



Financement : UE

Projet "L'emploi des jeunes crée des opportunités, ici au Mali



Mise en œuvre : SNV (Lead) – APEJ – ICCO – WASTE



CAHIER DE L'APPRENANT

MODULE DE BASE UNIQUE

Compétence de vie, Entreprenariat, Création et Gestion d'Entreprise

Projet « L'emploi des jeunes crée des opportunités, ici au Mali »

Module développé par le Centre
Régional d'Etudes et de Formation
pour le Développement - CREFOD



Tél.:(00223)20791581
66785216

Janvier 2018

TABLES DES MATIERES

NOTE D'INFORMATION	3
PREMIERE PARTIE COMPETENCE DE VIE	4 - 17
Introduction.....	4
Notion sur la compétence de vie.....	4
Quelle est l'importance des compétences de vie pour les jeunes	5
Quelques compétences de vie pour les jeunes entrepreneurs	5
Seance 1: La communication.....	6 - 7
Seance 2: La prise de décision et la résolution des problèmes	8 - 9
Seance 3: La pression sociale et des pairs	10
Seance 4: L'éthique professionnelle et l'attention aux clients.....	11
Séance 5: La loyauté.....	12
Seance 6: L'honnêteté.....	13
Seance 7: La culture et le professionnalisme.....	14
Seance 8: L'identification d'opportunités	15
Seance 9: La fixation d'objectifs	16
Seance 10: L'estime de soi	17
DEUXIEME PARTIE GESTION D'ENTREPRISE	18 - 53
Idee d'entreprise	18 - 21
Entreprise.....	21 - 23
Entrepreneur.....	23 - 24
Auto emploi et travail salarié	25
Generalite sur la notion d'entreprise et activites generatrice de revenus	25 - 28
Notion d'activite generatrice de revenus (AGR)	25 - 28
Les partenaires d'une entreprise	28 - 29
Cycle elementaire des activites et affectation des revenus	30 - 34
Marketing/Comment vendre	35 - 37
Notion de coût, de prix de revient et de bénéfice.....	37 - 38
Notion d'amortissement.....	38 - 40
Notion de prix de revient, de vente et de bénéfice	40 - 44
Comptabilité simple	44 - 53
Séance 1: Notion de comptabilité.....	44
Séance 2: quelques outils simples de comptabilité	44 - 50
Séance 3: Quelques pièces justificatives	50 - 52
Séance 4: Quelques conseils pratiques par rapport à la vente à crédit et à la gestion d'entreprise.....	52-53
TROISIEME PARTIE CREATION D'ENTREPRISE	54-68
Notion de plan d'affaires	54 - 55
Contenu d'un plan d'affaires	55
Présentation, objectifs et justification	55 - 56
Etude de Marché.....	56 - 57
Etude technique.....	57 - 59
Etude économique et Financière	59 - 62
Bilan.....	62 - 64
Plan de trésorerie	64 - 66
Quelques ratios	66
Conclusion et recommandations	66
Formalisation et notion de négociation	67 - 68

NOTE D'INFORMATION

Les jeunes qui représentent la plus grande part de la population malienne sont confrontés à des défis systémiques en matière d'emploi en raison (i) d'une inadéquation entre la formation des jeunes et les besoins du marché et (ii) le ratio entre la création d'emplois et la croissance de la population. Il existe une demande élevée, mais insatisfaite pour des compétences dans certains secteurs clés à haute intensité de main-d'œuvre. Cette Action va contribuer à stimuler le développement économique et la stabilité sociale en créant des opportunités pour l'emploi des jeunes, des femmes et des migrants de retour à travers le développement des chaînes de valeur horticole, la gestion des déchets, l'agro-alimentaire et l'artisanat utilitaire dans les régions de Koulikoro, Kayes, Gao et le district de Bamako. L'innovation porte sur l'approche de formation des compétences axée sur le marché, les méthodes d'irrigation et de fertilisation, le développement des fermes coopératives horticoles, tous des éléments compris dans une approche holistique de développement des chaînes de valeur.

Sur financement de l'Union Européenne (UE) en partenariat avec le consortium SNV (Lead), APEJ, ICCO et WASTE, le présent document intitulé module de base unique en compétence de vie, création et gestion d'entreprise a été développé par le *Centre Régional d'Etudes et de Formation pour le Développement - CREFOD* à travers : (i) la recherche documentaire, (ii) la collecte d'informations auprès des entrepreneurs exerçant dans les domaines visés par le projet (horticulture, gestion de déchets solides, transformation agroalimentaire et artisanat utilitaire), (iii) la conception d'images et d'illustrations en vue de faciliter la compréhension, (iv) la conception pédagogique.

L'objectif global de l'Action est de contribuer au développement des opportunités économiques et à la stabilité sociale dans les régions de Kayes, Koulikoro, Gao et le district de Bamako. A cet effet, trois **objectifs spécifiques** sont retenus :

- ✓ Contribuer à l'auto-emploi et l'emploi des jeunes (notamment des femmes et des groupes défavorisés) dans les secteurs de l'horticulture, la gestion des déchets, l'agro-alimentaire et l'artisanat utilitaire ;
- ✓ Promouvoir le développement des PME pour contribuer à l'emploi des jeunes (notamment des femmes et des personnes défavorisées) dans les secteurs de l'horticulture, la gestion des déchets, l'agro-alimentaire et l'artisanat utilitaire ;
- ✓ Contribuer à la création d'un environnement financier et éducatif favorable à l'emploi des jeunes.

Le module de base unique en compétence de vie et en entrepreneuriat s'adresse spécifiquement aux jeunes marginalisés, y compris des femmes, à risque élevé de migration et les migrants de retour.

A travers ce document, il s'agit de mettre à la disposition du partenaire un document de base unique assez simple et pratique en compétence de vie et en entrepreneuriat en vue d'aider les futurs bénéficiaires à la création et à la gestion de leurs entreprises.

Aux futurs bénéficiaires de ce produit de formation, nous rappelons ce qui suit :

- L'apprentissage est personnel « on ne peut apprendre à la place de l'autre » ;
- L'assiduité, la ponctualité et la participation active à la formation constituent la base nécessaire pour acquérir les compétences en termes de savoir, de savoir-faire et de savoir-être.

PREMIERE PARTIE

COMPETENCES DE VIE

INTRODUCTION

A travers nos investigations sur le concept de compétences de vie et la littérature existante sur le concept de compétences de vie, il ressort que quelques contributions et recherches ont été menées dans l'acquisition des compétences de la vie courante dans le cadre de programme d'éducation artistique s'adressant à des enfants orphelins, les enfants en situations difficiles, les enfants et jeunes vivant dans les foyers d'accueil.

Plusieurs chercheurs ont mis en œuvre des approches et méthodes pour aider les enfants et les jeunes à surmonter les comportements néfastes et à adopter les compétences de vie appropriée pour mieux s'insérer dans la vie active.

Au terme d'une analyse des différentes approches psychologiques, méthodologies et pédagogiques actuellement mises en œuvre dans le cadre de l'éducation artistique et des programmes qui associent les compétences de la vie courante à l'apprentissage par l'art, il a été conclu que l'art est indéniablement un moyen « plus qu'approprié » d'enseigner les compétences essentielles de la vie courante.

Il a été reconnu qu'il existe différents liens entre les arts et les compétences de la vie courante, quatre disciplines artistiques ont été mises en exergue : le théâtre, la danse, les beaux-arts et la littérature. Les programmes d'éducation artistique sont recommandés pour leurs effets sur les compétences cognitives, sociales et personnelles.

C'est ainsi qu'il a été découvert que le théâtre a des effets récurrents sur la construction de la personnalité, la lecture et l'écriture contribuent à améliorer la capacité à gérer les conflits, la danse contribue à faire augmenter la confiance en soi, la persévérance, la tolérance, et la prise en compte du développement social des individus et du groupe.

Dans le cadre de la mise en œuvre du Projet « L'emploi des jeunes crée des opportunités, ici au Mali », nous nous intéressons surtout à la compétence de vie dans le domaine de l'entreprenariat axé sur l'esprit et la culture d'entreprise.

I – NOTION SUR LA COMPETENCE DE VIE

L'UNICEF, l'UNESCO et l'OMS ont dressé la liste des dix stratégies et techniques fondamentales : l'aptitude à résoudre les problèmes, l'exercice de la pensée critique, les compétences en matière de communication, de prise de décision, de créativité, de relations interpersonnelles, de confiance en soi, d'empathie et la capacité à faire face au stress et aux émotions

L'UNICEF et l'OMS définissent les compétences de vie comme les capacités d'adapter un comportement positif qui permet aux individus de s'occuper efficacement des demandes et défis de la vie quotidienne.

Signalons également que certaines ONG s'intéressent à cette notion de compétence de vie pour mieux outiller les jeunes bénéficiaires de leurs actions.

II - QUELLE EST L'IMPORTANCE DES COMPETENCES DE VIE POUR LES JEUNES (FUTURS ENTREPRENEURS)

Il s'agit de développer les compétences intra personnelles et interpersonnelles nécessaires aux jeunes pour faire face aux interactions qu'ils pourraient avoir avec son entourage et d'autres personnes dans sa vie future et à mieux gérer sa vie actuelle et future.

Les thèmes sur les compétences de vie sont multiples, les thématiques à aborder sont fonction des besoins du groupe cible, de l'objectif fixé, la durée du programme et de la démarche méthodologique.

Les sessions sur la compétence de vie courante touchent en général, des sujets liés à la maîtrise de soi et au leadership.

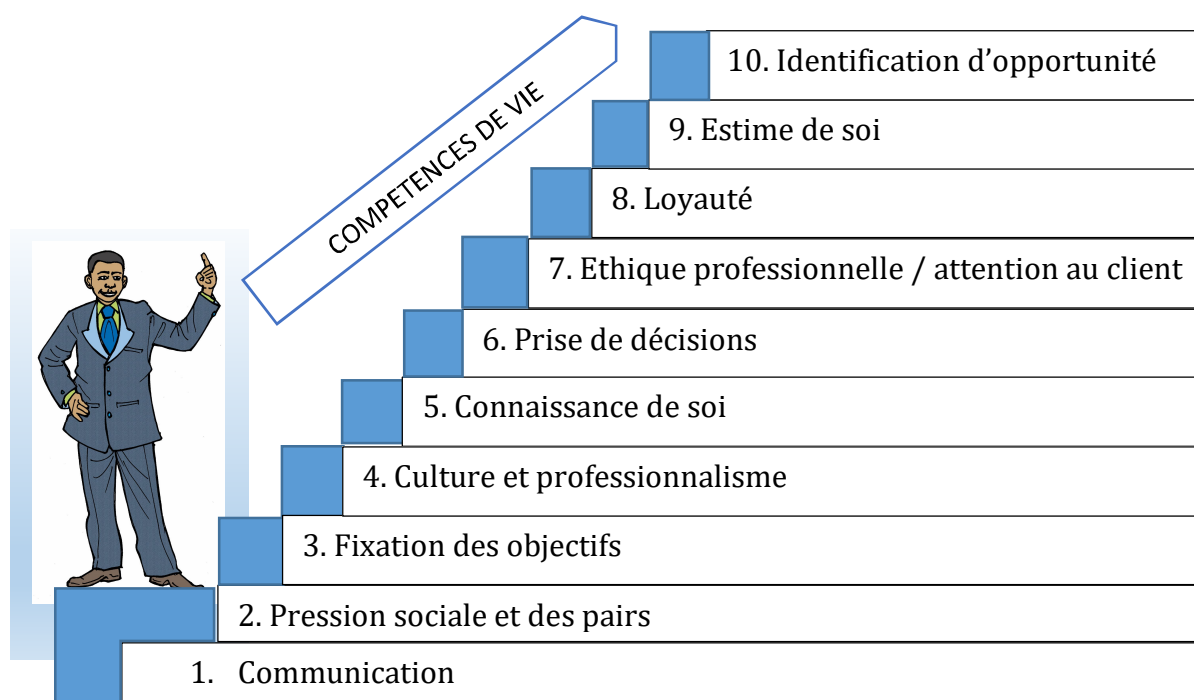
Les jeunes entrepreneurs à travers les échanges et discussions découvrent les compétences nécessaires à l'exercice de son métier et surtout les compétences à adopter pour mener à bien les activités économiques.

III - QUELQUES COMPETENCES DE VIE POUR LES JEUNES ENTREPRENEURS

Dix (10) compétences de base en termes de traits de caractères ou de qualités entrepreneuriales feront l'objet de cette première partie, l'accent sera mis sur les scénarios, les jeux de rôles et la mise en situation pour mieux stimuler la compréhension et l'aptitude des bénéficiaires.

Les différentes méthodes seront mises en œuvre par le formateur qui constitue l'acteur principal de la transmission du savoir, du savoir-faire et du savoir être.

Les principales compétences qui seront abordées dans cette session de formation des jeunes entrepreneurs potentiels sont :





Séance 1 : La communication

Scénario 1

Lors de la rencontre tenue hier au siège du groupement des jeunes, l'animateur du projet « l'emploi des jeunes crée des opportunités, ici au Mali » a porté à notre connaissance qu'un nouveau projet d'appui de jeunes doit démarrer d'ici un mois, les bénéficiaires de ce projet seront des jeunes femmes et hommes âgés de 18 à 40 ans.

Les différentes activités qui seront retenues pour le financement du projet sont : l'horticulture, la transformation agroalimentaire, la gestion des déchets solides et l'artisanat utilitaire.

Tous les jeunes intéressés par l'appui sont invités à se faire inscrire auprès de Seydou et Djènèba qui sont les représentants du projet dans votre localité.

Scénario 2

Hier je suis parti au marché pour vendre mes légumes. J'ai vendu deux sacs de légumes à Aminata une grossiste et elle m'a donné un bon prix de 30 000 F CFA par sac. Elle m'a conseillé de faire attention aux autres grossistes qui voudront acheter moins chers et d'autres mêmes voudront acheter à crédit.

Oh !, sur votre chemin de retour du marché, apportez des pagnes wax. J'en avais apporté 5 et ils sont finis en 3 heures. La demande en pagnes wax est élevée dans le village.

Enseignements à tirer

Pour chaque scénario, chaque participant est supposé chuchoter le message à son voisin, le dernier participant à recevoir le message est invité à dire à haute voix le message qu'il a retenu et on le compare au message original en précisant les points essentiels.

Les deux scénarios ont pour objectifs de mettre l'accent sur :

- La déformation de l'information et la perte de l'information de la « source » au « destinataire final » ;
- L'importance de la première information obtenue ;
- La nécessité de faire un contrôle croisé de l'information pour vérifier qu'on a le message correct.

Scénario 3

Vous êtes le président d'une coopérative de maraichers dans votre village. Certains membres de votre coopérative ne cotisent pas régulièrement et participent rarement aux réunions statutaires. La SNV a subventionné une quantité de semence pour vous. La condition imposée par la SNV est que pour bénéficier de cette semence, il faut être en règle par rapport aux cotisations mensuelles et participer régulièrement aux réunions statutaires de la coopérative. Les membres de votre coopérative y compris ceux qui ne cotisent pas régulièrement vous mettent la pression pour être servi, ils disent que la semence est venue pour tous les membres. Si vous ne respectez pas la condition de la SNV, vous ne bénéficierez pas des semences prévus pour les coopératives partenaires de la SNV.

Compte tenu de la condition imposée par la SNV, vous avez pris la décision de donner la semence subventionnée qu'aux membres qui sont en règles.
 Mais certains vous accusent d'être sévère envers les membres qui ne sont pas en règles, car vous auriez dû les donner cette fois-ci et exiger la prochaine fois qu'ils se mettent en règles.

Enseignements à tirer

Le scénario 3 a pour objectifs de mettre l'accent sur :

- Les formes de communication verbale (communication affirmative et affirmation de soi et communication agressive et communication passive) ;
- Les types de communication.

A retenir :

- Nous devons nous battre dans la société dans laquelle nous vivons, seuls ceux qui s'expriment en défendant leurs idées et point de vue sont respectés. Défendez vos idées tout en respectant celles des autres ;
- Défendre son point de vue ne veut pas dire « être un dictateur » ou encore « agressif ». Car vous pourriez paraître comme celui qui croit détenir lui seul la raison, ou est supérieur aux autres ;
- Les gens trop agressifs humilient et intimident les autres et peuvent même être physiquement effrayant ;
- L'agression brise la confiance et le respect mutuel, d'autres peuvent vous contrarier, les conduisant à vous éviter ou s'opposer à vous ;
- Si vous êtes trop passif ou trop laxiste, les gens vous marcheront dessus. Peu importe la situation, faites tout pour donner votre propre avis. Les gens qui disent « Je m'en tiens à tout ce que le groupe décide » sont ceux qui sont les plus malheureux dans la vie. En fait, quand vous êtes trop passif, vous donnez l'occasion aux autres de ne pas tenir compte de vos besoins et désirs.

🚦 Quelques notions sur la communication

La communication est un acte de passage de message d'une personne à une autre. Le message est tout d'abord pensé, puis codé à l'aide de signes (mots, gestes etc.) émis par un support (voix, papier, etc...) décodé et interprété par un destinataire.

La communication comprend quatre éléments fondamentaux :

- **Qui**.....Emetteur / Source
- **Dit quoi**.....Message
- **Par quel moyen**.....Médium / canal
- **A qui**.....Récepteur

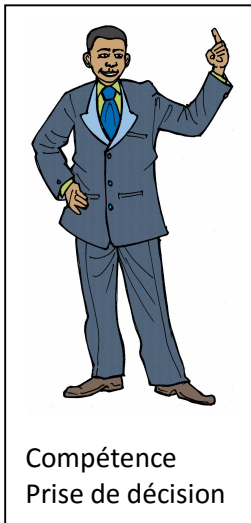
On distingue deux types de communications :

✓ **La communication de masse**

Ce type de communication repose essentiellement sur l'utilisation des médias de masse (radio, TV, journaux, etc...).

✓ **La communication interpersonnelle**

La communication interpersonnelle met en interaction deux individus ou un individu et un groupe restreint d'individus qui peuvent s'entendre et/ou se voir. Elle demeure la base des relations humaines. La communication interpersonnelle est assez importante pour un entrepreneur au moment des prises de décisions.



Séance 2 : La prise de décision et la résolution des problèmes

Scénario 4

Vous êtes le responsable d'une entreprise de gestion des déchets solides de votre quartier qui a des besoins en investissement important. En effet, avec l'explosion démographique du quartier, la gestion des déchets devient un problème crucial. Cependant, le matériel dont vous disposez actuellement ne suffit pas pour gérer la quantité de déchets produite chaque mois par les habitants du quartier. L'entreprise n'arrive pas souvent à assurer le paiement des salaires de tout le personnel. Un homme d'affaire veut investir dans votre entreprise à condition que l'entreprise augmente le prix de la prestation et licencie une partie de son personnel. L'investissement sera remboursé sans taux d'intérêt.

En même temps une caisse d'épargne et de crédit de la place veut prêter l'argent nécessaire à l'entreprise mais à un taux d'intérêt de 25% l'an et remboursable seulement en deux (2) ans. Ce taux est plus élevé que celui appliqué sur le marché. La dernière solution qui mérite d'être explorée, le personnel de l'entreprise est prêt à céder une partie de son salaire pour venir en aide à l'entreprise mais à condition que personne ne soit licencié et que l'entreprise leur accorde un salaire net équivalent au double du salaire actuel après le redressement de l'entreprise.

Scénario 5

La coopérative « Nyèta » est confrontée à un problème de mévente de ses produits maraichers (concombre, chou). Plusieurs facteurs peuvent l'expliquer. En effet, toutes les coopératives des maraichers du village produisent les mêmes spéculations et approvisionnent le seul marché qui existe dans la localité. L'offre est supérieure à la demande sur le marché, cependant, vous avez l'information que sur le marché d'une localité voisine située à 25 km de votre localité, la demande de ces deux spéculations (concombre et le chou) est très forte. Mais avec le mauvais état de la route, les frais de transport sont devenus très élevés. Seuls, quelques intermédiaires parviennent à faire le trajet chaque semaine. Ces intermédiaires, profitant de la situation achètent vos produits à 100 F CFA par kg pour les revendre à 250 F CFA par kg. Vous ne disposez pas de moyens pour acheminer directement vos produits sur ledit marché.

Sur le marché de votre localité les produits fortement demandés sont la pomme de terre et la tomate. Les prix varient entre 500 F CFA par kg et 750 F CFA par kg. Cependant, ces spéculations ne sont produites qu'une seule période de l'année tandis que le concombre et le chou sont produits durant toute l'année. Il faut aussi souligner que vous n'avez pas assez de moyens matériels et de semences pour produire en quantité ces deux spéculations (pomme de terre et tomate).

Une autre coopérative qui vit les mêmes difficultés mais qui a des moyens matériels suffisants a décidé de produire temporairement la pomme de terre et la tomate pendant une partie de la saison afin de saisir cette opportunité et reviendra aux spéculations produites habituellement plus tard dans l'année.

Enseignements à tirer

Les scénarios 4 et 5 ont pour objectifs de mettre l'accent sur :

- Les étapes à suivre pour la prise de décision ;
- Les facteurs qui influencent la prise de décision.

A retenir :

La prise de décision doit aboutir à un processus à trois étapes, notamment :

1. Description du défi/difficulté qui se pose à vous

Faites une description exhaustive du défi/difficulté afin de cerner tous ses contours, car une difficulté partiellement identifiée, la solution ne peut qu'être partielle. Elle reviendra sous une autre forme.

2. Choix possibles

Face à un défi/difficulté, ne prenez pas subitement une décision sans au préalable analyser les différentes solutions possibles pour résoudre le même problème. Face à tout type de problème, il y a au moins deux solutions possibles.

3. Analyse des conséquences de chaque choix

Devant plusieurs choix possibles, vous devez analyser les conséquences positives et les conséquences négatives de chaque choix. Ainsi, le choix final portera sur celui qui présentera moins de conséquences négatives.

La résolution de tout problème obéit à quatre principes qui sont :

- **L'intelligence** : le décideur identifie dans son environnement des situations pour lesquelles il va devoir prendre des décisions ;
- **La modélisation** : le décideur recense les informations, les structures de façon à disposer de solutions envisageables ;
- **Le choix** : à partir de l'évaluation de chaque solution, le décideur choisit la meilleure d'entre elles ;
- **Le contrôle** : qui permet de confirmer le choix effectué ou de le remettre en question.

Dans une situation donnée, les managers ne choisissent pas "**la meilleure solution**" mais « **la solution la plus satisfaisante** » compte tenu de leur degré d'information, de leur motivation et de leur capacité réelle d'action.

Parmi les facteurs qui influencent la prise de décision, on retient :

- ✓ Les caractéristiques de l'entreprise (taille, propriété, localisation, climat social, culture, histoire...)
- ✓ L'évolution du marché (croissance, stagnation, déclin) ;
- ✓ Les logiques financières ;
- ✓ Le contexte géopolitique.

Séance 3 : La pression sociale et des pairs

Scénario 6



Moussa et Aly sont des amis d'enfance. Moussa a abandonné l'école et s'occupe d'une étagère dans le quartier il gagnait peu et malgré tout, il venait souvent en aide à Aly.

Aly après quelques années sans emploi, a bénéficié de l'appui d'un programme de la SNV au Mali qui lui a permis de créer une ferme horticole de référence dans la localité.

Un jour Moussa rend visite à Aly pour solliciter une aide financière. En effet, la femme de Moussa est malade et doit se rendre à l'hôpital mais il n'a pas d'argent sur lui.

Aly se souvient que pendant ses temps durs c'est Moussa qui lui venait en aide, donc il est difficile pour Aly de lui refuser un service pareil.

Un peu plus tôt dans la journée, il avait pris de l'argent à la banque pour le paiement de ses travailleurs, il sait qu'il ne doit pas toucher cette somme. Moussa était avec Aly quand il partait à la banque pour retirer le salaire des travailleurs. Il a vu avec Aly une grosse somme d'argent mais il ne sait pas ce à quoi elle devait servir.

Moussa estime aussi que son ami ne peut lui refuser ce service car quand il n'avait rien, il lui venait en aide sans réfléchir.

Enseignements à tirer

Le scénario 6 a pour objectifs de mettre l'accent sur :

- Les différentes situations où s'opère la pression des pairs ;
- L'influence des pairs sur la prise de décision.

A retenir :

Quelle que soit la situation dans votre famille ou entourage, vous devriez toujours analyser la pertinence de vos actions. Un entrepreneur ne doit pas se laisser submerger par les pressions de l'entourage. Il faut faire une distinction entre l'entreprise et la famille. Un entrepreneur doit trouver le juste milieu entre l'entreprise et la famille. Il doit avoir des arguments clairs pour expliquer les effets de sa décision sur l'entreprise tout en veillant à ne pas vexer ou frustrer son entourage. Une entreprise trop sociale est vouée à l'échec et en même temps une entreprise déconnectée du social ne vivra pas longtemps.



Séance 4 : L'éthique professionnelle et l'attention aux clients

Scenario 7

Karim est un jeune diplômé d'une école qui forme des spécialistes en installation et entretien de groupe motopompe. Il a été recruté par une société qui commercialise des groupes motopompes et d'autres matériels agricoles. Une coopérative de jeunes maraichers a acheté un groupe motopompe pour l'installer dans leur périmètre. Karim a été chargé de l'installation, d'entretien et du suivi de ce groupe motopompe.

Karim s'exécuta dans un bref délai mais deux semaines après l'installation de la motopompe, la présidente de la coopérative téléphone Karim se plaignant d'une panne du groupe motopompe. L'entretien et le suivi sont assurés gratuitement durant trois mois par la société. Karim malgré cet accord a exigé de l'argent à la coopérative pour dépanner leur motopompe.

Il leur a promis de venir dès le lendemain s'il reçoit l'argent. Karim après avoir reçu l'argent par orange money n'a pas respecté le rendez-vous. Il a attendu une semaine plus tard pour se rendre au village. Une fois sur place, Karim n'est pas parvenu à détecter le problème ; il nettoie la motopompe et s'en va. Deux jours après, la présidente téléphone Karim pour qu'il vienne revoir la motopompe car elle ne marche toujours pas. Il exige encore de l'argent pour effectuer le déplacement. La même chose que la fois dernière, Karim n'arrive pas à dépanner la motopompe et il retourna en ville. Il promet de revenir avec des matériels appropriés pour trouver la panne. La semaine d'après Karim demanda à la présidente des frais de carburant pour se rendre au village afin de dépanner cette fois-ci la motopompe. Elle accepta d'envoyer de l'argent à Karim par orange money. Karim trop pris par d'autres clients, et n'étant pas capable de détecter la panne, décide de ne pas décrocher malgré les appels insistants de la présidente de la coopérative.

Enseignements à tirer

Le scénario 7 a pour objectifs de mettre l'accent sur :

- L'éthique professionnelle ;
- Le comportement envers les clients.

A retenir :

- Le respect des engagements vis-à-vis de ses partenaires (clients, fournisseurs, collaborateurs) est une des clés de succès d'une entreprise ;
- L'éthique professionnelle permet d'avoir la confiance de ses partenaires. La confiance pour un entrepreneur est comme « le carburant pour un véhicule, plus vous avez du carburant plus vous pourrez voyager loin et pour longtemps » ;
- Le client est le partenaire le plus important de l'entreprise, une entreprise existe parce qu'elle a des clients et vous devez tout faire pour prendre soin de vos clients.
- «Le client est roi» ne doit pas être que des mots mais un principe, voir un comportement de tout le personnel d'une entreprise et cela, quelle que soit sa taille.



Séance 5 : La loyauté

Scenario 8 :

Siaka exploite une ferme maraîchère de 1 ha dans la localité de « Hèrèbougou » où il produit de l'oignon et la tomate.

Dans le cadre de ses activités, Siaka s'approvisionne en semences et en intrants auprès du fournisseur Bourama qui achète en même temps les produits maraîchers pour vendre à la coopérative « Nyèta » de transformation des légumes. Siaka, Bourama et la coopérative « Nyèta » ont noué ce partenariat il y a cinq ans.

Un jour Moussa le gérant d'une autre coopérative de transformation d'une localité voisine se présente à la ferme de Siaka pour acheter toute sa production en proposant un prix plus élevé que celui de la coopérative « Nyèta »,

Enseignements à tirer

Le scenario 8 a pour objectifs de mettre l'accent sur :

- L'importance de la loyauté ;
- L'impact de la loyauté sur la vie quotidienne.

A retenir :

- Quelle que soit l'opportunité qui se présente à vous, ne brisez pas brusquement une relation qui s'est nouée durant des années. Trouvez toujours un moyen pour la garder ;
- Toute entreprise qui ne sait pas être loyale dans les relations d'affaires court un risque, car ceux que vous trahissez ne vous le pardonneront plus et ceux avec qui vous tissez de nouvelles relations ne vous croiront plus, car ils disent qu'à tout moment vous pourrez les trahir aussi.



Séance 6 : L'honnêteté

Scenario 9 :

Salimata et Seydou ont suivi un stage pratique d'incubation auprès d'une ferme maraichère de production de légumes. Lors de l'incubation, ils ont appris beaucoup de choses, notamment les différents matériels et équipements nécessaires, les différentes spéculations, les différentes charges liées à l'exploitation, les différentes étapes du processus de production et la vente des produits maraichers.

Un jour en absence du propriétaire de la ferme, la cliente Djènèba est venue acheter 7 500 F CFA de laitues pour les revendre, de retour elle rencontre le propriétaire de la ferme et lui fait savoir qu'elle vient de quitter sa ferme où elle a acheté 7500 F CFA de

laitues avec ses deux jeunes travailleurs.

Après le départ de la cliente, Seydou informe Salimata qu'il remettra 6 500 F CFA au patron et qu'ils partageront le reste, Salimata refuse la proposition mais Seydou n'a pas voulu comprendre.

Vers le soir lorsque le propriétaire vient dans la ferme, Seydou le remet 6 500 F CFA en le disant que c'est l'argent de la vente de laitues. Quelques moments après, le propriétaire appelle Salimata et Seydou pour les dire en ces termes « J'ai rencontré Djènèba qui m'a informé de l'achat de 7 500 F CFA de laitues, alors que c'est 6 500 F CFA que vous m'avez remis qu'en est-il ?

Enseignements à tirer

Le scenario 9 a pour objectifs de mettre l'accent sur :

- L'importance de l'honnêteté ;
- L'impact de l'honnêteté sur la vie quotidienne.

A retenir :

- L'honnêteté est un élément essentiel dans la vie en général. Elle force le respect et l'admiration des autres. Dites la vérité car tôt ou tard elle vous rattrapera.
- Un entrepreneur qui n'est pas honnête risque de perdre les clients et de conduire son entreprise en faillite.

Séance 7 : La culture et le professionnalisme



Scenario 10

Kadiatou âgée de 25 ans a été formée comme une évaluatrice de la qualité des produits maraichers, elle a été employée par une coopérative de transformation agroalimentaire spécialisée dans la fabrication des chips à base de la pomme de terre. Son rôle est de collecter et évaluer la qualité de la pomme de terre venant des autres coopératives de producteurs de sa localité et l'acheminer à Bamako où se trouve l'usine de transformation

agroalimentaire. Les paysans ne sont payés qu'en fin de campagne par l'usine. La semaine dernière Kadiatou a été confrontée à un problème. Monsieur Kariba, un vieux respecté du village, paysan et bon ami de la famille, a livré sa pomme de terre qui ne répond pas aux standards de qualité fixés par la coopérative. Il a utilisé un produit qui a détérioré la qualité de ses produits. La peau de la pomme de terre est devenue toute violette. Le niveau de détérioration de ses produits était très élevé pour passer le test de qualité. Kadiatou à expliquer à plusieurs occasions à Mr. Kariba que ses produits ne peuvent pas être comptabilisés cette fois-ci à cause de leur mauvaise qualité mais ce dernier n'est pas d'accord que ses produits soient rejetés. Kadiatou ne trouve pas un responsable de la coopérative pour l'appuyer, et avec son âge, sa culture et son éducation il est difficile de tenir tête à Monsieur Kariba et de rejeter ses produits.

Enseignements à tirer

Le scenario 10 a pour objectifs de mettre l'accent sur :

- L'importance du professionnalisme ;
- L'impact de la culture et le professionnalisme sur la vie professionnelle.

A retenir :

- Tout bon professionnel doit pouvoir faire la nuance entre le professionnel et le culturel, car trop de culturel/social conduit l'entreprise à la faillite ;
- Si vous commencez par une exception, vous ne pourrez plus revenir en arrière car comme on le dit « L'exception confirme la règle » ;
- Un petit arrangement pour une « seule personne » pourrait être catastrophique pour des milliers de gens y compris vous-même.



Séance 8 : L'identification d'opportunités

Scénario 11 :

Vous possédez une ferme horticole dans votre village. Il y a peu de fermes qui produisent des fruits et légumes dans le village. Pour écouler vos produits vous faites recourt aux intermédiaires qui viennent au village acheter en gros vos produits. Les intermédiaires profitent de votre méconnaissance du marché pour vous faire des prix très dérisoires. A cause de ces prix vous ne parvenez plus à assurer toutes vos charges. L'activité n'est plus rentable pour vous. Vous êtes même sur le point d'arrêter de produire des fruits et légumes.

Enseignements à tirer

Le scénario 11 a pour objectifs de mettre l'accent sur :

- Comment identifier une opportunité dans son environnement ;
- Comment changer un défi en opportunités.

A retenir :

- La solution n'est pas toujours ailleurs, « la vie n'est qu'une opportunité » et si l'on observe bien notre entourage, tout peut être transformé en opportunités ;
- Une situation à priori non favorable pour vous, pourrait être transformée en des opportunités à force de réfléchir et d'analyser les options.
- Prenez le temps d'observer et d'analyser les problèmes qu'affronte votre société et vous y verrez plusieurs options susceptibles d'être des opportunités pour vous et votre société

9 - Séance 9 : La fixation d'objectifs



Scénario 12

Un matin de bonheur, Issa se réveille et informe sa femme qu'il veut voyager. Sa femme Binta surprise, lui pose un certain nombre de questions :

Quelle est ta destination ? Que vas-tu y faire ? Pour combien de temps ? As-tu les moyens nécessaires pour ce voyage ? Qu'allons-nous faire pendant ce temps ?

Excédé de toutes ces questions de sa femme, il répondit :

Je ne sais pas encore où, ni comment faire. Je me débrouillerai et je compte contacter d'autres personnes pour m'aider à arriver à bon port.

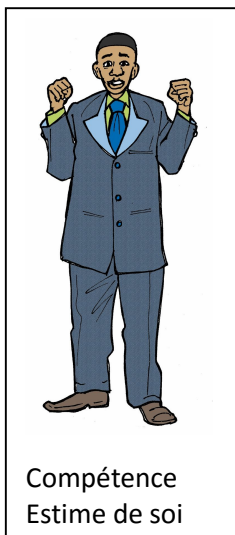
Enseignements à tirer

Le scénario 12 a pour objectifs de mettre l'accent sur :

- Le but de la fixation des objectifs ;
- L'importance de fixer des objectifs clairs.

A retenir :

- Pour réussir dans la vie, il nous faut des objectifs. Ils peuvent être à court, moyen et à long termes. Evitons de dire « je ne sais pas ce que je deviendrais, c'est quelqu'un qui décide », fixez-vous des objectifs dans la vie, et trouvez les moyens pour y arriver ;
- La fixation des objectifs clairs permet de savoir concrètement ce que vous voulez et comment y parvenir à l'atteindre.



10 – Séance 10 : L'estime de soi

Scénario 13

Kassoum est un ressortissant du village de « Hèrebougou ». Dans le village, tout le monde le traite de « bon à rien » à tel point que personne ne lui confie des responsabilités. Même sa famille n'accorde guère d'importance au jeune homme.

Au fond de Kassoum, il sait qu'il n'est pas un « bon à rien » et il a une confiance en ses capacités pour réussir dans la vie. Un jour, il a appris que la SNV a un programme qui accompagne les jeunes dans leur insertion socio-économique.

Kassoum a approché la SNV pour l'aider à mettre en place une ferme horticole avec certains de ses amis, il a eu un avis favorable de la part de la SNV. Lui et ses amis ont pu créer une ferme horticole d'une superficie de 2 ha. Ils y produisent des fruits et légumes.

Malgré ces efforts pour réussir, son entourage lui dit que dans quelques semaines il reviendra à zéro, car selon eux Kassoum est un « bon à rien ».

Kassoum continua son petit chemin, il ne se laissa décourager par son entourage, il croit toujours en ses capacités.

Voilà une semaine de cela, une maladie frappa tout le village de « Hèrebougou ». Toutes les vieilles personnes ont perdu partiellement la vue. Les spécialistes après avoir détecté une carence en vitamine A et E conseillent aux vieilles personnes de consommer beaucoup de fruits et légumes pour retrouver la vue normalement. Cette maladie vient à un moment où les fruits et légumes sont chers sur les marchés. La population de « Hèrebougou » est parmi les plus pauvres de la localité.

Informé de cette situation, Kassoum décida d'offrir gratuitement les fruits et légumes nécessaires à certaines vieilles personnes afin qu'elles puissent recouvrer la vue et cela a non seulement contribué à soigner les villageois mais aussi a amené la population à s'intéresser à la consommation des fruits et légumes en achetant les produits maraichers chez Kassoum.

Enseignements à tirer

Le scénario 13 a pour objectifs de mettre l'accent sur :

- L'estime de soi ;
- Savoir comment l'estime de soi affecte la prise de décisions futures.

A retenir :

- Ne vous laissez pas entrainer par ce que les autres disent sur vous ;
- Croyez en vous et vos capacités et persévérez ;
- « d'abord aimez-vous vous-mêmes et ensuite les gens aimeront » ;
- L'estime de soi, décrit comment les gens se sentent par rapport à eux-mêmes. Toute réussite personnelle dans la société dépend du respect que nous accordons à notre propre personne.
- Attention à ne pas confondre « l'estime de soi » et la vanité qui peut conduire souvent à détruire votre image dans la société.

CONCLUSION

Compte tenu de ce qui précède, les différents scénarios mis en exergue à travers les travaux de groupes ont permis aux entrepreneurs potentiels de mieux comprendre l'importance des compétences de vie. Il y a lieu de souligner que toutes les compétences sont importantes et il ne s'aurait avoir une primauté d'une compétence sur une autre, en ce sens que tout « bon entrepreneur » se doit d'acquérir ces compétences au cours du processus entrepreneurial, notamment : la recherche d'idées d'entreprise, le choix de la meilleure idée d'entreprise, l'élaboration du plan d'affaires, la mise en œuvre du plan d'affaires et la gestion de l'entreprise.

DEUXIEME PARTIE

GESTION D'ENTREPRISE

Cette deuxième partie sera consacrée à la sensibilisation sur l'entrepreneuriat à travers les notions d'idée d'entreprise, d'entreprise, d'entrepreneur, d'esprit d'entreprise, d'auto emploi et la gestion simplifiée d'entreprise.

La jeunesse est la couche la plus touchée par le problème d'emploi et pour juguler ce problème, elle se doit de saisir les opportunités qui lui sont offertes. La prise d'initiative est indispensable à la réussite d'une entreprise.

L'entrepreneuriat en tant que mécanisme efficace pour assurer l'innovation et la créativité devient un outil d'insertion des jeunes dans la vie active et un véritable moyen de réduction du chômage.

En tant que outil pour l'auto emploi des jeunes, l'entrepreneuriat revêt une importance capitale car il permet aux jeunes bénéficiaires directs de l'action de créer non seulement une source d'emploi et de revenus mais aussi de contribuer au développement économique du pays.

Le concept d'entrepreneuriat est de plus en plus utilisé pour mettre l'accent sur l'aptitude à entreprendre une activité de création d'une entreprise.

Le succès d'une activité dépend de cette aptitude qu'a l'entrepreneur de percevoir les opportunités commerciales, puis à agir en prenant les risques y afférant dans le but de procurer à la clientèle des produits ou services dont elle a besoin et d'en tirer profit.

I - IDEES D'ENTREPRISE

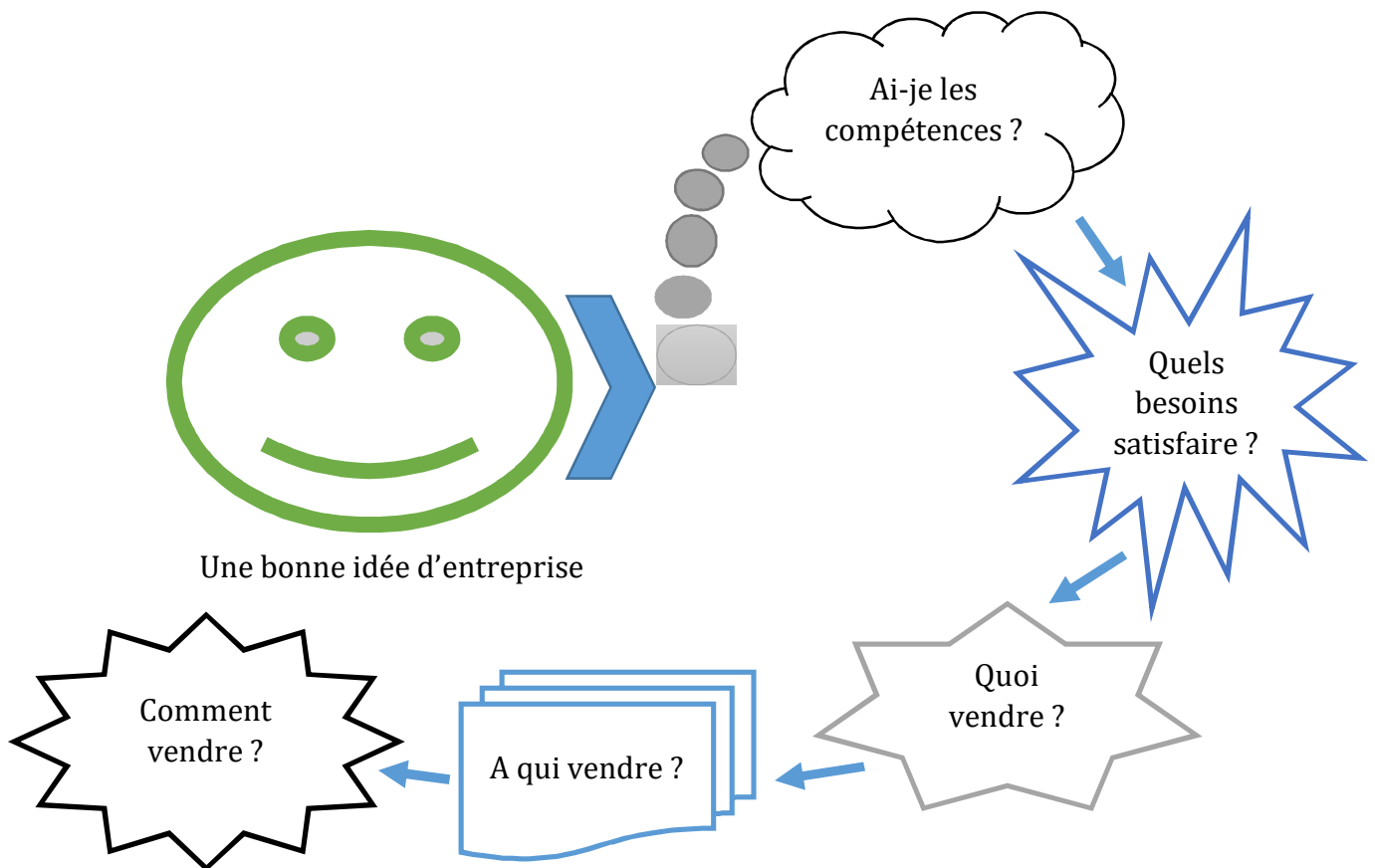
1.1 - Notion d'idée d'entreprise

Tout projet de création **d'entreprise** commence par une **idée**. Qu'elle naisse de votre expérience, de votre savoir-faire, de votre imagination ou d'un simple concours de circonstance, il s'agit souvent au départ d'une intuition ou d'un désir qui s'approfondit avec le temps

Une idée d'entreprise est l'intention de ce que l'on veut entreprendre, cette intention peut être vague et peut ne pas correspondre au désir réel.

Avoir une idée d'entreprise ne suffit pas pour créer une entreprise, mais il faut non seulement avoir une bonne idée d'entreprise c'est-à-dire une description claire et précise de ce que l'on veut entreprendre et que cette idée réponde aux conditions suivantes :

- Est-ce qu'elle me correspond ?, ai-je des compétences dans le domaine où pourrais-je acquérir des compétences ? ;
- Est-ce qu'elle répond à un besoin et/ou résout un problème (quels besoins satisfaire) ? ;
- Est-ce qu'elle identifie clairement ce qu'il faut mettre à la disposition des clients (Quoi vendre) ? ;
- Est-ce qu'elle identifie la cible disposée à acheter (A qui vendre) ? ;
- Est-ce qu'elle détermine comment mettre les produits/services à la disposition de la cible (Comment vendre) ?.



La bonne idée est celle pour laquelle on trouve la réponse aux questions posées, mais dans la plupart des cas, lorsque l'on veut mener une activité économique plusieurs idées nous viennent et dans ce cas, il s'agira de trouver la meilleure idée d'entreprise parmi celles identifiées.

1.2 - Comment choisir la meilleure idée d'entreprise

Le choix de la meilleure idée passe par les démarches suivantes :

a) Collecter l'information pour chaque idée d'entreprise

- S'informer auprès de ceux qui mènent les activités similaires ;
- S'informer auprès des clients ;
- S'informer auprès des fournisseurs ;
- S'informer auprès des personnes ressources spécialistes dans le domaine de l'idée choisie.

b) Choisir la meilleure idée

Une fois qu'on dispose d'information sur toutes les idées d'entreprise, on procède à leurs analyses à travers un outil appelé analyse FFOM qui signifie Force, Faiblesse, Opportunité, Menace.

Contenu de l'analyse FFOM

Analyse FFOM	
L'idée de projet :	
Facteurs internes (liés à l'entreprise)	
Quelles sont mes Forces ? (facteurs positifs à capitaliser)	Quelles sont mes Faiblesses ? (facteurs négatifs à éliminer)
<p>De quoi s'agit - il ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il s'agit des compétences et autres aspects liés à l'idée pour lesquels vous vous estimez capable à bien mener l'activité <p>Que faire avec ces forces ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les consolider - Acquérir d'autres 	<p>De quoi s'agit - il ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il s'agit des compétences et autres aspects liés à l'idée dont vous estimez important, mais qui vous manquent pour bien mener l'activité <p>Que faire avec ces faiblesses ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les corriger et réfléchir à les changer
Facteurs externes (en dehors de l'entreprise)	
Quelles sont les Opportunités ? (à saisir)	Quelles sont les Menaces ? (à éviter / à considérer)
<p>De quoi s'agit - il ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il s'agit des circonstances qui s'offrent à vous et qui vous sont favorables pour bien mener l'activité <p>Que faire avec ces opportunités ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Saisir ces opportunités qui peuvent favoriser la mise en œuvre de l'activité 	<p>De quoi s'agit - il ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Il s'agit des choses auxquelles vous devez faire attention et qui sont incontournables ou imprévisibles <p>Que faire avec ces menaces ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prendre les dispositions pour s'organiser et s'adapter aux situations qui s'imposent

L'analyse FFOM permet de déceler les forces, faiblesses, opportunités et menaces d'un projet (ou d'une entreprise) au niveau des facteurs internes et des facteurs externes à l'entreprise.

Les informations obtenues à travers l'analyse FFOM permettent :

- ✓ De retenir la meilleure idée d'entreprise ;
- ✓ D'envisager sa mise en œuvre (élaboration d'un plan d'affaire) ;
- ✓ D'apporter d'éventuelles modifications du projet ;
- ✓ D'abandonner le projet.

Exemple d'analyse FFOM

Analyse FFOM	
L'idée de projet : Maraichage production d'oignons	
Facteurs internes (liés à l'entreprise)	
Quelles sont mes Forces ? (facteurs positifs à capitaliser)	Quelles sont mes Faiblesses ? (facteurs négatifs à éliminer)
<ul style="list-style-type: none">• J'ai travaillé dans le périmètre maraicher de mes parents• Je connais la plupart des clients et consommateurs du quartier• Je sais où trouver les semences de qualité	<ul style="list-style-type: none">• Je n'ai pas d'argent pour réaliser mon propre périmètre maraicher• Je n'ai pas l'habitude de gérer les revenus provenant de l'activité de maraichage
Facteurs externes (en dehors de l'entreprise)	
Quelles sont les Opportunités ? (à saisir)	Quelles sont les Menaces ? (à éviter / à considérer)
<ul style="list-style-type: none">• Existence d'organisme d'appui et d'accompagnement dans le domaine de l'horticulture• Existence de structures de financement• Existence d'associations de transformation d'oignons• La zone est peuplée et la demande d'oignon est assez élevée	<ul style="list-style-type: none">• Existence de deux périmètres maraichers dans la zone, dont l'un dispose de moyens pour livrer ses oignons• L'absence d'eau pendant certaine période de l'année

Les informations obtenues permettent à l'entrepreneur potentiel candidat à la création d'entreprise :

- ✓ De renforcer ses forces ;
- ✓ De corriger ses faiblesses ;
- ✓ De saisir les opportunités qui s'offrent à lui ;
- ✓ De tenir compte des menaces pour mieux s'organiser.

2 – ENTREPRISE

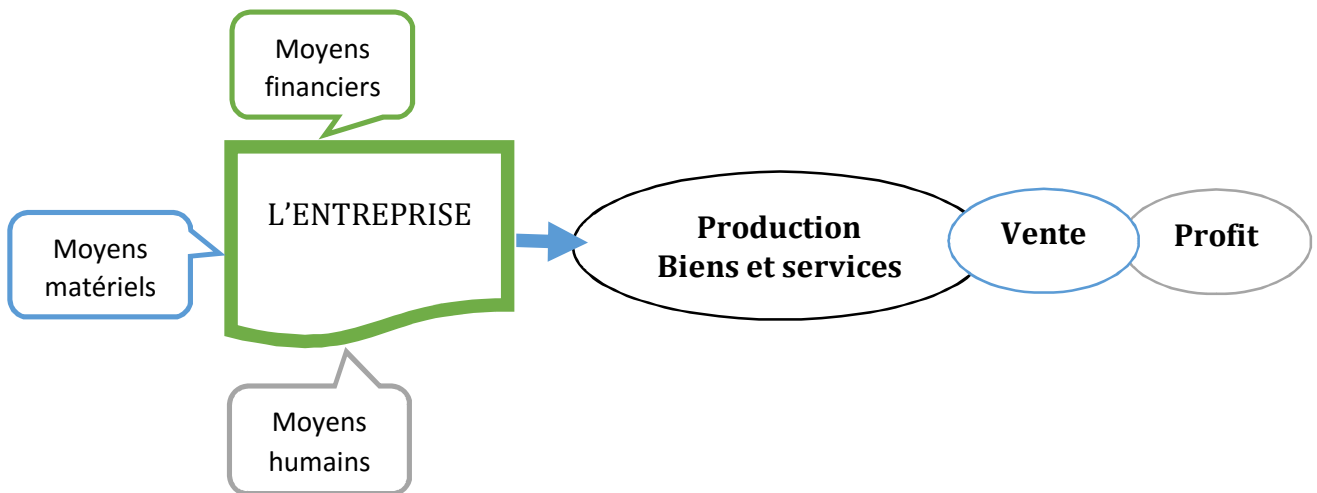
2.1 - Notion d'entreprise

Une entreprise est une unité économique, organisée et autonome pour produire des biens ou services destinés à la vente sur le marché en vue de réaliser des profits.

Tout projet ou toute initiative peut être considéré comme une entreprise à condition que certaines étapes soient suivies : identification de l'idée, la planification, la mise en œuvre, l'exécution de l'activité et l'acceptation d'une récompense en terme de profit.

Une entreprise est créée à l'aide de différents moyens (matériels, financiers et humains) pour satisfaire les besoins des clients/consommateurs.

Une entreprise qui veut se développer doit générer des profits. Les revenus provenant des ventes doivent être supérieurs aux coûts engagés pour produire et vendre.



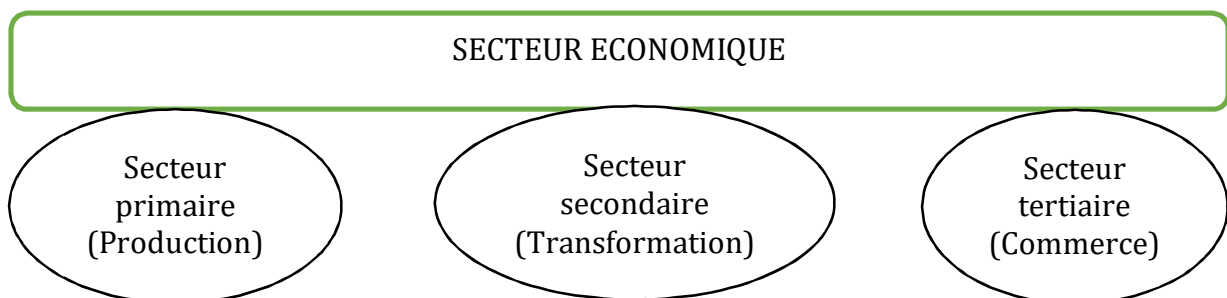
2.2 - Notion sur la typologie des entreprises

Les entreprises peuvent être classées selon différents critères :

a) **Classification selon le secteur économique**

Cette classification est basée sur l'activité principale de l'entreprise, on distingue les entreprises qui sont :

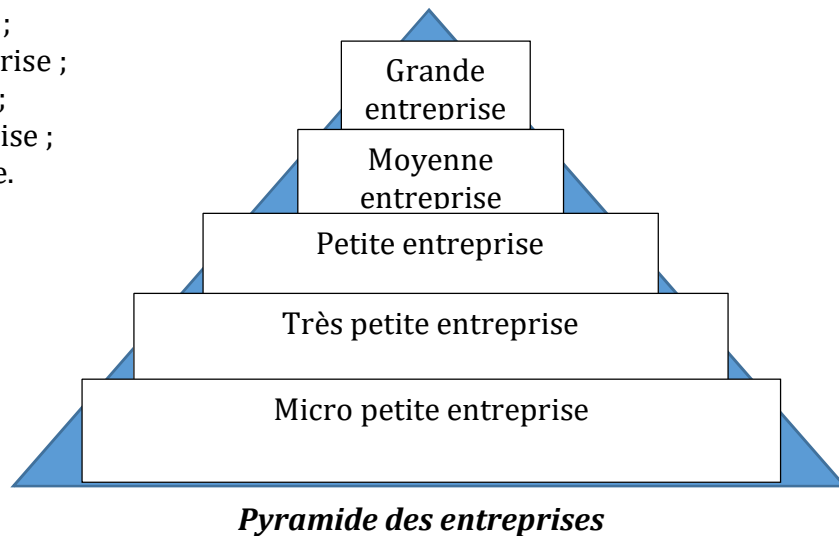
- ✓ **Du secteur primaire (Agriculture, production)**, il regroupe les activités liées à la production et à l'exploitation des ressources naturelles dans le domaine de l'agriculture, la pêche, l'élevage, l'exploitation forestière ou minière, etc... ;
- ✓ **Du secteur secondaire (Industrie, transformation)**, il regroupe les activités liées à la transformation des ressources naturelles provenant du secteur primaire (transformation agroalimentaire, fabricant, bâtiment et travaux publics, etc... ;
- ✓ **Du secteur tertiaire (commerce)**, il regroupe les activités marchandes et d'activités non marchandes (vente de services), etc...



b) Classification selon la taille

Cette classification est basée sur le nombre de salariés et le chiffre d'affaires, on distingue :

- ✓ La micro-entreprise ;
- ✓ La très petite entreprise ;
- ✓ La petite entreprise ;
- ✓ La moyenne entreprise ;
- ✓ La grande entreprise.



c) Classification selon le statut

Cette classification est basée sur l'appartenance de l'entreprise, on distingue :

- ✓ L'entreprise privée, qui appartient à un privé ;
- ✓ L'entreprise publique, qui appartient à l'état ;
- ✓ L'entreprise para publique, qui appartient à l'état et au privé.

3 – ENTREPRENEUR

Un entrepreneur est celui qui entreprend une ou plusieurs activités, autrement l'entrepreneur est la personne qui devient son propre patron et qui est prête à mettre tout son temps et sa ressource dans une entreprise.

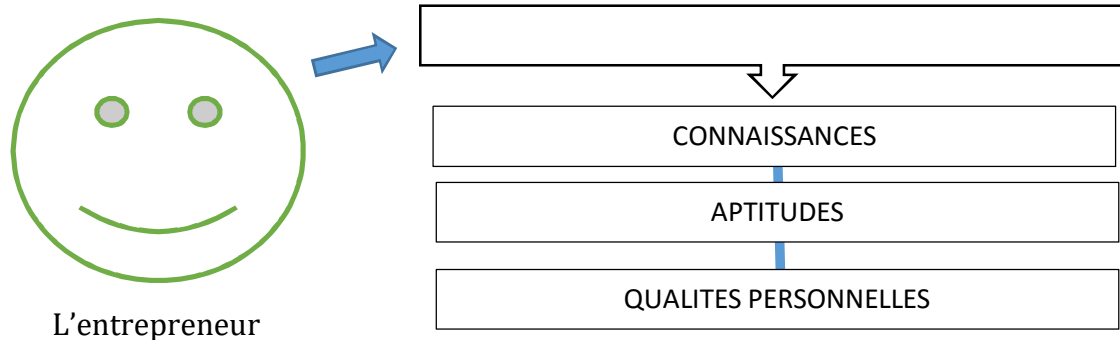
L'entrepreneur est cet individu qui a un esprit d'entreprise, il est l'élément clé de la création d'une micro ou petite entreprise, il prend l'initiative mais aussi le risque lorsqu'il crée puis développe l'entreprise.

La première fonction d'un entrepreneur est de « rentabiliser les affaires » et à ce titre, il assume les tâches et responsabilités suivantes :

- ✓ Supporte les risques encourus par l'entreprise ;
- ✓ Identifie les créneaux porteurs du marché et les transforme en opportunités pour son entreprise ;
- ✓ Mobilise les ressources nécessaires à l'exploitation des opportunités ;
- ✓ Dirige et gère l'entreprise.

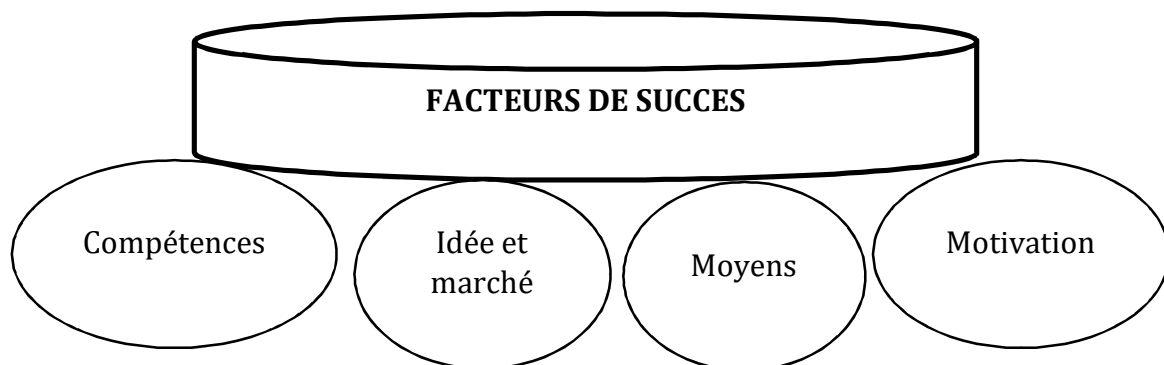
Devenir son propre patron requiert d'avoir les compétences suivantes :

- ✓ Les connaissances (savoir) ;
- ✓ Les aptitudes (savoir-faire) ;
- ✓ Les qualités personnelles (savoir-être).



Le succès de l'entrepreneur repose sur quatre (4) facteurs :

- ✓ **Compétences**, acquérir le savoir (connaissances), le savoir-faire (aptitudes) et le savoir être (attitude) ;
- ✓ **Idée et marché**, avoir des initiatives, l'esprit d'entreprise et avoir un marché ;
- ✓ **Moyens**, disposer des moyens matériels, des moyens financiers, des moyens humains
- ✓ **Motivation**, être engagé, déterminé et motivé pour accomplir le travail.



L'entrepreneur est guidé par l'esprit d'entreprise qui est l'attitude à saisir des opportunités pour initier des activités économiques.

L'esprit d'entreprise est également l'aptitude à prendre des initiatives et à innover, chaque fois que l'on se trouve confronté à des changements dans l'environnement.

Pour créer une entreprise, en plus des idées et des initiatives il faut avoir un esprit d'entreprise c'est à dire la capacité à saisir des opportunités d'affaires et la mise en œuvre de l'activité.

Certes, les entrepreneurs diffèrent par leurs expériences, leurs valeurs, leurs visions, leurs compétences, mais ils sont tous guidés par un même esprit, notamment l'esprit d'entreprendre et de réussir.

4 – AUTO EMPLOI ET TRAVAIL SALARIE

L'insertion dans la vie active passe le travail salarié ou l'auto emploi (travail indépendant).

- ✓ **L'auto emploi ou travail indépendant** est une situation par laquelle on crée soi-même son emploi en créant une entreprise, à travers l'auto emploi, on devient son propre employeur
- Avantage de l'auto emploi : indépendance, revenus potentiels illimités, mise en pratique des idées, prise d'initiative,...
- Inconvénient : heures de travail longues et irrégulières, grandes responsabilités, prise de risques, revenus instables, difficultés de déléguer certaines responsabilités,...

- ✓ **Le travail salarié** est une activité par laquelle on travaille pour d'autres personnes
A travers le travail salarié, on devient un employé
- ✓ Avantages : responsabilités bien définies, horaires de travail bien déterminés, revenus stables, risques réduits ;
- ✓ Inconvénient : dépendance vis - à vis de l'employeur, revenu fixe, reçoit et doit exécuter des ordres, difficultés souvent à mettre en œuvre ses idées,...

II – GENERALITE SUR LA NOTION D'ENTREPRISE ET ACTIVITES GENERATRICES DE REVENUS

1 - Rappel sur la notion d'entreprise

Dans la première partie relative à la sensibilisation sur l'entreprenariat, nous avons défini *une entreprise comme étant une unité économique, organisée et autonome pour produire des biens ou services destinés à la vente sur le marché en vue de réaliser des profits.*

- ✓ *Une entreprise est un acteur de la vie d'une nation dont la fonction principale est la production et la commercialisation de biens et services.*
- ✓ *Une entreprise est créée à l'aide de moyens matériels, de moyens financiers et de moyens humains pour satisfaire les besoins des clients/consommateurs.*
- ✓ *En plus de la création d'emploi et de richesses, la recherche de profits constitue un des objectifs d'une entreprise.*

2 - Notion d'activité génératrice de revenus - AGR

- ✓ *Une activité génératrice de revenus est une activité économique initiée par un individu ou un groupe d'individus en vue de se procurer un revenu pour subvenir aux besoins.*
- ✓ *Une activité génératrice de revenus est initiée à l'aide de moyens matériels, de moyens financiers et de moyens humains.*
- ✓ *En plus de l'insertion dans la vie active à travers l'auto emploi et la création d'une source de revenus, la recherche de bénéfices constitue un des objectifs d'une activité génératrice de revenus.*

A travers les moyens mis en œuvre et les objectifs recherchés, on retient que toutes activités génératrices de revenus quelle que soit sa taille, si petite soit-elle est une entreprise.

3 – Quelques exemples d'activités génératrices de revenus

Prenons le cas des entrepreneurs suivants :

- Aly exploite un périmètre maraîcher de 2 hectares pour produire et vendre de l'oignon ;
- Aminata et Djènèba transforment de l'oignon pour les vendre ;
- Ousmane produit du fumier à partir des déchets solides pour les vendre ;
- Maimouna et Bintou fabriquent des paniers et des sacs à l'aide des plastiques récupérés pour les vendre ;
- L'association « Nyeta coura » des femmes de « Hèrèbougou » fabrique et vend du savon de ménage ;
- Atiné tresse les femmes de la localité de « Hèrèbougou » ;
- Diakaridia fait la réparation et l'entretien des bicyclettes et des mobylettes
- Madou fabrique des houes et des arrosoirs pour les vendre ;
- Moussa installe les lavabos, les douches, et les WC ;
- Kadiatou vend des concombres.

Ces femmes et hommes mènent différentes activités économiques en vue de gagner de l'argent pour subvenir à leurs besoins. Les activités menées permettent aux différents entrepreneurs non seulement d'avoir une occupation, de s'insérer dans la vie active et de se procurer un revenu.

4- Quelques caractéristiques d'une entreprise et d'une activité génératrice de revenus

DOMAINES	DIFFERENCES ET SIMILITUDES	
	ENTREPRISE	ACTIVITE GENERATRICES DE REVENUS
Secteur économique	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Secteur primaire ✓ Secteur secondaire ✓ Secteur tertiaire 	<ul style="list-style-type: none"> • Secteur primaire • Secteur secondaire • Secteur tertiaire
Taille	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Grande ✓ Moyenne ✓ Petite ✓ Micro 	<ul style="list-style-type: none"> • Micro
Statut	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Privé ✓ Etatique ✓ Para publique 	<ul style="list-style-type: none"> • Privé
Capital de démarrage	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elevé en fonction de la taille 	<ul style="list-style-type: none"> • Peu élevé et assez faible pour la plupart
Appartenance	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Individuelle ✓ Sociétaire 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuel pour la plupart, mais souvent en groupe
Nature de la formalisation	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Formelle pour la plupart 	<ul style="list-style-type: none"> • Informelle pour la plupart
But	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Création de richesses 	<ul style="list-style-type: none"> • Création de revenus

5 – Raisons de création d'une activité génératrice de revenus

Parmi les raisons qui poussent à créer une activité économique on peut citer :

- Le changement dans la situation actuelle (perte d'emploi, mécontentement du travail actuel, acquisition d'un diplôme, acquisition d'une connaissance,...) ;
- L'acquisition de compétences entrepreneuriales nécessaires (traits de caractère, connaissance, expérience,...) ;
- L'existence d'un modèle à imiter (ami, parents, autres...) ;
- L'environnement porteur (politiques gouvernementales favorables, financement, organisation d'appui,..) ;
- L'existence d'une opportunité d'affaires ;
- Etc...

L'entrepreneur crée l'activité économique pour :

- S'assurer un revenu ;
- Etre autonome et indépendant ;
- Réussir et avoir une situation meilleure ;
- S'insérer dans la vie active et avoir son propre emploi ;
- etc...

6 - Sources de financement d'une activité économique

Le financement d'une activité économique est possible à partir de deux sources :

- Les fonds propres ;
- Les fonds extérieurs.

✓ **Financement à l'aide de fonds propres**

Il s'agit des ressources personnelles ou familiales dont dispose l'initiateur de l'entreprise pour financer son activité, il s'agit notamment de :

- l'épargne personnelle ;
- l'épargne auprès des parents ou des amis ;
- l'épargne à la caisse d'épargne et de crédit ;
- l'épargne à la banque ;
- l'argent provenant de la participation à une tontine ;
- l'apport des associés en cas de regroupement de plusieurs personnes ;
- etc...

✓ **Financement à l'aide de fonds extérieurs**

Il s'agit de ressources autres que les fonds propres qui permettent à l'entrepreneur de financer son activité, il s'agit notamment de :

- l'emprunt auprès d'une caisse d'épargne et de crédit ;
- l'emprunt auprès d'une banque ;
- l'emprunt auprès des membres de la famille ;
- l'emprunt auprès d'un ami ;
- l'emprunt auprès d'un organisme d'aide à la petite entreprise ;
- le crédit auprès d'un fournisseur (négociation d'un délai de paiement pour l'achat de marchandises) ;
- la subvention obtenue auprès des structures d'appui et d'accompagnement et des organismes d'aide au développement.

7- Quelques causes de réussite d'une activité économique

La réussite d'une activité économique repose sur les **moyens** mis en œuvre, **l'expérience**, le **sens des affaires** et la **motivation** de l'entrepreneur.

En plus de ces aspects, la réussite de l'entreprise dépend entre autres de :

- La bonne utilisation du fonds destiné à l'investissement ;
- La bonne gestion du fonds de roulement ;
- L'existence de la comptabilité et la bonne tenue des outils de gestion ;
- La rigueur dans la gestion
- La compétence de l'entrepreneur dans le domaine choisi ;
- La détermination et la volonté de réussir ;
- L'esprit d'ouverture ;
- Le sérieux dans le travail.

8 - Quelques causes d'échecs d'une activité économique

Parmi les causes d'échec d'une activité économique on peut citer entre autres :

- La mauvaise utilisation du fonds destiné à l'investissement ;
- La mauvaise gestion du fonds de roulement ;
- L'inexistence de la comptabilité et/ou l'absence de la tenue des outils de gestion ;
- L'absence de rigueur dans la gestion ;
- La confusion entre l'entreprise et la famille ;
- La méconnaissance par l'entrepreneur du domaine choisi ;
- Le manque de sérieux dans le travail.

III – LES PARTENAIRES D'UNE ENTREPRISE

1 - Notion de partenaires

L'entreprise pour produire les biens et services destinés aux clients et aux consommateurs a besoin de travailler en collaboration avec différents acteurs appelés partenaires qui tissent des relations partenariales « en donnant et en recevant».

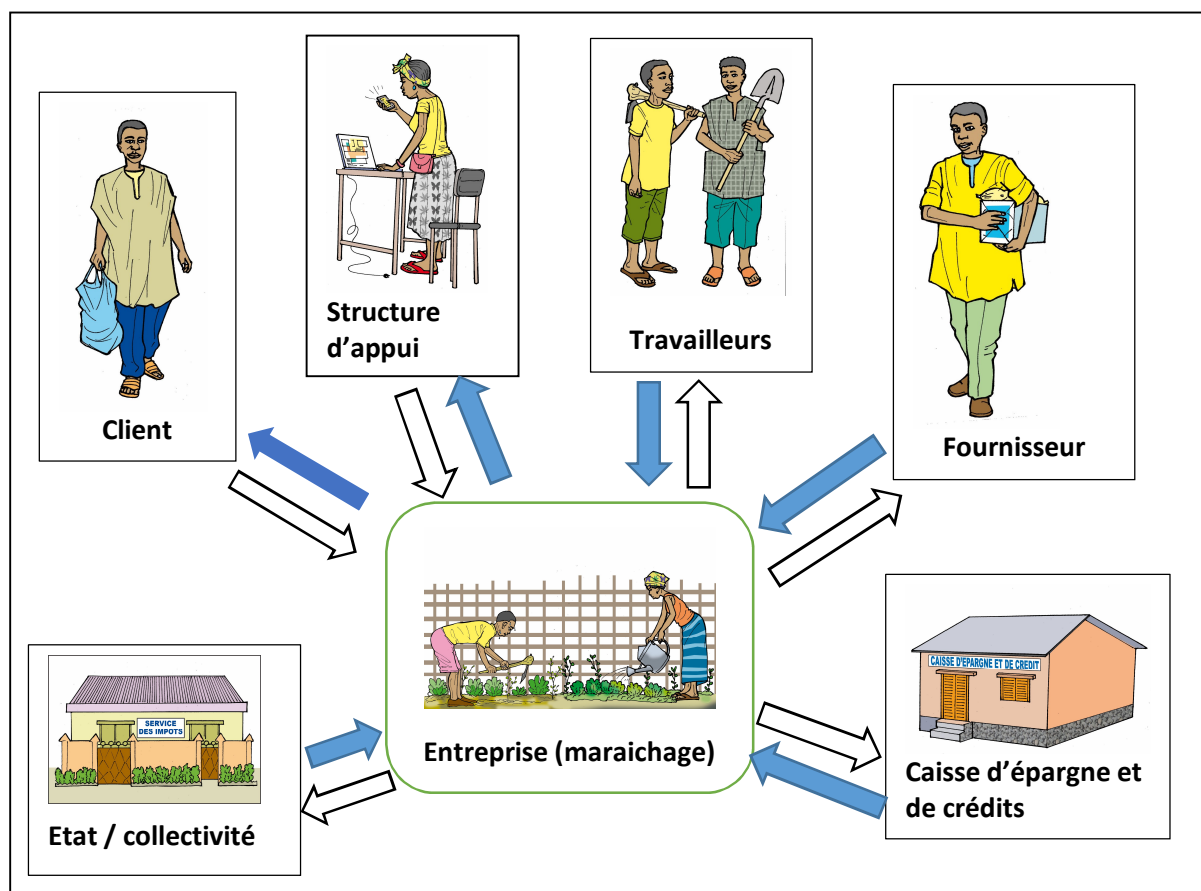
Les partenaires d'une entreprise sont fonction de la taille et du secteur économique, toutefois on peut citer les partenaires suivants :

- ✓ Les fournisseurs ;
- ✓ Les clients ;
- ✓ Les travailleurs / employés ;
- ✓ L'Etat/collectivités ;
- ✓ Les caisses d'épargne et de crédits ou les banques ;
- ✓ Les associés ;
- ✓ Les organismes d'appuis et d'accompagnements ;
- ✓ Les propriétaires des locaux ;
- ✓ Etc...

Les différentes relations qui existent entre une entreprise et ses partenaires sont capitalisées dans le tableau suivant :

Différents partenaires	Entreprise	
	Reçoit du partenaire	Donne au partenaire
Fournisseurs	Marchandises, Matières premières, services.....	Argent, dette
Clients	Argent, créances	Marchandises, services....
Caisse d'épargne et de crédit ou banque	Epargne, prêt/crédit	Remboursement, intérêt....
Travailleurs / employés	Travail	Salaires, motivations, intéressements
Etat / collectivité	Services publics	Impôts et taxes
Associés	Apports	Dividendes ou bénéfices
Organismes d'appuis et d'accompagnements	Subvention	Atteinte des objectifs

2 - Schéma partenarial



Ces images illustrent les relations qui existent entre les partenaires et l'entreprise. Le client est le partenaire le plus important de l'entreprise.

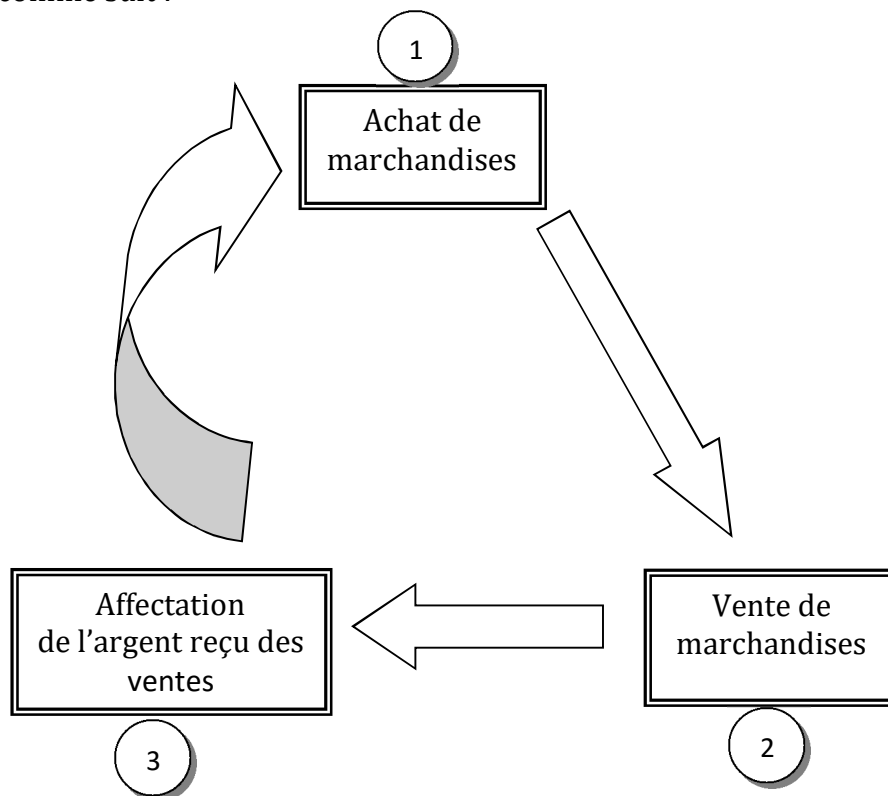
IV – CYCLE ELEMENTAIRE DES ACTIVITES ET AFFECTATION DES REVENUS

1 – Cycle élémentaire des activités

Le cycle des activités comprend les différentes étapes qui concourent à la réalisation de l'activité : de l'achat de matières premières ou de produits finis à la vente et se termine par l'affectation de revenus.

a) Premier cas de cycle des activités celui d'un commerçant (qui achète et revend)

Il s'agit des commerçants grossistes, semi-grossistes et détaillants, le cycle d'activité se présente comme suit :



Ce premier cas comprend trois étapes dont :

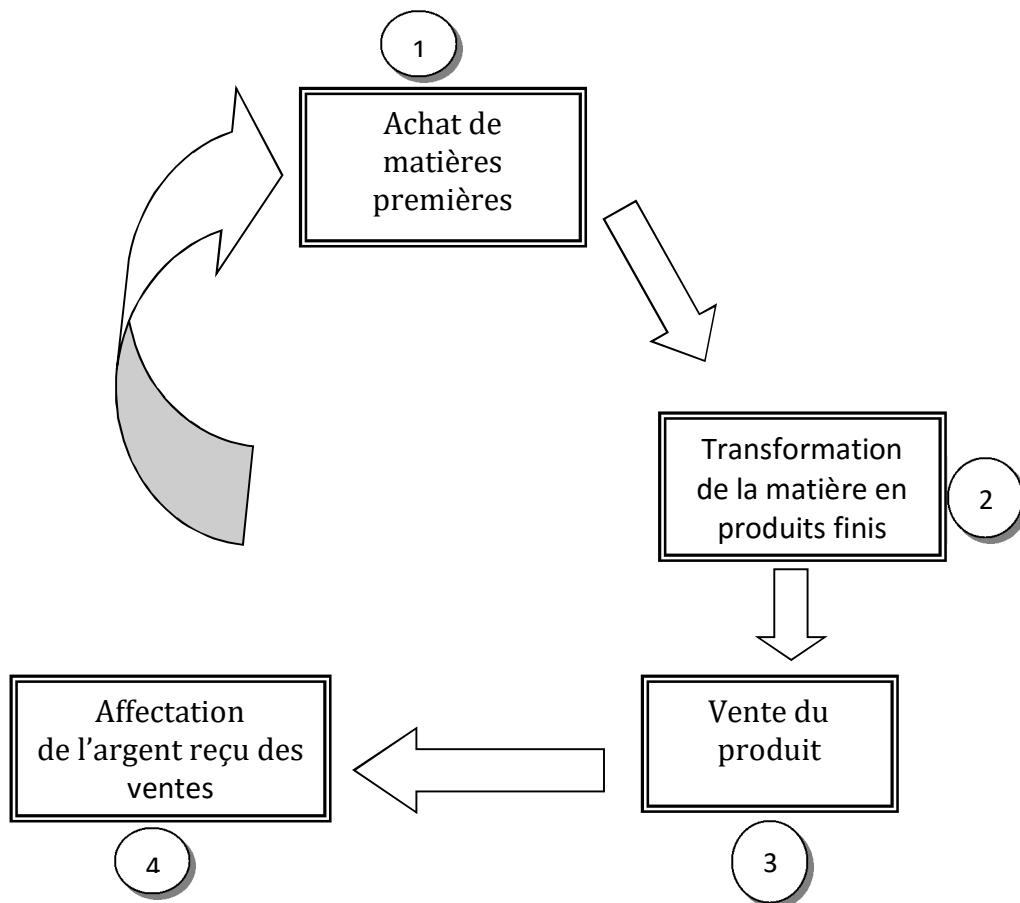
- L'achat des marchandises ;
- La vente des marchandises ;
- L'affectation de revenus (dans les activités, les dépenses et l'épargne).

b) Deuxième cas de cycle des activités celui de fabricants, prestataires et producteurs

Il s'agit des entrepreneurs qui mènent les activités de transformation/fabrication, de production, de prestations de services, notamment :

- L'agriculture (maraichage, autres cultures,...);
- L'élevage ;
- La pisciculture ;
- L'artisanat ;
- Etc....

Le cycle d'activité du deuxième cas se présente comme suit :



Ce deuxième cas comprend quatre étapes dont :


- L'achat de matières premières ;
- La transformation ;
- La vente des produits finis ;
- L'affectation de revenus (dans les activités, les dépenses et l'épargne).

2 - Affectation de revenus

L'affectation des revenus consiste à allouer le montant du revenu dans les différents postes (activité, dépense, épargne) afin de pouvoir opérer une bonne gestion.

Exemple de cas d'affectation de revenus (cas de trois entrepreneurs)

<p>Cas N°1 : Celui de Issiaka l'Économiste Voici la planification de Issiaka avec une somme de 20 000 F CFA</p>	➔	<table border="1"><thead><tr><th>ACTIVITES (A) DIAGO</th><th>DEPENSES (D) MUSAKAW)</th><th>EPARGNES (E) BILAN CORO</th></tr></thead><tbody><tr><td>4 000</td><td>1 000</td><td>15 000</td></tr></tbody></table>	ACTIVITES (A) DIAGO	DEPENSES (D) MUSAKAW)	EPARGNES (E) BILAN CORO	4 000	1 000	15 000	<table border="1"><thead><tr><th>ACTIVITES (A) DIAGO</th><th>DEPENSES (D) MUSAKAW)</th><th>EPARGNES (E) BILAN CORO</th></tr></thead><tbody><tr><td>4 000</td><td>1 000</td><td>15 000</td></tr></tbody></table>	ACTIVITES (A) DIAGO	DEPENSES (D) MUSAKAW)	EPARGNES (E) BILAN CORO	4 000	1 000	15 000
ACTIVITES (A) DIAGO	DEPENSES (D) MUSAKAW)	EPARGNES (E) BILAN CORO													
4 000	1 000	15 000													
ACTIVITES (A) DIAGO	DEPENSES (D) MUSAKAW)	EPARGNES (E) BILAN CORO													
4 000	1 000	15 000													



Issiaka l'économiste

Examinons le cas de Issiaka l'économiste

- Il adore économiser ;
- Il dépense aussi peu que possible ;
- L'argent à la banque ou à la caisse d'épargne et de crédits est plus en sécurité que l'argent dans son activité.

A retenir :
Un bon entrepreneur doit éviter la planification de Issiaka

Cas N°2 :

Celui de Aly le **Dépensier**
Voici la planification de Aly
avec une somme de 20 000
F CFA

ACTIVITES (A) DIAGO	DEPENSES (D) MUSAKAW)	EPARGNES (E) BILAN CORO
5 000	15 000	0



Aly le dépensier

Examinons le cas de Aly le dépensier

- Il adore dépenser pour lui-même ;
- Economiser de l'argent est une perte de temps pour lui ;
- Son activité doit lui apporter un peu.

A retenir :

Un bon entrepreneur doit éviter la planification de Aly

Cas N°3 :

Celui de Aminata
l'entrepreneur Modèle
 Voici la planification de
 Aminata avec une somme de
 20 000 F CFA

ACTIVITES (A) DIAGO	DEPENSES (D) MUSAKAW)	EPARGNES (E) BILAN CORO
15 000	3 000	2 000


**Examinons le cas de Aminata
 l'entrepreneur modèle**

- Elle veut développer son activité ;
- Elle pense qu'il est important d'économiser un peu chaque fois ;
- Elle fait attention à ne pas dépenser plus que son activité ne lui rapporte.

A retenir :

*Un bon entrepreneur doit imiter la
 planification de Aminata*

Aminata l'entrepreneur modèle

QUELS ENSEIGNEMENTS TIRES DE CES TROIS CAS D'ENTREPRENEUR ?

Une meilleure planification des activités et une bonne affectation de revenus contribuent à la bonne marche de l'activité économique et de son développement.

Pour une meilleure réussite de votre activité économique, vous devez :

- *Investir autant que possible (en grande partie) dans l'achat des matières premières, des marchandises ou dans la production ;*
- *Dépenser moins (une partie raisonnable) en tenant compte des besoins réels ;*
- *Garder de l'argent de côté en économisant au niveau d'une caisse d'épargne et de crédits ou d'une banque.*

Ainsi, en tenant compte de ces trois aspects dans la gestion de votre entreprise, vous serez parmi ceux qui « travaillent réellement pour acquérir un revenu, subvenir aux besoins et développent leurs activités économiques » et non ceux qui « font semblant de travailler sans issue et sans lendemain »

V - MARKETING / COMMENT VENDRE

Le marketing est tout ce que l'on fait pour faire connaître les produits ou services dont on dispose.

Le marketing repose en partie sur la connaissance du marché et la stratégie adoptée pour vendre le produit ou le service.

1 - Connaissance du marché

La connaissance du marché prend en compte les concepts commerciaux suivants :

a) L'offre

L'offre est l'ensemble des produits ou services mis à la disposition des clients par les entreprises, autrement par vous et vos concurrents.

Le concurrent est celui qui offre le même produit et services ou le produit et service similaire que vous. La concurrence est la rivalité d'intérêt entre les entrepreneurs, chacun cherche à attirer la clientèle par les meilleures conditions de prix et de qualité.

Pour mieux connaître les concurrents, on doit savoir :

- Les produits/services qu'ils proposent ;
- La qualité des produits/services offerts ;
- Les prix appliqués ;
- Les stratégies adoptées.

b) La demande

La demande c'est l'ensemble des produits ou services qui sont sollicités par les clients. Pour mieux connaître la demande, il faut connaître les clients.

Les clients sont toutes personnes qui désirent acquérir vos produits ou services et accepte de payer.

Les clients sont :

- Les individus qui achètent actuellement les produits et services ;
- Les individus qui ont arrêté d'acheter les produits et services mais que l'on espère reconquérir ;
- Les individus qui pourraient acheter les produits et services à l'avenir.

Le client est le partenaire le « plus » important d'une entreprise.

✓ ***Dans un environnement concurrentiel, l'entrepreneur doit chercher à savoir quels sont les clients qui seront intéressés par ses produits et services à travers ce qu'on appelle segmentation du marché.***

Segmenter le marché consiste à identifier les catégories de clients qui sont susceptibles d'acheter vos produits ou services.

L'entrepreneur doit choisir le segment de marché que son activité peut satisfaire en identifiant :

- le segment de marché ;
- les clients susceptibles d'acheter les produits ou services ;
- les besoins ou préférences des clients identifiés ;
- les renseignements sur les concurrents qui se trouvent sur le même segment que lui.

Exemple :

La coopérative «Nyeta koura » a choisi la production d'oignons, elle se positionne pour la production et l'écoulement du produit sur le marché.

Les informations par rapport à sa segmentation de marché sont consignées dans le tableau suivant :

N° du segment de marché	Qui sont mes clients	Quels sont les besoins de mes clients	Les informations sur mes concurrents
1	- Transformatrices (séchage d'oignon)	- Oignons de bonnes qualités et bien emballés ; - Prix accessible ; - Respect du poids par sac ;	Importateurs d'oignons - Qualité moins bonne ; - Difficile à conserver ; - n'accorde pas de facilité aux clients qui achètent en grande quantité.
2	- Commerçants semi-grossistes	- Oignons de qualités ; - Bon prix ; - Livrer le produit à temps.	Coopérative « Nako » - Faible production ; - Prix jugé élevé ; - Ne respecte pas les engagements pris.

2 - Notion de stratégie marketing

Il s'agit de tenir compte du type de produit ou service, du prix, de la place ou emplacement et du type de promotion pour mieux attirer les clients et augmenter les ventes.

DOMAINES	DE QUOI S'AGIT- IL ?
PRODUIT	Le produit ou service mis à la disposition du client. Le produit doit être de bonne qualité
PRIX	Le prix du produit ou service, le prix doit être accessible aux clients. Le prix ne doit pas être fixé en s'alignant aux prix des concurrents s'il ne couvre pas les coûts engagés.
PLACE	L'emplacement ou le lieu de vente du produit. Il faut faire un bon choix de la place pour mieux satisfaire la clientèle. Il faut s'installer à un endroit accessible à la clientèle.
PROMOTION	Faire connaître le produit ou service à travers la radio, journaux, le bouche à oreille, les panneaux,....

Dans la pratique, ces quatre domaines doivent être analysé en vue de satisfaire et d'attirer le maximum de clients.

3 – Notion de production orientée vers le marché

La production orientée vers le marché tient compte de la demande et met le client au centre de l'entreprise. Avant toute production, l'entreprise doit se renseigner sur les clients et leurs besoins.

Pour mieux satisfaire la clientèle, l'entrepreneur doit connaître les besoins et les désirs des clients et adopter une stratégie de marketing qui tient compte des améliorations continues des produits offerts à la clientèle.

La production orientée vers le marché permet à l'entreprise :

- de mieux connaître ses clients et pouvoir mieux les satisfaire ;
- d'écouler rapidement sa production ;
- d'accroître sa production ;
- d'éviter des risques de surproduction ;
- d'éviter les méventes ;
- de mieux planifier sa production.

Un bon entrepreneur doit orienter sa production vers le marché parce que les clients sont de plus en plus exigeants et la concurrence est assez forte.

VI - NOTION DE COÛT, DE PRIX DE REVIENT ET DE BENEFICE

1 – Notion de coûts

Les coûts sont les dépenses engagées par une entreprise pour produire des biens ou des services destinés à la vente, c'est aussi les différentes charges supportées par une entreprise.

Ainsi :

- **Dans le domaine du maraichage**, les coûts peuvent être par exemple : l'achat de semences, l'achat d'engrais, l'achat de produits phytosanitaires, l'achat d'une motopompe, l'achat d'arrosiers, etc...
- **Dans le domaine de la transformation agro-alimentaire** (séchage d'oignons), les coûts peuvent être par exemple : l'achat d'oignons, l'achat de seau, l'achat d'emballages, l'achat de séchoir, etc...
- **Dans le domaine de l'exploitation des déchets solides** (production de fumiers organiques), les coûts peuvent être par exemple : l'achat de brouette, l'achat de tamis, l'achat de houe, l'achat d'emballage, etc...
- **Dans le domaine de l'artisanat utilitaire** (recyclage des plastics récupérés), les coûts peuvent être par exemple : l'achat de plastics, l'achat de seau, l'achat de savons, l'achat de fils, etc...

2 - Différentes sortes de coûts

On distingue deux sortes de coûts, les coûts fixes et les coûts variables.

a) Les coûts fixes

Les coûts fixes sont les charges ou dépenses indispensables au fonctionnement d'une entreprise et même si elle ne réalise aucune activité de vente.

✓ Exemple de coûts fixes

- Loyer ;
- Salaire ;
- Impôt et taxes ;
- Intérêt sur emprunt ;
- Amortissement ;
- Etc ...

b) Les coûts variables

Les coûts variables sont les charges ou dépenses directement liées à la vente ou la production, le montant de ces coûts varie en fonction du volume de la production.

✓ Exemple de coûts variables

- Semences ;
- Marchandises ;
- Matières premières ;
- Emballages ;
- Transport ;
- Promotion ;
- Etc ...

3 - Notion d'amortissement

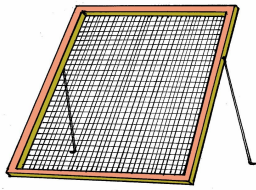
L'amortissement est la dépréciation ou la diminution de la valeur des matériels et équipements, cette diminution constitue une charge (constatée d'avance et non décaissée) pour l'entreprise.

L'équipement est l'ensemble des outils et matériels de productions, matériels de travail, aménagement, installations dont on a besoin pour faire fonctionner l'entreprise.

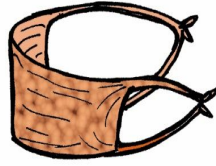
L'équipement s'use au bout d'une certaine période d'utilisation et perd une certaine valeur au fur et à mesure, cette perte de valeur constitue l'amortissement.

✓ Exemple de matériels et équipements

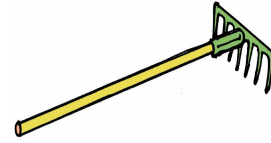
Maraichage	Transformation agroalimentaire	Gestion de déchets solides
<ul style="list-style-type: none">- Motopompe ;- Râteau ;- Daba ;- Bineuse ;- Pelle ;- Houe ;- Arrosoir ;- Brouette ;- Pioche.	<ul style="list-style-type: none">➤ Séchoir,➤ Décortiqueuse,➤ Colleuse,➤ Baignoire,➤ Fût,➤ Marmite ;➤ Malaxeur. ;	<ul style="list-style-type: none">✓ Râteau ;✓ Daba ;✓ Pelle ;✓ Houe ;✓ Brouette ;✓ Seaux ;



Tamis



Cache nez



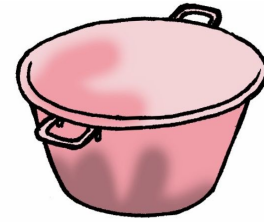
Râteau



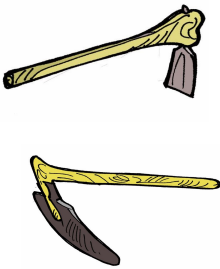
Seau



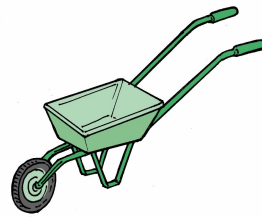
Arrosoir



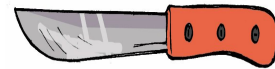
Bassine



Houes



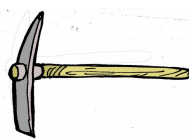
Brouette



Couteau



Pelle



Pioche



Binette

Le calcul de l'amortissement se fait sur des matériels et équipements qui durent longtemps.

Pour calculer l'amortissement, on fait recourt à l'année d'achat de l'équipement, son prix d'achat et sa durée de vie.

On peut se renseigner sur la durée de vie d'un équipement auprès :

- des fournisseurs ;
- des entrepreneurs qui ont déjà utilisés l'équipement.

✓ **Exemple de calcul de l'amortissement**

Pour les besoins d'irrigation de son périmètre maraicher, la coopérative « Nyèta Koura » a acheté en début de l'année 2015 une motopompe pour un montant de 540 000 F CFA, cette motopompe a une durée de 3 ans.

Quel est l'amortissement annuel et l'amortissement mensuel de cette motopompe ?

Fiche d'amortissement	
<u>Nature : Motopompe</u>	
Année d'achat	2015
Prix d'achat	540 000 F CFA
Durée d'utilisation	3 ans
Amortissement par an	$540\ 000 / 3 = 180\ 000$
2015	180 000
2016	180 000
2017	180 000

L'amortissement annuel de 180 000 F CFA constitue une charge annuelle pour la coopérative « Nyèta Koura», elle doit tenir compte de ce coût dans le calcul de ses prix.

Pour obtenir le montant mensuel de l'amortissement, elle doit diviser les 180 000 F CFA par 12 mois ($180\ 000 / 12$), soit 15 000 F CFA par mois.

4 - Notion de prix de revient, de prix de vente et de bénéfice

Le prix de revient est l'ensemble des dépenses engagées pour produire le bien ou le service.

Le prix de vente est la somme d'argent payée par le client pour obtenir le produit ou le service.

- Si l'activité génère plus de revenus que de dépenses, on dit qu'elle réalise un bénéfice ;
- Par contre si les dépenses de l'activité sont plus élevées que les revenus, on dit qu'elle réalise une perte.

a) Exemple introductif

Madame Guindo, vendeuse d'oignons, elle a acheté 250 Kg d'oignons dans la ferme maraichère située à 15 km de son quartier pour un montant total de 75 000 F CFA.

Dès l'arrivée de madame Guindo chez elle, sa voisine qui est une transformatrice d'oignons (séchage) lui propose d'acheter toutes sa quantité d'oignons à 100 000 F CFA. Madame Guindo accepte et prend le montant proposé, elle est contente de sa vente et affirme qu'elle a réalisé un bénéfice de 25 000 F CFA.

Est-ce vrai ?

Dans l'exemple ci-dessus (cas de madame Guindo), on constate qu'elle a réalisé un bénéfice mais pas le montant de 25 000 F CFA comme elle a estimé, car elle n'a pas tenu compte des frais engagés pour le déplacement à la ferme (aller et retour) qui s'élèvent à 2 500 F CFA et des 1 500 F CFA pour le transport des sacs d'oignons.

Madame Guindo confond le bénéfice brut (marge brute) et le bénéfice net (marge nette), elle ne fait pas de distinction entre les deux notions.

Ainsi :

b) Le bénéfice brut ou marge brute

Le bénéfice brut ou marge brute est la somme obtenue après la vente d'un produit sans autres considérations, c'est la différence entre le prix de vente et le prix d'achat.

L'exemple du cas de Mme Guindo

Prix de vente = 100 000 → montant auquel l'oignon a été vendu par madame Guindo

Prix d'achat = 75 000 → montant auquel l'oignon a été acheté par madame Guindo

Bénéfice brut = 25 000 → la différence entre les deux montants.

c) Le bénéfice net ou marge nette

Le bénéfice net ou marge nette est la somme restante après déduction de l'ensemble des dépenses.

L'exemple du cas de Mme Guindo

Prix de vente = **100 000** → montant auquel l'oignon a été vendu par madame Guindo

Coût d'achat = 75 000 → montant auquel l'oignon a été acheté par madame Guindo

Déplacement = 2 500 → montant payé par madame Guindo pour son transport

Transport = 1 500 → montant payé pour le transport de l'oignon

Bénéfice Net = 21 000 → la somme d'argent obtenue après déduction de toutes les dépenses.

Contrairement au bénéfice de 25 000 F CFA qu'elle pense avoir réalisé au départ, madame Guindo a en réalité réalisé un bénéfice de **21 000 F CFA**.

5 - Comment établir un prix de revient ?

Le prix de revient est l'ensemble des coûts d'achats, des coûts reliés aux produits et les autres dépenses.

Prix de revient = coût d'achat + coûts reliés + autres coûts

✓ Exemple de calcul de prix de revient

Au cours du mois de janvier 2018, la coopérative « Nako Nyuman » a engagé les dépenses suivantes :

- Le déblayage et la confection des planches pour un montant de 30 000 F CFA ;
- L'achat des semences d'oignons pour un montant de 94 000 F CFA ;
- L'achat de fumiers organiques pour un montant de 20 000 F CFA ;
- L'achat de carburant pour un montant de 35 000 F CFA ;
- L'achat de 80 sacs pour l'emballage des oignons à raison de 200 F CFA l'unité, soit un montant total de 16 000 F CFA ;
- Le transport de l'oignon pour un montant total de 50 000 F CFA ;
- L'entretien de la motopompe pour un montant de 25 000 F CFA
- Le paiement des salaires des travailleurs pour un montant de 75 000 F CFA.

La coopérative a acheté la motopompe et ses accessoires pour un montant de 540 000 F CFA, la durée de vie de la motopompe est de 3 ans.

La coopérative « Nako nyuman » a produit et vendu 2 tonnes d'oignons à 300 000 F CFA la tonne.

Sachant qu'une (1) tonne d'oignons équivaut à 40 sacs de 25 kg le sac, calculons le prix de revient d'un sac d'oignon.

* Calcul du prix de revient :

• Frais de confection des planches	= 30 000
	+
• Coût d'achat des semences d'oignons	= 94 000
	+
• Frais d'achat de fumiers organique	= 20 000
	+
• Frais d'achat de carburant	= 35 000
	+
• Frais d'achat de sacs	= 16 000
	+
• Frais de transport	= 50 000
	+
• Frais d'entretien)	= 25 000
	+
• Salaires des travailleurs	= 75 000
	+
• Amortissement motopompe	= 15 000

* **Le prix de revient des 80 sacs = 360 000 F CFA**

* **Le prix de revient d'un sac d'oignon est de 360 000 / 80 sacs = 4 500 F CFA**

Ainsi, la coopérative « Nako Nyuman » doit vendre son sac d'oignons à un prix **supérieur à 4 500 F CFA**, sinon elle ne réalisera aucun bénéfice.

N.B. : L'amortissement annuel de la motopompe s'élève à 180 000 (540 000 / 3) et l'amortissement mensuel s'élève à 15 000 F CFA (180 000 / 12).

L'établissement du prix de revient permet de savoir à combien revient le produit à vendre

6 - Comment établir un prix de vente ?

Le prix de vente est l'ensemble du prix de revient et du bénéfice.

$$\text{Prix de vente} = \text{Prix de revient} + \text{Bénéfice}$$

* Exemple de calcul de prix de vente

Le prix de vente de la production de la coopérative « Nako nyuman » est égal à **600 000** (300 000 x 2).

Calculons le prix de vente par sac que la coopérative « Nako Nyman » pour réaliser un surplus total de 240 000 F CFA sur la vente des 80 sacs.

Le prix de revient total = 360 000

Le surplus = 240 000

* Le prix de vente total des 80 sacs = **600 000 F CFA**

* Le prix de vente d'un sac sera de 600 000 / 80 sacs = **7 500 F CFA**

Ainsi, la coopérative « Nako Nyuman » doit vendre chaque sac d'oignons à un prix de 7 500 F CFA pour réaliser un surplus total de **240 000 F CFA**.

La première règle à respecter pour déterminer correctement le prix de vente, c'est de connaître le coût réel du produit que l'on vend.

7 - Comment calculer le bénéfice ?

Le bénéfice est le surplus obtenu après déduction du prix de revient au prix de vente.

$$\text{Bénéfice} = \text{Prix de vente} - \text{Prix de revient}$$

* Exemple de calcul de bénéfice

Calculons le bénéfice obtenu par la coopérative « Nako Nyuman » sur la vente des 80 sacs d'oignons.

Le prix de vente total = 600 000

Le prix de revient = 360 000

* Le bénéfice total des 80 sacs = **240 000 F CFA**

* Le bénéfice d'un sac d'oignons = 240 000 / 80 sacs = **3 000 F CFA**

Ainsi, la coopérative « Nako Nyuman » aura sur chaque sac d'oignon un bénéfice de 3 000 F CFA pour réaliser un bénéfice total de 240 000 F CFA.

L'entrepreneur doit déterminer d'abord le prix de revient de ses produits ou services pour mieux fixer le prix de vente en vue de réaliser un bénéfice.

VII - COMPTABILITE SIMPLE

Séance 1 : Notion de comptabilité

« En tant que entrepreneur, je dois **savoir** tout ce que mon entreprise a **dépensé**, tout ce que mon entreprise a **reçu de la vente** de ses produits et services, tout ce que mon entreprise **doit à d'autres** personnes, tout ce que **d'autres personnes me doivent** et quel est le **bénéfice réalisé** par mon entreprise ».

Pour avoir ces informations, l'entreprise doit tenir un document contenant des fiches et outils de gestion, la tenue de document consiste à tenir la comptabilité.

La comptabilité permet :

- de fournir des renseignements chiffrés sur l'entreprise ;
- d'enregistrer les transactions (achat, vente) effectuées par l'entreprise ;
- d'informer l'entrepreneur et ses partenaires sur les renseignements obtenus.

La tenue de ce document consiste à écrire chronologiquement toutes les opérations qui surviennent dans l'entreprise et qui s'expriment en monnaie.

L'entrepreneur qui tient quotidiennement la comptabilité de son activité possède des informations au **jour le jour** sur son activité.

Pour bien gérer une entreprise, on doit savoir :

- Le montant d'argent reçu ;
- La destination de l'argent reçu (caisse, banque,...) ;
- Le montant d'argent dépensé ;
- Comment a - t - il été dépensé ?
- Le montant d'argent que mes clients me doivent ;
- Le montant d'argent que je dois à mes fournisseurs ;
- La rentabilité de mon activité.

Séance 2 : Quelques outils simples de comptabilité

Les fiches et outils qui sont tenue dans le cadre de la comptabilité sont nombreux, pour les besoins de compréhension nous nous intéresserons au :

- Cahier ou fiche des recettes et des dépenses ;
- Cahier ou fiche de caisse ;
- Cahier ou fiche des clients.

1 - Cahier ou fiche de caisse

La caisse est la valeur des billets de banque des pièces d'argent et/ou des chèques c'est aussi la petite boîte dans laquelle l'argent est gardé au sein de l'entreprise.

a) Contenu d'un cahier de caisse

Le cahier ou fiche de caisse comprend cinq (5) colonnes :

- La colonne date, dans laquelle on inscrit le jour, le mois et l'année où l'argent a été déposé ou enlevé de la caisse ;
- La colonne libellé ou la désignation, dans laquelle on inscrit la dénomination exacte de la transaction ;
- La colonne entrée, dans laquelle on inscrit le montant relatif à la transaction qui entre dans la caisse ;
- La colonne sortie, dans laquelle on inscrit le montant relatif à la transaction qui sort de la caisse ;
- La colonne solde, dans laquelle on inscrit le montant de l'argent restant dans la caisse.

Si la caisse est tracée dans un cahier ou un registre, toutes les pages se présentent de la même façon.

Date	Libellés ou Désignation	Montant		
		Entrée (E)	Sortie (S)	Solde

N.B. : Le solde (entrée - sortie) du compte caisse n'est jamais négatif, il est toujours positif ou nul (vide) c'est à dire qu'on ne peut pas prendre dans la caisse plus que ce qu'elle ne contient.

b) Exemple de la tenue d'un cahier de caisse

- La coopérative maraichère « Laydu » a en caisse le 08/12/17 la somme de 275 000 FCFA
- le 10/12/17, elle achète des semences pour un montant de 25 000 FCFA ;
- le 12/12/17, elle achète du fumier organique pour un montant de 15 000 FCFA ;
- le 14/12/17, elle achète des produits phytosanitaires pour un montant de 20 000 FCFA ;
- le 15/12/17, elle a acheté deux arrosoirs pour un montant de 22 500 F CFA ;
- le 16/12/17, elle vend des laitues pour un montant de 30 000 F CFA ;
- le 18/12/17, un client lui rembourse 50 000 FCFA.

Travail à faire : Enregistrer ces opérations dans le cahier de caisse de la coopérative maraichère « Layidu »

Corrigé

Date	Désignation ou Libellé	Montant		Solde
		Entrée	Sortie	
08/12/17	Disponible en caisse		-	275 000
10/12/17	Achat semences		25 000	250 000
12/12/17	Achat fumier organique		15 000	235 000
14/12/17	Achat produits phytosanitaires		20 000	215 000
15/12/17	Achat d'arrosoirs		22 500	192 500
16/12/17	Vente de laitues	30 000	-	222 500
18/12/17	Remboursement client	50 000	-	272 500

2 - Le cahier de recettes et dépenses

Le cahier recettes et dépenses est un outil qui permet d'enregistrer chaque jour les transactions ou opérations effectuées au sein de l'entreprise.

a) Contenu d'un cahier de recettes et dépenses

Le cahier ou fiche des recettes et des dépenses comprend quatre (4) colonnes :

- La colonne date, dans laquelle on inscrit le jour, le mois et l'année où l'argent a été reçu ou dépensé ;
- La colonne libellé ou la désignation, dans laquelle on inscrit la dénomination exacte de la transaction ;
- La colonne des recettes, dans laquelle on inscrit le montant relatif à l'argent reçu qui entre dans l'entreprise ;
- La colonne des dépenses, dans laquelle on inscrit le montant relatif à l'argent qui sort de l'entreprise.

Si la fiche de recettes et de dépenses est tracée dans un cahier ou un registre, toutes les pages se présentent de la même façon.

Date	Désignation	Montant des recettes F CFA	Montant des dépenses F CFA
Total			

Exemple de la tenue d'un cahier de recettes et de dépenses

Djènèba transforme les sachets plastiques récupérés en sacs et en paniers pour les vendre, elle a mené les transactions suivantes :

- Le 02/08/17, elle vend des sacs pour un montant de 85 000 F CFA ;
- Le 06/08/17, elle achète des sachets plastiques pour la somme de 35 000 F CFA ;
- Le 08/08/17, elle vend des paniers pour un montant de 50 000 F CFA ;
- Le 10/08/17, elle achète une baignoire pour un montant de 10 000 F CFA ;
- Le 16/08/17, elle vend des sacs pour un montant de 60 000 F CFA ;
- Le 22/08/17, elle vend des paniers pour un montant de 35 000 FCFA ;
- Le 26/08/17, un client lui rembourse 40 000 FCFA ;
- Le 30/08/17, elle paie le loyer pour un montant de 15 000 F CFA.

Travail à faire : Enregistrer ces opérations dans le cahier de recettes et dépenses de Djènèba.

Corrigé

Date	Désignation	Montant des recettes F CFA	Montant des dépenses F CFA
02/08/17	Vente de sacs	85 000	
06/08/17	Achats sachets plastiques		35 000
08/08/17	Vente de paniers	50 000	
10/08/17	Achat baignoire		10 000
16/08/17	Vente de sacs	60 000	
22/08/17	Vente de paniers	35 000	
26/08/17	Remboursement client	40 000	
30/08/17	Paiement loyer		15 000
	Total	270 000	60 000

N.B. : Pour la période du mois d'Août 2017, Djènèba a réalisé une recette totale de **270 000 F CFA** et une dépense totale de **60 000 F CFA**

3 - Cahier d'enregistrement collectif des clients (cas de vente à crédit)

Le cahier d'enregistrement collectif des clients permet d'enregistrer tous les clients sur la même fiche et chaque client est identifié par un numéro qui sera reconduit dans l'enregistrement.

a) Contenu d'un cahier d'enregistrement collectif des clients

Le cahier d'enregistrement collectif des clients contient sept (7) colonnes :

- La colonne date, dans laquelle on inscrit le jour, le mois et l'année où le crédit a été accordé ou a été payé ;
- La colonne N°, dans laquelle on inscrit le numéro du client :

- La colonne prénom, nom et numéro de téléphone des clients, dans laquelle on inscrit les noms des différents clients qui ont reçu le crédit ;
- La colonne désignation, dans laquelle on inscrit la dénomination exacte du produit vendu ;
- La colonne montant accordé, dans laquelle on inscrit le montant relatif au crédit accordé ;
- La colonne montant payé, dans laquelle on inscrit le montant relatif au paiement du crédit ;
- La colonne montant qui reste à payer, dans laquelle on inscrit le montant relatif au reste du crédit.

Dans un cahier ou dans un registre, toutes les pages se présentent de la même façon.

Date	N° Client	Prénom, nom et numéro de téléphone des clients	Désignation des produits vendus	Montant accordé	Montant payé	Montant restant à payer
Total				

Après avoir conçu la fiche clients, on peut faire l'enregistrement en respectant les règles suivantes :

- Enregistrer la date ;
- Affecter un numéro à chaque client ;
- Ecrire le nom du client ;
- préciser le nom du produit ou le service acheté par le client ;
- Enregistrer une opération ou transaction par ligne ;
- Inscrire les transactions par ordre chronologique ;
- En cas de vente à crédit, inscrire le montant dans la colonne **Montant accordé** ;
- En cas de remboursement, inscrire le montant dans la colonne **Montant payé** et retrancher ce montant dans le montant qui reste à payer puis l'inscrire dans la colonne **Montant restant à payer**.

N.B. :

Les avantages du cahier d'enregistrement collectif des clients sont entre autres :

- ✓ Possibilité d'enregistrer plusieurs clients sur la même fiche ;
- ✓ Possibilité de faire la situation de chaque client ;
- ✓ Possibilité de déterminer le total du montant de crédits accordés, le total du montant de crédits payés et le montant de crédits qui reste à payer.

b) Exemple de la tenue d'un cahier d'enregistrement collectif des clients

La coopérative d'exploitation de déchets solides « Siguida sanuya »

Transactions :

- Le 05 Avril 2017 : elle a vendu à crédit à la Coopérative maraichère « Nako nyuman » 50 kg de fumiers organiques à 25 000 FCFA.
- Le 06 Avril 2017 : elle a vendu à crédit à Seydou Traore 100 kg de fumiers organiques de 50 000 FCFA.
- Le 12 Avril 2017 : elle a reçu un paiement de 15 000 FCFA de la part de la Coopérative « Nako nyuman »
- Le 15 Avril 2017 : elle a vendu à crédit à Seydou Traore 20 kg de fumiers organiques pour un montant de 10 000 FCFA.
- Le 16 Avril 2017 : Seydou traore verse à la coopérative la somme de 40 000 FCFA.
- Le 18 Avril 2017 : elle a vendu à crédit à Oumar Konate 40 kg de fumiers organique pour un montant de 20 000 F CFA.
- Le 20 Avril 2017 : elle a vendu à crédit à Oumar Konaté 10 kg de fumiers organiques pour un montant de 5 000 FCFA.
- Le 21 Avril 2017 : elle a reçu de la part de la Coopérative de la coopérative « Nako nyuman » un paiement de 10 000 F CFA
- Le 23 Avril 2017 : elle a reçu un paiement de 15 000 FCFA de la part de Seydou Traore.
- Le 26 Avril 2017 : elle a reçu un paiement de 21 000 F CFA de la part de Oumar Konaté.

Travail à faire :

Enregistrer ces opérations dans le cahier d'enregistrement collectif des clients de la coopérative « Siguida sanuya »

Corrigé

Liste des clients

- Coopérative « Nako nyuman », client N° 01
- Seydou Traore, client N° 02,
- Oumar Konaté, client N° 03

Date	N° Client	Prénom nom et numéro de téléphone des clients	Désignation (produits vendus ou remboursement)	Montant accordé	Montant payé	Montant qui reste à payer
05/04/17	01	Coopérative Nako nyuman	50 sacs	25 000		25 000
06/04/17	02	Seydou Traore	100 sacs	50 000		50 000
12/04/17	01	Coopérative Nako nyuman	Paiement		15 000	10 000
15/04/17	02	Seydou Traore	20 sacs	10 000		60 000
16/04/17	02	Seydou Traore	Paiement		40 000	20 000
18/04/17	03	Oumar Konate	40 sacs	20 000		20 000
20/04/17	03	Oumar Konate	10 sacs	5 000		25 000
21/04/17	01	Coopérative Nako nyuman	Paiement		10 000	0
23/04/17	02	Seydou Traore	Paiement		15 000	5 000
26/04/17	03	Oumar Konate	Paiement		21 000	4 000
Total				110 000	101 000	

A la date du 26 Avril 2017, la coopérative « Siguida sanuya » :

- A accordé à ses clients un crédit d'un montant total de 110 000 F CFA ;
- A reçu de ses clients un remboursement de crédit d'un montant total de 101 000 F CFA ;
- Attend de ses clients la somme de 9 000 F CFA, soit 110 000 – 101 000, le reste à payer de Seydou (5 000) plus le reste à payer par Oumar (4 000).

Situation des clients envers la coopérative « Siguida sanuya »

- La coopérative Nako nyuman ne doit rien à la coopérative « Siguida sanuya » ;
- Seydou Traore doit 5 000 F CFA à la coopérative « Siguida sanuya » ;
- Oumar Konate doit 4 000 F CFA à la coopérative « Siguida sanuya ».

Séance 3 : Quelques pièces justificatives

Les pièces justificatives sont assez importantes dans le cadre de la gestion de l'entreprise car elles constituent une preuve pour toute activité menée par l'entreprise.

- ✓ Lorsque l'entreprise achète des matières premières ou des produits finis, le fournisseur doit fournir un document ou pièce qui justifie l'achat ;
- ✓ Lorsque l'entreprise vend ses produits à un client, elle doit fournir un document ou pièce qui justifie la vente au client ;
- ✓ Etc...

Nous nous intéresserons à deux sortes de pièces justificatives, notamment :

- Le reçu ;
- La facture.

a) - Reçu

Le reçu est une pièce qui justifie l'encaissement d'une somme suite à une transaction.

Le reçu peut se présenter sous deux formes :

- Avec souche ;
- En deux exemplaires.

Il faut délivrer un reçu pour de l'argent perçu d'une opération commerciale

✓ **Eléments qui doivent figurer sur un reçu :**


Un reçu doit comporter :

- Le numéro du reçu ;
- Le montant chiffré (deux traits avant et après la somme pour éviter tout rajout éventuel de chiffres) ;
- Le nom de la personne qui vous remet l'argent et le motif de l'opération ;
- Le montant en lettre ;
- La date de remise de la somme ;
- La signature de la personne qui délivre le reçu.

Exemple de reçu (avec souche) :

Le 06 Avril 2017, la coopérative « Siguida sanuya » a vendu à Monsieur Seydou Traore 100 kg de fumiers organiques pour un montant total de 50 000 FCFA.

Pour matérialiser cette opération, la coopérative « Siguida sanuya » a délivré le reçu suivant au client Seydou Traore.

B.P. F /_50 000_ RECU DE la coopérative « Siguida sanuya » Date :.....06/04/17 Motif :...Achat 100 kg fumiers organiques N° 01	B.P.F : = 50 000 = RECU DE la coopérative « Siguida sanuya » La somme de : CINQUANTE MILLE FCFA pour achat de 100 kg de fumiers organiques. Bamako, le 06 avril 2017. Signature et cachet  N°01
---	---

↑
Souche à garder

↑
A délivrer au client

b)- Facture :

La facture fournit les détails des produits et le montant à payer, elle donne des informations sur :

- Les produits payés ;
 - La somme à payer ;
 - La date à laquelle il faut payer ;
 - Les modalités de paiement.
-
- Si le fournisseur remet la facture au moment de la livraison des produits, cela signifie que les produits doivent être payés au comptant.
 - Si le fournisseur remet la facture après la livraison des produits, cela signifie que les produits ne doivent pas être payés immédiatement, donc l'achat est à crédit.

Exemple de facture

Voici la facture que le gestionnaire de la coopérative « Siguida sanuya » a reçue de la part de son fournisseur de matériels et équipements.

Quincaillerie de l'espoir Tél. : 24155660 Bamako			
FACTURE N° 05			
Doit : Coopérative « Siguida sanuya »		Bamako, le 21 janvier 2017	
Quantité	Désignation	Prix Unitaire	Montant
02	Semences d'oignons	2 500	5 000
05	Semences de tomates	3 000	15 000
01	Motopompe	570 000	570 000
04	Arrosoirs	7 500	30 000
	Total	-	620 000

Arrêtée la présente facture à la somme de SIX CENT VINGT MILLE FRANCS CFA

Pour acquit

Le fournisseur


Signature

N.B. : Pour prouver que la facture a été payée, le fournisseur acquitte la facture (signature en bas de l'indication pour acquit).

Séance 4 : Quelques conseils pratiques par rapport à la vente à crédit et la gestion d'entreprise

Le crédit consiste à céder son produit ou service sans paiement immédiat, autrement le paiement se fait ultérieurement (jour, semaine, mois,...).

Au cours de la gestion d'une entreprise, il arrive le plus souvent que l'entrepreneur soit amené à accorder du crédit à ses clients.

La vente à crédit et l'achat à crédit font partie des règles de toute activité économique. Toutefois, la vente à crédit doit être contrôlée pour éviter d'être en cours de liquidité (argent).

a) Les avantages de la vente à crédit

La vente à crédit permet de :

- Vendre à un plus grand nombre de clients ;
- Vendre à un prix plus élevé ;
- Obtenir un bénéfice plus élevé lorsque tous les clients à qui on accorde le crédit remboursent leurs dettes.

b) Les inconvénients de la vente à crédit

La vente à crédit a pour inconvénients :

- Le risque de perte en cas de non-paiement ;
- La réussite de l'entreprise est menacée si les montants des impayés sont élevés ;
- La nécessité d'un fonds de roulement plus important ;
- Le suivi régulier des clients pour percevoir les montants à recevoir ;
- L'obligation pour l'entreprise à tenir à jour un cahier des clients pour suivre le montant dû.

c) Quelques conseils pratiques par rapport au crédit

- Eviter d'accorder des crédits aux personnes à qui vous n'avez pas confiance ;
- Evitez d'accorder des crédits aux nouveaux clients ;
- Déterminer une échéance précise (plus courte) pour les remboursements ;
- Tenir à jour le montant à recevoir de chaque client ;
- Suivre régulièrement le client et le rappeler de temps en temps.
- Evitez des ventes à crédit à 100% et établir au besoin un engagement de la part du client ;
- Evitez d'accepter des commandes sans avance d'au moins de 20% car le client risque de commander sans revenir et aller ailleurs ;
- Etc...

La tenue régulière du cahier des clients est la meilleure façon de suivre les crédits qui sont accordés aux clients.

d) Par rapport à la gestion de l'entreprise

Nous conseillons aux entrepreneurs de :

- Choisir un site ou un emplacement accessible et propice à l'écoulement des produits ;
- Bien planifier et bien affecter les revenus en : Affaires (Jago), Dépenses (Musakaw) et Economie (Wari maralenw) ;
- Réduire le plus possible les dépenses en contrôlant particulièrement les dépenses personnelles ;
- Se fixer par exemple une somme journalière ou mensuelle à ne pas dépasser ;
- Négocier à la baisse les autres frais liés à l'activité économique ;
- Produire des produits de bonne qualité à un prix accessible ;
- Eviter de donner trop de crédit pour ne pas mettre l'entreprise en difficulté (manque de liquidité).

TROISIEME PARTIE

CREATION D'ENTREPRISE

I - NOTION DE PLAN D'AFFAIRES

La création d'entreprise est l'ensemble des démarches entreprises pour la réalisation de l'idée d'entreprise en projet d'entreprise, c'est à dire la description générale du projet et comment l'entreprise sera créée.

1 - Qu'est-ce qu'un plan d'affaires ?

Un plan d'affaires est un document qui matérialise l'idée de projet, il présente le projet et sa mise en œuvre opérationnelle.

Un plan d'affaires est un document qui fait ressortir :

- La présentation l'entrepreneur ;
- La description de l'entreprise ;
- Le marché visé ;
- Les différentes charges d'exploitation ;
- Les différents produits d'exploitation ;
- La rentabilité du projet.

Le plan d'affaires constitue un guide qui indique où aller et comment y parvenir.

2 - Quelques utilités du plan d'affaires ?

✓ Le plan d'affaires est un outil de communication et de négociation

Il permet d'informer les partenaires sur l'entreprise, ses stratégies et ses différentes étapes pour atteindre des objectifs fixés.

Le plan d'affaires bien élaboré permet au futur entrepreneur d'être mieux outillé pour défendre la viabilité de son projet auprès des partenaires potentiels (banques, caisses d'épargne et de crédits, structures d'appui et d'accompagnement).

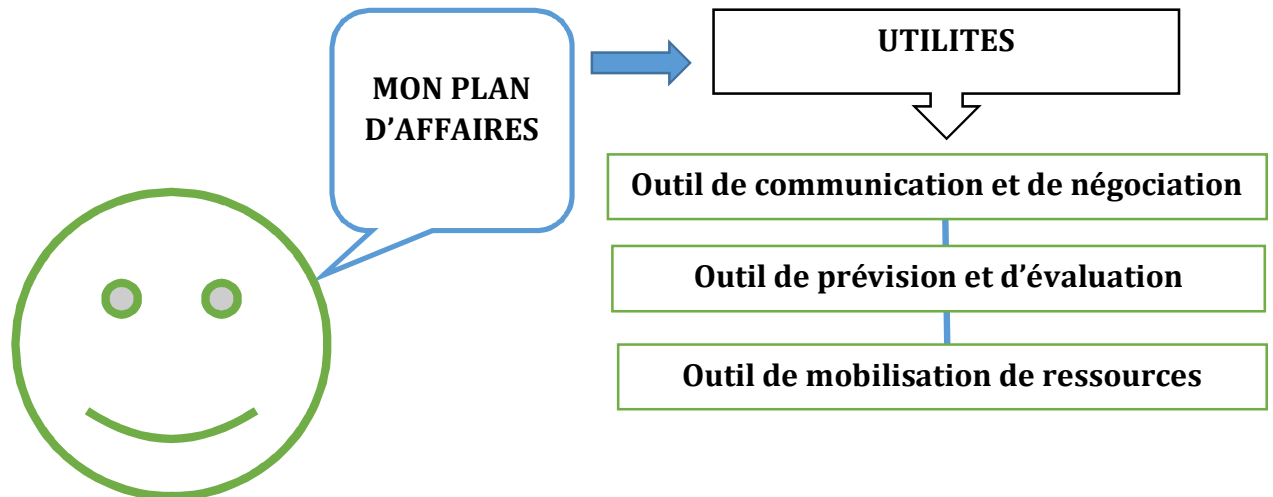
✓ Le plan d'affaires est un outil de prévision et d'évaluation

Lorsque le projet est mis en œuvre, il permet de comparer les résultats avec les prévisions et procéder aux ajustements nécessaires.

✓ Le plan d'affaire est un outil de mobilisation de ressources

Les partenaires potentiels souhaiteraient d'abord lire le contenu du plan d'affaires avant de vous rencontrer.

Au cours de la rencontre, l'entrepreneur potentiel doit présenter son projet et au besoin le défendre pour obtenir le financement.



L'entrepreneur potentiel

3 - Quelques caractéristiques du plan d'affaires ?

Le plan d'affaires peut varier selon l'idée de projet et l'objectif recherché (création, développement).

Les caractéristiques d'un plan d'affaires sont entre autres :

- Il doit être concis ;
- Il doit être clair et précis ;
- Il doit être riche en informations utiles ;
- Il doit être convaincant et réaliste.

II - CONTENU DU PLAN D'AFFAIRES

A - PRESENTATION, OBJECTIFS ET JUSTIFICATION

1 - Résumé

Il s'agit de donner les informations essentielles sur le projet, ces informations concernent :

- L'intitulé ou la dénomination du projet ;
- Le coût total du projet ;
- L'apport personnel ;
- Le financement sollicité ;
- La subvention reçue ;
- Le nombre d'emplois créés.

Cette partie permet de donner une idée aux partenaires ou toutes autres personnes intéressées par le document sur le coût du projet, son plan de financement et l'emploi créé.

2 - Présentation du promoteur

Pour un individu, Il s'agit de faire la présentation de l'entrepreneur/ promoteur en déclinant sa date de naissance ou son âge, son lieu de naissance, sa localité, son niveau d'instruction et la cohérence avec le projet s'il y a lieu, son expérience, ses forces et faiblesses, les opportunités et menaces, les motivations, etc...

Pour une coopérative ou un groupement, la présentation indiquera la date de création, le nombre de membres, la localisation, l'expérience, les forces et faiblesses, opportunités et menaces, les motivations.

3 - Présentation du projet

Il s'agit de faire ressortir les aspects suivants sur le projet :

- L'inutile ou la dénomination et le domaine d'activité ;
- L'appartenance (à qui appartient le projet) ;
- Le secteur d'activité ;
- L'apport ;
- La date de création ;
- Son importance.

En plus de ces informations, décrire le processus de production du projet c'est-à-dire quelles sont les différentes étapes pour produire les produits qui seront mis à la disposition de la clientèle.

4- Objectifs et Justifications du projet

Il s'agit de définir clairement les objectifs visés par le projet, qu'est-ce qu'il entend mettre en œuvre pour atteindre les objectifs ?

Faire ressortir ensuite ce qui justifie la création du projet, est-ce pour saisir une opportunité, est-ce pour s'insérer dans la vie active, est-ce pour créer des emplois, est-ce pour satisfaire un besoin, etc...

B - ETUDE DE MARCHÉ

1- Le produit ou le service

Il s'agit de donner des informations sur les produits ou services que l'on compte mettre à la disposition des clients.

2 - Le marché cible

Par rapport au projet d'entreprise, il s'agit de faire ressortir les informations suivantes :

a) L'offre

Il s'agit de donner des informations sur les produits ou services mis à la disposition des clients par votre entreprise et les concurrents.

Les informations concernent :

- Les produits ou services proposés ;
- La qualité des produits ou services offerts ;
- Les prix appliqués.

b) La demande

Il s'agit de l'ensemble des produits ou services qui sont sollicités par les clients et les périodes de sollicitation des produits ou services.

En plus de ces informations, faire ressortir le segment de marché que l'entreprise compte satisfaire.

N° du segment de marché	Qui sont mes clients	Quels sont les besoins de mes clients	Les informations sur mes concurrents
1			
2			
3			

3 - les stratégies marketing

Il s'agit de faire ressortir les informations adéquates par rapport au 4P du marketing, notamment le produit ou le service, le prix, la place ou l'emplacement et la promotion.

DOMAINES MARKETING	CONTENU
PRODUIT	Il s'agit de faire ressortir le produit ou le service mis à la disposition du client, ses caractéristiques et ses qualités.
PRIX	Il s'agit de faire ressortir le prix du produit ou du service offert à la clientèle.
PLACE	Il s'agit de faire ressortir la place, l'emplacement ou le lieu de vente du produit ou service et de donner les raisons du choix de la place.
PROMOTION	Il s'agit de faire ressortir les différents canaux que l'entrepreneur a choisi pour faire connaître son entreprise et son produit et service.

C - ETUDE TECHNIQUE

Il s'agit de décrire tous ceux dont le projet a besoin pour se réaliser, c'est à dire les besoins en investissement et les besoins en fonds de roulement.

1 - Les éléments constitutifs du coût du projet

Le coût du projet est constitué par les éléments de l'investissement et les éléments du besoin en fonds de roulement.

a) L'investissement

Il s'agit de faire la liste des biens durables qui sont indispensables à la réalisation du projet et leurs coûts.

L'investissement comprend :

- Les charges immobilisées ;
- Les aménagements et installations ;
- Les matériels et équipements.

✓ Charges immobilisées

Il s'agit de faire ressortir les rubriques engagées pour la création de l'entreprise (frais de constitution et frais d'étude) et les coûts relatifs aux différentes rubriques.

Rubrique	Montant en F CFA
Frais de constitution	
Frais d'Etude	
Sous total A	

✓ Aménagements, installations

Il s'agit de faire ressortir les rubriques engagées pour l'aménagement du site du projet et l'installation (les améliorations locatives) et les coûts relatifs aux différentes rubriques.

N°	Rubrique	Quantité	Coût unitaire F CFA	Coût total F CFA
1				
2				
3				
4				
Sous total B				

✓ Matériels, équipements et mobiliers

Il s'agit de faire ressortir les rubriques engagées pour les matériels, les équipements et les mobiliers et leurs coûts d'acquisition.

N°	Rubrique	Quantité	Coût unitaire F CFA	Coût total F CFA
1				
2				
3				
4				
5				
Sous total C				

NB : l'ensemble des trois sous totaux A, B et C constituent l'investissement du projet

b) Besoin en fonds de roulement

Il s'agit de faire ressortir toutes les charges inhérentes au fonctionnement de l'entreprise jusqu'à la vente du premier produit ou service de l'entreprise.

La détermination de la durée est liée au cycle de production ou de commercialisation.

N°	Rubrique	Quantité	Coût unitaire F CFA	Coût total F CFA
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
TOTAL				

D - ETUDE ECONOMIQUE ET FINANCIERE

Il s'agit de faire ressortir :

- l'évaluation du coût total du projet qui est la somme de l'investissement et du besoin en fonds de roulement ;
- du plan de financement, c'est-à-dire la répartition du coût total du projet entre le partenaire et le promoteur de l'entreprise.

Dans l'étude économique, l'investissement fait ressortir par rubrique les coûts alloués aux biens durables qui sont indispensables à la réalisation du projet.

1. Evaluation du coût total du projet

Il s'agit de l'estimation du coût total du projet qui englobe le besoin en investissement et le besoin en fonds de roulement.

RUBRIQUE	MONTANT F CFA
Investissement (a)	
Besoin en fonds de roulement (b)	
COÛT TOTAL DU PROJET (a + b)	

2. Plan de financement

Il s'agit de faire ressortir la provenance des ressources pour le financement du projet

DESIGNATION	MONTANT F CFA	POURCENTAGE %
Apport personnel		
Emprunt (crédit) sollicité		
Subvention obtenue		
TOTAL		

3. Eléments du compte d'exploitation prévisionnel

a) Evaluation des produits (recettes des produits et services)

Il s'agit d'évaluer le montant des produits ou services que l'on estime avoir au cours d'une période (mois, trimestre, semestre, année).

b) Evaluation des charges

Il s'agit d'évaluer le montant des dépenses qui seront effectuées au cours d'une période (mois, trimestre, semestre, année).

Les différentes dépenses sont entre autres :

b1 - Achats de matières premières ou de produits finis

Il s'agit de l'évaluation des montants engagés pour l'achat des matières premières et des produits finis nécessaires à l'activité.

Désignation	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6

b2 - Taxe municipales

Il s'agit de l'évaluation des montants engagés pour le paiement de la taxe au cours d'une période (mois, trimestre, semestre, année).

b3 - Travaux fournitures services extérieurs (T.F.S.E.)

Il s'agit de l'évaluation des montants engagés pour le paiement du loyer et d'autres services extérieurs au cours d'une période (mois, trimestre, semestre, année).

b4 - Salaire / intéressement

Il s'agit de l'évaluation des montants engagés pour le paiement du salaire ou l'intéressement au cours d'une période (mois, trimestre, semestre, année).

b5 - Transport et déplacement

IL s'agit de l'évaluation des montants des charges liées au transport et au déplacement.

b6 - Frais financiers

Il s'agit de l'évaluation des charges liées au calcul des frais financiers et du remboursement de l'emprunt (crédit).

Pour calculer les charges, on doit se référer sur les informations suivantes :

- Montant de l'emprunt (crédit) ;
- Taux d'intérêt ;
- Durée de l'emprunt.

* Exemple de calcul des frais financiers

- Montant de l'emprunt (crédit) : 300 000 F CFA
- Taux d'intérêt : 2 % le mois
- Durée de l'emprunt : 6 mois

Durée (Mois)	Capital restant dû F CFA	Intérêt 2 % le mois (a)	Remboursement (b)	Service du crédit (a + b)
1	300 000	6 000	50 000	56 000
2	250 000	5 000	50 000	55 000
3	200 000	4 000	50 000	54 000
4	150 000	3 000	50 000	53 000
5	100 000	2 000	50 000	52 000
6	50 000	1 000	50 000	51 000
TOTAL		21 000	300 000	321 000

b7 - Dotations aux amortissements

Il s'agit de l'évaluation des charges liées à l'utilisation des matériels et des équipements. Pour calculer l'amortissement, on doit se référer sur les informations suivantes :

- Les équipements et matériels et leurs montants ;
- Taux d'amortissement de l'équipement et du matériel ou sa durée de vie.

* Exemple de calcul de l'amortissement

Désignation	Montant F CFA	Taux	Année		
			1	2	3
Motopompe	270 000	30 %	81 000	81 000	81 000
Arrosoirs	30 000	50 %	15 000	15 000	-
Brouette	36 000	50 %	18 000	18 000	-
Total amortissem.	336 000	-	114 000	114 000	81 000

b8 - Autres charges

Il s'agit de l'évaluation des autres charges liées au fonctionnement de l'entreprise qui ne sont pas citées.

4 - Compte d'exploitation prévisionnel

Il s'agit de faire le récapitulatif des produits et des charges pour tirer le résultat par période (mois, trimestre, semestre, année).

Désignation	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5	Mois 6
Ventes de produits						
Autres revenus						
Total des produits (a)						
Achat de matières premières						
Salaire						
Transport et déplacement						
Taxe municipale						
Frais financiers						
Amortissement						
Total charges (b)						
Résultat (a - b)						

N.B. :

La différence entre les produits et les charges donne le résultat réalisé par l'entreprise, ce résultat peut être positif (bénéfice), négatif (perte) ou nul (ni bénéfice ni perte).

E - BILAN

Il s'agit de faire ressortir les biens détenus par l'entreprise et le financement obtenu par l'entreprise, c'est-à-dire le patrimoine physique, les capitaux propres et les dettes de l'entreprise.

Le bilan est un outil financier qui représente l'image de l'entreprise à une période donnée.

Le bilan est un tableau en deux parties dont :

- ✓ La partie de gauche est appelée ACTIF, c'est l'ensemble des biens détenus par l'entreprise ;
- ✓ La partie de droite est appelée PASSIF, c'est la somme des dettes de l'entreprise envers la banque, les caisses d'épargne et de crédits.

a) Contenu d'un bilan

ACTIF (biens de l'entreprise)	PASSIF (financements de l'entreprise)
1 - LES BIENS DURABLES (appelés immobilisations) <ul style="list-style-type: none">▪ C'est l'ensemble des biens que l'on peut utiliser pendant plusieurs années.▪ Exemple : motopompe, brouette, arrosoirs, moto, automobile,..	L'ENTREPRISE EST FINANCEE PAR LES MOYENS SUIVANTS : <ul style="list-style-type: none">✓ Les investissements propres (propriétaire, associé,..) ;✓ Les dons ou les subventions ;✓ Les prêts obtenus auprès des institutions financières (banque, caisse d'épargne et de crédits,...), des parents, des amis,...
2 - LES STOCKS <ul style="list-style-type: none">▪ C'est la quantité de biens qui sont vendus, transformés ou utilisés dans les activités de l'entreprise▪ Exemple : marchandises, matières premières, etc..	
3 - LES SOMMES DUS PAR LES TIERS (valeurs réalisables) <ul style="list-style-type: none">▪ C'est l'ensemble des sommes que les clients doivent à l'entreprise▪ C'est aussi les sommes d'argent que l'entreprise a prêté aux parents, amis, partenaires,..	
4 - L'ARGENT LIQUIDES (valeurs disponibles) <ul style="list-style-type: none">▪ C'est l'ensemble des sommes dont dispose l'entreprise dans son compte en banque ou en caisse d'épargne et de crédits	

b) Exemple de bilan

La coopérative de gestion de déchets solides « Siguida sanuya » à l'ouverture de ses activités a réalisé les dépenses suivantes :

- Construction d'un hangar de stockage des déchets solides pour un montant de 100 000 F CFA ;
- Achat de deux tamis pour un montant de 25 000 F CFA ;
- Achat d'une brouette pour un montant de 35 000 F CFA ;
- Achat des sacs pour un montant de 50 000 F CFA ;
- Achat d'une bascule pour un montant de 95 000 F CFA.

La coopérative a contribué pour 50 000 F CFA comme apport personnel et a reçu 250 000 F CFA de subvention de la part d'un partenaire.

Travail à faire : Etablir le bilan d'ouverture de la coopérative « Siguida sanuya »

Corrigé

BILAN d'ouverture			
ACTIFS (biens de l'entreprise)	MONTANT F CFA	PASSIF (moyen de financement de l'entreprise)	MONTANT F CFA
Hangar	100 000	Apport personnel	50 000
Tamis	25 000	Subvention	250 000
Brouette	35 000		
Sacs vides	50 000		
Bascule	95000		
TOTAL	300 000	TOTAL	300 000

F - PLAN DE TRESORERIE

Il s'agit de faire ressortir les entrées d'argent et les sorties d'argent de l'entreprise sur une période donnée (mois, trimestre, semestre, année).

Le plan de trésorerie permet de savoir la liquidité disponible et de prendre des décisions face à une éventuelle dépense.

a) Contenu d'un plan de trésorerie

PLAN DE TRESORERIE				
Rubriques	Mois			
	1	2	3	4
1. Argent disponible en début de mois				
2. Argent provenant des ventes				
3. Autres rentrées d'argent				
4. TOTAL DES ENTREES				
5. Charges du personnel				
6. Charges d'exploitation				
7. Montant des dépenses pour investissements en équipement.				
8. Autres sorties d'argent				
9. TOTAL DES DEPENSES				
10. ARGENT DISPONIBLE EN FIN DE MOIS				

b) Exemple d'un plan de trésorerie

Les jeunes de la localité de « Diamsaye » lors de la création de la coopérative de gestion de déchets solides « Siguida sanuya » ont évalué la trésorerie pour les quatre mois suivant :

- Ils veulent créer leur coopérative avec 300 000 F CFA ;
- Ils espèrent vendre du fumier organique à 700 000 F CFA par moi ;
- Les achats seront de 100 000 F CFA pour le premier mois et de 75 000 F CFA à chacun des trois mois suivants ;
- Le salaire / motivation seront de 75 000 F CFA par mois ;
- La promotion sera de 20 000 F CFA le premier mois et de 15 000 F CFA chacun des trois autres mois ;
- Les autres charges sont de 60 000 F CFA par mois ;
- L'achat des équipements est estimé à 255 000 F CFA le premier mois.

Travail à faire :

- 1- Etablir le plan de trésorerie de la coopérative ;
- 2- Après avoir élaboré le plan de trésorerie, répondre aux différentes questions :
 - a) Quelle est la disponibilité en début du deuxième mois ?
 - b) Quel est le montant des dépenses du troisième mois et quel est le pourcentage des dépenses par rapport aux ventes d'abord et ensuite aux entrées du même mois ?
 - c) Si l'entreprise décidait d'acheter un nouvel équipement d'un montant de 900 000 F CFA à la fin du quatrième mois, est-ce possible, justifiez votre réponse
 - d) Selon vous, quelle est l'importance du plan de trésorerie ?

Corrigé :

1 - Elaboration du plan de trésorerie

PLAN DE TRESORERIE				
Rubriques	Mois			
	1	2	3	4
1. Argent disponible en début de mois	300 000	490 000	940 000	1 390 000
2. Argent provenant des ventes	700 000	700 000	700 000	700 000
3. Autres rentrées d'argent	-	-	-	-
4.TOTAL DES ENTREES	1 000 000	1 190 000	1 640 000	2 090 000
5. Charges du personnel	75 000	75 000	75 000	75 000
6.Charges d'exploitation	120 000	115 000	115 000	115 000
7.Montant des dépenses pour investissements en équipement.	255 000	-	-	-
8.Autres dépenses	60 000	60 000	60 000	60 000
9.TOTAL DES DEPENSES	510 000	250 000	250 000	250 000
10.ARGENT DISPONIBLE EN FIN DE MOIS	490 000	940 000	1 390 000	1 840 000

2 - Réponse aux questions

- a) la disponibilité en début du deuxième mois est de 490 000 F CFA ? ;
- b) le montant des dépenses du troisième mois est 250 000 F CFA, les dépenses représentent 75 % des ventes et environ 35,71 % des entrées du mois et 15,24 % des entrées du même mois ;
- c) Si l'entreprise décidait d'acheter un nouvel équipement d'un montant de 900 000 F CFA à la fin du quatrième mois, cela est possible parce que la disponibilité est de 1 840 000 F CFA ;
- d) Le plan de trésorerie permet de planifier les mouvements d'argent en prévoyant les entrées et les sorties d'argent, de savoir la liquidité disponible, mais permet également de prendre des décisions face à une éventuelle dépense.

G - QUELQUES RATIOS

Il s'agit de faire ressortir quelques ratios pour apprécier la croissance (évolution du chiffre d'affaires : $(CA(n)-CA(n-1))/CA(n-1)$) et la rentabilité de l'entreprise (rentabilité économique : $\text{Résultat net}/\text{Total actif}$ (doit être supérieur ou égal à 15 %) et seuil de rentabilité ou point mort : $(CA \times \text{Coût fixe})/\text{Marge sur coût variable}$).

H - CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

Il s'agit de faire ressortir les informations pertinentes sur l'entrepreneur et son entreprise, ses atouts en termes de forces, son expérience et les opportunités

Rappeler les aspects saillants du projet, notamment :

- Le nombre d'emplois créés ;
- Le résultat dégagé ;
- La rentabilité ;
- L'impact du projet dans le développement de la localité.

Formuler des recommandations sur :

- La formation en gestion d'entreprise ;
- La tenue des outils de gestion ;
- La rigueur dans la gestion ;
- Le renforcement de capacités tant techniques que professionnelles de l'entrepreneur ;
- Le respect du délai de remboursement du prêt (en cas d'emprunt) ;
- Le respect des engagements pris auprès de la clientèle.

FORMALISATION D'ENTREPRISE ET NOTION DE NEGOCIATION

I - Formalisation d'une entreprise

La formalisation d'une entreprise consiste à obtenir une reconnaissance légale de l'existence de l'entreprise.

La démarche de formalisation est entreprise au niveau du guichet unique de création d'entreprises, elle a pour est missions entre autres :

- Faciliter les démarches et procédures administratives de création d'entreprises ;
- Délivrer ou faire délivrer aux investisseurs les actes administratifs nécessaires à la création d'entreprises.

La formalisation a pour avantages :

- Acquérir une existence légale et obtenir la personnalité juridique ;
- Pouvoir ouvrir un compte en banque au nom de l'entreprise ;
- Ester en justice et accomplir d'autres actes juridiques ;
- Avoir la confiance des partenaires et pouvoir nouer des partenariats féconds et transparents ;
- Pouvoir accéder à une source d'information fiable et centralisée que constitue le RCCM;
- Bénéficier des avantages prévus par le code des investissements.

II - Notion de négociation

Cas de figures

- ✓ Monsieur TRAORE veut se lancer dans l'agro business en créant son entreprise pour cela, il décide de rencontrer une banque de la place pour l'expliquer verbalement ce qu'il compte entreprendre ;
- ✓ Madame MAIGA après avoir élaboré son plan d'affaires sur la transformation agroalimentaire décide de rencontrer une banque de la place pour l'expliquer ce qu'elle compte entreprendre à l'aide de son plan d'affaires à l'appui.

Question :

Parmi les deux cas, qui aura la chance d'être écouté par la banque ? Pour quelles raisons ? Quels conseils pouvez-vous donner à une personne qui veut avoir un appui auprès d'un partenaire ou auprès d'une institution de financement ?

La négociation est une stratégie commerciale qui consiste à échanger avec un interlocuteur afin de tirer profit, ainsi la négociation peut se passer entre acheteur et vendeur (client et fournisseur), entre entrepreneur et banquier ou autres partenaires, etc...

Dans le cadre du financement de l'entreprise, la négociation entre l'entreprise et la banque ou autres partenaires (caisses d'épargne et de crédits, ONG, fournisseurs, etc...) doit être menées avec tact et souplesse.

1 - Pourquoi il est bon de négocier ?

Selon la position que l'on occupe (entrepreneur, client, fournisseur), la négociation permet de :

- Défendre son projet auprès d'un partenaire ;
- Convaincre le partenaire pour obtenir un prêt ;
- Accroître la clientèle ;
- Etc...

2 - Quels sont les aspects à prendre en compte dans la négociation ?

- Tenir compte de la réalité de l'activité avant de demander un prêt ;
- Disposer d'un « bon » plan d'affaires
- Demander un prêt en fonction de la capacité de remboursement de l'activité ;
- Avoir un apport personnel avant d'entamer les démarches de demande de prêt ;
- S'assurer que vous pouvez supporter les conditions de prêt proposées par les banques ou caisses d'épargnes et de crédits ;
- Respecter les engagements de remboursements pris avec les partenaires (banque, caisse d'épargne, ONGs,...) ;
- Avoir un bon comportement ;
- Etre crédible ;
- Etre souple ;
- S'approprier du contenu de son plan d'affaires ;
- Savoir défendre son plan d'affaires.