

Faire des merveilles en commercialisant l'artisanat auprès des touristes

Créer un lien entre les secteurs de l'artisanat et du tourisme en Bolivie

Focus group d'artisan-e-s boliviens partageant leur expérience en service à la clientèle et discutant des améliorations à apporter. © Radia Meghmem

Uniterra est un programme de coopération volontaire et de développement international conjointement géré par le Centre d'étude et de coopération internationale (CECI) et l'Entraide universitaire mondiale du Canada (EUMC). Le programme appuie le développement d'économies inclusives au bénéfice des femmes et des jeunes dans 14 pays d'Afrique, d'Asie et des Amériques. Uniterra travaille avec des partenaires clés, des secteurs privé et public et de la société civile, à faciliter la croissance et le changement dans les marchés qui ont un impact sur les personnes marginalisées.



© Michel Huneault

«Nous avons reçu un important appui des volontaires Uniterra pour l'élaboration d'un plan spécifique au secteur de l'artisanat. Le Programme nous a aidé à réaliser une étude de marché pour évaluer les besoins du secteur et voir comment les combler.»

Raúl Perez
Conseiller
La Paz Maravillosa

En Bolivie, le marché intérieur de l'artisanat local de qualité, tel que les vêtements et les articles de décoration d'intérieur, est limité. Néanmoins, plus d'un million de touristes visitent la Bolivie chaque année¹, ce qui représente un débouché commercial important. Mais bien que les touristes soient les plus grands acheteurs d'artisanat, le manque d'information adéquate amène beaucoup d'entre eux à acheter des produits qui ne sont pas fabriqués à partir de matériaux traditionnels et qui même, parfois, sont fabriqués à l'étranger².

Développer les capacités en marketing et service à la clientèle³

En 2016, le programme Uniterra a établi une alliance stratégique avec La Paz Maravillosa (LPM), l'agence de développement pour le tourisme municipal de La Paz. Sa mission est d'optimiser l'expérience des touristes en visite à La Paz, en améliorant tout particulièrement leur accès et leur appréciation de l'artisanat et autres atouts culturels. Au cours de l'année 2016-2017, trois volontaires Uniterra ont travaillé avec LPM pour atteindre cet objectif.

1. <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL>
2. Fiches "Le programme Uniterra en Bolivie" et "Fiche pays Bolivie"
3. Questionnaire sur les interventions pilotes de facilitation de marché + entretiens avec 3 volontaires travaillant auprès de LPM, ainsi qu'avec Raul Perez, LPM, et Ximena Rodriguez, programme Uniterra



© Michel Huneault

Date
Août 2017

Partenaire de mise en œuvre
Programme Uniterra,
La Paz Maravillosa

Auteur et coordonnées
Cécile Robert,
conseillère volontaire
en communication,
Programme Uniterra,
CECI et EUMC
crobert@wusc.ca

Thèmes principaux de l'histoire
Artisanat, tourisme

L'étude de marché a déterminé qu'il fallait améliorer le marketing et le service à la clientèle afin que les artisan-e-s puissent rejoindre un plus grand nombre de clients et accroître leurs ventes. Les volontaires Uniterra ont donc travaillé avec les partenaires en artisanat pour les former en design, commercialisation, réseaux sociaux et service à la clientèle. De plus, le programme Uniterra a appuyé LPM dans la création et la promotion de circuits touristiques et de cartes détaillant les boutiques d'artisanat, augmentant ainsi les chances de ventes directes. Les volontaires Uniterra ont aussi contribué à organiser des événements de réseautage afin que les artisan-e-s rencontrent des propriétaires de restaurants et d'hôtels haut de gamme. Les volontaires ont aussi appuyé l'organisation de plusieurs foires rassemblant des actrices-eurs du tourisme et de l'artisanat, renforçant ainsi l'importance du travail artisanal comme attraction touristique en Bolivie.

Résultats

Les volontaires Uniterra ont formé plus de 200 artisan-e-s en conception graphique, ce qui a permis la création de dépliants promotionnels pour les produits artisanaux s'adressant au marché du tourisme. Ceci devrait avoir un impact positif sur les ventes et améliorer le positionnement du secteur artisanal. De plus, entre 50 et 100 boutiques d'artisanat ont commencé à bénéficier de formations sur le service à la clientèle, offertes par le programme Uniterra, en collaboration avec LPM.

« La création de liens basés sur la bienveillance, l'honnêteté et la confiance devraient améliorer l'expérience des touristes, et par conséquent les ventes, » dit Catheryn Bergeron, conseillère en image graphique et en commercialisation.

Mise à l'échelle, durabilité et innovation

Le succès de ces initiatives dans le secteur de l'artisanat a attiré l'attention d'autres artisan-e-s qui voudraient maintenant collaborer avec le programme Uniterra et LPM. Le circuit touristique d'artisanat 100 % bolivien, par exemple, est passé de neuf à quatorze boutiques. Le fait de travailler avec LPM, un partenaire local qui a la capacité, le mandat et les ressources pour créer des synergies entre le tourisme et l'artisanat, permet de croire que les connaissances et l'expérience apportées par le programme Uniterra en Bolivie auront un impact durable.

« Avant, il n'y avait que trois boutiques d'artisanat de renom à La Paz. Avec le programme Uniterra, nous avons créé un circuit touristique d'artisanat à 100 % bolivien et au cours du processus, nous avons formé 14 boutiques dont au moins la moitié a augmenté ses ventes. Maintenant, d'autres artisan-e-s veulent travailler avec nous, car ils/elles voient que cette initiative fait une différence. »

Raúl Perez

Conseiller, La Paz Maravillosa

Prochaines étapes

L'Internet et les réseaux sociaux aident aussi à rendre l'information disponible aux acheteuses-eurs potentiels-les et à faire accroître les ventes d'artisanat en Bolivie. Les volontaires Uniterra travaillent actuellement avec LPM pour développer un site Internet institutionnel et une application mobile. Le site Internet hébergera une base de données avec de l'information sur les boutiques d'artisanat et, grâce à l'application mobile, les acheteuses-eurs pourront trouver les adresses des boutiques et évaluer la qualité et les prix des produits, tout en partageant leurs commentaires et recommandations.

L'impact de cette présence en ligne accrue sur les ventes d'artisanat pourrait être important. En plus du nombre de jeunes engagés dans la création de ces outils en ligne, 600 artisans (femmes et jeunes) membres de 20 associations d'artisanat situées à La Paz, profiteront de cette demande accrue par la création de liens entre les secteurs de l'artisanat et du tourisme.



© Raedla Meghrem

Catheryn Bergeron

Conseillère en image graphique et commercialisation, Uniterra, Bolivie

Diplômée de l'École supérieure de mode de Montréal et avec plusieurs années d'expériences en vente et marketing, Catheryn a contribué de manière significative à améliorer les affaires de centaines d'artisans et artisanes dans le secteur de l'artisanat au cours de l'année 2016–2017.