



ETUDE DE CAS : GUYANE

DENMOR GARMENTS (MANUFACTURERS) INC : DONNER UN EMPLOI AUX FEMMES DES COMMUNAUTÉS RURALES DÉMUNIES

Synthèse

Depuis juillet 1997, Denmor Garments, Inc., un fabricant de vêtements à responsabilité limitée de Coldingen, en Guyane, est passé de 250 employés à plus de 1 000, dont 98 % de femmes issues des communautés rurales pauvres. Outre l'emploi, Denmor assure la formation et l'apprentissage de l'autonomie dont ces femmes ont besoin pour sortir de la pauvreté. Des solutions novatrices ont permis à Denmor de surmonter les nombreuses difficultés liées à l'emploi de femmes issues de communautés guyanaises rurales pauvres, dont l'analphabétisme et les problèmes de transport. Aujourd'hui, l'organisation fabrique des vêtements pour des grandes marques internationales et ses normes de qualité lui ont valu de remporter un prix prestigieux décerné par les professionnels de cette branche d'activité. L'étude de cas présente l'histoire de cette entreprise, inséparable du riche parcours personnel de son fondateur, Dennis Morgan.



Résultats positifs pour les populations pauvres

- Une source d'emploi stable pour des femmes issues des communautés rurales démunies.
- Des opportunités pour la création de micro-entreprises grâce au Programme Satellite.
- Émancipation des femmes grâce à des formations et au développement des compétences professionnelles, ainsi qu'à des formations générales dans des domaines tels que la santé et la sécurité, les compétences sociales et l'éthique.

Résultats positifs pour l'entreprise

- Denmor a étendu son marché d'exportation et sa clientèle aux États-Unis grâce à un partenariat avec Paris Accessories.
- Denmor a également étendu son marché aux magasins locaux.
- La production s'est accrue au point de nécessiter une seconde usine et des installations de production supplémentaires.
- En raison de la production accrue, en 10 ans, Denmor a quadruplé sa main-d'œuvre (de 250 en 1997 à 1000 employés).
- En 2001, Denmor a reçu le prix de considération de la qualité Russell Athletic pour avoir atteint un niveau de qualité acceptable de 2 %.



Principales contraintes

- *Infrastructures matérielles* : Les travailleurs passent beaucoup de temps dans les transports en commun pour aller travailler.
- *Connaissances et compétences* :
 - La main-d'œuvre non qualifiée locale ne sait pas comment travailler dans une usine de fabrication de vêtements.
 - Les problèmes à la maison, tels que la violence domestique, problèmes de minimum social et de pension alimentaire pour les enfants, ont tendance à affecter le travail des employés.

Stratégies clés

- *Investir dans l'élimination des contraintes* :
 - Denmor a investi dans plusieurs autocars pour fournir un moyen de transport gratuit. Cela a entraîné une plus forte assiduité au travail des employés, en particulier des femmes.
 - Denmor dépense plus de 250 000 USD par an pour la formation à tous les niveaux, en particulier à destination des femmes et des illettrés.
- *Combiner les ressources et les capacités* : Denmor invite les représentants du ministère des Affaires sociales à discuter avec les femmes de leurs problèmes, et offre des offices religieux volontaires. La participation à ces sessions en dehors du travail est rémunérée. Elle travaille avec l'agence gouvernementale GO-invest pour dispenser des formations.



Grille de strategies

		Stratégies				
Denmor		Adapter les produits et les processus	Investir dans l'élimination des contraintes du marché	Tirer parti des atouts des populations pauvres	Combiner les ressources et les capacités de différents acteurs	Se concerter avec les gouvernements sur la politique à suivre
Contraintes	Informations sur le marché					
	Cadre réglementaire					
	Infrastructures matérielles					
	Connaissances et compétences					
	Accès aux services financiers					

Opportunités et défis pour le passage à une plus grande échelle

- En 2001, un Programme Satellite a été lancé avec quatre petites usines installées dans des communautés rurales en qualité de sous-traitants pour Denmor Garments et cela a aidé à renforcer la capacité de production. Le principal défi a été d'identifier les personnes appropriées et volontaires intéressées par la création et l'exploitation de ces entreprises qui demandent une certaine audace.
- Une chaîne de magasins guyanais appelés Denmor Stores fournira des emplois et des vêtements fabriqués localement à des prix abordables pour les communautés pauvres. Le premier magasin pilote a ouvert en décembre 2006 pour évaluer la viabilité du projet avant son éventuelle expansion. Trois nouveaux magasins sont prévus pour 2007.
- Dennis Morgan, Président Directeur général de Denmor, veut développer sa propre marque pour vendre ses produits à la diaspora antillaise installée aux États-Unis. Cette entreprise pourrait nécessiter des investissements importants à la fois pour la commercialisation et l'extension de la capacité de production ; en 2007, c'était son « rêve » pour l'avenir.