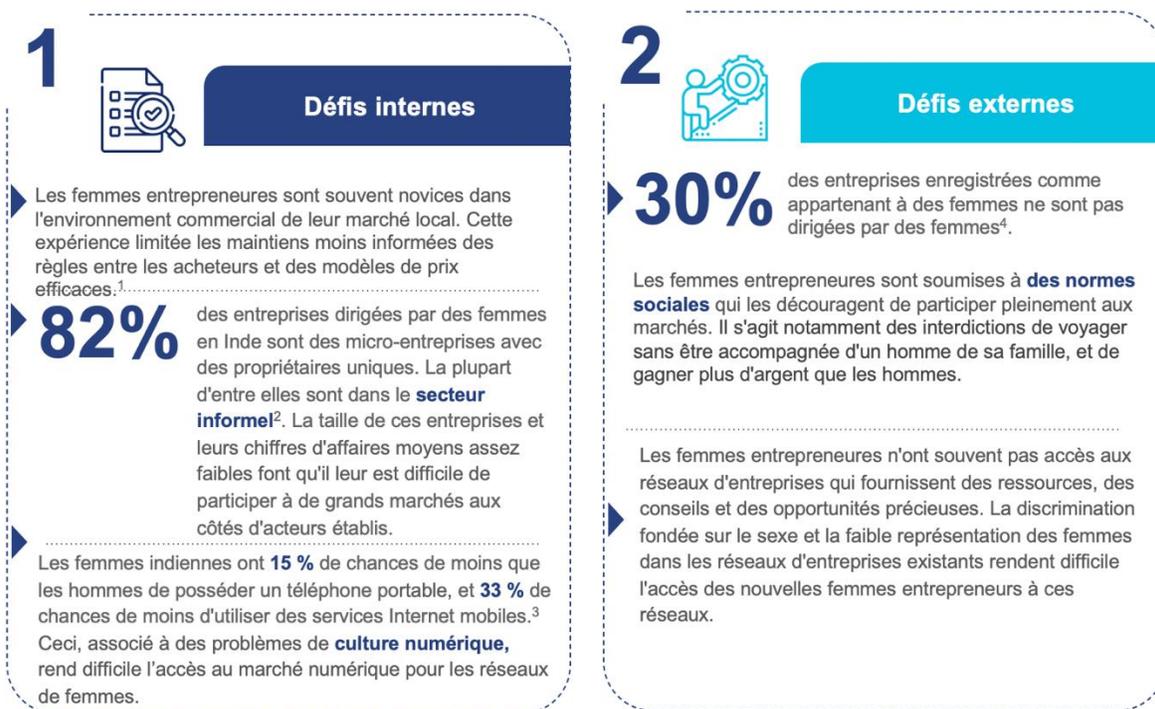


## Renforcer les liens avec le marché grâce à l'innovation numérique et au soutien de la communauté : L'entrée de SEWA Saamarth dans le commerce électronique

Plus de 91 % des femmes de la population active indienne travaillent exclusivement dans l'économie informelle. Elles n'ont pas accès à un travail régulier, à des revenus stables, à des prestations de sécurité sociale ni à un pouvoir de négociation. Les petites productrices et artisanes doivent faire appel à des intermédiaires pour s'assurer que leurs produits atteignent les consommateurs finaux. Ces intermédiaires prennent souvent des commissions élevées et empêchent les femmes entrepreneures d'accéder de manière transparente aux fournisseurs, aux détaillants et aux réseaux d'autres producteurs du secteur. Cela les empêche de développer leurs compétences et leur expertise.

L'accès aux marchés est essentiel pour que les MPMEs puissent répondre efficacement à la demande des clients. Cependant, les 13,5 millions d'entreprises dirigées par des femmes en Inde sont confrontées à des défis uniques en matière d'accès aux marchés. Nous en présentons quelques-uns ci-dessous :



Sources: 1. [The World Bank](#), 2,4. [NITI Aayog](#), 3. [Oxfam](#), 5. [World Economic Forum](#), 6. [Brookings](#)

Figure 1 : Les défis auxquels sont confrontées les entreprises dirigées par des femmes

Les entreprises dirigées par des femmes dans différents secteurs et zones géographiques sont confrontées aux défis ci-dessus. Voici quelques exemples tirés des travaux de recherche de MSC dans ce domaine :

Rashmi, une femme d'affaires de 35 ans originaire de Bhubaneswar, au cœur de l'Odisha, s'est lancée dans l'industrie textile quelques années après son mariage. Elle s'est associée à des femmes de la région et a créé un modeste atelier de fabrication de tissus traditionnels d'Odisha. Son entreprise a prospéré grâce au soutien des touristes intéressés par les vêtements traditionnels. Cependant, Rashmi a rencontré un obstacle majeur dans son adaptation au digital. Malgré son savoir-faire et la qualité de ses produits, elle n'a pas réussi à se faire une place en ligne. Ceci l'a empêchée d'accéder à des clients en dehors de sa région. Il s'agissait d'un problème crucial à l'heure où le commerce électronique remodelait la vente au détail. Rashmi manquait d'une forte présence en ligne et de compétences en marketing numérique. Elle a donc eu du mal à rivaliser avec les grandes marques et les boutiques en ligne. Cela a limité sa croissance et son accès à des marchés plus vastes.



Meenakshi est une chef d'entreprise de 43 ans à Ahmedabad, une ville de l'État côtier indien du Gujarat. Elle a commencé sa carrière de brodeuse et de couturière à 17 ans. Elle a d'abord travaillé pour d'autres femmes de son quartier, puis a progressivement développé son activité. Elle possède actuellement une petite boutique, qui emploie trois autres femmes pour l'aider. Bien qu'elle modifie principalement des vêtements prêts à être portés et qu'elle coud des vêtements traditionnels pour femmes sur commande, elle a senti qu'elle pouvait désormais accepter des commandes plus importantes. Cependant, la plupart de ses nouvelles commandes, proviennent du bouche-à-oreille de ses clients existants. Cela l'a aidée à obtenir de nouvelles commandes occasionnelles, mais n'a pas suffi à lui assurer un revenu continu et à constituer un capital suffisant pour développer son activité.



Figure 2 : Étude de cas : Difficultés d'accès au marché

En Inde, de nombreuses entreprises dirigées par des femmes ont du mal à trouver des acheteurs, à s'adapter à de nouveaux marchés et à développer leurs activités. Les solutions numériques peuvent servir de catalyseur pour permettre aux femmes entrepreneurs et aux collectifs de femmes de prendre une longueur d'avance dans l'accès aux marchés locaux, de communiquer avec les fournisseurs et les prestataires de services, et de mettre en relation leurs produits et leurs services avec des acheteurs potentiels. Les technologies de l'information et de la communication (TIC) peuvent également faciliter la création de nouveaux réseaux d'entrepreneurs dans tout le pays. Les femmes peuvent ainsi se soutenir mutuellement en partageant des conseils, des opportunités et des stratégies de développement commercial.

De nombreux programmes ont adopté des solutions basées sur les TIC pour combler le fossé de l'accès au marché pour les femmes entrepreneurs dans les pays du Sud. Nous avons soutenu notre partenaire, la « Fédération coopérative SEWA », à travers notre programme dédié aux entreprises dirigées par des femmes, financé par la Fondation Met Life. Nous avons soutenu les coopératives de femmes et les collectifs en développant une plateforme qu'elles peuvent utiliser pour accéder plus facilement au marché.

La Fédération coopérative SEWA a d'abord aidé ses collectifs à vendre leurs produits sur des plateformes de commerce électronique existantes, privées ou soutenues par le gouvernement. Cependant, les collectifs ont dû faire face à des défis, tels que le manque de découverte, le coût élevé du marketing, le long délai d'exécution des commandes de produits faits à la main, la complexité des systèmes de gestion, la nécessité d'une documentation laborieuse et les commissions élevées.

Les collectifs ont tiré les leçons de cet échec et ont créé leur propre plateforme de commerce électronique, SEWA Saamarth, afin de combler le fossé entre les collectifs de femmes et le marché numérique. Cette plateforme vise à résoudre les problèmes auxquels sont confrontés les collectifs de femmes en Inde.

## **SEWA Saamarth**

La Fédération coopérative SEWA organise les travailleuses de différents secteurs en coopératives. Il s'agit notamment des secteurs de l'agriculture, de l'artisanat et des services. Cette fédération promeut l'autonomisation et l'indépendance économiques des femmes par le biais d'entreprises détenues et gérées par des femmes. Son principal objectif est d'offrir un système de soutien cohérent à ces entreprises, dans le pays et dans le monde, afin d'assurer leur viabilité financière et décisionnelle. La fédération soutient plus de 100 coopératives détenues et dirigées par des femmes dans six domaines clés : l'agriculture, les produits laitiers, l'artisanat, les services, l'épargne et le crédit, et l'emploi. Elle cherche à atteindre le plein emploi et l'autosuffisance pour les femmes dans les secteurs informels. En outre, elle constitue un réseau essentiel qui permet aux coopératives de s'entraider pour créer des

chaînes de valeur, commercialiser et vendre leurs produits, et accéder à des services financiers.

SEWA Saamarth est une plateforme développée par la Fédération coopérative SEWA. Elle vise à aider les collectifs de femmes à atteindre facilement les marchés en ligne et hors ligne. Cette plateforme est destinée aux coopératives créées par SEWA et aux entreprises de femmes de l'ensemble de l'Inde qui fonctionnent selon les principes coopératifs. Elle leur permet de vendre leurs produits en ligne. SEWA Saamarth propose actuellement une variété de produits, tels que des objets artisanaux, des goûters traditionnels et des produits de beauté naturels pour les cheveux et la peau. Il veille à ce que ces collectifs de femmes soient rémunérés équitablement. Dans le cadre de ce modèle, Saamarth ne facture aucune commission ou frais marketing aux entreprises dirigées par des femmes. À l'heure actuelle, six collectifs de femmes vendent leurs produits par l'intermédiaire de la plateforme. Parmi eux figurent également trois coopératives promues par la SEWA. La plateforme Saamarth est structurée autour de cinq valeurs fondamentales :

Figure 3 : Les principes fondamentaux de la plateforme Saamarth



Saamarth vend actuellement des produits artisanaux, des goûters et des produits de soins capillaires. Elle cherche à s'étendre à d'autres catégories de produits afin de fournir à d'autres coopératives et entreprises dirigées par des femmes une plateforme pour vendre leurs produits en ligne.



“Auparavant, nous fabriquions des produits artisanaux que nous vendions sur le marché local. Notre portée était limitée. Grâce à SEWA Saamarth, les gens du monde entier peuvent voir nos produits et cela nous donne accès à un tout nouveau marché avec de nombreuses possibilités ! Nos sœurs auront plus de travail grâce à cela, et notre coopérative pourra s'agrandir.”

- Amishaben, Manager de SEWA Abodana Handicrafts Cooperative



La coopérative d'artisanat Abodana compte 384 artisanes à Ahmedabad, Kadi et Kallol. Elles pratiquent des techniques traditionnelles, telles que la broderie, l'impression à la main et le patchwork. Abodana a réalisé des affaires d'une valeur de plus de 150 000 INR (USD 1800) par l'intermédiaire de SEWA Saamarth en ligne et hors ligne au cours des cinq derniers mois.

## La voie à suivre

MSC a soutenu Saamarth dans différents domaines. Il s'agit notamment d'une stratégie de marketing multicanal, du développement d'une interface utilisateur et d'une interface graphique qui facilitent la navigation et la fonctionnalité, et des moyens d'obtenir des informations sur les clients afin d'affiner sa stratégie en matière de produits, de canaux, de prix et de promotion. MSC envisage de faire de Saamarth une plateforme d'accès au marché et une rampe de lancement pour les entreprises émergentes et en croissance, dirigées par les femmes dans toute l'Inde. Saamarth démontre trois stratégies clés pour combler le fossé de l'accès au marché pour les entreprises féminines :

- **Des solutions numériques :** Des plateformes, telles que SEWA Saamarth, peuvent aider les entreprises féminines à surmonter des obstacles importants en matière d'accès aux marchés en ligne et de connexions avec un réseau d'acheteurs plus large que celui auquel elles pourraient avoir accès physiquement. La Fédération coopérative SEWA associe cela à des initiatives de renforcement des capacités pour les entreprises féminines qui font partie de leurs collectifs afin de leur permettre de se développer. MSC a développé des modules spécifiques pour aider les partenaires, tels que la Fédération coopérative SEWA, à compléter leur formation physique par un contenu numérique. Ce contenu numérique servirait de remise à niveau pour les entreprises féminines sur diverses plateformes, telles que WhatsApp, YouTube, etc. La confiance que les entreprises féminines peuvent acquérir grâce à un renforcement ciblé de leurs capacités peut leur permettre d'innover, de prendre des décisions audacieuses et de développer leurs activités pour s'adapter à l'évolution des tendances.
- **Création d'un environnement commercial favorable aux femmes entrepreneurs :** Nous devons aller au-delà des connexions avec les fournisseurs et les acheteurs pour

véritablement combler le déficit d'accès au marché pour les entreprises féminines. Cela implique les compétences nécessaires pour exceller dans un paysage du commerce électronique en évolution rapide. SEWA Saamarth aide les collectifs de femmes à acquérir les compétences nécessaires pour prospérer sur un marché en ligne. SEWA Saamarth reste fidèle à ses valeurs et maintient un fort sentiment de communauté parmi ses membres. Il s'appuie sur le capital social, l'apprentissage par les pairs et le soutien commercial que les entreprises féminines s'apportent mutuellement.

- **Communautés de pratique (CdP) :** Les entreprises dirigées par des femmes sont confrontées à plusieurs défis uniques dans leur parcours de création d'entreprise. Dans un tel scénario, d'autres entreprises dirigées par des femmes sont les mieux placées pour les soutenir, les encadrer et les nourrir. Saamarth met fortement l'accent sur la création de réseaux interconnectés de collectifs de femmes pour partager des histoires, discuter des défis et collaborer à des solutions. Les réseaux de solidarité entre les collectifs de femmes les aident à se développer ensemble et à transformer leurs écosystèmes. Ils ouvrent la voie aux nouvelles entrepreneures pour qu'elles créent et développent leurs entreprises. MSC a travaillé avec Saamarth pour créer des CdP actives, qui aideront les femmes à transmettre des informations et à apprendre tout au long du processus.

Les plateformes numériques, les écosystèmes de soutien et les réseaux communautaires équilibrent les règles du jeu pour forger un avenir où les entreprises féminines prospèrent. En outre, elles créent une nouvelle dynamique permettant aux entreprises féminines de se développer, d'innover et de tracer la voie vers le succès. En exploitant ces stratégies, nous contribuons à une économie plus inclusive où l'esprit d'entreprise des femmes est soutenu et célébré comme une pierre angulaire du développement mondial. SEWA Saamarth s'efforce de s'améliorer, d'être plus efficace et de s'adapter au marché chaque jour pour devenir une plateforme de commerce électronique bien établie.