

Série de webinaires

Février – Mars 2023

IMPACT MULTIDIMENSIONNEL D'ACCÈS ÉNERGÉTIQUE AMÉLIORÉ

Explorer le lien entre
l'autonomisation des femmes grâce à
l'amélioration de l'énergie propre et moderne



INTERPRÉTATION



ESPAÑOL

FRANÇAIS

عربي

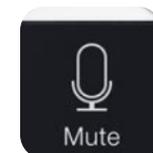
MATÉRIAUX DISPONIBLES EN :

https://hedera.online/en/webinars/energy_access.html

CONNECTEZ-VOUS AVEC LES AUTRES :



COUPEZ VOTRE MICRO 😊





Evaluation des besoins
au Burundi par ILOFEM

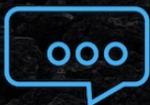
© HEDERA

Comprendre les besoins du client grâce à des évaluations détaillées et exhaustives.

Des outils efficaces pour la collecte de données et l'établissement de rapports

Donner aux institutions les moyens de mettre en place et de suivre leurs programmes de financement vert.

IMPACT MULTIDIMENSIONNEL D'ACCÈS ÉNERGÉTIQUE AMÉLIORÉ



Série de webinaires

Février – Mars 2023

Traductions en direct vers les langues
espagnole, française et arabe.

15 Février

1er Mars

Animatrice



Dr.-Ing. Natalia Realpe Carrillo



PDG
HEDERA



Rebecca Rhodes

Chef de
projet senior



Nathyeli Acuña Castillo

Genre
Spécialiste



15 Mars

29 Mars



Gina Rodolico

Spécialiste de
l'évaluation et
du suivi



Dr. Zewdy Gebremedhin

Chef de l'équipe
AgriFinance



The background of the slide is an aerial photograph of a city, where the buildings and streets are highlighted with white outlines, creating a high-contrast, wireframe-like effect against the dark background.

WEBINAIRE
RÉPONDRE AUX BESOINS DES
FEMMES DANS LE SECTEUR DE
L'ÉNERGIE HORS RÉSEAU

REBECCA RHODES



Répondre aux besoins des femmes dans le secteur
solaire hors réseau

Mercredi 15 février 2023

IMPACT MULTIDIMENSIONNEL D'ACCÈS ÉNERGÉTIQUE AMÉLIORÉ



Rebecca Rhodes

Orateur

ÈS À L'ÉNERGIE



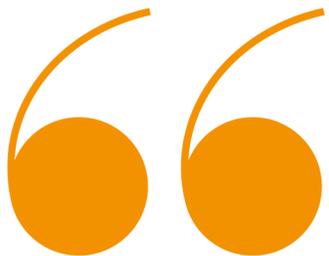
Rebecca Rhodes

Chef de projet senior,
Protection des consommateurs et
circularité

Répondre aux besoins des femmes dans le secteur solaire hors réseau

AGENDA

1. Solaire hors réseau et inclusion des femmes
2. Atteindre et protéger les consommatrices
3. Que fait l'industrie solaire hors réseau (off-grid solar – OGS) ?



Une lampe à huit dollars est la différence entre pouvoir étudier la nuit et ne pas respirer les vapeurs toxiques d'une lampe à pétrole pour Amina, 15 ans, en Tanzanie.

Lorsqu'une fille est éduquée, statistiquement, elle vit plus longtemps, gagne plus d'argent et a moins d'enfants. Une lumière. Un étudiant. Un avenir à la fois !

Solar Sister
Membre GOGLA

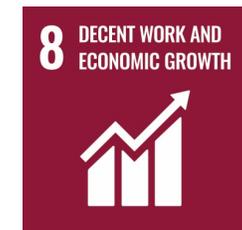


+700m

Les personnes vulnérables au climat vivent sans accès à l'électricité

L'accès universel à l'énergie conformément à l'ODD 7 ne peut être atteint sans la pleine participation et la pleine considération des hommes et des femmes.

Ceci est notamment parce que la pandémie de COVID-19 a eu des effets profonds et divers sur les femmes et les filles en Afrique et en Asie.



GOGLA ET L'INDUSTRIE SOLAIRE HORS RÉSEAU

L'industrie OGS a atteint **490 millions** de personnes -
et est évaluée à **2,8 milliards de dollars**.

GOGLA est la voix de l'industrie solaire hors réseau,
avec **200+ membres** composés de fabricants et de
distributeurs, ainsi que d'investisseurs, de donateurs,
d'universités, etc.

GOGLA vise à **promouvoir, protéger et rassembler**
l'industrie pour soutenir la croissance du marché et
un impact durable, dans le but de parvenir à **l'accès
universel à l'énergie (ODD 7)**.

Nous développons des **normes**, des **outils** et des
conseils pour aider les entreprises à améliorer leurs
performances et à **obtenir des résultats positifs** pour
les **consommateurs** et les entreprises.



TECHNOLOGIES SOLAIRES HORS RÉSEAU PAYGO ET IMPACT



Éclairage

Réduction du CO2 et air intérieur plus propre.

Heures productives plus longues = revenus améliorés.



Pompes à eau solaires

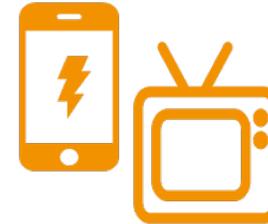
Amélioration de la sécurité hydrique et alimentaire. L'augmentation des rendements pour plus de revenus et la diversification des cultures réduit le risque climatique.



Réfrigération

Moins de perte de nourriture après récolte = meilleure sécurité alimentaire.

Amélioration des revenus des femmes occupant des postes de post-production.



Information et communications

Améliorer l'accès au financement numérique. Accès aux systèmes/information d'alerte précoce. Meilleur accès à l'information éducative.



Ventilateurs de refroidissement

Capacité accrue à tolérer le stress thermique.

Amélioration de la productivité et de la résilience aux maladies induites par la chaleur

L'agriculture intelligente nécessite une énergie intelligente

Josephine Otieno* cultive du maïs et du chou frisé dans sa petite ferme au Kenya pour subvenir aux besoins de sa famille.

Jusqu'à récemment, elle vendait ses produits au marché local. Elle a acheté un smartphone pour accéder à des informations agricoles et se connecter aux coopératives et aux acheteurs en ligne. Le défi était de le garder chargé.

Elle a installé un système solaire domestique payant et elle peut maintenant charger son téléphone la nuit. La possibilité de garder son smartphone continuellement chargé et connecté aux groupes WhatsApp a permis d'augmenter le revenu du ménage de plus de 50%.



*Client d'Azuri Technologies, membre de GOGLA. Les noms ont changé.

LES FEMMES DANS LE SECTEUR SOLAIRE HORS RÉSEAU



32%

Des clients
d'OGS sont
des femmes*



<30%

De la main-d'œuvre
sont des femmes,
qui sont
particulièrement
sous-représentées
dans les rôles sur le
terrain^



2/3

Les femmes PDG
ont rencontré
des obstacles
dans la collecte
de fonds^

*60db analyse comparative de l'énergie

^Enquête GOGLA/ESMAP sur l'industrie

Répondre aux besoins des femmes dans le secteur
solaire hors réseau

2. ATTEINDRE ET PROTÉGER LES CONSUMMATRICES

ATTEINDRE LES FEMMES GRÂCE À L'ÉNERGIE SOLAIRE HORS RÉSEAU

32 % des clients OGS sont des femmes. Comment pouvons-nous atteindre plus ?

Recruter intentionnellement
des femmes agents de
vente.

Mettre en œuvre un soutien
adéquat pour encourager le
maintien en poste

Cibler les zones et les
groupes généralement
fréquentés par les femmes.

Par exemple, les groupes de
sauvegarde villageois

Des argumentaires de vente
sur mesure abordant les
opportunités et les
préoccupations des
femmes.

Développement de produits
répondant aux besoins des
femmes.

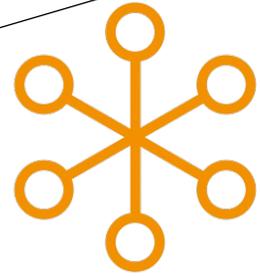
PROTECTION DES CONSOMMATEURS DANS L'ÉNERGIE SOLAIRE HORS RÉSEAU

93% des clients OGS déclarent que leur produit a amélioré leur qualité de vie.

Mais... Les consommateurs sont **exposés à des risques liés aux produits**, aux finances et aux services qui doivent être gérés afin de protéger les droits des consommateurs et d'en préserver les effets positifs.

La protection des consommateurs apporte des mesures d'atténuation en veillant à ce que les objectifs de croissance demeurent pleinement **alignés sur les intérêts des consommateurs** afin de conserver la pleine confiance des consommateurs, des investisseurs, des gouvernements et des autres parties prenantes.





GOGLA

Code de protection des consommateurs

Transparence

Traitement équitable et respectueux

Confidentialité des données personnelles



Ventes et prix responsables

Bon service client

Bonne qualité du produit

Défini et maintenu par le groupe de travail sur la protection des consommateurs **GOGLA**

RISQUES ACCRUS DE PC

Les femmes peuvent être exposées à des risques uniques ou accrus en matière de protection du consommateur (PC).

Par exemple:

Les femmes peuvent avoir des niveaux d'alphabétisation plus faibles, y compris la littératie financière.

> doivent s'assurer qu'ils comprennent les principaux termes et manuels d'utilisation de systèmes de paiement à la consommation

Les femmes en Afrique sont 13% moins susceptibles de posséder un téléphone mobile et 37% moins susceptibles d'accéder à Internet mobile.

> Assurez-vous que les méthodes de paiement sont expliquées et accessibles.

Les normes culturelles peuvent exposer les femmes à un risque accru de mauvais traitements.

> Recruter du personnel de terrain féminin, y compris dans des rôles techniques, et veiller à ce que toutes soient formées sur les risques liés à la PC.

GOGLA entreprend une cartographie complète des risques de PC basés sur le genre.

Répondre aux besoins des femmes dans le secteur
solaire hors réseau

3. COMMENT L'INDUSTRIE OGS COMBLE-T-ELLE LES LACUNES ?

“ Mon revenu s’est amélioré et je peux utiliser ce montant pour ma famille, comme acheter de la nourriture ou des cahiers d’exercices pour mes enfants.



Client solaire hors réseau
Recherche de 60db
Pourquoi l'énergie hors réseau est importante

TROIS PILIERS POUR COMBLER LES ÉCARTS



CONSOMMATEUR



PERSONNEL



INVESTISSEMENT

QUATRE DOMAINES CLÉS



**Normes et lignes
directrices**



Outils et conseils



**Données et
perspectives du
marché**



Communauté

ÉTUDE DE CAS : PAYGO OFF-GRID SOLAR, GHANA

Élaboration d'un plan d'action pour l'égalité entre les sexes, à la suite d'une vérification de l'égalité entre les sexes.

Axé sur l'augmentation de la représentation des femmes dans les postes de direction, dans la main-d'œuvre sur le terrain et sur l'atteinte d'un plus grand nombre de clientes.

- L'écart de rémunération entre les sexes a diminué de 24 % en six mois.
- L'initiative pilote de force de vente a vu 82% de femmes dans l'équipe de terrain contre 19% dans l'ensemble des entreprises.
- Le chiffre d'affaires a augmenté de 60 % et l'EBIT de 26 %.
- Qualifié comme un investissement 2X et levé 15 millions de dollars



INITIATIVES ET PARTENARIATS

GENDER EQUITY IN OFF-GRID SOLAR ENERGY SECTOR

Women are essential for the off-grid solar (OGS) sector's ability to fully embrace diversity and inclusivity to achieve universal energy access goals. The industry's limited gender inclusion across the customer base, workforce and leadership hinders the sector's full potential for impact and achieving SDG 7 before 2030.

In this vein, GOGLA and the World Bank Group (with support from the Energy Sector Management Assistance Program (ESMAP)) set out to better understand the realities and resources that exist across the sector, among consumers, and within the workforce in an effort to promote an inclusive agenda for the sector. In a recent survey of women working in the OGS sector, we examine the gender gaps that currently exist within the OGS sector and avenues to close the gap.

In particular, the questions surveyed

1. Initiatives and products supporting gender equity;
2. leadership, workforce, and customer base;
3. professional networks for women with respect to individual and organizational participation.

WORKFORCE & LEADERSHIP

Female leadership is on the rise.

- 34% board members are female
- 37% of senior leadership positions are women
- 49% were founded by women or have a female CEO

But fundraising barriers continue to be limiting.

Almost two thirds of female founders experience additional barriers or biases when fundraising in comparison to their male peers. Collecting these barriers may enhance eventual investment flows.

"I found it very difficult to raise funds due to segregation that is in the society of men."

"Investors called me whether I plan to have children."

40% of the workforce are women

Of the respondent companies, about 40% of the workforce are women. Although we believe this to be higher across the solar sector.

More women equals more women

Companies with higher proportion of women in senior positions were more likely to have higher number of women employees overall.

So what's the problem?

Persistent barriers to gender inclusion still present in their markets (SDG). Constraints to increase women's participation are often financial, social, cultural, which make women feel less secure and less empowered.

There are currently no standards within the sector related to gender inclusion. There is therefore a need to develop standards and guidelines, disseminate (existing) tools, and convene key stakeholders to further advance gender inclusion within the sector.

Target

Almost two thirds of respondent companies have a formal target in place for new female hires. The target ranges from 33 to 60% of women employees.

- 33% noticed an increase in female participation
- 37% noticed that women perceived a higher sense of ownership and empowerment
- 50% have seen an increase in women taking on leadership positions
- 76% perceived higher business development
- 88% noticed an increase in investments towards women-led business

CUSTOMER ENGAGEMENT

Only 40% of respondent companies collecting sex-disaggregated customer data. About 45% of their customers are female.

There are several constraints to increase women's inclusion in the customer base. We lack the understanding of female consumer behavior and standardized metrics to track their outcomes.

Lack of metrics

Half of respondents report a "lack of metrics" as the reason why they are not able to track the impact of OGS products on women (25%) and to help understand the needs of women customers (25%).

There is a need to better address female customer needs

To advance women's participation across the sector, 87% of respondents report the need for gender focused impact metrics and/or the need to better address female customer needs.

When asked about additional activities, respondents listed female-centric design – that includes customer centered, need workshops for product/initiative creation, delivery, and review.

93% of respondents would like to join an industry-wide working group for gender inclusion.

DISCLAIMER: This survey was shared with GOGLA members and subscribers of the ESMAP Lighting Global information network who presently work in the off-grid sector. All responses are anonymous and voluntary.

A U.S. GOVERNMENT-LED PARTNERSHIP

Catalyzing markets for modern off-grid energy

AN INNOVATION OF

THE WORLD BANK IFC International Finance Corporation

LES INSTITUTIONS FINANCIÈRES ET LES ENTREPRISES DU SECTEUR DE L'ÉNERGIE

De plus en plus d'entreprises OGS commencent à intégrer des approches pour une meilleure inclusion des genres. Les institutions financiers peuvent aider :

- Sensibilisation aux technologies solaires et à leurs avantages.
- Groupes d'épargne – Peut être utilisé pour aider à constituer des fonds pour les acomptes.
- Pour les organisations distribuant directement les produits OGS, consultez le Code de protection du consommateur et prenez un engagement.
 - Ou, en cas de partenariat avec une société OGS, assurez-vous qu'ils ont un engagement envers le code CP.

Partagez vos réflexions !

-> Quels risques de CP sont accrus pour les femmes ?

-> Quelles meilleures pratiques existe-t-il pour atténuer ?



REBECCA RHODES

Email: R.Rhodes@gogla.org

Website: www.gogla.org

©JoannaBPinneo|RippleE



**MERCI POUR
VOTRE
ATTENTION**

Série de webinaires

IMPACT MULTIDIMENSIONNEL DE ACCÈS À L'ÉNERGIE AMÉLIORÉ

Webinaire 2 de 4



NATHYELI ACUÑA CASTILLO

1er mars, 15h – 16h CET



- *Comment inclure la perspective de genre dans les interventions du secteur de l'énergie pour favoriser la participation active des femmes ?*
- *Quelles sont les étapes pour intégrer les considérations de genre dans les programmes de cuisson propre ?*
- *Quelles ressources peuvent guider pour en savoir plus sur les liens entre le genre et l'accès à l'énergie (cuisine et accès à l'électricité) ?*



CONNECTER Salles de réunion