

L'entreprenariat Vert



Cas de succès d'entrepreneurs verts en Méditerranée



Mille collines : Mode et accessoires de haute qualité fabriqués en Afrique

18

Nom du projet:	Atelier des mille collines
Ville, pays:	Société de distribution : Barcelone, Espagne ; siège : Kigali, Rwanda, antenne au Kenya
Nom du chef d'entreprise/fondateur:	Marc Oliver et Inés Cuatrecasas
Description:	Entreprise sociale dédiée à la conception, la production et la distribution de produits de mode de haute qualité (vêtements et accessoires) utilisés comme outils pour accroître la prise de conscience du potentiel et des capacités de l'Afrique. Les activités sont coordonnées depuis un atelier au Rwanda et il existe deux boutiques en Afrique (Kigali au Rwanda et Nairobi au Kenya). Les produits sont vendus via des boutiques multimarques aux États-Unis et en Europe, et les ventes en Espagne sont organisées par l'intermédiaire de réseaux alternatifs : des boutiques éphémères, des environnements temporaires uniques qui nous aident à engager nos clients dans le projet et à stimuler l'interaction.
Investissement:	<i>Capital de départ</i> : 12 000 USD pour un total de 200 000 USD <i>Taux d'amortissement de l'investissement</i> : Sans objet <i>Sources de financement</i> : Financement privé
Parties prenantes:	Famille, amis, bénévoles, ONG, collaborateurs
Création d'emplois:	20 % de travailleurs non qualifiés 80 % de professionnels (artisans, tailleurs, ventes, administration, etc.) Employés à temps plein : 19 (qualifiés) 4 (non qualifiés)
Chronologie:	2005 concept began with a blog 2009 company launched with 3 employees 2011 shops in 3 countries with 22 employees
Étude de faisabilité:	Étude de marché sur le produit initial avec des dynamiques de groupe en Espagne et en Afrique de l'Est, 2 collections pilotes à tester dans un salon de prêt-à-porter de Paris.
Caractéristiques principales :	Consommation responsable, développement économique, éducation.
Raison d'être et motivation:	Volonté d'apporter des solutions aux problèmes sociaux à travers un modèle d'activité durable, et convaincre le consommateur de sa capacité de faire changer le marché par le biais des deux messages suivants : 1) <i>Il est possible de fabriquer des produits de haute qualité et attractifs en Afrique.</i> 2) <i>Le pari de la qualité, de la durabilité et des produits sérieux favorise une consommation responsable.</i> La société essaie également de contribuer au développement socioéconomique du Rwanda en assurant des revenus stables et l'accès à l'assurance maladie pour ses employés.

Forces:

L'équipe et la marque, différenciation grâce à un service de qualité, expérience commerciale et une communauté se construisant non seulement en Afrique de l'Est, mais aussi à l'étranger avec d'autres revendeurs.

Défis et contraintes:

Logistique : la production étant réalisée au Rwanda, un pays sans infrastructures, cela rend le transport plus coûteux. Capacité de production : nous avons quelquefois dû refuser des commandes parce que les volumes minimums de commande de notre client étaient trop élevés pour nos équipes de production.

Activités et impacts directs:

Sociaux : Émancipation de la femme : grâce à notre collaboration avec des coopératives locales de femmes pour la création de produits et de processus artisanaux. Santé : nos salariés ont accès à l'assurance maladie pour eux-mêmes et leurs familles. Éducation : toute notre équipe participe à plusieurs cours de formation donnés par des professionnels de l'industrie de la mode venus de l'étranger. Par exemple, un expert en confection de patrons nous rend visite une fois par an. L'équipe prend part à la plupart des décisions et des changements importants du projet.

Environnementaux : Aucune information fournie.

Économiques : Notre produit nous permet d'accroître la prise de conscience du potentiel et des capacités des pays africains où nous sommes présents en ce moment.

Application de technologies innovantes:

La société recourt à des stratégies de distribution innovantes pour ce type de produit et a la volonté de changer la manière dont les produits africains sont perçus par les consommateurs locaux et internationaux. Sensibilisation de la population du Rwanda sur les capacités et le potentiel de leur pays, ce qui les incitera à s'améliorer, à prendre des risques et à triompher. Contrairement à d'autres initiatives similaires, le projet Mille collines a parié sur le marché africain comme une de ses stratégies de distribution principales permettant un contrôle de la visibilité de la marque, du message et de la qualité du service. L'équipe de Mille collines a toujours été convaincue que le changement doit se faire à la source. Vendre une marque africaine en Afrique fait que celle-ci lui appartient. Le concept devient familier et l'initiative suscite curiosité, fierté et espoir. En Espagne, les ventes sont assurées par l'intermédiaire de réseaux alternatifs : les boutiques éphémères, des environnements temporaires uniques qui nous aident à engager nos clients dans le projet et à stimuler l'interaction.

Résultats:

(1) Équipe : la société a été créée en avril 2009 avec 3 employés. 2 ans plus tard, nous sommes 22 employés à temps plein et 7 à temps partiel. Nous avons commencé à travailler avec 20 personnes de 2 coopératives différentes, nous le faisons aujourd'hui avec 248 artisans de 4 coopératives. (2) Ventes : nous avons connu une croissance de 60 % de la distribution dans les boutiques multimarques, avec des ventes dans celles de Macy et en collaborant avec Anthripologie. Les boutiques des deux sociétés sont rentables et leurs ventes sont à la hausse, l'ouverture de deux nouvelles boutiques étant prévue dans les 6 prochains mois (Mombasa, Kigali). (3) Communication : nous avons augmenté sensiblement la visibilité de la marque, nous avons été interviewés par plusieurs blogs, journaux ou chaînes de télévision locales, et nous tenons un blog depuis 2005. Notre page Facebook compte à ce jour plus de 700 amis.

Politiques, encouragements et réglementations nécessaires:

Logistique : la construction d'une ligne ferroviaire reliant Dar es salaam (Tanzanie) et Kigali (Rwanda) est prévue.

Leçons et recommandations:

Ne perdez jamais la passion pour le travail que vous faites, et si c'est le cas, revoyez vos priorités. Étudiez vos marchés en profondeur, ne perdez pas en qualité ce que vous gagnez en ventes et visibilité, faites en sorte que votre équipe participe au processus de conception.

Références : Andrew Mwenda - http://en.wikipedia.org/wiki/Andrew_Mwenda

Marque Veja – www.veja.fr www.millecollines.es - <http://www.youtube.com/watch?v=ID4m3fp5CQs>

http://issuu.com/millecollines/docs/mille_collines