

Plan de Développement Touristique de la Destination Andasibe

2026–2030



“Destination : nature d’excellence”



Résumé exécutif

Le **Plan de Développement Touristique de la Destination Andasibe (2026–2030)** s'inscrit dans une dynamique de transformation territoriale ambitieuse, visant à faire d'Andasibe une **destination touristique phare de Madagascar**.

Ce plan stratégique repose sur une vision claire : faire d'Andasibe une destination **nature d'excellence**, offrant une expérience écotouristique intégrée et durable où la biodiversité exceptionnelle, la culture locale et l'engagement communautaire se conjuguent pour créer un séjour unique.

L'**objectif général** est de faire de ce territoire une **destination écotouristique nature de référence, prospère, authentique durable et inclusive** capable de générer des **retombées économiques significatives** tout en **préservant son environnement**.

Pour concrétiser cette ambition, le plan définit **cinq objectifs spécifiques** mesurables à l'horizon 2030 : (i) **attirer 60 000 visiteurs** ; (ii) **créer 1000 emplois directs et indirects** dans le secteur touristique ; (iii) **augmenter de 40 % les recettes fiscales** issues du tourisme ; (iv) **porter la durée moyenne de séjour à 2,5 jours** ; (v) **atteindre 60 % d'établissements touristiques écolabellisés**.

La stratégie d'intervention repose sur **cinq axes stratégiques complémentaires** : (i) l'**attractivité** de l'offre touristique, (ii) l'**accessibilité** du territoire, (iii) la **promotion** de la destination, (iv) le **renforcement de la gouvernance locale et des partenariats**, ainsi que (v) l'**ancrage du développement dans une logique de durabilité environnementale et sociale**.

Famintinana Fohy

Ny Drafitra Fampanandrosoana ny Fizahantany ao Andasibe (2026–2030) dia tafiditra ao anatin'ny paikady fanovana faritra lehibe sy manan-kery, izay mikendry ny hanandratra an'i Andasibe ho toerana fizahantany fitaratra eto Madagasikara. Ity drafitra stratejika ity dia miorina amin'ny vina mazava: ny hanova an'i Andasibe ho toerana fizahantany voajanahary ambony indrindra, manolotra traikefa fizahantany ara-tontolo iainana iray mirindra sy maharitra izay mampifandray ny harena voajanahary tsy manam-paharoa, ny kolontsaina eo an-toerana ary ny fandraisan'anjaran'ny fiarahamonina mba hamorona fialantsasatra tokana.

Ny tanjona ankapobeny dia ny hanova ity faritra ity ho toerana fizahantany voajanahary fitaratra, manankarena, marina, maharitra ary mandray anjara, izay mahavita mamokatra tombontsoa ara-toekarena lehibe nefa mitahiry ny tontolo iainany. Mba hahatratrarana io vina io dia mamaritra tanjona manokana dimy azo refesina amin'ny taona 2030 ny drafitra: (i) misarika mpitsidika 60 000; (ii) mamorona asa 1000 mivantana sy ankolaka amin'ny sehatry ny fizahantany; (iii) mampitombo 40 % ny hetra azo avy amin'ny fizahantany; (iv) mampiakatra ny salan'isa faharetan'ny fijanonana ho 2,5 andro; (v) mahatratra 60 % ny toeram-pizahantany manana mari-pankasitrahana ekolojika. Ny paikady fampiharana dia miorina amin'ny andry stratejika dimy mifameno: (i) ny faha-mahasrika ny tolotra fizahantany, (ii) ny fahafahan'ny faritra idirana, (iii) ny

fampiroboroboana ny toerana, (iv) ny fanamafisana ny fitantanana eo an-toerana sy ny fiaraha-miasa, ary (v) ny fanorenana ny fampandrosoana ao anatin'ny rafitra maharitra ara-tontolo iainana sy ara-tsosialy.

Executive Summary

The Andasibe Destination Tourism Development (2026–2030) is part of an ambitious territorial transformation dynamic, aiming to establish Andasibe as a flagship tourist destination in Madagascar. This strategic plan is based on a clear vision: to make Andasibe an outstanding nature destination, offering an integrated and sustainable ecotourism experience where exceptional biodiversity, local culture, and community engagement combine to create a unique stay. The overall objective is to position this territory as a leading, prosperous, authentic, sustainable, and inclusive nature ecotourism destination capable of generating significant economic benefits while preserving its environment. To achieve this ambition, the plan defines five measurable specific objectives by 2030: (i) attract 60,000 visitors; (ii) create 1000 direct and indirect jobs in the tourism sector; (iii) increase tourism-related tax revenues by 40%; (iv) raise the average length of stay to 2.5 days; (v) achieve 60 % eco-label certification for tourist establishments.

The intervention strategy is built around five complementary strategic axes: (i) attractiveness of the tourism offer, (ii) accessibility of the territory, (iii) promotion of the destination, (iv) strengthening local governance and partnerships, and (v) embedding development in an environmental and social sustainability framework.

Table des matières

<i>Un plan pour une nature d'excellence 2030</i>	5
<i>1. Un plan ancré dans les réalités locales et coconstruit collectivement</i>	5
<i>2. Un positionnement stratégique renforcé dans l'Est malgache</i>	6
<i>3. Andasibe : analyse swot pour une destination d'exception</i>	6
Tableau 1 : Forces et Opportunités	8
Tableau 2 : Faiblesses et menaces	9
<i>4. Plan 2026 – 2030</i>	11
<i>4.1 Le but du plan</i>	11
<i>4.2 La vision à l'horizon 2030</i>	11
<i>4.3 L'objectif général du PDTD</i>	13
<i>4.4 Les 5 objectifs spécifiques</i>	13
Tableau 3 : Les objectifs spécifiques et les indicateurs de réussite	13
<i>5. Les 5 axes stratégiques d'intervention et les 6 résultats attendus</i>	15
<i>6. Un plan d'action opérationnel 2026-2028</i>	18
<i>6.1 Déclinaison opérationnelle des axes stratégiques</i>	18
<i>6.2 Chronogramme de mise en œuvre</i>	24
<i>Conclusion</i>	24
<i>ANNEXES</i>	26
<i>Annexe 1 : Narratif détaillé des 5 axes stratégiques</i>	26
<i>Axe 1 — Attractivité : Renforcement et diversification de l'offre touristique</i>	26
<i>Axe 2 — Accessibilité : Infrastructures, transport et connectivité</i>	36
<i>Axe 3 — Promotion et marketing : Valorisation de l'image et visibilité</i>	41
<i>Restauration et gastronomie locale (Andasibe, 2025)</i>	44
<i>Axe 4 — Gouvernance et partenariats : Coordination et gestion partagée</i>	46
<i>Axe 5 — Durabilité environnementale et sociale : Un modèle d'écotourisme responsable</i>	49
<i>Annexe 2 : Liste des partenaires impliqués dans l'élaboration du plan</i>	54
<i>Annexe 3 : Suivi et évaluation</i>	55
<i>Annexe 4 : Appel à l'engagement collectif</i>	56
<i>Annexe 5 : Pistes de financement international</i>	56
<i>Annexe 6 : Scénario de fréquentation touristique à Andasibe, 2030</i>	58
<i>Glossaire</i>	61
<i>Bibliographie / Sources citées</i>	62

Un plan pour une nature d'excellence 2030

Le **Plan de Développement du Tourisme d'Andasibe (2026–2030)** vise à positionner le territoire comme une destination **authentique, durable et inclusive**, en conciliant **attractivité touristique, équité territoriale et préservation environnementale**.

Structuré autour d'une vision claire, d'un objectif global et de cinq objectifs spécifiques, ce plan s'articule en cinq axes stratégiques et vise l'atteinte de cinq résultats attendus, traduits en 24 activités clés. Il prévoit des indicateurs de résultats mesurables à court, moyen et long terme, et s'organise en deux niveaux : stratégique et opérationnel, pour une mise en œuvre cohérente et efficace.

1. Un plan ancré dans les réalités locales et coconstruit collectivement

Ce plan de développement est le **fruit d'une dynamique collective, inclusive et ancrée dans les réalités locales** :



Ce plan couvre une **vision stratégique à 5 ans 2026-2030**, appuyée par un **plan d'actions priorisé sur 3 ans 2026-2028**. Ce plan bénéficie également d'un environnement national et international porteur, qui renforce sa légitimité et son potentiel de réussite.

2. Un positionnement stratégique renforcé dans l'Est malgache

Ce plan s'inscrit dans les grandes orientations fixées par la Politique Générale de l'État (PGE) et le Plan Émergence Madagascar (PEM), qui visent à faire du tourisme un levier stratégique de croissance économique.

À l'échelle nationale, les objectifs à l'horizon 2030 sont d'attirer 1 million de visiteurs étrangers et d'atteindre une contribution du secteur touristique équivalente à 15 % du PIB.

Une étude en date de 2024,¹ identifie clairement Andasibe comme un **hub stratégique pour structurer l'offre touristique de l'Est de Madagascar**. Le document recommande de renforcer les synergies entre les grands pôles régionaux – notamment Tamatave, le Canal des Pangalanes, Sainte-Marie et Marojejy – en s'appuyant sur Andasibe comme porte d'entrée, lieu de transit et centre d'interconnexion touristique à l'échelle régionale.

Cette orientation rejoint les tendances internationales du tourisme durable, qui encouragent la valorisation **d'itinéraires écotouristiques** intégrés, connectant biodiversité, culture locale et développement économique territorial.

3. Andasibe : analyse swot pour une destination d'exception

Andasibe bénéficie **d'un positionnement géographique stratégique**, à proximité immédiate de la capitale Antananarivo, accessible aisément par la **Route Nationale 2 (RN2)** et connectée à la ligne ferroviaire **Tananarive-Côte Est (TCE)**.

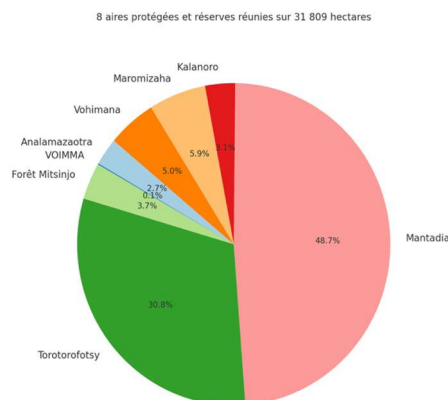
¹ Projet PIC3. *Livrable 3 – Développement des destinations Grand Est de Madagascar*. PIC3, 2024-
Cabinets ALTAVEA et AlterEgo.



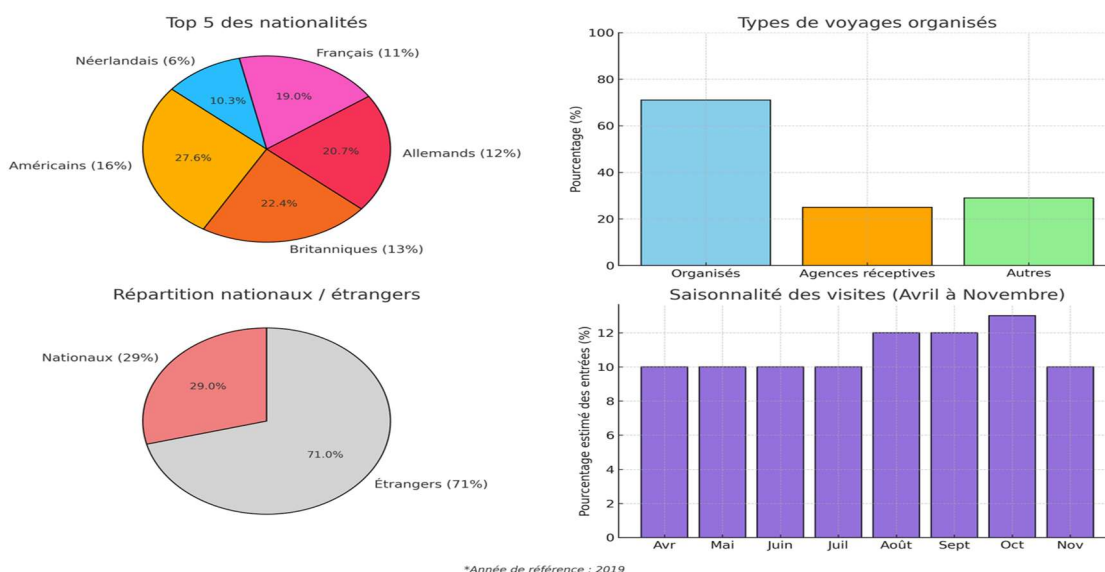
Située au cœur du **Corridor Ankeniheny Zahamena (CAZ)**, Andasibe représente un vestige remarquable des forêts humides de l'Est, reconnues pour leur **taux d'endémicité exceptionnel**. On y recense notamment **14 espèces de lémuriens**, dont le célèbre **Indri indri**, emblème de la région, ainsi que **117 espèces d'oiseaux**, **120 orchidées**, **84 amphibiens** et **57 reptiles**.

Ce patrimoine naturel remarquable est protégé et valorisé à travers un **complexe de 8 aires protégées et réserves**, s'étendant sur une superficie totale de **31 809 hectares**. Comme le montre le graphique circulaire ci-dessus, ces aires incluent des zones de conservation emblématiques telles que **le Parc national de Mantadia** et **la Réserve d'Analamazaotra**, mais aussi des initiatives communautaires et privées (VOIMMA, Mitsinjo, Vohimana, etc.) qui renforcent la diversité des modes de gestion et de protection.

Ce réseau de conservation constitue le socle du développement **écotouristique durable d'Andasibe**, en conciliant préservation de la biodiversité et retombées économiques locales.



Profil et Comportement des Visiteurs à Andasibe*



2

Pour aller plus loin dans l'analyse, à partir des ateliers de concertation et des études disponibles, un **diagnostic SWOT** a été dressé :

Tableau 1 : Forces et Opportunités

Thématique	Forces	Opportunités
Gouvernance / Infrastructures	<ul style="list-style-type: none"> Bonne organisation des guides, Plateforme des acteurs regroupant le privé et le public créée en 2024 Cluster tourisme complet Implication effective de la Mairie d'Andasibe 	<ul style="list-style-type: none"> Energie : présence de barrage hydroélectrique Soutien bailleurs/ONG pour éco-infrastructures, de financements de la conservation,
Offre & Services	<ul style="list-style-type: none"> Référence nationale en service guidage, Climat tempéré (18–24 °C), Étape clé des circuits de l'Est, Parcs nationaux, communautaires, classés (RAMSAR, UNESCO), et biodiversité : Indri-Indri, >12 espèces de lémuriens, caméléons, orchidées Mosaïque de réserves* 	<ul style="list-style-type: none"> Développement de Séjours de volontariat scientifique et MICE Marché local et régional croissant, Connexions régionales (Tamatave, Pangalanes, Sainte-Marie) pour des circuits combinés.

² Ces données sont issues de l'étude *Destination Andasibe – Home of Indri : Présentation de la destination Andasibe.*, Alter Ego, 2024.

Thématique	Forces	Opportunités
	<p>Sécurité* Diversité des hébergements :</p> <p>Écolodge, hôtels 4★, camping</p> <ul style="list-style-type: none"> • Offre diversifiée : circuits culturels, VTT, canopy-tour... 	<ul style="list-style-type: none"> • Écotourisme mondial en croissance, Projet d'exploitation • Train touristique (TCE)+gare d'Andasibe • Développement du marché slowtourism/workation • Abondance de produits locaux et d'exception (gastronomie/restauration)
Promotion /	<ul style="list-style-type: none"> • Notoriété internationale : "LE" hotspot de biodiversité iconique pour voir les lémuriens, • Momentum positif : Festival de l'Indri, 	<ul style="list-style-type: none"> • Développement technologique Marketing digital, • Programmes de recherche et documentaires (BBC, Nat Geo),
Accessibilité	<ul style="list-style-type: none"> • Proximité de la capitale (à 3 heures, PN le plus proche) via RN2, • Liaison TCE 	<ul style="list-style-type: none"> • Relance liaison TCE • Projet de piste d'aviation (complexe Vakona Manjarano Ambatovy) • Potentiel exploitation touristique aérodrome Moramanga (Ambatovy)

Tableau 2 : Faiblesses et menaces

Thématique	Faiblesses	Menaces
Gouvernance / Infrastructures	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de coordination des acteurs • Faible intégration/bénéfice des populations locales, • Faiblesse des infrastructures : assainissement et voirie, déchet, internet, santé, accès intérieurs, Réseau électrique instable, Faible qualité de Internet • Pas de guichet automatique de banque, 	<ul style="list-style-type: none"> • Aléas climatiques : pluies, glissements, cyclones • Changement climatique : altération des floraisons et du comportement animal • Pression démographique locale, Déforestation, braconnage, • Espèces invasives • Développement non concerté, surcapacité, conflits

	<ul style="list-style-type: none"> • Éloignement de l'administration en charge du tourisme (Ambatondrazaka/Moramanga) 	
Offre & Services	<ul style="list-style-type: none"> • Peu de produits culturels, • Capacité d'accueil insuffisant en pic saison (~500 lits), Sites engorgés en haute saison • Peu d'établissements haut/ultra-premium, • Qualité de service inégale • Faible qualification du personnel de base en HR • Offre touristique limitée pour le marché local, • Manque d'activités hors nature Offre focus "forêt à lémuriens", Durée moyenne de séjour faible (~1,7 jour) 	<ul style="list-style-type: none"> • Concurrence (au niveau national : Ranomafana, à l'international Costa Rica) • Surfréquentation non maîtrisée • Changement climatique affectant faune/flore,
Promotion	<ul style="list-style-type: none"> • Visibilité focus parcs • Communication commerciale via TO • Absence de stratégie commune de promotion 	<ul style="list-style-type: none"> • Dépendance forte aux actions commerciales des TO
Accessibilité	<ul style="list-style-type: none"> • Tronçon Andasibe–Mantadia très dégradé, • Pistes impraticables en saison des pluies, • Pas de transport direct (pas de terminus Andasibe) • Pas de bureau d'accueil/informations touristiques (vs parc) 	<ul style="list-style-type: none"> • Dégradation continue de la RN2 • Accès aux infos très limité

Cette photo reflète la multitude de panneaux publicitaires sur le terrain, et illustre la non-coordination des acteurs et l'absence de stratégie commune en communication/information :



Conclusion :

*Andasibe dispose d'un **fort potentiel**, mais présente encore une **faible structuration**. La destination bénéficie d'une **forte notoriété**, mais reste très spécialisée et tournée vers un marché aux contours bien définis.*

Note : Andasibe se caractérise également par l'**exiguïté de son village** et l'absence de terrains disponibles. L'extension des habitations ne pourra se faire qu'à travers la création de nouveaux foyers en dehors du périmètre actuel.

4. Plan 2026 – 2030

4.1 Le but du plan

Ce plan vise à orienter le développement touristique d'Andasibe vers un modèle **durable, équilibré et inclusif**, au bénéfice des habitants. Il constitue également un cadre de référence clair pour les **décideurs locaux**, les **partenaires techniques** et les **investisseurs** souhaitant accompagner le développement du territoire

4.2 La vision à l'horizon 2030

En 2030, la vision esquissée par les acteurs du territoire est de parvenir à un modèle de destination écotouristique intégrée, inclusive et durable, et elle se formule ainsi :

“Andasibe : destination nature d'excellence”



Travaux de groupes pour la définition commune de la vision 2030, janvier 2025

- **Une destination à part entière**, capable de retenir les visiteurs plusieurs jours grâce à une offre variée d'activités, d'hébergements et de découvertes, en s'appuyant sur une identité forte portée par l'Indri-Indri et la forêt humide, et en développant à la fois le tourisme de circuit et le tourisme de séjour.
- **Une identité territoriale affirmée** : l'Indri-Indri et la forêt humide seront au cœur de l'image de marque, mais enrichis par la valorisation du patrimoine culturel local (contes, artisanat, histoire ferroviaire) et des spécificités régionales. Le nom d'Andasibe doit évoquer immédiatement une expérience unique mêlant nature, culture et communauté.
- **Une gamme de produits diversifiée** : Andasibe proposerait non seulement du pur écotourisme, mais aussi un tourisme communautaire (immersions villageoises, séjours chez l'habitant), scientifique (accueil de chercheurs, programmes de volontariat écologique), un tourisme de bien-être nature (yoga en forêt, ressourcement), des circuits aventure (trekking jusqu'à des sites reculés, VTT, etc.), des événements phares annuels (festival, compétitions nature) et un lieu pour l'organisation de séminaires et du tourisme d'affaires.
- **Des communautés locales prospères et engagées** : la population d'Andasibe tirerait une part significative de ses revenus du tourisme (emplois ou activités induites). Les jeunes seraient formés et impliqués, réduisant l'exode rural. Les habitants auraient conscience de la valeur de leur patrimoine et participeraient activement à sa préservation, grâce aux bénéfices tangibles qu'ils en retirent.
- **Un ancrage territorial fort et des synergies régionales** : Andasibe s'inscrira dans un réseau de destinations complémentaires de l'Est malgache — connecté

aux circuits vers le Canal des Pangalanes, vers Tamatave sur la côte, ou en lien avec d'autres pôles écotouristiques comme Marojejy ou Ranomafana. Des offres combinées permettront aux visiteurs de prolonger leur séjour dans la région Alaotra-Mangoro voire au-delà, faisant d'Andasibe un hub de découverte de l'Est de Madagascar.

Pour traduire concrètement la vision 2030 et mesurer l'impact des actions engagées, le Plan de Développement du Tourisme fixe une série **d'objectifs** à atteindre d'ici 2030, accompagnés **d'indicateurs chiffrés**.

4.3 L'objectif général du PDTD

Pour traduire concrètement la vision 2030 et mesurer l'impact des actions engagées, le Plan de Développement Touristique de la Destination Andasibe fixe pour objectif général le ***positionnement d'Andasibe comme une destination écotouristique de référence, prospère, authentique, durable et inclusive.***

Les **hypothèses de réussite** de ce plan ont fait ressortir deux conditions indispensables :

- **Une stabilité politique et un climat de sécurité assurés**
- **Un engagement fort et soutenu des autorités locales, régionales et nationales**

4.4 Les 5 objectifs spécifiques

Tableau 3 : Les objectifs spécifiques et les indicateurs de réussite

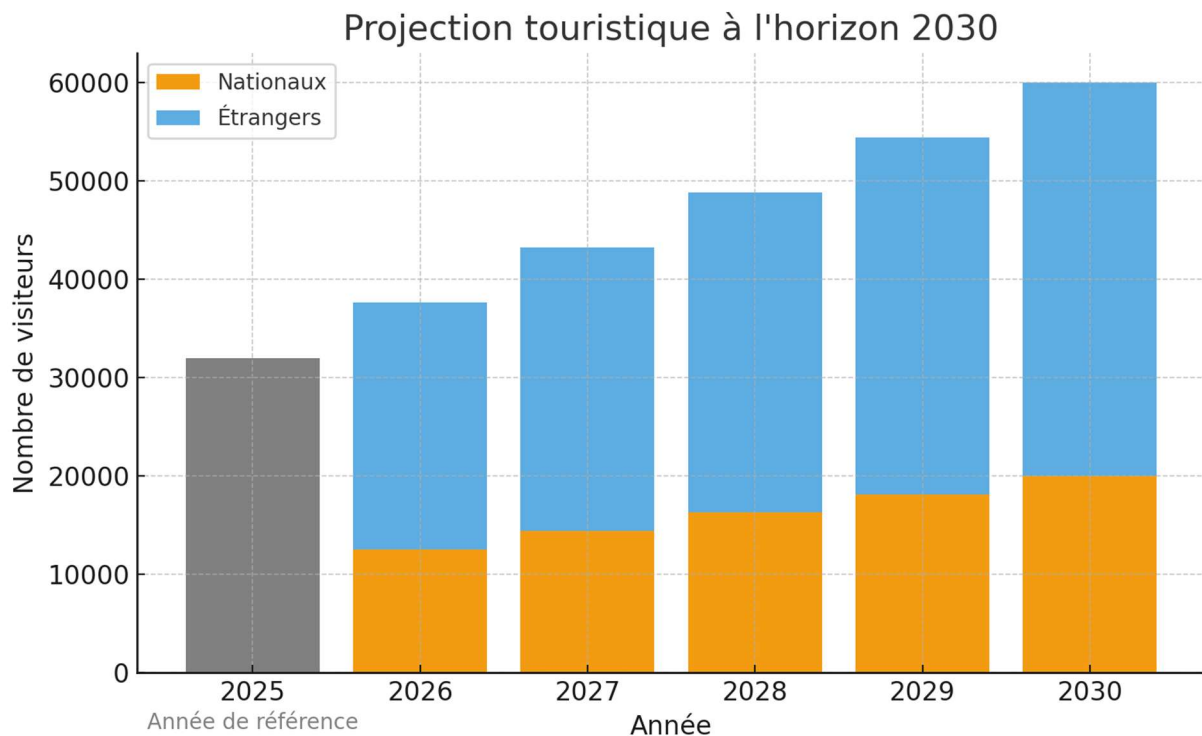
Objectifs spécifiques	Indicateurs de réussite	Indicateurs objectivement vérifiables
	<ul style="list-style-type: none"> - L'offre touristique d'Andasibe est renforcée en termes de qualité, d'originalité/authenticité et de diversité - La notoriété et l'image d'Andasibe sur les marchés cibles sont renforcées et mesurables - La fréquentation touristique en 2030 est 2 fois supérieure à celle de 2025 	<p>Nombre de visiteurs enregistrés par an</p>

1. Attirer 60 000 visiteurs d'ici 2030 ³		
2. Créer 1000 emplois directs et indirects dans le secteur touristique	<ul style="list-style-type: none"> - Les retombées économiques au niveau local et au bénéfice de la population sont significativement accrues et palpables - Les actions des acteurs publics, privés et communautaires sont coordonnées et renforcées 	Nombre d'emplois générés par an
3. Augmenter de 40 % les recettes fiscales issues du tourisme		Montant des taxes et impôts collectés liés aux activités touristiques par an
4. Porter la durée moyenne de séjour à 2,5 jours	<ul style="list-style-type: none"> - L'attraction réelle d'Andasibe est mesurée par une évolution positive constante du nombre de visiteurs, du nombre de nuitées par visiteur, du taux de retour positif, et de l'extension de la fréquentation touristique sur l'ensemble du territoire - La saison touristique est lissée sur l'année avec du tourisme d'affaires 	Évolution du nombre moyen de nuitées par visiteur
5. Atteindre 80 % d'établissements touristiques écolabellisés	<ul style="list-style-type: none"> - La capacité d'accueil d'Andasibe est supérieure à celle de 2025, (80 chambres supplémentaires) et l'offre d'hébergement est de qualité et durable - Le développement touristique d'Andasibe est respectueux de l'environnement et des communautés locales 	Nombre d'établissements éco labellisés par an

Ce graphique présente une projection de l'évolution du nombre de touristes à Andasibe entre 2025 et 2030, selon les profils de visiteurs (nationaux et internationaux), en s'appuyant sur une croissance linéaire déduite des tendances récentes ; l'année 2025 est utilisée comme année de référence, et cette progression maîtrisée reflète une stratégie de développement progressif fondée sur la stabilité conjoncturelle, la

³ Le détail de la trajectoire de fréquentation et des hypothèses de croissance est présenté en *Annexe 6 – Scénario de fréquentation touristique à Andasibe, 2030 : atteindre 60 000 visiteurs/an.*

diversification de l'offre, l'augmentation de la durée du séjour, la construction de nouveaux hébergements et une volonté affirmée de structurer la destination autour d'un tourisme durable :



5. Les 5 axes stratégiques d'intervention et les 6 résultats attendus

Pour atteindre les objectifs fixés, le plan s'articule autour de 5 axes stratégiques majeurs, définis lors des ateliers de concertations : **Attractivité, Accessibilité, Promotion, Gouvernance et Durabilité**. Chacun de ces axes correspond à un ensemble cohérent de mesures et d'actions à mettre en œuvre pour aboutir aux 6 résultats attendus et concertés :

- **Résultat attendu 1. L'offre touristique est renforcée et diversifiée ;**
- **Résultat attendu 2. La connectivité et les infrastructures sont améliorées ;**
- **Résultat attendu 3. L'image d'Andasibe est valorisée, la visibilité de la destination est accrue sur les marchés émetteurs ciblés ;**
- **Résultat attendu 4. La gouvernance du secteur et les capacités d'intervention locales sont renforcées ;**
- **Résultat attendu 5. Le développement touristique d'Andasibe est équilibré et durable.**

Le **tableau 4** résume les mesures et les principales actions selon les axes stratégiques et les résultats attendus :

Axes stratégiques d'intervention	Résultats attendus	Indicateurs	Défis/challenges
<p>AXE 1 – ATTRACTIVITÉ <i>Renforcer et diversifier l'offre touristique</i></p> <p><u>9 Activités clés</u></p>	<p>R1. L'offre touristique renforcée et diversifiée</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Réalisation de l'inventaire de l'offre touristique 2. Campagne de désaisonnalisation 3. Création et diversification de nouveaux produits touristiques 4. Mise en place du tourisme d'affaires / MICE 5. Développement du haut de gamme 6. Développement du safari photos 7. Réhabilitation et soutien aux gestionnaires de site 8. Création d'un centre d'accueil et d'interprétation 9. Renforcement des capacités des travailleurs touristiques 	<ul style="list-style-type: none"> • Nouvelle offre adaptée aux saisons et publics, développée et mise en tourisme • Expériences touristiques diversifiées et améliorées • Augmentation de la fréquentation hors saison • 80 nouvelles chambres disponibles • Répartition et montée en gamme de l'hébergement • Compétences techniques en métiers de base renforcées 	<ul style="list-style-type: none"> - Mobilisation de capital et de financements pour le développement de nouveaux produits. - Implication active des communautés locales dans la conception et la gestion de l'offre. - Maintien d'une qualité homogène des prestations malgré la diversification. - Pression concurrentielle d'autres destinations régionales
<p>AXE 2 – ACCESSIBILITÉ <i>Améliorer la connectivité et les infrastructures</i></p> <p><u>4 Activités clés</u></p>	<p>R2. - La connectivité et les infrastructures sont améliorées</p> <ol style="list-style-type: none"> 10. Réhabilitation de la route de Mantadia 11. Mise en place de la signalétique touristique 12. Étude et rénovation de la gare ferroviaire 13. Développement du train TCE touristique 	<ul style="list-style-type: none"> • +50% fréquentation hors saison d'ici 2030 • Réduction du temps de trajet • Services fonctionnels et satisfaisants 	<ul style="list-style-type: none"> - Mobilisation de financements - Négociation avec les acteurs du TCE - Retards potentiels dans les travaux liés aux procédures administrative - Coordination intersectorielle insuffisante (tourisme, transport, urbanisme)

<p>AXE 3 – PROMOTION & MARKETING <i>Valoriser l’image et accroître la visibilité</i></p> <p><u>4 Activités clés</u></p>	<p>R3. L’image d’Andasibe est valorisée, la visibilité de la destination est accrue sur les marchés émetteurs ciblés.</p> <p>14. Promotion et marketing de la destination 15. Mise en valeur de la gastronomie locale 16. Actualisation de l’inventaire des marchés cibles 17. Promotion B2B sur les marchés cibles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de mentions presse • Réseaux sociaux • + Création d’une charte de qualité reconnue 	<p>- Faibles moyens et compétences en communication/promotion</p> <p>- Mobilisation de financements</p>
<p>AXE 4 – GOUVERNANCE & PARTENARIATS <i>Renforcer la gouvernance et les capacités locales</i></p> <p><u>4 Activités clés</u></p>	<p>R4. La gouvernance du secteur et les capacités d'intervention locales sont renforcées</p> <p>18. Développement de la plateforme multi-acteurs 19. Mise en place d’un plan de développement spatial touristique 20. Renforcement des capacités institutionnelles 21. Création d’un centre de formation touristique</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de réunions de concertation • Existence d’un comité de gouvernance fonctionnel • Cadre de gestion touristique opérationnel • 200 professionnels formés disponibles en 2030 • 90% taux satisfaction visiteurs • Partage régulier des résultats 	<p>- Appropriation d’une vision partagée par les acteurs</p> <p>- Coordination efficace des actions</p>
<p>AXE 5 – DURABILITÉ ENVIRONNEMENTALE & SOCIALE <i>Assurer un développement durable et équilibré</i></p> <p><u>3 Activités clés</u></p>	<p>R5. Le développement touristique d’Andasibe est équilibré et durable</p> <p>22. Conservation et gestion des ressources naturelles 23. Développement du tourisme durable premium 24. Appui aux opérateurs pour la gestion durable</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Taux d’implication des communautés locales dans les projets touristiques • Proportion d’hébergements chez l’habitant 	<p>- Vulnérabilité climatique (feux, cyclones)</p> <p>- Dégradation des sites naturels (feux, exploitation illicite)</p> <p>- Gestion des déchets insuffisante</p>

6. Un plan d'action opérationnel 2026-2028

Cette partie est dédiée au **cadre opérationnel**. Elle présente les 24 actions, les budgets estimatifs, les indicateurs de suivi, les responsables indicatifs ainsi que le chronogramme de réalisation, afin de garantir une mise en œuvre rigoureuse et transparente.

Chaque action proposée s'accompagne d'un budget prévisionnel et d'indicateurs de suivi, garantissant une mise en œuvre rigoureuse et transparente.

6.1 Déclinaison opérationnelle des axes stratégiques

AXE 1 – ATTRACTIVITÉ

Actions	Activités principales	Indicateurs de suivi	Responsables indicatifs	Budget estimatif (MGA)
1. Réalisation de l'inventaire de l'offre touristique	Recenser et géolocaliser les acteurs ; Établir un diagnostic de l'offre ; Créer une base de données numérique partagée de statistiques du tourisme	≥100 acteurs recensés ; 1 diagnostic validé ; Base de données sur les statistiques en ligne opérationnelle	Commune, ORTALMA, OT, artisans, guides	20 millions
2. Campagne de désaisonnalisation	Organiser des événements en basse saison (festivals, marathons, animations immersives) ; Sensibiliser acteurs et visiteurs	≥3 événements ; +10% fréquentation hors saison ; ≥70% satisfaction	MNP, ONG, artistes	200 millions
3. Création et diversification de nouveaux produits touristiques	Identifier ressources (faune, flore, artisanat, culture, train,) ; Concevoir des circuits (2-4 jours) ; Intégrer des produits culturels scientifiques et gastronomiques	≥5 circuits créés ; Séjour moyen >2,5 jours ; ≥20% visiteurs cibles ; ≥1 000 visiteurs/an	ORTALMA, TO, artisans, guides, commune	100 millions
4. Mise en place du tourisme d'affaires/MICE	Créer des espaces coworking/workation ; Organiser des séminaires Développer des partenariats B2B ; Intégrer	≥2 espaces ; ≥15 séminaires/an ; ≥3 TO engagés	Hôteliers, TO, entreprises	40 millions

Actions	Activités principales	Indicateurs de suivi	Responsables indicatifs	Budget estimatif (MGA)
	des services technologiques			
5. Développement du haut de gamme	Concevoir une offre premium (écolodge luxe) ; Déployer un label écoresponsable de destination ("Andasibe Green Stay") ; Combiner l'offre avec la production locale de caviar	1 campement ; ≥3 bornes ; Satisfaction >85% ; ≥60% d'hébergements labellisés en 2030 ;	TO, hôtels, Ministères	300 millions
6. Développement du safari photos	Créer des circuits photographiques (Indri, oiseaux, orchidées) ; Aménager des points d'observation ; Promouvoir auprès des photographes	≥2 circuits photos ≥500 photographes/an ; Satisfaction >80%	TO spécialisés, OT, guides nature	60 millions
7. Réhabilitation et soutien aux gestionnaires de sites	Fournir assistance technique pour mise aux normes ; améliorer produits ; développer circuits nocturnes et centre de recherche ; renforcer gestion	Produits améliorés ; Gestion renforcée ; Attractivité accrue	Gestionnaires	80 millions (Assistance technique et petits aménagements)
8. Création d'un centre d'accueil et d'interprétation	Concevoir un centre relié à la gare ferroviaire ; Centraliser billetterie physique et numérique ; Intégrer scénographie et espace culturel pour informer et orienter les visiteurs	Centre opérationnel ; Système numérique fonctionnel	Plateforme multi-acteurs	150 millions
9. Renforcement des capacités des travailleurs touristiques	Former les jeunes aux métiers du guidage, hôtellerie et langues ; Créer un programme "Bush Academy" pour former des formateurs ; Favoriser l'insertion professionnelle des jeunes et femmes	≥100 jeunes formés ; ≥80% insertion	PIC, opérateurs	200 millions

AXE 2 – ACCESSIBILITÉ

Actions	Activités principales	Indicateurs de suivi	Responsables indicatifs	Budget estimatif (MGA)
10. Réhabilitation de la route de Mantadia	Réaliser études techniques et environnementales ; Réhabiliter et entretenir 15 km de route ; Assurer le suivi qualité et la sécurité	Route rénovée ≥ 15 km ; +20% visiteurs ; qualité $\geq 4/5$	Ministère Décentralisation Commune	9,2 milliards
11. Mise en place de la signalétique touristique	Installer des panneaux et balisages sur circuits ; Intégrer la géolocalisation avec une application mobile	\geq panneaux installés ; $\geq 90\%$ orientation ; Géolocalisation assurée	OT, Commune	80 millions
12. Étude et rénovation de la gare ferroviaire	Réaliser une étude de diagnostic et de faisabilité ; Concevoir un plan intégré avec le centre d'accueil ; Rénover bâtiment et sanitaires ; Installer guichet automatique bancaire et espace d'accueil connecté	1 étude validée ; 1 gare rénovée ; ≥ 2 sanitaires ; 1 GAB opérationnel	Commune, DRT	500 millions
13. Développement du train TCE touristique	Mettre en valeur la ligne Tananarive–Côte Est ; Aménager des wagons touristiques panoramiques ; Créer des packages combinés train + parc	≥ 2 wagons touristiques ; $\geq 10\%$ visiteurs par train	Ministère Transports, MNP, opérateurs ferroviaires	500 millions

AXE 3 – PROMOTION

Actions	Activités principales	Indicateurs de suivi	Responsables indicatifs	Budget estimatif (MGA)
14. Promotion et marketing de la destination	Créer une marque touristique ; Développer un site web et une application	$\geq 10\,000$ vues/mois ;	ORTALMA, presse	20 millions

Actions	Activités principales	Indicateurs de suivi	Responsables indicatifs	Budget estimatif (MGA)
	mobile ; Lancer une campagne internationale (#EchoesOfAndasibe) ; Produire des vidéos promotionnelles ; Coordonner actions avec compagnies aériennes et médias	≥2 000 téléchargements appli ; >5% engagement		
15. Mise en valeur de la gastronomie locale	Créer un label pour les restaurants utilisant produits locaux ; Promouvoir circuits courts alimentaires ; Intégrer la gastronomie dans les menus touristiques et guides ; Organiser des événements culinaires	≥10 restos labellisés ; ≥60% produits locaux ; 1 guide gastronomique	Ministère Agriculture, ONG, restaurateurs	80 millions
16. Actualisation de l'inventaire des marchés cibles	Mettre à jour les fiches techniques produits pour naturalistes et birdwatchers ; Produire un manuel de vente en version papier et numérique ; Diffuser ce manuel aux tour-opérateurs nationaux et internationaux	Produits actualisés ; Manuel diffusé	Assistant technique PIC	30 millions
17. Promotion B2B sur les marchés cibles	Organiser des éducteurs pour tour-opérateurs spécialisés (birdwatching, lemur watching, orchidées) ; Coordonner la participation aux salons internationaux wildlife et birdwatching	≥2 éducteurs/an ≥3 salons internationaux/an	Plateforme multi-acteurs	100 millions

AXE 4 – GOUVERNANCE

Actions	Activités principales	Indicateurs de suivi	Responsables indicatifs	Budget estimatif (MGA)
18. Développement de la plateforme multi-acteurs	Organiser des commissions et 6 réunions par an ; Développer un espace numérique partagé Assurer le suivi et co-portage de projets touristiques Organiser des réunions public-privé ; Créer un annuaire professionnel ; Appuyer les groupements professionnels pour représenter les opérateurs d'Andasibe	Plateforme opérationnelle ≥6 réunions ; ≥15 projets co-portés ≥1 annuaire publié ; ≥2 projets fédérateurs	OT, ORTALMA, opérateurs Opérateurs privés, groupements	30 millions
19. Mise en place d'un plan de développement spatial touristique	Organiser des réunions annuelles ; Définir et mettre en œuvre un plan de développement spatial du tourisme ; Coordonner avec les gestionnaires de sites et opérateurs privés	Plan spatial validé	Commune, opérateurs privés, gestionnaires de sites, PIC	100 millions
20. Renforcement des capacités institutionnelles	Mettre en place une délégation du tourisme ; Développer un système d'information touristique ; Fournir des équipements bureautiques et informatiques ; Assurer la formation du personnel communal Formaliser les guides informels ;	Délégation en place ; Système d'opérationnel	Ministère tourisme, PIC	70 millions
21. Création d'un centre de formation touristique	Étudier, concevoir et construire un centre dédié aux métiers du tourisme ; Développer modules pratiques et théoriques ; Équiper les salles de formation ;	Centre opérationnel ; Filières actives ; 100 jeunes formés/3 ans	Ministère Tourisme, OT, ONG, guides	500 millions

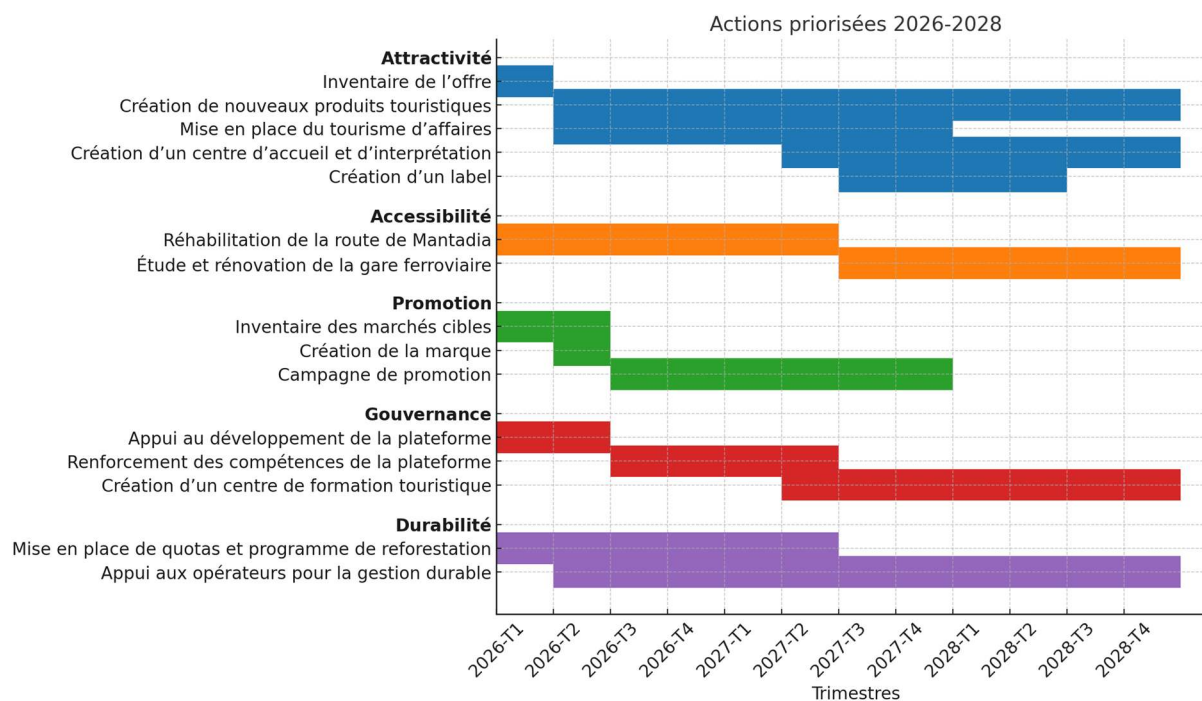
Actions	Activités principales	Indicateurs de suivi	Responsables indicatifs	Budget estimatif (MGA)
	Assurer le suivi/évaluation des diplômés			

AXE 5 – DURABILITÉ

Actions	Activités principales	Indicateurs de suivi	Responsables indicatifs	Budget estimatif (MGA)
22. Conservation et gestion des ressources naturelles	Mettre en place des quotas journaliers sur les sentiers sensibles ; Organiser une reforestation participative (100 000 plants/an) ; Étendre la zone tampon de Mantadia ; Renforcer les patrouilles mixtes avec les communautés locales	≥100 000 plants/an ; ≥80% circuits scolaires intégrant reforestation ; ≥3 sentiers régulés ; ≥2 zones tampon cogérées	Gestionnaires de sites, ORTALMA, communautés locales	100 millions
23. Développement du tourisme durable premium	Installer panneaux solaires et bornes numériques ; Construire un campement luxe éco-construit respectant les normes environnementales	≥50% énergie renouvelable ; ≥1 campement pilote avant 2027	Groupement hôteliers, Ministère du Tourisme	200millions
24. Appui aux opérateurs pour la gestion durable	Accompagner les opérateurs vers des certifications durables ; Former au tri et recyclage ; Mettre en place des points de tri ; Développer des projets de tourisme communautaire intégrant les pratiques écologiques	Opérateurs certifiés ; 60 % sites équipés en tri ; - 50 % plastiques ; Projets communautaires intégrés ;	Secteur privé, PIC	150 millions

6.2 Chronogramme de mise en œuvre

Pour garantir une mise en œuvre progressive et cohérente du plan, un calendrier de réalisation a été établi. Il répartit les actions prioritaires selon les cinq axes stratégiques sur la période 2026 à 2028, avec une planification détaillée par trimestre.



Conclusion

Ce qui va changer à Andasibe en 2030...

En 2030, Andasibe ne sera plus une simple étape sur la RN2, mais une destination mondialement connue, reconnue comme une nature d'excellence, un lieu où la forêt chante et où chaque visiteur repart transformé.

Ici, l'arrivée sera déjà un voyage : une gare ferroviaire rénovée accueillant les voyageurs du train panoramique, une route bordée de forêts humides et un centre d'interprétation moderne invitant à plonger dans l'univers de l'Indri.

Andasibe sera reconnue à travers le monde pour ses deux icônes : le chant envoûtant de l'Indri, devenu signature sonore universelle de la destination, et ses orchidées aux floraisons spectaculaires, véritables bijoux de la biodiversité.

Les visiteurs ne viendront plus seulement pour voir des lémuriens : ils resteront plusieurs jours, séduits par des écolodges de charme, des expériences immersives, des festivals culturels et des ateliers vivants autour des savoirs betsimisaraka, du ravintsara, du miel et d'une gastronomie locale valorisée par le label *Produits d'Andasibe*.

Et aux portes de la capitale, Andasibe deviendra le spot MICE vert de référence : séminaires et retraites d'entreprise dans un cadre forestier inspirant, salles équipées

et connectées, espaces de coworking/workation, **packages** train panoramique + forêt, et **team-buildings “low impact”** pensés avec les **communautés locales**.

Chaque nuitée passée à Andasibe sera une “Green Stay”, garantissant que le séjour contribue directement à la préservation des forêts et au bien-être des communautés. Les 100 000 arbres reboisés chaque année, les emplois locaux créés et les retombées partagées incarneront un modèle inclusif et durable.

En résumé, Andasibe 2030 sera une marque mondiale, une symphonie vivante de nature et de culture, où se mêlent chants des lémuriens, orchidées éclatantes, senteurs de ravintsara, hospitalité betsimisaraka, séminaires nature chic à proximité d’Antananarivo et innovations écotouristiques. Une destination où chaque visiteur, qu’il soit voyageur, chercheur, photographe, ou équipe en séminaire, trouvera non seulement une expérience unique, mais aussi un sens profond : participer à l’histoire d’un territoire qui se réinvente, en harmonie avec sa forêt et ses habitants.



ANNEXES

Les annexes apportent un **éclairage complémentaire** au Plan de Développement Touristique de la Destination Andasibe. Elles détaillent les actions envisagées, recensent les acteurs mobilisés, présentent des exemples internationaux inspirants, précisent certains plans opérationnels et proposent des pistes identifiées pour le financement.

Elles rendent également compte des **enjeux majeurs discutés** entre les parties prenantes du tourisme d'Andasibe lors des ateliers de concertation, tout en mettant en avant des **opportunités concrètes** et des exemples d'actions pouvant être rapidement mises en œuvre.

Ainsi, elles constituent à la fois un **support technique** pour guider la mise en œuvre du PDTD, et un **outil de référence** pour assurer la cohérence des initiatives, faciliter la mobilisation des financements et renforcer la collaboration entre les acteurs publics et privés.

Annexe 1 : Narratif détaillé des 5 axes stratégiques

Pour atteindre les objectifs fixés, le plan s'articule autour de **5 axes stratégiques** majeurs, définis lors des concertations : **Attractivité, Accessibilité, Promotion, Gouvernance et Durabilité**. Chacun de ces axes correspond à un ensemble cohérent de mesures et d'actions à mettre en œuvre. Ils sont présentés ci-dessous.

Axe 1 — Attractivité : Renforcement et diversification de l'offre touristique

Andasibe se distingue par un **capital naturel et culturel exceptionnel** : forêts primaires tapissées de fougères arborescentes, cris matinaux des Indri-Indri résonnant dans la canopée, villages betsimisaraka riches en traditions vivantes et savoir-faire artisanaux (vannerie, médecine traditionnelle, aromathérapie à base de ravintsara). Le parc national d'Andasibe-Mantadia, cœur de cette destination, abrite plus de 110 espèces d'oiseaux, 14 espèces de lémuriers dont l'Indri-Indri, ainsi que des caméléons et grenouilles endémiques qui attirent les naturalistes et photographes du monde entier.

Malgré cette richesse, l'offre touristique actuelle reste **concentrée sur quelques sentiers diurnes** du parc national et un nombre limité de lodges situés en bord de RN2. Les retombées économiques profitent principalement à une poignée d'opérateurs, tandis que les villages périphériques (Falierana, Marozevo, Ambatovaky) restent en marge du développement touristique.

Les concertations menées en 2024-2025 ont également mis en évidence :

- La **forte saisonnalité** de la fréquentation (pics juillet-octobre, creux février-avril)
- La **faible diversification des activités**

- Le **manque d'infrastructures premium** et d'expériences immersives
- Une **demande internationale croissante** pour des produits durables et différenciés, confirmée par l'étude PIC3 Grand Est et l'Analyse de la demande

Cet axe vise à renforcer l'attrait et la notoriété d'Andasibe en élargissant et diversifiant l'offre touristique, afin de proposer une expérience immersive et multisensorielle tout au long de l'année. En développant de nouveaux produits et expériences inspirés des concertations locales et des recommandations des études régionales, il permettra de séduire un public plus large, de répondre aux attentes des segments émergents (familles, digital nomads, écotouristes premium, photographes naturalistes) et d'atteindre l'objectif de **60 000 arrivées d'ici 2030**. Il contribuera également à **porter la durée moyenne de séjour à 2,5 jours**, renforçant ainsi l'impact économique local et la satisfaction des visiteurs. **Contenu stratégique**

1. Inventaire et diagnostic de l'offre

- Recenser et géolocaliser l'ensemble des hébergements, guides, artisans, sites culturels et points d'intérêt naturels.
- Identifier les lacunes en matière de services (restauration, sanitaires, signalétique, offres nocturnes) et planifier les investissements.
- Créer une **base de données numérique partagée**, régulièrement mise à jour par la plateforme multi-acteurs (commune, ORTALMA, opérateurs privés), la base inclura des photos, coordonnées GPS, certifications écologiques et avis visiteurs, et servira de support au futur site web et à l'application mobile.)

2. Désaisonnalisation de la fréquentation

- Développer un **calendrier d'événements hors saison** (février et juin) : Festival des Lémuriens, Marathon vert d'Andasibe, Semaine du Ravintsara.
- Créer des **expériences "pluie sensorielle"** : observatoires couverts, mini-musée de la pluie, jardins de broméliacées.
- Sensibiliser les opérateurs à l'accueil hors haute saison (tarification flexible, offres familles et scolaires).

3. Diversification des produits

- Création de **circuits nocturnes élargis** et sorties thématiques (herpétologie, caméléons, randonnées sonores guidées).
- Développement d'**ateliers immersifs** : vannerie betsimisaraka, distillation de ravintsara, ateliers culinaires, visite de la station piscicole d'Analamazaotra
- Circuits "yoga lémurien" au lever du soleil et séjours bien-être en forêt tropicale.

4. Valorisation culturelle et savoir-faire

- Création d'un **inventaire interactif des légendes betsimisaraka**, accessible via QR codes et application mobile.
- Circuits autour de la **médecine traditionnelle** et soirées de contes animées au village.

- Affectation de **10 % des recettes billetterie du parc** à des micro-projets communautaires (eau potable, électrification, bourses scolaires).

5. Tourisme d'affaires et digital nomads

- Aménagement de **mini-espaces de coworking** dans les lodges existants.
- Développement de **forfaits "workation"** combinant connexion 4G et activités nature.
- Construction d'un **lieu polyvalent** (>50 personnes) pour séminaires d'ambassades et d'entreprises.

6. Montée en gamme et hébergements premium

- Développement d'**écolodges de luxe** et **tiny-houses sur pilotis** à Mantadia et Falierana.
- Création d'un **label** pour les chambres d'hôtes et hébergements écoresponsables.
- Intégration de **mobilité douce** (navettes électriques, vélos en libre-service) dans l'offre premium.

7. Professionnalisation des acteurs locaux

- **Formations courtes semestrielles** : accueil, service, guidage interprétatif (faune, flore), marketing digital.
- Transformation du **centre communautaire VOIMMA en école de guides** reconnue, intégrant des modules d'ornithologie, botanique et premiers secours en forêt.
- Développement de **MOOCs** et partenariats universitaires pour introduire des compétences pointues (écotourisme scientifique, tourisme communautaire).
- Mise en place d'un **programme de mentorat** : jumelage entre hôteliers expérimentés et opérateurs novices, avec priorité aux jeunes et aux femmes.

9. Création d'un centre d'accueil et d'interprétation

- Centre intégré relié à la gare ferroviaire avec scénographie immersive sur la biodiversité et les cultures locales.
- Espaces modulables : billetterie numérique, salle d'exposition, boutique de produits locaux.
- Rôle de hub pour la coordination des services touristiques et l'orientation des visiteurs.

Les activités clés proposées sont :

Fiche 1 – Inventaire de l'offre touristique

Objectif : Recenser l'ensemble des acteurs et infrastructures touristiques afin de créer un diagnostic partagé et planifier les investissements.

Activités principales

- Cartographier hébergements, guides, artisans, sites culturels.
- Identifier lacunes et opportunités de développement.
- Créer une base de données sur les statistiques du tourisme :

- Nombre et profil des visiteurs (origine géographique, saisonnalité).
- Comportements de consommation (hébergement, restauration, activités).
- Durée moyenne des séjours et dépenses moyennes

Indicateurs de suivi

- ≥100 acteurs recensés.
- 1 diagnostic validé.
- Base de données centralisée et actualisable sur le tourisme local.

Partenaires techniques : Commune, ORTALMA, OT, Université d’Antananarivo, ONG locales.

Partenaires financiers : Collectivités locales, bailleurs (AFD, Banque mondiale).

Fiche 2 – Campagne de désaisonnalisation

Objectif : Stimuler la fréquentation hors saison par des événements immersifs et culturels.

Activités principales

- **Marathon Vert (juin)** : évènement sportif nature positionné en basse saison, mobilisant sportifs et amateurs d’écotourisme.
- **Festival des Lémuriens (octobre)** : intégré au calendrier international du World Lemur Festival, ce rendez-vous sensibilise sur la diversité des lémuriens tout en attirant des flux touristiques à la fin de la saison sèche.
- **Festival Indri (fin septembre – début octobre)** : célébration emblématique autour de l’Indri indri, ancrée dans l’identité d’Andasibe. Bien qu’en pleine saison, il peut être **restructuré** ou **décalé ponctuellement** vers des périodes intermédiaires (fin août ou novembre) afin de renforcer la **désaisonnalisation** et créer un second temps fort culturel distinct du Festival des Lémuriens.

*La relance du Festival Indri, en lien avec le Festival des Lémuriens, permettrait de **capitaliser sur l’image forte de l’Indri indri** comme symbole de la destination tout en diversifiant les raisons de visite hors des pics saisonniers. Une **coordination des dates** éviterait la redondance et maximiserait l’impact touristique.*

- Mise en place d’expériences “pluie sensorielle” et animations culturelles hors haute saison.
- Sensibilisation des opérateurs à l’accueil hors saison.

Indicateurs de suivi

- ≥3 événements/an.
- +10 % fréquentation hors saison.

- ≥70 % satisfaction visiteurs.

Partenaires techniques : MNP, ONG culturelles, Alliance Française, collectifs d'artistes locaux.

Partenaires financiers : Fonds de promotion régionaux, partenariats public-privé (sponsoring événements).

Fiche 3 – Création et diversification de nouveaux produits touristiques

Objectif : Concevoir des circuits variés (2-4 jours) intégrant nature, culture et bien-être.

Activités principales

- Identification des ressources (faune, flore, artisanat, culture).
- Création de circuits nocturnes et thématiques (herpétologie, yoga, contes, scientifique).
- Aménagement de points d'accueil et signalétique sur les circuits.

Indicateurs de suivi

- ≥5 circuits créés.
- Séjour moyen >2,5 jours.
- ≥1 000 visiteurs/an sur ces circuits.

Partenaires techniques : ORTALMA, TO spécialisés, guides nature et culturels, associations locales.

Partenaires financiers : Investisseurs privés, bailleurs écotourisme (GEF, ONG).

*Lors de notre **visite de terrain**, nous avons confirmé la pertinence de faire de la **station piscicole d'Analamazaotra** un véritable produit de **tourisme scientifique** : un **laboratoire vivant** où la recherche devient expérience — on voit, on comprend, on fait. Mise en sommeil après le cyclone Geralda (1994) puis réhabilitée en 2018, la **station** deviendra sur 2026–2028 un site de médiation ouvert mais rigoureux : **visites guidées coanimées** par un guide et un membre de l'équipe, **petites manipulations sûres** (température, pH, observation des stades de reproduction, lecture simple de données), **carnet de visite/QR fiches** et, lorsque pertinent, une touche de **science participative** (mini-séries d'observations anonymisées). Le tout se déroulera dans un **cadre de biosécurité** clair (zoning, EPI légers, parcours balisé), **bilingue** et calé à la fois sur le **calendrier scolaire** et la **basse saison** (JPO) pour **désaisonnaliser** la fréquentation. Ce produit "**science et nature**" **diversifiera l'offre** au-delà des atouts forêt/lémuriens et **s'articulera** avec le **Centre d'accueil et d'interprétation**, la **signalétique** et un microcircuit "**Forêt et Poissons**" (station + sentier MNP/Mitsinjo). Sur la période du plan, la station visera au moins 2 000 visiteurs par an, **dont** 30 % de publics scolaires, et **organisera** au minimum quatre ateliers et deux Journées Portes Ouvertes par an ; il **générera** un allongement du séjour d'environ +0,2 jour pour les participants.*



Fiche 4 – Mise en place du tourisme d'affaires

Le développement du tourisme d'affaires à Andasibe représente une opportunité stratégique pour diversifier la fréquentation et prolonger la saison. Grâce à sa proximité avec Antananarivo et son cadre naturel exceptionnel, la destination peut accueillir des séminaires, des retraites d'entreprise et rencontres diplomatiques dans un environnement inspirant et apaisant. La mise à niveau d'infrastructures (salles équipées, connectivité, hébergements premium), la création de **packages "travail et nature" (réunions + expériences immersives en forêt) et une **promotion ciblée auprès des ambassades, ONG et entreprises** basées à Tana renforceront l'attractivité d'Andasibe comme hub MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) vert et durable.**

Objectif : Positionner Andasibe comme destination nature pour séminaires et "workation".

Activités principales

- Aménagement de mini-espaces de coworking dans les lodges.
- Construction d'une salle polyvalente >50 personnes.
- Développement de packages "nature & travail" pour ambassades et entreprises.

Indicateurs de suivi

- ≥2 espaces coworking créés.
- ≥15 séminaires/an.
- ≥3 TO engagés.

Partenaires techniques : Hôteliers, incubateurs TIC (Habaka, NextA), chambres de commerce.

Partenaires financiers : Investisseurs privés, fonds innovation tourisme durable.

Fiche 5 – Développement du haut de gamme

Objectif : Créer une offre premium intégrant hébergements écoresponsables et services de mobilité verte.

Activités principales

- Conception et construction d'éc lodges de luxe (tiny-houses sur pilotis).
- Installation de bornes numériques.
- Création d'un label Andasibe Green Stay
- Combiner l'offre avec la production locale de caviar

Indicateurs de suivi

- ≥1 campement premium créé.
- ≥3 bornes installées.
- Satisfaction clients >85 %.

Partenaires techniques : TO, hôteliers, ministères de l'Environnement et du Tourisme.

Partenaires financiers : Fonds d'investissement durable, bailleurs écotourisme (AFD, UE).

Encadré – Label “Andasibe Green Stay” : Pilier de la Destination *Nature d'Excellence*

Pourquoi “Green Stay” ?

- **Green** : Nature préservée, durabilité, écotourisme, protection de la biodiversité.
- **Stay** : Séjour, hospitalité, expérience vécue.
- **Promesse** : Offrir à chaque visiteur un séjour qui protège la forêt et bénéficie directement aux habitants, au cœur d'une destination **nature d'excellence**.

Message clé : « Chaque nuitée Green Stay protège la nature et soutient la communauté ».

Rôle stratégique dans la vision “Nature d'Excellence”

Le label **Andasibe Green Stay** est un outil de qualité territoriale, garantissant que chaque hébergement ou activité certifié répond aux plus hauts standards environnementaux, sociaux et culturels. Il incarne la promesse d'une expérience

immersive et respectueuse, cohérente avec l'identité d'Andasibe : biodiversité unique, accueil authentique, intégration paysagère et valorisation culturelle.

Application au territoire

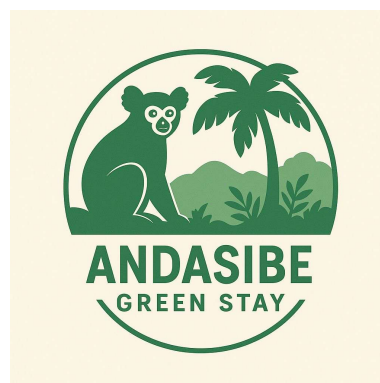
- **Gouvernance** : Création d'un comité de labellisation réunissant l'Office du Tourisme, la Commune, des ONG environnementales et des opérateurs privés.
- **Critères** :
 - Préservation des sites naturels sensibles (Indri, forêts humides).
 - Gestion responsable de l'eau, de l'énergie et des déchets ; zéro plastique à usage unique.
 - Architecture intégrée au paysage et approvisionnements locaux.
 - Sensibilisation active des visiteurs aux bonnes pratiques.
- **Visibilité** : Utilisation du label sur tous les supports de communication, intégration dans les circuits écotouristiques officiels et promotion dans les salons nationaux et internationaux.

Lien avec le Plan de Développement Touristique

- **Axe 1 – Montée en gamme** : Création du label et accompagnement d'hébergements premium exemplaires.
- **Axe 5 – Durabilité** : Déploiement opérationnel du label avec un objectif de **60 % d'hébergements labellisés à l'horizon 2030** et de **50 % d'énergie renouvelable sur les sites pilotes**.

Indicateurs de succès

- Part d'établissements labellisés *Green Stay*.
- Part d'énergie renouvelable, consommation moyenne d'eau et production de déchets par nuitée.
- Taux de satisfaction visiteurs (>85 %) et proportion de dépenses locales.
- Contribution mesurable aux objectifs "Nature d'Excellence" : conservation, intégration paysagère, valorisation culturelle.



*Aux portes d'Andasibe, la ferme **Rova Caviar (Acipenser)** produit le premier caviar d'Afrique : près de 9 à 10 tonnes en 2024, avec plus de **300 employés**, 80 % recrutés localement. Nous proposons de combiner un produit **premium forêt et gastronomie** : visite sur demande, dégustation Rova + immersion dans la forêt (Indri, spa nature, etc.).*

Fiche 6 – Développement du safari photos

Objectif : Créer des circuits photographiques spécialisés autour des espèces phares (Indri, orchidées, oiseaux).

Activités principales

- Aménager points d'observation et circuits dédiés.
- Former guides à l'accompagnement photographique.
- Promouvoir ces circuits auprès de photographes amateurs et professionnels.

Indicateurs de suivi

- ≥2 circuits photos créés.
- ≥500 photographes/an.
- ≥80 % satisfaction.

Partenaires techniques : TO spécialisés nature, guides photographiques, OT.

Partenaires financiers : Partenariats public-privé, sponsors photographiques.

Fiche 7 – Réhabilitation et soutien aux gestionnaires de sites

Objectif : Renforcer la qualité des sites touristiques existants et leur gestion durable.

Activités principales

- Assistance technique pour mise aux normes et amélioration produits.
- Développement de circuits nocturnes ou de centre de recherche.
- Renforcement de la gouvernance des gestionnaires de sites.

Indicateurs de suivi

- Produits améliorés et diversifiés.
- Gestion renforcée et professionnalisée.
- Attractivité accrue des sites.

Partenaires techniques : Gestionnaires de sites, MNP, ONG de conservation.

Partenaires financier : Fonds publics (commune,région), bailleurs environnementaux.

Fiche 8 – Création d'un centre d'accueil et d'interprétation

Objectif : Offrir un espace centralisé pour l'accueil, l'information et la valorisation culturelle et naturelle d'Andasibe.

Activités principales

- Concevoir un centre relié à la gare ferroviaire avec espaces scénographiques et interactifs.
- Développer une billetterie numérique intégrée et une boutique de produits locaux.
- Créer des expositions immersives sur la biodiversité et les traditions Betsimisaraka.

Indicateurs de suivi

- Centre opérationnel et fréquenté.
- Système numérique fonctionnel (billetterie, informations).

Partenaires techniques : Plateforme multi-acteurs, architectes spécialisés en écoconstruction, muséographes.

Partenaires financiers : Bailleurs culturels et infrastructures touristiques (UE, AFD), partenariats public-privé.

Fiche 9– Renforcement des capacités des travailleurs touristiques

Objectif : Former jeunes et femmes aux métiers du tourisme et favoriser leur insertion professionnelle.

Activités principales

- Formations courtes (guidage, hôtellerie, langues).
- Création du programme “Bush Academy” pour former des formateurs locaux.
- Mise en place de partenariats avec hôtels/agences pour stages et mentorat.

Indicateurs de suivi

- ≥100 jeunes formés.
- ≥80 % taux d’insertion professionnelle.
- ≥30 % femmes bénéficiaires.

Partenaires techniques : PIC, opérateurs privés, ONG spécialisées en formation.

Partenaires financiers : Bailleurs emploi/formation (GIZ, OIF, Banque mondiale).

Conclusion

*La mise en œuvre de cet axe transformera Andasibe en une **destination écotouristique complète**, capable de retenir les visiteurs plus longtemps, d’attirer de nouveaux segments (familles, digital nomads, amateurs d’immersion) et de répartir les retombées économiques sur l’ensemble du territoire.*

*Elle favorisera également la **résilience saisonnière**, la **qualité des prestations** et la **valorisation du patrimoine culturel local**, tout en préparant la destination à l’accueil de **clientèles émergentes** (tourisme scientifique, wellness, photographie naturaliste) et en consolidant son positionnement comme **porte d’entrée iconique de la biodiversité malgache**.*

Axe 2 — Accessibilité : Infrastructures, transport et connectivité

Introduction

Andasibe, situé à environ trois heures de route d'Antananarivo par la RN2, constitue une porte d'entrée privilégiée vers les écosystèmes forestiers de l'Est malgache. Toutefois, la destination souffre d'importantes contraintes d'accessibilité qui freinent son développement touristique : dégradation des routes, signalétique insuffisante, manque d'aires de repos et infrastructures d'accueil obsolètes comme la gare.

Les consultations locales et les études menées dans le cadre du PIC3 (2024) ont confirmé que l'amélioration de l'accessibilité constitue **un levier prioritaire** pour fluidifier l'arrivée des visiteurs, diversifier les modes de transport et renforcer la connectivité interne et régionale. Les recommandations du Livrable 2B soulignent également la nécessité d'intégrer **des solutions multimodales durables** et **des aménagements harmonisés** avec le paysage (parkings écologiques, signalétique normalisée, services ferroviaires touristiques).

Cet axe vise donc à :

- **Réhabiliter et sécuriser les routes principales et secondaires,**
- **Moderniser la gare ferroviaire**
- **Développer la signalétique et les services d'orientation,**
- **Promouvoir des solutions de transport innovantes et écoresponsables** (train touristique).

Contenu stratégique

1. Réhabilitation des routes stratégiques

- Priorité à la portion Moramanga – Andasibe – Mantadia (15 km) : drainage, revêtement stabilisé et aires de dépassement.
- Amélioration des routes secondaires peu empruntées pour offrir un itinéraire alternatif et désengorger l'axe principal (recommandation études PIC3).
- Création d'aires panoramiques "Belvédère Perroquet" tous les 25 km avec vues sur les vallées forestières.

2. Mise en place de signalétique touristique normalisée

- Installation de panneaux directionnels et d'interprétation en trois langues (français, malgache, anglais).
- Intégration de QR codes renvoyant vers une application mobile avec carte interactive et appels des Indri.
- Signalisation harmonisée vers les hébergements, circuits culturels et sites de loisirs.

3. Modernisation de la gare ferroviaire et création d'un hub multimodal

- Rénovation complète : abris voyageurs, sanitaires modernes, éclairage LED, billetterie centralisée.
- Intégration d'un guichet automatique bancaire et d'un espace de dépose pour bus et taxis collectifs.

4. Valorisation de la ligne ferroviaire Tananarive – Côte Est (TCE)

- Développement de wagons panoramiques pour une expérience de "slow travel".
- Création de **packages combinés train + parc** en partenariat avec tour-opérateurs et Air Madagascar.
- Promotion ciblée auprès des marchés internationaux amateurs de nature et de voyages immersifs.

Scénario autoroute Antananarivo–Côte Est : opportunités et vigilance pour Andasibe

Le projet d'autoroute reliant Antananarivo à la côte Est – en discussion au niveau national – transformerait profondément l'accessibilité d'Andasibe. Le temps de trajet depuis la capitale pourrait être réduit de moitié (environ **1 h 30–2 h**), bouleversant la dynamique touristique régionale.

Opportunités à saisir :

- **Augmentation de la fréquentation** : arrivée facilitée de visiteurs nationaux et internationaux, développement de courts séjours (week-ends, city-breaks éco).
- **Nouvelle clientèle** : familles de la capitale, groupes incentives, flux combinés "autoroute + train" ou "autoroute + côte".
- **Effet levier** pour les infrastructures prévues : gare modernisée, centre d'accueil & d'interprétation, parkings écologiques.
- **Renforcement des circuits combinés** : Andasibe comme étape majeure entre Antananarivo et Toamasina, valorisant les produits immersifs (forêt, piscicole, culture).

Points de vigilance :

- **Risque de "stop express"** : voyageurs se contentant d'une courte halte sans nuitée si l'offre immersive n'est pas renforcée.
- **Pression accrue sur les sites** : afflux de visiteurs nécessitant régulation (billetterie, quotas, parcours alternatifs).
- **Concurrence du train TCE** : nécessité de repositionner le rail comme **expérience panoramique et durable** plutôt qu'alternative rapide.
- **Intégration paysagère** : veiller à ce que les nouvelles dessertes ne fragilisent pas l'image "écotourisme" d'Andasibe.

Recommandation stratégique : Anticiper ce scénario dans la mise en œuvre du PDTD : renforcer l'**offre immersive** (produits "science & nature", nocturnes, culture), structurer l'**accueil** (centre d'interprétation, signalétique harmonisée), calibrer la **capacité d'hébergement** et travailler des **packs combinés** (autoroute + train + parc) pour transformer l'accélération des flux en bénéfice durable pour le territoire.

Les activités clés proposées sont :

Fiche 10 – Réhabilitation de la route Mantadia

Objectif : Réhabiliter et sécuriser la route principale Moramanga – Andasibe – Mantadia pour améliorer l'accessibilité des sites touristiques et réduire le temps de trajet.

Activités principales

- Réaliser études techniques, environnementales et socio-économiques (diagnostics et études d'impact).
- Réhabiliter 15 km de route avec revêtement drainant, fossés d'évacuation et aires de dépassement.
- Intégrer des aménagements paysagers pour limiter l'érosion et favoriser l'intégration visuelle.
- Mettre en place un dispositif de suivi qualité et de maintenance régulière post-travaux.

Indicateurs de suivi

- ≥ 15 km de route rénovés.
- 20 % fréquentation des sites Mantadia.
- Taux de satisfaction des visiteurs ≥ 4/5 sur la qualité de l'accès.

Partenaires techniques : Ministère des Travaux Publics, Commune, entreprises de BTP spécialisées en zones forestières, ONG environnementales.

Partenaires financiers : Fonds d'entretien routier (FER), coopération internationale (JICA, Union Européenne), partenariats public-privé.

Fiche 11 – Mise en place de la signalétique touristique

Objectif : Faciliter l'orientation des visiteurs et renforcer la visibilité des sites grâce à une signalétique harmonisée et connectée.

Activités principales

- Installation de panneaux directionnels et interprétatifs aux points clés (RN2, circuits touristiques, MNP).
- Intégration de QR codes et cartographie interactive via application mobile.
- Conception graphique en partenariat avec écoles de design locales et artisans pour un rendu authentique.

Indicateurs de suivi

- \geq nombre de panneaux installés.
- ≥ 90 % des visiteurs satisfaits de l'orientation.
- Géolocalisation active et fonctionnelle sur l'application mobile.

Partenaires techniques : Office du Tourisme, Commune, ONG environnementales, écoles de graphisme et de design.

Partenaires financiers : Programmes régionaux de promotion touristique, bailleurs pour tourisme durable.

Fiche 12 – Étude et rénovation de la gare ferroviaire

Objectif : Moderniser la gare r d'Andasibe pour en faire un hub touristique intégré et fonctionnel.

Activités principales

- Réaliser diagnostic structurel et plan de rénovation (bâtiment, accès, sanitaires).
- Réhabiliter les infrastructures : abris voyageurs, éclairage LED, sanitaires modernes.
- Installer un guichet automatique bancaire et un point d'information touristique connecté.
- Créer une zone de dépose pour bus et taxis et des kiosques artisanaux pour valoriser les produits locaux.

Indicateurs de suivi

- 1 étude et plan validés.
- Gare rénovée et opérationnelle.
- ≥ 2 blocs sanitaires modernes installés et fonctionnels.

Partenaires techniques : Commune, DRT, lycées techniques et professionnels (chantier-école), MNP.

Partenaires financiers : Collectivités locales, bailleurs infrastructures (Banque mondiale, AFD), partenariats public-privé.



Point de convergence historique entre Antananarivo et Tamatave, la gare d'Andasibe deviendrait un hub touristique modernisé. Le projet prévoirait sa rénovation complète : accès facilités, abris voyageurs, sanitaires modernes et kiosques artisanaux pour valoriser les produits locaux.

Fiche 13 – Développement du train touristique TCE

Objectif : Valoriser la ligne ferroviaire Tananarive – Côte Est (TCE) comme accès touristique alternatif et expérientiel.

Activités principales

- Aménager des wagons panoramiques et confortables dédiés aux touristes.
- Créer des packages combinés train + visite du parc national (hébergement, circuits guidés).
- Promouvoir ce produit auprès des tour-opérateurs spécialisés et des marchés internationaux.

Indicateurs de suivi

- ≥ 2 wagons touristiques opérationnels.
- ≥ 10 % des visiteurs utilisant le train pour accéder à Andasibe.

Partenaires techniques : Ministère des Transports, opérateurs ferroviaires, MNP, OT.

Partenaires financiers : Partenariats public-privé, fonds de transport durable, programmes d'appui au tourisme vert.

Conclusion

La mise en œuvre de cet axe transformera l'expérience des visiteurs dès leur arrivée à Andasibe. En modernisant les infrastructures routières et ferroviaires, en intégrant une signalétique harmonisée et en créant un centre d'accueil moderne, Andasibe pourra :

- Réduire les contraintes d'accès,

- *Améliorer la fluidité des déplacements internes,*
- *Se positionner comme une **porte d'entrée stratégique vers les écosystèmes de l'Est malgache et modèle de connectivité durable.***

Axe 3 — Promotion et marketing : Valorisation de l'image et visibilité

Introduction

La promotion constitue un levier déterminant pour positionner Andasibe comme une destination phare de l'écotourisme malgache et de l'océan Indien. Les études et diagnostics précédemment menés (dont l'Analyse de la demande PIC3, 2024 et l'État des lieux régional) mettent en lumière plusieurs éléments structurants :

- **Une demande croissante pour les expériences durables et immersives** : observation de la faune emblématique (Indri, caméléons, orchidées), immersion dans les traditions locales (contes, médecine traditionnelle), et circuits multisensoriels intégrant sons, odeurs et textures.
- **Une montée en puissance des canaux digitaux et du marketing expérientiel** : les voyageurs internationaux, notamment européens et asiatiques, recherchent leurs destinations via Instagram, YouTube et des plateformes immersives (réalité augmentée, podcasts). Les recommandations des tour-opérateurs confirment l'intérêt pour des formats courts et impactants (« 60 seconds of rainforest »).
- **Une absence d'identité de marque forte** : Andasibe ne dispose pas encore d'une signature claire et cohérente qui puisse s'imposer sur les marchés internationaux et renforcer la fierté des acteurs locaux.
- **Un potentiel fort pour relier Andasibe aux autres destinations du Grand Est malgache** : les études PIC3 recommandent de mutualiser les efforts promotionnels pour créer une "route verte" combinant Andasibe, Akanin'ny Nofy et Sainte-Marie.

Les actions de cet axe doivent s'aligner sur le **Plan marketing national 2026-2030**, actuellement en cours d'élaboration et dont la publication est prévue fin 2025. Cet alignement permettra d'intégrer les priorités nationales (segmentation des marchés, positionnement Madagascar Nature & Culture) tout en capitalisant sur les spécificités locales et les initiatives des acteurs d'Andasibe.

Les propositions qui suivent intègrent également les besoins exprimés lors des ateliers de concertation : meilleure visibilité en ligne, mise en avant des produits locaux (ravintsara, vannerie), et renforcement de la présence d'Andasibe sur les marchés spécialisés (ornithologie, herpétologie, naturalistes).

Contenu stratégique

1. Création d'une marque touristique forte

- Élaborer une **identité de destination** : “**Andasibe, la Symphonie de la Forêt**”, combinant biodiversité, immersion sensorielle (pluie, chants, senteurs) et rencontre communautaire.
- Décliner cette identité sur tous les supports (logo, charte graphique, slogan, éléments audiovisuels).
- Former les acteurs locaux (guides, artisans, hôteliers) au **storytelling** et à l’utilisation des éléments de la marque pour en devenir des ambassadeurs.

2. Marketing digital et campagnes internationales

- **Refonte du site officiel** : cartes interactives, enregistrements sonores des lémuriens, blog d’aventuriers, contenus multilingues (FR/EN/ALL).
- **Application mobile** : notifications géolocalisées, réalité augmentée permettant d’identifier faune et flore, audio-guides immersifs.
- Campagnes sur les réseaux sociaux : hashtags #EchoesOfAndasibe, mini-vidéos immersives « 60 seconds of rainforest », partenariats avec influenceurs nature et lifestyle.
- Collaboration avec compagnies aériennes (Air Madagascar, Tsaradia) et OT internationaux pour des campagnes co-brandées.



Indri indri – le babakoto : endémique de la forêt humide d’Andasibe, l’Indri est le plus grand lémurien vivant, célèbre pour son chant impressionnant audible jusqu’à 4 km autour. Classé **espèce en danger critique**, il symbolise à la fois la richesse biologique unique de la région et l’impératif de la préservation

3. Valorisation de la gastronomie et des produits locaux

- Création d’un **label “Produits d’Andasibe”** : restaurants et artisans valorisant au moins 60 % de produits locaux (ravintsara, miel, vanille).

- Mise en avant des circuits courts et intégration de producteurs dans les expériences touristiques (visite de distilleries, marchés paysans).
- Organisation d'**événements culinaires** : Semaine du Ravintsara (ateliers d'aromathérapie et dégustations), menus thématiques dans les lodges.
- Développement d'un **guide gastronomique** papier et numérique recensant producteurs, marchés et tables locales.

4. Promotion B2B sur les marchés spécialisés

- Organisation d'**éductours** pour tour-opérateurs spécialisés en ornithologie, herpétologie et circuits naturalistes.
- Participation coordonnée aux **salons internationaux** (Birdfair, Wildlife Expo) et foires de tourisme responsable (ITB Berlin segment écotourisme).
- Diffusion d'**outils de vente dédiés** : fiches techniques produits, manuel de vente numérique, supports photo/vidéo libres de droits pour agences partenaires.

Les activités clés proposées sont :

Fiche 14 – Promotion et marketing de la destination

Objectif : Créer et déployer une marque touristique forte pour Andasibe et lancer une campagne promotionnelle nationale et internationale.

Activités principales

- Élaborer identité "Symphonie de la Forêt" et charte graphique.
- Développer site web et application mobile avec contenus immersifs.
- Lancer campagnes digitales (#EchoesOfAndasibe, vidéos immersives).
- Développer partenariats avec compagnies aériennes et médias.

Indicateurs de suivi

- ≥10 000 vues mensuelles sur le site officiel.
- ≥2 000 téléchargements de l'application mobile.
- Taux d'engagement réseaux sociaux >5 %.

Partenaires techniques : ORTALMA, OT Andasibe, Air Madagascar, écoles de communication digitale (ISPA, ESCM).

Partenaires financiers : Bailleurs tourisme (UE, AFD), partenariats public-privé (compagnies aériennes, marques écoresponsables).

Fiche 15 – Mise en valeur de la gastronomie locale

Objectif : Promouvoir la gastronomie et les circuits courts comme composante essentielle de l'expérience touristique.

Activités principales

- Création du label "Produits d'Andasibe" pour restaurants et producteurs.

- Organisation d'événements culinaires (Semaine du Ravintsara, ateliers de cuisine locale).
- Intégration des produits locaux dans menus et guides touristiques.

Indicateurs de suivi

- ≥10 restaurants labellisés.
- ≥60 % de produits locaux intégrés dans les menus labellisés.
- 1 guide gastronomique publié et diffusé.

Partenaires techniques : Ministère de l'Agriculture, ONG locales, chefs partenaires de la diaspora.

Partenaires financiers : Fonds de valorisation des filières locales, partenariats public-privé (sponsoring gastronomique).

Restauration et gastronomie locale (Andasibe, 2025)

Catégorie	Éléments clés
Capacité actuelle	En 2025, la capacité totale autour d'Andasibe est estimée à environ 1 200 couverts par jour .
Typologies d'offres	<ul style="list-style-type: none"> - Restaurants d'hôtels : établissements comme le Vakona, l'Andasibe Hotel ou le Sahatandra River proposent une cuisine mêlant saveurs malgaches et influences internationales. - Petites tables locales (hotely gasy) : lieux conviviaux et authentiques, très accessibles pour les visiteurs. - Restauration rapide et auberges : ciblant principalement une clientèle nationale, elles offrent des options simples et abordables.
Forces	<ul style="list-style-type: none"> - Grande diversité culinaire, avec mise en valeur des produits locaux (miel, orchidées comestibles, vanille, produits bio). - Certains restaurateurs, notamment dans les hôtels, réussissent à s'approvisionner directement auprès des producteurs locaux, favorisant les circuits courts.
Faiblesses	<ul style="list-style-type: none"> - Approvisionnement irrégulier, surtout durant la saison des pluies. - Qualité de l'hygiène et du service parfois perfectible. - Forte dépendance aux hôtels haut de gamme, limitant l'accessibilité et la diffusion de la gastronomie locale.
Opportunités	<ul style="list-style-type: none"> - Développement de circuits courts producteurs–restaurants, garantissant fraîcheur et soutien à l'économie locale. - Création de menus thématiques, inspirés de la forêt et de la culture malgache. - Montée en gamme gastronomique, en s'appuyant sur les richesses locales et la mise en réseau des acteurs via une labellisation dédiée ("Produits d'Andasibe"). - Intégration d'expériences de tourisme culinaire : ateliers de cuisine, visites de fermes et ruchers, dégustations de produits locaux.

Fiche 16 – Actualisation de l’inventaire des marchés cibles

Objectif : Adapter les outils promotionnels aux marchés spécialisés en actualisant régulièrement les données produites.

Activités principales

- Mise à jour des fiches techniques des produits touristiques (circuits nature, expériences culturelles).
- Création d’un manuel de vente papier et numérique.
- Diffusion aux tour-opérateurs nationaux et internationaux.

Indicateurs de suivi

- Produits mis à jour annuellement.
- Manuel de vente diffusé aux principaux TO.

Partenaires techniques : Assistance technique PIC, ORTALMA, réseaux de tour-opérateurs.

Partenaires financiers : Fonds régionaux de promotion touristique, appui de bailleurs marketing.

Fiche 17 – Promotion B2B sur les marchés spécialisés

Objectif : Renforcer la visibilité d’Andasibe auprès des TO spécialisés via éducteurs et salons internationaux.

Activités principales

- Organisation d’éducteurs thématiques (ornithologie, orchidées, herpétologie).
- Participation à ≥3 salons internationaux/an.
- Mise en place d’un réseau d’ambassadeurs B2B.

Indicateurs de suivi

- ≥2 éducteurs/an organisés et évalués.
- ≥3 salons internationaux/an avec présence Andasibe.

Partenaires techniques : Plateforme multi-acteurs, OT, agences spécialisées nature.

Partenaires financiers : Fonds de promotion touristique, partenariats compagnies aériennes et offices étrangers.

Conclusion

*En développant une identité forte et une stratégie marketing multicanale, Andasibe renforcera sa notoriété et sa compétitivité sur les marchés nationaux et internationaux. L’intégration des produits locaux, la mise en avant des événements signature et l’alignement avec le Plan marketing national 2026-2030 permettront de diversifier les clientèles, prolonger les séjours et positionner Andasibe comme **un modèle d’écotourisme authentique et sensoriel.***

Axe 4 — Gouvernance et partenariats : Coordination et gestion partagée

Introduction

La réussite du développement touristique d'Andasibe repose sur la capacité des acteurs locaux et nationaux à **coordonner leurs efforts** dans un cadre institutionnel pérenne et inclusif. Dès 2024, une **dynamique collective** a été initiée avec l'organisation du premier atelier de concertation réunissant l'ensemble des parties prenantes : guides, hôteliers, ONG, commune, Région, District, ORTALMA, CTM et Madagascar National Parks (MNP). Ce moment fondateur a permis de **sceller un consensus** : seule une **gouvernance multi-acteurs, ancrée localement mais connectée aux instances régionales et nationales**, permettra de piloter efficacement le développement touristique d'Andasibe.

Les études PIC3 Grand Est et la Lettre de Politique du Tourisme (2024) soulignent l'importance de :

- Créer un **cadre de dialogue permanent** entre public et privé.
- Renforcer la **transparence** et le suivi des projets.
- Développer les **compétences locales**, notamment des jeunes et des femmes.
- Assurer une **planification spatiale concertée** pour éviter les conflits d'usage des sols et favoriser une intégration harmonieuse des infrastructures.

Cet axe vise donc à **institutionnaliser la Plateforme Tourisme Andasibe**, renforcer les capacités de ses membres et mettre en place des outils collaboratifs permettant une gouvernance efficace et partagée.

Contenu stratégique

1. Formalisation de la Plateforme Tourisme Andasibe

- Élaboration d'un **règlement intérieur** définissant les missions : suivi du plan, veille touristique, promotion collective.
- Création de **commissions thématiques** (Promotion-information, Connectivité, Qualité-service, Environnement-sécurité) se réunissant chaque trimestre.
- Mise en place d'un **secrétariat technique permanent** chargé d'animer les réunions, rédiger les comptes-rendus, mobiliser des financements et assurer la coordination inter-institutionnelle.

2. Culture de concertation et de transparence

- Organisation de **forums publics ouverts** deux fois par an.
- Mise en place d'un événement annuel : "**Bilan de la Symphonie**", rendant compte des résultats (fréquentation, emplois, impacts environnementaux).
- Publication d'un **bulletin trimestriel "Écho de la Forêt"** diffusant les données clés et les appels à projets.

3. Planification et développement spatial

- Création d'une **plateforme d'échange** sur l'occupation des sols touristiques (zones tampons, corridors écologiques, sites prioritaires).
- Coordination entre gestionnaires de sites, opérateurs privés et collectivités pour l'implantation de nouvelles infrastructures.
- Élaboration d'un **plan de développement spatial touristique** garantissant l'intégration paysagère et la résilience climatique.

4. Renforcement des capacités institutionnelles

- Mise en place d'une **délégation du tourisme** au niveau communal, dotée d'outils modernes (bases de données, SIG, indicateurs de suivi).
- Fourniture d'**équipements bureautiques et informatiques** aux services locaux.
- Formation continue du personnel communal à la **gestion touristique intégrée**.

5. Diversification et sécurisation des financements

- Combinaison de **fonds publics** (national, régional, communal) et **bailleurs internationaux** (AFD, GEF, Banque mondiale).
- Développement de **coopérations décentralisées** (jumelage avec des parcs internationaux).
- Partenariats public-privé pour projets structurants : navettes électriques, centre de tri, réhabilitation RN2.

Ces actions visent notamment à accroître de 40 % les recettes fiscales issues du tourisme d'ici 2030, afin de financer durablement les infrastructures, la protection environnementale et la promotion de la destination.

Fiche 18 – Développement de la plateforme multi-acteurs

Objectif : Institutionnaliser la plateforme Tourisme Andasibe pour en faire l'organe central du pilotage touristique.

Activités principales

- Organiser 6 réunions annuelles et commissions thématiques.
- Créer un espace numérique partagé pour les membres.
- Coordonner et suivre les projets co-portés par la plateforme.
- **Créer un annuaire professionnel des acteurs touristiques d'Andasibe.**
- **Appuyer les groupements professionnels pour représenter les opérateurs d'Andasibe.**

Indicateurs de suivi

- ≥ 6 réunions/an tenues.
- ≥ 15 projets co-portés.
- **≥ 1 annuaire publié.**
- **≥ 2 projets fédérateurs initiés.**

Partenaires techniques : OT, ORTALMA, CTM, ONG facilitatrices (SAHA, ADRA).

Partenaires financiers : Programmes de gouvernance participative (PNUD, UE).

Fiche 19 – Mise en place d'un plan de développement spatial touristique

Objectif : Planifier l'occupation des sols et coordonner l'implantation des infrastructures touristiques dans une logique durable.

Activités principales

- Organiser des réunions annuelles de planification et validation des projets.
- Élaborer un plan de développement spatial touristique incluant zones tampons et corridors écologiques.
- Coordonner avec les gestionnaires de sites et opérateurs privés.

Indicateurs de suivi

- Plateforme opérationnelle et utilisée.
- Plan validé et mis en œuvre.

Partenaires techniques : Commune d'Andasibe, opérateurs privés, gestionnaires de sites, PIC.

Partenaires financiers : Fonds publics nationaux et bailleurs d'aménagement territorial.

Fiche 20 – Renforcement des capacités institutionnelles

Objectif : Renforcer la gouvernance touristique locale en créant une délégation du tourisme, en améliorant la gestion de l'information et en professionnalisant les acteurs.

Activités principales

- Mettre en place une délégation du tourisme avec mandat et organigramme définis.
- Développer et déployer un système d'information touristique opérationnel.
- Fournir les équipements bureautiques et informatiques nécessaires au fonctionnement.
- Assurer la formation du personnel communal sur la gestion et la promotion touristique.
- Formaliser et professionnaliser les guides touristiques informels.

Indicateurs de suivi

- Délégation opérationnelle.
- Système d'information fonctionnel.

Partenaires techniques : MINTOUR, PIC, ORTALMA.

Partenaires financiers : Bailleurs institutionnels et fonds publics (FNDD, collectivités).

Fiche 21 – Création d'un centre de formation touristique

Objectif : Doter Andasibe d'un centre permanent pour la formation aux métiers du tourisme.

Activités principales

- Étudier, concevoir et construire le centre.
- Développer modules théoriques et pratiques adaptés aux besoins locaux.
- Équiper salles et assurer suivi des diplômés.

Indicateurs de suivi

- Centre opérationnel et reconnu.
- Filières actives (guidage, accueil, restauration).
- 100 jeunes formés tous les 3 ans.

Partenaires techniques : Ministère Tourisme, OT, ONG formation, universités.

Partenaires financiers : Partenariats public-privé, bailleurs éducation/formation (AFD, UE).

Conclusion

*Cet axe vise à **ancrer la gouvernance d'Andasibe dans une logique participative et durable**. En structurant la Plateforme Tourisme Andasibe, en professionnalisant les acteurs locaux et en diversifiant les financements, la destination se dote d'un **cadre solide et inclusif** pour piloter son développement. Cette approche garantit la cohérence des projets, renforce la confiance des partenaires et crée les conditions d'une valorisation équitable du patrimoine naturel et culturel d'Andasibe.*

Axe 5 — Durabilité environnementale et sociale : Un modèle d'écotourisme responsable

Introduction

La **biodiversité exceptionnelle d'Andasibe** en fait l'un des joyaux de Madagascar : forêts humides primaires abritant l'Indri-Indri, caméléons multicolores, grenouilles endémiques et orchidées rares. Cette richesse attire chaque année des milliers de visiteurs, mais elle demeure fragile face aux pressions humaines (agriculture sur brûlis, exploitation illégale du bois) et aux effets du changement climatique (inondations, érosion des sols).

Les ateliers de concertation de 2025, complétés par les recommandations de la Lettre de Politique du Tourisme (2024) et du rapport PIC3 Grand Est, convergent sur un point : **l'avenir touristique d'Andasibe dépendra de la capacité à concilier attractivité et préservation**.

Cela implique :

- **Limitier l'impact écologique** du tourisme par la régulation des flux et l'adoption de normes vertes.
- **Inclure les communautés locales** dans la gestion et les bénéfices.
- **Renforcer la résilience climatique** de la destination.

Cet axe vise donc à **placer la durabilité au cœur du modèle touristique** en développant un label écologique, en instaurant des quotas de fréquentation, en favorisant la reforestation communautaire et en diversifiant les revenus via des activités responsables.

Contenu stratégique

1. Conservation et gestion durable des ressources naturelles

- Mise en place de **quotas journaliers** sur les sentiers sensibles (Indri, Mantadia) pour réguler la fréquentation et protéger les espèces phares.
- Renforcement des **patrouilles mixtes MNP/VOI**, intégrant les communautés locales pour surveiller les zones tampons et prévenir les pressions anthropiques.
- Extension et gestion communautaire des **zones tampons** autour de Mantadia afin de créer des **corridors écologiques**.

2. Reforestation et restauration écologique

- Programme participatif de plantation de **100 000 jeunes plants endémiques par an**, mobilisant écoliers et visiteurs via des activités **“Plant & Play”**.
- Mise en place de **pépinières communautaires** pour fournir les plants et générer des revenus locaux.
- Suivi écologique régulier pour mesurer les taux de survie et les impacts sur la faune.

3. Tourisme durable premium

- Création du label **“Andasibe Green Stay”** pour certifier les hébergements respectant des normes strictes (≥50 % énergie renouvelable, gestion des eaux usées, tri des déchets).
- Installation de **panneaux solaires** et bornes numériques dans les écolodges et sites touristiques.

4. Inclusion communautaire et diversification économique

- Développement de **projets de tourisme communautaire** : apiculture forestière, huiles essentielles, artisanat en fibres naturelles.
- Formation et **formalisation des guides locaux** pour améliorer la qualité de l'expérience et réduire l'informalité.
- Affectation d'une part des recettes du parc à des **micro-projets communautaires** (eau potable, bourses scolaires, électrification).

5. Résilience climatique et gestion des risques

- Élaboration d'un **plan de gestion des crues et zones inondables**, en lien avec les plans communaux de développement.
- Sensibilisation des opérateurs et habitants aux **bonnes pratiques de construction** hors zones à risque.

- Diversification des **sources de revenus** (écotourisme, agriculture durable, artisanat) pour réduire la dépendance exclusive au tourisme.

Les activités clés proposées sont :

Fiche 22 – Conservation et gestion des ressources naturelles

Objectif : Préserver la biodiversité et réguler la fréquentation des sentiers sensibles grâce à une gestion participative.

Activités principales

- Instaurer **quotas journaliers** et contrôle d'accès sur les sentiers prioritaires.
- Mettre en place un **programme de reforestation participative** (100 000 plants/an).
- Étendre la **zone tampon communautaire** et renforcer les patrouilles mixtes.

Indicateurs de suivi

- ≥100 000 plants replantés par an.
- ≥3 sentiers régulés par quotas.
- ≥2 zones tampons cogérées avec les communautés.

Partenaires techniques : MNP, communautés locales (VOI), ONG environnementales (WWF, Fanamby), ORTALMA.

Partenaires financiers : Fonds climat (GEF, Banque mondiale), programmes de conservation (AFD, UE).

Fiche 23 – Développement du tourisme durable premium

Objectif : Créer une offre haut de gamme alignée sur des standards écologiques stricts via le label “**Andasibe Green Stay**”.

Activités principales

- Définir les **critères du label** et lancer un projet pilote (écolodge modèle).
- Installer **équipements solaires** et bornes numériques dans les établissements.

Indicateurs de suivi

- ≥60 % des hébergements labellisés en 2030.
- ≥50 % de l'énergie des sites issue de sources renouvelables.
- ≥1 campement pilote lancé avant 2027.

Partenaires techniques : Groupements hôteliers, Ministère du Tourisme, ONG tourisme responsable (TIES, Travel Foundation).

Partenaires financiers : Investisseurs durables, partenariats public-privé écotourisme.

Fiche 24 – Appui aux opérateurs pour la gestion durable

Objectif : Accompagner les opérateurs touristiques d'Andasibe vers des pratiques durables certifiées, renforcer les compétences de leur personnel et développer des projets communautaires intégrant des approches écologiques.

Activités principales

- Accompagner les opérateurs vers des certifications durables (**label Andasibe Green Stay**).
- Former les guides et personnels hôteliers aux **standards durables**.
- Former le personnel à la gestion environnementale, au tri sélectif et au recyclage.
- Mettre en place des points de tri sélectif dans les sites et hébergements touristiques.
- Réduire l'utilisation des plastiques à usage unique par des alternatives durables
- Développer le compostage collectif et, à titre pilote, la valorisation énergétique des déchets organiques (biogaz)
- Développer des **projets communautaires écologiques** : apiculture, plantes médicinales, artisanat forestier.

Indicateurs de suivi

- ≥60 % des opérateurs labellisés
- ≥200 personnes formées
- ≥10 micro-projets communautaires financés.
- ≥ 80 % des sites touristiques équipés de points de tri d'ici 2028.
- Réduction de 50 % des plastiques à usage unique en 3 ans.
- ≥ 60 % des déchets organiques valorisés d'ici 2028, dont au moins 1 site pilote de biogaz opérationnel.

Partenaires techniques : Secteur privé, ONG sociales et environnementales, PIC, coopératives locales.

Partenaires financiers : Fonds d'appui aux initiatives vertes, coopérations décentralisées, bailleurs développement local.

Conclusion

*Cet axe positionne Andasibe comme **référence en écotourisme responsable** à Madagascar et dans la région Océan Indien. En régulant les flux, en intégrant les communautés dans la gouvernance et en investissant dans des solutions vertes innovantes (labels, reforestation, navettes écoresponsables), la destination assure à la fois la **préservation de son patrimoine naturel** et l'amélioration durable de la qualité de vie des habitants.*

*En appliquant ces cinq axes, Andasibe se positionnera comme une destination « multi-sens » – **nature, culture, aventure et bien-être** – tout en garantissant la conservation de son patrimoine forestier et l'amélioration durable de la qualité de vie des habitants.*

Les fiches-actions présentées en annexe ci-après constituent l'aboutissement des **ateliers participatifs** organisés entre février et mai 2025 dans le cadre de l'élaboration du Plan de Développement Touristique de la Destination Andasibe. Elles rendent compte et exposent les enjeux majeurs discutés entre les divers acteurs locaux et nationaux : représentants des collectivités, opérateurs privés, associations communautaires, ONG spécialisées et services déconcentrés de l'État.

FICHE ACTION TOURISME 1

Titre de l'action : Création d'un centre de formation aux métiers du tourisme à Andasibe

1. CONTEXTE : croissance du tourisme et manque de personnels qualifiés

2. OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION

-Objectif stratégique : viser l'excellence en matière de service

-Objectifs opérationnels : Créer une structure de formation, former 100 jeunes sur 3 ans aux métiers du tourisme, développer une offre de formation adaptées aux besoins du territoire, favoriser l'emploi local, professionnaliser les guides, hébergeurs et artisans

3. DESCRIPTION DE L'ACTION :

Étude de faisabilité et plan d'aménagement du centre (analyser les autres expériences à Madagascar)

Mobilisation des partenaires (ONG, autorités, bailleurs, formateurs)

Construction ou réhabilitation d'un bâtiment dédié (gare)

Élaboration de programmes de formation (modules pratiques et théoriques)

Lancement de la première session de formation (guides, hôtellerie, langues, sécurité)

Mise en place d'un système de suivi/évaluation

4. BÉNÉFICIAIRES / PUBLIC VISÉ Les visiteurs à travers une amélioration de la qualité du tourisme d'excellence ,Les jeunes d'Andasibe

Les acteurs du tourisme (Gestionnaire de sites, hôteliers, artisans qui veulent renforcer leurs compétences)

5. MOYENS

-Humains : équipe de formateurs (guidage, biodiversité, langues, restauration, hôtellerie)

-Techniques et matériels : cuisine témoin, salle de cours et matériels pédagogiques

6. BUDGET PRÉVISIONNEL: A définir

7. CALENDRIER : septembre 2025 : Diagnostic et études des besoins, Janvier 2026 : travaux d'aménagement de cours mars 2026 : recrutement des équipes, septembre 2026 centre

8. ACTEURS/PARTENAIRES Ministère du tourisme, Office du tourisme, hôteliers, association de guides, restaurateurs, MNP, bailleurs internationaux

9. RÉSULTATS ATTENDUS (Lister les résultats attendus de cette action.)

Centre de formation fonctionnel d'ici septembre 2026

filiales de formation actives (guidage, hôtellerie, langues)

100 jeunes formés en 3 ans, 80 % des jeunes employés dans le tourisme

Montée en compétence globale du secteur local

10. MODE D'ÉVALUATION

Indicateurs de réalisation : Centre construit et opérationnel, nombre de sessions de formation organisées, nombre de participants formés

Indicateurs de résultat : Taux d'insertion professionnelle, Satisfaction des bénéficiaires; amélioration de la qualité des services touristiques à Andasibe

FICHE ACTION TOURISME 2

Titre de l'action : Réhabilitation de route Mantadia

1. CONTEXTE : Route en mauvais état, frein majeur à la visite d'Andasibe malgré une forte demande touristique

2. OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION

-Objectif stratégique : Prolonger la durée de séjour des visiteurs à Andasibe ; améliorer le confort et l'accessibilité touristique ; réduire les distances de marche ; valoriser la culture locale et l'artisanat

-Objectif opérationnel : Mobiliser les parties prenantes à travers une consultation publique

3. DESCRIPTION DE L'ACTION : Étude préparatoire à la réhabilitation ; Réalisation de l'étude d'impact environnemental ; Présentation des rapports d'étude aux parties prenantes concernées ; Lancement de l'appel à manifestation d'intérêt ; Démarrage des travaux de réhabilitation

4. BÉNÉFICIAIRES / PUBLIC VISÉ Populations locales, y compris les opérateurs économiques + Visiteurs nationaux et internationaux

5. MOYENS

-Humains : Main-d'œuvre locale

-Ressources matérielles : Matériaux disponibles localement (pierre, blocage, gravillon, sable de rivière, etc.)

6. BUDGET PRÉVISIONNEL: 612 956 000 Ariary par kilomètre

7. CALENDRIER : Objectif de réalisation : avant la haute saison touristique de 2026, si possible

8. ACTEURS/PARTENAIRES : Ministère de la Décentralisation et du Développement local ; Ministère du Tourisme ; Commune rurale d'Andasibe ;

Opérateurs locaux et nationaux ; Bailleurs de fonds internationaux

9. RÉSULTATS ATTENDUS : Amélioration de la satisfaction des touristes ; Augmentation du nombre de visiteurs ; Réhabilitation effective de la route ; Amélioration de la circulation et de l'accessibilité

10. MODE D'ÉVALUATION

Indicateurs de réalisation : Route réhabilitée

Indicateurs de résultat : Nombre de visiteurs, état de la route, retours des usagers

FICHE ACTION TOURISME 3

Titre de l'action : Conservation et gestion des ressources naturelles

1. CONTEXTE: Pression anthropique, exploitation illicite, charbonnage

2. OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION

-Objectif stratégique : (Standardiser les infrastructures d'accueil, aménager les pistes d'accès, renforcer la communication autour de la destination)
-Objectifs opérationnels : Créer des emplois locaux afin de réduire les pressions anthropiques

3. DESCRIPTION DE L'ACTION :

1. Accueil : Mise en place de dispositifs d'information (tarifs, supports digitaux), services de guidage, restauration et parking/
2. Aménagement : Création d'aires de repos, d'espaces de camping, de belvédères ; diversification des circuits touristiques et réhabilitation des pistes d'accès./
3. Communication : Installation de panneaux signalétiques, création de site web et animation des réseaux sociaux.

4. BÉNÉFICIAIRES / PUBLIC VISÉ : Population locale

5. MOYENS

-Humains : Main-d'œuvre locale et spécialistes (architectes, ingénieurs BTP)
-Techniques et matériels : (Lister les équipements et outils nécessaires.)

6. BUDGET PRÉVISIONNEL : Accueil : 40 millions MGA ; Aménagement : 30 millions MGA

7. CALENDRIER : Accueil : Mois 2 ; Aménagement des pistes : Mois 3 ; Communication : Mois 3

8. ACTEURS/PARTENAIRES : Gestionnaires de sites ; Communautés locales ; Autorités locales & ORTALMA

9. RÉSULTATS ATTENDUS : Infrastructures d'accueil conformes aux standards internationaux ; Allongement de la durée moyenne des séjours ; Augmentation du nombre de visiteurs ; Création d'emplois locaux

10. MODE D'ÉVALUATION : Nombre de visiteurs ; Taux de satisfaction des clients ; Diminution du taux de pression anthropique ; Nombre de circuits aménagés (en d'infrastructures réalisées)
Responsable de l'action : PGSA

FICHE ACTION TOURISME 4

Titre de l'action : La diversification des produits touristiques

1. CONTEXTE : l'offre principale c'est l'écotourisme, le choix est limité

2. OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION

-Objectif stratégique : créer d'autres offres touristiques adaptés à tout type de touristes (âge, handicapés, mobilité réduite, nouvelles clientèles)
-Objectifs opérationnels : collecter les ressources existantes pour créer des offres diversifiées,
Aménager le parc, communiquer sur ces nouvelles offres, créer des circuits adaptés pour les personnes en situation de handicap, informer sur les autres : canaux, hôtels, parc
Entrée du village,

3. DESCRIPTION DE L'ACTION :

Identifier les opportunités existantes, regrouper ces opportunités, élaborer un circuit, le train, la culture, l'artisanat
Regrouper et élaborer un circuit mettant en valeur le village, la faune, la flore, l'histoire des sites, la gastronomie locale, le mode de transports (train), la culture, l'artisanat.
Coordonner les acteurs pour la mise en place de circuits (gestionnaire de sites, hôtels, office de tourisme, tour opérateur
Diversifier les circuits proposés (2 jours, 3 jours, 4 jours)

4. BÉNÉFICIAIRES / PUBLIC VISÉ Les nouveaux touristes, les touristes à mobilité réduite, europe de l'est, Amérique du sud, pays du golfe, adepte de la culture associations, artisans

5. MOYENS

-Humains : guide touristique communautés locales, associations, artisans,
-Techniques et matériels : mini car électrique, guide touristique, espace enfant parc, panneaux lumineux, GF montrant les offres (parc, entrée village, affiches sur les hôtels)

6. BUDGET PRÉVISIONNEL : A définir

7. CALENDRIER : 2025, préparation de nouveaux produits, 2026, lancement des nouveaux produits, évaluation 2028

8. ACTEURS/PARTENAIRES : commune, ORTALMA, TO, opérateurs hôteliers, gestionnaires de site, associations de guides, artisans,

9. Résultats attendus : Augmentation de la rentabilité de chaque prestataire touristique, augmentation de la fréquentation des touristes du nombre de jours, de nuits, taux d'implication des acteurs,

10. MODE D'ÉVALUATION

Indicateurs de réalisation : activités réalisées, temps de réalisation, implication des acteurs
Indicateurs de résultat : statistiques sur les parcs et hôtels

Annexe 2 : Liste des partenaires impliqués dans l'élaboration du plan

- **Collectivités & services publics**
District de Moramanga, Commune rurale d'Andasibe, , DIRTA Alaotra-Mangoro , CIREF Moramanga,

- **Organismes nationaux**
Ministère du Tourisme (MTA), ONTM, CTM, Madagascar National Parks (MNP)
- **Bailleurs & projets**
PIC3/Banque mondiale,
- **ONG & associations locales**
ONG Mitsinjo, GERP, L'Homme & l'Environnement, VOI.MMA, AGA, VOI FITAMA
- **Secteur privé**
Groupement des hôteliers (Vakona Lodge, Mantadia Lodge, etc.), transporteurs, AMBATOVY.

Annexe 3 : Suivi et évaluation

Un dispositif rigoureux de **suivi-évaluation** sera mis en place pour mesurer les progrès du plan et permettre les ajustements nécessaires en cours de route. Ce dispositif comprend :

- ❖ **Indicateurs de performance** : Une série d'indicateurs quantitatifs et qualitatifs a été définie pour chaque objectif. Ils seront collectés et analysés annuellement. Les principaux indicateurs figurent dans le tableau ci-dessous.
- ❖ **Tableau de bord annuel** : L'Office du Tourisme (ou le comité de pilotage) tiendra à jour un tableau de bord consolidant les indicateurs clés. Chaque année, un **rapport de performance** du plan touristique d'Andasibe sera publié, présentant les réalisations, les chiffres de l'année (fréquentation, recettes, etc.) et comparant aux cibles.
- ❖ **Évaluations à mi-parcours et finale** : Une **évaluation intermédiaire** exhaustive sera menée en 2028 pour faire le point à mi-chemin, avec éventuellement l'appui d'experts externes, afin de rediriger le plan si certains axes sont en retard ou si de nouvelles opportunités/menaces apparaissent. En 2030, une **évaluation finale** mesurera l'atteinte des objectifs et tirera les enseignements pour la suite (au-delà de 2030).
- ❖ **Mécanismes de suivi participatifs** : Impliquer les acteurs locaux dans le suivi, par exemple via des **ateliers annuels de revue** où les professionnels du tourisme et représentants de la communauté donnent leur feedback sur l'année écoulée, identifient les problèmes rencontrés et proposent des solutions. Cela maintient la dynamique participative du projet.
- ❖ **Ajustements continus** : Le plan n'est pas figé ; sur base des données de suivi, des ajustements pourront être apportés par le comité de pilotage. Si un marché ne répond pas aux efforts de promotion, redéployer les moyens sur un autre marché plus porteur ; ou si la fréquentation hors saison reste faible, intensifier les événements et offres spécifiques.
- ❖ **Indicateurs clés suivis** : Ces indicateurs couvrent les dimensions économiques (fréquentation, revenus), sociales (emplois, perception locale) et environnementales (engagement dans la durabilité). Le suivi permettra de **mesurer l'impact du plan**. En parallèle, un **suivi budgétaire** sera effectué

pour chaque action afin d'assurer la bonne utilisation des ressources et l'efficience.

Enfin, des **points d'étape réguliers** avec les décideurs (Mairie, Ministère) garantiront un appui politique constant. Le fait d'atteindre des résultats intermédiaires concrets (par ex. une hausse de 15% des touristes l'an prochain, ou la réalisation d'un projet d'infrastructure) sera communiqué publiquement pour montrer le succès du plan et renforcer la confiance de tous dans la démarche.

Annexe 4 : Appel à l'engagement collectif

La réussite de ce plan de développement touristique pour Andasibe exige un **engagement collectif fort et coordonné** de l'ensemble des acteurs locaux, nationaux et internationaux. Chaque partie prenante est appelée à contribuer activement :

Autorités locales et nationales : rôle central de la commune dans la gouvernance et la coordination. Soutien attendu de l'État pour les infrastructures clés (routes, aéroport, aire marine protégée).

Opérateurs privés : hôteliers, restaurateurs, artisans et prestataires de loisirs doivent s'engager dans une démarche qualité, participer à la concertation et investir dans les projets structurants.

Communauté locale : les habitants sont au cœur du projet. Leur participation à l'accueil, à la préservation des ressources et à la valorisation culturelle est essentielle.

Partenaires et bailleurs internationaux : leur soutien technique et financier est décisif pour renforcer l'impact des actions locales.

Tour-opérateurs et touristes : inclusion d'Andasibe dans les circuits et adoption de pratiques responsables par les visiteurs.

En résumé, aucun acteur ne peut réussir seul. Seule une mobilisation partagée permettra de transformer Andasibe en destination durable et inclusive.

Annexe 5 : Pistes de financement international

Plusieurs leviers sont identifiés pour accompagner les investissements locaux :

AXE 1 – ATTRACTIVITÉ

- **Inventaire de l'offre**
 - Université d'Antananarivo (départements Géographie, Tourisme)
 - Écoles de tourisme (ISCAM, EST)
 - ONG locales pour le travail de terrain participatif
- **Désaisonnalisation**
 - Alliance Française, Institut Français de Madagascar
 - Écoles d'art et de théâtre
 - Collectifs d'artistes locaux et régionaux

- **Diversification**
 - Associations pour personnes handicapées (ex. Handicap International)
 - ONG sociales et culturelles
 - Universités (sciences sociales, tourisme adapté)
- **Valorisation culturelle**
 - Musées nationaux et régionaux
 - ONG de patrimoine oral et culturel (Zazakely Sambatra, etc.)
 - Ministère de la Culture
- **Tourisme d'affaires**
 - Clusters TIC, incubateurs (Habaka, NextA)
 - Écoles de commerce (INSCAE, ISCAM)
 - Chambres de commerce (CCIFM, CCI Antananarivo)
- **Haut de gamme**
 - Investisseurs privés (fonds d'investissement durable)
 - ONG du tourisme responsable (ATD, Ecpat)
 - Bailleurs (AFD, Banque Mondiale, UE)

AXE 2 – ACCESSIBILITÉ

- **Route Mantadia**
 - Fonds d'entretien routier (FER)
 - Coopération technique (JICA, UE)
- **Signalétique**
 - ONG environnementales et scouts locaux
 - Écoles de graphisme, design ou architecture
 - Volontaires et étudiants pour cartographie participative
- **Gare ferroviaire**
 - Écoles techniques ou lycées professionnels (chantier-école)
 - Entreprises de transport privées (Cotisse, etc.)

AXE 3 – PROMOTION & MARKETING

- **Promotion & marketing**
 - Universités et écoles en communication digitale (ISPA, ESCM, IFT)
 - Influenceurs éthiques et ONG spécialisées dans l'e-tourisme
 - Ambassades partenaires et coopérations bilatérales
- **Gastronomie locale**
 - Lycées hôteliers, écoles de cuisine (La Rizière, IFH)
 - Chefs partenaires de la diaspora

AXE 4 – GOUVERNANCE & PARTENARIATS

- **Centre de formation**
 - Universités de tourisme, d'environnement, de digital (UNC, ISPM)
 - Coopération allemande (GIZ), OIF
 - ONG spécialisées en insertion et formation professionnelle
- **Plateforme multi-acteurs**
 - ONG facilitatrices du dialogue multi-acteurs (SAHA, ADRA)

- Universités pour appui en gouvernance participative
- Programmes de l'ONU (PNUD, ODD, UNDP Madagascar)

AXE 5 – DURABILITÉ ENVIRONNEMENTALE & SOCIALE

- **Conservation & reforestation**
 - ONG environnementales (WWF, Fanamby, Madagasikara Voakajy)
 - Universités (facultés de biologie, environnement)
 - Écoles et clubs éco-citoyens (Eco-schools Madagascar)
- **Tourisme durable premium**
 - Start-ups en mobilité verte (e-vehicles, navettes solaires)
 - Fournisseurs de technologie durable (bornes interactives)
 - ONG internationales en tourisme écoresponsable (Travel Foundation, TIES)

Ces pistes permettront à Andasibe de concrétiser sa transformation en modèle d'écotourisme résilient et ambitieux, au service des habitants comme des visiteurs.

Annexe 6 : Scénario de fréquentation touristique à Andasibe, 2030 : atteindre 60 000 visiteurs/an

À Andasibe, les statistiques touristiques disponibles restent encore fragmentées et peu consolidées. Les chiffres utilisés dans ce scénario proviennent principalement du **Service Régional du Tourisme et de l'Artisanat de Moramanga** ainsi que de l'**Office Régional du Tourisme Alaotra Mangoro**. Ils reflètent les tendances actuelles de fréquentation et constituent une base de référence utile, bien que partielle, pour analyser les capacités d'accueil, identifier les marges de progression et justifier la cible ambitieuse de **60 000 visiteurs annuels à l'horizon 2030**.

Situation de référence

- Fréquentation actuelle : 2024 : ~37 245 visiteurs (retour au niveau pré-Covid).
- Durée moyenne de séjour : ~1,7 jour.
- Capacité d'accueil (31 juillet 2025) :
 - 45 établissements touristiques recensés (hébergements et restauration dont dix informels).
 - 742 chambres, soit 982 lits.
 - Capacité théorique annuelle : 982 lits × 365 = 358 430 nuitées/an.
 - **Projection 2030 : +80 chambres supplémentaires (soit ~1 062 lits, +8,1 % par rapport à 2025), correspondant à l'extension d'un établissement conçu pour accueillir des séminaires d'entreprises (MICE). Cette évolution vise à absorber une partie de la hausse de fréquentation (150 000 nuitées projetées) et à diversifier la clientèle.**

Profil des établissements touristiques

L'offre hôtelière et para-hôtelière est diversifiée :

- **Établissements de référence** : quelques lodges et hôtels 3–4★ moteurs de l’attractivité.
- **Offre intermédiaire et familiale** : petites structures pour clientèle nationale et circuits organisés.
- **Polarisation de l’offre** : forte concentration dans quelques pôles, complétée par une mosaïque de petites structures.
- **Contraintes foncières** : très peu de possibilités d’extension, d’où la nécessité d’une gestion optimisée de l’espace existant.

Objectif et trajectoire de croissance

- **Cible** : 60 000 visiteurs en 2030.
- **Croissance attendue** : +8,5 %/an entre 2025 (40 000) et 2030.
- **Séjour moyen cible** : 2,5 nuits → 150 000 nuitées/an en 2030.
- **Compatibilité** :
 - Avec **982 lits en 2025** : capacité théorique = 358 430 nuitées/an → taux d’occupation projeté ≈ 41,8 % en 2030.
 - Avec **1 062 lits en 2030** : capacité théorique = 387 630 nuitées/an → taux d’occupation projeté ≈ 38,7 %.
 - **Ces taux doivent être interprétés avec prudence** : la capacité théorique repose sur 365 jours/an, alors qu’en pratique certains établissements ferment temporairement (travaux, congés, basse saison). Le taux d’occupation réel est donc mécaniquement plus élevé que celui calculé sur la base théorique.
 - L’ajout des 80 chambres permet cependant de lisser cette contrainte et de mieux absorber les pics saisonniers, notamment en octobre.

Scénario de progression 2025–2030

Année	Visiteurs	Durée (jours)	Nuitées	Taux d’occupation (982 lits)	Taux d’occupation (1 062 lits)
2025	40 000	1,8	72 000	20,1 %	–
2026	43 400	2,0	86 800	24,2 %	–
2027	47 000	2,1	98 700	27,5 %	–
2028	51 000	2,2	112 200	31,3 %	–
2029	55 300	2,3	127 190	35,5 %	–
2030	60 000	2,5	150 000	41,8 %	38,7 %

Remarque méthodologique : si l’on considère une moyenne de 330 jours d’ouverture effective au lieu de 365 (fermetures temporaires), le taux d’occupation effectif en 2030 serait compris entre 46 % et 50 %, ce qui confirme la pertinence de l’extension modérée de l’offre hôtelière.

Saisonnalité et diversification

- 87 % des visites entre avril et novembre, pic en octobre (birdwatching, orchidées).
- Décembre–mars : basse saison due aux pluies et à l'accessibilité.
- **Stratégies de diversification :**
 - Événements hors saison (festivals nature, artisanat).
 - Développement du tourisme domestique.
 - **MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) → séminaires nature à proximité de Tana, rendus possibles grâce à l'extension d'un établissement et à l'ajout de 80 chambres.**

Suivi statistique proposé

Indicateur	Source de données	Fréquence
Nb de visiteurs (nationaux/internationaux)	Parc MNP, Office du Tourisme, hébergements	Mensuelle
Durée moyenne de séjour	Hôtels, guesthouses, enquêtes visiteurs	Trimestrielle
Part agences vs individuels	Tours opérateurs, agences locales, hôtels	Annuelle
Taux d'occupation (lits / couverts)	Hôtels, restaurants	Mensuelle
Répartition saisonnière	Billetterie parc, hôtels, agences	Annuelle
Origine géographique	Enquêtes visiteurs, données agences	Annuelle
Typologie voyageurs (familles, couples, groupes, indépendants)	Enquêtes visiteurs	Semestrielle
Satisfaction (accueil, hébergement, restauration, transport, prix)	Questionnaires, e-réputation (TripAdvisor, Google)	Trimestrielle
Emplois générés (directs/indirects)	Enquêtes établissements	Annuelle
Revenus touristiques locaux	Office du tourisme, opérateurs, communes	Annuelle
Part des achats locaux (produits, artisanat)	Enquêtes prestataires	Annuelle
Gestion des déchets	Commune, ONG locales, opérateurs	Semestrielle
Consommation eau/énergie	Hôtels, écolodges, audits environnementaux	Annuelle
Protection écosystèmes	MNP, ONG, observatoires écologiques	Annuelle

L'objectif de **60 000 visiteurs/an à l'horizon 2030** est réaliste et atteignable, compte tenu :

- de la capacité d'accueil suffisante et diversifiée,

- d'une image internationale forte (nature, gare, Indri),
- et du potentiel de diversification hors saison.

L'ajout de 80 chambres d'ici 2030, destiné à capter la clientèle des séminaires d'entreprises, améliore la soutenabilité du scénario en abaissant le taux d'occupation projeté de 41,8 % à 38,7 % (théorique), tout en ouvrant un nouveau segment à forte valeur ajoutée.

Il convient toutefois de rappeler que le taux d'occupation théorique sous-estime la réalité opérationnelle : **en tenant compte des fermetures temporaires, le taux effectif pourrait être supérieur de 5 à 10 points.** Cette nuance confirme la nécessité d'une planification prudente des extensions hôtelières et d'un **suivi statistique renforcé** pour ajuster en continu les objectifs.

Glossaire :

AFD : Agence Française de Développement
APMF : Agence Portuaire, Maritime et Fluviale
CAZ : Corridor Ankeniheny-Zahamena
DRT : Direction Régionale du Tourisme
FER : Fonds d'Entretien Routier
GAB : Guichet Automatique Bancaire
GEF : Global Environment Facility (Fonds pour l'Environnement Mondial)
JICA : Japan International Cooperation Agency
MICE : Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions (tourisme d'affaires)
MINTOUR : Ministère du Tourisme de Madagascar
MNP : Madagascar National Parks
NGO / ONG : Organisation Non Gouvernementale
OIF : Organisation Internationale de la Francophonie
ORTALMA : Office Régional du Tourisme Alaotra-Mangoro
OT : Office du Tourisme (communal ou intercommunal)
PDT(D) : Plan de Développement Touristique (de la Destination)
PEM : Plan Émergence Madagascar
PIC3 : Projet Intégré de Croissance – phase 3 (Banque mondiale)
PGE : Politique Générale de l'État
PN : Parc National
PNUD : Programme des Nations Unies pour le Développement
RN2 : Route Nationale 2 (Antananarivo – Toamasina via Andasibe)
TCE : Train Côte Est (ligne Tananarive–Côte Est)
UE : Union Européenne
VOI : Vondron'Olona Ifotony (communautés de base malgaches)
WWF : World Wide Fund for Nature

Bibliographie / Sources citées

- ❖ Lonely Planet. *Madagascar 2024*. Paris : Lonely Planet, 2024.
- ❖ SRDT Alaotra-Mangoro. *Schéma régional de développement du tourisme : état des lieux et orientations stratégiques pour la région*. Région Alaotra-Mangoro / ORTALMA, 2016.
- ❖ Commune d'Andasibe. *Plan communal de développement (PCD) – Volet tourisme, environnement et culture*. Andasibe : Mairie d'Andasibe, 2019.
- ❖ Ministère du Tourisme (MTA). *Lettre de politique du tourisme*. Antananarivo : MTA, 2024.
- ❖ Madagascar National Parks (MNP). *Statistiques de fréquentation annuelle du Parc national Andasibe-Mantadia, 2017-2023*. Antananarivo : MNP, 2024.
- ❖ ONG Mitsinjo ; GERP ; Association des Guides VOI.MMA. *Rapports annuels et études internes*. Andasibe, 2017-2024.
- ❖ *Destination Andasibe – Home of Indri : Présentation de la destination Andasibe.*, Alter Ego, 2024.
- ❖ Projet PIC3 / Ministère du Tourisme. *Développement des destinations Grand Est de Madagascar – Livrable 3*. Antananarivo : PIC3 / MTA, 2024.
- ❖ El Yamine Soum. *Livrable 2A et 2B – Synthèse des études sur Andasibe*. Projet PIC3, mars 2025.
- ❖ El Yamine Soum. *Livrable 4 – Résultats des enquêtes et stratégie partagée de développement touristique à Andasibe*. Projet PIC3, mars 2025.
- ❖ Roudies, N. *Présentation – État des lieux et concertation secteur privé sur les concessions écotouristiques*. Atelier Banque mondiale / MNP, 18 février 2025.



PÔLES INTÉGRÉS DE CROISSANCE

EVS
EL YAMINE SOUM

CONSEIL & FORMATION
CRÉATION EN COMMUNICATION