



FICHE IMPACT

Formation en commercialisation et marketing au bénéfice de l'association « Mano a Mano » (FP 1868)

L'association « Mano a Mano » a sollicité Planète Urgence pour une formation en commercialisation et marketing en faveur des femmes, bénéficiaires de l'association, qui travaillent dans le secteur de la pâtisserie et la gestion d'un restaurant solidaire. L'objectif était de les former aux techniques de vente afin d'améliorer la fréquentation (augmentation de la clientèle) et donc les revenus qui assurent le financement des actions de « Mano a Mano ».

PRÉSENTATION DE L'ASSOCIATION ET DES BÉNÉFICIAIRES

Association franco-péruvienne, « Mano a Mano » intervient pour le développement des bidonvilles de la Ensenada y Los Jazmines à Comas, dans la banlieue de Lima au Pérou.

Son objectif est de contribuer à l'amélioration des conditions de vie des habitants de La Ensenada et de leurs enfants, de favoriser la création de liens de solidarité, le respect à la dignité et une ouverture sociale et culturelle. Sa méthodologie est de donner l'opportunité à des personnes impliquées dans le développement de leur communauté de trouver des solutions aux problèmes sociaux des enfants, jeunes et adultes de diverses cultures, issus de communautés pauvres ou extrêmement pauvres, sans discrimination et avec équité.



Femmes travaillant dans le restaurant solidaire – Mano a Mano ©

Dans le cadre d'un projet d'entrepreneuriat social, l'association a développé des activités diversifiées : tourisme solidaire, restauration solidaire et des ateliers favorisant le commerce équitable.

CHIFFRES CLES

3

VOLONTAIRES

Entreprise MAIF

Entreprise NATIXIS

Entreprise CDC COSOG

12

BENEFICIAIRES

formées aux techniques de marketing.

AUGMENTATION de

20%

sur le chiffre d'affaires du restaurant et pâtisserie.

1 300 à 1 500

PRODUITS

vendus par mois.

1 BANDEROLE

qui permet une meilleure visibilité.

50 PATISSERIES

exportées en France

COMPETENCES ACQUISES

L'équipe et les volontaires ont abordé les sujets suivants :

- Relation clientèle : compétences techniques de base en accueil, fidélisation et satisfaction de clients, développer des qualités relationnelles et un sens commercial.
- Formation sur des outils et notions d'analyse marketing : une méthode portant sur le produit, le prix, la distribution et la communication.
- Connaissance de l'analyse SWOT, qui recense les forces, faiblesses, opportunités et menaces d'une activité commerciale.
- Elaboration d'une stratégie et suivi des objectifs.
- Création de supports de communication.
- Connaissance sur des techniques de diffusion.



Présentation des pâtisseries -Mano a Mano ©

L'IMPACT

Un travail sur le comportement et le gestes à adopter vis à vis de la clientèle a été mené, et la pratique a positivement évolué. L'équipe a aussi diversifié des techniques de communication : mille flyers ont été créés et distribués dans toute la ville de Comas afin de promouvoir le restaurant et la pâtisserie solidaire.

Parmi les résultats plus importants :

La pâtisserie vend chaque mois en moyenne 1400 pâtisseries, affichant ainsi **une augmentation de 12% des ventes**.

Le budget de l'association pour les **activités solidaires a augmenté de 20%** (chiffre d'affaires pâtisserie et restaurant).

Fiche projet 1868 - transfert de compétences aux adultes

Une mission de Congé Solidaire® s'inscrit dans le cadre d'un projet porté par le partenaire local et établi sur la base de besoins préalablement identifiés. Les indicateurs et critères de suivi sont définis avec le partenaire local. Cette fiche présente l'impact de Planète Urgence sur le terrain.

Le restaurant solidaire est aujourd'hui rentable, ce qui était l'objectif principal des missions, et couvre les frais de ses salariés (3 personnes de la communauté de La Ensenada). De plus, il assure un revenu et une vie digne pour les familles des salariés, entre 12 et 15 personnes.

La visibilité du restaurant et de la pâtisserie est améliorée. Les serveuses du restaurant portent des uniformes, la présentation des plats est plus attractive et de nouvelles recettes ont été créées afin de varier les plats proposés. Aussi, une banderole à l'entrée du restaurant a été créée. Cette amélioration est encourageante pour les membres de l'association.

Le renforcement de compétences en marketing a permis à l'équipe de connaître des techniques d'identification et fidélisation de clients, ils ont ciblé leurs clients grâce à la technique de marketing individuel. La fidélisation des clients et des salariés permet le développement des activités de « Mano a Mano ». Entre 50 et 60 couverts sont servis par jour. De plus, ils fidélisent des clients telle que la Municipalité de Comas qui fait des commandes de 100 couverts.

La prise en charge des commandes est aussi améliorée : ils ont notamment fait un premier envoi de pâtisseries jusqu'à la France via une volontaire → 50 *alfajores* (pâtisserie latino-américaine) *envoyés !*

SUITE DU PROJET

« Mano a Mano » souhaite continuer à travailler avec Planète Urgence sur la communication et la promotion du restaurant. Ils souhaitent également développer un service de restauration (type catering) qui permettrait d'élargir la clientèle.

Un suivi/coaching « one to one » entre un volontaire et chaque employée pourrait être mené, de façon à accompagner chacune des employées individuellement pour réajuster les pratiques de chacune et permettre une montée en compétences rapide.