



Des emplois pour les femmes et les jeunes dans le secteur du tourisme

PHOTO © AUDREY CADILLON

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.

Le volontariat international au service des marchés inclusifs

Lorsqu'un système de marchés est inclusif, les groupes marginalisés peuvent accéder aux opportunités, aux compétences et aux ressources nécessaires pour profiter des innovations et des changements, améliorant ainsi leurs conditions de vie et leur statut économique. Le Programme vise à faciliter la mise en place de marchés inclusifs en renforçant les capacités d'une grande variété d'organisations partenaires, y compris des groupes de producteurs-trices, des entreprises, des centres de formation, des intermédiaires financiers et des groupes de femmes et de jeunes. Le renforcement des capacités et la formation sont offerts par des volontaires qualifié-e-s originaires du Canada, des pays d'intervention ou d'autres

pays du Sud. L'approche adoptée par le Programme pour le renforcement des capacités permettant de changer les systèmes de marchés repose sur des principes fondamentaux : s'assurer que toutes les activités **soient sensibles au genre et aux jeunes** ; s'attaquer aux **causes profondes** de l'exclusion et des défaillances du marché ; aborder tous les objectifs et activités en **partenariat** ; s'assurer que le programme puisse **s'adapter** aux changements ; intervenir à une **échelle** qui est à la mesure des défis de développement auxquels les femmes et les jeunes marginalisé-e-s font face ; et s'assurer que toute la programmation soit **durable** sur le plan financier, social et environnemental.

Introduction

Le secteur du tourisme est actuellement en pleine expansion dans les pays en développement et il a le pouvoir de générer des opportunités d'emploi pour les femmes et les jeunes marginalisé-e-s, tout en étant un puissant moteur de développement économique durable.

Les femmes sont souvent sous-représentées, voire totalement absentes des postes les mieux rémunérés du secteur du tourisme. On les retrouve parfois impliquées de manière informelle dans l'hébergement de touristes, mettant à disposition des chambres dans leur logement ou gérant des maisons d'hôtes, ce qui leur permet de

générer un revenu familial. Mais que leurs activités soient exercées dans un cadre formel ou informel, les jeunes femmes s'occupent généralement de la prestation de services de première ligne, de la préparation des repas ou du ménage, autant d'emplois peu rémunérés, souvent mal perçus et précaires. Les postes de niveau supérieur et mieux rémunérés, comme ceux des guides touristiques ou des gestionnaires, sont souvent réservés aux jeunes hommes qui ont plus de facilité à accéder à un niveau d'éducation, à la confiance et aux compétences linguistiques nécessaires pour réussir dans ces rôles.

Principaux enjeux et contraintes

Les recherches du programme Uniterra dans le secteur du tourisme en Bolivie, au Guatemala, en Tanzanie, au Sri Lanka et au Vietnam ont montré que les femmes faisaient face à de nombreux enjeux expliquant leur faible présence dans ce secteur. Le Programme a choisi de se concentrer sur les enjeux suivants :

■ **Les enjeux culturels donnant lieu à une ségrégation du travail basée sur le genre.** Des facteurs culturels relèguent les femmes à des emplois spécifiques en hôtellerie, tels que le ménage des chambres, la réception des touristes et la gestion des ressources humaines, autant de postes qui n'offrent que de très faibles possibilités de promotion. La discrimination envers les femmes est un immense obstacle dans l'industrie hôtelière dans biens des pays, tout comme les stigmates culturels et sociaux associés aux emplois dans les services. Ainsi, les jeunes femmes sont parfois découragées ou empêchées de travailler dans ce secteur qu'elles considèrent réservé aux hommes. Par exemple, au Sri Lanka, la perception du travail dans le domaine de l'hôtellerie comme dangereux et inacceptable pour les jeunes femmes, ont tenu celles-ci à l'écart d'un secteur de l'économie à la croissance rapide.

■ **L'inadéquation entre l'offre et la demande de main d'œuvre.** Les formations offertes par les établissements d'enseignement supérieur ou de formation technique et professionnelle (FTP) ne correspondent pas aux besoins du marché du travail. Le manque de formations axées sur les compétences personnelles et sociales (*soft-skills*) et sur l'apprentissage des langues, ainsi que le manque de certifications reconnaissant les compétences adaptées au tourisme ont créé des obstacles à la croissance du secteur et des défis pour les jeunes voulant l'intégrer. Ainsi, en Tanzanie et en Bolivie, les guides touristiques sont formé-e-s de manière informelle et ne possèdent pas de certification spécifique à leurs compétences. Le manque de normes dans le secteur favorise les personnes disposant déjà de larges réseaux sociaux et l'absence de cheminement de carrière empêche des groupes exclus, dont les jeunes femmes, d'accéder aux mêmes opportunités. Le manque de normes renforce aussi les idées reçues de ce qui fait « un-e bon-ne guide touristique », souvent une personne avec des traits plus masculins, en particulier pour le tourisme rural ou d'aventure.



■ **Le manque d'information, de collaboration et d'intégration avec d'autres secteurs économiques,** tels que l'artisanat et l'agroalimentaire qui dépendent les uns des autres pour leur approvisionnement ou les services indirectement liés au tourisme. En Bolivie, l'industrie du tourisme en plein essor a peu de liens structurés avec les créatrices et créateurs de produits artisanaux et textiles. Le secteur de l'artisanat est peu organisé. Il offre des produits de qualité inégale et ne sait pas comment rejoindre les touristes désirant acheter des souvenirs durables ayant un impact social.

L'approche du programme Uniterra

Le programme Uniterra a adopté une approche de systèmes de marchés inclusifs pour soutenir le développement. Cette approche intègre tous les maillons de la chaîne de production et vise à créer des possibilités d'emploi pour les femmes. Le Programme travaille avec plusieurs parties prenantes diverses et variées, notamment des établissements de formation technique et professionnelle, des employeurs du secteur du tourisme, tels que les hôtels et les restaurants, et tous les niveaux d'administration publique. L'un des objectifs principaux du Programme est de remettre en question les normes sociales et d'encourager les changements d'attitude et de comportement pour permettre aux femmes d'accéder à tous les postes possibles sur le marché du travail.

Au Sri Lanka, les femmes sont instruites et qualifiées, mais peu d'emplois leurs sont accessibles en raison de la discrimination omniprésente sur le marché du travail. En raison des possibilités d'emploi limitées pour les femmes et des comportements sociaux hostiles envers elles, les femmes sont plus susceptibles de faire l'objet de harcèlement sexuel sur leur lieu de travail, ce qui en décourage plusieurs de vouloir intégrer le secteur.

Afin de changer l'idée préconçue selon laquelle le tourisme serait une profession réservée aux hommes, le programme Uniterra a travaillé avec des partenaires pour lancer une série de programmes radiophoniques permettant aux femmes qui ont réussi à se faire une place dans le secteur du tourisme de partager leur expérience et ainsi d'inspirer les jeunes femmes à en faire autant.

Des séances de sensibilisation communautaire faisant usage d'enregistrements radio ont créé un environnement permettant aux gens de partager leurs préoccupations et de discuter des expériences de travail des femmes dans le secteur du tourisme. Les témoignages des familles de personnes ayant réussi dans l'industrie du tourisme ont été bien reçus, particulièrement ceux de la famille de jeunes femmes, qui sont souvent les plus préoccupées par le travail dans ce milieu. Le programme Uniterra s'est aussi associé à des agences de placement afin d'améliorer leur capacité à servir les jeunes femmes sans emploi et de les mettre en relation avec des employeurs potentiels dans le secteur de l'hôtellerie.

Le Programme et les partenaires reconnaissent aussi que les perceptions selon lesquelles le secteur du tourisme serait dangereux pour les femmes, bien que dépassées, sont liées au manque de représentation et au harcèlement endémique dans le milieu de travail. Pour remédier à ces enjeux, le programme Uniterra a créé des liens avec des hôtels, le *Sri Lankan Tourism Development Authority* et l'Association des hôteliers de Kandy. En abordant les questions relatives à la représentation et à la sécurité des femmes dans le secteur du tourisme avec des employeurs potentiels et des leaders de l'industrie, le Programme cherchait à susciter des changements de l'intérieur et à encourager des mesures pratiques telles que l'instauration de politiques de ressources humaines claires et pertinentes. Celles-ci permettent de faciliter le recrutement et la rétention du personnel, d'offrir des heures de travail flexibles afin de concilier la famille et le travail, de trouver



PHOTO © THREE SOCIAL ENTERPRISE



un transport sécuritaire pour se rendre au bureau et de définir des lignes directrices concernant les cas de harcèlement sexuel. Les gestionnaires de ressources humaines ont participé à une formation sur la façon dont traiter les questions liées au travail des femmes dans le secteur du tourisme, qui consistait en une série d'ateliers animés par des volontaires Unitererra dans tout le pays. Un manuel sur les meilleures pratiques, développé en collaboration avec des hôtelier-ère-s, des professionnel-le-s des ressources humaines et des volontaires canadien-ne-s en égalité des genres accompagnait ces ateliers.

En Tanzanie, les communautés vivant à proximité des principaux sites touristiques figurent parmi les plus pauvres du pays. Le programme Unitererra a travaillé avec le *Tanzania Tourism Board* (TTB) pour appuyer 66 entreprises de tourisme culturel (CTE) qui adoptent une approche touristique axée sur la communauté. Ainsi, leurs membres sont directement impliqué-e-s dans la conception et l'organisation de visites guidées visant à plonger les touristes dans la réalité de leur vie quotidienne. La plupart des CTEs sont gérées par des hommes, pendant que les femmes sont généralement reléguées à des rôles d'appui et non de gestion ou de prise de décisions. Pour relever ce défi, les volontaires Unitererra, en collaboration avec des consultant-e-s du pays, ont offert une formation de deux jours sur l'approche du système d'apprentissage du genre par l'action (GALS), incitant les CTEs à s'engager à recruter plus de femmes. Le programme Unitererra a aussi mis la *Tanzania Association of Tour Operators* (TATO) en contact avec le *Tanzania Tourist Board* (TTB) qui se sont mis d'accord pour étudier le lancement de deux nouvelles catégories de prix à leur programme de prix annuels, *Meilleure guide féminine d'une entreprise de tourisme culturel* et *Entreprise de tourisme culturel la plus sensible au genre* qui serviront à reconnaître et à encourager les femmes guides touristiques.

Bien qu'elles soient populaires auprès des touristes, de nombreuses CTE peinent à attirer plus de monde. Le programme Unitererra a aussi agi pour stimuler un accroissement de la demande pour le tourisme culturel et durable en Tanzanie par le renforcement de capacités en marketing et par des connexions directes avec des entreprises de tourisme canadiennes. Par exemple, le programme

Unitererra s'est associé à Village Monde — une organisation non gouvernementale qui favorise l'essor d'un réseau de tourisme international durable hors des sentiers battus — pour appuyer un volontaire dans la visite et l'évaluation des hébergements des CTE selon les critères de Village Monde. Les hébergements qui répondent aux conditions sont alors présentés sur le site internet de Village Monde. Depuis, plusieurs CTE ont reçu des demandes de réservations directes via le site de Village Monde, ce qui leur permet de recevoir un plus grand nombre de touristes. Le CTE Ukerewe, par exemple, a reçu deux fois plus de visiteurs-euses en 2018 qu'en 2017.

En Bolivie, le secteur de l'artisanat utilise principalement la laine de lama et d'alpaga, et il est composé essentiellement de femmes. Cependant, elles ne profitent pas du potentiel que renferme le marché touristique car elles n'ont pas de stratégie de marketing. Le service à la clientèle est presque inexistant et les ventes sont faibles. Pour lier les secteurs de l'artisanat et du tourisme, le programme Unitererra a développé un partenariat stratégique avec La Paz Maravillosa (LPM), l'agence de développement pour le tourisme municipal de La Paz, qui vise à améliorer l'accès et l'appréciation de l'artisanat socialement responsable fait à base de laine de lama et d'alpaga. Des outils spécifiques ont été créés pour accroître la visibilité de la ville et promouvoir le tourisme : une application de téléphone intelligent sur le tourisme et l'artisanat, ainsi que des événements organisés pour promouvoir et renforcer les liens entre les deux secteurs.

En décembre 2018 et février 2019, deux cours ont été organisés pour permettre à des femmes autochtones aymaras d'obtenir une certification en randonnée et sauvetage en haute montagne, en collaboration avec l'Association des guides de haute montagne et l'École des guides et instructeurs de haute montagne. Ce certificat leur permet d'offrir des services de qualité aux touristes. Leur participation à cette formation permettra d'ouvrir des portes à bien d'autres jeunes femmes désireuses de devenir guides de montagne. Ainsi, cette initiative soutient le changement des mentalités quant aux rôles de genres traditionnels et aux stéréotypes qui y sont rattachés, en mettant de l'avant des modèles qui diffèrent de la culture actuelle dominée par les hommes.

La valeur ajoutée des volontaires : renforcement des capacités et facilitation

Le programme de coopération volontaire s'accorde bien à la nature internationale du tourisme. En effet, les volontaires du Canada, qui ont souvent beaucoup voyagé, ont une compréhension intuitive de ce que recherchent les touristes occidentaux. Les jeunes étudiant-e-s volontaires se sont notamment rendu compte que les fournisseurs de services touristiques désiraient accroître leurs compétences de base en gestion des réseaux sociaux et créations de campagnes. Mais peu de formations de ce type sont disponibles au niveau local.

Dans tous les cas mentionnés, la facilitation et le réseautage réalisé par les volontaires ont été la clé du succès des projets. Par exemple, au **Sri Lanka**, les volontaires ont réussi à établir un partenariat entre la *University of Vocational Technology* (Univotec) de Ratmalana et *Humber College* de Toronto, ce qui a permis à Univotec de créer un programme en Gestion hôtelière en collaboration avec Humber. Une alliance avec *Planterra/G Adventures* du Canada a permis au partenaire *Women Development Centre* (WDC) d'ajouter un petit café à son magasin d'artisanat pour diversifier ses sources de revenus et ainsi augmenter sa visibilité en attirant une nouvelle clientèle et établissant des liens avec des groupes internationaux organisés.

En **Bolivie**, les volontaires ont aussi joué un rôle essentiel dans l'élaboration d'une cartographie des artisan-e-s dans l'industrie textile, la création d'une image pour leur marque et le marketing de leurs produits afin de donner plus de visibilité à l'artisanat auprès des touristes.



CATHERYN BERGERON

Conseillère en image graphique et commercialisation en Bolivie, elle a contribué de manière significative à améliorer les entreprises de centaines d'artisan-e-s.

En **Tanzanie**, le partenariat avec Village Monde a été essentiel pour informer les touristes de l'existence et de l'emplacement géographique des entreprises de tourisme culturel, car elles ne sont pas toujours sur la route directe des parcs nationaux où ont lieu les safaris. Le site web de Village Monde a donné une visibilité internationale à de nombreuses CTE, tandis que leurs collaborations avec de grandes agences de voyage a permis à celles-ci d'offrir une visite dans une CTE en complément à un forfait de safari. En plus du travail de promotion, de facilitation et de réseautage, les volontaires ont œuvré auprès d'une grande variété de fournisseurs de produits et services touristiques et d'organisations en appui afin de renforcer leurs capacités. Que ce soit dans le domaine du marketing, du service à la clientèle, de la gestion des entreprises, de l'égalité entre les genres, de l'entrepreneuriat, de la communication, du développement de produits touristiques, des compétences personnelles, de la gestion des ressources humaines ou encore du développement de carrière, le travail des volontaires visait surtout à soutenir les femmes en répondant à leurs besoins de renforcements spécifiques dans les secteurs.



ELIZABETH MATTE

Conseillère en marketing en Tanzanie, elle a formé de nombreuses CTE à travers le pays, évaluant leur offre et leurs besoins en marketing.

Résumé des résultats et leçons apprises

L'utilisation d'une approche de systèmes de marchés pour comprendre et relever les défis du secteur du tourisme via un programme de coopération volontaire a fait ressortir plusieurs leçons et résultats pertinents pour des programmes à venir.

Normes et à stigmatisation sociales

Il est difficile de mesurer les changements de perception par rapport aux normes et à la stigmatisation sociale, toutefois, on observe des résultats manifestes :

- Au **Sri Lanka**, les femmes et les jeunes filles ont manifesté de l'intérêt pour le travail dans le secteur du tourisme après avoir écouté des programmes de radio qui ont rejoint environ 224 085 personnes.
- En **Tanzanie**, la formation GALS a eu un impact significatif sur les CTE et leur changement de comportement envers le recrutement de femmes. Ainsi, le CTE *Friends of Usumbara*, qui comptait auparavant une seule femme guide, comprend désormais 6 femmes guides pour ses activités de trekking. De plus, un nouveau Réseau de femmes guides touristiques, composé de 30 femmes membres de CTE à travers le pays, a été développé en partenariat avec le *Tanzania Tourist Board* pour offrir des possibilités de mentorat, d'échange de compétences et de réseautage. Ce réseau vise à encourager plus de femmes à s'engager dans la chaîne de valeur du secteur du tourisme, notamment en devenant guides touristiques.

La remise en question des normes sociales et la lutte contre la stigmatisation qui excluent les femmes du secteur est un long processus. Le programme Uniterra s'est rendu compte que le fait de travailler directement avec le secteur, en faisant la promotion de modèles positifs et en utilisant des outils de communication stratégiques, a permis d'élargir les discussions autour des normes sociales genrées et du harcèlement sexuel.

Résoudre l'inadéquation entre l'offre et la demande de main d'œuvre a été rendu possible en améliorant la structure des formations, notamment l'intégration de stages pratiques et d'initiatives d'entrepreneuriat.

- Au **Sri Lanka**, Uniterra a appuyé la *University of Vocational Technology (UNIVOTEC)* pour développer, en partant de zéro, un nouveau cursus dans le domaine du tourisme. L'appui du corps enseignant de *Humber College* au Canada a permis de tenir compte dès le départ des besoins du secteur, en particulier concernant les compétences personnelles (*soft skills*). Ces compétences sont essentielles pour trouver un emploi et sont un complément nécessaire aux compétences professionnelles techniques.
- La formation dans le domaine du tourisme en lien direct avec les besoins du secteur a aussi été le fondement du travail du Programme au **Vietnam**. La capacité du programme Uniterra de mobiliser des volontaires issus des secteurs canadiens du tourisme et de l'hôtellerie, y compris des universités et des professionnels du tourisme, a été essentiel au renforcement des capacités institutionnelles des prestataires de formation pour leur permettre d'offrir des formations en compétences personnelles pertinentes pour le secteur. En **Tanzanie**, le gouvernement a lancé un programme de formation, d'homologation, de certification et d'accréditation destiné aux guides touristiques de safari afin de valoriser la profession de guide touristique et d'améliorer la qualité des services offerts par des guides touristiques compétent-e-s, qualifié-e-s et avec une approche éthique. Ce programme, facilité au départ par Uniterra, s'autofinance à partir des frais payés par les étudiant-e-s et les agences de voyage. Il est essentiel pour la croissance et la durabilité du tourisme, ainsi que pour l'accessibilité des jeunes femmes marginalisées à des emplois dans le secteur. Ce programme permet également de renforcer les capacités des établissements de formation touristique, des gouvernements et de l'industrie à reconnaître, développer et certifier les compétences personnelles requises dans le secteur. Les volontaires canadien-ne-s, surtout celles et ceux qui ont une expérience directe en tourisme, marketing ou inclusion sociale, sont particulièrement bien placé-e-s pour appuyer des organisations partenaires dans ces domaines.

■ Les communications et l'image de marque font partie des domaines en forte demande, car ils permettent d'accroître la visibilité du secteur. Grâce au travail des volontaires dans ces domaines, le *Tanzania Tourism Board* dispose désormais d'un nouveau site web attrayant avec une carte interactive et des liens directs vers les sites web et les pages Facebook de toutes les CTE. Ces dernières ont chacune un logo et un dépliant personnalisé. Plusieurs CTE ont remarqué une augmentation des demandes de la part de touristes. Et 80 % des agences de voyage proposent un programme de tourisme culturel avec leur offre de safari. TTB a récemment établi un partenariat avec la *Tanzania Association of Tour Operators* (TATO), ce qui va accroître considérablement la visibilité des CTE. Tout comme dans le secteur de l'hôtellerie, les volontaires canadien-ne-s sont très bien positionné-e-s pour répondre aux besoins en termes de communication.



L'approche de partenariats qui consistait à tendre la main au secteur du tourisme et à faciliter des initiatives conjointes a aussi été essentielle pour créer de nouvelles opportunités. Le secteur de l'artisanat en Bolivie a grandement profité aux artisan-e-s : La Paz compte maintenant une route touristique intégralement composée de produits artisanaux boliviens qui comprend 14 magasins, dont plus de la moitié ont augmenté leurs ventes ces dernières années. Le fait de travailler avec le partenaire local *La Paz Maravillosa* — depuis l'été 2018, l'organisation a changé de nom et s'appelle maintenant *La Paz Ciudad del Cielo* —, qui a les capacités, le mandat et les ressources pour créer des synergies entre les secteurs du tourisme et de l'artisanat, est une garantie que les connaissances et l'expérience apportées par le programme Uniterra aura un impact

durable. L'identification des partenaires locaux ayant la capacité d'en appuyer d'autres dans différents secteurs est une des principales leçons apprises et un moyen de maximiser les capacités locales qui, auparavant, ne soutenaient pas l'inclusion de groupes les plus marginalisés. Le tourisme est une industrie mondiale et les fournisseurs de services touristiques dépendent de partenaires locaux et internationaux pour croître et prospérer. Par ailleurs, les volontaires canadien-ne-s sont dans une position unique pour appuyer les organisations et les entreprises de tourisme local et durable à développer et à maintenir des partenariats internationaux avec des organisations similaires canadiennes et internationales et une clientèle potentielle.

Conclusion

La formation et la facilitation fournies par les volontaires a permis aux organisations partenaires locales de développer leurs capacités pour poursuivre seules la mise en œuvre de leurs plans de marketing et d'action. Les liens entre les différentes parties prenantes au sein du secteur contribuent au dialogue continu, à des actions et des activités de collaboration permettant de soutenir la croissance du secteur du tourisme et, surtout, l'inclusion en son sein de plus de femmes marginalisées. Bien que le programme Uniterra ne puisse s'attribuer tout le crédit

pour l'expansion des CTE en Tanzanie, les associations artisanes qui ont rejoint la route touristique de La Paz en Bolivie, le changement de perception envers les femmes travaillant dans le secteur du tourisme au Sri Lanka et la reproduction des modèles d'affaires sur les campus au Vietnam, il a certainement ouvert la voie et renforcé de façon considérable les capacités des organisations pour qu'elles aient confiance en elles afin poursuivre leur croissance de façon autonome.