13%	10%	10%
Hautes terres	5%	92%	17%

Sites / activités	2000	2008	2012
Sainte Marie	16%	20%	
Fort Dauphin	9%	6%	6%
Tamatave	9%	19%	
Andasibe	7%	5%	27%
Ranomafana	4%	4%	31%
Manakara		10%	
Mananjary		2%	
Canal des Pangalanes		2%	
Maroantsetra		2%	
FCE			11%

La Destination Est est moins fréquentée que le Sud et son circuit iconique RN7, et le Nord avec Nosy Be comme locomotive. Les voyages organisés ont pris de l'importance au fil des années en même temps qu'une plus grande diversification des marchés émetteurs.

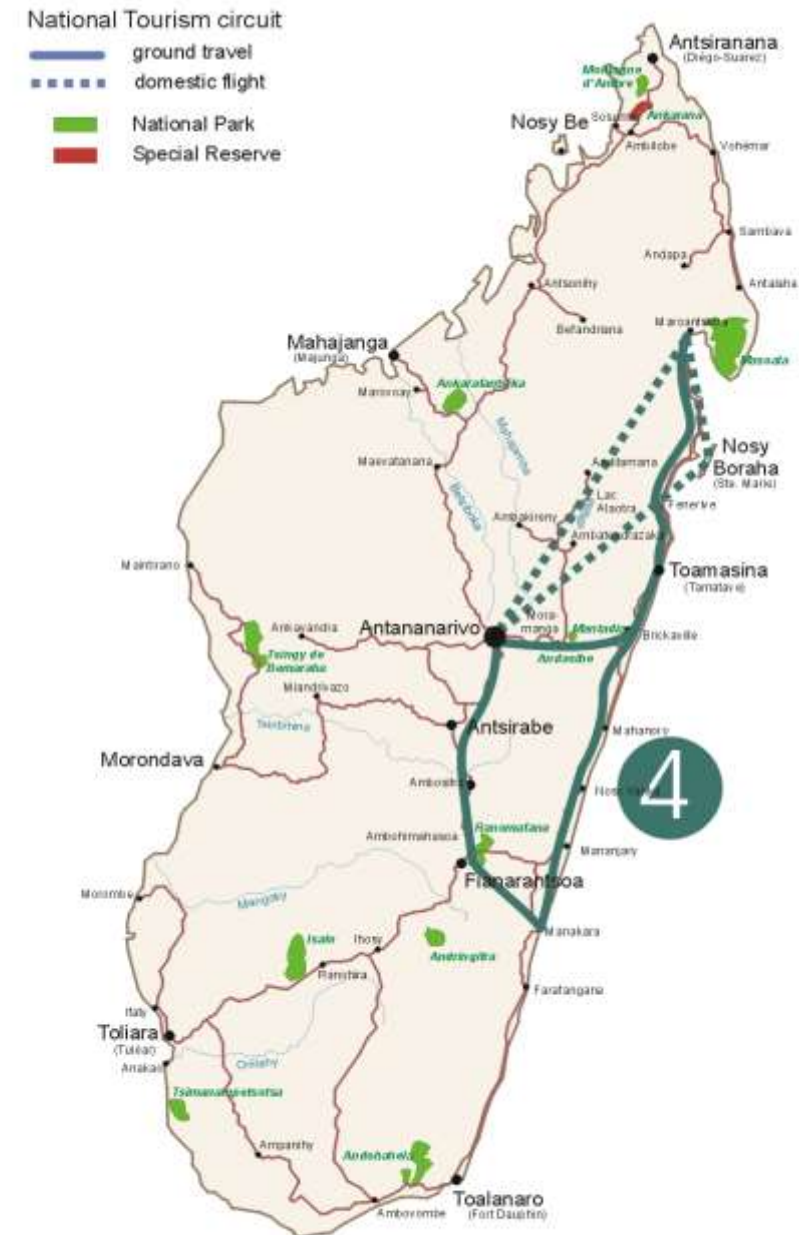
Circuit Est dans le Plan de Développement du Tourisme de 2004 – Découverte de la Jungle

- **Boucle de 14 à 21 jours** au départ d'Antananarivo se terminant à Sainte Marie
- Principales attractions (dans l'ordre du trajet)

- Parc National **Ranomafana** (route)
- Ligne Fianarantsoa Côte Est - **FCE** (train)
- **Canal des Pangalanes** (bateau)
- Parc Marin **Mananara Nord** (route)
- Parc National **Masoala** (bateau)
- Ile **Sainte Marie** (avion)

Le Parc National Andasibe était présenté comme une option après Ambila pour une version courte du circuit, en compensation de Masoala

- Actions prioritaires
 - Réhabilitation de la RN25 de Manandroy (RN7) à Manakara
 - Amélioration de l'hébergement à Fianarantsoa et Manakara
 - Réhabilitation du Canal des Pangalanes entre Mananjary et Mahanoro
 - Réhabilitation de l'accès routier entre Ambila Lemaitso et Brickaville
 - Amélioration des transferts bateau entre Sainte Marie et la Grande Terre
 - Réhabilitation de la RN5 entre Soaniaerana Ivongo et Maroantsetra
 - Mise en place de transferts bateau entre Maroantsetra et Sainte Marie
 - Mise place de vols domestiques entre Maroantsetra et Sainte Marie



La Destination Est décrite par les guides de voyage: Lonely Planet (2019), Le Routard (2021), Bradt (2020)

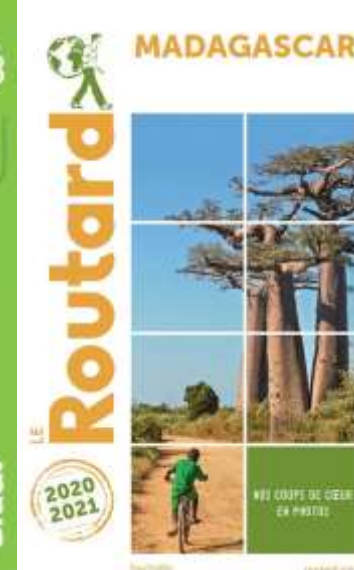
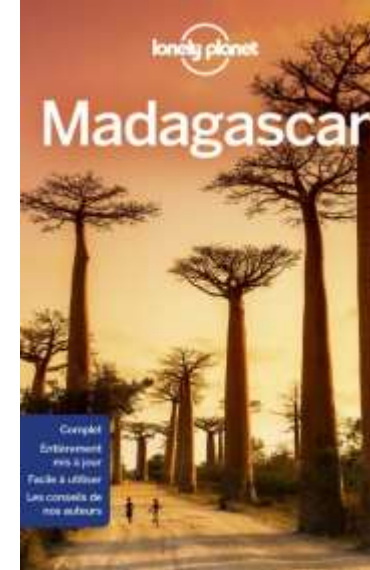
Quatre principaux produits touristiques

- La Route de l'Est d'Antananarivo à Tamatave incluant Andasibe et le Canal des Pangalanes Nord
- L'île Sainte Marie
- La Baie d'Antongil et la Péninsule Masoala
- La Route du Sud-Est de Ranomafana à Fort-Dauphin incluant Mananjary

Meilleure période de voyage: d'août à décembre

Ce qu'il ne faut pas manquer

- Les Indri à Andasibe
- Le Canal des Pangalanes
- L'île aux Nattes et les baleines à Sainte Marie
- Le Parc National Masoala (bonne condition physique requise)
- Le train Fianarantsoa Côte Est (FCE)
- Le Parc National Ranomafana
- Les Réserves de Berenty et de Nahampoana



- Nombre limité de touristes: sentiment d'exclusivité
- Paysages luxuriants
- Scènes de vie inédites
- Dimension historique et culturelle: traditions, sites historiques, plantations de produits de rente



- Pluie et humidité
- Bacs (ferrys) multiples
- Déforestation dans les Parcs Nationaux
- Mer agitée et dangereuse pour les baignades
- Moustiques et mokafohy

La Route de l'Est: Antananarivo – Andasibe – Akanin'ny Nofy – Tamatave – Sainte Marie – Maroantsetra

- 4 régions traversées: Analamanga, Alaotra Mangoro, Atsinanana, Analanjirofo. Le tourisme joue un rôle important mais arrive après des secteurs importants comme les mines (Ambatovy), l'agri-business (vanille, girofle, etc.), la pêche et les activités portuaires
- 3 Parcs Nationaux de classe internationale dont un classé patrimoine mondial de l'UNESCO: Analamazaotra & Mantadia (Andasibe), Parc National Mananara Nord & Parc Marin Nosy Antafana, Parc National Masoala & Nosy Mangabe
- Connectivité aérienne: 1 aéroport national (WMN), 2 aéroports régionaux (SMS, TMM)
- Infrastructures routières en mauvais état: RN2 et RN5
- Tourisme de croisière: 1.100 passagers débarqués en 2022 dans la région Analanjirofo
- Capacité d'hébergement (chambres)
 - Andasibe: 350
 - Tamatave & Foulpointe: 1.170
 - Sainte Marie: 590
 - Maroantsetra et Masoala: 150



La Route de l'Est: quelques données et chiffres

Evolution entrées de visiteurs Analamazaotra & Mantadia 2017 - 2023

Année	2017	2018	2019	2020	2021	2022	S1 2023
Etrangers	22 911	24 338	26 009	1 566	673	9 885	5 617
Nationaux	8 257	9 367	10 862	2 237	3 341	6 341	2 840
Total	31 168	33 705	36 871	3 803	4 014	16 226	8 457
% de croissance	5%	8%	9%	-90%	6%	304%	138%

Top 3 origine visiteurs (2019)

- Etats-Unis: 16%
- Royaume Uni: 14%
- Allemagne: 12%

Les agences ont représenté 71% des entrées en 2019
20 agences nationales réalisent 54% des entrées
Saisonnalité: avril à décembre avec un pic en octobre

Evolution entrées de visiteurs Masoala 2017 - 2023

Année	2017	2018	2019	2020	2021	2022	S1 2023
Etrangers	3 216	3 300	3 598	67	76	2 090	837
Nationaux	401	363	590	413	457	458	287
Total	3 617	3 663	4 188	480	533	2 548	1 124
% de croissance	3%	1%	14%	-89%	11%	378%	465%

Top 3 origine visiteurs (2019)

- Etats-Unis: 25%
- Allemagne: 14%
- France: 13%

Les agences ont représenté 96% des entrées en 2019
Saisonnalité: 85% des entrées se font pendant le 2^{ème} semestre
avec un pic en octobre / novembre



Le Canal des Pangalanes Sud: Antsapanana – Vatomandry – Mahanoro – Nosy Varika – Mananjary – Manakara – Ranomafana

- 3 régions traversées: Atsinanana, Vatovavy, Fitovinany
Ces régions sont tournées vers les filières agricoles de produits locaux et de rente, la production d'huile essentielle, la pêche fluviale et maritime, les mines (graphite, pierres fines) et seulement après le tourisme, concentré sur Ranomafana et dans une moindre mesure le Canal des Pangalanes
- Un Canal long de 200km entre Mahanoro et Mananjary, trois jours de croisière fluvial
- Une biodiversité importante matérialisée par un seul Parc National faisant partie des forêts de l'Est, classé Patrimoine Mondial: Ranomafana qui a aussi la particularité d'abriter des sources thermales ainsi qu'un centre de recherche sur les lémuriens affilié à une université américaine.
- Connectivité aérienne: 1 seul aéroport national (MNJ) actuellement non desservi par les vols réguliers domestiques
- Routes très dégradées: RN11a entre Vatomandry et Mahanoro et RN11 entre Mananjary et Nosy Varika
- Capacité d'hébergement (chambres)
 - Vatomandry: 200
 - Mahanoro: 80
 - Mananjary: 140
 - Manakara: 300
 - Ranomafana: 250



Le Canal des Pangalanes: quelques données et chiffres

Valorisation du Canal: projet conjoint entre Madagascar et le Maroc

Le Gouvernement du Maroc a entrepris en 2017 une étude visant à réhabiliter le Canal entre Tamatave et Farafangana. Elle a abouti à un vaste projet minier régional faisant de Mahanoro un complexe industriel et logistique pilote. Le développement touristique est mentionné dans la mesure où l'accès aux sites touristiques sera facilité. Le Gouvernement a initié une autre étude en 2023 pour approfondir les propositions du projet marocain.

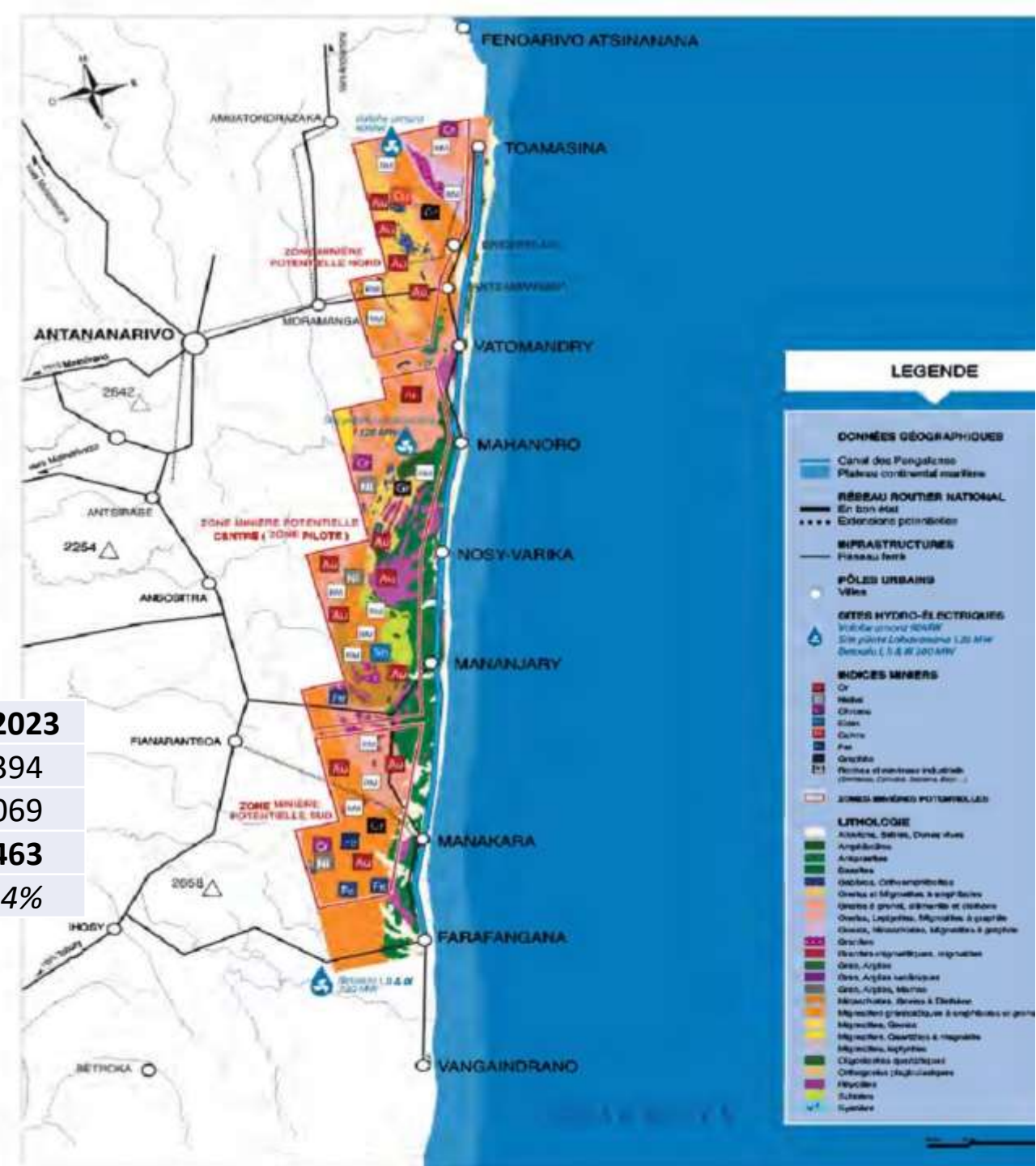
Evolution entrées de visiteurs Ranomafana 2019 - 2023

Année	2019	2020	2021	2022	S1 2023
Etrangers	21 605	1 075	343	7 136	4 394
Nationaux	5 733	1 214	2 669	4 701	2 069
Total	27 338	2 289	3 012	11 837	6 463
% de croissance	17%	-92%	32%	293%	194%

Top 3 origine visiteurs (2019)

- France: 24%
- Allemagne: 10%
- Pays Bas: 9%

Les agences ont représenté 72% des entrées en 2019
Saisonnalité: 89% des entrées se réalisent entre avril et novembre avec un pic en octobre



Ligne Fianarantsoa Côte Est (FCE): Fianarantsoa – Manakara

- 2 régions et 13 communes traversées: Haute Matsiatra et Fitovinany
 - 163 km de voie ferrée, 67 ponts, 48 tunnels, 4 viaducs, 1.100m de dénivelé
 - Reprise de la desserte en juin 2023 après plusieurs années d'interruption et une grève du personnel pour salaires impayés
 - Plan de redressement en cours mis en œuvre par un Comité Collégial
- 18 gares : **Fianarantsoa**, Vohimasina, **Sahambavy**, Ampitabe, **Ranomena**, Andrambovato, **Madiorano**, **Tolongoina**, Amboanjobe, **Manampatrana**, Ionilahy, Mahabako, Fenomby, **Sihasinaka**, Antsaka, **Mizilo**, Ambila, **Manakara**.
- Durée du trajet entre 10 et 14 heures.
- 2 types de services:
 - Train Express: passagers uniquement, départ de Fianarantsoa le jeudi
 - Train mixte: passagers et marchandises, départ le mardi et le samedi
 - Tarifs variant entre MGA 12.500 et 40.000 selon les trajets
- Micheline: desserte entre Fianarantsoa et Sahambavy
- Trafic passagers: 96.000 personnes en 2019



La Route du Sud-Est : Manakara – Farafangana – Vangaindrano – Manantenina – Fort Dauphin

- 3 régions traversées: Fitovinany, Atsimo Atsinanana, Anosy
La RN12, en cours de réhabilitation, est une alternative à la RN13 pour relier la RN7 à Fort Dauphin, plus courte (430km et 10 bacs) et plus agréable entre forêts montagneuses et littoral.
- Plusieurs Aires Protégées dont 3 Parcs Nationaux (Manombo, Midongy du Sud, Andohahela) dont une faisant partie des forêts primaires de l’Est, Patrimoine Mondial.
- L’économie de ces régions reste dominée par les activités agricoles (épices, litchees, l’élevage (zébu essentiellement), la pêche (dont la langouste) et les mines (QMM / Rio Tinto)
- Fort Dauphin dispose d’un port en eau profonde (Ehoala) ayant accueilli près de **7.000 croisiéristes en 2019** qui ne peuvent pas cependant aller au-delà des zones à proximité immédiate de la ville du fait de l’état des routes
- Connectivité aérienne: 1 aéroport régional (FTU) accueillant un vol direct de La Réunion (Air Austral) et les vols domestiques.



Evolution arrivées passagers Fort Dauphin 2018 - 2023

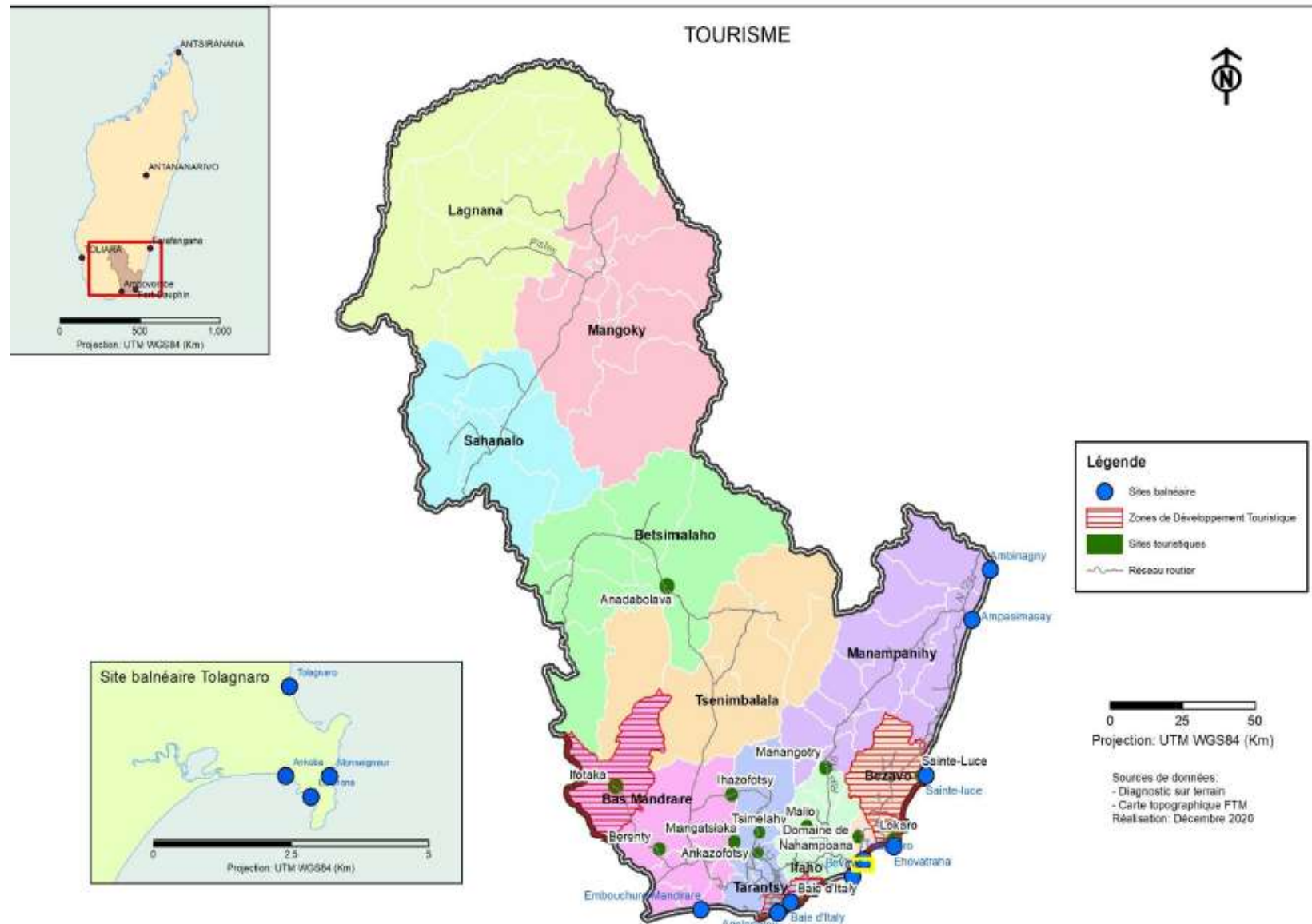
Année	2018	2019	2020	2021	2022	S1 2023
Vols nationaux	31 536	21 947	4 324	9 313	16 683	9 572
Vols régionaux	397	2 913	549	0	256	545
Total annuel	31 933	24 860	4 873	9 313	16 939	10 117
% croissance	-9,8%	-22,1%	-80,4%	91,1%	81,9%	49,4%



La Route du Sud-Est : données et chiffres

- Pic de saisonnalité: décembre – janvier
- Capacité d'hébergement (chambres)
 - Manakara: 300
 - Farafangana: 170
 - Vangaindrano: 100
 - Manantenina: 50
 - Fort Dauphin: 500
- La Région Anosy mise sur le balnéaire pour son développement touristique
- Elle compte au total 16 Aires Protégées qui ne sont pas considérées comme capital touristique
- Les Parcs Nationaux Manombo et Andohahela ont respectivement accueilli 75 et 400 visiteurs en 2019.
- Les réhabilitations en cours des RN12a et RN13 devraient faciliter l'accès aux sites touristiques sur ces axes
- Une certaine insécurité règne dans les zones les plus éloignées liée aux vols de bovidés.

Carte 11. Sites touristiques de la région Anôsy



Consultation des acteurs nationaux du tourisme

28 avril 2013

Motel d'Anosy, Antananarivo

Participants

- Ministère du Tourisme
 - Confédération du Tourisme
 - Antso Re
 - TOP Madagascar
 - FHORM
 - Madagascar Tourism Expeditions
 - Fédération Nationale des Guides
 - Za Tours
 - Aloes Travel
 - Look Gasy Aventure
 - Go Travel
 - Kijàna Tours
 - Adventure Expedition Madagaskar
- SETAM
 - Madagascar National Parks
 - Aventour
 - Tamàna Tour Operator



Question 1. Positionnement des destinations Est par rapport au Nord (Nosy Be & Diego), au Sud (RN7 & Tuléar) et au Moyen Ouest (Morondava & Bemaraha)?

- Les Destinations Est de Madagascar sont moins demandées et fréquentées que les autres Destinations de Madagascar du fait d'une logistique difficile: routes dégradées, connectivité aérienne restreinte, capacité d'hébergement aux normes internationales insuffisantes,
- Le positionnement est très marqué par le capital naturel par l'observation des animaux: lémuriens, baleines, oiseaux, paysages, et le tourisme d'aventure: raids, sports extrême
- Elles sont souvent combinées aux autres Destinations mentionnées ci-dessus, grâce aux produits phares (USP) que sont les Parcs Nationaux d'Andasibe (RN7), le Parc National Ranomafana (RN7) et le whale watching à Sainte Marie,
- Elles sont réputées moins chères que les Destinations Nord (Nosy Be) ou Ouest (Bemaraha),
- Ce sont aussi des destinations de tourisme national sur des zones précises comme Mantasoa, Andasibe, Tamatave, Vatomandry, Foulpointe et Mahambo, et dans une moindre mesure Sainte Marie

Question 2. Selon vous, quels sont le Top 3 des produits prioritaires à développer dans les Destinations Est de Madagascar?

1. Andasibe (16 votes): complexe d'Aires Protégées – Porte d'entrée de l'Est
2. Canal des Pangalanes (14 votes): tourisme de croisière, slow tourism – Diversification
3. Maroantsetra & Masoala (8 votes): observation de la nature avec une dimension balnéaire – Produit exceptionnel

L'île Sainte Marie arrive en 4^{ème} position avec 4 votes.

Ces trois produits sont déjà connus et peuvent se développer davantage. Ils valorisent au mieux les trois Unique Selling Points (USP) de l'Est:

- Lémuriens: primate watching (espèces différentes dont l'Indri et le Aye Aye)
- Forêt primaire de l'Est: hot spot de biodiversité, classé patrimoine mondial de l'UNESCO
- Populations: scènes de vie authentiques et préservées (tourisme culturel)



Sondage Tour Opérateurs internationaux sur les Destinations Est de Madagascar

*



Contexte du sondage

Objectifs

- Evaluation des destinations Est par des Tour Opérateurs internationaux commercialisant déjà Madagascar
- Recommandations du marché sur les priorités à traiter



Echantillonnage représentatif

Les principaux marchés émetteurs de la Destination Madagascar ont été priorisés dans les contacts: francophones (France, Belgique, Suisse), Italie, germanophones (Allemagne, Suisse, Autriche) et anglophones (Royaume Uni, Amérique du Nord, Scandinavie, etc.)



Approche marché

La consultation des acteurs du marché est la première étape d'un projet de développement de produits pour s'assurer de l'existence d'une demande et de ses caractéristiques





Questionnaire & liste des répondants

- 1- Quels sont vos principaux marchés ?
- 2- Sur quels segments de marché travaillez-vous?
- 3- Proposez-vous des séjours / circuits dans l'Est de Madagascar? Si non, dites nous pourquoi ?
- 4- Quel.les régions / produits touristiques proposez-vous dans vos circuits / séjours?
- 5- Quels retours avez-vous de vos clients sur la destination Est malgache?
- 6- Nommez des points positifs de l'Est Malgache
- 7- Similairement, nommez des points négatifs de l'Est Malgache
- 8- Vos recommandations pour promouvoir , développer, améliorer l'offre touristique de l'Est de Madagascar

Terre d'Aventures Tirawa Amarok Esprit Aventure La Route des Voyageurs Nomade Aventures Cercle des Voyages Continents Insolites	France
Il Tucano Viaggi Harmattan	Italie
Thabela Travel Äventyrsresor	Suède
Chamaeleon Reisen	Allemagne
Holbrook Travel, Inc.	Etats Unis
Mandala Travel Aventura	Finlande
Steppes Travel Far and Wild Travel, Explore Worldwideh Natural World Safaris	Royaume Uni
Viktors Farmers	Danemark
ExclusiveSafaris.com Atlas reizen	Pays Bas & Belgique
Dulabab Journeys Inc	ESpagne

Profils des TO répondants



Total des répondants

23

** liste des répondants en annexe*

Taux de réponse

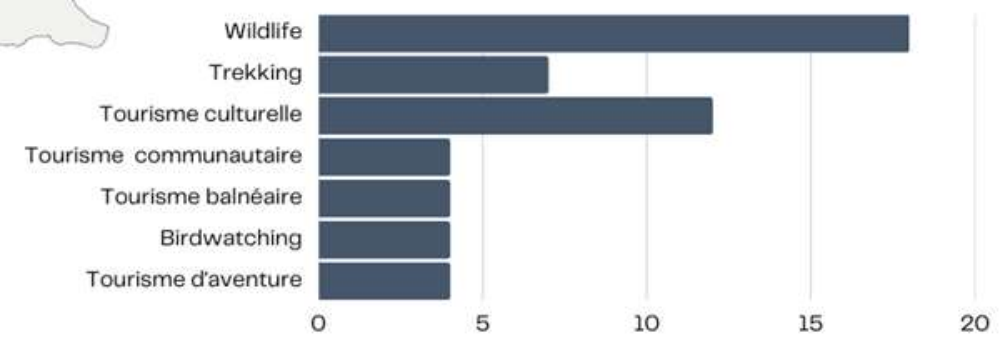


Premier envoi



Second envoi ou
appel téléphonique

Segments couverts



Les TO répondants couvrent essentiellement
des marchés nature, randonnée, découverte

TENDANCES ET OBSERVATIONS DES TOUR-OPÉRATEURS INTERNATIONAUX

Belgique / USA / UK / Danemark / Finlande / Allemagne / Italie / France / Espagne / Suède

1 Retours clients des destinations Est de Madagascar

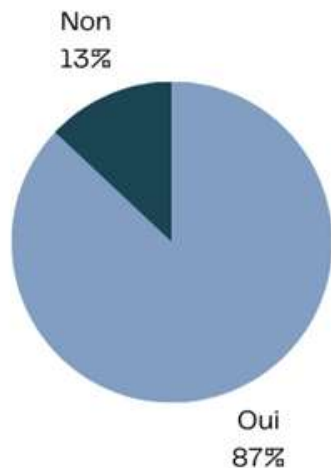


Taux de satisfaction de 100%

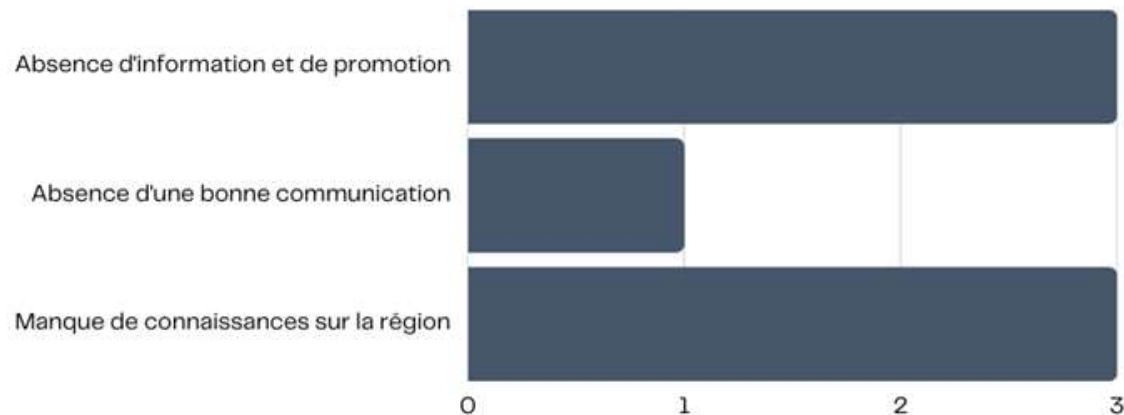
Très satisfait: 65%

Satisfait: 35%

2 Pourcentage de TO proposant des offres touristiques dans l'Est



3 Facteurs empêchant les TO de proposer les destinations Est



4 Régions/produits touristiques vendus par les TO français

Produits systématiquement proposés

- 1- Andasibe Mantadia
- 2- Ranomafana
- 3- Andasibe Analamazoatra



Les Parcs Nationaux restent les produits phares

Produits jamais proposés

- 1- Réserve de Mananara Nord
- 2 Torotorofotsy, Ivoloina
- 3- Fianarantsoa Cote Est
- 4- Mantasoa



Les Aires protégées sont les produits jamais proposés

TENDANCES ET OBSERVATIONS DES TOUR-OPÉRATEURS FRANÇAIS

1 Retours clients sur les destinations Est



2 Pourcentage de TO français proposant des offres touristiques dans l'Est



3 Facteurs empêchant les TO de proposer les destinations Est



Aucune demande pour la partie Est de Madagascar de la part de la clientèle (sauf pour les fameuses villes sur la RN7)



Absence d'une bonne communication sur les destinations



Besoin d'un contact ou d'un consultant de voyage connaissant la région pour bien conseiller sur la destination



Manque de temps pour la recherche des informations sur ce marché touristique



Peu d'intérêt pour la faune dans cette région



Absence d'information et de promotion de la région

4 Régions/produits touristiques vendus par les TO français

Produits systématiquement proposés

- 1- Andasibe Mantadia
- 2- Ranomafana
- 3- Andasibe Analamazoatra
- 4- Sainte Marie



Les Parcs Nationaux restent les produits phares

Produits jamais proposés

- 1- Réserve de Mananara Nord
- 2 Torotorofotsy, Ivoloina,



Les Aires protégées sont les produits jamais proposés

POINTS POSITIFS DES DESTINATIONS EST

d'après les tour-opérateurs internationaux

7



Faune et flore
endémique et unique

6



Qualité des
paysages et
des Parcs
Nationaux

6



Qualité de l'accueil et de
l'hospitalité des
populations

6



Territoire authentique
et diversifiée

4



Véritable
immersion
culturelle

1



Gastronomie locale:
poissons et fruits de mer,
épices

1



Sentiment d'exclusivité:
faible fréquentation

1



Proximité
d'Antananarivo

1



Proximité d'aéroports
internationaux

POINTS NÉGATIFS DES DESTINATIONS EST

d'après les tour-opérateurs internationaux

INFRASTRUCTURES	 12 Routes dégradées et accès difficile	 2 Hébergement de qualité insuffisant	 1 Accès difficiles pour les véhicules larges → difficulté d'avoir des grands groupes			
SERVICES	 4 Problème en terme de logistique et d'accessibilité ex : transports et parcs nationaux	 3 Gestion des attentes clients	 2 Equipements en dehors des normes ex : bateau de transfert	 1 Pas de notion de service	 1 Programmation aléatoire des trains	 1 Insécurité
MARKETING / COMMUNICATION	 1 Peu de connaissances locales sur les produits touristiques attrayants au delà de la faune et flore	 1 Parcs nationaux moins connus				

Recommandations des Tour Opérateurs

INFRASTRUCTURES



Améliorer l'état des routes et les hébergements touristiques

8



Développer des hébergements touristiques hauts de gamme ou des maisons d'hôtes / lodges

4



Trouver un dispositif adéquat pour les pauses-toilettes lors de longs trajets

1

SERVICES



Faciliter les itinéraires et le transport entre les sites

3



Améliorer la fréquence des vols et élargir la connexion avec d'autres aéroports étrangers

3



Investir sur des guides plus compétents et qualitatifs

2



Améliorer la qualité et le service des produits proposés en restauration

2



Impliquer la population locale de manière durable dans les hébergements touristiques

1



Renforcer la sécurité

1

MARKETING / COMMUNICATION



Donner une meilleure information sur les prestations disponibles et possibles: connectivité aérienne, accès site, hébergement

4



Etre honnête et transparent dans la promotion de la destination vis à vis des attentes de la clientèle

2



Faire une meilleure promotion des destinations Est sur les réseaux sociaux

2



MADAGASCAR TENDANCES DE MARCHÉ

TOURISME



Pôles Intégrés de Croissance

TENDANCES GLOBALES DU TOURISME INTERNATIONAL

2022-2023



Le revenge travel continue

Le revenge travel est le fait de voyager et de partir dès que l'occasion se présente pour rattraper les deux années de confinement vécues par les voyageurs.



Réductions des dépenses des voyageurs (à cause de l'inflation)

Voyageurs privilégient les offres spéciales, les codes de réduction et planifient le budget en amont pour préparer leur futur voyage



Augmentation des séjours vers des destinations rurales

(volonté des touristes d'être plus proche de la nature et de se reconnecter au vivant / envie de revenir à l'essentiel / besoin de se déconnecter du digital et du quotidien)



Prise en conscience écologique des touristes

volonté de faire du tourisme plus durable + développement des labels dans beaucoup de structures)



L'hôtel est l'hébergement le plus utilisé

En 2ème position, louer un appartement ou une maison



Forte croissance du tourisme en Afrique (+171 %), de Janvier à Juillet 2022

60 % de plus qu'en Janvier 2021



Bond du digital nomadisme

De nombreux pays encouragent la venue de ce type de profil de travailleur par le biais de programmes de visas et d'avantages fiscaux (ex: Géorgie, la Croatie, l'Islande et l'Allemagne.)



Des voyages dans la recherche du bien être

69 % dans la tranche d'âge des 25-34 ans sont plus ouvertes à l'idée de s'offrir un séjour bien-être.

ex : cure de rajeunissement / Pratique de la sylvothérapie (bains de forêt) / Stage de yoga et de méditation...



Pays africains les plus attractifs pour les touristes en 2022-2023

1- Egypte : 2 - Afrique du Sud, 3- Maroc 4- Ile Maurice 5- Tanzanie
Madagascar arrive à la 9ème place en Afrique et à la 96ème place au rang mondial



Envie de diversité et d'authenticité

Plus de 40% de l'ensemble des touristes veulent être dépaysés lors de leur prochain voyage et vivre un **choc culturel**.

Touristes souhaitent découvrir de **nouvelles façons de vivre, apprendre de nouvelles langues et explorer des lieux moins connus.**

TENDANCES GLOBALES DU TOURISME INTERNATIONAL

2022-2023 _ CHIFFRES ET STATISTIQUES

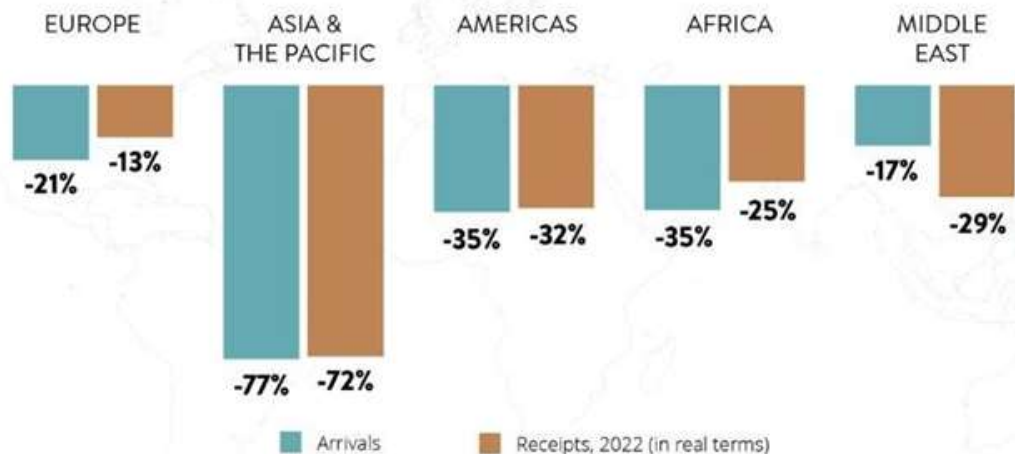
Source : UNTWO / Banque centrale d'Egypte (CBE)

- En 2022, les touristes internationaux ont été plus de **960 millions l'an dernier, soit les deux tiers (66 %)** du volume d'avant la pandémie.
- 235 millions de touristes internationaux** au cours des trois premiers mois 2023, (double que pour la même période en 2022.)
- Les recettes du tourisme international ont franchi le **cap des 1 000 milliards d'USD en 2022, en progression de 50 % en valeur réelle par rapport à 2021,**

- Arrivées en Afrique (2022) : 47 millions de touristes internationaux** (137% de plus que l'année précédente)
- Egypte, premier pays d'Afrique le plus touristique (2022) : 11,7 millions d'arrivées de touristes internationaux et 4,1 milliards de dollars au premier trimestre de l'exercice 2022-2023.**

INTERNATIONAL TOURISM RESULTS 2022

2022 (CHANGE % OVER 2019)



Classement des pays africains les plus attractifs pour les touristes en 2022-2023 (Bloom Consulting)

RANG AFRIQUE	PAYS	RANG MONDIAL	RANG AFRIQUE	PAYS	RANG MONDIAL
1	ÉGYPTE	25	26	CAMEROUN	156
2	AFRIQUE DU SUD	41	27	MALAWI	159
3	MAROC	43	28	ZIMBABWE	160
4	MAURICE	68	29	MALI	165
5	TANZANIE	77	30	LESOTHO	167
6	TUNISIE	82	31	TOGO	170
7	KENYA	84	32	SIERRA LEONE	171
8	SEYCHELLES	96	33	ESWATINI	173
9	MADAGASCAR	96	34	CÔTE D'IVOIRE	174
10	NIGERIA	103	35	DJIBOUTI	177
11	GHANA	106	36	BENIN	179
12	RWANDA	112	37	MAURITANIE	180
13	ÉTHIOPIE	113	38	LIBYE	181
14	NAMIBIE	120	39	GUINÉE-BISSAU	183
15	OUGANDA	124	40	GUINÉE	185
16	SOUDAN	129	41	COMORES	187
17	ZAMBIE	131	42	SÃO TOMÉ & PRINCE	188
18	BOTSWANA	134	43	BURKINA FASO	191
19	REUNION	141	44	BURUNDI	193
20	CAP-VERT	143	45	ÉRYTHÉE	194
21	SÉNÉGAL	145	46	REP. CONGO	195
22	ANGOLA	147	47	NIGER	196
23	MOZAMBIQUE	149	48	ROC	198
24	ALGÉRIE	150	49	SOUDAN DU SUD	202
25	GAMBIE	152	50	REP. CENTRAFRICAINE	203

SOURCE : COUNTRY BRAND RANKING TOURISM REPORT

echo

8 GRANDES TENDANCES DU TOURISME EN 2030

1

PASSAGE D'UN TOURISME DE MASSE À UN TOURISME D'ESPACE

TOURISME VIRTUEL DE MASSE

- Tourisme immobile pour ceux qui n'ont pas de moyens suffisants
- Dans son salon ou des lieux publics (bibliothèques, centres sportifs et loisirs)
- Qualité de service limitée
- Relation humaine inexistante

TOURISME PHYSIQUE D'ESPACE

- Tourisme de niche réservé à une élite financière qui voyage physiquement
- Recherche de lieux préservés et peu fréquentés
- Qualité de service maximale
- Relation humaine forte

2

EXPÉRIENCE GLOBALE DE VOYAGE LA PLUS FLUIDE POSSIBLE

- Repenser l'urbanisme et la conception des lieux (circulation vers les plages, les lacs etc..)
- Paiement mobile, bracelets, destinations "cashless"
- Développement du sound design (espaces de silences, espaces animés etc..)

3

L'HYPER TOURISME

Tourisme en hyper connexion (utilisation des smartphones et objets connectés, expériences dépersonnalisés, ludiques, virtuelles / faible valeur ajoutée)
VS
Tourisme en hyper déconnexion, en "digital detox" (expériences naturelles, humaines, éthiques, personnalisés, silencieuses / haute valeur ajoutée)

4

LE TOURISME "ANYTIME ANYWHERE"

Développement du staycation, du slow tourisme, du bleisure, du workliday

5

LE "GREEN TOURISME" ou LE TOURISME POUR SATISFAIRE LA QUÊTE DE SENS

L'expérience de voyage doit **(re)donner du sens**, voire avoir un **objectif utilitaire** : social, environnemental, humanitaire, solidaire, éthique etc.

- 35 % des touristes dans le monde déclarent préférer des vacances écoresponsables (Source EtudeGlobalData 2016)
- 74,5% affirment que les chartes RSE des hôtels ont une influence sur leurs réservations

6

LE MICRO-TOURISME

ex : micro aventures (aventure en plein air près de chez soi) / micro vacances (séjours courts de 1 à 4 nuits) / micro appartements et micros maisons / micros musées / micros festival/ micros concerts

7

LE TOURISME "DE L'URGENCE"

Consiste à visiter un lieu avant qu'il ne soit irrémédiablement modifié ou à observer des écosystèmes qu'on sait potentiellement condamnés à disparaître sous l'effet des changements climatiques globaux

8

LE TOURISME "REGENERATIF "

ex : sensibilisation des touristes, incitation au respect de l'environnement, des locaux et de la culture / contribution financière à la préservation des lieux fréquentés / fermetures espaces trop endommagés si nécessaires

Bouleversements qui auront un impact sur le tourisme d'ici 2030

CHANGEMENT DANS L'ORDRE MONDIAL

- Tensions mondiales et enjeux sécuritaires
- Déclin de l'hégémonie américaine
- Alliances nouvelles et multiples entre États et affaiblissement des régions
- Le pouvoir aux économies émergentes
- Perte d'importance des organisations internationales
- Règne des grands groupes
- Élargissement des flux mondiaux

NOUVEAUX ENJEUX DÉMOGRAPHIQUES

- Migrations
- Vieillissement et mutations démographiques mondiaux
- Personnes seules
- Multiplication de la classe moyenne
- L'humanité s'urbanise radicalement
- Forte aspiration à l'autonomisation et à l'émancipation des individus

ENVIRONNEMENT SOUS TENSION

- Dérèglement climatique
- Enjeux énergétiques et tensions géopolitiques
- Retour à la nature
- L'ère de la sensibilité et des défis éthiques

TECHNOLOGIE DISRUPTIVE

- Algorithmes
- Abandon de la vie privée
- L'Internet des objets révolutionnera le tourisme
- Voiture autonome et mobilité
- Réalités virtuelles et superposées
- Nouvelles mutations touristiques

CONSTATS ET TENDANCES TOURISTIQUES DES VOYAGEURS FRANÇAIS



- 76% des Français sont enthousiastes quant à leur projet de vacances d'été 2023 (+5 pts vs 2022).
- La question économique est cruciale cette année : l'inflation est la préoccupation principale des vacanciers (77%, +5 pts) . Les difficultés financières sont la première raison de ne pas planifier de voyage cette année . Le budget alloué n'augmente pas en France (1809€, =), contrairement aux autres pays d'Europe (1918€, +6%), pour une durée moyenne de 2 semaines.
- 42% de touristes Français envisagent de partir à l'étranger,
- Le Covid 19 n'est plus une barrière pour voyager même si la crise sanitaire semble avoir modifié des habitudes et notamment avoir renforcé le désir de rester sur le territoire français (60%, +4 pts vs 2022 et vs 2019 avant la crise sanitaire).
- 79 % des touristes français ont cherché en ligne des informations pour préparer leurs vacances et week-ends.
- 34 % des sondés français utilisent les réseaux sociaux pour s'inspirer pour leurs voyages et
- 51 % des « millenials » (18 – 34 ans).
- Les comportements responsables en matière de développement durable sont importants sur le principe mais restent timides dans les faits et les pratiques n'évoluent pas nettement ces dernières années (à l'instar des autres pays européens).

Source : HOLIDAY BAROMETER AMONG EUROPEANS, north americans, asians & oceanians – Ipsos European Survey 2023

ANALYSE DU MARCHÉ TOURISTIQUE

Principales caractéristiques des Touristes Français avant Covid

Les destinations long courrier les plus fréquentées :

1- Etats-Unis / 2- Canada / 3- République Dominicaine / 4- Ile Maurice / 5- Thaïlande

Part de marché Afrique & Océan Indien (en volume et en valeur) : pas de chiffres disponibles

Répartition par mode de voyages : En voiture 4x4 (via guide) ou en avion (vol interne)

Segments de marché les plus importants pour le long courrier : Wildlife / Découverte (Nature, culture, histoire, cuisine, agri-tourisme) / Trek et randonnée / Tourisme communautaire / Tourisme nature exclusif

Saisonnalité : Juillet à Septembre et Novembre à Décembre

Comportements & profils: Réservation : en ligne ou en agence / durée de séjour : 17 à 21 jours en moyenne/ centres d'intérêts : nature, culture, balnéaire / âge : Seniors, pré-retraités et retraités en majorité / langues : français

Part des destinations Est dans les catalogues des TO français:

Lieux : Ranomafana, Canal des Pangalanes, Sainte Marie, Manakara, Andasibe / Durée : 16 jours / Prix : 3500 euros en moyenne / Activités : Trek et randonnée, tourisme communautaire, tourisme balnéaire, Tourisme nature & soft adventure

CONSTATS ET TENDANCES TOURISTIQUES DES VOYAGEURS ITALIENS

- Budget en moyenne de 1776 euros pour les vacances (+ 2% que l'année dernière)
- Une hausse de départs à l'étranger pour les voyages d'été comparée à 2019
- Activités préférées durant les vacances : se détendre et se reposer (en 1er)
- Les touristes Italiens tendent à avoir plus des habitudes de voyage plus durable, responsable
- 50% des internautes italiens recherchent les informations touristiques uniquement sur Internet.
- 65% des touristes italiens effectuent la réservation/paiement de leurs voyages moins de 4 mois à l'avance.
- Les italiens ont tendance à retourner dans les endroits qu'ils ont déjà visité (29%). La météo (19%) et les activités sur place (18%) sont également importantes pour eux.
- Les italiens apprécient d'être informés des horaires d'ouverture des lieux de visite, aiment profiter des animations nocturnes, recherchent des prestations et conseils personnalisés, des suggestions ciblées et souhaitent trouver de la documentation en italien.
- Les italiens sont sensibles au rapport qualité/prix et apprécient les bons plans et conseils.

Source : HOLIDAY BAROMETER AMONG EUROPEANS, north americans, asians & oceanians -
Ipsos European Survey 2023

ANALYSE DU MARCHÉ TOURISTIQUE

Principales caractéristiques des Touristes Italiens avant Covid

Segments de marché les plus importants pour le long courrier : Tourisme balnéaire / Découverte (Nature, culture, histoire, cuisine, agri-tourisme) / Trek et randonnée / Tourisme communautaire

Saisonnalité : Juillet à Septembre et Novembre à Décembre

Comportements & profils: Réservation : en ligne ou en agence / durée de séjour : 11,9 jours en moyenne/ centres d'intérêts : nature / âge, / langues : italien et anglais

Part des destinations Est dans les catalogues des TO italiens:

Lieux : Maroantsetra-île de Mangabé, Mananara-Sahaso-Andanambé, Fenoarivo-Soanierana Ivongo-Sainte Marie - Canal des Pangalanes - Tamatave
/ Durée : 16 jours / Prix : 4500 euros en moyenne / Activités : Trek et randonnée, tourisme communautaire, tourisme balnéaire

Par rapport à Madagascar



Deux vols charters directs d'Italie vers Nosy Be par Neos du groupe Alpitour

Forte concentration de touristes Italiens à Nosy Be avec la locomotive Andilana Beach qui appartient à Alpitour



Importance du balnéaire pour les Italiens au détriment de destinations comme l'Est où la baignade est souvent déconseillée

Faire la promotion du tourisme nature en Italie (vs. hôtels all inclusive)

Produits Madagascar dans les catalogues italiens (d'Alpitour) : Nosy Be, Diego Suarez, Ankarana, St Marie, Tsingy Rouges Allée des Baobabs (en majorité des destinations dans le Nord du aux vols directs)

CONSTATS ET TENDANCES TOURISTIQUES DES VOYAGEURS RÉUNIONNAIS



- En 2019, quatre Réunionnais sur dix sont partis en vacances . 258 000 habitants de La Réunion de 15 ans ou plus déclarent être partis en vacances au cours des 12 derniers mois. C'est nettement moins que dans l'Hexagone (66 %)
- Les départs en vacances sont d'autant plus fréquents que le niveau de diplôme est élevé
- Les destinations les plus prisées des Réunionnais en 2019 sont l'Hexagone et l'Île Maurice, qui font jeu égal
- 36 % sont parties au moins une fois en métropole et possiblement aussi ailleurs, 35 % à l'Île Maurice, soit un peu plus de 120 000 personnes dans chacun des cas
- Les autres îles de l'océan Indien (Madagascar, Seychelles, Comores) sont également prisées des Réunionnais (15 % des partants).

Par rapport à Madagascar

Très peu de distance entre les deux îles
(rapide d'accès, - 2h de vol)

Ligne direct de la Réunion vers 7 villes malgaches
(Antananarivo, Nosy Be, Diego Suarez, Tamatave, Fort-Dauphin, Tuléar, Majunga)

Liens historiques et culturelles fortes entre les deux îles



potentiels dans le tourisme culturel et patrimonial

Et particulièrement dans les destinations Est (Fort Dauphin, / St Marie)

Budget vacances moins élevé que les Français Métropolitains,
pouvoir d'achat plus faible

Concurrence forte avec l'île Maurice (qui domine le tourisme régional)

CONSTATS ET TENDANCES TOURISTIQUES

ALLEMANDS, SUISSES, AUTRICHIENS

- Une très forte augmentation du budget vacances des voyageurs suisses (2776 euros en 2022 contre 3477 euros en 2023)
- Une stabilisation, voire une diminution des intentions de voyage à l'étranger chez les vacanciers Suisses et Allemands
- Les villes comme destination de vacances progressent particulièrement pour les voyageurs Allemands
- L'hôtel est encore plus apprécié pour les voyageurs Allemands et Suisses
- 63% des Autrichiens ont peur de tomber malade sur le lieu de destination
- Les voyageurs Allemands, Suisses ont très peu de craintes durant leur voyage (ex : manque d'argent, vol, retards imprévus)
- Les Germanophones passent par des agences quand ils voyagent, c'est le B2B qui prime sur ces marchés

Concentration importante des croisiéristes allemands dans les villes également de l'Est du littoral malgache (Tamatave, Ste Marie, Maroantsetra, Fort-Dauphin) via Carnival

Par rapport à Madagascar



Permet le retour de ces croisiéristes plus tard en tant que véritables touristes

Ex (sur Costa Croisières) : Tamatave (visite des maisons créoles typiques, de salle du Bazar Be des plantations de clous de girofle et de café / Sainte Marie (cimetière des pirates)

Allemands, Suisses, Autrichiens, très adeptes du tourisme de nature

ESPAGNOLS

- L'Espagne affiche la plus forte tendance positive en matière de projets de vacances depuis la crise du Covid-19 parmi tous les pays européens
- L'Hôtel est encore plus apprécié pour les voyageurs espagnols
- Les espagnols privilégient largement le repos pendant les vacances
- Les espagnols sont les plus désireux d'adopter des habitudes de voyages durables

CONSTATS ET TENDANCES TOURISTIQUES

BRITANNIQUES

- Une stabilisation, voire une diminution des intentions de voyage à l'étranger chez les vacanciers britanniques
- Les villes comme destination de vacances progressent particulièrement pour les voyageurs britanniques
- L'hôtel est encore plus apprécié pour les voyageurs britanniques
- 37% des britanniques ont l'intention de télétravailler depuis un lieu de vacances à l'étranger

Par rapport à Madagascar :

Le Royaume Uni est un gros marché pour le birdwatching

BELGES ET NEERLANDAIS

- Le budget vacances des Belges est le seul à diminuer cette année (2289 euros en 2022 contre 2182 euros en 2023)
- Une stabilisation, voire une diminution des intentions de voyage à l'étranger chez les vacanciers belges
- 45% des belges ont l'intention de télétravailler depuis un lieu de vacances à l'étranger

AMERICAINS ET CANADIENS

- 36 % des voyageurs Etats-Uniens et 26% des Canadiens ont l'intention de travailler sur un lieu de vacances parmi les actifs
- Motivations pour le choix de la destination des Canadiens et Etats-Uniens : "Ils ont des proches sur le lieu de vacances (1er) , destination safe (en 2ème pour les US) , activités sur place (2ème pour le Canada)

Par rapport à Madagascar :

L'Amerique du Nord reste un marché important pour les marchés de niches (Naturalistes, Birdwatching, Fishing, Diving etc..)

Premières conclusions

Rapport de démarrage



OFFRE

- Décalage entre les Plans de Développement (TMP, PRD), la production touristique existante et les besoins exprimés par le marché
- Circuit Est type: Andasibe – Canal des Pangalanes Nord – Tamatave avec Sainte Marie en option balnéaire
- Le Circuit Découverte de la Jungle n'existe pas (encore)
- Canal des Pangalanes Sud: départ habituel de Mananjary (non de Mahanoro) comme prolongement de la RN7
- L'Est n'est pas une destination balnéaire classique (baignade déconseillée) mais la mer est constamment présente: transports, paysages, restauration (fruits de mer) et activités (whale watching, kite surf, etc.)
- Route du Sud Est: prolongement de la RN7
- L'état des routes et une connectivité aérienne limitée conditionnent les services touristiques: petits hôtels et lodges.
- L'Est est propice au développement du tourisme de croisière de Maroantsetra à Fort Dauphin en passant par Sainte Marie et Tamatave du fait des infrastructures portuaires existantes

DEMANDE

- Circuit Est moins demandé que les Circuits Sud ou Nord. Des produits spécifiques comme Andasibe et Ranomafana intégrés dans d'autres circuits du fait des Unique Selling Points (USP) que sont les Indri et plus largement les lémuriens.
- Couple produit / marché type: observation de la nature (lémuriens, oiseaux, baleines) / nature lovers américains, allemands, britanniques et français en voyage organisé
- Offre disponible non adaptée à la demande: hébergement aux normes, infrastructures et services publics (transports) défaillants, malgré conformité aux tendances de tourisme respectueux de la nature et inclusif des populations.
- Image de la Destination Est liée à celle de la forêt primaire, commençant à Andasibe et excluant Mantasoa considéré comme un produit des Hautes Terres
- Manque d'information sur le Sud Est et le Nord Est
- Rôle important des Tour Opérateurs dans l'organisation et la promotion des Destinations Est du fait de la complexité logistique. Parc Marin Mananara Nord, ligne FCE et la Route du Sud Est peu proposés du fait des incertitudes de programmation du train et des bacs malgré leur potentiel touristique indéniable.



alter ego
development

Patricia Rajeriarison
Laurence Duband
Lanto Razafimahatratra

patricia@alterego.mg



Jean-Christophe Guerin
Jan Wigsten
Bertrand Carrier
Joanny Bezandry

guerin.jeanchristophe@gmail.com

