



Des entreprises de tourisme culturel pour sortir de la pauvreté ?

Le tourisme en faveur des pauvres en Tanzanie

Femmes masaïes accueillant des visiteurs à la CTE de Rundugai — © Caroline Roger

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.

Msambwe Madiwa est l'une des rares femmes guides de *trekking* dans une industrie touristique dominée par les hommes. C'est grâce à une entreprise de tourisme culturel (CTE) créée par sa communauté et accréditée par le Conseil du tourisme de Tanzanie (TTB) qu'elle a pu réaliser son rêve. En Tanzanie, le tourisme culturel adopte une approche touristique axée sur la communauté; ainsi, les membres sont directement impliqués dans la conception et l'organisation de tours visant à faire vivre aux touristes un pan de leur vie. Le développement du tourisme culturel adopte une approche durable axée sur les personnes pauvres, en mettant l'accent sur la création d'opportunités afin que ces dernières puissent bénéficier davantage des retombées du tourisme, plutôt que de miser simplement sur le développement de l'industrie.

Une approche de tourisme novatrice

Il y a actuellement 66 entreprises de tourisme culturel (CTE) en Tanzanie. Bien qu'elles soient populaires auprès des touristes, de nombreuses CTE peinent à attirer plus de monde. La plupart d'entre elles sont gérées par des hommes. Les femmes sont généralement reléguées à des rôles d'appui et non de gestion ou de prise de décisions. Le partenariat du programme Uniterra avec le Conseil du tourisme de Tanzanie (TTB) cherche à aider les CTE locales à accroître leur part de marché dans le secteur du tourisme grâce à du marketing et du développement de produits, tout en attirant et en gardant une main d'œuvre féminine qualifiée.

Depuis 2015, 11 volontaires du programme Uniterra, spécialisés en marketing, communication, entrepreneuriat, développement de sites Internet et de produits touristiques, ont travaillé avec TTB et les CTE pour améliorer leurs produits et accroître leur visibilité en ligne en développant une image de marque et du matériel promotionnel. L'objectif est de renforcer les capacités des CTE à faire parler d'elles de manière efficace afin d'attirer davantage de touristes et, ainsi, d'augmenter leurs revenus.



Date

Septembre 2017

Partenaire de mise en œuvre

Programme Uniterra, Conseil du tourisme de Tanzanie, entreprises de tourisme culturel

Auteur et coordonnées

Caroline Roger, Agente de documentation, Programme Uniterra, CECI - caroliner@ceci.ca

Thèmes principaux de l'histoire

tourisme culturel et intégration des femmes dans l'industrie du tourisme

Résultats émergents

TTB a désormais un nouveau site Internet attrayant, avec une carte interactive et des liens directs vers les sites internet et pages Facebook des CTE, ainsi que la capacité de les maintenir à jour. 63 des 66 CTE existantes ont reçu de la formation en marketing : chacune a son logo personnalisé et sa brochure, et les membres des équipes savent utiliser les médias sociaux, la photographie et la messagerie à des fins promotionnelles. Plusieurs CTE commencent à observer une augmentation des demandes d'informations de la part de touristes. « Nous avons vu une augmentation des visites sur nos pages Facebook, » dit Ndoss Ndumiaita du CTE Rundugai. Le résultat d'une promotion efficace est inestimable, non seulement pour les CTE en tant qu'entreprises, mais aussi pour leurs communautés. En effet, un pourcentage des profits des CTE est remis à un fonds de développement villageois qui appuie des projets tels que la collecte d'eau, des infrastructures pour les soins de santé ou encore des salles de classe.



« Il faut au moins 8 personnes pour créer une CTE. Chaque dollar reçu par un de ses membres bénéficie à 10 personnes. Les entreprises de tourisme culturel emploient 6000 personnes, pour un total de 30 000 bénéficiaires directs et environ 60 000 bénéficiaires indirects. »

Elirehema Maturo
Conseil du tourisme
de Tanzanie

Le travail des volontaires Uniterra a aussi un impact sur les agences de voyage qui offrent maintenant de meilleurs produits aux touristes. Aujourd'hui, 80 % des agences de voyage ajoutent une option de tourisme culturel à leur forfait de safari.

Pour augmenter le nombre de femmes au sein des CTE, une volontaire en égalité des genres a travaillé en collaboration avec une organisation locale, *Enriching Skills and Action Research Tanzania (ENSAT)*, pour donner une formation à 20 entreprises de tourisme culturel sur le renforcement du pouvoir économique et social des femmes selon l'approche du Système d'apprentissage du genre par l'action (GALS). Depuis, la CTE de Mto Wa Mbu a créé un Réseau de femmes guides sur WhatsApp, pour permettre aux femmes guides de partager leurs expériences et d'apprendre les unes des autres.

La différence du programme Uniterra

« Auparavant, les CTE étaient toutes promues de manière identique, sans mettre en valeur les différences et particularités de chacune, ce qui nuisait à la vente de leurs produits. Les CTE n'avaient pas les capacités de se créer une image de marque; les volontaires ont joué un rôle essentiel dans la façon dont les CTE communiquent aujourd'hui avec l'industrie du tourisme et les touristes en développant une image de marque et du matériel adapté à chaque CTE » rapporte Maturo.

Les prochaines étapes

Le programme Uniterra est aussi partenaire de Village Monde, une entreprise sociale canadienne qui appuie le tourisme durable et responsable en promouvant l'hébergement dans des villages hors des sentiers battus. Ainsi, un volontaire de Village Monde va identifier et certifier les meilleurs hébergements chez l'habitant en Tanzanie. Plus les CTE auront du succès, plus les communautés montreront un intérêt à obtenir un revenu durable généré par des entreprises de tourisme culturel.

Élizabeth Matte, conseillère volontaire en marketing, a travaillé pour TTB pendant un an, visitant le plus de CTE possible, passant d'une à deux semaines avec chacune pour évaluer leur offre et leurs besoins en marketing. Son objectif est de former le plus grand nombre de CTE en marketing en ligne et image de marque. Elle donne aussi des formations de groupes sur le marketing en direct et sur la participation à des foires. Selon elle, le plus grand défi pour les femmes au sein d'une CTE réside dans leur manque de confiance et le fait de ne pas être prises au sérieux dans un monde d'hommes.