



République du Bénin  
Présidence de la République

# Millennium Challenge Account (MCA-BENIN)

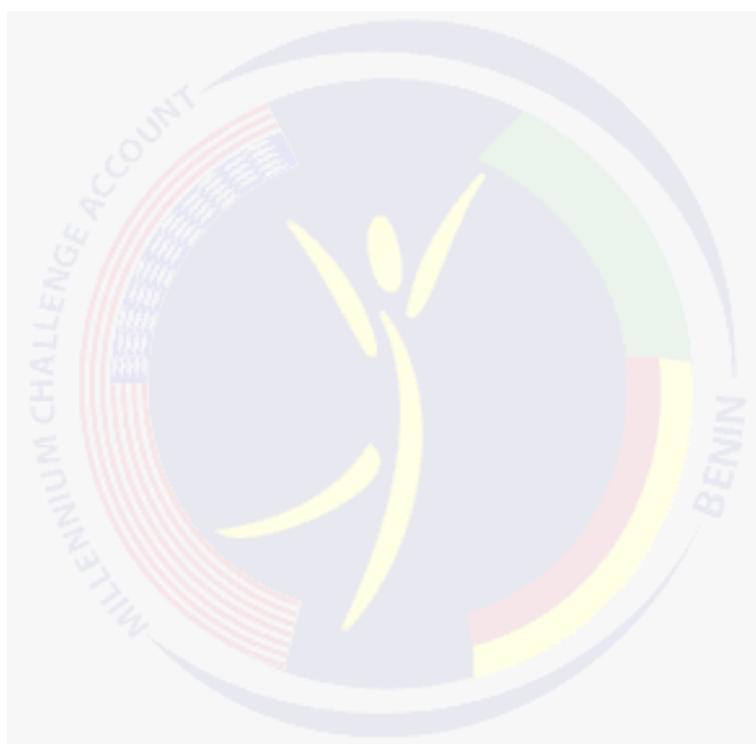
## PROJET ACCES AUX SERVICES FINANCIERS

**ETUDE SUR LES ALTERNATIVES INSTITUTIONNELLES ET TECHNOLOGIQUES  
INNOVANTES POUR SOUTENIR LA CROISSANCE ET LE DEVELOPPEMENT DURABLES  
DES MICRO, PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES (MPME) AU BENIN**

## **ETUDE SUR L'OFFRE DE SERVICES NON FINANCIERS AUX MICRO, PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES**

*Rapport final*

*Mai 2008*



## CPM

Consultant

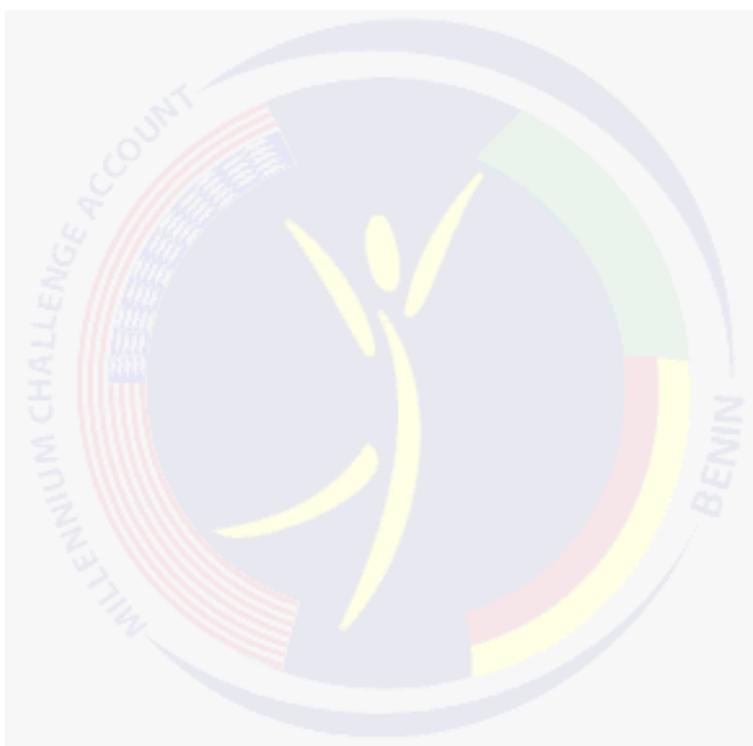
CPM – Consulting & Projektmanagement GmbH  
A-1120 Wien, Ruckergasse 10, Austria  
Téléphone : (+43.1) 817 85 19,  
Fax: (+43.1) 817 85 19  
E-mail: [office@cpm-consulting.com](mailto:office@cpm-consulting.com)  
Site : [www.cpm-consulting.com](http://www.cpm-consulting.com)

## Tables des matières

1. Introduction.....	8
2. contexte de l'étude.....	9
2.1 Demande des SNF .....	9
2.2 Consommation des SNF.....	10
2.3 Satisfaction de la demande .....	11
2.5 Offre en services non financiers .....	11
2.6 Caractérisation des fournisseurs de SNF et choix des prestataires.....	11
3. Problématique, objectifs et résultats attendus de l'enquête .....	14
3.1. Problématique de l'enquête relative à l'offre de SNF aux MPME.....	14
3.2. Objectifs et résultats attendus de l'enquête .....	14
3.2.1. Objectifs de l'enquête.....	14
3.2.1. Résultats attendus.....	16
4. Méthodologie .....	17
4.1. Champ de l'enquête .....	17
4.2. Echantillonnage .....	17
4.3 Collecte d'informations.....	20
4.4. Limitations .....	21
4. Caractérisation des fournisseurs de SNF et Profils de leurs dirigeants et clientèles.....	22
4.1. Profil des fournisseurs de SNF .....	22
4.1.1. Répartition géographique .....	22
4.1.2. Répartition par catégorie d'entreprise .....	23
4.1.3. Statut juridique.....	24
4.1.4. Nature des fournisseurs de SNF.....	25
4.1.5. Segment de marché .....	25
4.1.6. Age ou ancienneté des fournisseurs de SNF .....	27
4.1.7. Source de création des fournisseurs de SNF .....	27
4.1.8. Catégorisation des prestataires de services non financiers par secteur d'activité ..	28
4.1.8.1 Formation professionnelle et assistance technique.....	29
4.1.8.2 Services d'informations et de communication .....	30
4.1.8.3 Accès aux marchés et conseils commerciaux .....	31
4.1.8.4 Services de conseils en production et infrastructures .....	31
4.1.8.5 Approvisionnement en matières premières.....	32
4.1.8.6 Développement de produits.....	32
4.1.8.7 Mécanismes de financement alternatif .....	33
4.1.8.8 Politique et Plaidoyer.....	33
4.1.8.9 Les cinq types de prestations les plus offertes .....	34
4.1.8.10 Répartition des prestataires de SNF par catégorie d'activité .....	35
4.1.8.11 Répartition des catégories de SNF par segment de marché .....	37
4.1.10. Mode d'occupation.....	39
4.1.11. Types d'équipement .....	40
4.1.12. Mode de décision au niveau opérationnel .....	41
4.1.13. Tenue comptable .....	41
4.1.14. Dirigeants selon le genre .....	42
4.1.15. Chiffre d'affaires.....	42
4.1.16. Montant et source du capital initial.....	43
4.1.17. Investissements en équipements et immobilisations .....	44

4.1.18. Nombre d'emplois permanents et à temps partiels .....	44
4.1.19. Nombre moyen de consultants, formateurs permanents et consultants extérieurs utilisés. ....	45
4.1.20. Année d'études des formateurs permanents .....	46
4.2. Profil des dirigeants des entreprises fournisseurs de SNF au Bénin .....	47
4.2.1. Répartition par genre.....	47
4.2.2. Fonction occupée .....	47
4.2.3. Répartition par niveau d'éducation .....	48
4.2.4. Répartition par âge .....	51
4.2.5. Années d'expérience dans le secteur d'activité .....	51
4.2.6. Années d'expérience en affaires .....	54
4.3. Profil des bénéficiaires des SNF au Bénin.....	55
4.3.1. Répartition des entreprises selon le statut juridique.....	55
4.3.2. Répartition des entreprises clientes par secteur d'activité selon le genre .....	56
4.3.3. Répartition de la clientèle selon l'âge des entreprises clientes.....	56
4.4. Forces, faiblesses, menaces et opportunités vues selon les profils des fournisseurs de SNF, des dirigeants des entreprises prestataires de SNF et de leur clientèle.....	57
5. stratégies d'Offre de services non financiers au Bénin .....	62
5.1. Appui externe en marketing .....	62
5.2. Promotion interne de l'offre .....	63
5.3. Auto-évaluation de la politique de promotion.....	63
5.4. Appui externe gestion .....	64
5.5. Appartenance à une organisation professionnelle .....	64
6. Economie de l'activité des entreprises fournisseurs de snf .....	66
6.1. Economie de l'activité de SNF aux MPME.....	66
6.1.1. Part de l'activité en relation directe avec les entreprises .....	66
6.1.2. Subvention aux MPME pour bénéficiaire de SNF .....	66
6.1.3. Nombre d'entreprises en portefeuille.....	67
6.1.4. Evolution des activités de services aux entreprises .....	67
6.1.6. Pourcentage du chiffre d'affaire dans les services.....	68
6.1.7. Perception sur l'évolution de leurs activités à court et moyen terme .....	69
6.1.8. Tarif journalier par segment de marché .....	69
6.1.9. Part du temps de l'entreprise investi dans la recherche et développement et la formation professionnelle.....	70
6.1.10. Appui extérieur en matière de recherche et développement de nouveaux produits ou de formation de consultants.....	71
6.2. Subventions .....	73
6.2.1. Subventions des services d'appui .....	73
6.2.2. Pourcentage des subventions dans le chiffre d'affaire.....	73
6.3. Vision globale.....	74
6.3.1. Evolution du marché .....	74
6.3.2. Principaux freins au développement du marché.....	75
6.3.3. Types d'appui nécessaires pour une offre de qualité adaptée aux besoins des MPME.....	79
6.3.4 Répartition des besoins de renforcement au niveau staff.....	79
6.3.4. Concurrence la plus redoutée.....	80
6.3.5. Expression des besoins de formation .....	80
6.3.6. Existence et mode d'élaboration du plan de formation.....	81
6.3.7. Contraintes sur la formation et le renforcement des capacités .....	81

6.3.8. Mesures correctives sur la formation et le renforcement des capacités.....	82
6.4. Forces, faiblesses, menaces et opportunités vues selon les stratégies d'offre, l'économie de l'activité et la vision globale de l'activité .....	83
7. Recommandations POUR LE RENforcement du marche des services d'appui aux mpme..	87
7. pLAN DE RENFORCEMENT DE la CAPACITe du benin a offrir de maniere durable les services d'appui aux mpme.....	92



## **RESUME EXECUTIF**

La performance des MPME peut être entravée ou stimulée par un grand nombre de facteurs différents. Certains sont internes aux entreprises tandis que d'autres sont inhérents à l'environnement économique et social dans lequel les PME opèrent. Dans le second cas, les problèmes les plus récurrents portent sur l'accès aux services financiers et non financiers nécessaires à l'expansion de leurs activités et à l'accroissement des revenus qu'elles versent dans le processus de création et de répartition de la richesse nationale.

Ainsi, pour accompagner le développement durable des MPME, des alternatives institutionnelles et technologiques novatrices sont nécessaires. C'est dans cette dynamique que s'inscrit cette étude orientée sur l'analyse de la capacité du Bénin à offrir durablement les services d'appui non financiers de qualité et adaptés aux besoins des MPME. Elle constitue une composante d'une mission plus globale qui informe sur les alternatives institutionnelles et technologiques nécessaires au soutien de la croissance et du développement durables des MPME

Les objectifs de l'étude sont :

- Faire une analyse diagnostique (forces, faiblesses, opportunités et menaces) de la capacité des prestataires de SNF au Bénin à satisfaire les demandes effectives et potentielles en services techniques d'appui aux MPME ;
- Identifier par déduction logique des besoins en renforcement de la capacité nationale à satisfaire ces besoins en SNF d'appui aux MPME ;
- Proposer un plan d'actions pour renforcer la capacité du Bénin à offrir de manière durable ces services techniques d'appui aux MPME ; et enfin,
- Construire une base de données sur les prestataires de services techniques d'appui aux MPME.

A cet effet, une enquête sur l'offre de services non financiers aux MPME a été réalisée et a couvert essentiellement dans sept (7) villes du Bénin. L'échantillon des fournisseurs de SNF est obtenu par stratification selon la branche d'activité ou service fourni à partir de la base de sondage constituée à partir de la base SATUNE de l'Institut National de la Statistique et de l'Analyse Economique (INSAE) qui constitue la seule source officielle fournissant les informations génériques en particulier sur les prestataires de services non financiers, et en général sur les MPME au Bénin. Pour raison de conformité, d'harmonisation et d'opérationnalisation, la catégorisation des prestataires de SNF s'est inspirée de celle proposée par les études ayant porté sur la demande des MPME en SF et SNF (DID, 2007), sur le marché des services financiers et non financiers pour les TPE /MPE (Cabinet Pierre et JEXCO, 2004). En dehors des prestataires

traditionnels de services non financiers répertoriés dans la base de sondage, l'échantillon global des prestataires de services non financiers aux MPME a été élargi aux prestataires exerçant dans l'informel et aux institutions de microfinance, aux organisations agricoles ou rurales qui fournissent ce genre de services à leurs membres qu'ils soient du formel ou non. En outre, une attention particulière a été portée à la demande du MCA sur les centres de recherche afin de capter les services de recherche. La taille de l'échantillon des unités enquêtées est de 650.

En ce qui concerne la catégorisation des services d'appui offerts aux MPME, l'étude a permis de montrer que l'offre de services non financiers aux MPME est dominée au Bénin aussi bien dans le secteur formel que l'informel par la catégorie *formation professionnelle et assistance technique* dont les services sont les plus consommés par les MPME comme le montrent les conclusions de l'étude sur la demande des MPME en services non financiers (DDI, 2007). A cette prestation s'ajoutent en priorité, les services de conseils en production et infrastructures, les services d'information et de communication, les services d'accès aux marchés et conseils commerciaux dont l'importance varie selon les secteurs d'activité. En dernière position, on retrouve les services relatifs aux mécanismes de financement alternatif qui sont totalement absents du secteur informel.

Quant aux forces, opportunités, faiblesses et menaces identifiées, elles concernent d'une part le profil des fournisseurs de SNF et d'autre part les stratégies d'offre, l'économie et la vision globale de l'activité.

Par rapport au profil des fournisseurs de SNF, des dirigeants des entreprises prestataires et de leur clientèle, les forces et opportunités se présentent notamment en termes (i) d'offre diversifiée et en adéquation avec la demande des SNF, (ii) de qualité et de durabilité de l'offre. En ce qui concerne les faiblesses et menaces, elles se rapportent (i) au segment du marché (non couverture du territoire national), (ii) à la taille des prestataires dominants (entreprise de petite taille), (iii) au mode d'occupation des fournisseurs et (iv) au mode de décision au niveau opérationnel. La principale menace qui apparaît est relative à la clientèle des entreprises prestataires de SNF, essentiellement constituée d'entreprises très vulnérables (micro-entreprises oeuvrant dans le secteur informel).

Par rapport aux stratégies d'offre, à l'économie de l'activité et à la vision globale de l'activité, les forces et opportunités se présentent en termes, (i) de qualité et durabilité de l'offre. Quant aux faiblesses et menaces, elles sont liées notamment (ii) au marketing peu agressif des prestataires, (iii) à l'appui insuffisant aux fournisseurs de SNF, (iv) à la réticence des prestataires à adhérer aux corporations professionnelles, (v) à la limitation de la subvention.

## **1. INTRODUCTION**

Ce rapport présente les résultats de l'enquête portant sur l'offre de services non financiers aux micro, petites et moyennes entreprises au Bénin réalisée par le cabinet CPM- Consulting & Projektmanagement GmbH pour le compte de Millenium Challenge Account (MCA) Bénin.

Les résultats de l'enquête sont présentés en termes de caractérisation des prestataires de services non financiers, de profil de leurs dirigeants et de leurs clientèles, de l'offre de services non financiers et de propositions d'amélioration suggérées par les fournisseurs de services d'appui aux MPME en vue de renforcer la capacité du Bénin à offrir des prestataires de services non financiers de qualité aux MPME.

Les recommandations et les propositions des mesures de renforcement de capacités formulées dans le rapport pour favoriser une offre durable et de qualité aux MPME s'appuient sur l'analyse diagnostique de la capacité du Bénin à satisfaire la demande en services techniques d'appui aux MPME et les opinions émises par les prestataires de services d'appui.

Cette analyse diagnostique a pour base, les conclusions de l'étude sur la demande des MPME en services non financiers commanditée par le MCA et réalisée par Développement International Desjardins en 2007.

## **2. CONTEXTE DE L'ETUDE**

Dans le cadre des activités du projet « Accès aux services financiers », une enquête sur la demande de services financiers et non financiers des micro, petites et moyennes entreprises du Bénin a été initiée. Elle a entre autres, exploré la demande, la consommation, la satisfaction et l'offre des services non financiers du point de vue des MPME béninoises et a permis d'avoir une meilleure connaissance du niveau d'accès des MPME aux services financiers et non financiers, des facteurs limitatifs et des principales caractéristiques de la demande des services financiers et non financiers des MPME au Bénin. Les principaux constats effectués se présentent comme suit :

### **2.1 Demande des SNF**

Les résultats relatifs à cet aspect ont fait ressortir qu'un peu moins de 60% des entreprises du formel ont exprimé avoir des besoins en SNF. Par rapport aux besoins spécifiques, 36% des enquêtés du secteur informel ont identifié la formation professionnelle comme étant le besoin prioritaire. Il en résulte que la demande en SNF est relativement faible, correspondant ainsi au peu d'importance est accordée aux problèmes d'ordre technique dans la panoplie de difficultés auxquelles les entreprises sont confrontées.

Lorsqu'on considère la catégorie des entreprises, les résultats de l'enquête montrent que les SNF demandés sont essentiellement la formation professionnelle suivie du conseil en gestion en priorité par les petites entreprises (50,5% pour la formation professionnelle et 41,4% pour le conseil de gestion). La demande des micro-entreprises pour les mêmes services est estimée respectivement à 34% et 28%), montrant ainsi l'intérêt accru des petites entreprises (par rapport aux micro-entreprises). Elle met également en exergue l'intérêt des hommes entrepreneurs (par rapport aux femmes entrepreneurs) pour les SNF. En effet, 61,5% des hommes entrepreneurs ont exprimé des besoins envers les SNF, par rapport à 53,5% de femmes, et 57,1% de micro-entreprises par rapport à 65,4% pour les petites entreprises.

Pour les catégories d'entreprises qui oeuvrent dans le formel, la motivation la plus importante pour le recours aux SNF est l'amélioration de la compétitivité de l'entreprise (53%), suivie de près par l'amélioration de l'image de l'entreprise (49%), le renforcement des capacités du personnel (48%) et la consolidation des activités de l'entreprise (44%).

Pour celles n'ayant pas fait recours aux SNF, la raison principale réside dans les charges supplémentaires que constitue cette demande pour l'entreprise (52,9%).

## 2.2 Consommation des SNF

Par rapport à la consommation effective des services les plus demandés, les résultats de l'enquête, indiquent qu'elle est très faible. De façon générale, le service le plus populaire à savoir le conseil en gestion n'a été consommé que par 7,7% des 3036 MPME enquêtées. Il est suivi de près par la formation professionnelle avec un taux de consommation de 7,6%. Les autres services affichent un très faible taux de consommation.

Cette faiblesse de la consommation des SNF est plus frappante dans le secteur formel comparé au secteur informel. En effet, le taux de consommation de la formation professionnelle est de 7,3% pour le secteur formel contre 8% pour le secteur informel. Celui relatif au conseil en gestion est 10,4% pour le secteur informel contre 6,2% pour le secteur formel.

Trois raisons fondamentales semblent expliquer cette situation. D'abord, la méconnaissance presque généralisée de l'offre en SNF qui se traduit par le manque d'information concernant les structures qui offrent des SNF, surtout par les entreprises du secteur informel, au point où les quelques rares entreprises qui en ont bénéficié ne se rappellent pas les noms des structures qui les ont offerts. Ensuite, la faiblesse et la limitation de l'offre. Si l'existence de cette dernière ne fait l'objet d'aucun doute, elle reste globalement limitée en ce sens que tout le territoire n'est pas couvert, en particulier les localités du Nord. Enfin, l'inadéquation entre les coûts des prestations offerts et la capacité financière des bénéficiaires. Il ressort nettement que la demande potentielle en SNF et la consommation de ces services sont toutes deux tributaires des coûts rattachés à l'utilisation des SNF. Le facteur « coût » apparaît à la fois comme un frein à la consommation et un facteur important dans le choix d'un prestataire de service.

En outre, en tenant compte de la catégorie des entreprises, il apparaît que les grandes consommatrices de SNF sont essentiellement les petites entreprises du secteur informel.

Ces résultats suggèrent donc que le processus de tarification des prestataires de SNF et les contraintes inhérentes à une telle situation soient décryptées afin de garantir aux MPME un accès large et de qualité aux SNF pour leur émergence.

### 2.3 Satisfaction de la demande

La comparaison des résultats relatifs à la demande en SNF à la consommation de ces services, présage que la demande en SNF, bien que relativement importante est *largement insatisfaite*, tous secteurs confondus. Dans le secteur formel par exemple, le taux de satisfaction est de 13,5% pour la formation professionnelle contre 11,5% pour le conseil en gestion. Pourtant, en termes d'impact, tous les SNF ont été jugés comme ayant un impact positif sur les entreprises du secteur formel que ceux du secteur informel. Ceci qui un problème important quant à la qualité de l'offre et l'adéquation entre l'offre et la demande en SNF.

### 2.5 Offre en services non financiers

Par rapport à cette dimension, les informations recueillies, indiquent une méconnaissance presque généralisée de l'offre en SNF offerts aux entreprises. Bien que les institutions qui peuvent offrir ces services existent, elles sont en nombre limité (presque inexistante dans le nord) ou réduit avec des coûts de prestations qui ne sont pas à la mesure de la capacité financière des MPME. C'est surtout cette dernière contrainte qui oblige les entreprises à accorder une attention moindre aux services offerts par les prestataires de SNF et par conséquent à détenir peu d'informations sur ces structures.

De façon générale, il ressort prioritairement des résultats de l'enquête sur les demandes de services financiers et non financiers aux MPME, en ce qui concerne les besoins et la consommation des services non financiers, que *le coût des prestations* est le facteur déterminant dans la demande mitigée en SNF, la faible consommation de leurs services, la qualité des prestations et le manque d'intérêt des prestataires à promouvoir leurs services.

Face à cette contrainte, *l'injection de fonds supplémentaires sous formes de subventions intégrées* dans des programmes de partage des coûts est suggérée comme l'un des moyens pour favoriser des améliorations significatives à grande échelle.

### 2.6 Caractérisation des fournisseurs de SNF et choix des prestataires

Les résultats de l'enquête ont montré que la grande majorité des SNF consommés par les enquêtés, tant du secteur formel que du secteur informel, a été dispensée par des organisations gouvernementales ou non gouvernementales, des projets ou institutions et par le secteur privé.

Les principales raisons évoquées par les entreprises du formel pour choisir un prestataire de service confirment la sensibilité des entreprises au coût des prestations : la gratuité ou faible coût apparaît dans 42% des cas comme le facteur déterminant dans le choix d'un prestataire. Les raisons évoquées par les répondants du secteur informel font un nouvel élément : l'obligation imposée par certaines des IMF de recourir à des SNF pour bénéficier d'un crédit. En effet, 45% des répondants ont utilisé un prestataire de SNF en raison des exigences imposées par les IMF. Le facteur « coût » suit avec 24% des raisons évoquées.

Sur la base de ces conclusions, l'étude réalisée par Développement International Desjardins (2007), recommande de mener les actions ci-après :

- L'encouragement de la création de joint-ventures ou de consortia entre, d'une part, associations d'artisans, regroupements d'agriculteurs, etc., et, d'autre part, bureaux d'études, organismes de formation, CCIB, fournisseurs de SNF, etc. afin de promouvoir le développement d'une offre adaptée aux besoins des MPME. Aussi, recommande-t-elle le développement et le déploiement de l'offre par le biais de subventions.
- L'amélioration de l'offre de SNF aux MPME par le renforcement des organismes oeuvrant déjà dans le domaine : bureaux d'études, organismes d'appui aux MPME, fournisseurs de SNF, services paragouvernementaux.

Mais il convient de noter que les problèmes inhérents à l'offre des SNF ne sont pour autant nouveaux. En 2004, une étude sur le marché de services financiers et non financiers pour les TPE/PME a été réalisée par le Cabinet Pierre et JEXCO, 2004. Cette étude a révélé la méconnaissance presque généralisée de l'offre en SNF offerts aux entreprises et le coût élevé des services d'appui offerts aux MPME comme étant les causes de la faible consommation des SNF.

En particulier, cette étude a souligné le manque de structuration professionnelle des prestataires de service d'appui. En effet, ce secteur ne semble pas se donner les moyens collectifs et reçoit peu d'appui pour se faire connaître auprès des entreprises et des autorités, assurer le perfectionnement de ses méthodes et compétences, garantir la qualité des services, mutualiser certains services d'information de la profession etc.. Aujourd'hui, le manque de synergie entre les acteurs du marché de fournitures de SNF, reconnu par eux-mêmes n'est pas de nature à faciliter la pérennité des actions.

Il est donc impératif d'approfondir les diagnostics (forces, faiblesses, opportunités et menaces) des prestataires de SNF au Bénin par la réalisation d'une étude à grande échelle sur l'offre de SNF du point de vue de sa typologie, de la qualité de l'offre de SNF au regard de la demande d'une part, et la durabilité de l'offre de SNF de qualité au profit des MPME au Bénin.

C'est dans cette perspective que le MCA dans le cadre de son projet « Accès aux services financiers » se propose d'apprécier la capacité du Bénin à offrir durablement les services d'appui non financiers de qualité aux MPME.

**Encadré 1 : Quelques recommandes de sur le marché de services financiers et non financiers pour les TPE/PME en 2004**

- Recenser de façon systématique toutes les structures prestataires des services d'appui aux TPE/PME.
- Faire une typologie des structures prestataires de service d'appui en fonction des spécialités et des domaines d'appui.
- Opérer un choix raisonné des structures prestataires des services d'appui au niveau desquels seront réalisées des investigations plus approfondies ayant trait aux aspects tels que la gestion administrative, la gestion comptable et financière, l'évaluation des prestations offertes aux entreprises, la gestion des ressources humaines, etc.)
- Ces informations une fois recueillies permettront de mettre en évidence les forces et les faiblesses des prestataires de services d'appui dans différents domaines d'activités. L'analyse de leurs faiblesses permettra d'élaborer des programmes d'accompagnement et de renforcement de leur capacité. L'organisation et la structuration des offres des structures prestataires de service d'appui contribueraient à rendre le marché plus transparent.
- Des programmes d'accompagnement et de renforcement des capacités des structures prestataires de services d'appui devraient cibler prioritairement les structures privées dans une logique de pérennisation de leurs offres sur le marché de prestation de service.
- Plus particulièrement, les bailleurs de fonds et donateurs devront mettre en oeuvre des initiatives pour :
  - sensibiliser les entreprises sur l'intérêt qu'elles ont à faire appel aux SNF en renforçant les canaux d'information ;
  - inciter les entreprises à recourir aux SNF en leur proposant, à travers de programmes subventionnés, des diagnostics de très courte durée, gratuits ou à coût partagé, organisés par l'intermédiaire de leurs organisations professionnelles, des ONG, les pouvoirs publics concernés ou les institutions financières intéressées ;
  - assainir la profession et l'image des SNF en encourageant les bailleurs et ONG à appuyer les consultants et bureaux d'étude privés de haut niveau professionnel plutôt que de créer des structures nouvelles (souvent temporaires) employant des agents peu compétents et subventionnant leurs interventions, faussant ainsi le jeu de la libre concurrence et portant atteinte à l'image de la profession ;
  - encourager la formation de structures regroupant des consultants professionnels, formés et reconnus. Il s'agit moins de créer des associations, ordres ou chambres syndicales que des structures commerciales compétitives et durables, pouvant s'associer avec des correspondants étrangers et postuler pour des marchés ou mandats financés par des bailleurs étrangers, services publics.

### **3. PROBLEMATIQUE, OBJECTIFS ET RESULTATS ATTENDUS DE L'ENQUETE**

#### **3.1. Problématique de l'enquête relative à l'offre de SNF aux MPME**

La performance des MPME peut être entravée ou stimulée par un grand nombre de facteurs différents. Certains sont internes aux entreprises tandis que d'autres sont inhérents à l'environnement économique et social dans lequel les PME opèrent. Dans le second cas, les problèmes les plus récurrents portent sur l'accès aux services financiers et non financiers nécessaires à l'expansion de leurs activités et à l'accroissement des revenus qu'elles versent dans le processus de création et de répartition de la richesse nationale.

Ainsi, pour accompagner le développement durable des MPME, des alternatives institutionnelles et technologiques novatrices sont nécessaires. C'est dans cette dynamique que s'inscrit cette enquête orientée sur l'analyse de la capacité du Bénin à offrir durablement les services d'appui non financiers de qualité et adaptés aux besoins des MPME. Ceci est d'autant plus nécessaire que le profil du risque (donc le taux du risque dans le coût du crédit) d'une MPME est étroitement lié à la qualité de son organisation et à son management.

Elle permettra aux différents acteurs des marchés de services non financiers, à savoir les entreprises (consommatrices des SNF), les prestataires ou fournisseurs de services aux entreprises, les facilitateurs, les bailleurs de fonds et le gouvernement, de disposer des informations objectives et crédibles sur les potentialités réelles en SNF, les besoins en investissements humains, matériels, financiers ou organisationnels nécessaires à l'offre durable de services non financiers de qualité adaptée aux MPME. Elle orientera également sur la formulation des propositions conséquentes de stratégies d'offre des SNF aux MPME pour asseoir un climat des affaires propices à l'expansion des MPME au Bénin.

#### **3.2. Objectifs et résultats attendus de l'enquête**

##### **3.2.1. Objectifs de l'enquête**

Les prestataires ou fournisseurs de services non financiers qui délivrent directement ces services aux micro, petites et moyennes entreprises constituent la cible de cette enquête. Il s'agit notamment des cabinets de consultants, d'avocats, d'experts comptables, les ONG, les Services

Publics et parapublics d'aide aux MPME, les Associations Professionnelles d'Entrepreneurs et d'Artisans, les Projets, les Organisations Nationales, Bilatérales et Multilatérales d'aide aux MPME, la Chambre de Commerce et d'Industrie du Bénin, le RAMPE, le CEPEPE, l'ANPE, etc...

De façon globale, les services non financiers comprennent l'ensemble des services offerts aux entrepreneurs pour les assister à surmonter certains obstacles afin d'assurer la prospérité de leurs affaires. Ils peuvent être fournis de manière formelle ou informelle. Toutefois, cette définition des services non financiers peut varier selon les parties en interaction. En effet, du côté du prestataire de services non financiers, ils peuvent être définis comme les produits ou services qu'il propose aux entrepreneurs (formation, conseil, information, liens commerciaux, développement de technologies, etc.). Du côté de l'utilisateur (entreprises consommatrices de services non financiers) de services non financiers, ils peuvent être définis davantage par les bénéfices qu'ils lui apporteront dans la gestion de son activité (réduction des coûts fixes, fourniture d'information sur les marchés, appui à la gestion financière).

Cette enquête est donc orientée du côté des prestataires de services non financiers et ceci par rapport aux produits ou services proposés qu'ils offrent aux MPME.

Il s'agira de faire globalement<sup>1</sup> à travers cette enquête de :

- Faire une analyse diagnostique (forces, faiblesses, opportunités et menaces) de la capacité des prestataires de SNF au Bénin à satisfaire les demandes effectives et potentielles en services techniques d'appui aux MPME ;
- Identifier par déduction logique des besoins en renforcement de la capacité nationale à satisfaire ces besoins en SNF d'appui aux MPME ;
- Proposer un plan d'actions pour renforcer la capacité du Bénin à offrir de manière durable ces services techniques d'appui aux MPME ; et enfin,

<sup>1</sup> Une attention particulière a été accordée au genre dans l'analyse de tous ces aspects (besoins et actions à l'endroit des MPME dirigées par les femmes).

- Construire une base de données sur les prestataires de services techniques d'appui aux MPME.

### 3.2.1. Résultats attendus

Les résultats suivants sont attendus de l'enquête :

- les principales caractéristiques de l'offre de services non financiers aux MPME au Bénin sont connues ;
- les besoins en renforcement de capacité nationale des prestataires de SNF sont identifiés ;
- les propositions de plan d'actions pour le renforcement de la capacité du Bénin à offrir de manière durable les services techniques d'appui aux MPME effectuées ; et
- une base de données sur les prestataires de services techniques d'appui aux MPME.



## **4. METHODOLOGIE**

### **4.1. Champ de l'enquête**

L'enquête sur l'offre de services non financiers aux MPME s'est déroulée essentiellement dans sept (7) villes<sup>2</sup> du Bénin. En effet, une analyse préliminaire de la répartition géographique des prestataires de SNF à partir de la base de sondage constituée à partir de la base SATUNE<sup>3</sup> de l'Institut National de la Statistique et de l'Analyse Economique (INSAE) qui constitue la seule source officielle fournissant les informations génériques en particulier sur les prestataires de non financiers, et en général sur les MPME au Bénin. Cette base de sondage a révélé que seulement 37 des 77 communes, soit 48% des communes abritent d'entreprises fournisseurs de SNF. Elle confirme ainsi la concentration des fournisseurs de SNF dans les zones urbaines. En effet, plus de 98% des prestataires de SNF tous secteurs confondus, opère en zone urbaine (70,2% à Cotonou, 5,99% à Porto-Novo, 3,82 à Parakou, soit 80,1% pour les communes à statut particulier. A ces trois communes, s'ajoute celle d'Abomey-Calavi, avec 10,55% des prestataires de SNF. Bohicon, Abomey et Lokossa viennent respectivement avec une part de 1,97%, 0,86% et 0,82%.

### **4.2. Echantillonnage**

L'échantillon des fournisseurs de SNF est obtenu par stratification selon la branche d'activité ou service fourni<sup>4</sup> à partir de la base de sondage constituée. Pour raison de conformité, d'harmonisation et d'opérationnalisation<sup>5</sup>, la catégorisation des prestataires de SNF s'est inspirée de celle proposée par les études ayant porté sur la demande des MPME en SF et SNF (DID, 2007), sur le marché des services financiers et non financiers pour les TPE /PME<sup>6</sup> (Cabinet Pierre et JEXCO, 2004).

<sup>2</sup> Cotonou, Porto-Novo, Abomey-Calavi, Parakou, Lokossa, Abomey, Bohicon.

<sup>3</sup> Régistre d'inscription des entreprises

<sup>4</sup> Le nombre d'employé ou le chiffre d'affaires paraissent aussi pertinents pour la stratification parce qu'ils constituent une mesure de la taille des prestataires qui est probablement liée à leur capacité d'offre de services non financiers ; malheureusement ces informations ne sont pas renseignées pour tous les prestataires de SNF.

<sup>5</sup> Les deux études ont distingué chacune 9 catégories de prestataires qui se recoupent à 90%. On suppose qu'un champ plus restreint présente un avantage certain sur le plan opérationnel.

<sup>6</sup> TPE : Très Petite Entreprise ; PME : Petite et Moyenne Entreprise.

Ainsi, on distingue huit (8) catégories de SNF qui se présentent comme indiqué :

### **1- Formation professionnelle et assistance technique**

- Coaching
- Etude de faisabilité et plan d'affaire
- Entrepreneuriat et création d'entreprise, montage de dossier de financement
- Visites d'échanges et d'affaires
- Formation en gestion, comptabilité
- Conseils en gestion des ressources humaines
- Services juridiques
- Formation technique ponctuelle
- Conseils financiers et fiscaux
- Comptabilité, audits comptables et financiers
- Pré-diagnostic et diagnostic d'entreprises
- Montage de dossiers d'exonération, d'agrément.

### **2- Service d'information et de communication**

- Services de télécommunication externes et bureautiques
- Recherche documentaire en bibliothèque et sur internet
- Orientation vers les prestataires spécialisés
- Informations sur foires et manifestations commerciales
- Mise à disposition de guides pratiques adaptés
- Question-réponse sur mesure
- Réunions et journées d'information et d'échanges
- Publicité, support d'identité et promotion
- Création de site web.

### **3- Accès aux marchés et conseils commerciaux**

- Marketing
- Etudes de marché
- Informations sur les marchés
- Appui à la prospection des foires, salons
- Voyages, tourisms d'affaire et autres rencontres
- Exposition, présentation, promotion des produits, développement d'échantillons pour les prospects
- Développement des espaces commerciaux, salles d'exposition
- Elaboration des stratégies et plan de marketing
- Intermédiaire commercial
- Conseil à l'export
- Mise en place de commerce par Internet
- Constitution de réseaux d'affaires
- Sous-traitance, franchisage
- Emballages
- Conseils en joint-ventures

#### 4- Services de conseil en production et infrastructures

- Conseil en organisation de la production
- Conseil en recherche et choix d'équipement
- Conception de produit, design, packaging
- Conseil et contrôle de qualité
- Stockage
- Transports et approvisionnement
- Incubateurs d'affaires
- Télécommunications
- Services de courrier
- Transfert d'argent
- Presses écrites, radio, TV
- Accès Internet
- Services informatiques
- Services de secrétariat

#### 5- Approvisionnement en matières premières

- Mettre en relation les petites entreprises et les fournisseurs de matières premières
- Améliorer la capacité des offreurs à assurer un approvisionnement régulier en inputs de qualité
- Faciliter la formation de groupes d'acheteurs grossistes
- Information sur les sources de matières premières

#### 6- Développement des produits

- Transfert de technologie
- Établissement des relations entre les petites entreprises et les fournisseurs de technologie
- Facilitation de l'accès aux technologies
- Programmes d'assurance qualité
- Locations d'équipement
- Services de conception

#### 7- Mécanismes de financement alternatifs

- Compagnies d'affacturage
- Promotion du financement par capitaux propres
- Facilitation de l'accès au crédit fournisseur

#### 8- Politique/Plaidoyer

- Formation en plaidoyer
- Analyse des contraintes politiques et des opportunités
- Plaidoyer direct en faveur des petites entreprises
- Sponsoring des conférences
- Etudes des politiques

En dehors des prestataires traditionnels de services non financiers répertoriés dans la base de sondage, l'échantillon global des prestataires de services non financiers aux MPME a été élargi aux prestataires exerçant dans l'informel et aux institutions de microfinance, aux organisations agricoles ou rurales qui fournissent ce genre de services à leurs membres qu'ils soient du formel ou non (voir encadré 2). En outre, une attention particulière a été portée à la demande du MCA sur les centres de recherche afin de capter les services de recherche.

**Encadré 2** : Définition du secteur informel (AFRISTAT)

Toute activité, non enregistrée et/ou dépourvue de comptabilité formelle écrite, exercée à titre d'emploi principal ou secondaire, par une personne en tant que patron ou son propre compte. Cette personne, active occupée, est alors considérée comme « chef d'unité de production informelle ».

L'échantillon des prestataires non traditionnels a été constitué par revue documentaire et au cours de l'opération de l'énumération qui a permis d'actualiser et surtout de vérifier l'exactitude des données d'identification et de communication disponibles sur les prestataires de services non financiers formels. Dans ce processus, un ratissage des villes ciblées a été effectué et a permis de procéder à des substitutions des prestataires non identifiés et aussi de constituer la liste de ceux exerçant dans l'informel. Ces derniers représentent environ 13,6% de l'échantillon. La taille de l'échantillon des unités enquêtée est de 650.

### **4.3 Collecte d'informations**

La collecte des informations nécessaires à l'élaboration de cette étude a été possible en administrant directement un questionnaire aux prestataires de SNF échantillonnés et en recueillant leurs opinions sur les différents aspects abordés.

Le questionnaire utilisé dans le cadre de cette enquête est structuré en cinq parties:

- (i) Identification (organisme et activité)
- (ii) Profil du propriétaire (gestionnaire et propriétaire)
- (iii) Profil de la clientèle
- (iv) Stratégie d'offre (offre de services et marketing)
- (v) Économie et visions globales de l'activité
- (vi) Propositions d'amélioration de l'offre de SNF aux MPME

#### **4.4. Limitations**

L'enquête menée auprès des prestataires de services non financiers est soumise aux limitations suivantes :

- la non actualisation de la base de données<sup>7</sup> de l'INSAE a été confirmée au cours de l'opération de l'énumération et a résulté en un taux de remplacement des prestataires échantillonnés à même cette base de l'ordre de 47%. Face à cette situation prévisible, un énumération couplée à un ratissage des villes échantillonnées a été faite et a permis de choisir de façon aléatoire des prestataires de substitution, en tenant compte de la structure des prestataires des services d'appui aux MPME (proportion prévue par branche d'activité et par localité) ;
- la réticence des prestataires de services non financiers à fournir des informations sur l'évolution des résultats de leur entreprise et le tarif (journalier) appliqué à leur clientèle ;
- le refus souvent catégorique de la majorité prestataires de services juridiques et comptables<sup>8</sup> de remplir le questionnaire.
- le non respect du délai de remplissage des questionnaires à cause de la mobilité et de la non disponibilité de la plupart des prestataires de services non financiers.
- les données recueillies auprès des enquêtés sont de type « déclaratif » et non vérifiables dans le cadre d'une enquête de ce type. Elles sont donc sujettes, d'une part, à la bonne volonté de l'enquêté de fournir des informations véridiques et crédibles, et d'autre, à la capacité de l'enquêté de fournir sur le champ le champ des informations qui font appel à sa mémoire (par ex la répartition de son activité entre les différents segments de taille d'entreprises).

<sup>7</sup> Les entreprises n'actualisent pas souvent, après modification les données d'identification au niveau de l'INSAE.

<sup>8</sup> Avocats, notaires et experts comptables.

## **4. CARACTERISATION DES FOURNISSEURS DE SNF ET PROFILS DE LEURS DIRIGEANTS ET CLIENTELES**

Cette section présente d'une part, le profil de l'échantillon des prestataires de services non financiers, et d'autre part, trace le portrait du fournisseur de services non financiers au Bénin ainsi que celui de sa clientèle en prenant en compte la dimension genre. Elle permettra de présenter une typologie de l'offre de SNF et d'aborder l'analyse de la qualité de l'offre au regard de la demande d'une part, et la durabilité de l'offre de SNF au profit des MPME d'autre part.

### **4.1. Profil des fournisseurs de SNF**

#### **4.1.1. Répartition géographique**

Avec un taux de réponse de 79%, selon le poids par ville, Cotonou se détache nettement de l'ensemble occupant 71% de l'échantillon. Elle est suivie de loin comme attendu de la ville de Abomey-Calavi (11%) et de Porto-Novo (7%). La répartition par ville des prestataires de services non financiers suit ainsi la répartition des entreprises dans la base de sondage constituée.

**Tableau 1** : Distribution géographique dans les secteurs formel et informel

Villes	Secteur formel		Secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%		%
Cotonou	324	73	40	57	364	71
Abomey-calavi	47	11	8	11	55	11
Porto novo	35	8	1	1	36	7
Parakou	23	5	11	16	34	7
Bohicon	6	1	6	9	12	2
Lokossa	4	1	1	1	5	1
Abomey	4	1	3	4	7	1
Total	443	100	70	100	513	100

Il se pose alors le problème de la couverture du territoire national en prestation de services non financiers aux MPME. La segmentation du marché présentée ci-dessous permettra d'apporter une réponse à cette préoccupation.

### 4.1.2. Répartition par catégorie d'entreprise

Avant tout, les fournisseurs des SNF sont des entreprises. Le concept de MPME tel que défini dans la Charte Nationale (Encadré 2) permet de les regrouper en trois catégories<sup>9</sup>. Leur répartition par catégorie d'entreprise révèle que c'est la petite entreprise qui s'impose comme la catégorie dominante (51%) de l'échantillon. Elle représente 55% des prestataires de services non financiers enquêtés dans le secteur formel et 23% dans le secteur informel.

#### Encadré 2 : Définition des MPME au Bénin

<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Micro-entreprises</b></li> <li>• Moins de 5 employés</li> <li>• Comptabilité très allégée</li> <li>• Inscription au registre de commerce</li> <li>• N'est pas astreinte à la déclaration d'impôt</li> <li>• Chiffre d'affaires ≤ 5 millions FCFA</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Petites entreprises</b></li> <li>• Entre 5 et 49 employés</li> <li>• Comptabilité conforme au système national et compatible aux dispositions de l'OHADA</li> <li>• Inscription au registre de commerce</li> <li>• Chiffre d'affaires (5 à 150 millions FCFA)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Moyennes entreprises</b></li> <li>• Entre 50 et 99 employés</li> <li>• Comptabilité conforme au système national et compatible aux dispositions de l'OHADA</li> <li>• Inscription au registre de commerce</li> <li>• Chiffre d'affaires (150 millions à 2 milliards) FCFA</li> </ul>

**Source** : Charte nationale des petites et moyennes entreprises et des petites et moyennes Industries, 2005.

Dans la catégorie des micro-entreprises, deuxième par ordre d'importance, le secteur formel occupe 41% des fournisseurs de SNF au Bénin contre 77% dans le secteur informel. La catégorie des moyennes et grande entreprise est faiblement représentée dans le secteur formel (4%) et absente dans le secteur informel.

<sup>9</sup> L'analyse par catégorie d'entreprise permet de faire ressortir les spécificités aux micro, petites et moyennes entreprises.

**Tableau 2** : Répartition de l'échantillon des fournisseurs de SNF selon les catégories d'entreprises.

Catégorie d'entreprises	Secteur formel		Secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Micro entreprise	181	41	54	77	235	46
Petite entreprise	244	55	16	23	260	51
Moyenne et grande entreprise	18	4	0	0	18	3
Total	443	100	70	100	513	100

### 4.1.3. Statut juridique

Dans l'échantillon des fournisseurs de services non financiers au Bénin, on peut dire qu'il y a une prédominance des entreprises individuelles. L'entreprise personnelle est donc la forme juridique la plus répandue en raison de sa simplicité de fonctionnement. En effet, elle est régie par le principe de l'unicité de patrimoine selon lequel l'entrepreneur ne dispose que d'un patrimoine et d'un seul. Ce dernier est indéfiniment responsable des dettes contractées de lors de son activité professionnelle, y compris sur les biens affectés à son usage (DID, 2007)<sup>10</sup>. Aussi, les entreprises, pour minimiser la ponction fiscale, évitent de faire paraître toute leur richesse, d'où une tendance à ne pas améliorer le cadre de travail, souvent au détriment des conditions de travail des employés (Cabinet Pierre et JEXCO, 2004)<sup>11</sup>.

Dans le secteur formel, 53% des fournisseurs de SNF de l'échantillon sont des entreprises individuelles. Le reste de l'échantillon du secteur formel est réparti à concurrence de 29% comme Société anonyme à responsabilité limitée (SARL), 5% comme Société anonyme et 12 % comme autres (ONG, entreprises public, etc....). Dans le secteur informel, 94% des fournisseurs de SNF sont des entreprises individuelles.

**Tableau 3** : Statut juridique des fournisseurs de SNF

Statut juridique	Secteur formel		Secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Entreprise individuelle	237	53	66	94	303	59
SARL	127	29	0	0	127	25
Autres	55	12	4	6	59	12
Société Anonyme	24	5	0	0	24	5
	443	100	70	100	513	100

<sup>10</sup> Etude sur la demande des services de financiers et non financiers aux MPME en services au Bénin

<sup>11</sup> Etude sur le marché de services financiers et non financiers pour les TPE/MPE

#### 4.1.4. Nature des fournisseurs de SNF

L'échantillon des prestataires de services non financiers est largement dominé par les organismes privés (bureau d'études, consultants, etc...) aussi bien dans le secteur formel qu'informel. Dans le secteur formel, 84% des prestataires sont des organismes privés, contre 92% dans le secteur informel. Comme on le sait, il existe un très grand nombre de personnes au Bénin se disant consultants ou conseillers. Il est souvent mentionné que la majorité ne possède aucune expérience ou qualification lui conférant une qualité véritable de professionnel. Mais dans le cas d'espèce, l'analyse croisée des données indique que 59% des dirigeants des organismes privés a le niveau universitaire, 37% le niveau secondaire (27% le niveau secondaire technique et professionnelle et 10% pour le secondaire général) contre 4% pour le primaire.

**Tableau 4: Nature des fournisseurs de SNF**

Nature de l'entreprise	Secteur formel		secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Organisme privé	370	84	64	92	434	85
ONG	30	7	3	4	33	6
Association professionnelle	27	6	3	4	29	6
Service public gouvernemental	9	2	0	0	9	2
Acteur semi public ou à but non lucratif	7	2	0	0	8	2
	443	100	70	100	513	100

#### 4.1.5. Segment de marché

La délimitation retenue dans cette enquête est quatre segments de marché : (i) le marché local qui se confine au lieu d'implantation du fournisseur de SNF et qui s'étend également aux localités environnantes ; (ii) le marché régional qui s'étend à l'échelle du département dans lequel le fournisseur se situe ; (iii) le marché national qui concerne les fournisseurs de SNF desservant d'autres départements que celui où elle se situe ; et (iv) le segment international pour les fournisseurs de SNF qui exercent au-delà des frontières nationales.

De l'analyse des résultats, il ressort que les prestataires de SNF exercent en majorité (44%) sur le segment de marché national. La présence sur ce segment est plus marquée dans le secteur formel (47%) que dans le secteur informel (27%). Ainsi, la proportion des prestataires, en particulier ceux de l'informel exerçant sur le segment national, peut servir à mesurer la portée des services d'appui dans le monde rural. En effet, la segmentation du marché de SNF n'a pas explicitement distingué les fournisseurs par milieu de résidence (urbain/rural).

Sur le segment local, 36% des fournisseurs y sont présents. La présence du secteur informel (66%) est plus marquée que celui du secteur formel (32%).

Il convient de mentionner que 12% des prestataires du secteur formel étendent leurs activités à l'échelle internationale.

On peut donc au regard de la proportion des fournisseurs de services non financiers notamment sur le plan national, prétendre que l'offre de SNF paraît limitée comme le montre déjà la répartition géographique de ses entreprises dans la base d'immatriculation de l'INSAE. Cette hypothèse semble être confortée par le fait que les fournisseurs de SNF de l'informel sont en très grande majorité présents sur le segment local (66%) contre 27% pour le segment national.

Par ailleurs, le fait que 12% des fournisseurs de SNF exercent sur le marché international peut traduire entre autres, la performance, l'adéquation et la qualité des services offerts aux MPME par cette catégorie de fournisseurs. Ceci est d'autant plus réconfortant, que cette catégorie de fournisseurs est composée à 74,5% de petites entreprises et de 21,6% de micro-entreprises certainement de consultants individuels qui sont de surcroît, caractérisées par une faible capacité financière.

Un autre point important qu'il convient de souligner est le fait que le segment local est animé en majorité (58,8%) par de micro-entreprises. Autant, la participation d'un certain nombre d'entre eux au segment de marché international est favorable pour le développement du marché local, autant leur taille ou faible capacité financière peut hypothéquer dans une certaine mesure cette possibilité. En effet, exerçant dans des conditions moins contraignantes sur le plan fiscal et réglementaire, elles n'ont ni accès aux avantages accordés par le code d'investissement actuel et au marché du crédit. Il convient pour pérenniser leur activité de favoriser la relance la demande de leurs services par les MPME en mettant par exemple en place des programmes de coûts partagés ou subventionnés qui tiendraient compte de la capacité de payer des entreprises ou globalement un fonds d'appui.

**Tableau 5** : Segment de marché

Segment de marché	Secteur formel		secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Local	141	32	46	66	187	36
Régional	43	10	5	7	48	9
National	208	47	19	27	227	44
International	51	12	0	0	51	10
Total	443	100	70	100	513	100

#### 4.1.6. Age ou ancienneté des fournisseurs de SNF

Dans l'ensemble, les fournisseurs de SNF ont une longue durée d'expérience. En effet, 30% de ces entreprises sont en opération depuis plus de dix ans et 25% entre 5 et 10 ans. Seulement 7% des entreprises prestataires de SNF sont de création récente (moins d'un an). Dans le secteur formel, la proportion de ces entreprises augmente au fur et à mesure que la limite d'âge augmente. Ainsi, on dénombre 33% ayant plus de 10 ans et 25% ayant entre 5 et 10 ans.

Dans le secteur informel, c'est le phénomène contraire qui est observé. La proportion des fournisseurs de services non financiers se réduit plutôt au fur et à mesure que la limite d'âge augmente. Les entreprises ayant moins de trois années d'existence sont estimées à 37% et seulement 10% pour les entreprises de plus de 10ans.

Ces résultats montrent que le secteur informel est d'abord emprunté par certaines entreprises qui se formalisent après quelques années lorsqu'elles sont assurées de la pérennité de leurs activités.

**Tableau 6: Age des fournisseurs de SNF**

Age de l'entreprise	Secteur formel		Secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
0-1 an	31	7	4	6	35	7
1- 3 ans	67	15	22	31	89	17
3- 5 ans	87	20	19	27	106	21
5- 10 ans	110	25	18	26	128	25
Plus de 10 ans	148	33	7	10	155	30
	443	100	70	100	513	100

#### 4.1.7. Source de création des fournisseurs de SNF

Aussi bien dans le secteur formel que l'informel, la création des entreprises fournisseurs de service non financiers comme c'est le cas pour la plupart des MPME au Bénin, provient largement d'une initiative privée avec une forte occurrence pour le secteur informel. En effet, dans le secteur informel, 97% des prestataires enquêtés ont déclaré qu'à l'origine leur établissement est une entreprise privée contre 86% dans le secteur formel.

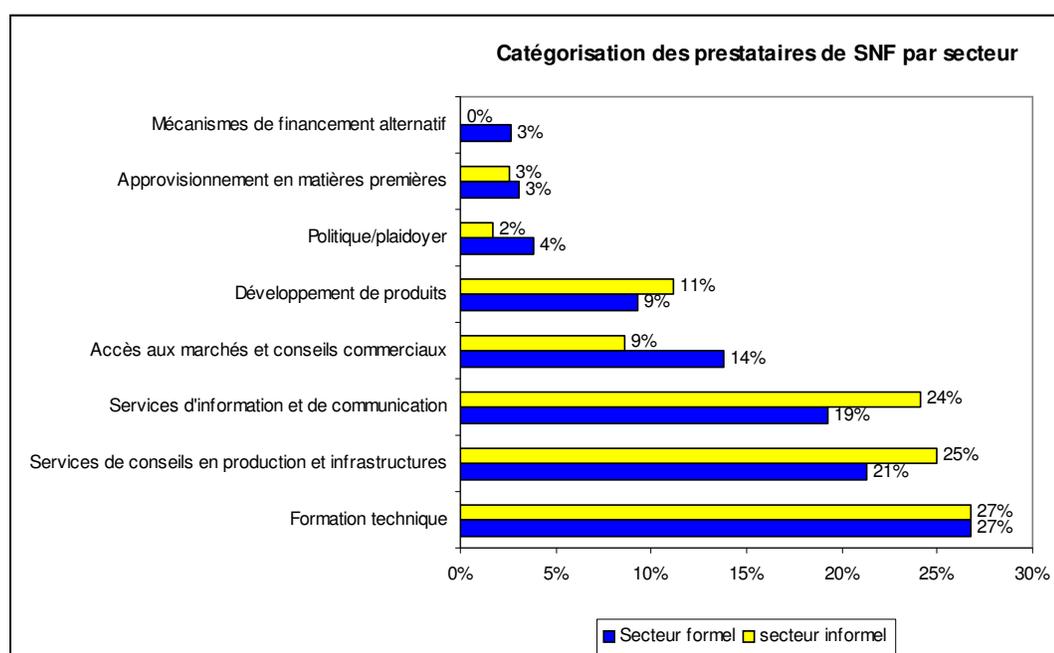
**Tableau 7: Source de création de l'entreprise**

Source de création de l'entreprise	Secteur formel		Secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
A l'origine une entreprise privé	379	86	68	97	447	87
A l'origine une entreprise publique	12	3	0	0	12	2
Filiale des multinationales	14	3	1	1	15	3
Autres	38	9	1	1	39	8
	443	100	70	100	513	100

#### 4.1.8. Catégorisation des prestataires de services non financiers par secteur d'activité

L'offre de services non financiers aux MPME est dominée au Bénin aussi bien dans le secteur formel que l'informel par la *formation professionnelle et assistance technique* dont les services sont les plus consommés par les MPME comme le montrent les conclusions de l'étude sur la demande des MPME en services non financiers (DID, 2007).

A cette prestation s'ajoutent en priorité, les services de conseils en production et infrastructures, les services d'information et de communication, les services d'accès aux marchés et conseils commerciaux dont l'importance varie selon les secteurs d'activité. En dernière position, on retrouve les services relatifs aux mécanismes de financement alternatif qui sont totalement absents du secteur informel.

**Figure 1: Catégorisation des prestataires de SNF**

### 4.1.8.1 Formation professionnelle et assistance technique

Dans cette catégorie, les services d'appui les plus offerts sont par ordre d'importance, la formation technique (68%), les études de faisabilité et plan d'affaire (25%), la formation en gestion et comptabilité (23%). Ce qui signifie que 68% des prestataires de SNF regroupés dans la catégorie « formation professionnelle et assistance technique » sont spécialisés dans la formation professionnelle, 25% dans les études de faisabilité et plan d'affaires et 23% dans la formation en gestion et comptabilité. Ces résultats montrent que l'offre d'appui par rapport à la demande prioritaire des MPME à savoir la formation professionnelle et le conseil en gestion existe.

Par ailleurs, d'autres services non moins importants pour le développement des MPME tels que le pré-diagnostic et diagnostic d'entreprises, les conseils en gestion de ressources humaines, en montage de dossiers d'exonération, d'agrément, en coaching et en visites d'échange et d'affaires sont moins pourvus.

En particulier, les services relatifs au pré-diagnostic et diagnostic d'entreprise, conseils en gestion de ressources humaines sont extrêmement importants pour une orientation et une exécution efficiente des activités des MPME. Il y a donc nécessité de promouvoir et de développer ces types services au regard de leur importance dans le processus de croissance des MPME en les vulgarisant davantage et aussi en renforçant la capacité des acteurs de cette catégorie.

**Tableau 8: Formation professionnelle et assistance technique**

	Fréquence	%
Formation technique ponctuelle	174	68
Etude de la faisabilité et plan d'affaire	63	25
Formation en gestion et comptabilité	58	23
Entreprenariat et création d'entreprise; montage de dossier de financement	53	21
Conseils financiers et fiscaux	49	19
Services juridiques	45	18
Comptabilité, audits comptables et financiers	44	17
Pré-diagnostic et diagnostic d'entreprises	42	16
Conseils en gestion de ressources humaines	37	14
Montage de dossiers d'exonération, d'agrément	36	14
Coaching	31	12
Visites d'échanges et d'affaires	27	11

#### 4.1.8.2 Services d'informations et de communication

La distribution de l'offre des services offerts dans cette catégorie de prestation permet de constater la domination des services traditionnels à savoir : service de télécommunications externes et bureautiques (36%) et Publicité, support d'identité et promotion (34%). Les services d'appui en accès à l'internet et création de page web qui constituent aujourd'hui des moteurs importants de communication, d'information et de renforcement des capacités sont pourvus par moins de 20% des prestataires spécialisés dans cette catégorie. Or, ils font partie des appuis recommandés par les prestataires de SNF pour la vulgarisation de leurs services et aussi pour améliorer la qualité de leur offre.

En ce qui concerne l'offre de services d'appui relatifs à l'orientation des MPME vers les prestataires spécialisés, à la recherche d'information sur les foires et manifestations commerciales, la mise à disposition de guides pratiques adaptés, elle paraît très faible. La limitation de l'offre de tels services constitue d'une part, pour les MPME un obstacle pour réaliser diagnostic conséquent de leurs problèmes et d'autre part, pour accéder aux marchés.

En conséquence, la promotion de ces services d'appui moins pourvus sur le marché et qui s'avèrent d'une importance capitale pour la croissance des MPME devient une nécessité.

**Tableau 9: Services d'informations et de communication**

	Fréquence	%
Service de télécommunications externes et bureautiques	68	36
Publicité, support d'identité et promotion	65	34
Accès à l'internet	37	19
Création de sites web	31	16
Presses écrites, radio, TV	27	14
Réunions et journées d'informations et d'échanges	26	14
Recherche documentaire en bibliothèques et sur internet	24	13
Orientations vers les prestataires spécialisés	19	10
Informations sur foires et manifestations commerciales	17	9
Mise à disposition de guides pratiques adaptés	17	9
Question réponses sur mesure	15	8
Services de courrier	5	3
Transfert d'argent	5	3

### 4.1.8.3 Accès aux marchés et conseils commerciaux

Les services d'appui offerts pour favoriser l'accès des MPME aux marchés et pour bénéficier des conseils commerciaux sont prioritairement les études de marché, le marketing, la promotion des produits. Il convient de mentionner que les services d'appui tels que la constitution de réseaux d'affaires, de conseils en joint-ventures sont pratiquement inexistantes. Ce qui expliquerait en partie les difficultés des entreprises y compris les prestataires de SNF eux-mêmes dans la création des corporations professionnelles, dans l'émergence par exemple de partenariats entre les prestataires de SNF et regroupement des MPME et ceci dans le souci de développer une offre de service d'appui adapté aux besoins et capacités des MPME.

**Tableau 10 : Accès aux marchés et conseils commerciaux**

	Fréquence	%
Etudes de marché	53	42
Marketing	44	35
Exposition, présentation, promotion des produits	27	21
Elaboration des stratégies et plan de marketing	26	21
Appui à la prospection des foires, salon	25	20
Intermédiaire commercial	25	20
Sous-traitance, franchise	25	20
Informations sur les marchés	24	19
Voyages, tourisms d'affaires et autres rencontres	20	16
Développement des espaces commerciaux, salles d'exposition	13	10
Conseil à l'export	12	10
Mise en place de commerce par internet	11	9
Constitution de réseaux d'affaires	7	6
Conseils en joint-ventures	7	6
Emballages	5	4

### 4.1.8.4 Services de conseils en production et infrastructures

Dans cette catégorie d'activité, 43% des prestataires sont spécialisés dans la recherche d'information contre respectivement 21% et 20% pour le conseil en recherche et choix d'équipement, conception de produit, design et packaging. Les conseils en contrôle de qualité sont pourvus par 18% de ces prestataires et seulement 3% pour les incubateurs d'affaires<sup>12</sup>. Ce dernier service tout comme les conseils en joint-venture, la constitution de réseaux d'affaires

<sup>12</sup> L'incubateur favorise le maillage, stimule la croissance et augmente considérablement les chances de réussite des jeunes entreprises.

compte tenu de leur importance, doivent être non seulement promus mais utilisés pour un meilleur accompagnement des MPME, mais aussi pour tenter de juguler d'une part, les difficultés de regroupements des prestataires de services d'appui afin de créer les conditions optimales de coopération entre ces différents professions et d'autre part, favoriser la création d'un cadre efficient de partenariat entre les différents associations de services d'appui et les MPME.

**Tableau 11 : Services de conseils en production et infrastructures**

	Fréquence	%
Service informations	89	43
Conseil en recherche et choix d'équipement	43	21
Conception de produit, design, packaging	41	20
Conseil en organisation de la production	39	19
Service de secrétariat	39	19
Conseil et contrôle de la qualité	37	18
Télécommunications	37	18
Transport et approvisionnement	31	15
Stockage	22	11
Incubateurs d'affaires	7	3

#### 4.1.8.5 Approvisionnement en matières premières

Le service d'appui dominant dans cette catégorie est la mise en contact, des petites entreprises et les fournisseurs. En effet, 52% des prestataires exerçant dans cette catégorie offre ce type de service. Viennent ensuite, celui relatif à l'amélioration de la capacité des offreurs à assurer un approvisionnement (34%) et la facilitation dans la formation de groupes d'acheteurs grossistes (28%).

**Tableau 12 : Approvisionnement en matières premières**

	Fréquence	%
Mettre en relation les petites entreprises et les fournisseurs	15	52
Améliorer la capacité des offreurs à assurer un approvisionnement	10	34
Faciliter la formation de groupes d'acheteurs grossistes	8	28

#### 4.1.8.6 Développement de produits

Dans cette catégorie, figurent en priorité les services de location d'équipement, de conception et de facilitation de l'accès aux technologies et de transfert de technologie. Le service relatif à l'établissement des relations entre les petites entreprises qui paraît aussi fondamental pour

contribuer un temps soi peu à la structuration des professions aussi des MPME y compris les prestataires de SNF est pourvu par 21% des prestataires de ce secteur. On en déduit qu'il existe des appuis adaptés pour appuyer les entreprises quelle que soit leur secteur d'activité et catégorie afin de favoriser leur structuration et à la création de partenariat.

**Tableau 13 : Développement des produits**

	Fréquence	%
Locations d'équipement	36	40
Service de conception	31	34
Facilitation de l'accès aux technologies	27	30
Transfert de technologie	19	21
Etablissement des relations entre les petites entreprises	19	21
Programmes d'assurance qualité	6	7

#### 4.1.8.7 Mécanismes de financement alternatif

Sur le marché béninois de SNF, même si elle apparaît limitée, l'offre de services d'appui tels que la promotion du financement par capitaux propres, la facilitation de l'accès aux crédits fournisseurs et les compagnies d'affacturage qui portent sur les problèmes réels et courants des MPME existe. La non consommation ou demande de ces services semble s'expliquer en général par la mauvaise connaissance de cette offre et aussi aux coûts y afférents.

**Tableau 14: Mécanisme de financement alternatif**

	Fréquence	%
Promotion du financement par capitaux propres	13	59
Facilitation de l'accès aux crédits fournisseurs	11	50
Compagnies d'affacturage	1	5

#### 4.1.8.8 Politique et Plaidoyer

Les services d'appui en plaidoyer et politique existent sur le marché comme le montre le tableau ci-dessous. L'analyse des contraintes et des opportunités est offerte par 53% des prestataires spécialisés dans cette catégorie de service contre 41% pour le sponsoring des conférences, 35% pour le plaidoyer direct en faveur de petites entreprises et 32% des études des politiques. Ils constituent des services de grande importance pour la croissance des MPME. En conséquence, ils ont besoin d'être vulgarisés par les prestataires de SNF afin d'être consommés par les MPME.

**Tableau 15 : Politique et plaidoyer**

	Fréquence	%
Analyse des contraintes politiques et des opportunités	18	53
Sponsoring des conférences	14	41
Plaidoyer direct en faveur des petites entreprises	12	35
Etudes des politiques	11	32

#### 4.1.8.9 Les cinq types de prestations les plus offertes

A la question de savoir quels sont les cinq types de prestations les plus offertes par les fournisseurs de SNF, les résultats montrent toute catégorie d'activité confondue, qu'il s'agit par ordre de priorité la formation professionnelle (37%), la communication (30%), l'information (22%), le conseil en production (21%) et le conseil commercial (21%). Ces résultats confirment les résultats obtenus de la demande et la consommation en SNF par les entreprises. En effet, ces dernières ont identifié à 35,8% la formation professionnelle comme étant leur premier besoin.

**Tableau 16 : Prestations offerts aux entreprises**

	Effectifs	%
Formation professionnelle	189	37
Communication	156	30
Information	113	22
Conseil en production	109	21
Conseil commercial	83	16
Conseil en gestion/comptabilité	74	14
Conseil en investissement	43	8
Audit comptable	39	8
Appui au partenariat inter-entreprises	26	5
Service juridique <sup>13</sup>	23	4

L'ordre de priorité change de façon marginale dans le secteur informel. Les cinq prestations les plus offertes demeurent mais la communication passe en tête au détriment de la formation professionnelle et assistance technique. Mais il convient de noter l'importance des prestations à savoir conseil en gestion, conseil en investissement, audit comptable, appui au partenariat inter-entreprises et service juridique dans le formel. L'explication semble ici aisée : les petites entreprises et notamment les moyennes et grandes entreprises compte tenu de leur taille ou des

<sup>13</sup> La faible proportion du service juridique peut s'expliquer par le fait que le taux de réponse à cette enquête est faible au niveau des prestataires des services juridiques.

obligations réglementaires ont au moins besoin de recourir souvent à des prestations d'audit comptable, de conseil en gestion et de service juridique. Ce qui n'est pas le cas au niveau des micro-entreprises.

**Tableau 17 : Prestations offerts par secteurs d'activité**

	secteur formel		Secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Formation professionnelle	169	38	20	29	189	37
Communication	126	28	30	43	156	30
Information	96	22	17	24	113	22
Conseil en production	94	21	15	21	109	21
Conseil commercial	78	18	5	7	83	16
Conseil en gestion/comptabilité	71	16	3	4	74	14
Audit comptable	38	9	1	1	39	8
Conseil en investissement	38	9	5	7	43	8
Appui au partenariat inter-entreprises	25	6	1	1	26	5
Service juridique	23	5	0	0	23	4

#### 4.1.8.10 Répartition des prestataires de SNF par catégorie d'activité

L'analyse de la distribution des fournisseurs de SNF par catégorie d'activité confirme largement la domination du secteur privé, toute catégorie confondue. Dans la formation professionnelle et assistance, le privé y est représenté à hauteur de 84% contre 23% pour les ONG. Le secteur public gouvernemental ne couvre que 2% de cette activité. La participation de l'Etat devient plus importante dans les catégories : appui en matières premières (7%) et Politique et plaidoyer (9%).

On en déduit que l'Etat à travers ses services d'appui aux entreprises s'est spécialisée prioritairement dans le plaidoyer et la politique. En effet dans l'échantillon des prestataires enquêtés figurent neuf (9) fournisseurs de SNF qui se sont déclarés appartenir au secteur public gouvernemental. Aussi, convient-il de noter au regard de la forte domination du secteur privé dans la fourniture de SNF aux MPME que la pérennité des services d'appui est fortement liée à l'essor de ce secteur. A cet effet, il importe que le climat des affaires soit davantage amélioré de façon à le rendre plus favorable au développement du secteur privé.

**Tableau 18:** Répartition des prestataires de SNF par catégorie d'activité.

		Formation professionnelle et assistance technique	Services d'information et de communication	Accès aux marchés et conseils commerciaux	Services de conseils en production et infrastructures	Approvisionnement en matières premières	Développement de produits	Mécanismes de financement alternatif	Politique /plaidoyer
Service public gouvernemental	Effectif	6	6	4	5	2	2	0	3
	%	2	3	3	2	7	2	0	9
Acteur semi public ou à but non lucratif	Effectif	4	5		1	0	0	0	0
	%	2	3		0	0	0	0	0
ONG	Effectif	23	17	8	14	4	8	4	8
	%	9	9	6	7	14	9	18	24
Organisme privé	Effectif	214	149	109	176	19	76	17	22
	%	84	78	87	85	66	84	77	65
Association professionnelle	Effectif	9	13	5	12	4	5	1	1
	%	4	7	4	6	14	5	5	3
	Effectif	256	190	126	208	29	91	22	34
	%	100	100	100	100	100	100	100	100

#### 4.1.8.11 Répartition des catégories de SNF par segment de marché

Dans une certaine mesure, le segment national (urbain/rural) est desservi en service d'appui, toute catégorie confondue. Cette couverture varie de 44% dans le secteur « formation professionnelle et assistance technique » à 55% en « approvisionnement en matières premières » et en « mécanismes alternatifs de financement ». Cette tendance montre que la couverture du territoire en appui en formation professionnelle semble limitée par rapport à la demande effective des MPME. Cependant, cette tendance peut être relativisée par rapport au taux de consommation des MPME en service d'appui qui s'est avérée très faible. Dans le schéma actuel, l'offre de services d'appui paraît plutôt excédentaire pour certaines catégories de prestations et ceci à cause du manque d'informations des MPME sur l'offre disponible en SNF et les coûts de formation très élevés.

Pour assurer une couverture rationnelle du territoire en SNF, il faut encourager le développement des services d'appui de proximité adaptée aux besoins des MPME. Une alternative constitue le déploiement de l'offre par le biais des subventions.



**Tableau 19:** Répartition des catégories de SNF selon le segment du marché.

		Formation professionnelle et assistance technique	Services d'information et de communication	Accès aux marchés et conseils commerciaux	Services de conseils en production et infrastructures	Approvisionnement en matières premières	Développement de produits	Mécanismes de financement alternatif	Politique/plaidoyer
<b>Local</b>	Effectif	89	71	32	74	8	33	6	7
	%	35	37	25	36	28	36	27	21
<b>Régional</b>	Effectif	28	17	12	17	3	9	2	3
	%	11	9	10	8	10	10	9	9
<b>National</b>	Effectif	113	90	66	102	16	41	12	18
	%	44	47	52	49	55	45	55	53
<b>International</b>	Effectif	26	12	16	15	2	8	2	6
	%	10	6	13	7	7	9	9	18
	Effectif	256	190	126	208	29	91	22	34
	%	100	100	100	100	100	100	100	100



#### 4.1.9. Types d'installation

Les fournisseurs de SNF au Bénin sont bien lotis : 95% d'entre eux sont installés dans des bâtisses en matériaux définitifs. Ainsi, les deux secteurs semblent accorder plus d'importance à la présentation physique de leur entreprise avec quelques variantes.

Dans le secteur formel, 96% des prestataires du formel exercent leurs activités dans des locaux construits en béton contre seulement 1% qui sont abrités dans des kiosques.

Dans le secteur informel, ils sont 90% qui sont logés dans les installations adéquates. Mais comparativement au secteur formel, la proportion des prestataires de SNF abrités dans des kiosques ou dans des abris de fortune est relativement importante 7%.

Il en résulte que l'installation des prestataires de services non financiers ne devrait pas être un handicap à l'accessibilité des entreprises bénéficiaires.

**Tableau 20 : Type d'installation**

Type d'installation	Secteur formel		Secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Kiosque ou abri	5	1	5	7	10	2
Local en béton	425	96	63	90	488	95
Autre structure	13	3	2	3	15	3
	443	100	70	100	513	100

#### 4.1.10. Mode d'occupation

Par rapport au mode d'occupation, les résultats ont révélé que la majorité des fournisseurs de SNF au Bénin sont des locataires.

Dans le secteur formel, ils sont estimés 74% contre seulement 23% de propriétaires. Dans le secteur informel, la proportion de prestataires locataires est de 71% contre 24% de propriétaires.

Cette mode d'occupation prédispose ainsi la majeure partie des prestataires de services non financiers à la mobilité et, conséquemment, une difficulté réelle à la localisation des fournisseurs de SNF. Il en résulte la nécessité d'une actualisation permanente des données d'identification des prestataires de SNF auprès des institutions appropriées. Il peut s'agir de l'INSAE à travers le

Système Automatisé d'Immatriculation Unique des Entreprises (SATUNE) ou des organisations professionnelles regroupant les différents prestataires.

**Tableau 20: Mode de propriété**

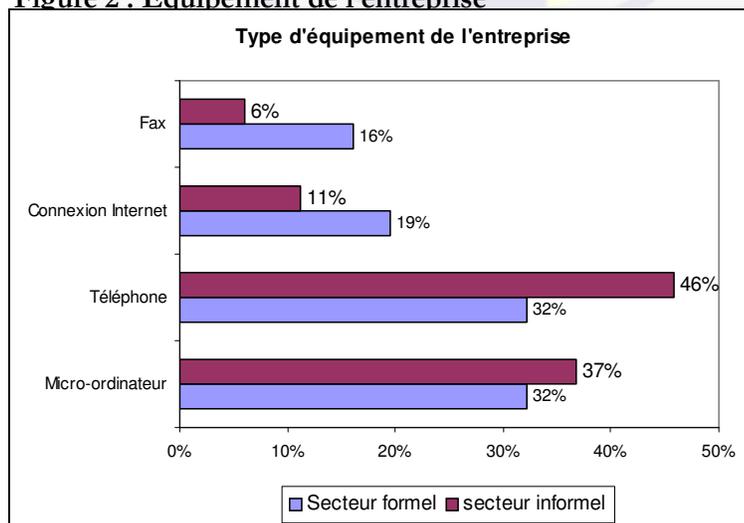
Mode de propriété	Secteur formel		Secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Locataire	327	74	50	71	377	73
Propriétaire	100	23	17	24	117	23
En cours d'appropriation	11	2	2	3	13	3
En copropriété	4	1	1	1	5	1
Autre	1	0	0	0	1	0
	443	100	70	100	513	100

#### 4.1.11. Types d'équipement

L'évaluation du niveau d'équipement des entreprises fournisseurs de services non financiers au Bénin, notamment le parc informatique et les instruments de télécommunication disponibles a montré que dans le secteur formel, les équipements les plus usités sont le téléphone (32%) ainsi que le micro-ordinateur (32%). Viennent ensuite la connexion Internet (19%) et la télécopie (6%). Dans le secteur informel, les équipements les plus utilisés sont surtout le téléphone (46%) et le micro-ordinateur (37%).

On peut donc déduire que le niveau d'utilisation de la télécopie et de l'Internet s'est révélé comme un élément de différenciation des fournisseurs de SNF selon le secteur d'activité et probablement la taille.

**Figure 2 : Equipement de l'entreprise**



#### 4.1.12. Mode de décision au niveau opérationnel

L'enquête a apprécié le mode de décision au niveau opérationnel dans les entreprises prestataires de services non financiers au Bénin. Il s'est avéré que dans la majorité, les décisions sont prises par le directeur (53%). Elles le sont à 25% des cas, par le comité de direction et à 22% en associant le personnel. Toutefois, des variantes notoires sont notées d'un secteur à un autre.

Dans le secteur formel, dans 47% des entreprises, les décisions sont prises par le directeur, contre 28% par le comité de direction et 23% en associant le personnel.

Dans le secteur informel, les décisions sont prises essentiellement par le directeur ou chef d'entreprise (81%). C'est seulement dans 9% et 10% des entreprises que les décisions sont en comité de direction et en associant le personnel.

**Tableau 21 : Mode de décision au niveau opérationnel**

Mode de décision	secteur formel		secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
les décisions sont prises par le Directeur	214	48	57	81	271	53
les décisions sont prises par le Comité de Direction	123	28	6	9	129	25
les décisions sont prises en associant le personnel	104	23	7	10	111	22
Autre	2	0	0	0	2	0
	443	100	70	100	513	100

#### 4.1.13. Tenue comptable

Comme on devrait s'y attendre, la pratique de la comptabilité semble être établie dans le secteur formel. En effet, 54% des fournisseurs de SNF ont formalisé une comptabilité qui est tenue par un agent comptable recruté à cet effet. 39% ont externalisé cette fonction. Dans une moindre proportion (7%), le prestataire s'occupe lui-même de sa comptabilité.

Dans le secteur informel, aucune comptabilité n'est tenue. Cette situation peut s'expliquer par la prédominance (94%) dans ce secteur de micro-entreprises et les entreprises unipersonnelles pour lesquelles la tenue comptable dans les règles de l'art n'est pas imposée.

**Tableau 22:** Tenue comptable

Tenue comptable	Secteur formel		secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Ne fait pas de tenue comptable	0	0	70	100	70	14
Comptable employé de l'entreprise	238	54	0	0	238	46
Comptable externe	172	39	0	0	172	34
Autre	33	7	0	0	33	6
	443	100	70	100	513	100

#### 4.1.14. Dirigeants selon le genre

Les résultats de l'enquête établissent la prédominance des hommes à la tête des fournisseurs de services non financiers aux MPME au Bénin (90%). La participation des femmes est pratiquement dans la même proportion dans les deux secteurs.

**Tableau 23 :** Dirigeants selon le genre

	secteur formel		secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Masculin	397	90	64	91	461	90
Féminin	46	10	6	9	52	10
	443	100	70	100	513	100

#### 4.1.15. Chiffre d'affaires

La distribution du chiffre d'affaires des entreprises prestataires de services non financiers au Bénin a été appréciée à partir de l'auto-classification des entreprises à travers la question relative à leur déclaration au cours de l'année fiscale 2006. Le chiffre d'affaires fait partie des variables les moins renseignées avec un taux de réponse compris entre 21% et 67%.

**Tableau 24:** Chiffre d'affaires en 2006

	Secteur formel		Secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Moins de 1.000.000 FCFA	42	10	29	45	71	15
1.000.000 FCFA jusqu'à 5.000.000 FCFA	100	25	25	39	125	27
5.000.000 FCFA jusqu'à 10.000.000 FCFA	63	16	7	11	70	15
10.000.000 FCFA jusqu'à 50.000.000 FCFA	129	32	1	2	130	28
50.000.000 FCFA jusqu'à 200.000.000 FCFA	44	11	2	3	46	10
Plus de 200. 000. 000 FCFA	24	6	0	0	24	5
	402	100	64	100	466	100

Sur la base de ces résultats, il apparaît globalement que : (i) 42% des entreprises ont un chiffre d'affaire annuel inférieur ou égal à 5.000.000 FCFA, (ii) 43% présentent un chiffre d'affaire

annuel compris entre 5.000.000 FCFA et 50.000.000 FCFA et (iii) 15% , un chiffre d'affaires supérieur à 50.000.000 FCFA.

Cette distribution n'est cependant pas uniforme selon les secteurs d'activité. Le secteur formel est dominé par la deuxième catégorie (48%) alors que le secteur informel est largement représenté par la première catégorie (84%).

#### 4.1.16. Montant et source du capital initial

Environ 68% des entreprises prestataires de services non financiers ont fait un investissement initial supérieur à un (1) million FCFA, suivi de 24% qui ont réalisé un investissement initial compris entre 500.000 et 1000000 FCFA. Seulement 8% ont réalisé un investissement de moins de 500.000 FCFA. Il convient de mentionner que cette dernière catégorie d'entreprises caractérise plus le secteur informel (15%) contre seulement 7% pour le secteur formel.

**Tableau 25 : Montant du capital initial investi**

Capital initial	Secteur formel		Secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Moins de 500.000	29	7	9	15	38	8
500.000 FCFA jusqu'à 1.000.000 FCFA	99	24	14	23	113	24
Plus de 1.000.000 FCFA	281	69	39	63	320	68
	409	100	62	100	471	100

En ce qui concerne les sources premières du capital initial, elles sont en majorité constituées de l'apport personnel du prestataire (75%). Cet apport provient souvent de l'épargne progressivement mobilisée. La deuxième source par ordre d'importance est la famille (9%). L'emprunt auprès des banques et IMF vient en quatrième position (5%). Il en ressort que l'engagement personnel du promoteur est requis dans la réalisation du projet d'entreprise dans un contexte où les institutions financières sont peu enclines à financer le démarrage des entreprises.

Plus que dans le secteur formel (73%), l'engagement personnel du promoteur est plus requis dans le secteur informel (88%).

**Tableau 26 : source du capital investi**

Source du capital	secteur formel		secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Personnelle	339	73	63	88	402	75
Famille	41	9	5	7	46	9
Diaspora	9	2	0	0	9	2
Emprunt IMF ou Banque	26	6	3	4	29	5
Autre	47	10	1	1	48	9
	462	100	72	100	534	100

#### 4.1.17. Investissements en équipements et immobilisations

Au cours de ces deux dernières années, la majorité (66%) des entreprises a réalisé des investissements au delà de 1.000.000 FCFA. Dans le secteur formel, cette proportion avoisine 70% contre 42% dans le secteur informel. Ce dernier est caractérisé par une proportion non négligeable (30%) de prestataires de SNF ayant réalisé des investissements de moins de 500.000 FCFA contre 13% dans le secteur formel.

En somme, on note que la capacité à investir dans les équipements est fonction du secteur d'activité des entreprises.

**Tableau 27 :** Investissements en équipement et immobilisation par secteur

	secteur formel		secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
0 à 500 000 FCFA	53	13	30	45	83	17
500 001 à 1 000 000 FCFA	72	18	8	12	80	17
1 000 001 et plus	285	70	28	42	313	66
	410	100	66	100	476	100

Elle dépend également de la taille des entreprises comme le montre le tableau ci-dessous. Les petites, moyennes et grandes entreprises sont les plus nombreuses à investir plus d'un million dans les équipements (79% et 100%) au cours des deux dernières années.

**Tableau 28:** Investissements en équipement et immobilisation selon la taille

	Micro – entreprises		Petites entreprise		Moyennes et grandes entreprises		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
0 à 500 000 FCFA	55	25	28	12	0	0	83	17
500 001 à 1 000 000 FCFA	56	26	24	10	0	0	80	17
1 000 001 et plus	106	49	190	79	17	100	313	66
	217	100	242	100	17	100	476	100

#### 4.1.18. Nombre d'emplois permanents et à temps partiels

Les données recueillies en rapport avec le nombre d'employés permettent de constater que le nombre d'employés à temps partiel tout comme le nombre d'employés permanents est fonction de la taille de l'entreprise.

**Tableau 29** : Nombre d'employés à temps partiels en fonction de la taille de l'entreprise

	Micro entreprises		Petites entreprise		Moyennes et grandes entreprises		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%		
1 - 5 employés	116	68	74	38	0	0	190	51
6 - 20 employés	48	28	90	47	5	50	143	38
21 - 50 employés	4	2	23	12	2	20	29	8
Plus de 50 employés	3	2	6	3	3	30	12	3
	171	100	193	100	10	100	374	100

Ces données montrent également que le nombre d'employés à temps partiel est fonction du secteur d'activité. En effet, 64% des fournisseurs de services non financiers exerçant dans le secteur informel largement dominé (77%) par les micro-entreprises (tableau 2), utilisent au plus cinq employés à temps partiels.

**Tableau 30**: Nombre d'employés à temps partiels

	secteur formel		secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
1 - 5 employés	161	49	29	64	190	51
6 - 20 employés	131	40	12	27	143	38
21 - 50 employés	26	8	3	7	29	8
Plus de 50 employés	11	3	1	2	12	3
	329	100	45	100	374	100

#### 4.1.19. Nombre moyen de consultants, formateurs permanents et consultants extérieurs utilisés.

Le recours aux personnes ressources externes s'est révélé comme une habitude ancrée dans le fonctionnement des entreprises prestataires de services non financiers au Bénin. En particulier, les fournisseurs de SNF ayant le statut de micro-entreprises interviennent en mettant à contribution en moyenne 5 consultants indépendants. Ces derniers sont très présents sur le marché. Le plus souvent ce sont les cadres de l'administration publique qui opèrent cumulativement avec leur fonction et également des consultants ayant un statut d'entreprise unipersonnelle qui travaillent sans avoir une structure fonctionnelle.

Il ressort, en outre des résultats que le recours aux formateurs permanents et consultants extérieurs est fonction de la taille de l'entreprise. En moyenne, les moyennes et grandes entreprises utilisent les services de quatre consultants extérieurs chaque année, contre 3 pour les petites entreprises et 2 pour les micro-entreprises.

**Tableau 31** : Nombre moyen de consultants, formateurs permanents et consultants extérieurs

	Micro-entreprises		Petites entreprises		Moyennes et grandes entreprises		Total	
	Moy.	Effectif	Moy	Effectif	Moy	Effectif	Moy	Effectif
Consultants	5	168	2	206	3	12	4	386
Formateurs permanents	2	202	3	223	4	14	2	439
Consultants extérieurs	2	235	3	260	4	18	2	513

Par rapport au secteur d'activité, c'est le secteur formel qui utilise le plus les services des consultants, formateurs permanents et consultants extérieurs.

**Tableau 32** : Nombre moyen de consultants, formateurs permanents et consultants extérieurs par secteur d'activité.

	Secteur formel		Secteur informel		Total	
	Moy	Effectif	Moy	Effectif	Moy	Effectif
Consultants	4	350	1	36	4	386
Formateurs permanents	3	384	1	55	2	439
Consultants extérieurs	3	443	1	70	2	513

#### 4.1.20. Année d'études des formateurs permanents

Dans l'ensemble, les prestataires de services non financiers ont de plus en plus recours à des formateurs ayant le niveau d'éducation requis pour apporter une prestation de qualité. 38% des formateurs ont au moins le niveau master (BAC +5). Aucun des formateurs ne présente un niveau inférieur au Bac. On peut donc en déduire que les services d'appui fournis aux MPME ne manquent de qualité. Cet aspect sera davantage affiné à travers le profil des dirigeants des entreprises prestataires de SNF au Bénin.

**Tableau 33** : Nombre d'années d'études

	Effectif	%
Bac+1 ou 2	129	16
Bac+2 ou 3	157	19
Bac+4	221	27
Bac+5 ou plus	306	38

## **4.2. Profil des dirigeants des entreprises fournisseurs de SNF au Bénin**

### **4.2.1. Répartition par genre**

90% des dirigeants de services non financiers interviewés sont des hommes contre seulement 10% pour les femmes. Ce constat s'observe également au niveau de la catégorisation des micro, petites et moyennes entreprises où respectivement 88%, 92% et 89% des entreprises prestataires de services non financiers sont dirigées par des hommes.

**Tableau 34 :** Sexe du gestionnaire par catégorie d'entreprise

	Micro entreprise		Petites entreprise		Moyennes et grandes entreprises		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Masculin	206	88	239	92	16	89	461	90
Féminin	29	12	21	8	2	11	52	10
	235	100	260	100	18	100	513	100

La même tendance se dégage lorsqu'on considère le secteur d'activités des gestionnaires des entreprises selon sexe. Dans le secteur formel, 90% des entreprises sont dirigées par les hommes contre 91% dans le secteur informel.

**Tableau 35 :** Sexe du gestionnaire selon le secteur d'activité

	Secteur formel		Secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Masculin	397	90	64	91	461	90
Féminin	46	10	6	9	52	10
	443	100	70	100	513	100

### **4.2.2. Fonction occupée**

Selon les catégories d'entreprises, il ressort que prestataires ayant le statut de micro, petites entreprises sont en majorité dirigées par leur propriétaire alors que les moyennes et grandes sont managées par un gestionnaire. On peut donc affirmer que plus grande est la taille du fournisseur, plus le management est séparé de la propriété.

**Tableau 36 :** Fonction occupée selon les catégories d'entreprises

	Micro entreprises		Petites entreprise		Moyennes et grandes entreprises		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Propriétaire	162	69	146	56	5	28	313	61
Gestionnaire	63	27	96	37	9	50	168	33
Autres	10	4	18	7	4	22	32	6
	235	100	260	100	18	100	513	100

Néanmoins, quel que soit le secteur d'activité, il ressort que la majorité des entreprises est gérée par leur propriétaire avec une tendance plus accentuée dans le secteur informel (80%) que dans le secteur formel (58%).

**Tableau 37** : Fonction occupée selon le secteur d'activité

	Secteur formel		Secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Propriétaire	257	58	56	80	313	61
Gestionnaire	156	35	12	17	168	33
Autres	30	7	2	3	32	6
	443	100	70	100	513	100

#### 4.2.3. Répartition par niveau d'éducation

Quelle que soit la catégorie d'activité, les dirigeants interviewés ont déclaré en majorité posséder une formation universitaire. Dans la catégorie des micro-entreprises, on dénombre 55% ayant déclaré avoir reçu une formation universitaire, contre respectivement 68% et 67% dans la catégorie des petites, moyennes et grandes entreprises. Ensuite, vient la formation professionnelle qui caractérise plus les micro-entreprises.

**Tableau 38** : Niveau d'éducation par catégorie d'entreprise

	Micro-entreprises		Petites entreprise		Moyennes et grandes entreprises		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Primaire	10	4	7	3	0	0	17	3
Secondaire	28	12	19	7	3	17	50	10
Professionnelle et Technique	68	29	57	22	3	17	128	25
Universitaire	129	55	177	68	12	67	318	62
	235	100	260	100	18	100	513	100

Par rapport au secteur d'activité, les résultats confirment la prédominance des dirigeants ayant déclaré avoir reçu la formation universitaire dans le secteur formel (67%) contre 31% dans l'informel. Dans ce secteur c'est plutôt la formation professionnelle et technique qui domine (34%) contre 23% dans le secteur formel.

**Tableau 39 : Niveau d'éducateur par secteur d'activité**

	secteur formel		secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Primaire	7	2	10	14	17	3
Secondaire	36	8	14	20	50	10
Professionnelle et Technique	104	23	24	34	128	25
Universitaire	296	67	22	31	318	62
	443	100	70	100	513	100

Ces résultats confirment le niveau de qualité des services d'appui offerts aux MPME au Bénin. Le croisement du niveau d'éducation des dirigeants et des catégories de services d'appui offerts aux SNF permet de réconforter davantage cette conclusion. En effet, la proportion des dirigeants de service d'appui aux SNF ayant le niveau universitaire varie de 60% au niveau du secteur « développement de produits » à 85% au niveau du secteur « Politique et Plaidoyer ». En ce qui concerne le secteur « formation professionnelle et assistance technique », cette proportion est de 70%. Mais la qualité de l'offre des services d'appui ne dépend pas que du niveau d'éducation des prestataires. Elle est également tributaire du contenu du programme des services offerts. Cette dimension n'étant intégrée dans les informations recueillies, nous pouvons par rapport aux conclusions émanant de l'analyse des résultats dire que le service fourni aux MPME est de qualité.

**Tableau 40** : Répartition des catégories de SNF selon le niveau d'éducation du dirigeant.

		Formation professionnelle et assistance technique	Services d'information et de communication	Accès aux marchés et conseils commerciaux	Services de conseils en production et infrastructures	Approvisionnement en matières premières	Développement de produits	Mécanismes de financement alternatif	Politique /plaidoyer
Primaire	Effectif	5	3	0	6	0	6	0	0
	%	2	2	0	3	0	7	0	0
Secondaire	Effectif	13	20	12	13	1	10	0	0
	%	5	11	10	6	3	11	0	0
Professionnelle et Technique	Effectif	60	47	26	58	6	20	6	5
	%	23	25	21	28	21	22	27	15
Universitaire	Effectif	178	120	88	131	22	55	16	29
	%	70	63	70	63	76	60	73	85
	Effectif	256	190	126	208	29	91	22	34
	%	100	100	100	100	100	100	100	100

#### 4.2.4. Répartition par âge

D'une façon générale les dirigeants des entreprises fournisseurs sont relativement jeunes : 71% des dirigeants des SNF ont au moins 31 ans et au plus 50 ans. Cette tendance se confirme dans les micro (71%) et petites entreprises (71%). Dans les moyennes et grandes entreprises, les entreprises dirigées par cette tranche d'âge sont estimées à 56% du total de l'effectif des grandes entreprises.

**Tableau 41** : Age du dirigeant par catégorie d'activités

	Micro entreprises		Petites entreprises		Moyennes et grandes entreprises		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Inférieur ou égal 20 ans	0	0	2	1	0	0	2	0
21 à 30 ans	33	14	8	3	2	11	43	8
31 à 40 ans	79	34	93	36	3	17	175	34
41 à 50 ans	89	38	92	35	7	39	188	37
51 et plus	34	14	65	25	6	33	105	20
	235	100	260	100	18	100	513	100

La tendance révélée par catégorie d'activité est également confirmée lorsqu'on considère les secteurs d'activités, mais avec une tendance prononcée dans le secteur informel (74%) contre 70% dans le secteur formel.

**Tableau 42** : Age du dirigeant par secteur d'activités

	secteur formel		secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Inférieur ou égal 20 ans	2	0	0	0	2	0
21 à 30 ans	31	7	12	17	43	8
31 à 40 ans	146	33	29	41	175	34
41 à 50 ans	165	37	23	33	188	37
51 et plus	99	22	6	9	105	20
	443	100	70	100	513	100

#### 4.2.5. Années d'expérience dans le secteur d'activité

L'expérience dans l'activité se concentre essentiellement sur l'activité exercée au moment de l'enquête. Les résultats montrent que la majorité (50%) les dirigeants des entreprises fournisseurs de SNF ont plus de 10 années d'expérience. La catégorie des petites entreprises se démarque avec 57%. Elle est suivie par la catégorie des moyennes et grandes entreprises avec 56%. De ces résultats, il ressort globalement que le marché de SNF au Bénin est doté de prestataires expérimentés.

**Tableau 43** : Année d'expérience du dirigeant par catégorie d'activité

	Micro- entreprises		Petites entreprise		Moyennes et grandes entreprises		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
0-1 ans	3	1	3	1	0	0	6	1
1-3 ans	15	6	14	5	2	11	31	6
3-5 ans	50	21	31	12	4	22	85	17
5-10 ans	69	29	64	25	2	11	135	26
Plus de 10 ans	98	42	148	57	10	56	256	50
	235	100	260	100	18	100	513	100

Lorsqu'on considère le secteur d'activité, on note que dans le secteur formel, 53% des dirigeants ont déclaré avoir une expérience de plus de 10 ans contre 29% dans le secteur informel. Dans ce secteur, 77% ont une expérience comprise entre 3 et 10 ans, contre 39% dans le secteur informel. En conclusion, on peut globalement dire que les dirigeants exerçant dans le secteur formel sont plus expérimentés que leurs homologues du secteur informel.

**Tableau 44** : Année d'expérience du dirigeant par secteur d'activité.

	secteur formel		secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
0-1 ans	6	1	0	0	6	1
1-3 ans	28	6	3	4	31	6
3-5 ans	61	14	24	34	85	17
5-10 ans	112	25	23	33	135	26
Plus de 10 ans	236	53	20	29	256	50
	443	100	70	100	513	100

Pour la majorité des dirigeants des services de SNF, le niveau d'expérience cumulé au niveau d'éducation conforte sur la qualité des services d'appui fourni aux MPME par les fournisseurs de services d'appui au Bénin. En croissant le niveau d'expérience des dirigeants des services d'appui aux MPME et leurs catégories d'activités, il ressort que les services d'appui les plus demandés par les MPME sont ceux caractérisés par une longue expérience dans le secteur d'activité. En effet, dans le secteur « formation professionnelle et assistance technique », 56% des prestataires ont une expérience de plus de dix ans et 24% entre 5 et 10 ans.

**Tableau 45** : Répartition des catégories de SNF selon l'année d'expérience du dirigeant dans le secteur.

		Formation professionnelle et assistance technique	Services d'information et de communication	Accès aux marchés et conseils commerciaux	Services de conseils en production et infrastructures	Approvisionnement en matières premières	Développement de produits	Mécanismes de financement alternatif	Politique/plaidoyer
0-1 ans	Effectif	4	3	2	4	1	2	2	1
	%	2	2	2	2	3	2	9	3
1-3 ans	Effectif	14	14	8	14	4	2	0	1
	%	5	7	6	7	14	2	0	3
3-5 ans	Effectif	32	35	15	35	5	18	3	5
	%	13	18	12	17	17	20	14	15
5-10 ans	Effectif	62	61	39	50	10	26	9	11
	%	24	32	31	24	34	29	41	32
Plus de 10 ans	Effectif	144	77	62	105	9	43	8	16
	%	56	41	49	50	31	47	36	47
	Effectif	256	190	126	208	29	91	22	34
	%	100	100	100	100	100	100	100	100

#### 4.2.6. Années d'expérience en affaires

Dans le contexte de cette enquête, on dissocie l'expérience en affaires de l'expérience dans l'activité. L'expérience en affaires prend en compte toute la trajectoire et le parcours professionnel du dirigeant dans une logique diachronique.

De façon nette, on note que quelle que soit la catégorie d'activités considérée, les dirigeants les plus expérimentés ont une expérience en affaires qui supplante nettement l'expérience dans l'activité.

**Tableau 46** : Années d'expérience en affaires par catégorie d'activité

	Micro-entreprises		Petites entreprises		Moyennes et grandes entreprises		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
0-1 ans	4	2	4	2	0	0	8	2
1-3 ans	18	8	11	4	2	11	31	6
3-5 ans	37	16	22	8	2	11	61	12
5-10 ans	67	29	55	21	2	11	124	24
Plus de 10 ans	109	46	168	65	12	67	289	56
	235	100	260	100	18	100	513	100

La tendance ci-dessus est également confirmée quel que soit le secteur d'activité. La proportion de dirigeants les plus expérimentés en affaires est plus élevée dans le secteur formel.

**Tableau 47** : Années d'expérience en affaires par secteur d'activités

	secteur formel		secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
0-1 ans	7	2	1	1	8	2
1-3 ans	25	6	6	9	31	6
3-5 ans	44	10	17	24	61	12
5-10 ans	104	23	20	29	124	24
Plus de 10 ans	263	59	26	37	289	56
	443	100	70	100	513	100

### **4.3. Profil des bénéficiaires des SNF au Bénin**

Cette section vise à cerner le profil des entreprises que les fournisseurs de SNF ont dans leur portefeuille. Les résultats de l'enquête ont permis de constater que la majorité des fournisseurs de SNF ne maîtrise pas le profil de leur clientèle.

#### **4.3.1. Répartition des entreprises selon le statut juridique**

Pour les fournisseurs ayant répondu à cette préoccupation, leur clientèle est en majorité (43%) dominée par les entreprises individuelles de type « établissement » qui sont en majorité des micro-entreprises. Viennent respectivement les SARL (24%), les SA (19%) et enfin les formes associatives (13%).

**Tableau 48:** Statut juridique des entreprises clients- catégorie d'activité

	Micro-entreprises	Petites entreprise	Moyennes et grandes entreprises	Total
Entreprise individuelle	53	36	45	43
Forme associative	12	14	13	13
SARL (ou assimilé)	22	26	24	24
SA (ou assimilé)	13	23	19	19
	100	100	100	100

Quel que soit le secteur d'activité considéré, ce sont les entreprises individuelles qui constituent essentiellement la clientèle des entreprises fournisseurs de SNF avec quelques variantes. Dans le secteur formel, on dénombre en moyenne 42% d'entreprises individuelles contre 57% dans le secteur informel.

**Tableau 49:** Statut juridique des entreprises clients- secteur d'activité

	secteur formel	secteur informel	Total
Entreprise individuelle	42	57	43
Forme associative	13	15	13
SARL (ou assimilé)	25	16	24
SA (ou assimilé)	20	11	19
	100	100	100

Ces résultats confirment le fait que les entreprises consommatrices de SNF sont en majorité des entreprises individuelles de type micro et exerçant essentiellement dans l'informel. Ainsi, la cible des fournisseurs de SNF en réalité composée de faible capacité financière, non réglementaires et qui n'ont pas accès aux avantages accordés par le code d'investissement. Il est donc primordial que le code d'investissement fasse une place de choix aux micro-entreprises à

travers notamment des incitations fiscales. Ce processus pourrait aussi faciliter le passage de ces entreprises du secteur informel au formel. Il est donc clair que sans une mesure d'accompagnement allant aussi bien dans le sens d'une meilleure connaissance de l'offre de SNF, de son importance et des programmes de subventions pour y accéder, il sera difficile à ces aux entreprises bénéficiaires de consommer les services d'appui et par ricochet d'assurer la pérennité de leur offre.

#### 4.3.2. Répartition des entreprises clientes par secteur d'activité selon le genre

Quelle que soit la catégorie d'entreprises considérée, les résultats montrent sans équivoque une domination nette des hommes. Cette domination est, cependant, moins écrasante dans le secteur du commerce.

**Tableau 50** : Secteur d'activité des entreprises clientes/ catégorie d'activité

	Production		Commerce		Services	
	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes
Micro- entreprises	81	19	72	28	76	24
Petites entreprise	79	21	69	31	79	21
Moyennes et grandes entreprises	73	28	66	34	73	27
Total	80	20	70	30	78	22

La même tendance est notée lorsqu'on considère le secteur d'activité des entreprises qui consomment les SNF.

**Tableau 51** : Secteur d'activité des entreprises clientes

	Production		Commerce		Service	
	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes
Secteur formel	80	20	70	30	78	22
Secteur informel	80	20	69	31	76	24
Total	80	20	78	22	78	22

#### 4.3.3. Répartition de la clientèle selon l'âge des entreprises clientes

En moyenne, 73% de la clientèle des entreprises fournisseurs de SNF ont une durée de vie supérieure à 3 années. 42% ont en moyenne une durée d'existence compris entre 3 et 10 ans et 31%, une durée supérieure à 10 années. Pour les entreprises ayant une durée de vie de moins de 3 ans, elles sont estimées en moyenne à 27%. Les entreprises de cette classe sont dans leur phase de croissance et ont besoin plus que jamais des services d'appui tels que l'analyse des contraintes politiques et des opportunités, les incubateurs d'affaires, informations sur les marchés etc.....

On note cependant des variantes selon la catégorie d'activité. Contrairement à la tendance globale, les moyennes et grandes entreprises consommatrices de SNF ont une durée de vie supérieure à 10 ans.

**Tableau 52 :** Répartition de l'âge des entreprises en portefeuille/catégorie d'activité

	Micro-entreprises	Petites entreprise	Moyennes et grandes entreprises	Total
Moins de 3 ans	35	20	24	27
Entre 3 et 10 ans	42	42	33	42
Plus 10 ans	23	38	43	31
	100	100	100	100

Dans le secteur formel, en moyenne 40% des entreprises clientes ont une durée de vie comprise entre 3 et 10 ans contre 51% dans le secteur informel. Le phénomène inverse est observé pour les entreprises d'une durée supérieure à 10ans. On en dénombre 33% dans le secteur informel contre 22% dans le secteur informel.

**Tableau 53 :** Age des entreprises en portefeuille/ secteur d'activité

	Secteur formel	Secteur informel	Total
Moins de 3 ans	27	27	27
Entre 3 et 10 ans	40	51	42
Plus 10 ans	33	22	31
	100	100	100

#### **4.4. Forces, faiblesses, menaces et opportunités vues selon les profils des fournisseurs de SNF, des dirigeants des entreprises prestataires de SNF et de leur clientèle**

Les résultats statistiques présentés ci-dessus permettent de tirer des conclusions à quant à la qualité de l'offre, de sa durabilité et des insuffisances sur la capacité d'intervention des prestataires de SNF.

##### **4.4.1 Forces**

###### **4.4.1.1 Offre diversifiée et en adéquation avec la demande de SNF**

Lorsque l'on compare d'une part, la répartition par catégorie et par type de services de l'offre de SNF et la demande prioritaire des MPME à savoir la formation professionnelle et le conseil en

gestion et d'autre part, les cinq prestations les plus offertes par les fournisseurs de SNF, on remarque une adéquation. Toutefois, on note une offre de services d'appui non connue et qui sont très utiles au développement et à la croissance des MPME comme nous l'avons montré à travers la répartition des services d'appui par catégorie de prestations. Cette situation qui est certainement due au manque d'information sur l'offre des services d'appui offerts et la difficulté des MPME à identifier le service nécessaire, pour être améliorée, nécessite non seulement que la demande de ces services soient stimulés mais surtout une part de subvention pour couvrir leurs charges afin de permettre à un grand nombre de MPME d'en bénéficier. Rappelons que les facteurs dissuasifs de la consommation des SNF sont, en premier le manque d'information sur les services disponibles et, en seconde position, le coût trop élevé des services. La présence d'un marché subventionné permettra à coup sûr à un certain nombre de prestataires d'exister et de développer des compétences utiles pour des entreprises, donc créer l'amorce et les conditions favorables à la création du réflexe d'utilisation des services par les entreprises.

#### 4.4.1.2 Qualité de l'offre

Elle est appréciée à travers le niveau d'éducation et de formation des prestataires des services d'appui, de leur expérience dans le secteur et en affaire, l'âge de l'entreprise fournisseur de SNF et les équipements. A défaut de statuer également sur le contenu des programmes des services d'appui apportés aux MPME, ces différents permettent de conclure que l'offre de SNF au Bénin est de qualité.

- **Niveau d'éducation et de formation élevé des prestataires de services non financiers**

Dans l'ensemble les prestataires des services non financiers sont globalement bien instruits. Quel que soit la catégorie et le secteur d'activité considérée, il est noté que la majorité (62%) ont le niveau universitaire même si le degré n'est pas précisé. Le secteur « Politique et plaidoyer » se distingue avec la proportion de prestataires ayant le niveau universitaire la plus élevée (85%) contre 70% pour le secteur formation professionnelle et assistance où la demande de services d'appui est plus concentrée. En effet, plus les prestataires sont bien instruits, plus les prestations fournies seront de qualité et la gestion de l'entreprise efficiente.

- **Année d'expérience du dirigeant dans le secteur d'activité et en affaires**

La majorité des dirigeants des entreprises prestataires de SNF ont une expérience avérée (plus de dix ans) aussi bien dans leur secteur d'activité qu'en affaires. Ce qui présume de leur part, une meilleure connaissance du marché et une expérience dans la fourniture des services non financiers aux MPME.

- **Recours à des consultants et formateurs**

Les entreprises prestataires de SNF interviennent en mettant à contribution l'expertise des consultants (nationaux et internationaux) et des formateurs. Ce recours favorise non seulement le transfert de compétence mais assure une prestation de qualité.

- **Année d'études de formateurs**

Les formateurs mis à contribution par les entreprises prestataires de services non financiers ont en majorité le niveau supérieur (Bac +5) qui peut être considéré comme le niveau de formation requis pour apporter une prestation de qualité aux MPME.

- **Expérience sur le marché international**

La participation de 10% des entreprises prestataires de SNF sur le marché international reconforte sur la capacité d'une frange non négligeable des prestataires exerçant au Bénin à fournir des services de qualité et ceci dans les normes internationales.

- **Installation et équipement de l'entreprise**

95% des prestataires de SNF sont installés dans des bâtisses en matériaux définitifs. Les équipements les plus indispensables à savoir le téléphone, le micro-ordinateur sont disponibles et usités. Toutefois, la télécopie et l'Internet sont plus usités dans les petites, moyennes et grandes entreprises.

#### 4.4.1.3 Durabilité de l'offre

Elle est appréciée dans cette rubrique à travers l'âge de l'entreprise. Plus la proportion des entreprises dont la durée est longue est élevée, plus on peut dire que l'offre dans ce secteur a été soutenue dans le temps.

Les résultats de l'enquête ont montré que les entreprises fournisseurs de SNF ont une durée de vie relativement longue. 55% sont en création depuis au moins cinq années dont 30% depuis plus de 10 ans et 25% ont entre 5 et 10 années d'existence. Ce qui permet de conclure dans une certaine mesure que la capacité d'offrir des SNF aux MPME est durable. La vision globale des fournisseurs de SNF sur le marché ainsi que les principaux freins à son développement permettront par la suite d'apporter une réponse conséquente à cette préoccupation.

## **4.4.2 Faiblesses**

### **4.4.2.1 Segment du marché**

La couverture du territoire national reste encore un défi majeur pour les prestataires de SNF. Seulement 44% ont déclaré exercé sur l'ensemble du territoire. La répartition des catégories de prestation par segment de marché a confirmé cette faiblesse. Cette situation traduit la concentration des prestataires dans les villes. Ils sont environ 80% dans les trois villes à statut particulier.

### **4.4.2.2 Taille des prestataires dominants**

Le marché de SNF au Bénin est largement dominé par des entreprises petite taille qui sont globalement les entreprises individuelles. Elles sont caractérisées par une faible assise financière et ont difficilement accès aux avantages du code d'investissement et au marché du crédit. Ces dernières sont d'ailleurs les plus nombreuses et versées dans les activités de services. Le problème essentiel est que les béninois n'aiment pas en général s'associer pour créer une entreprise. La création d'une entreprise est individuelle est souvent perçue comme : (i) un moyen de démontrer sa capacité individuelle d'entreprendre ; (ii) un moyen de se faire valoir au plan socio-économique et (iii) un moyen d'existence et d'affirmation de soi.

### **4.4.2.3 Le mode d'occupation**

La demande de SNF par les MPME dépend en partie du mode d'occupation des fournisseurs. Même si cela ne semble pas constituer un obstacle majeur, le fait que 73% des prestataires soient en location pourrait poser un problème réel de contact, d'actualisation des données d'identification et communication que les prestataires oublient souvent de vulgariser.

### **4.4.2.4 Mode de décision au niveau opérationnel**

La qualité du service fourni par les prestataires dépend aussi du fonctionnement et par conséquent de l'organisation interne de l'entreprise, en particulier du mode de décision. Le fait que, la prise de décision dans l'entreprise est prioritairement réservée au directeur qui est dans la plupart des cas, le propriétaire peut entraver une gestion efficiente de l'unité de prestation dans l'atteinte des objectifs qui lui sont assignés. Dans certains cas, ce mode de gestion paraît nécessaire pour un meilleur contrôle des affaires.

#### **4.4.3 Opportunités**

D'abord, à travers les résultats de l'enquête sur la demande de services et non financiers des MPME, tous les MPME qui ont consommé les SNF sont unanimes qu'ils ont eu un impact positif sur leurs entreprises même s'ils présentent des variantes selon le secteur d'activité. De façon globale, la fourchette de satisfaction va de 87% pour la formation professionnelle à 58% pour le conseil en production. Ensuite, l'existence de la demande en SNF est confirmée et est largement insatisfaite en raison du manque d'information sur les services offerts et les coûts de prestation. Enfin, il existe une panoplie de services d'appui de grande utilité non connus par les MPME.

Dans ce contexte, si les mesures d'accompagnement conséquentes sont apportées pour stimuler la demande des MPME en SNF, la tarification adaptée et soutenue, la profession de SNF organisée et structurée, il est alors certain de créer les conditions favorables au décollage des MPME en général, et des fournisseurs de SNF en particulier.

#### **4.4.4 Menaces**

A cette étape, ce qui apparaît comme menace principale pour un meilleur développement des SNF est le statut de la clientèle des entreprises prestataires de SNF. En effet, cette dernière est composée en majorité de micro-entreprises oeuvrant essentiellement dans le secteur informel. Comme on l'a mentionné plus haut, il s'agit d'une catégorie d'entreprises très vulnérable.

## **5. STRATEGIES D'OFFRE DE SERVICES NON FINANCIERS AU BENIN**

Cette section permettra de renforcer notamment le diagnostic quant à la capacité d'intervention des prestataires de SNF.

### **5.1. Appui externe en marketing**

Seulement 8% des prestataires de SNF ont déclaré avoir reçu un appui externe pour connaître la demande des entreprises. Cet appui est d'ailleurs orienté vers les prestataires de grandes tailles, alors que le marché des SNF est dominé essentiellement par les prestataires de petites tailles.

**Tableau 54 :** Appui externe en marketing

	Micro-entreprises		Petites entreprises		Moyennes et grandes entreprises		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Oui	16	7	21	8	3	17	40	8
Non	212	90	226	87	14	78	452	88
Pas de réponse	7	3	13	5	1	6	21	4
Total	235	100	260	100	18	100	513	100

Au regard de ces résultats et comme le montre le mode de promotion<sup>14</sup> de cet appui (tableau 44), il s'avère que compte tenu de la faible capacité financière des prestataires qui dominent le marché des SNF au Bénin, des réticences et de l'absence de communication entre les entreprises, que le mode de marketing qui conviendrait le mieux serait sous formes de séminaire d'information, de rencontres spécifiques entre les dirigeants des MPME et les prestataires de SNF et aussi des campagnes de sensibilisation auprès des entreprises et surtout des organisations professionnelles.

**Tableau 55 :** Promotion de l'appui externe en marketing

	Effectif	%
Une enquête sur les besoins de l'entreprise	9	13
L'organisation de rencontres spécifiques entre les clients et les fournisseurs	13	19
Des salons	9	13
Missions de bailleurs de fonds	8	12
Rencontres entre la DMPE et les Entreprises	8	12
Séminaire d'information	18	27
Autres	2	3

<sup>14</sup> Notons que cette question fait également des questions les moins renseignées.

## **5.2. Promotion interne de l'offre**

Quel que soit le secteur d'activité, il se dégage que la promotion de l'offre au niveau des entreprises prestataires de SNF se fait essentiellement par la prospection directe (32%). Ensuite viennent l'intermédiation d'autres entreprises, de l'environnement des affaires (17%), le contact téléphonique : initiative des bénéficiaires (17%) et les médias (14%). Dans le secteur informel, le contact téléphonique vient immédiatement après la prospection directe. Ce qui reflète bien ce secteur.

**Tableau 56 : Modalités de prospection de la clientèle**

	secteur formel		secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Prospection directe	314	32	53	38	367	32
Par l'intermédiaire d'autres entreprises, de l'environnement	180	18	18	13	198	17
Contact téléphonique	165	17	24	17	189	17
Via les médias	143	14	17	12	160	14
Autres	66	7	18	13	84	7
Par l'intermédiaire des organisations professionnelles	62	6	5	4	67	6
Prescrits par un projet, une ONG, une institution	62	6	5	4	67	6

Il semblerait que de plus en plus les prestataires de SNF font des efforts dans le démarchage commercial malgré la préférence qu'ont certains prestataires de compter sur leur réputation et les références données par les tiers<sup>15</sup> (34%).

Face aux réticences qu'ont les MPME pour les SNF, couplée avec la faible visibilité des prestataires, il urge que des campagnes d'information sur les mérites et les avantages potentiels des SNF sur le développement des entreprises soient engagés.

## **5.3. Auto-évaluation de la politique de promotion**

Les résultats ci-dessous attestent l'idée que les prestataires de SNF ne font pas souvent de publicité en direction des MPME. Seulement 1% des prestataires ont déclaré mener une politique agressive de marketing et 4% une politique forte en direction des bénéficiaires potentiels.

<sup>15</sup> Intermédiation d'autres entreprises, contact téléphonique.

**Tableau 57: Auto-évaluation de la politique de promotion**

	Secteur formel		secteur informel		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Faible	188	44	43	62	231	46
Moyenne	215	50	26	38	241	48
Forte	22	5	0	0	22	4
Très agressive	6	1	0	0	6	1
	431	100	69	100	500	100

#### **5.4. Appui externe gestion**

Seulement 12% des prestataires ont déclaré avoir reçu un soutien extérieur pour améliorer la gestion de leur entreprise. Sa distribution se présente comme ci-après :

**Tableau 58 : Appui externe en gestion**

	Total	
	Effectif	%
Appui en gestion de ressources humaines	19	34
Appui financier	13	23
Appui institutionnel	11	20
Appui méthodologique	11	20
Autre	2	4

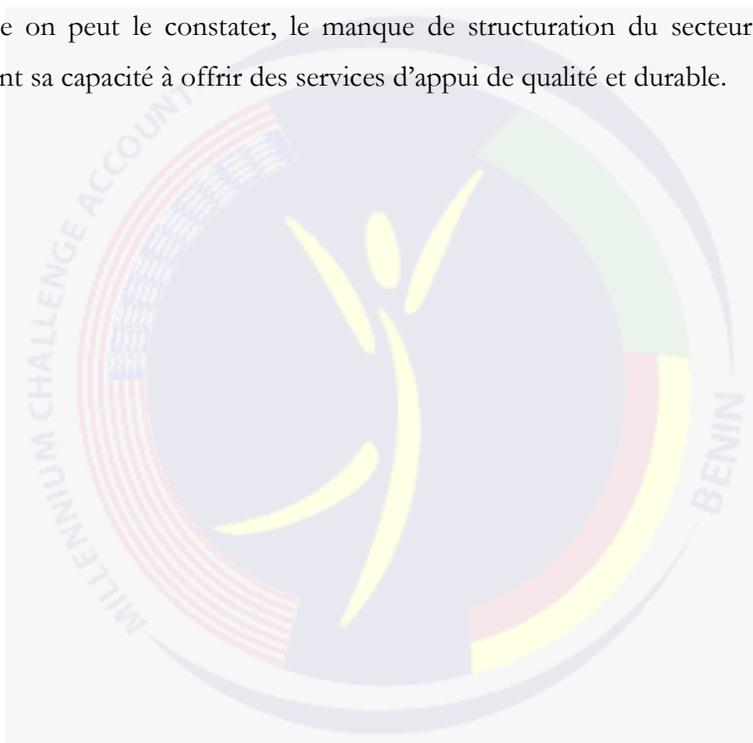
Ces soutiens proviennent prioritairement (62%) de l'Etat contre 38% pour les structures privées. Comme on peut le constater, l'appui aux prestataires de SNF est de toute évidence insuffisant. Ces derniers ne semblent pas bénéficier d'un accompagnement adéquat pour mieux jouer leur rôle d'appui conseil aux MPME, et ce malgré leurs multiples atouts.

#### **5.5. Appartenance à une organisation professionnelle**

37% ont déclaré appartenir à une organisation professionnelle. Il en résulte que les responsables des structures d'appui aux MPME ne sont pas enthousiastes à adhérer et participer à la vie des regroupements des structures d'appui conseils qui ne sont pas pour la plupart dynamiques. Les raisons évoquées sont le manque d'organisation des structures existantes (58%) et l'inexistence d'une organisation adéquate (48%).

La première raison semble être confirmée par environ 68% des prestataires, qui estiment que les organisations professionnelles auxquelles ils appartiennent n'ont pas d'expériences de partenariat avec les groupements professionnels des MPME. Ces organisations sont à 71% des structures privées d'envergure nationale contre 29% qui ont une couverture internationale.

Ainsi, en dehors des cas spécifiques des notaires, des experts comptables et commissaires aux comptes, des avocats, des commissaires priseurs, le faible intérêt dont font preuve la majorité des prestataires pour adhérer à une organisation professionnelle pourrait indiquer une vision étroite de leur rôle notamment (i) de vecteur d'information auprès des entreprises et de leur association professionnelle, (ii) de garants de professionnalisme de leur adhérents (iii) d'intermédiaire auprès des autorités, des ONG et des bailleurs (exemple de l'ordre des experts comptables), (iv) de centres de collecte et de diffusion d'information sur l'information commerciale ( par ex. les appels d'offres). Il se dégage aussi l'incapacité des prestataires à consacrer l'effort et les ressources nécessaires à la bonne marche d'une association. En conséquence, le secteur de SNF souffre d'un réel problème de synergie ce qui n'est pas de nature à faciliter la pérennité des actions. Comme on peut le constater, le manque de structuration du secteur de SNF affecte considérablement sa capacité à offrir des services d'appui de qualité et durable.



## **6. ECONOMIE DE L'ACTIVITE DES ENTREPRISES FOURNISSEURS DE SNF**

Cette section permettra d'affiner le diagnostic quant à la durabilité et la qualité de l'offre de SNF aux MPME.

### **6.1. Economie de l'activité de SNF aux MPME**

#### **6.1.1. Part de l'activité en relation directe avec les entreprises**

En moyenne 39% du volume des prestations et 47% du chiffre d'affaires sont réalisés dans les services non financiers aux MPME. L'essor des fournisseurs de SNF et la durabilité des services d'appui sont donc strictement liés au développement et à la consommation des SNF par les MPME. Par rapport à la part de l'activité en volume de prestations et du chiffre d'affaire, les fournisseurs se répartissent comme suit, en fonction de leur d'engagement direct auprès des différentes catégories de MPME.

**Tableau 59:** Part moyenne de l'activité en volume et en CA

	% de l'activité (volume)	% de l'activité (CA)
Micro-entreprises	39	45
Petites entreprises	39	48
Moyennes et Grandes Entreprises	26	50

#### **6.1.2. Subvention aux MPME pour bénéficiaire de SNF**

Par rapport au recours à une subvention pour bénéficier de leurs prestations, seulement 11% des fournisseurs de SNF ont déclaré être au courant de cette possibilité.

Un peu moins de 8 micro-entreprises interrogées sur 10 ont déclaré que les entreprises ne perçoivent pas de subventions pour recourir à leurs prestations. Ce taux est pratiquement identique pour les moyennes et grandes entreprises (76%), mais un peu plus faible (71%) pour les petites Entreprises.

### 6.1.3. Nombre d'entreprises en portefeuille

Le tableau 60 ci-dessous présente la répartition des entreprises en quatre groupes. Annuellement, 68% des prestataires ont moins de 20 clients dans leur portefeuille<sup>16</sup>. Seulement 0,5% des prestataires ont une clientèle supérieure à 100 MPME. 54% des prestataires comptent moins de 20 MPME clientes dirigées par les hommes. Ce taux est un plus élevé (82%) lorsqu'on considère la distribution des entreprises dirigées par des femmes.

**Tableau 60** : Nombre de clientèle en portefeuille

	Hommes		Femmes	
	Effectif	%	Effectif	%
Moins de 20	262	54	392	82
Entre 20 et 50	61	13	73	15
Entre 50 et 100	157	33	11	2
plus de 100	2	0	3	1

Il convient toutefois de rappeler que compte tenu de leurs spécificités, les services de certains prestataires peuvent revêtir un caractère de récurrence et d'obligation ou de conformité réglementaire alors que ceux des autres seront caractérisés par exemple par des phases de diagnostic, de recherche et de mise en œuvre de solutions accompagnées d'information, de formation, d'information et de suivi.

### 6.1.4. Evolution des activités de services aux entreprises

Plus de 43 % des fournisseurs de SNF interrogés pensent que leurs activités auprès des entreprises ont un peu augmenté au cours des deux dernières années. Ce taux étant relativement élevé au niveau des fournisseurs de type moyennes et grandes (47%), petites entreprises (46%). Environ 35% des fournisseurs de moyenne et grande taille ont déclaré que leurs activités ont augmenté de façon significative, contre 14% de micro-entreprises et 18% dans les entreprises de petite taille. La situation inverse est notée lorsqu'on s'oriente vers les fournisseurs de SNF qui ont connu une baisse de leurs activités. Il se dégage que l'évolution des activités semble être fonction de la taille des entreprises. Comme on peut le constater, les activités ont connu de ces deux dernières années une évolution conséquente au niveau des moyennes et grandes entreprises. Ces résultats soulignent la vulnérabilité des fournisseurs de SNF de petite taille (micro et petites entreprises).

<sup>16</sup> Le recensement général des entreprises en cours permettra d'avoir une idée précise par rapport au ratio clients et prestataires de SNF.

**Tableau 61 :** Evolution des activités de services aux entreprises/catégories d'activité

	Micro-entreprises		Petites-entreprises		Moyennes et grandes entreprises		Ensemble	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Augmenté de façon significative	28	14	45	18	6	35	79	17
Un peu augmenté	82	40	114	46	8	47	204	43
Sont restés stables	32	16	31	12	1	6	64	14
Ont un peu diminué	36	18	39	16	1	6	76	16
Ont beaucoup diminué	27	13	20	8	1	6	48	10

Lorsqu'on considère le secteur d'activité, les fournisseurs de SNF qui ont déclaré que leurs activités ont un peu augmenté sont plus élevés dans le secteur formel (45%) comparé au secteur informel (32%). En revanche, seulement 16% des fournisseurs de SNF trouvent que leurs activités ont un peu diminué, ce pourcentage étant doublement plus élevé dans l'informel que dans le formel. De façon significative, 17% des fournisseurs de SNF ont estimé que leurs activités ont augmenté.

**Tableau 62 :** Evolution des activités de services aux entreprises/secteur d'activité

	secteur formel		secteur informel		Ensemble	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Augmenté de façon significative	70	17	9	15	79	17
Un peu augmenté	185	45	19	32	204	43
Sont restés stables	55	13	9	15	64	14
Ont un peu diminué	59	14	17	28	76	16
Ont beaucoup diminué	42	10	6	10	48	10

### 6.1.6. Pourcentage du chiffre d'affaire dans les services

Les services aux micro et petites entreprises se sont révélées comme étant ceux qui contribuent le plus aux chiffres d'affaires des entreprises prestataires de services non financiers. Encore une fois, la pérennité des services d'appui est strictement lié au développement des micro et petites entreprises.

**Tableau 63 :** Répartition de l'activité entre les différents segments du marché (% du chiffre d'affaires)

Statistiques	Moyenne
Prestations pour le compte des bailleurs de fonds internationaux	6
Prestations pour le compte des services gouvernementaux	19
Services directs aux moyennes ou grandes entreprises	32
Services directs aux micro ou petites entreprises	43

### 6.1.7. Perception sur l'évolution de leurs activités à court et moyen terme

#### - Pour les deux prochaines années

Comme le montrent les tableaux 52 et 53, les prestataires de services ayant répondu à cette question pensent que leurs activités connaîtront dans le court et le moyen terme, une évolution significative. Ils sont cependant plus optimistes dans le moyen terme (92%) contre 54% dans le court terme.

**Tableau 64** : Perception sur les activités au cours des deux prochaines années

	Micro-entreprises		Petites-entreprises		Moyennes et grandes entreprises		Ensemble	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Augmenté de façon significative	126	54	138	53	6	100	270	54
Un peu augmenté	88	37	106	41	0	0	194	39
Sont restés stables	7	3	6	2	0	0	13	3
Ont un peu diminué	7	3	5	2	0	0	12	2
Ont beaucoup diminué	7	3	5	2	0	0	12	2

#### 5 Pour les cinq prochaines années

**Tableau 65** : Perception sur les activités au cours des cinq prochaines années

	Micro-entreprises		Petites-entreprises		Moyennes et grandes entreprises		Ensemble	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Augmenté de façon significative	156	91	194	93	12	100	362	92
Un peu augmenté	7	4	6	3	0	0	13	3
Sont restés stables	7	4	4	2	0	0	11	3
Ont un peu diminué	2	1	3	1	0	0	5	1
Ont beaucoup diminué	0	0	1	0	0	0	1	0

La vision optimiste des fournisseurs de SNF quant à l'expansion des activités du secteur rassure sur sa disponibilité des services d'appui et donc sur leur pérennité.

### 6.1.8. Tarif journalier par segment de marché

L'enquête a tenté de recueillir le tarif journalier d'honoraires appliqué par les fournisseurs de SNF aux différentes clientèles à savoir : (i) les bailleurs de fonds internationaux ; (ii) les services gouvernementaux ; (iii) les moyennes et grandes entreprises ; (iv) les micro et petites entreprises.

Les données obtenues sont à prendre avec attention car leur fiabilité relève entièrement de la bonne foi des répondants. Il faut de plus rappeler le caractère déclaratif de l'enquête ce qui implique que les informations divulguées n'ont pu être vérifiées. Nous présentons ici les tarifs

approximatifs (minimal et maximal) des prestations en SNF pour les cibles ci-dessus citées. Ils sont présentés dans le tableau 66 et ne permettent pas pour l'instant d'adopter une conclusion définitive. A titre d'exemple, le coût maximal appliqué aux moyennes et grandes entreprises pour la formation professionnelle et l'assistance technique est une fois et demi supérieur à celui des micro-entreprises pour le même service. Globalement les coûts semblent relativement faibles pour les micro-entreprises comparées aux autres catégories de la clientèle des prestataires de SNF. Cependant, elles continuent d'avoir une faible consommation des produits d'appui. Cela suppose des mesures idoines doivent être adoptées pour adapter les services d'appui à la capacité financière des micro-entreprises qui constituent la frange importante de la clientèle des fournisseurs de SNF.

L'analyse des tarifs moyens par segment d'activité permet également de conforter ces résultats (cf tableau 85 en annexe).

#### **6.1.9. Part du temps de l'entreprise investi dans la recherche et développement et la formation professionnelle.**

Des résultats de l'enquête, il ressort que les prestataires de SNF consacrent une proportion relativement importante du temps de l'équipe dans la recherche et développement de nouveaux produits et dans l'amélioration des prestations que dans la formation professionnelle interne du personnel. En moyenne, les prestataires toute catégorie d'activité confondue consacrent 27% du temps de leur équipe à la recherche et développement de nouveaux produits contre 19% dans la formation professionnelle interne du personnel. Ce qui conforte la conclusion quant à la qualité des services offerts par les fournisseurs de SNF. Dans la recherche et le développement de nouveaux produits, les micro-entreprises se distinguent avec une proportion de 30% contre 24% pour les petites entreprises et 19% pour les moyennes et grandes entreprises. Ce résultat est rassurant dans la mesure où les consultants individuels ont souvent un comportement typiquement opportuniste et donc sont moins susceptibles de faire de la Recherche-développement et surtout que ce terme s'applique aux cabinets structurés.

Par contre, dans la formation professionnelle, ce sont les petites entreprises qui s'illustrent avec une proportion de temps estimée à 22%. Les moyennes et grandes entreprises viennent en dernière position. Ce constat un peu surprenant compte tenu de la capacité financière de ces différentes catégories d'entreprises peut se justifier d'une part, par la prédominance des petites

entreprises sur le marché de SNF et d'autre part, parce que ces derniers doivent leur survie au développement de nouveaux produits et à un personnel compétent.

**Tableau 67 :** Part du temps investi en recherche et formation professionnelle

	Recherche-développement		Formation professionnelle	
	Effectif	Moyenne	Effectif	Moyenne
Micro –entreprises	201	30	201	19
Petites entreprise	235	24	232	22
Moyennes et grandes entreprises	18	19	17	15
Total	454	27	450	19

### 6.1.10. Appui extérieur en matière de recherche et développement de nouveau produits ou de formation de consultants

Seulement 8% des entreprises SNF ont reçu un appui institutionnel et financier de divers organismes. Les moyennes et grandes entreprises ont été les plus soutenues certainement à cause de leur taille et utilité immédiate.

**Tableau 68:** Appui extérieur en matière de R-D et de formation de consultants

	Micro- entreprises		Petites- entreprises		Moyennes et grandes entreprises		Ensemble	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Oui	12	5	25	10	3	18	40	8
Non	207	93	225	89	14	82	446	91
Pas de réponse	4	2	3	1	0	0	7	1
	223	100	253	100	17	100	493	100

Pour l'appui en matière de recherche et développement, les structures nationales interviennent à 52% contre 48% pour les organismes internationaux.

**Tableau 69 :** Sources d'appui aux entreprises en matière de R-D

	Micro- entreprises		Petites- entreprises		Moyennes et grandes entreprises		Ensemble	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Organisme international	4	57	6	43	1	50	11	48
Structure nationale	3	43	8	57	1	50	12	52
	7	100	14	100	2	100	23	100

**Tableau 66** : Tarif journalier d'honoraire par segment du marché

	Prestations pour le compte des bailleurs de fonds internationaux		Prestation pour le compte des services gouvernementaux		Services directs aux moyennes et Grandes Entreprises		Services directs aux micro ou petites entreprises	
	Minimum	Maximum	Minimum	Maximum	Minimum	Maximum	Minimum	Maximum
<b>Montants bruts (F CFA)</b>								
Formation professionnelle et assistance technique	108 871	179 461	84 697	121 892	62 629	118 688	43 009	79 215
Service d'information et de communication	108 562	198 595	87 580	158 940	77 862	114 921	25 019	58 834
Accès aux marchés et conseils commerciaux	60 776	129 913	28 185	63 458	39 187	204 767	27 317	49 134
Conseils en production et services d'infrastructures	76 509	149 516	74 083	138 821	42 460	95 130	27 781	49 093
Approvisionnements en matières premières	87 969	167 063	73 534	131 766	64 568	132 913	41 203	69 300
Développements des produits	88 223	150 268	62 925	123 118	56 948	83 188	39 369	79 058
Mécanismes de financement alternatifs	65 375	148 995	53 318	94 053	80 174	153 942	42 938	75 243
Politique/Plaidoyer	98 818	147 796	94 984	101 367	77 911	130 505	51 404	80 855

## **6.2. Subventions**

### **6.2.1. Subventions des services d'appui**

Au plus 5% des fournisseurs de SNF ont déclaré recevoir des subventions de la part d'organismes publics, de projets ou de bailleurs de fonds. Ce sont les moyennes et grandes entreprises qui s'en sortent le plus (17%) contre 6% pour les petites entreprises et 2% pour les micro-entreprises.

**Tableau 69:** Subventions des services au niveau des entreprises

	Micro- entreprises		Petites- entreprises		Moyennes et grandes entreprises		Ensemble	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Oui	4	2	16	6	4	21	24	5
Non	217	96	233	93	14	74	446	94
Pas de réponse	5	2	1	0	1	5	7	1
	226	100	250	100	19	100	495	100

### **6.2.2. Pourcentage des subventions dans le chiffre d'affaire**

Pour les prestataires de SNF subventionnés, la part du chiffre d'affaire correspondant aux subventions est en moyenne de 43%. Les petites entreprises viennent en tête avec une proportion de 45% contre 39% pour les micro-entreprises et 37% pour les moyennes et grandes entreprises. Pour ces entreprises qui reçoivent une subvention, dans la moitié des cas, il s'agit de la subvention à prestation (à l'acte). En moyenne, le taux de cofinancement est de 25%. Il est estimé à 40% pour les micro-entreprises, 16% pour les petites entreprises et 44% pour les moyennes et grandes entreprises. Quant à la subvention globale et les deux subventions couplées (subvention à la prestation et la subvention globale), elles viennent en deuxième position avec une proportion égale estimée à 23%

**Tableau 70:** Part des subventions dans le CA

	Effectif	Moyenne
Micro- entreprises	4	39
Petites entreprise	16	45
Moyennes et grandes entreprises	3	37
Total	23	43

## **6.3. Vision globale**

### **6.3.1. Evolution du marché**

Des résultats de cette enquête, il ressort que 76% des fournisseurs estiment être sur un marché qui est en expansion. Cet optimisme s'observe plus au niveau des petites entreprises (80%) suivies des moyennes et grandes entreprises (78%) et les micro-entreprises (71%). On en déduit que les prestataires de SNF sont dans un environnement favorable au développement des leurs activités. Ce qui rassure sur la durabilité de l'offre de services d'appui.

Moins d'un quart des entreprises prévoient une récession au niveau du marché. Cette récession est surtout vue par les petites entreprises. Très peu (6%) des grandes entreprises pensent que le marché est en récession. Il faut aussi remarquer que le secteur d'appartenance (formelle ou informelle) n'a pas d'impact sur la perception des entreprises vis-à-vis de la vision globale du marché.

**Tableau 71:** Evolution sur le marché

	Micro entreprises		Petites entreprise		Moyennes et grandes		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Sur un marché en expansion	168	71	207	80	14	78	389	76
Sur un marché en récession	36	15	41	16	1	6	78	15
Pas de réponse	31	13	12	5	3	17	46	9
Total	235	100	260	100	18	100	513	100

Quelques variantes se présentent cependant lorsqu'on tient de la nature de l'entreprise et du segment d'activité (cf tableaux 86 et 87 en annexe). La proportion des fournisseurs de SNF optimistes quant à l'expansion du marché des services d'appui aux MPME va de 100% (acteurs semi public à but non lucratif<sup>17</sup>) à 67% pour les ONG et les associations professionnelles. Le service public apparaît avec une proportion de 89% contre 76 pour le secteur privé.

Par rapport au segment du marché, la tendance est pratiquement identique. Cependant, les fournisseurs de SNF semblent plus rassurés sur le marché local et international.

<sup>17</sup> Projet, institutions para étatique.

## 6.3.2. Principaux freins au développement du marché

### 6.3.2.1 Du côté de la demande

Selon les prestataires de SNF, la demande des entreprises est essentiellement limitée par ordre de priorité par : (i) le manque de pouvoir d'achat des entreprises bénéficiaires pour rémunérer les services, (ii) la mauvaise information des entreprises sur l'offre de service, (iii) la difficulté des entreprises à accorder de la valeur aux services d'appui, (iv) la taille du marché trop restreint et (v) l'incapacité des entreprises à identifier leurs problèmes.

**Tableau 72** : Les freins au développement du marché du côté de la demande

	Micro-entreprise		Petites entreprises		Grandes et moyennes entreprises		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Manque de pouvoir d'achat des entreprises pour rémunérer les services	124	23	147	22	14	25	285	23
Mauvaise information des entreprises sur l'offre de service	100	19	111	17	9	16	220	18
Difficulté des entreprises à accorder de la valeur aux services d'appui	83	16	110	16	5	9	198	16
Taille du marché trop restreint (petit nombre d'entrepris)	68	13	101	15	10	18	179	14
Incapacité des entreprises à identifier leurs problèmes	55	10	68	10	6	11	129	10
Réticence des entreprises à essayer les services	44	8	68	10	6	11	118	9
Préférence pour des paquets de services	33	6	43	6	3	5	79	6
Autres	22	4	24	4	2	4	48	4

### 6.3.2.2 Du côté de l'offre

Du côté de l'offre, les freins les plus importants se présentent par ordre de priorité comme suit : (i) Concurrence déloyale des services gratuits ou trop subventionnés, (ii) Marketing et promotion des services insuffisants (iii) Manque de connaissance de la demande, (iv) Faiblesses des capacités opérationnelles et (v) Offre de service pas assez diversifiée. Il convient de mentionner qu'au niveau des moyennes et grandes entreprises, ce sont plutôt les modalités : offre de service pas assez diversifié, Faiblesses des capacités opérationnelles et Manque de connaissance de la demande qui viennent après les deux premières (i) et (ii).

Comme on le peut le constater, les prestataires de SNF ne considèrent pas trop le coût élevé des prestataires comme un frein à l'offre de leurs services. Il en de même pour l'absence de professionnalisme.

**Tableau 73 :** Les freins au développement du marché du côté de l'offre

	Micro-entreprise		Petites entreprises		Grandes et moyennes entreprises		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Concurrence déloyale des services gratuits ou trop subventionnés	112	24	122	22	6	20	240	23
Marketing et promotion des services insuffisants	91	19	108	19	6	20	205	19
Manque de connaissance de la demande	57	12	64	11	2	7	123	12
Faiblesses des capacités opérationnelles	52	11	61	11	4	13	117	11
Offre de service pas assez diversifié	45	10	52	9	5	17	102	10
Inadéquation et /ou faible qualité des services	36	8	46	8	2	7	84	8
Prix des prestations trop élevées	31	7	53	9	4	13	88	8
Absence de professionnalisme	26	6	39	7	1	3	66	6
Autres	17	4	20	4	0	0	37	3

### 6.3.2.3 Environnement du marché

Du côté de l'environnement, l'élément le plus décrié est le harcèlement fiscal surtout au niveau des micro-entreprises. Le tableau 89 en annexe montre l'acuité de ce problème par catégorie d'activité. Dans la formation professionnelle et assistance technique, 70% des prestataires estiment que la fiscalité constitue l'obstacle le plus important au développement de leurs activités

Viennent ensuite par ordre de priorité : la corruption, les inégalités structurelles au sein du secteur privé et le manque de sécurité au niveau du système judiciaire. Selon les acteurs du marché de SNF, le risque administratif constitue également un obstacle majeur. Il semble plus important que la corruption.

**Tableau 74 :** les freins liés à l'environnement du marché

	Micro-entreprises		Petites entreprises		Moyennes et grandes entreprises		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Harcèlement fiscal	153	32	172	30	9	25	334	31
Corruption	122	26	139	24	9	25	270	25
Inégalités structurelles au sein du secteur privé	93	20	125	22	9	25	227	21
Système judiciaire insuffisamment sécurisant	62	13	81	14	5	14	148	14
Distorsions engendrées par les appuis subventionnés	20	4	39	7	4	11	63	6
Autres	21	4	14	2	0	0	35	3

### 6.3.2.4 Les propositions d'amélioration de l'offre

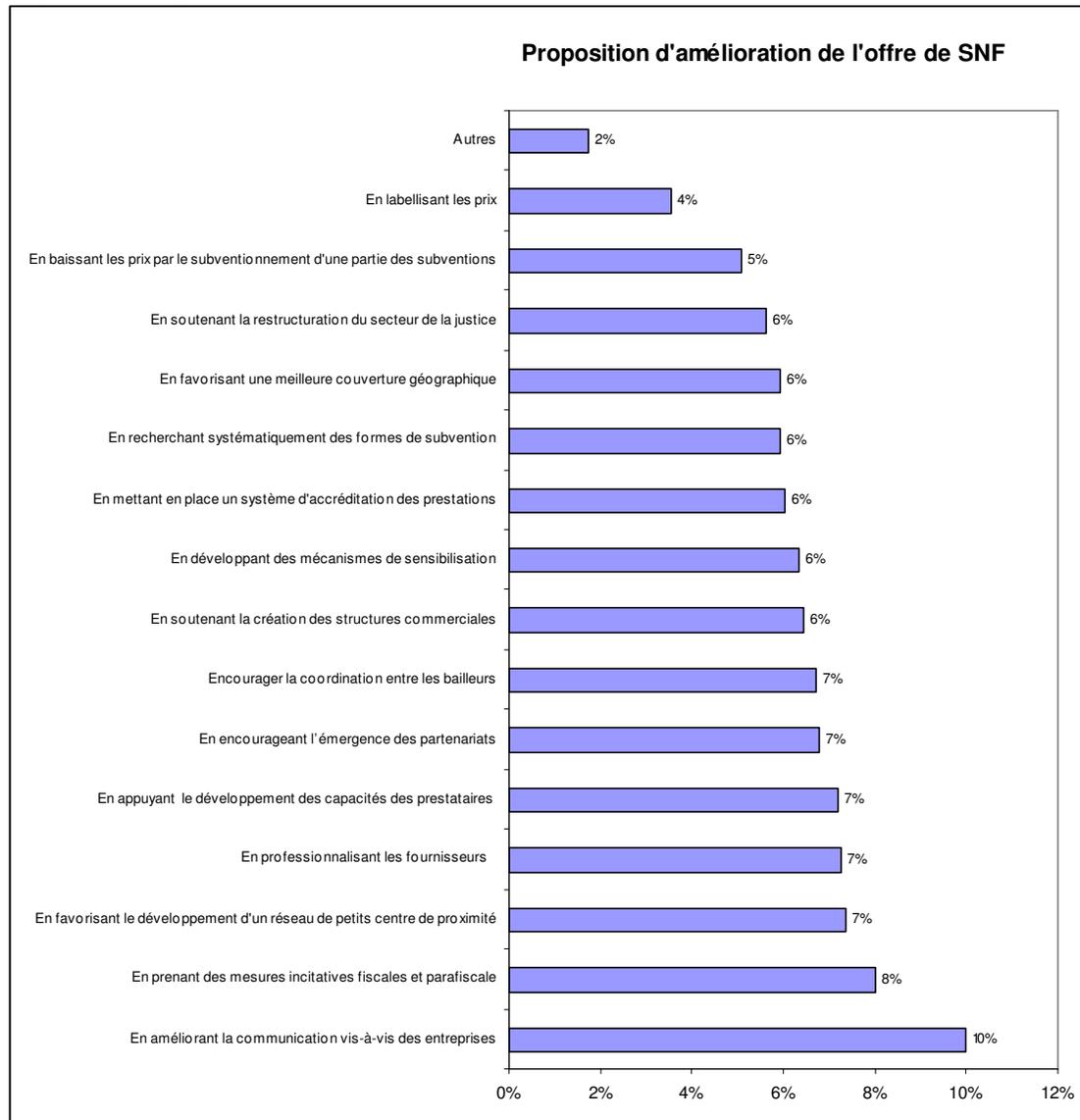
Par ordre de priorité, les prestataires estiment que l'offre de SNF pourrait être amélioré par des stratégies indiquées dans le Tableau 75.

**Tableau 75** : Proposition d'amélioration de la qualité de l'offre de SNF

	Micro-entreprises		Petites entreprises		Moyennes et grandes entreprises			
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
En améliorant la communication vis-à-vis des entreprises	145	11	155	9	13	12	313	10
En prenant des mesures incitatives fiscales et parafiscale	109	8	130	8	12	11	251	8
En favorisant le développement d'un réseau de petits centres de proximité	95	7	125	7	11	10	231	7
En professionnalisant les fournisseurs	103	8	121	7	4	4	228	7
En appuyant le développement des capacités des prestataires	99	7	118	7	9	8	226	7
En encourageant l'émergence des partenariats	93	7	111	7	9	8	213	7
Encourager la coordination entre les bailleurs	92	7	113	7	6	5	211	7
En soutenant la création des structures commerciales	86	6	112	7	4	4	202	6
En développant des mécanismes de sensibilisation	86	6	105	6	8	7	199	6
En mettant en place un système d'accréditation des prestations	82	6	104	6	3	3	189	6
En recherchant systématiquement des formes de subvention	80	6	102	6	4	4	186	6
En favorisant une meilleure couverture géographique	75	6	98	6	13	12	186	6
En soutenant la restructuration du secteur de la justice	69	5	101	6	6	5	176	6
En baissant les prix par le subventionnement d'une partie des subventions	61	5	92	5	6	5	159	5
En labellisant les prix	43	3	64	4	4	4	111	4
Autres	21	2	33	2	1	1	55	2

Au premier plan, on note l'amélioration de la communication vis-à-vis des entreprises (réunion d'information, rencontres, campagnes de sensibilisation auprès des entreprises et des organisations professionnelles) et la nécessité de prendre des mesures incitatives fiscales et parafiscales. Il est important de remarquer la trop grande dispersion des demandes d'appuis suggérées par les prestataires en SNF. Aucune stratégie ne mobilise plus de 10% des prestataires.

**Figure 3** : Propositions d'amélioration de l'offre



### 6.3.3. Types d'appui nécessaires pour une offre de qualité adaptée aux besoins des MPME

Les prestataires toute catégorie d'activité confondue, estiment en priorité que l'appui financier est un besoin fondamental pour l'accroissement de l'offre de services non financiers aux MPME.

**Tableau 76 :** Types d'appui souhaités par les prestataires de SNF

	Micro-entreprises		Petites entreprises		Moyennes et grandes entreprises		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Appui financier	181	33	217	30	16	31	414	31
Appui en gestion de ressources humaines	118	22	175	24	10	20	303	23
Appui institutionnel	123	23	164	23	10	20	297	22
Appui méthodologique	104	19	151	21	11	22	266	20
Autres	17	3	20	3	4	8	41	3

La distribution de besoins d'appui par catégorie d'activité (tableau 89 en annexe) montre l'importance que les fournisseurs de SNF accordent à l'appui financier pour le développement de leurs activités. Au-delà de la nécessité de mettre en place un fonds d'appui au profit de ces acteurs, il y a lieu de faciliter leur accès au marché de crédit.

### 6.3.4 Répartition des besoins de renforcement au niveau staff

La distribution des besoins d'appui selon les personnes ressources des entreprises prestataires de SNF montre que c'est le personnel technique qui est la cible privilégiée. Elle s'avère pertinente pour assurer une offre de qualité dans la mesure où le développement de ces services d'appui implique davantage le personnel technique.

**Tableau 77:** Répartition des besoins d'appui au niveau du staff des fournisseurs de SNF

	Appui en gestion de ressources humaines	Appui institutionnel (équipement)	Appui financier	Appui méthodologique	Autres
Administration	36	30	31	27	19
Personnel technique	38	45	35	39	6
Assistance technique	16	18	20	20	4
Consultants	8	6	11	10	56
Autre	2	1	3	4	19

### 6.3.4. Concurrence la plus redoutée

Les prestataires « informels » qui agissent hors des règles du marché apparaissent comme étant la contrainte la plus redoutée sur le marché de SNF.

**Tableau 78 :** Concurrence la plus redoutée

	Micro -entreprises		Petites entreprises		Moyennes et grandes entreprises		Total	
	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%	Effectifs	%
les prestataires "informels" qui agissent hors des règles du marché	147	34	151	32	10	36	308	33
Les grosses sociétés de services	65	15	77	16	4	14	146	16
Les sociétés de services étrangères	63	15	70	15	4	14	137	15
Les projets et ONG subventionnés	47	11	58	12	3	11	108	12
Les petites structures de services légères et adaptables	39	9	51	11	2	7	92	10
L'environnement familial, amical ou professionnel de l'entreprise	37	9	34	7	3	11	74	8
Autre	17	4	21	4	1	4	39	4
Les ressources internes aux entreprises	14	3	9	2	1	4	24	3

### 6.3.5. Expression des besoins de formation

Environ 47% des prestataires de SNF échantillonnées ont déclaré que les besoins en formations au sein de leurs entreprises sont exprimés par leur staff. Parmi les entreprises où cette pratique est effective, 52% sont des petites entreprises contre 44% pour les micro-entreprises et 4% pour les moyennes et grandes entreprises.

**Tableau 79:** Expression des besoins de formation par catégorie d'entreprise

	Oui		Non		Total	
Micro- entreprises	106	44	108	46	214	45
Petites entreprise	127	52	118	51	245	51
Moyennes et grandes entreprises	10	4	7	3	17	4
	243	100	233	100	476	100

Par rapport au secteur d'activité, l'expression des besoins de formation est plus prédominante dans le secteur formel (87%) que dans le secteur informel (13%).

**Tableau 80 :** Expression des besoins de formation par secteur d'activité

	Oui		Non		Total	
Secteur formel	211	87	207	89	418	88
Secteur informel	32	13	26	11	58	12
	243	100	233	100	476	100

### 6.3.6. Existence et mode d'élaboration du plan de formation

Dans l'ensemble, environ 74% des entreprises prestataires de SNF ont déclaré avoir un plan de formation pour leur staff. Par catégorie d'activité, les petites entreprises viennent en première position (51%). Les micro-entreprises viennent en deuxième position (46%) contre 3% pour les moyennes et grandes entreprises. Toutes ces entreprises exercent à 86% dans le secteur formel.

**Tableau 81 :** Existence d'un plan de formation par catégorie d'activité

	Oui		Non		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Micro- entreprises	172	46	55	46	227	46
Petites entreprises	192	51	61	51	253	51
Moyennes et grandes entreprises	13	3	4	3	17	3
	377	100	120	100	497	100

Deux procédures sont utilisées par les entreprises pour élaborer leur plan de formation : (i) les besoins exprimés dans l'entreprise et (ii) les recommandations d'une expertise externe. La première procédure est la plus courante. En effet, quel que soit la catégorie et le secteur d'activité considérés, le plan de formation des prestataires de SNF est élaboré en fonction des besoins exprimés dans l'entreprise.

**Tableau 82 :** Processus d'élaboration du plan de formation

	Micro- entreprises		Petites entreprises		Moyennes et grandes entreprises		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Par rapport aux besoins de l'entreprise	51	68	32	52	6	60	89	60
recours à une expertise externe	24	32	29	47	4	40	57	40

### 6.3.7. Contraintes sur la formation et le renforcement des capacités

Les facteurs dissuasifs de la consommation des prestations orientées sur la formation et le renforcement des capacités au niveau des entreprises fournisseurs du SNF au Bénin sont par ordre d'importance, le coût élevé des prestations, les charges fiscales et douanières élevées, l'accès difficile au crédit et le manque de moyens financiers.

**Tableau 83** : Contraintes sur la formation et le renforcement des capacités

	Micro-entreprises		Petites entreprise		Moyennes et grandes entreprises		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Coût élevé des formations	32	42	40	51	5	83	77	48
Charges fiscales et douanières élevées	24	32	19	24	0	0	43	27
Accès difficile au crédit	15	20	15	19	1	17	31	19
Manque de moyens financiers	5	7	5	6	0	0	10	6

Le tableau ci-dessous présente par catégorie d'entreprise, l'importance des facteurs limitatifs de l'accès aux services de formation de renforcement des capacités. Par exemple, le facteur coût élevé des formations est décrié par 51% des prestataires contre 19% pour les charges fiscales et douanières élevées et 19% pour l'accès difficile au crédit.

**Tableau 84** : Contraintes sur la formation et le renforcement des capacités par catégorie d'entreprise.

	Micro-entreprises		Petites entreprise		Moyennes et grandes entreprises		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Coût élevé des formations	32	42	40	51	5	83	77	48
Charges fiscales et douanières élevées	24	32	19	24	0	0	43	27
Accès difficile au crédit	15	20	15	19	1	17	31	19
Manque de moyens financiers	5	7	5	6	0	0	10	6

### 6.3.8. Mesures correctives sur la formation et le renforcement des capacités

Pour la majorité des prestataires de SNF (74%), la subvention d'une partie du coût de la formation constitue la première mesure pour les inciter à consommer davantage les services de formation. Ensuite, viennent la création et l'équipement d'infrastructures de formation adéquate (26%) pour assurer une offre adéquate et dans une moindre mesure la segmentation du marché. Notons que la première requête confirme en partie la demande en appui financier comme l'appui prioritaire exprimé par les prestataires.

**Tableau 85 : Mesures correctives sur la formation et le renforcement des capacités**

	Micro - entreprises		Petites entreprises		Moyennes et grandes entreprises		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Subvention de la formation	44	71	45	76	3	75	92	74
Création et équipement d'infrastructures de formation	17	27	14	24	1	25	32	26
Segmentation de la formation	1	2	0	0	0	0	1	1

#### **6.4. Forces, faiblesses, menaces et opportunités vues selon les stratégies d'offre, l'économie de l'activité et la vision globale de l'activité**

Les éléments d'analyse obtenus par rapport à ces dimensions se présentent plus en termes de menaces par rapport à la capacité d'intervention des prestataires de SNF. Les atouts relevés renforcent la durabilité et la qualité de l'offre de SNF au Bénin.

##### **6.4.1 Qualité et durabilité de l'offre**

###### **6.4.1.1 Temps consacré à la recherche et développement de nouveaux produits**

En moyenne, les prestataires toute catégorie d'activité confondue consacrent 27% du temps de leur équipe à la recherche et développement de nouveaux produits contre 19% dans la formation professionnelle interne du personnel. Cet effort de recherche contribue à coup sûr au développement et l'amélioration de la qualité de l'offre de SNF offert aux MPME.

###### **6.4.1.2 Existence d'un plan de formation**

La majorité des prestataires de SNF disposent d'un plan de formation élaboré essentiellement à partir des besoins de l'entreprise. Deux procédures sont utilisées par les entreprises pour élaborer leur plan de formation : (i) les besoins exprimés dans l'entreprise et (ii) les recommandations d'une expertise externe. Ces dispositions si elles sont concrétisées concourent également à l'amélioration de la qualité de l'offre.

### **6.4.1.3 Vision optimiste de l'évolution du marché**

La majorité des prestataires de SNF estiment être sur un marché en pleine expansion. Cette vision optimiste rassure sur l'existence de conditions favorables au développement de l'offre de service d'appui. Elle est de nature à pérenniser l'offre de SNF aux MPME au Bénin

## **6.4.2 Menaces**

### **6.4.2.1 Marketing des prestataires peu agressif**

Malgré les efforts apparents dans le démarchage commercial et la prospection directe, les prestataires de services non financiers semblent attendre passivement que les clients viennent vers eux, préférant compter sur leur réputation et les recommandations données par des tiers pour se faire connaître. Presque la totalité des bénéficiaires ont reconnu leur faible agressivité en matière de marketing puisque la presque totalité des prestataires ont une assez mauvaise opinion de leur politique de promotion qu'ils considèrent moyenne ou faible.

### **6.4.2.2 Appui insuffisant aux fournisseurs de SNF**

Seulement 12% des entreprises SNF ont déclaré avoir bénéficié d'un appui institutionnel ou financier pour améliorer la gestion de leur entreprise.

### **6.4.2.3 Réticence des prestataires de SNF à adhérer aux corporations professionnelles**

Les entreprises SNF manquent d'enthousiasme à adhérer et à participer à la vie des regroupements des structures d'appui conseils qui selon eux, ne sont pas pour la plupart dynamiques. Les raisons évoquées sont le manque d'organisation des structures existantes et l'inexistence d'une organisation adéquate.

### **6.4.2.4 Tarif d'honoraire en fonction du statut de la clientèle**

Le tarif d'honoraire journalier pratiqué sur le marché est fonction du « statut » de la clientèle. Pour la formation professionnelle et l'assistance technique, le tarif minimal applicable aux bailleurs est environ trois (3) fois, celui appliqué pour les micro et petites entreprises. Cette simulation mesure à quel point la présence des fonds publics internationaux exerce une distorsion

importante sur le marché local des services d'appui, d'une part en tirant globalement les prix des prestations vers le haut et d'autre part en attirant, par cet attrait de prix, les meilleures ressources intellectuelles nationales.

#### **6.4.2.5 Subventions limitées**

Seulement 5% des prestataires de SNF ont reçu un appui institutionnel et financier de la part d'organismes, de projets ou de bailleurs de fonds. Les subventions devraient pouvoir permettre à un certain nombre de prestataires de SNF d'exister, d'améliorer leur offre qualitativement et quantitativement, de développer des compétences utiles pour les entreprises, donc de créer l'amorce et les conditions favorables à la création du réflexe d'utilisation des services par les entreprises.

Dans la moitié des cas, le type de subvention reçu est la subvention à prestation (à l'acte) et le taux de cofinancement est en moyenne de 25%.

#### **6.4.2.6 Les freins les plus importants au développement du marché du côté de l'offre**

Ils sont par ordre de priorité : (i) Concurrence déloyale des services gratuits ou trop subventionnés, (ii) Marketing et promotion des services insuffisants (iii) Manque de connaissance de la demande, (iv) Faiblesses des capacités opérationnelles et (iv) Offre de service pas assez diversifiée.

#### **6.4.2.7 Les freins les plus importants au développement du marché du côté de la demande**

Ils sont par ordre de priorité : (i) le manque de pouvoir d'achat des entreprises bénéficiaires pour rémunérer les services, (ii) la mauvaise information des entreprises sur l'offre de service, (iii) la difficulté des entreprises à accorder de la valeur aux services d'appui, (iv) taille du marché trop restreint et (iv) l'incapacité des entreprises à identifier leurs problèmes.

#### **6.4.2.8 Les freins les plus importants au développement du marché du côté de l'environnement**

Du côté de l'environnement, l'élément le plus décrié est le harcèlement fiscal surtout au niveau des micro-entreprises. Viennent ensuite par ordre de priorité : la corruption, les inégalités

structurelles au sein du secteur privé et le manque de sécurité au niveau du système judiciaire. Le risque administratif a été mentionné par les prestataires de SNF au cours de l'atelier de validation du rapport provisoire comme étant un obstacle majeur au développement des services d'appui aux MPME.

### 6.4.3 Propositions d'amélioration de l'offre par les fournisseurs de SNF

- Les deux recommandations les plus importantes suggérées par les fournisseurs pour améliorer la qualité de l'offre sont : (i) l'amélioration de la communication vis-à-vis des entreprises, (ii) la recherche de mesures incitatives fiscales et parafiscales pour promouvoir les SNF.
- Les prestataires toute catégorie d'activité confondue, estiment en priorité que l'appui financier est un besoin fondamental pour l'accroissement de l'offre de services non financiers aux MPME.
- La subvention d'une partie du coût de la formation constitue la première mesure pour inciter les entreprises à consommer davantage les services de formation. Ensuite, viennent la création et l'équipement d'infrastructures de formation adéquate pour assurer une offre adéquate et dans une moindre mesure la segmentation du marché.

## **7. RECOMMANDATIONS POUR LE RENFORCEMENT DU MARCHÉ DES SERVICES D'APPUI AUX MPME**

Les recommandations présentées dans cette section pour le renforcement du marché de services d'appui aux MPME sont basées sur (i) l'analyse des résultats issus du traitement statistique du questionnaire de l'enquête réalisée dans le cadre de cette étude et (ii) les réflexions menées par les participants à l'atelier de validation du rapport provisoire. Elles mettent en exergue les besoins en renforcement de la capacité nationale à satisfaire la demande des MPME en SNF. Elles visent donc à proposer les conditions favorables au développement d'une offre de SNF de qualité, durable et adaptée aux besoins et capacités financières des MPME.

### **7.1 Information sur les services d'appui**

L'une des raisons qui justifie la faible consommation de SNF par rapport à la demande existante est le manque d'information sur l'offre de service d'appui favorisé par le mode de prospection et la politique de promotion adoptés par la majorité des prestataires de SNF. Il est impératif de développer l'information sur la diversité de l'offre disponible, au travers par exemple :

- 7.1.1 d'un annuaire de prestataires de service d'appui issu d'un recensement systématique de tous les fournisseurs de SNF aux MPME, classés en fonction des spécialités et les domaines d'appui. Le recensement général des entreprises en cours de réalisation à l'INSAE peut aider à atteindre cet objectif.
- 7.1.2 de guichets d'information sur les services d'appui, systématiquement développés au sein des organisations professionnelles de MPME.
- 7.1.3 de services de proximité spécialisés capables d'orienter les MPME en fonction de leurs besoins vers les différents prestataires.

## 7.2 Mise en place d'un fonds d'appui

Pour assurer une offre de qualité adaptée aux besoins et capacités financières des MPME, les prestataires de SNF ont estimé que l'appui financier constitue le soutien prioritaire à leur apporter.

Ainsi, la mise place d'un fonds d'appui est nécessaire afin de permettre aux prestataires de SNF de poursuivre le développement de leurs activités et de pouvoir être en mesure de fournir réellement une offre de qualité, à un coût abordable et adaptés aux besoins d'une clientèle variée et répartie sur tout l'étendue du territoire national. Son orientation ne peut se faire qu'après une structuration du secteur des services d'appui au regard la diversité des produits offerts. Elle doit aller de la demande effective en services d'appui des MPME pour internaliser tous les appuis nécessaires au développement et la croissance des MPME. Ce fonds peut également servir à promouvoir la participation des prestataires de SNF sur le segment de marché international (fonds d'études). Il pourrait être financé par le programme MCA Bénin dans le cadre du projet « Accès aux services financiers », par d'autres bailleurs intéressés par la promotion des services d'appui aux MPME et le ministère en charge des MPME.

## 7.3 Appui au développement du marché

Le coût élevé des prestataires est doigté comme étant la contrainte majeure à la consommation des SNF. Or, le marché de SNF est animé par des consommateurs de micro-entreprises exerçant pour l'essentiel dans l'informel et des prestataires qui sont en majorité de petites entreprises. Dans un pareil contexte, il est important pour assurer la pérennité, la qualité de l'offre et la consommation des services d'appui de :

- 7.3.1 développer des dispositifs d'incitation à la consommation de SNF par le biais de subventions et de mise en place d'un système d'accréditation des prestataires de SNF. Il est plus indiqué d'adopter une politique de subvention d'une partie des coûts des prestations afin d'amener les MPME à internaliser le recours aux SNF dans leur processus de développement.
- 7.3.2 favoriser l'émergence de partenariats inter-MPME, à travers des groupements d'intérêt collectif qui leur permettent d'une part de prendre conscience collectivement de leurs

besoins mais surtout de mutualiser les services d'appui, ce qui rend leur coût nettement plus accessible.

#### **7.4 Organisation et structuration du secteur de prestation de SNF**

L'absence de corporations professionnelles au sein des fournisseurs au Bénin constitue à ne point douter un handicap sérieux au développement des services d'appui aux MPME au Bénin et l'effectivité des recommandations (7.1, 7.2 et 7.3). De façon intrinsèque, elles ont pour rôle notamment de servir (i) de vecteur d'information auprès des entreprises et de leur association professionnelle, (ii) de garants de professionnalisme de leurs adhérents (iii) d'intermédiaire auprès des autorités, des ONG et des bailleurs (iv) de centres de collecte et de diffusion d'information sur l'information commerciale. Face à ces défis, il importe :

- 7.4.1 Pour les prestataires de SNF à différents niveaux de prendre conscience de la nécessité de créer leur corporation professionnelle. Ensuite, amorcer leur structuration en vue d'assainir la profession et l'image des services d'appui. Il s'agit entre autres, de l'harmonisation (uniformisation des modules de formation) du contenu des services d'appui offerts aux MPME, la hiérarchisation des acteurs du secteur (consultant senior, consultant junior) fondée sur des critères précis, la délimitation des domaines de spécialisation.
- 7.4.2 D'encourager la coordination entre les bailleurs et les services gouvernementaux dans leur relation avec le secteur des prestataires de services, permettant notamment l'augmentation des appuis concertés à la profession (7.2), les échanges sur les pratiques tarifaires, la gestion en commun du répertoire sur les ressources existantes, l'amélioration de l'information sur l'offre de services (7.1).
- 7.4.3 De soutenir le regroupement de consultants professionnels, formés et reconnus, pouvant s'associer avec des correspondants étrangers.

#### **7.5 Amélioration de l'efficacité technique des prestataires de SNF**

L'amélioration de l'efficacité technique des entreprises fournisseurs de services d'appui est un moyen indirect, mais néanmoins efficace, de réduire la tarification des SNF et d'en faire bénéficier les MPME. Elle peut se traduire par :

- 7.5.1 un ensemble d'appuis (institutionnel : équipements, méthodologique, ressource humaine) qui priorise le personnel technique et les consultants et formateurs sollicités comme le souhaitent les fournisseurs de SNF.
- 7.5.2 l'établissement de partenariats entre les fournisseurs oeuvrant dans les mêmes secteurs d'activité ou complémentaires peut s'avérer gagnante pour favoriser le développement et la mise de services d'appui à coût réduit de nature à favoriser une large consommation par les MPME.
- 7.5.3 la participation du personnel technique à des séminaires (nationaux et internationaux) de formation. En effet, le renforcement du personnel des entreprises prestataires de SNF est sans aucun doute un des moyens d'améliorer de leur efficience et par conséquent de la qualité de l'offre de services d'appui offerts aux MPME.

## **7.6 Amélioration du climat des affaires**

Au regard des résultats de l'enquête en ce qui concerne les freins au développement des SNF liés à l'environnement du marché et des propositions d'amélioration de l'offre faites par les prestataires de SNF dans ce sens, certaines mesures sont indispensables pour améliorer l'environnement des affaires dans lequel les prestataires de SNF exercent, de façon à le rendre plus favorable à leur développement :

### **7.6.1 L'étude sur la fiscalité des entreprises**

L'exaspération des MPME en général et fournisseurs de SNF en particulier, face à la fiscalité est apparente. En effet, le harcèlement fiscal est considéré, tous secteurs confondus, comme étant le problème hors financement le plus important. Il importe alors dans ce contexte, d'entreprendre une étude spécifique sur la fiscalité des entreprises fournisseurs de SNF dans le but d'évaluer les allègements fiscaux qui pourraient être apportées au fardeau fiscal des fournisseurs de SNF afin de les rendre plus performants.

### **7.6.2 La révision du code des investissements et de la charte nationale des PME au Bénin**

La mise à jour du code d'investissement s'impose globalement pour promouvoir le développement des micros et petites entreprises qui animent le secteur privé béninois, en

particulier les fournisseurs de SNF. Elles n'ont pas (micro-entreprises) ou difficilement accès (petites entreprises) aux avantages accordés par le code d'investissement actuel. Il s'agit de réviser les avantages accordés, notamment fiscaux, et les régimes en fonction desquels les entreprises peuvent être formalisées. En ce qui concerne la charte des PME, il est souhaitable d'y insérer des mesures d'aides et de soutien spécifiques qui favorisent l'adéquation entre l'offre et la demande de SNF.

### **7.7 La relance de la demande en SNF par les MPME**

La pérennité des services d'appui au Bénin est strictement liée à la prédisposition des MPME à consommer les services d'appui. A cet effet, des mécanismes de sensibilisation des dirigeants des MPME doivent être développés pour les persuader à l'intérêt qu'ils ont à recourir aux services d'appui nécessaires au développement de leurs entreprises. Cette disposition peut se traduire par :

- 7.7.1 la promotion de partenariats « prestataires de SNF- regroupement des MPME » dans le but de développer une offre en services d'appui adaptée aux besoins de la clientèle. Actuellement, un tel partenariat est crucial dans le secteur « formation professionnelle et assistance technique » où la demande en services d'appui est la plus importante.
- 7.7.2 l'organisation des réunions, de journées d'informations et d'échanges, ou de salons de rencontres entre entrepreneurs et fournisseurs, de sorte à réduire le déficit informationnel.
- 7.7.3 des émissions télévisées sur des thématiques précises et des diagnostics ponctuels sponsorisées par des institutions d'appui intéressées.
- 7.7.4 le développement de guides d'information orientée sur l'importance des services d'appui dans le développement et la croissance des MPME.

## **7. PLAN DE RENFORCEMENT DE LA CAPACITE DU BENIN A OFFRIR DE MANIERE DURABLE LES SERVICES D'APPUI AUX MPME**

« Le renforcement des capacités est le processus par lequel les particuliers, les organisations, les institutions et les sociétés développent leurs aptitudes à exercer des fonctions, à résoudre des problèmes et à fixer et atteindre des objectifs » (PNUD, 1997)

	<b>Activités</b>	<b>Actions</b>	<b>Résultats attendus</b>	<b>Acteurs</b>
1	Création d'une association des fournisseurs de services d'appui aux MPME	<ul style="list-style-type: none"> <li>- organiser un forum national sur les services d'appui aux MPME</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Association des fournisseurs de SNF créée ;</li> <li>- un cadre de structuration des corporations professionnelles défini ;</li> <li>- Besoins en matière de service d'appui approfondis ;</li> <li>- Cadre d'élaboration d'un plan d'orientation du secteur des services d'appui aux MPME élaboré ;</li> <li>- des fournisseurs de SNF par catégories d'activités identifiés et responsabilisés pour la structuration des corporations professionnelles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ministère en charge des MPME</li> <li>- Millennium Challenge Account (MCA), bailleurs fonds intéressés.</li> <li>- les fournisseurs de SNF</li> </ul>
2	Création et structuration des corporations professionnelles au sein des fournisseurs de SNF	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organiser des journées d'échange pour encourager la création et la structuration des corporations professionnelles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Corporation de professionnels de SNF créée par catégorie d'activité ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ministère en charge des MPME</li> <li>- les fournisseurs de SNF</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Harmonisation des programmes de services d'appui offerts aux MPME.</li> <li>- Plan d'orientation par catégorie d'activité élaboré ;</li> </ul>	
3	Mise en place d'un cadre de concertation pour la validation des différents documents élaborés	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organiser des journées d'échange entre les corporations professionnelles et les partenaires</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Validation du plan d'orientation des services d'appui aux SNF.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ministère en charge des MPME</li> <li>- Millennium Challenge Account (MCA), bailleurs fonds intéressés.</li> <li>- Les corporations professionnelles de SNF.</li> </ul>
5	Amélioration du climat des affaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>- réviser la charte nationale des MPME</li> <li>- réviser le code des investissements</li> <li>- réviser les procédures administratives applicables aux MPME</li> <li>- prendre des mesures incitatives fiscales et parafiscales pour promouvoir l'offre de SNF.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Spécificités des prestataires de SNF intégrées à la charte nationale des MPME ;</li> <li>- Freins au développement des SNF liés à l'environnement éliminés.</li> <li>- Risque administratif éliminé</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ministère en charge des MPME</li> <li>- Corporations professionnelles de SNF</li> <li>- Organisations professionnelles</li> <li>- Ministères sectorielles concernés</li> <li>- Bailleurs de fonds</li> </ul>
4	Création d'un fonds d'appui aux fournisseurs de SNF	<ul style="list-style-type: none"> <li>- retenir le type de fonds d'appui approprié aux prestataires de SNF</li> <li>- Etablir des critères d'éligibilité objectifs et non discriminatoires</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fonds d'appui aux SNF mise en place pour garantir réellement une offre de qualité, à un coût abordable et adaptés aux besoins d'une clientèle variée et répartie sur tout l'étendue du territoire national</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ministère en charge des MPME</li> <li>- Millennium Challenge Account (MCA)</li> <li>- Bailleurs de fonds</li> </ul>

5	Amélioration de l'efficacité technique des prestataires de SNF	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aider à la mise en œuvre des plans de formations par corporation professionnelle ;</li> <li>- rendre effectif l'appui institutionnel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- domaines de formation à couvrir par corporation couverts spécifiés;</li> <li>- calendrier de formation par corporation professionnelle arrêté ;</li> <li>- accès des fournisseurs de SNF aux équipements et aux institutions partenaires facilités.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ministère en charge des MPME</li> <li>- Millennium Challenge Account (MCA)</li> <li>- Corporations professionnelles de SNF</li> <li>- Bailleurs de fonds</li> <li>- Ministères sectoriels</li> </ul>
6	Relance de la demande en services d'appui aux MPME	<ul style="list-style-type: none"> <li>- promouvoir les partenariats « prestataires de SNF- regroupement des MPME »</li> <li>- organiser des événements de vulgarisation</li> <li>- Elaborer et vulgariser un annuaire des prestataires de SNF</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- partenariats entre prestataires de SNF et regroupement de MPME créés ;</li> <li>- les services d'appui aux MPME connus à grande échelle,</li> <li>- l'existence des fournisseurs de SNF reconnue.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ministère en charge des MPME</li> <li>- Millennium Challenge Account (MCA)</li> <li>- Corporations professionnelles de SNF</li> <li>- Organisations professionnelles</li> <li>- Bailleurs de fonds</li> </ul>

## Documents consultés

AFRISTAT, 2000, « Nomenclature d'Activités des Etats Membres d'AFRISTAT (NAEMA)

AFRISTAT, 2000, « Nomenclature des Produits des Etats Membres d'AFRISTAT (NOPEMA)

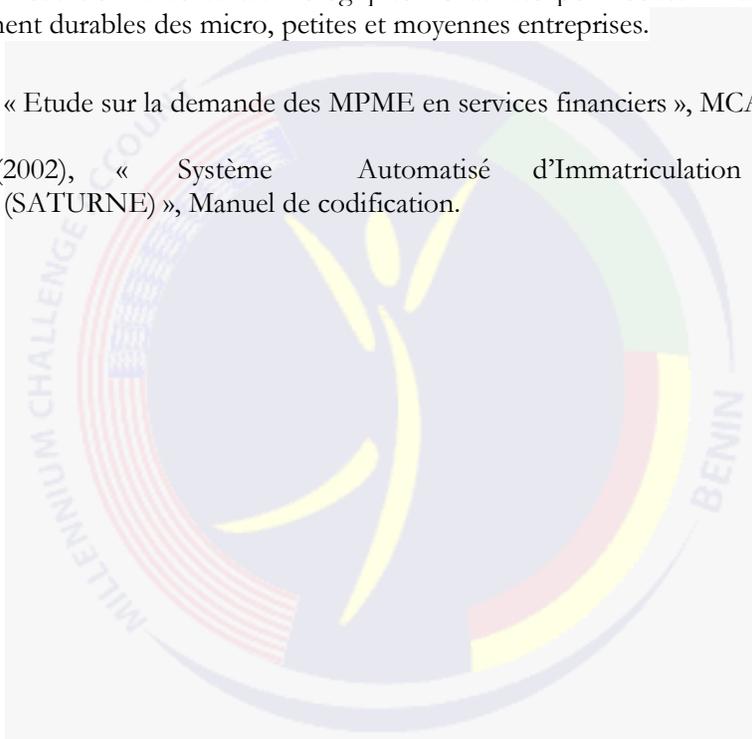
Cabinet Pierre et JEXCO, 2004, « Etude sur le marché de services financiers et non financiers pour les TPE/MPE, Compte rendu d'enquête au Bénin.

Cabinet Pierre et JEXCO, 2004, « Etude sur le marché de services financiers et non financiers pour les TPE/MPE », Rapport méthodologique.

CPM – Consulting & Projektmanagement GmbH, 2007, « Offre technique de l'étude sur les alternatives institutionnelles et technologiques novatrices pour soutenir la croissance et le développement durables des micro, petites et moyennes entreprises.

DDI, 2007, « Etude sur la demande des MPME en services financiers », MCA.

INSAE (2002), « Système Automatisé d'Immatriculation Unique des Entreprises (SATURNE) », Manuel de codification.



## ANNEXE

**Tableau 85: Tarif journalier d'honoraire moyen par segment du marché.**

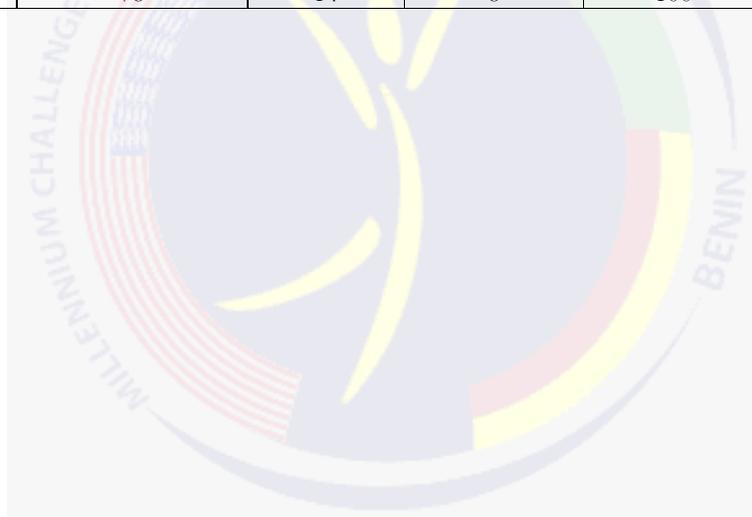
	Prestations pour le compte des bailleurs de fonds internationaux	Prestation pour le compte des services gouvernementaux	Services directs aux moyennes et Grandes Entreprises	Services directs aux micro ou petites entreprises
Formation professionnelle et assistance technique	144 166	103 295	90 659	61 112
Service d'information et de communication	153 579	123 260	96 392	41 926
Accès aux marchés et conseils commerciaux	95 344	45 822	121 977	38 225
Conseils en production et services d'infrastructures	113 012	106 452	68 795	38 437
Approvisionnements en matières premières	127 516	102 650	98 741	55 252
Développements des produits	119 245	93 021	70 068	59 214
Mécanismes de financement alternatifs	107 185	73 686	117 058	59 090

**Tableau 86: Vision globale du marché selon la nature du fournisseur**

	Sur un marché en expansion	Sur un marché en récession	Pas de réponse	Total
Acteur semi public ou à but non lucratif	100	0	0	100
Service public gouvernemental	89	11	0	100
Organisme privé	76	15	8	100
ONG	67	15	18	100
Association professionnelle	67	17	17	100

**Tableau 87: Vision globale du marché selon le segment du marché**

	Sur un marché en expansion	Sur un marché en récession	Pas de réponse	Total
Local	78	13	9	100
Régional	75	19	6	100
National	74	16	10	100
International	78	14	8	100



**Tableau 88** : Distribution des besoins d'appui par secteur d'activité

			Formation professionnelle et assistance technique	Services d'information et de communication	Accès aux marchés et conseils commerciaux	Services de conseils en production et infrastructures	Approvisionnement en matières premières	Développement de produits	Mécanismes de financement alternatif	Politique/plaidoyer
Appui en gestion de ressources humaines	OUI	Effectif	157	124	86	123	19	51	15	23
		%	64	68	70	61	66	57	68	72
	NON	Effectif	89	58	36	79	10	38	7	9
		%	36	32	30	39	34	43	32	28
Appui institutionnel	OUI	Effectif	153	124	87	120	19	50	16	22
		%	62	68	71	59	66	56	73	69
	NON	Effectif	95	58	35	82	10	39	6	10
		%	38	32	29	41	34	44	27	31
Appui financier	OUI	Effectif	203	160	108	169	25	72	19	24
		%	82	88	88	84	86	81	86	75
	NON	Effectif	45	22	15	33	4	17	3	8
		%	18	12	12	16	14	19	14	25
Appui méthodologique	OUI	Effectif	141	116	79	113	20	42	16	19
		%	57	64	65	56	69	47	73	59
	NON	Effectif	105	66	43	89	9	47	6	13
		%	43	36	35	44	31	53	27	41
Autres	OUI	Effectif	27	14	18	14	3	6	3	6
	%		100	100	100	100	100	100	100	100

**Tableau 89** : Perception sur l'environnement du marché par catégorie d'entreprise

			Formation professionnelle et assistance technique	Services d'information et de communication	Accès aux marchés et conseils commerciaux	Services de conseils en production et infrastructures	Approvisionnement en matières premières	Développement de produits	Mécanismes de financement alternatif	Politique/plaoyer
Distorsions engendrées par les appuis subventionnés	OUI	Effectif	36	28	14	24	2	11	1	8
		%	15	16	13	13	7	13	5	24
	NON	Effectif	199	143	94	159	25	74	19	25
		%	85	84	87	87	93	87	95	76
Inégalités structurelles au sein du secteur privé	OUI	Effectif	112	79	57	86	14	52	6	16
		%	46	44	49	45	50	60	30	50
	NON	Effectif	131	100	59	107	14	34	14	16
		%	54	56	51	55	50	40	70	50
Système judiciaire insuffisamment sécurisant	OUI	Effectif	76	56	43	54	11	25	6	12
		%	32	32	39	29	41	30	29	38
	NON	Effectif	158	117	68	130	16	59	15	20
		%	68	68	61	71	59	70	71	63
Harcèlement fiscal	OUI	Effectif	171	126	90	146	22	56	19	21
		%	70	70	78	74	79	65	90	66
	NON	Effectif	75	53	26	52	6	30	2	11
		%	30	30	22	26	21	35	10	34
Corruption	OUI	Effectif	133	101	74	114	17	43	14	20
		%	55	57	64	60	59	49	70	63
	NON	Effectif	111	75	42	77	12	45	6	12
		%	45	43	36	40	41	51	30	38
Autres	OUI	Effectif	20	16	12	10	3	5	1	3
		%	8	8	10	5	10	5	5	9
	NON	Effectif	236	174	114	198	26	86	21	31
		%	92	92	90	95	90	95	95	91