

# ÉTUDE SUR LE MARCHÉ DES SERVICES FINANCIERS ET NON FINANCIERS POUR LES TPE / PME

. COMPTE RENDU D'ENQUÊTE  
. AU BÉNIN

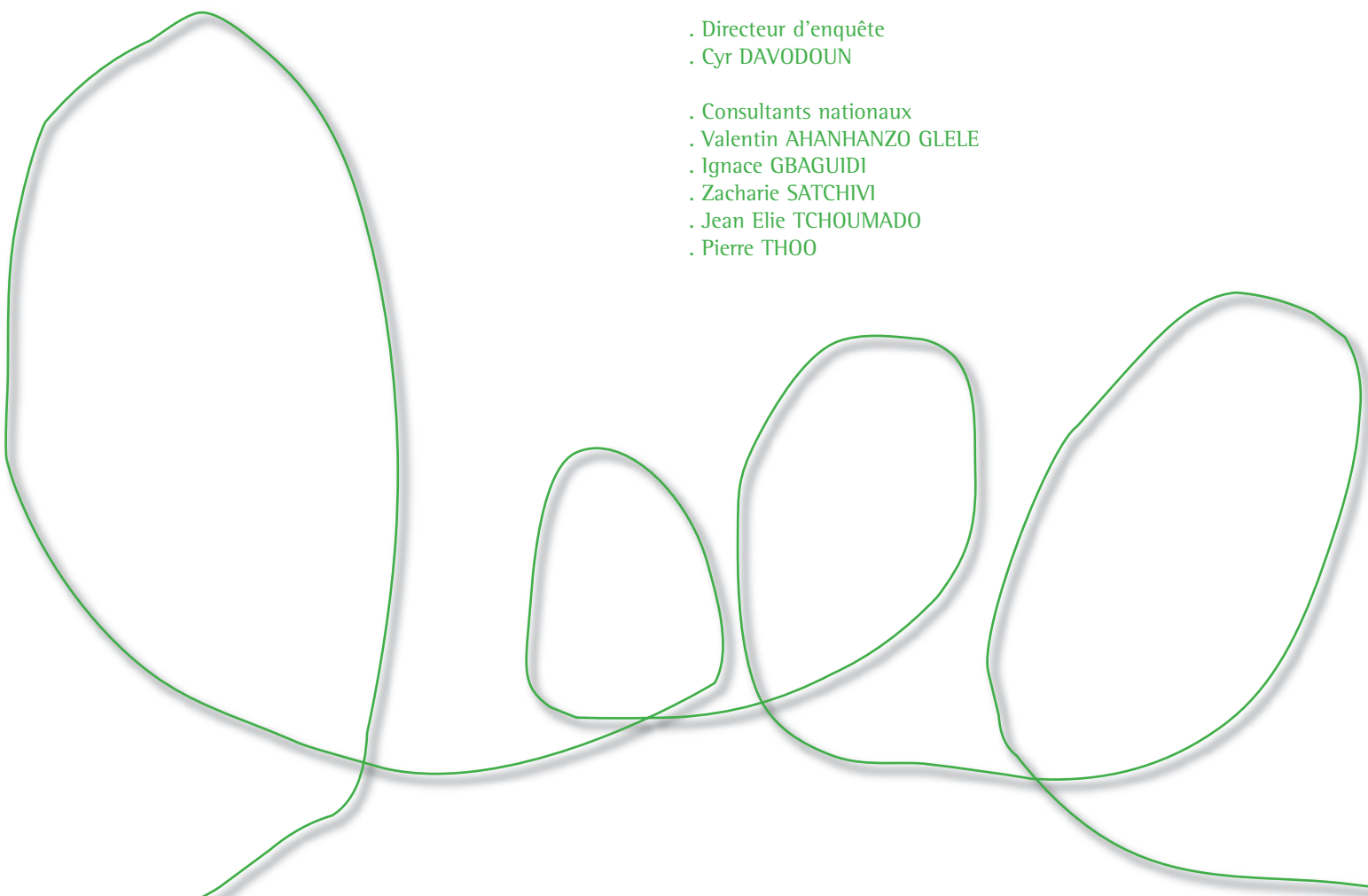
. Cabinet Pierre Paris & JEXCO

. Coordonnateurs  
. Claire GUIGOU et Pierre PARIS

. Consultant en appui  
. Georges MILLS

. Directeur d'enquête  
. Cyr DAVODOUN

. Consultants nationaux  
. Valentin AHANHANZO GLELE  
. Ignace GBAGUIDI  
. Zacharie SATCHIMI  
. Jean Elie TCHOUMADO  
. Pierre THOO



Co-financé par



Direction générale  
de la Coopération internationale  
et du Développement

**DgCiD**

## T ABLE DES MATIERES

<b>1.</b>	<b>DÉROULEMENT DE L'ENQUÊTE</b>	<b>5</b>
1.1	Contexte et objet de l'enquête	5
1.2	Coordination	5
1.3	Bureau national chargé de l'enquête	5
1.4	Appui externe	6
1.5	Mode d'enquête et répartition du travail	6
1.6	Résultats de la première phase (10 au 17 décembre 2003)	8
1.7	Résultats quantitatifs et qualitatifs	8
1.8	Interprétation et vérification des résultats	8
<b>2.</b>	<b>CARACTÉRISTIQUES DE L'ÉCHANTILLON D'ENTREPRISES</b>	<b>9</b>
2.1	Identité du dirigeant	9
2.2	Sexe du dirigeant	9
2.3	Niveau d'éducation	9
2.4	Âge du dirigeant	10
2.5	Formation technique	10
2.6	Distribution des entreprises par secteur d'activité	11
2.7	Nombre d'emplois permanents	11
2.8	Chiffre d'affaires	12
2.9	Moyenne de CA par tranches d'emploi	12
2.10	Capital investi (en millions de CFA)	12
2.11	Âge de l'entreprise	12
2.12	Statut juridique	13
2.13	Distribution en fonction du CA et du nombre d'emplois permanents	13
2.14	Distribution en fonction du capital investi et du chiffre d'affaires	13
2.15	Conclusions et remarques particulières sur l'échantillon	14
<b>3.</b>	<b>CONSOMMATION DE BDS</b>	<b>15</b>
3.1	Caractéristiques de la consommation	15
3.2	Relations aux fournisseurs de services d'appui	18
3.3	Impact des services d'appui	20
3.4	Consommation informelles des BDS	21
3.5	Non consommation des BDS	22
3.6	Conclusions et recommandations concernant la consommation de services d'appui	23

**T**ABLE DES MATIERES (suite)

<b>4.</b>	<b>OFFRE DE BDS</b>	<b>24</b>
4.1	Profil des prestataires de BDS	24
4.2	Profil de l'offre de service	25
4.3	Promotion de l'offre	26
4.4	Économie de l'activité BDS aux entreprises	28
4.5	Vision des prestataires sur les BDS	31
4.6	Liens entre les BDS et les services financiers	32
4.7	Conclusions et recommandations sur l'offre de BDS	33
<b>5.</b>	<b>CONSOMMATION DE SERVICES FINANCIERS</b>	<b>34</b>
5.1	Caractéristiques de la consommation	34
5.2	Relations avec les institutions financières	36
5.3	Liens entre services financiers et BDS	38
5.4	Consommation informelle de services financiers	38
5.5	Non consommation de services financiers	39
5.6	Conclusions et recommandations	40
<b>6.</b>	<b>OFFRE DE SERVICES FINANCIERS</b>	<b>40</b>
6.1	Profil des institutions financières	40
6.2	Profil de l'offre de services financiers	42
6.3	Promotion de l'offre de services financiers	43
6.4	Économie des services financiers aux entreprises	44
6.5	Vision des institutions financières sur le marché des services financiers	45
6.6	Liens entre BDS et services financiers	46
6.7	Conclusions et recommandations	47

<b>ADEX:</b>	Association pour le Développement des Exportations
<b>AGENTIC:</b>	Agence de Promotion des Nouvelles Technologies et de la Communication
<b>AGMEC:</b>	Association des Groupements Mutualistes d'Épargne et de Crédit
<b>BAA:</b>	Bureau d'Appui aux Artisans
<b>BBD:</b>	Banque Béninoise de Développement
<b>BCB:</b>	Banque Commerciale du Bénin
<b>BDS:</b>	Business Development Services (services d'appui à l'entreprise)
<b>BOA:</b>	Bank of Africa
<b>CA:</b>	Chiffre d'Affaires
<b>CCIB:</b>	Chambre de Commerce et d'Industrie du Bénin
<b>CEPEPE:</b>	Centre de Promotion et d'Encadrement des Petites et Moyennes Entreprises
<b>CIDR:</b>	Centre International pour le Développement et la Recherche
<b>CNCA:</b>	Caisse Nationale de Crédit Agricole
<b>COB:</b>	Association des Consultants du Bénin
<b>CPU:</b>	Collège Polytechnique Universitaire
<b>CT:</b>	Court Terme
<b>DPME:</b>	Direction des Petites et Moyennes Entreprises
<b>ENEAM:</b>	Ecole Nationale d'Economie Appliquée et de Management
<b>FECECAM:</b>	Fédération des Caisses d'Épargne et de Crédit Agricole Mutuel
<b>FINADEV:</b>	FINANCIAL Bank
<b>FODEFCA:</b>	Fonds de Développement de la Formation Professionnelle Continue et de l'Apprentissage
<b>GERED:</b>	Groupe d'Etude et de Recherche sur l'Environnement et le Développement
<b>GRH:</b>	Gestion des Ressources Humaines
<b>IF:</b>	Institution Financière
<b>IMF:</b>	Institution de Micro Finance
<b>INE:</b>	Institut National d'Economie
<b>MLT:</b>	Moyen et Long Terme
<b>ONG:</b>	Organisation Non Gouvernementale
<b>OXFAM QUEBEC:</b>	ONG Canadienne
<b>PADME:</b>	Association pour la Promotion et l'Appui au Développement des Micro -Entreprises
<b>PAPME:</b>	Agence pour la Promotion et l'Appui aux Petites et Moyennes Entreprises
<b>PAS:</b>	Programme d'Ajustement Structurel
<b>PE:</b>	Petite Entreprise
<b>PME:</b>	Petite et Moyenne Entreprise
<b>PNUD:</b>	Programme des Nations Unies pour le Développement
<b>R&amp;D:</b>	Recherche et Développement
<b>RAMPE:</b>	Réseaux Africain d'Appui à la Micro et Petite Entreprise
<b>RECOB:</b>	Réseau des Consultants du Bénin
<b>SFI:</b>	Société Financière Internationale
<b>TPE:</b>	Très Petite Entreprise
<b>TPU:</b>	Taxe Professionnelle Unique
<b>UEMOA:</b>	Union Economique Monétaire Ouest Africaine
<b>UJPB:</b>	Union des Journalistes de la Presse Privée du Bénin
<b>UMECAP:</b>	Union des Mutuelles d'Épargne et de Crédit des Artisans Photographes
<b>UNCJB:</b>	Union Nationale des Conseils Juridiques du Bénin
<b>USAID:</b>	United States Agency for International Development

# 1 DÉROULEMENT DE L'ENQUÊTE

## 1.1 Contexte et objet de l'enquête

Une enquête sur le marché des services financiers et non financiers (BDS<sup>1</sup>) pour les très petites entreprises (TPE) et petites et moyennes entreprises (PME) au Bénin a été menée entre le 11 décembre 2003 et le 23 avril 2004.

L'enquête au Bénin avait pour but, pour les trois villes les plus importantes au plan économique du pays: Cotonou, Porto Novo et Parakou:

- d'analyser le volume, les caractéristiques et les modalités des marchés de BDS et des marchés financiers,
- de comprendre les raisons de la consommation ou non consommation des services BDS et financiers et les raisons déterminant le choix des entreprises.

Les résultats de l'enquête, ensembles avec ceux des autres pays enquêtés, fourniront une information destinée à accroître la compréhension de la dynamique des ces marchés en vue de:

- d'améliorer l'accès des entreprises aux banques et autres institutions de crédit et de services bancaires,
- faciliter la définition de nouveaux programmes d'intervention à partir d'une meilleure:

- connaissance de la réalité des BDS,
- identification des interactions existantes ou des synergies possibles entre services financiers et BDS.

<sup>1</sup> Les Services financiers recouvrent toutes les formes de crédit et tous les services bancaires offerts par toute institution, bancaire ou non, aux entreprises du secteur privé. BDS signifie Business Development Services, un terme qui recouvre l'ensemble des services non financiers d'information, de conseil, de formation, d'analyse de marché, de développement technologique, etc...

## 1.2 Coordination

Les coordinateurs de l'étude, Claire Guigou et Pierre Paris, ont défini la méthodologie d'enquête et préparé les questionnaires en concertation avec l'ensemble de l'équipe de consultants concernés. Les questionnaires ont été testés sur le terrain avant leur adoption finale.

## 1.3 Bureau national chargé de l'enquête

Une équipe de cinq consultants béninois, sous la direction de Cyr DAVODOUN, responsable du (Bureau d'Appui aux Artisans (BAA), devait mener une enquête auprès de 200 entreprises, 60 prestataires de BDS et 40 institutions financières dans les villes nommées. Au Bénin, est considéré comme entreprise artisanale, toute entreprise de moins de 11 personnes. Il est malaisé, en dehors de cette définition, de distinguer entre Artisans, Industriels et Secteur tertiaire. Ainsi, pour respecter la méthode de répartition indiquée dans la méthodologie (puisqu'on ne peut pas avoir des groupes sous rubrique Artisan de plus de 10 personnes), le remaniement suivant est mis au point après concertation avec le cabinet Pierre PARIS et accord de celui-ci:

Pourcentage et nombre d'enquêtes		
<b>A Entreprises :</b>		<b>200</b>
<b>1. Industries</b>	<b>60%</b>	<b>120</b>
a) Agro-alimentaire	40%	48
(i) Artisans (1-10 emplois)	60%	29
(ii) P. entreprises (11-20 emplois)	20%	10
(iii) M. entreprises (21-50 emplois)	20%	9
b) Autres industries	60%	72
(i) Artisans (1-10 emplois)	60%	43
(ii) P. entreprises (11-20 emplois)	20%	15
(iii) M. entreprises (21-50 emplois)	20%	14
<b>2. Services</b>	<b>40%</b>	<b>80</b>
(i) Artisans (1-10 emplois)	60%	24
(ii) P. entreprises (11-20 emplois)	20%	8
(iii) M. entreprises (21-50 emplois)	20%	8
<b>B. Prestataires de BDS</b>		<b>60</b>
<b>C. Institutions Financières</b>		<b>40</b>

## 1.4 Appui externe

Un consultant international, Georges Mills, était chargé d'effectuer deux missions au Bénin en appui au BAA, bureau national chargé de l'enquête. La première mission s'est déroulée du 10 au 17 décembre 2003 lors de laquelle il a:

- participé à des réunions d'échanges avec l'équipe nationale d'enquête pour le transfert et l'appropriation de la méthodologie pour le traitement des enquêtes. Lors de ces réunions il a été constaté le bon niveau d'expérience des consultants de l'équipe béninoise et leur bonne compréhension des tâches à mener,
- participé aux tests des différents questionnaires (sur 5% de l'échantillon). 20 entreprises sont visitées, dont trois en compagnie du consultant international.
- défini les modalités précises de sélection et d'identification des entreprises et fournisseurs de services à enquêter,
- réalisé avec le coordinateur national un interview de groupe (8 entrepreneurs) et deux entretiens individuels non directs,
- apporté un soutien au lancement de l'enquête avec définition d'un plan et calendrier d'exécution précis,
- rédigé un aide-mémoire.

Lors d'une deuxième mission, du 16 au 23 avril 2004, il a:

- participé au dépouillement final des résultats d'enquête et à leur mise en forme,
- tenu des réunions de travail avec le coordinateur national visant à interpréter les résultats de l'enquête en tenant compte du contexte national,
- réalisé avec l'ensemble de l'équipe un interview de groupe visant à préciser

certains aspects particuliers des résultats de l'enquête,

- animé un atelier de vérification des principales conclusions obtenues auprès d'un panel d'opérateurs enquêtés: Entrepreneurs, Prestataires de BDS, Institutions financières.

## 1.5 Mode d'enquête et répartition du travail

Chaque enquêteur devait interviewer un nombre de sujets à l'aide de questionnaires conçus par le Cabinet Pierre Paris (un questionnaire par activité: Entreprise, Prestataire BDS, Institution financière).

L'équipe ne peut identifier les entreprises à visiter en début d'enquête; elle le fera tout au long de la durée de celle-ci. Le planning de cette étape n'est donc pas fixé.

Il était important d'obtenir un échantillon aléatoire. Pour éviter que l'échantillon ne soit biaisé en faveur d'entreprises ayant déjà utilisé des services BDS, dû au fait que l'équipe pourrait avoir tendance à s'adresser aux entreprises connues de ses membres, il était convenu de demander aux entreprises interviewées de donner des contacts ainsi que de passer par des Organisations Intermédiaires (associations professionnelles, chambres consulaires, etc.). L'équipe devait s'efforcer aussi de visiter systématiquement des entreprises d'une même rue, d'un même quartier choisis au hasard.

Valentin GLELE, s'est chargé de Porto-Novo, capitale politique et seconde ville du pays par sa taille, était chargé des enquêtes dans cette ville.

Pierre THOO était chargé des autres enquêtes hors COTONOU, c'est-à-dire à PARAKOU, troisième ville principale du pays.

Zacharie SATCHIVI, vu son expérience dans le domaine agro-industriel, était chargé des enquêtes auprès des entreprises de transformation de produits agricoles.

Les deux autres consultants se sont répartis les enquêtes à mener dans la région de Cotonou. Il s'agit de: Jean Elie TCHOUMADO et Ignace GBAGUIDI.

Le tableau de répartition des tâches des consultants enquêteurs, ci-dessous, a été dressé pour tenter d'obtenir une répartition uniforme entre les villes.

ÉTUDE SUR LE MARCHÉ DES SERVICES D'APPUI NON FINANCIERS ET FINANCIERS AUX PME AU BÉNIN

TABLEAU DE RÉPARTITION DES ENQUÊTES

Répartition par secteur, ville et nombre d'emplois							Répartition par consultant								
Entreprises TPE / PME	%	Nbre	Nombre d'emplois			Autre ville			Capitale économique						
			1-10	11-20	21-50	Porto Novo	Parakou	Cotonou							
			75%	25%	Total	Valentin	Pierre	Zacharie	Ignace	Elie	Cyr	Total			
Industries Agro-alimentaires	40%	48	60%	1-10	22	7	29	5	2	0	21	0	0	1	29
			20%	11-20	7	3	10	2	1	0	7	0	0	0	10
			20%	21-50	7	2	9	2	0	0	7	0	0	0	9
			s/total		36	12	48	9	3	0	35	0	0	1	48
Autres industries	60%	72	60%	1-10	32	11	43	9	2	5	0	13	12	1	43
			20%	11-20	11	4	15	3	1	2	1	3	4	1	15
			20%	21-50	11	3	14	3	0	3	1	4	3	0	14
			s/total		54	18	72	15	3	10	2	20	20	2	72
Services	40%	80	60%	1-10	36	12	48	9	3	11	0	12	12	1	48
			20%	11-20	12	4	16	3	1	4	1	3	3	1	16
			20%	21-50	12	4	16	3	1	3	1	4	4	0	16
			s/total		60	20	80	15	5	18	2	19	19	2	80
			Total		150	50	200	39	11	28	39	39	39	5	200
Prestataires de services		60			Cotonou	Villes									
					75%	25%	Total								
Privés, à but lucratif	75%	45	Privés, via questionnaire		28	9	37	7	2	6	7	7	7	1	37
Non privés	25%	15	Privés, connus		6	2	8	2	0	2	1	1	1	1	8
			Non privés, via questionnaire		9	3	12	2	1	0	3	3	2	1	12
Identifiés via questionnaire	83,3%	50	Non privés connus		2	1	3	1	0	0	0	0	1	1	3
Services TPE/PME connus	16,7%	10	Total		45	15	60	12	3	8	11	11	11	4	60
Institutions financières		40			Cotonou	Villes									
					75%	25%	Total								
Privées, à but lucratif	75%	30	Privées, via questionnaire		20	7	27	4	3	3	5	5	6	1	27
Non privées	25%	10	Privées, connus		3	1	4	1	0	0	1	1	0	1	4
			Non privés, via questionnaire		6	2	8	1	1	0	2	2	2	0	8
Identifiées via questionnaire	87,5%	35	Non privés connus		1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1
Services TPE/PME connus	12,5%	5	Total		30	10	40	6	4	3	8	8	8	3	40
Toutes catégories			Total général		225	75	300	57	18	39	58	58	58	12	300

1.6 Résultats de la première phase (10 au 17 décembre 2003)

Au niveau de la méthodologie, aucune difficulté particulière n'est à signaler hormis le fait que, pour des raisons d'objectivité, les opérateurs ne peuvent et ne doivent pas être identifiés en début d'exercice d'enquête mais au fur et à mesure de l'avancement de celle-ci. Ceci implique que la durée de l'enquête demeure aléatoire.

Un test a été effectué sur 11 entreprises avec succès. Les temps d'enquête varient en fonction du nombre de questions posées (car dans certains cas on passe directement au chapitre non utilisation). Le temps le plus long est de 2 heures, le moins long, de 30 minutes. Avec plus de pratique on estime qu'on devrait arriver à fortement diminuer les temps. Au total le consultant international a visité 4 entreprises pour des enquêtes par questionnaire, dont une avec le Coordinateur du BAA.

Un test de focus groupe a été réalisé avec 8 entreprises.

1.7 Résultats quantitatifs et qualitatifs

L'équipe nationale a atteint son objectif en terme de nombre d'opérateurs interviewés : en tout 204 entreprises, dont 154 (75,5%) dans la région de Cotonou, 39 (19,1%) à Porto Novo et 11 (5,4%) à Parakou, 60 Prestataires de service et 40 Institutions financières.

Les caractéristiques des échantillons recueillis et les informations obtenues sont analysés et interprétés dans les sections 3.3 à 3.8 de la présente étude.

1.8 Interprétation et vérification des résultats

Lors de la seconde mission du consultant international, du 16 au 23 avril 2004, l'équipe nationale des enquêteurs s'est réunie au BAA pour procéder à deux journées de discussion sur les résultats obtenus et analysée par le cabinet Pierre PARIS.

Par la suite, deux réunions de groupe ont eu lieu avec des entreprises et des prestataires pour vérifier un certain nombre d'interprétations formulées par l'équipe.

Enfin, un atelier de vérification des principales conclusions obtenues auprès d'un panel d'opérateurs enquêtés : Entrepreneurs, Prestataires de BDS, Institutions financières s'est tenu dans les locaux du BAA. Une quinzaine de participants a contribué au débat. Les conclusions, retenues à l'unanimité, ont confirmé les interprétations de l'équipe nationale d'enquête.

Les interprétations des membres de l'équipe ainsi que les vérifications auprès des entreprises et lors de l'atelier sont restituées au niveau des résultats des questionnaires dans les sections 3.3 à 3.8 de la présente étude.

## 2 CARACTÉRISTIQUES DE L'ÉCHANTILLON D'ENTREPRISES

### 2.1 Identité du dirigeant

92% des dirigeants interviewés sont propriétaires de l'entreprise, 22% des dirigeants sont des femmes. Conclusions :

Les propriétaires, en grande majorité, dirigent donc eux-mêmes leur entreprise qui sont, on le voit plus loin, en grande majorité des entreprises individuelles. Les béninois n'aiment pas en général s'associer pour créer une entreprise. La création d'une entreprise individuelle est pour eux :

- un moyen de démontrer leur capacité individuelle d'entreprendre ;
- un moyen de se faire valoir au plan socio économique ;
- un moyen d'existence et d'affirmation de soi.

### 2.2 Sexe du dirigeant

Les consultants (l'équipe d'enquête) estiment que l'échantillon sous représente la proportion réelle des femmes propriétaires/dirigeantes au Bénin – elles seraient plus portées sur les affaires que les hommes. Les données recueillies dans le Rapport sur l'état Economie Nationale (décembre 1997) réalisé par la cellule Macro économique relative à la répartition des unités économiques par sexe indique une présence des femmes à 68,12 % contre 31,88 % pour les hommes.

Ainsi serait-il intéressant de faire une analyse de l'ensemble de cette section par sexe.

### 2.3 Niveau d'éducation

Pas d'éducation formelle	5 %
Niveau primaire	20%
Niveau secondaire 1er cycle	27 %
Niveau secondaire 2eme cycle	24 %
Niveau universitaire2	5 %

La distribution de ce niveau d'éducation n'est pas corrélée avec la taille de l'unité (en nombre d'emplois), sauf pour le niveau universitaire qui passe à 50% pour les entreprises de 21 à 50, contre 21% dans les microentreprises de 1 à 5 emplois.

En ce qui concerne l'absence d'éducation formelle, l'échantillon n'est pas nécessairement représentatif, le niveau national général se situant probablement plus bas.

En effet, les entrepreneurs des centres urbains sont généralement alphabétisés. Cette situation s'explique par le fait que beaucoup d'entrepreneurs sont les victimes des Programmes d'Ajustement Structurel (PAS) reconvertis dans le privé. Il s'agit des déflatés, des ciblés, des compressés des entreprises publi-

ques et services. Les ateliers ont été le refuge des élèves et étudiants à la faveur des années blanches à la fin des années 80. Mieux, nombreux sont ceux qui ont démarré une activité privée avec le gel du recrutement dans la fonction publique. Il s'agit notamment des étudiants des filières techniques du Complexe Polytechnique Universitaire (CPU), de l'Ecole Nationale d'Economie Appliquée et de Management (ENEAM) ex Institut National d'Economie (INE) et aussi et surtout des Pays de l'Est (ex union Soviétique, Bulgarie, Hongrie, Tchécoslovaquie, Roumanie, etc.), mais ce niveau d'éducation des dirigeants des entreprises contraste avec la tendance nationale qui caractérise la population béninoise avec un taux d'analphabétisme qui touche les trois quart (3/4) de sa population.

### 2.4 Âge du dirigeant

20-30	15%
31-40	46%
41-50	27%
51-60	12%

### 2.5 Formation technique

Sans	2%
S'est formé tout seul	9%
Apprentissage chez un maître	52%
Apprentissage dans la famille	7%
Formation en école technique	27%
Expérience en industrie	5%

Les entreprises artisanales prédominent au Bénin (catégorie TPE). On estime que l'échantillon reflète correctement la situation (cf. plus bas).

L'apprentissage au Bénin est le premier mode de formation des entrepreneurs notamment dans les métiers artisanaux. Mais au-delà du secteur de l'artisanat cet apprentissage s'observe dans tous les secteurs d'activités.

En effet, on observe d'une manière générale que les nouveaux entrepreneurs sont souvent d'anciens employés d'autres entreprises. Ainsi, leur condition d'employé leur a permis de se mettre à l'école de leur employeur pour apprendre et maîtriser tous les circuits de l'activité. Après ce stade et fort de la connaissance des rouages de l'activité économique, ils se mettent à leur propre compte et deviennent tout naturellement des concurrents de leur ex-employeur. Ce processus de formation est également une forme d'apprentissage.

61% des dirigeants ont moins de 41 ans. La majorité des entrepreneurs au Bénin est donc plutôt jeune en âge, et ceci pour plusieurs raisons :

- l'espérance de vie est d'environ 50 ans ;
- les entrepreneurs au troisième âge prennent leur retraite ou se reconvertisent dans des activités moins exigeantes. Exemple : la gestion immobilière ;
- les entrepreneurs les plus âgés quittent l'activité parce que l'entreprise n'arrive pas à supporter la concurrence.

En effet, au moment où les affaires marchent les entrepreneurs utilisent les revenus générés par l'entreprise à des fins, autres que la recapitalisation de cette dernière. Le prélèvement des revenus réalisés au niveau de l'entreprise est souvent destiné à l'achat des propriétés foncières et de construction d'habitation dans l'optique de s'assurer une retraite. Cette manière de procéder lie le vieillissement de l'entrepreneur à celui de l'entreprise.

## 2.6 Distribution des entreprises par secteur d'activité

Services	34%
Agro alimentation	20%
Textile	9%
Métal	8%
Bois	7%
Mécanique	6%
Maintenance	6%
BTP	6%
Cuir	1%
Autres	3%

Les entreprises au Bénin sont caractérisées en dehors des entreprises commerciales par la prépondérance des activités de service et de l'Agro Alimentation. En effet, le Bénin de par sa situation géographique fonctionne comme un pays de service par rapport aux pays sahéliens et à son grand voisin de l'Est qu'est le Nigéria (services de proximité - p. ex. de santé, le long de la frontière - et logistiques - p. ex. transport de marchandises transitant par le Bénin pour raison de commodité). Les métiers de services (et leur importance dans l'échantillon) sont les suivants: Bureautique- Communication (7%);

Hôtellerie restauration bar (6%); Coiffure (5%); Photo et vidéo (4%); Imprimerie (3%); Appui à l'entreprise (2%); Cabinet médical (2%); Agence de voyages (1%); Dessin (0,5%); Formation (0,5%); Phytothérapie et cosmétique (0,5%); Plomberie (0,5%); Transport et transit (0,5%).

Le Bénin à une longue tradition commerciale, les métiers de transformation et activités de manufacture contribuent bien moins à l'économie du pays. Par ailleurs ce pays dispose d'un environnement malheureusement peu favorable aux entreprises de production en raison:

- de la concurrence des entreprises Nigérianes qui ont l'avantage de réaliser une production à économie d'échelle;
- du coût élevé de l'électricité et de l'eau
- d'une fiscalisation pesante;
- du coût élevé des équipements importés
- de l'absence de main d'œuvre qualifiée;
- des difficultés d'accès au crédit adaptées aux activités de production (Crédit MLT).

## 2.7 Nombre d'emplois permanents

	Cotonou	Porto Novo et Parakou	Total
1-5	51%	62%	53%
6-20	40%	32%	39%
21-50	9%	6%	8%

La grande majorité des entreprises se situe dans la catégorie «artisanat». L'initiative privée est dominée au Bénin dans tous les secteurs d'activités par les Très Petites Entreprises (TPE) unipersonnelle.

Les entreprises des villes de province Porto-Novo et Parakou sont en moyenne plus petites que celles de Cotonou mais cette tendance n'est pas très accusée.

## 2.8 Chiffre d'affaires

< 5 MFCFA	59%
5 à 10 MFCFA	17%
10 à 50 MFCFA	20%
> 50 MFCFA	3%
13 MFCFA	Moyenne

Une corrélation assez évidente existe entre le nombre d'emplois et le chiffre d'affaires, l'activité «artisanat de service» prédominante n'étant pas affecté par le facteur «intensité de main d'œuvre contre intensité de mécanisation» qu'on observe dans les activités manufacturières et agricoles. Elle est pas ou peu mécanisée et n'emploie quasiment jamais de main d'œuvre en grand nombre. (Cf. Statut juridique).

## 2.10 Capital investi (en millions de CFA)

0-10	75%
11-50	19%
51-500	7%
>500	0%

## 2.11 Âge de l'entreprise

Moins de 3 ans	19%
Entre 3 et 10 ans	54%
Plus de 10 ans	27%

Les TPE au Bénin n'ont pas une longue espérance de vie; ce qui est un handicap à un développement durable.

Les TPE et, à un moindre degré les PME, s'éteignent généralement à la disparition de leur fondateur, la famille ne pouvant prendre le relais pour des raisons souvent de succession ou de motivation. Une TPE traduit générale-

ment la volonté de son promoteur d'exprimer son statut social et son indépendance économique. Son choix d'activité ne correspondra pas nécessairement au mode de vie ou d'expression personnelle qu'envisage sa progéniture, surtout si elle est issue de mères différentes qui se rivaliseront pour l'obtention de la part d'héritage qu'elles estiment la leur. Il est

ainsi rare de voir une entreprise durer au-delà de la durée de vie de son promoteur. Un des effets du phénomène de succession est la tendance qu'ont les propriétaires d'entreprise de ne pas réinvestir leurs bénéfices d'exploitation mais de se les attribuer pour les placer en terrains, propriétés ou exploitations agricoles pour leur retraite ou descendance.

Même commentaire qu'en 2.7.

Le chiffre d'affaires est très certainement sous-déclaré. L'équipe estime qu'on se rapprocherait de la réalité en le doublant.

La localisation des entreprises en province n'a quasiment pas d'influence sur cette distribution

## 2.9 Moyenne de CA par tranches d'emploi

Nb d'emplois	CA en MFCFA
1-5	3,7
6-20	17,0
21-50	87,4

Le faible niveau des investissements s'explique par la prédominance des TPE dans les activités artisanales de services.

## 2.12 Statut juridique

Entreprise individuelle	63%
Secteur informel	22%
SARL (ou assimilée)	9%
Coopératives et assimilées	6%
SA (ou assimilée)	1%

On peut considérer qu'il y a en fait 85% d'entreprises individuelles au sein desquelles 22% sont informelles

La prédominance des entreprises individuelles traduit bien la place de l'artisanat dans le secteur privé du Bénin. À noter l'aspect fiscal : les entreprises du secteur individuel ou informel sont astreintes à la Taxe Professionnelle Unique (TPU) lorsqu'elles exercent dans une zone ciblée par les services des impôts. Les entreprises, pour minimiser la ponction fiscale, évitent de faire paraître tout signe extérieur de richesse, d'où une tendance à ne pas améliorer le cadre de travail, souvent au détriment des conditions de travail des employés.

## 2.13 Distribution en fonction du CA et du nombre d'emplois permanents

CA annuel	MFCFA	Nombre d'emplois permanents			Total
		1-5	6-20	21-50	
< 5	MFCFA	41%	17%	1%	59%
5 à 10	MFCFA	9%	9%	0%	18%
10 à 50	MFCFA	4%	13%	3%	21%
> 50	MFCFA	0%	2%	1%	3%
Total		54%	41%	5%	100%

Les résultats mettent à l'évidence la relation entre CA et nombre d'emplois et démontrent une fois de plus la prépondérance des TPE.

- Même remarques que ci-dessus

## 2.14 Distribution en fonction du capital investi et du chiffre d'affaires

CA annuel	MFCFA	0-10	1-50	51-500	Total
		MFCFA	1MF CFA	MFCFA	
< 5	MFCFA	41%	17%	1%	59%
5 à 10	MFCFA	9%	9%	0%	18%
10 à 50	MFCFA	4%	13%	3%	21%
> 50	MFCFA	0%	2%	1%	3%
Total		54%	41%	5%	100%

## 2.15 Conclusions et remarques particulières sur l'échantillon

Les résultats statistiques de l'enquête reflètent bien les réalités de la TPE et PME au Bénin mais n'est pas représentative de l'ensemble du secteur privé (voir ci-dessous) :

### Des entreprises en majorité relativement jeunes

La majorité des entreprises et des entrepreneurs au Bénin sont jeunes d'âge pour plusieurs raisons :

- l'espérance de vie est d'environ 50 ans ;
- les entrepreneurs au troisième âge prennent leur retraite ou se reconvertissent dans des activités moins exigeantes. Exemple : la gestion immobilière ;
- les entrepreneurs les plus âgés quittent l'activité parce que l'entreprise n'arrive pas à supporter la concurrence.

En effet, au moment où les affaires marchent les entrepreneurs utilisent les revenus générés par l'entreprise à des fins, autres que la recapitalisation de cette dernière. Le prélèvement des revenus réalisés au niveau de l'entreprise est souvent destiné à l'achat des propriétés foncières et de construction d'habitation dans l'optique de s'assurer une retraite. Cette manière de procéder lie le vieillissement de l'entrepreneur à celui de l'entreprise.

### Des entreprises de durée de vie courte

La durée de vie de l'entreprise est sensiblement égale à celle de l'entrepreneur. D'une manière générale après le décès de l'entrepreneur, ses équipements sont mis en vente par la famille qui met fin ainsi à la vie de l'entreprise. Les entrepreneurs ne préparent pas leur relève dans l'exercice de leur activité même si parfois d'autres y pensent à travers leur progéniture, les effets néfastes de la polygamie ne permettent pas aux enfants de gérer de façon sereine le bien familiale. Il y a

au Bénin une réelle difficulté de capitalisation des expériences des TPE d'une génération à une autre. Les TPE au Bénin n'ont pas une longue espérance de vie ce qui est un handicap à un développement durable.

### Des entreprises de très petite taille

L'initiative privée est dominée au Bénin dans tous les secteurs d'activités par les Très Petites Entreprises (TPE) unipersonnelles. Les entreprises sont petites et par leur chiffre d'affaires et par le nombre d'emplois qu'elles génèrent. Les entreprises individuelles sont les plus nombreuses et versées surtout dans des activités de service. Les béninois n'aiment pas en général s'associer pour créer une entreprise. La création d'une entreprise individuelle est :

- un moyen de démontrer sa capacité individuelle d'entreprendre ;
- un moyen de se faire valoir au plan socio économique ;
- un moyen d'existence et d'affirmation de soi.

### Niveau d'éducation et de formation des entrepreneurs

Les entrepreneurs des centres urbains sont généralement alphabétisés. Cette situation s'explique par le fait que beaucoup d'entrepreneurs sont les victimes des Programmes d'Ajustement Structurel (PAS) reconverties dans le privé. Il s'agit des déflatés, des ciblés, des compressés des entreprises publiques et services. Les ateliers ont été le refuge des élèves et étudiants à la faveur des années blanches à la fin des années 80. Mieux, nombreux sont ceux qui ont démarré une activité privée avec le gel de recrutement à la fonction publique. Il s'agit notamment des étudiants des filières techniques du Complexe Polytechnique Universitaire (CPU), de Ecole Nationale d'Economie Appliquée et de Management (ENEAM) ex Institut Nationale d'Economie (INE) et aussi et surtout des Pays de l'Est (ex union Soviétique, Bulgarie, Hongrie, Tchécoslovaquie, Roumanie, etc.), mais ce niveau d'éducation des dirigeants des

entreprises contraste avec la tendance nationale qui caractérise la population béninoise avec un taux d'analphabétisme qui touche les trois quart (3/4) de sa population.

L'apprentissage au Bénin est le premier mode de formation des entrepreneurs notamment dans les métiers artisanaux. Mais au-delà du secteur de l'artisanat cet apprentissage s'observe dans tous les secteurs d'activités.

En effet, on observe d'une manière générale que les nouveaux entrepreneurs sont souvent d'anciens employés d'autres entreprises. Ainsi, leur condition d'employé leur a permis de se mettre à l'école de leur employeur pour apprendre et maîtriser tous les circuits de l'activité. Après ce stade et fort de la connaissance des rouages de l'activité économique, ils se mettent à leur propre compte et deviennent tout naturellement des concurrents de leur ex-employeur. Ce processus de formation est également une forme d'apprentissage.

### Prépondérance des activités de service et de l'agro alimentation

En dehors de l'activité majeure du commerce (pas pris en compte dans l'étude - voir plus bas) les entreprises au Bénin sont caractérisées par la prépondérance des activités de service et de l'Agro alimentation. En effet, le Bénin de par sa situation géographique fonctionne comme un pays de service par rapport aux pays sahéliens et à son grand voisin de l'Est qu'est le Nigeria. Le Bénin dispose d'un environnement malheureusement peu favorable aux entreprises de production en raison :

- de la concurrence des entreprises nigérianes qui ont l'avantage de réaliser une production à économie d'échelle,
- du coût élevé de l'électricité et de l'eau,
- d'une fiscalisation pesante, du coût élevé des équipements importés,
- de l'absence de main d'œuvre qualifiée,
- des difficultés d'accès au crédit adaptées aux activités de production (Crédit MLT).

### 3 CONSOMMATION DE BDS

#### 3.1 Caractéristiques de la consommation

##### Consommation globale

Les consommateurs de BDS représentent 21,5% de l'échantillon (44 unités sur 204), tous services confondus.

La localisation des consommateurs ne semblerait pas avoir une importance significative sur les résultats.

Les résultats confirment que les entreprises ne sont pas de gros consommateurs de BDS pour plusieurs raisons :

- Il n'y a pas beaucoup d'Organisations Non Gouvernementales, de projets et ou de programmes d'appui au Micro entreprises comme dans d'autres pays tels que certains pays sahéliens ;

- On observe au Bénin une plus forte proportion de TPE à caractère artisanal, en majorité dans le domaine des services (entreprises individuelles de très petite taille).

- Les entrepreneurs sont très réticents à l'idée de se faire découvrir. Il y a toujours la peur de l'autre quelle que soit la situation de l'entreprise. L'entrepreneur au Bénin n'aime pas faire savoir que ses affaires marchent. Dans ce cas de figure il a peur d'être sollicité au plan social par ses proches. Il n'aime pas aussi qu'on sache que ses affaires ne marchent pas pour raison d'orgueil, de dignité, de fierté et d'amour propre.

##### Influence de la localisation

La localisation de l'entreprise dans une ville secondaire ne semble pas avoir une forte influence sur sa consommation de BDS, puisque le ratio de consommateurs ne descend qu'à 18 sur l'ensemble Porto-Novo et Parakou.

##### Influence du nombre d'emplois permanents

	% d'utilisateurs
1-5	17%
6-20	27%
21-50	29%
Moyenne	22%

On observe dans toutes les situations (celle-ci et les suivantes) que plus l'entreprise est petite, moins elle est susceptible de consommer des services de conseil (cf. explications données ci-dessus et dans la partie Non utilisation en fin de Section)

##### Influence du chiffre d'affaires

	% d'utilisateurs
< 5 MCFA	10%
5 à 10 MCFA	30%
> à 10 MCFA	40%
Moyenne	22%

Cf. commentaire ci-dessus

##### Influence du statut

	% d'utilisateurs
Forme associative	
SA, SARL (ou assimilée)	
Entreprise individuelle	
Secteur informel	
Moyenne	

Cf. commentaire ci-dessus

##### Influence de l'âge de l'unité

	% d'utilisateurs
Moins de 3 ans	6%
Entre 3 et 10 ans	19%
Plus de 10 ans	34%
Moyenne	22%

On peut supposer que les entreprises âgées de plus de 10 ans sont plus demandeurs car elles ont souvent accumulé des problèmes de mise à niveau technique et technologique. Elles sont aussi gérées par des personnes plus âgées, conscientes de l'importance de rentabiliser leur investissement avant leur départ à la retraite.

##### Influence du capital investi

	% d'utilisateurs
0-10 millions de CFA	14%
11-50 millions de CFA	41%
51-500 millions de CFA	50%
Moyenne	22%

Cf. commentaire ci-dessus

##### Influence du niveau d'éducation

Apprentissage	0%
Pas d'éducation formelle	0%
Niveau secondaire 1er cycle	9%
Niveau primaire	25%
Niveau secondaire 2eme cycle	27%
Niveau universitaire	31%
Moyenne	22%

Plus le niveau est élevé, plus la demande est forte. Les entrepreneurs les plus instruits comprennent la nécessité des services d'appui parce qu'ils reconnaissent leur limite et la séparation des rôles. Par ailleurs, ils nourrissent des ambitions pour leur entreprise.

##### Influence du secteur d'activité

L'échantillon de 44 usagers est trop faible pour repérer des différences de consommation par secteur d'activité. Entre métiers des services (24% d'utilisateurs) et métiers de la production (20% d'utilisateurs) la différence n'est pas assez significative.

Degré d'utilisation de chaque type de service  
(en % du nombre total d'utilisateurs)

Formation professionnelle	23%
Conseil en gestion/comptabilité	22%
Information	14%
Conseil commercial	12%
Conseil en production	9%
Conseil en investissement	8%
Appui au partenariat inter entreprise	7%
Communication	6%
Audit comptable	1%
Total	100%

Nombre de types de services utilisés par l'utilisateur

	% d'utilisateurs
1 seul type	28%
2 types	38%
3 types	10%
4 types	10%
5 types	10%
> 5 types	5%
Total	100%

De quand date la première consommation :

< 1 an	12%
1 à 3 ans	24%
3 à 7 ans	40%
> 7 ans	24%
Total	100%
Moyenne	5 ans

De quand date la dernière consommation :

< 1 an	12%
< 1 mois	14%
1 à 6 mois	31%
6 mois à 1 an	24%
1 à 3 ans	14%
> 3 ans	17%
Total	100%
Moyenne	16 mois

Les entrepreneurs qui consomment de services d'appui s'orientent davantage vers la formation professionnelle d'une part et vers le conseil en gestion/comptabilité d'autre part. Cette situation s'explique par les insuffisances du système d'apprentissage.

Le « conseil » est la principale modalité d'intervention puisqu'il est cité par 52% des usagers. Il faut noter aussi l'importance des services d'information qui concernent 1 usager sur 6.

Besoin ponctuel ou régulier ?

Régulier dans 90% des cas.

Il s'agit en grande partie de services récurrents et, si on se base sur les réponses précédentes, essentiellement de formation professionnelle et de services de gestion et comptabilité. En effet, le recours à un comptable pour la préparation des comptes d'une société est typiquement un service récurrent.

But recherché

Accroître la compétitivité de l'entreprise	40%
Suivre les besoins de croissance de l'entreprise	24%
Satisfaire aux exigences minimum de l'activité	18%
Satisfaire aux obligations légales de l'entreprise	12%
Gagner du temps	5%
Total	100%

Il s'agirait surtout de la formation et de la gestion

L'expérience montre que les entreprises consomment le service d'appui quand c'est un passage obligé : bilan de fin d'exercice, conditionnalité d'accès au marché publics, gestion des ressources humaines, formalités d'accès au crédit, risque de perte du capital investi.

Pourquoi un service extérieur ?

Préfère un spécialiste avec regard extérieur	39%
Compétence inexistante dans l'entreprise	35%
Gratuité	13%

Modalité de prise de conscience du besoin

Par l'expérience interne à l'entreprise	46%
Avec l'aide d'organisations professionnelles	19%
Par des échanges entre entrepreneurs	15%
Avec l'aide de projets, ONG, institutions	15%

Autres (5%): Besoin de s'auto employer / Obligations fiscales / Par proche

Près de la moitié des entrepreneurs se déterminent seuls, sans influence externe.

Connaissance de l'existence des services

Organisations professionnelles	26%
Projets, ONG, institutions publiques	24%
Médias (radios, journaux, TV)	22%
Environnement social et familial	11%
Échange entre entrepreneurs	10%

Autres (8%): Exigence fiscale / Négociation / Soumission aux appels d'offres

Le peu de poids de l'échange entre entrepreneurs traduit bien l'esprit de méfiance ou de concurrence dans le secteur privé.

### 3.2 Relations aux fournisseurs de services d'appui

Nombre de fournisseurs connus par l'utilisateur

1 à 2	67%
3 à 10	24%
> à 10	8%
7	Moyenne

Critère de sélection du fournisseur

A cause de sa bonne réputation	26%
Il m'a été recommandé	17%
Pour son expérience	16%
C'était gratuit	15%
Pour sa proposition méthodologique	9%
A cause de son prix	8%
Il n'y avait que lui	2%

L'information sur le fournisseur fonctionne dans près de la moitié des cas. Le choix des prestataires de service d'appui (formateurs) est basé surtout sur la confiance. L'entrepreneur n'est pas prêt à collaborer avec un inconnu.

Les critères basés sur la qualité du fournisseur déterminent plus de 2/3 des choix.

**Profil des fournisseurs sollicités  
(y compris en fonction de la taille de l'entreprise):**

		Emplois:	
		1 à 5	6 à 50
Agence du Gouvernement	22%	34%	14%
Agence de projet ou ONG	18%	16%	21%
<b>Total public</b>	<b>41%</b>	<b>50%</b>	<b>36%</b>
Société de service privée	26%	13%	36%
Consultant privé indépendant	11%	6%	14%
<b>Total privé</b>	<b>37%</b>	<b>19%</b>	<b>50%</b>
Partenaires professionnels	16%	19%	12%
Amis ou famille	5%	13%	0%
<b>Total proximité</b>	<b>21%</b>	<b>31%</b>	<b>12%</b>

Les prestataires privés sont en minorité. On verra plus loin que ceux-ci redoutent la concurrence que leur font les agences du public, surtout lorsque leurs interventions sont subventionnées, comme c'est généralement le cas.

**Faiblesses des fournisseurs**

Ne se prononce pas	32%
Pas de faiblesse	17%
Lenteur de réaction et non respect des délais	12%
Méconnaissance besoins de mon secteur	12%
Trop généraliste, manque de spécialisation	9%
Incapacité à utiliser des méthodes modernes	7%
Trop à l'écoute bailleurs de fonds, pas du client	3%
Non respect de la déontologie	1%

Autres (7%): Caractère aléatoire / Pas assez de pratiques lors de la formation./ L'augmentation du coût de service au fil des ans.

51% des usagers ont des critiques à formuler, surtout liées à l'inadaptation des services

**Mode de rémunération**

Payés directement aux prestataires	37%
Offerts par un projet, une ONG, une institution	28%
Payés forfaitairement à un organisme intermédiaire	15%
Fournis a titre informel par ami, familial, partenaire	12%
Fournis dans le cadre de relations affaires	3%
Payés par commission sur résultat de la prestation	1%

**Tarifs par journée de prestation  
En FCFA(sur 93 cas calculables)**

1000 à 5000	60%
5000 à 50 000	24%
50 000 à 150 000	16%
26 000 FCFA par jour	moyenne

Ces tarifs paraissent faibles, en particulier pour les 60% d'usagers qui paient moins de 5 000 FCFA/jour. Cela peut être dû à la difficulté des usagers à estimer précisément le nombre de journées prestées, ou aussi au fait que les usagers qui paient directement à une institutions intermédiaire (soit 43% des cas) ne comptabilisent peut être pas la part subventionnée dans le prix de journée

# 3

## .3 Impact des services d'appui

**Volumes des prestations (en jours)**

1 à 10	36%
10 à 30	38%
30 à 90	16%
> 90	11%

**Subventions**

13% ne savent pas si les prestations sont subventionnées, 31% des entreprises disent qu'elles ne le sont pas et 51% savent qu'elles le sont subventionnées, dont la moitié environ connaissent le taux de subvention qui varie de 20 à 90%.

**Budget annuel affecté par l'entreprise aux services d'appui externes**

Budget	% d'usagers
10 000 à 100 000	35%
100 000 à 500 000	40%
> 500 000	25%
1,2 M FCFA	moyenne
270 000 FCFA	médiane

**Évolution de ce budget**

Croissant	79%
Décroissant	10%
Constant	10%

**Satisfaction pour les services reçus**

Oui	73%
Moyennement	25%
Pas du tout	1%

Alors que 51% des usagers émettent des critiques sur les fournisseurs, on remarque que 73% se déclarent néanmoins satisfaits et 1% seulement se déclare insatisfait. Ce sentiment de satisfaction semble confirmé par les résultats favorables sur la question des gains supérieurs aux coûts (cf. ci-après). Cependant, les entreprises ont peut-être agit avec tact ou en fonction de leur perception de la réponse attendue. Comme un bon nombre d'interventions étaient subventionnées, il est possible que les bénéficiaires n'aient pas voulu se montrer ingrats. Par ailleurs, la formulation de la question sur les faiblesses invitait plus facilement les commentaires critiques. Donc, la vraisemblance des réponses n'ayant pu être vérifiée indépendamment, il y a lieu de modérer la portée des résultats ci-dessus ainsi que les suivants.

**Satisfaction par type de service**

L'échantillon d'usagers n'est pas suffisant pour repérer des tendances significatives.

**Modification des pratiques**

Oui	70%
Moyennement	24%
Pas du tout	6%

La vraisemblance des réponses n'est pas vérifiable de manière indépendante. Cf. commentaires ci-dessus.

Gain constaté supérieur au coût des services?

Oui 75%  
Cf. remarques précédentes.

Les impacts non économiques (ex: sur la pénibilité du travail, sur la motivation, sur l'insertion sociale de l'entreprise, etc..) sont-ils importants?

Oui 77%  
Cf. remarques précédentes.

### 3.4 Consommation informelles des BDS

#### Alternative

19% seulement des usagers considèrent qu'ils avaient «une autre façon» de répondre à leur besoin, par: Auto formation / Famille / Amis / Partenaires de l'entreprise / Lycée Technique / Expériences de terrain / Formation d'autodidacte / Bouche à oreille.

#### Degré de consommation informelle

Par contre 73% des usagers ont déjà bénéficié de services d'appui sous forme informelle, dans 79% des cas de façon ponctuelle et non régulière.

Motivation pour la consommation informelle

C'est gratuit 69%  
De meilleure qualité 17%  
Compétence recherchée existe dans ce circuit là 11%  
Les services demandés doivent rester confidentiels 3%  
Compétence recherchée inexistante a l'extérieur 0%

La motivation principale est la gratuité ou quasi-gratuité de ce type de services.

En conclusion, il semblerait que les services «informels» ne constituent pas véritablement une « alternative » aux conseils d'un expert rémunéré. Il s'agirait beaucoup plus d'une réaction très humaine à saisir toute possibilité de se renseigner à peu de frais sur des questions professionnelles. Il est difficile d'imaginer qu'un dirigeant d'entreprise s'en priverait, où qu'il soit. Mais peut-on pour autant dire que les services gratuits, en se substituant aux prestations professionnelles rémunérées de conseil ou de formation, les concurrencent ?

### 3.5 Non consommation des BDS

181 unités ont répondu à cette partie de l'enquête, soit un peu plus que les «non consommateurs absolus», qui sont au nombre de 160.

Cela veut dire que l'enquête a porté également sur les raisons de non-consommation de certains types de services par 21 usagers qui consomment par ailleurs d'autres types de services.

Services non utilisés mais... :

	...dont ils ont connaissance	...dont ils estiment avoir besoin
Formation professionnelle	80%	66%
Conseil en gestion/comptabilité	73%	61%
Information	65%	40%
Communication	64%	34%
Conseil commercial	59%	33%
Conseil en investissement	57%	35%
Conseil en production	46%	21%
Audit comptable	38%	14%
Appui au partenariat	34%	12%

On voit que la conscience du besoin suit exactement – avec un retard de 15 à 20% d'usagers – la connaissance sur l'existence de services.

Les entreprises béninoises sont majoritairement individuelles, très petites et dans le tertiaire. Peu d'entre-elles bénéficieraient donc de services dans les disciplines de la production, l'audit comptable ou l'appui au partenariat. Ce qui explique le peu d'intérêt vis-à-vis de tels services par une majorité des entreprises questionnées.

Raisons pour ne pas consommer les services nécessaires

C'est gratuit 69%  
Prix trop élevé 30%  
Manque d'information 27%  
Fait appel à des services familiaux ou à des amis de façon bénévole 12%  
Disponibilité du service en interne 11%  
Absence du service 7%  
Ne s'est jamais posé la question 6%  
Manque de temps 5%  
Qualité des services insuffisante 3%

La réponse «Prix trop élevé» est sans doute en partie une conséquence aussi d'un «manque de conscience du besoin», surtout si l'on considère les réponses largement positives sur les gains que les interventions apportent par rapport à leur coût. Les autres réponses témoignent de l'absence d'information.

Spécificités des raisons de non-consommation par service:

- Communication: 62% en interne et services familiaux
- Conseil en gestion/compta: 49% prix trop élevé
- Information: 67% par manque d'information (!!)

### 3.6 Conclusions et recommandations concernant la consommation de services d'appui

#### Disposition à rémunérer les services

64% se déclarent prêts à rémunérer les services dont ils ont besoin. Le fait qu'ils ne le font pas est en partie une conséquence de l'absence d'information, quand il ne s'agit pas d'un rejet du conseil pour les raisons déjà évoquées plus haut. Mais les entreprises n'ont peut-être pas voulu faire mauvaise impression en disant le contraire.

#### Canal privilégié d'information sur les services

Médias (radio, journaux, TV...)	41%
Organisations professionnelles	22%
Environnement social et familial	15%
Échanges entre entrepreneurs	13%
Projets, ONG, institutions publiques	9%

La divergence avec le résultat des réponses données par les consommateurs montre bien que les non consommateurs sont informés sur les services davantage par les médias (41% au lieu de 22%) et nettement moins par les projets, ONG et institutions (9% au lieu de 24%), ce qui confirme l'impact de ces derniers pour stimuler la consommation.

#### Vous jugez que l'info est:

Partielle	53%
Correcte	28%
Insuffisante	19%

Une entreprise sur cinq seulement a recours aux BDS. Au niveau des entreprises individuelles, qui constituent la grande majorité des entreprises (même en ne tenant pas compte des commerces) l'intérêt pour les BDS est quasiment inexistant. Les dirigeants sont peu ouverts

au changement de leurs habitudes mais invoquent surtout le coût et la crainte des indiscrétions comme raisons principales.

#### Recommandations

Les efforts des bailleurs et donateurs devraient se concentrer sur la mise en place de mesures pour:

- améliorer au niveau des dirigeants des TPE/PME la connaissance des offres des structures prestataires de service d'appui aux Entreprises,
- développer des mécanismes d'information d'éducation et de communication des dirigeants des TPE/PME à recourir et à consommer les services d'appui nécessaires au développement de leurs unités de production et/ou de prestation de service. Des études de faisabilité devraient déterminer ces mécanismes,
- assainir la profession et l'image des BDS 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,
- mettre en œuvre des programmes de formation de consultants (à l'instar du programme BINGOS de USAID),
- 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, etc.

## 4 OFFRE DE BDS

50 personnes interviewées, toutes responsables de leur organisme de service

### 4.1 Profil des prestataires de BDS

#### Nature de l'organisme de services

Organisme privé (bureau d'étude, consultant,...)	59%
Acteur public ou semi public (projet, ONG,...)	24%
Association professionnelle (d'affaires, sectorielle, interprofessionnelle, consulaire,...)	0%
Autre (activité secondaire, partielle ou d'opportunité, p.ex. les fonctionnaires)	16%

Il existe un très grand nombre de personnes au Bénin se disant consultant ou conseiller. La grande majorité ne possède aucune expérience ou qualification lui conférant une qualité véritable de professionnel. Dans l'absence d'une réglementation en la matière (la situation est malheureusement similaire partout dans le monde), seule la réputation d'un individu ou d'un cabinet permet de distinguer entre le professionnel et le praticien abusif. L'équipe de consultants chargés de l'enquête s'est efforcée de s'assurer que l'échantillon ne comportait que des individus ou cabinets de niveau professionnel. Or, l'expérience rapportée par les entreprises enquêtées ne se borne pas qu'aux prestataires jugés d'un niveau professionnel adéquat.

Il est intéressant de constater que de nombreux fonctionnaires et certains hommes ou femmes d'affaires offrent ponctuellement leurs services en qualité de prestataires de BDS lorsque l'occasion se présente ou dès qu'ils sont sollicités par des entreprises. Il s'agit toujours d'une activité secondaire ou partielle mais qui peut constituer une importante source de revenus complémentaire.

#### Expérience de l'appui direct aux PME

0 à 2 ans	5%
3 à 10 ans	76%
> 10 ans	19%

#### Nombre de consultants/formateurs permanents

0 à 2	44%
3 à 5	33%
6 à 10	18%
> 10	4%
Moyenne	4

Les structures d'appui sont de Très Petites Entreprises (TPE) qui interviennent en mettant à contribution des collaborateurs extérieurs (consultants indépendants). Les consultants indépendants sont très présents sur le marché. Le plus souvent ce sont des cadres de l'administration publique qui opèrent cumulativement à leur fonction. Mais il y a également des consultants ayant un statut d'entreprise unipersonnelle qui travaillent sans avoir une structure fonctionnelle.

#### Niveau d'étude moyen des consultants

0 à 2	44%
≤ au bac	2%
bac+1	5%
bac+2	18%
bac+3	7%
bac+4	39%
bac+5	27%
>bac+5	2%

Les réponses n'ont pas fait l'objet d'une vérification – certaines personnes auraient peut-être exagéré leur niveau d'étude.

## 4.2 Profil de l'offre de service

### Nombre de consultants extérieurs utilisés chaque année

Moyenne: 8. Et 75% des organismes en utilisent moins de 6 par an.

#### Age de l'organisme

Entre 3 et 10 ans	68%
Plus de 10 ans	22%
Moins de 3 ans	10%

Les structures prestataires de service d'appui sont relativement jeunes.

#### Chiffre d'affaires annuel total des prestataires

CA annuel en CFA	% des prestataires
< 15 Mi°	10%
16 à 50 Mi°	7%
51 à 200 Mi°	39%
201 à 600 Mi°	22%
> 600 Mi°	22%
61 M de FCFA	Moyenne

Une vérification n'a pas pu être effectuée. Il est possible que, dans certains cas, les montants aient été minorés.

#### Part du CA réalisé dans les services aux TPE/PME

Moyenne: 15 Mi° de FCFA soit globalement 25% de l'activité. Les prestataires se répartissent comme suit, en fonction de l'importance des TPE/PME dans leur activité.

Part des TPE/PME dans le CA	% de prestataires
0 à 30%	24%
30 à 50%	30%
50 à 80%	27%
> 80%	18%

#### Types de prestations les plus souvent réalisées

Formation professionnelle	25%
Conseil en gestion/comptabilité	18%
Information	16%
Conseil en production	11%
Conseil juridique	8%
Communication	7%
Conseil en investissement	6%
Audit comptable	4%
Conseil commercial	3%
Appui au partenariat interentreprises	3%
Total	100%

Le renforcement des capacités professionnelles et en gestion est le service le plus offert.

La corrélation assez bonne avec les résultats notés au § 3.1 p. 17. Ceci tendrait à indiquer que les besoins des PME/TPE ne divergent pas beaucoup de ceux des autres entreprises. Là où on observe des écarts plus importants, l'explication est aisée: Les TPE/PME, du fait de leur taille ou des obligations réglementaires, ont moins besoin de recourir à des prestations de conseils juridiques et d'audit comptable mais sont plus portées vers la consommation de conseils commerciaux.

#### Répartition par secteur

Secteur	Part en % du portefeuille
Production	43%
Services	50%

On sait déjà que le secteur des services est prépondérant au Bénin, même s'il fait proportionnellement moins appel au conseil que le secteur manufacturier ou industriel.

## 4.3 Promotion de l'offre

### Enquête pour connaître la demande des entreprises

18% ont répondu à des enquêtes, sous une des formes suivantes:

- Une enquête du type de celle-ci sur les besoins des entreprises
- L'organisation de rencontres spécifiques
- Mission de bailleurs de fonds internationaux
- Rencontre entre DPME et les Entreprises
- Séminaire d'information

Il serait utile de connaître les résultats de telles enquêtes ou études et de comparer ou vérifier les résultats de la présente par rapport à elles.

#### Modalités de prospection de la clientèle

Ils viennent en général vers nous	42%
Prospection directe	30%
Par l'intermédiaire d'autres entreprises,	13%
Via les médias	6%
Par l'intermédiaire des organisations prof.	5%
Bouche à oreille.	2%
Mailing, Appel d'offres...	2%

Il semblerait que les prestataires n'attachent pas beaucoup d'importance au démarchage commerciale. Les explications données comprennent l'absence de disponibilité, le mauvais effet que produisent les visites «à froid», la préférence qu'ont les prestataires «sérieux» de compter sur leur réputation et les références données par des tiers. Cependant, le problème que pose le peu d'engouement qu'ont les entreprises béninoises pour les BDS, allié à la timidité des prestataires, n'est pas adressé par des campagnes d'information sur les mérites des BDS données par les organisations professionnelles, les institutions financières et les bailleurs.

#### Répartition par taille d'entreprise

Taille en nb. d'emplois permanents	Part en % du portefeuille
1 - 5	50%
6 - 20	30%
21 - 50	12%
> 50	7%

#### Répartition par âge de l'entreprise

	Part en % du portefeuille
Moins de 3 ans	32%
Entre 3 et 10 ans	48%
Plus de dix ans	20%
Total	100%

#### Répartition par statut de l'entreprise

	Part en % du portefeuille
Entreprise individuelle	49%
Forme associative	16%
SARL (ou assimilée)	32%
SA (ou assimilée)	3%

### Appui externe en marketing

10% ont reçu un appui de ce type. Compte tenu des réticences des entreprises, de l'absence de communication entre elles et de la préférence qu'ont les prestataires de services de conseil à compter sur leur bonne renommée, le mode de marketing qui conviendrait le mieux serait sous forme de campagnes de sensibilisation auprès des entreprises et surtout des organisations professionnelles.

#### Auto évaluation de leur politique de promotion Les fournisseurs la considèrent :

Faible	62%
Moyenne	26%
Forte	8%
Très agressive	4%

Les structures d'appui ne font pas souvent de publicité en direction des entreprises notamment celles qui sont dans la logique du privé. Elles orientent leur publicité surtout en direction des partenaires au développement susceptibles de les mandater pour appuyer les entreprises (bénéficiaires finaux).

Par contre, les Organisations Non Gouvernementales et projets se donnent les moyens de se faire connaître auprès de leurs Groupes cibles.

#### Appui externe en gestion

16% ont reçu un appui, de type suivant (dans l'ordre de fréquence)

Appui en gestion des ressources humaines.
Appui institutionnel
Appui financier
Appui méthodologique

L'appui aux prestataires de BDS est de toute évidence très insuffisant.

Les structures prestataires de services ne bénéficient pas d'un accompagnement adéquat pour mieux jouer leur rôle d'appui conseil aux entreprises

### Appartenance à une organisation professionnelle

40% déclarent appartenir, aux structures suivantes:

Chambre des Notaires du Bénin ; Ordre des Avocats au Bénin; RECOB (Réseau des Consultants du Bénin); UNCJB; ABEC; ADEX / RECOB; ADEX-CNFE; AGENTIC; Association des Consultants du Bénin (COB) ; Association en cours de formation des cabinets comptable; CADG, GAN; Commission mixte Franco Béninoise; FEB, UJPB; RAMPE; Union Nationale des Conseils Juridiques du Bénin.

Les responsables des structures d'appui ne sont pas enthousiastes à adhérer et à participer à la vie des regroupements des structures d'appui conseils qui pour la plupart ne sont pas dynamiques.

#### Raisons pour ne pas appartenir à une organisation professionnelle

Il n'y a pas de raison	36%
Cela ne m'apporterait rien	32%
Il y a trop de rivalités dans ce milieu	32%

En dehors des cas spécifiques des notaires, avocats, experts comptables et commissaires aux comptes, le faible intérêt dont fait preuve la majorité des prestataires pour adhérer à une organisation professionnelle pourrait indiquer une vision étroite et peu confiante de leur rôle (a) d'intermédiaire auprès des autorités, des bailleurs ou des ONG, (b) de vecteur d'information auprès des entreprises et de leurs associations professionnelles, (c) de garants du professionnalisme de leurs adhérents et (d) de centre de collecte et de diffusion d'information commerciale (p. ex. sur les appels d'offres). Mais on peut aussi en voir les causes dans le faible nombre de prestataires de haut niveau professionnel et donc leur incapacité à consacrer l'effort et les ressources nécessaires à la bonne marche d'une association.

## 4.4 Économie de l'activité BDS aux entreprises

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

Moyenne: 49% du volume de prestations (et 46% du CA) réalisé dans les services d'appui

Les fournisseurs se répartissent comme suit, en fonction de leur «degré d'engagement direct» auprès des entreprises

part de l'activité (en volume)	% de fournisseurs
0 à 30%	30%
31 à 75%	38%
> 75%	32%

#### Évolution des activités de services aux entreprises

Un peu augmenté	48%
Augmenté de façon significative	20%
Ont un peu diminué	14%
Sont restées stables	14%
Ont beaucoup diminué	4%

#### Nombre d'entreprises en portefeuille

Moyenne: 60.

Les fournisseurs se répartissent en 3 groupes

Nb de clients	% de fournisseurs
1 à 10	32%
11 à 50	32%
> 50	36%

Si l'on regarde le volume du portefeuille en fonction de la nature de l'organisme de services, on remarque que:

- près de la moitié des organismes privés ont moins de 10 clients
- près de la moitié des organismes publics ou semi-publics ont plus de 50 clients

L'interprétation des résultats est difficile du fait de la grande disparité de l'activité professionnelle des prestataires constituant l'échantillon. La clientèle et

les services d'un avocat, d'un notaire ou d'un comptable diffèrent complètement de ceux d'un expert en marketing, d'un conseil financier ou d'un ingénieur conseil en gestion de production. Les services des uns peuvent revêtir un caractère de récurrence (p.ex. annuelle) et d'obligation ou de conformité réglementaire alors que ceux des autres seront ponctuels et caractérisés par exemple par des phases de diagnostique, de recherche et de mise en oeuvre de solutions accompagnées d'information, de formation, d'informatisation et de suivi.

Répartition de l'activité entre les différents segments de marché

	% du CA		
	Total	Privé	Public
Services directs aux micro ou petites entreprises	43%	50%	30%
Services directs aux moyennes ou grandes entreprises	24%	23%	10%
Prestations pour le compte des bailleurs de fonds internationaux	18%	13%	50%
Prestations pour le compte des services gouvernementaux	12%	13%	10%

Particulièrement pour le compte des bailleurs :

% de fournisseurs	dont l'activité sur ce segment est (en % de leur CA)
49%	0%
40%	0 à 50%
12%	> 50%

Particulièrement aux services des MPE

% de fournisseurs	dont l'activité sur ce segment est (en % de leur CA)
37%	< 20%
40%	21 à 70%
23%	> 70%

Particulièrement aux services des moyennes et grandes entreprises

% de fournisseurs	dont l'activité sur ce segment est (en % de leur CA)
56%	< 20%
40%	21 à 70%
5%	> 70%

Tarifs d'honoraires (prix de la journée de prestations en FCFA)

Segment de marché	Éventail de prix	Moyenne
Bailleurs de fonds	20 000 à 325 000	100 000
Gouvernement	15 000 à 150 000	67 500
TPE/PME	6 000 à 125 000	36 500
Grandes entreprises	12 500 à 125 000	30 000

Part du temps de travail investi en R&D

Part du temps investi	% de fournisseurs
0%	34%
1 à 30%	44%
> 30%	22%
Moyenne	21%

Les réponses ne concernent que la personne à qui la question a été adressée et non l'ensemble de la société. Il s'agit donc de la part du temps investi par le responsable de la société. Les valeurs 0% (qui ont été saisies) concernent surtout les consultants individuels qui ont un comportement typiquement opportu-

niste et sont donc moins susceptibles de faire du R&D. Le terme R&D (prospection, recherche d'informations et développement de produits ou services nouveaux) s'applique plutôt aux cabinets structurés où c'est surtout le dirigeant qui s'en charge.

Part du temps de travail investi en formation professionnelle

Part du temps investi	% de fournisseurs
< 5%	30%
10 à 30%	54%
> 30%	16%
Moyenne	19%

Appui extérieur en matière de R&D ou formation des consultants

28% ont reçu un appui, en conseil, assistance technique, étude, formation, audit comptable, appui en GRH de la part de : BAA / Bureau d'Études Français./ CePEPE /, FODEFCA / GERED / OXFAM Québec / USAID / CIDR/ diverses ONG, divers consultants ./ divers organismes internationaux.

Subvention des services au niveau des entreprises

36% des fournisseurs affirment que les entreprises sont subventionnées pour faire appel à leurs services. Les 2/3 d'entre eux connaissent le taux de subvention qui se répartit sur les valeurs de : 30%, 50%, 60%, 70%, 80%, 85%, 95%, 100%.

Subventions au niveau des fournisseurs de services

20% des fournisseurs de services disent recevoir des subventions. Dans ce groupe il n'y a que 20% de fournisseurs privés. La part du CA correspondant aux subventions est en moyenne de 65% pour ceux qui sont subventionnés. Sur ceux qui reçoivent une subvention, dans la moitié des cas, il s'agit de subvention globale, dans l'autre moitié de subvention « à l'acte » (cofinancement). Les taux de cofinancement se répartissent entre 15%, 50%, 80%, 90% et 100%.

## 4.5 Vision des prestataires sur les BDS

### Évolution du marché

94% des fournisseurs estiment être sur un marché des services qui est en expansion.

#### Freins au développement du marché

Côté demande	Côté offre
Manque de pouvoir d'achat des entreprises pour rémunérer les services	Marketing et promotion des services insuffisants
44%	32%
Difficulté des entreprises à accorder de la valeur aux services d'appui	Concurrence déloyale des services gratuits ou trop subventionnés
23%	29%
Mauvaise information des entreprises sur l'offre de services	Offre de service pas assez diversifiée et ne répondant pas au besoin
21%	19%
Taille du marché trop restreinte (petit nombre d'entreprises structurées)	Prix des prestations trop élevées
12%	9%

Autres (11%): Cadre restreint / Concurrence déloyale de certaines personnes./ Déception des petites entreprises par certains prestataires./ Ignorance des entreprises sur l'existence de tels services / Manque de cohésion / Manque de ressource / Pouvoir d'achat très petit des TPE / Sentiment de fraternité.

#### Comment pourrait-on améliorer le fonctionnement du marché?

En améliorant la communication vis-à-vis des clients	48%
En professionnalisant les fournisseurs	44%

Autres (8%): Il faut la création d'instances qui regroupent les PME, les TPE, le fisc, la CCIB et autres. Ainsi, le fisc pourrait comprendre les entreprises qui ont de problème de financement pour faire face aux impôts / Intégration des services au niveau local / Je crois que ceci est une question de niveau de développement (Développement pris dans son sens intégral)./ Mieux cibler les

besoins de la clientèle qui est en évolution afin de répondre aux attentes car les besoins changent au jour le jour / Renforcer les activités économiques des entreprises / Renouveler les produits offerts / Application stricte des textes / Clients soient regardant sur la qualité / créer une réglementation; en accordant la chance aux jeunes structures; fonctionnement transparente des marchés

/ labelliser les prix; lutte contre la corruption; mutualisation des services / organisant mieux la sensibilisation des PME / organiser aussi les entreprises / plus grand respect des consignes de l'OMECCA; régulation des prestations / renforcer la concertation / sensibiliser les entrepreneurs

#### Concurrence la plus redoutée

Les prestataires «informels» qui agissent hors des règles du marché	37%
Les projets et ONG subventionnés	21%
Les grosses sociétés de services ayant «pignon sur rue»	7%
L'environnement familial, amical ou professionnel de l'entreprise	6%
Les prestataires free lance	6%
Les ressources internes aux entreprises	6%
Les sociétés de services étrangères	4%
Les petites structures de services légères et adaptables	1%

Autre (10%): Les Entreprises elles-mêmes / Manque de transparence dans les passations de marché / Nous ne sommes pas dans la logique de concurrence / Projet État.

A travers les réponses recueillies, on comprend que l'absence de professionnalisme ou d'expérience de la majorité des prestataires demeure une des causes principales du malaise de la profession. C'est une situation que les vrais professionnels gèrent mal, vu leur incapacité de prospecter auprès des entreprises ou des organisations professionnelles par manque de ressources, d'intérêt ou de disponibilité.

## 4.6 Liens entre les BDS et les services financiers

### Liens observés

52% ont déjà effectués des prestations liées à l'obtention de services financiers, sous la forme suivante:

Services en amont facilitant l'accès au service financier	26%
Services obligatoires pour obtenir un service financier	21%
Services en aval garantissant le bon usage des services financiers	12%
Services en amont entraînant une baisse des frais financiers	0%

Autres (41%):

- Aide pour obtenir le financement plus facilement suivant les conditions de l'entreprise.
- Conseil, certification de documents constitutifs de dossier.
- Demande de crédit, demande de caution bancaire.
- Obtention d'agrément au code d'investissement etc.
- Dossier de faisabilité et dossiers financiers demandés par les banques.
- Formalisation d'actes de garanties bancaires.
- Formation en amont et en aval
- Investissement - BFR
- Mise en relation
- Appui conseil.
- Ouverture de lignes de crédit et mise en place des fonds de garantie.
- Partenariat

## 4.7 Conclusion et recommandations sur l'offre de BDS

### Développement des liens entre services d'appui et services financiers

56% des fournisseurs de services y sont favorables, sous les formes suivantes :

Contrat d'assistance / Contrat service / Formation / Lignes de crédit et garantie./ Package / Par des conseils / Partenariat contractuel avec les services financiers, avec contre expertise, par objectif / Services en amont facilitant l'accès au service financier / Services en aval garantissant le bon usage des services financiers.

Réaliser des études complémentaires qui aideraient à mieux connaître et à approfondir les connaissances des BDS au Bénin. Il s'agira dans ce cadre de :

- 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 sera réalisé 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 œuvre des initiatives pour :

- sensibiliser les entreprises sur l'intérêt qu'elles ont à faire appel aux BDS en renforçant les canaux d'information,
- inciter les entreprises à recourir aux BDS 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 BDS 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,
- mettre en œuvre des programmes de formation de consultants (à l'instar du programme BINGOS de l'USAID),
- 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, etc...

## 5 CONSOMMATION DE SERVICES FINANCIERS

### 5.1 Caractéristiques de la consommation

#### Consommation globale

25% des entreprises ont bénéficié de services financiers (tous types confondus) dans les deux (02) dernières années. Par ailleurs 24% des entreprises ont fait appel à des prêts (pour leur trésorerie ou leur investissement). Pour 22% il s'agissait d'emprunts à CT, pour 10% d'emprunts à MLT et 8% ayant utilisé à la fois les deux (02) types de produits.

#### Influence de la localisation

La consommation est plus importante dans les villes secondaires (Porto Novo et Parakou), où l'on compte 35% d'entreprises ayant contracté des emprunts, 32% à CT, 16% à MLT et 13% les deux.

#### Consommation par type de produit

	% d'usagers	nb moy de services/an
<b>Besoins de trésorerie</b>		
crédit à court terme (découvert, crédit de campagne, micro crédit...)	21,0%	1
avances sur marché	1,0%	0,5
assurance-crédit, affacturation, escompte	0,0%	0
<b>Besoins d'investissement</b>		
crédit à moyen et long terme	10,4%	0,5
crédit bail / location vente	0,0%	0
capital risque / prêt participatif	0,0%	0
<b>Besoins de services financiers</b>		
transfert de fonds	0,5%	1
change	0,5%	1
caution	2,0%	1
épargne	1,5%	1
<b>Besoins de couverture des risques</b>		
sociaux	1,0%	1
techniques :outil de production	0,0%	0
financiers : marchés	0,0%	0

#### Influence de la consommation de services d'appui, et réciproquement

	Non emprunteurs	Emprunteurs	Total	% d'usagers
Pas de services	119	39	158	25%
Services d'appui	34	10	44	23%
Total	153	49	202	24%
% d'usagers	22%	20%	22%	

Il n'y a aucune influence significative de la consommation de services d'appui sur la consommation de services financiers, ni l'inverse.

#### Influence du genre du dirigeant

Quasiment aucune influence sur l'accès au crédit. Cependant, lors de l'atelier de travail avec les opérateurs, les institutions présentes, et surtout le PADME (Association d'appui au développement des micro entreprises – institution de micro crédit) ont révélé que leur clientèle était constituée à 70% de femmes.

Il faut tenir compte du fait qu'il s'agit surtout de commerçantes et que cette catégorie n'est pas prise en compte dans l'étude:

#### Influence du secteur d'activité

Aucune influence du secteur (même proportion en services ou production)

#### Influence du niveau d'éducation

Pas d'influence sur la consommation globale crédit CT. En revanche, en crédit MLT, seulement 4% des entrepreneurs de niveau primaire et inférieur y ont accès, contre 11% pour le niveau d'éducation secondaire et supérieur.

## 5.2 Relations avec les institutions financières

### Influence de l'âge du dirigeant

Age du dirigeant	Emprunteurs
20-30	14%
31-40	25%
41-50	21%
51-60	33%
Moyenne	24%

### Influence du chiffre d'affaires

en Mi° de FCFA	% d'usagers
< 5	23%
5 à 10	16%
10 à 50	21%
> 50	28%
Moyenne	23%

### Influence du capital investi

	Crédit CT	Crédit MLT
0-10 millions de CFA	24%	9%
11-50 millions de CFA	19%	14%
51-500 millions de CFA	7%	0%
Moyenne	22%	10%

### Influence de l'âge de l'entreprise

	Crédit CT	Crédit MLT
Moins de 3 ans	15%	6%
Entre 3 et 10 ans	22%	10%
Plus de 10 ans	26%	6%
Moyenne	22%	10%

### Influence du statut de l'entreprise

Quasiment pas d'influence. On note seulement une consommation légèrement supérieure pour le secteur informel (27% d'usagers informels contre 24% en moyenne).

### Influence du nombre d'emplois permanents

Pas d'influence observable de la taille de l'entreprise mesurée en nombre d'emplois permanents

### Principaux services utilisés

Classés en fonction de la fréquence où ils sont cités comme les 2 services principaux utilisés dans les deux (02) dernières années.

crédit à court terme (découvert, crédit de campagne...)	79%
crédit à moyen et long terme	9%
caution	6%
épargne	3%
avances sur marché	1%
couverture des risques sociaux	1%

Les Petites Entreprises sont plus consommatrices de crédit à Court Terme, notamment auprès des Institutions de Micro Finance. Les Entrepreneurs de niveau primaire et inférieur éprouvent des difficultés à inscrire leurs actions dans la durée. Ils sont préoccupés par le profit et l'intérêt immédiat. Ils fonctionnent dans une logique de Court

Terme contrairement à leurs collègues de niveau d'éducation secondaire et supérieure. Les entrepreneurs opèrent dans un environnement difficile qui les oblige à tabler sur le Court Terme (CT). Le cycle de l'innovation au Bénin est très court. Les entrepreneurs courent toujours le risque de ne pas rentrer dans le capital investi avant que ce dernier ne soit envahi par de nouveaux entrepreneurs disposant de moyens financiers. Les entrepreneurs éprouvent des difficultés à innover, à sortir des chantiers battus.

### Comptes bancaires

25% ont au moins un compte dans une Banque commerciale (dont les 2/3 à la BOA et 1/3 dans au moins 2 banques)

- 14% ont un compte dans une SFD
- 7% ont les deux, donc 68% n'ont aucun compte

Le montant plancher nécessaire à l'ouverture de compte dans les banques primaires détermine également l'affluence ou non des PE. La Bank of Africa apparaît comme la banque populaire parce que son taux plancher d'ouverture d'un compte est le plus abordable contrairement aux autres institutions bancaires.

### But recherché

C'était indispensable pour mon activité	39%
Pour accroître la compétitivité	31%
Pour suivre la croissance de l'entreprise	30%

### Rythme de consommation

Première consommation : moyenne 5 ans

< 3 ans	40%
3 à 10 ans	53%
> 10 ans	7%

Dernière consommation : moyenne 20 mois,

< 6 mois	24%
6 mois à 1 an	27%
1 à 3 ans	38%
> 3 ans	11%

### Profil des IF tous services confondus

	Crédit CT	Crédit MLT
Société de micro finance	68%	54%
Banque commerciale	25%	29%
Fonds Gouvernementaux de promotion	5%	17%
Banque de développement	2%	

Contrairement aux tracasseries administratives redoutées au niveau des banques primaires, les IMF font preuve de plus de célérité dans la mise en place du crédit. Au PADME par exemple, il faut deux semaines (10 jours ouvrables) pour la mise en place d'un crédit pour un nouveau client et trois jours pour un ancien client régulier. La seule pièce exigée est la pièce d'identité nationale de l'entrepreneur. Aucune condition d'ouverture de compte ou d'épargne préalable au PADME n'est exigée.

Les IMF proposent plus d'offre à Court Terme qu'à Moyen et Long Terme (MLT) parce qu'elles ne veulent pas prendre des risques dans la durée. Le PADME par exemple sous traite avec les assurances les crédits dont les durées sont supérieures à trois (03) ans afin de se mettre à l'abri de surprises désagréables.

Les entreprises commerciales représentent la clientèle la plus importante des IMF parce que les offres à Court Terme répondent à leur besoin.

### Nombre d'IF connues par l'utilisateur

1 à 2	34%
3 à 5	63%
>5	3%
6	Moyenne

#### Mode d'identification de l'IF

Par le bouche à oreille	60%
Recommandé par une autre institution	13%
Vous avez été démarché par l'institution	10%
Par les médias	7%
Recommandé par assoc. professionnelle	3%
Recommandé par un projet ou une ONG	1%

Autres (6%): Relations d'affaires

#### Critères de choix de l'IF

Elle m'a été recommandée	29%
Par connaissance de ses agents	21%
À cause de la facilité d'accès à ses services	13%
Il n'y avait qu'elle	10%
Pour son offre de service adéquate	10%
À cause de sa bonne réputation	9%
À cause de ses frais réduits	7%

#### Faiblesses des IF

Exigences de garantie trop élevées	34%
Offre insuffisante de services financiers adaptés	20%
Méconnaissance des besoins dans mon secteur	16%
Coût de transaction et frais financiers	15%
Déficiences du personnel dans l'évaluation	5%
Pas de faiblesse	4%
Non respect de la déontologie	3%

Autres (4%): Délais

#### Rémunération des services financiers

Les taux vont de 1 à 15% p.a., moyenne 7% p.a. 6,7% p.a. si crédit CT < 1 an et 8,2% p.a. si crédit MT > 1,5 ans

#### Durée du terme

80% à CT (< 1 an)

< 1 an	17%
1 an	61%
1 à 3 ans	12%
> 3 ans	10%

#### Montants prêtés

	% d'usagers
200 000 à 500 000	26%
500 000 à 1 Mi°	24%
1 à 5 Mi°	37%
> 5 Mi°	13%
9 Mi° FCFA	Moyenne

#### Budget annuel de l'entreprises pour charges financières

Moyenne: 700 000  
Pour les 50% les moins «riches»: entre 20 000 et 125 000

#### Évolution de ce budget

Croissant	69%
Constant	22%
Décroissant	8%

#### Satisfaction

	Global	Crédit CT	Crédit MLT
Oui	82%	80%	77%
Moyennement	15%	18%	14%
Pas du tout	3%	2%	9%

#### Impact

Développement de l'activité grâce aux services financiers

Oui	70%
Moyennement	26%
Pas du tout	4%

Retour sur investissement : Oui à 85%

## 5

### .3 Liens entre services financiers et BDS

#### Lien entre vos services financiers et les BDS:

Un quart d'usagers du crédit sont dans ce cas de figure (soit 13 cas sur 50)

Services d'appui en aval garantissant le bon usage des services financiers	46%
Services d'appui obligatoires pour obtenir un service financier	23%
Services d'appui en amont facilitant l'accès aux services financiers	15%

Autres (15%): Garanties et avaliseurs / Service d'appui pour acquérir du matériel

Les Institutions de Micro Finance (IMF) ne collaborent pas avec les structures d'appui. En effet, elles interviennent en amont et en aval du crédit.

La consommation des services d'appui des IMF est une condition sine qua non d'accès à leurs offres financières.

Les IMF facilitent plus les démarches en amont du crédit aux Petites Entreprises (PE). En effet, elles rejettent l'idée de constitution d'un dossier comme élément d'introduction du dossier de prêt. Elles préfèrent prendre le client en compte à partir de la simple idée de prêt et l'accompagne jusqu'à l'obtention de ce dernier. Par contre, les banques commerciales exigent de leurs clients l'élaboration et la présentation d'un dossier de projet bancable comme élément de déclenchement de tout processus.

Favorable à la combinaison services financiers/services non financiers (sur 47 réponses)

Moyennement	40%
Pas particulièrement	36%
Fortement	23%

## 5

### .4 Consommation informelle de services financiers

#### Alternative aux services financiers utilisés

22% des usagers pouvaient satisfaire ces besoins financiers autrement, selon les modalités suivantes:

Tontine	62%
Famille, amis	23%
Ressources propres	15%

#### Motivations

C'est moins coûteux en frais financiers	47%
Cela correspond mieux à mon besoin	29%
Je ne peux pas obtenir ces appuis	24%

#### Usage

Et 46% ont d'ailleurs bénéficié de services financiers informels, mais à 87% de façon ponctuelle et non organisée.

## 5.5 Non consommation de services financiers

### Satisfaction

	...dont ils avaient connaissance	...dont ils estiment avoir besoin...	...et dont ils ignoraient l'existence
Apports en trésorerie	81%	79%	14%
Apports pour investissement	79%	89%	21%
Autres services financiers	37%	18%	6%
Couverture de risques	30%	11%	2%

### Canal privilégié d'information sur ces services

Médias (radio, journaux, TV,...)	43%
Échanges entre entrepreneurs	14%
Projets, ONG, institutions publiques	13%
Environnement social et familial	12%
Organisations professionnelles	12%
Campagne de promotion des services	3%

Autres (2%): Par la banque elle-même / Relation avec les banques / Les cabinets nous contactent

### Jugez vous que l'info sur ces services est: (sur 133 réponses de non usagers)

Partielle	61%
Suffisante	33%
Inexistante	6%

### Raisons pour ne pas faire appel à ces services

Manque des éléments de garantie exigés	30%
Appel à l'épargne familiale ou de l'environnement	16%
Disponibilité de ressources propres suffisantes	14%
Frais financiers trop élevés et non rentables pour mon activité	13%
Absence de services financiers bien adaptés au besoin	11%
Ne s'est jamais posé la question	6%
Manque de savoir faire pour exprimer la demande, monter le dossier	4%
Ne sait pas où s'adresser pour obtenir ces services financiers	2%
Refus de la demande présentée	2%
Manque de temps	1%

### Rejets de demande de financement

24% des non usagers ont présenté un dossier de financement, la moitié auprès des institutions de micro finance et l'autre moitié auprès des banques commerciales.

Raisons de refus, dans 80% des cas: manque de garanties personnelles à présenter.

## 5.6 Conclusions et recommandations

Les institutions de Micro finance devraient progressivement se désengager des services en amont et en aval du crédit. Cette situation les met actuellement en position de juge et parti. Ce cumul de fonction ne permet pas de distinguer les rôles et de situer leur responsabilité. Si pour des questions de célérité de mise en place des crédits, les IMF sont réticentes de se dégager des services en amont aux crédits, elles devraient développer des partenariats avec d'autres structures d'appui pour les services en aval du crédit. Il serait souhaitable de développer des programmes d'accompagnement des IMF à opérer ce changement et devrait concourir à une meilleure spécialisation des acteurs pour plus d'efficacité tant au niveau des prestataires de services financiers et des prestataires de service non financiers.

## 6 OFFRE DE SERVICES FINANCIERS

39 personnes interrogées, dont 36 sont responsables de leur institution financière

### 6.1 Profil des institutions financières

#### Nature de l'IF

	%	Nb.
Société de micro finance	71%	27
Mutuelle d'épargne et de crédit	16%	6
Banque commerciale	3%	1
Fonds Gouvernementaux de promotion	3%	1
Société de crédit-bail	3%	1
Autre (tontine et fonds de subvention)	5%	2

L'environnement des finances est dominé par les IMF qui sont aussi les plus décentralisées sur l'étendue du territoire nationale ont peut citer entre autres le PADME, VITAL Finance, PAPME, FINADEV, Convergence 2000, les AGMEC, FECECAM etc...

Les banques commerciales sont au nombre de huit actuellement mais une seule, la Bank of Africa, a accepté de rencontrer l'équipe des enquêteurs. Toutes les autres ont refusé sous prétexte qu'elles n'avaient pas le temps ou n'étaient pas intéressées.

L'absence d'un nombre significatif de banques commerciales dans l'échantillon est regrettable car les résultats obtenus ne peuvent pas s'appliquer au secteur financier dans son ensemble mais reflète surtout la situation des sociétés ou associations de micro finance et les Groupements Mutualistes d'Épargne et de Crédit qui sont des établissements financiers d'un tout autre ordre. L'échantillon est ainsi fortement biaisé.

#### Expérience de la relation aux TPE/PME

1 à 3 ans	23%
4 à 10 ans	54%
> 10 ans	23%

Nombre d'agents permanents en contact avec les TPE/PME

0 à 3	24%
4 à 6	41%
7 à 12	24%
> 12	12%
9	Moyenne

Niveau d'étude moyen des agents

≤ au bac	30%
bac+1	12%
bac+2	30%
bac+3	36%
bac+4	15%
bac+5	3%
> bac+5	0%

Les IF recrutent d'une manière générale les universitaires de niveau BTS, Bac + 2 ou Bac + 3.

Age de l'organisme

Moins de 3 ans	8%
Entre 3 et 10 ans	64%
Plus de 10 ans	28%

Les IF sont pour la plupart de création récente parce que le secteur IF s'est reconstruit progressivement dans les années 90 après la banqueroute de la BCB, de la BBD et de la CNCA.

Encours de l'IF, toutes activités

Encours (en millions de FCFA)	% des IF
4 à 20	33%
21 à 100	30%
101 à 500	19%
> 500	19%
305 MFCFA	Moyenne

Les sociétés de microfinance sont également distribuées sur ces 4 tranches. Le faible nombre des autres types d'IF ne permet pas de mener d'autres analyses par type.

Part du CA réalisée dans les services aux TPE/PME

Les IF se répartissent comme suit, en fonction de l'importance des TPE/PME dans leur activité

Part des TPE/PME dans le CA	% de prestataires
0 à 10%	26%
11 à 50%	22%
51 à 90%	22%
100%	30%
40 MFCFA soit 13% de l'activité	Moyenne

## 6.2 Profil de l'offre de services financiers

Services financiers les plus souvent offerts

Crédit à court terme (découvert, crédit de campagne...)	47%
Crédit à moyen et long terme	33%
Épargne	14%
Sociaux	5%
Caution	1%

Les IMF octroient généralement des crédits de douze (12) mois à un taux de 2% d'intérêt par mois sur l'encours de crédit soit 13,472 % l'an. Mais force est de constater que la plupart de ces IMF offrent progressivement des produits de plus de douze (12) mois.

Répartition par secteur

Secteur	Part en % du portefeuille
Production	40%
Services	47%

Répartition par âge de l'entreprise

	Part en % du portefeuille
Moins de 3 ans	32%
Entre 3 et 10 ans	46%
Plus de dix ans	21%

Répartition par taille d'entreprise

Taille en nb. d'emplois permanents	Part en % du portefeuille
1 - 5	81%
6 - 20	15%
21 - 50	3%
> 50	0%

Répartition par statut de l'entreprise

	Part en % du portefeuille
Entreprise individuelle	78%
Forme associative	13%
SARL (ou assimilée)	7%
SA (ou assimilée)	1%

## 6.3 Promotion de l'offre de services financiers

### Appui pour connaître la demande des entreprises 46% ont reçu un appui, sous la forme suivante

Une enquête du type de celle-ci sur les besoins des entreprises	56%
L'organisation de rencontres spécifiques entre entreprises et financiers.	22%
Des salons	11%
Consultant international	6%
Prospectus	6%

### Appui externe en marketing

Seule une IF (soit 2% de l'échantillon) a reçu ce type d'appui

### Auto évaluation de leur politique de promotion Les IF la considèrent :

Moyenne	46%
Faible	41%
Forte	14%
Très agressive	0%

### Appui externe en gestion

41% ont reçu un appui, de type suivant : assistance technique, formation, renforcement de capacité, appui institutionnel, par les organismes suivants : Auditeurs externes; BAA; Cabinet Charles Riley Fran; CAMEALDO, CARE ou BANQUE MONDIALE; Commission Bancaire UEMOA; Consortium ALAFIA; Coopération française ; Institutions financières et autres micro finance; OXFAM QUEBEC; PNUD; SFI et la BOA

### Modalités de prospection de la clientèle

Prospection directe	41%
Ils viennent en général vers nous	29%
Par l'intermédiaire d'autres entreprises, par l'environnement d'affaires	9%
Via les médias, la publicité, des campagnes de sensibilisation	9%
Par l'intermédiaire des organisations prof.	8%
Par l'intermédiaire de projets, ONG, institutions d'appui publiques	3%
De bouche à oreille	2%

### Appartenance à une organisation professionnelle d'IF

49% déclarent appartenir aux structures suivantes : Consortium Alafia (41%), UMECAP, APB  
Pour les autres, les raisons pour ne pas appartenir à une organisation professionnelle sont :

Cela ne m'apporterait rien	41%
Il y a trop de rivalités dans ce milieu	41%
Il n'y a pas de raison	18%

## 6.4 Économie des services financiers aux entreprises

### Part de l'activité directement ciblée sur les TPE/PME

Part de l'activité (en volume)	% de fournisseurs
0 à 25%	23%
26 à 80%	32%
81 à 100%	45%

### Nombre de TPE/PME en portefeuille Les IF se répartissent en 4 groupes

Nb de clients	% de fournisseurs
5 à 50	29%
51 à 500	43%
501 à 1500	20%
1 500 à 10 000	9%
1 000	Moyenne

### Évolution des activités de services financiers aux TPE/PME

Augmenté de façon significative	38%
Un peu augmenté	62%
Sont restées stables / Ont un peu / beaucoup diminué	0%

### Intention vis à vis de la clientèle TPE/PME

95% des IF envisagent d'augmenter la part de leurs activités en direction des TPE/PME, dans des proportions allant de 10 à 70% d'augmentation pour les 2 prochaines années (moyenne 40%).

### Part du temps de travail investi en R&D

Part du temps investi	% des IF
0 à 5%	31%
6 à 30%	50%
> 30%	19%
21%	Moyenne

### Part du temps de travail investi en formation professionnelle

Part du temps investi	% des IF
< 5%	19%
10 à 30%	71%
> 30%	10%
20%	Moyenne

Les réponses ne concernent que la personne à qui la question a été adressée et non l'ensemble de l'IF. Il s'agit donc de la part du temps investi par le dirigeant de l'IF.

### Appui extérieur en matière de R&D ou formation des consultants

31% ont reçu un appui de type : technique, financier et logistique, formation, gestion, marketing, informatique de gestion, de la part de CGAP, Consortium Alafia, PNUD.

### Subventions au niveau des IF

28% des IF disent recevoir des subventions. Ce sont à 80% des sociétés de microfinance. La part de leur CA correspondant aux subventions est en moyenne de 19%. Dans la moitié des cas il s'agit de subvention globale, dans l'autre moitié de subvention « à l'acte » (au % des services fournis).

Les réponses ne concernent que la personne à qui la question a été adressée et non l'ensemble de l'IF. Il s'agit donc de la part du temps investi par le dirigeant de l'IF.

## 6.5 Vision des institutions financières sur le marché des services financiers

### Évolution du marché

100% des IF estiment que le marché des services financiers est en expansion.

#### Freins au développement du marché

##### Côté demande

Manque de moyens des entreprises pour sécuriser valablement le risque	32%
Rentabilité et viabilité insuffisantes de l'activité économique des TPE/PME	28%
Mauvaise information des entreprises sur l'offre de services financiers	25%
Difficulté des entreprises à formuler correctement leurs demande de services financiers	8%

##### Côté offre

Méconnaissance des besoins et contraintes de la clientèle des TPE/PME
Faible disponibilité de ressources à affecter aux services financiers des TPE/PME
Offre de produits financiers insuffisamment diversifiée et adaptée
Manque de capacité à analyser le risque spécifique dans le secteur TPE/PME
Coûts de transactions trop élevés

Autres (7%): Considération culturelle / Considération religieuse / Manque de documents comptables et financiers fiable pour apprécier le risque / Individualisme / Mauvais environnement religieux

Autres (9%): Faible esprit de création / Insuffisance de fonds de roulement / Insuffisance personnel pour le suivi / Manque de financements

#### Freins au développement du marché

##### Côté environnement

Système judiciaire insuffisamment sécurisant	58%
Réglementation bancaire inadaptée aux services financiers pour les TPE/PE	23%
Concurrence et diversification insuffisante dans le secteur financier	19%

#### Comment pourrait-on améliorer le fonctionnement du marché

En améliorant la communication vis-à-vis des entreprises	32%
En organisant davantage de rencontres entre institutions financières et clients TPE/PME	21%
En professionnalisant les institutions financières sur ce segment des TPE/PME	16%
En mettant en place des mécanismes de sécurisation du risque	10%
En améliorant les services d'appui amont et aval aux TPE/PME	5%
En augmentant les ressources financières à affecter au service des TPE/PME	5%
En développant des institutions financières spécialisées dans les TPE/PME	5%
En réformant le cadre réglementaire	3%
En améliorant la justice des affaires dans le pays	1%
Autre: volonté politique de l'État	1%

## 6.6 Liens entre BDS et services financiers

### Liens observés

30% des IF ont déjà fournis des services financiers liés à la consommation par l'entreprise de services d'appui, sous la forme suivante :

Services en amont facilitant l'accès au service financier	31%
Services en aval garantissant le bon usage des services financiers	28%
Services obligatoires pour obtenir un service financier (package)	19%
Partenariat	12%
Information sensibilisation	10%

Les IMF offrent des prestations en amont et en aval de l'activité de crédit.

### Développement des liens entre services d'appui et services financiers

70% des IF sont favorables, sous les formes suivantes : Formation en amont et en aval / Forum d'échange / Package / Partenariat avec cabinet spécialisé / Partenariat concernant les entrepreneurs qui ont atteint un niveau assez développé / Partenariat entreprises - services financiers / Partenariat par objectif / Partenariat pour les formations / Accompagnement et suivi de l'utilisation des fonds

Les raisons pour ne pas le faire sont les suivantes: Analphabétisme / Cela ne relève pas de notre domaine.

### Concurrence

Fonds Gouvernementaux de promotion	35%
Sociétés de micro finance	27%
Projets	12%
Banques commerciales	8%
Mutuelles d'épargne et de crédit	6%
Banques de développement	4%

Autre (10%): État / Tontiniers informels

Les réponses doivent être comprises dans le sens de la perception qu'on les IF les unes des autres. Les IF ne se concurrencent que lorsqu'elles sont semblables et offrent une même gamme de services à un même public.

Entre différentes catégories d'IF il ne peut y avoir de concurrence. Les institutions de microfinance et les autres IF verront dans les fonds gouvernementaux un important apport de financement aux entreprises mais de durée limitée, et destiné à des utilisateurs ou pour des besoins définis dans un cadre bien précis, généralement différent du leur. De même, les mutuelles et banques commerciales citeront les institutions de microfinance en tant qu'acteurs importants pour la simple raison qu'elles sont en grand nombres ; mais jamais une banque commerciale ne les verrait comme concurrentes pour la simple raison que les segments du marché auxquels elles s'adressent ainsi que leurs services et leurs procédures de travail sont totalement différents. L'interprétation des résultats se résume à constater qu'en dépit de la faible utilisation de services bancaires par les TPE/PME non commerçantes, le secteur bancaire est fortement sollicité par les entreprises de négoce, de distribution et de détail qui ne font pas l'objet de la présente étude. La seule concurrence entre les IF demeure celle toute normale qui règne lorsqu'elles se partagent un même marché. Il n'y a pas lieu de croire que celui du secteur commercial est saturé.

## 6.7 Conclusions et recommandations

### Commentaires généraux sur le secteur financier au Bénin

Les entreprises se plaignent partout dans le monde de ne pouvoir obtenir des financements – l'étude confirme qu'au Bénin la situation est semblable à celle qu'on observe depuis déjà des décennies dans d'autres pays en voie de développement. Mais les institutions financières dans ces mêmes pays surprennent parfois par leur nombre. L'explication est simple.

Les IF les plus nombreuses agissent dans des cadres très restreints et sur un marché de projets et transactions dites « bancables » (c'est à dire où les risques pour l'IF sont adéquatement cernés et contenus). Dans le cas des banques commerciales, les activités bancables les plus lucratives sont le financement transactions commerciales importantes d'import-export, les services connexes (p.ex. la confirmation d'accréditifs) et le placement de leurs disponibilités dans des bons du trésor émis par le gouvernement à prix fortement escompté (souvent abusivement). Ces banques sont parfois nombreuses mais elles ne servent, en nombre, qu'une très petite minorité du secteur privé. Les IF spécialisées dans la microfinance et les mutuelles d'épargne et de crédit ne sont pas moins sélectives dans leur approche. Elles évoluent surtout dans le monde du financement du commerce à petite échelle, où les transactions sont de courte durée (quelques semaines au plus) et concernent essentiellement l'achat de biens de consommation pour la revente sur un marché proche. Ce type de financement est également fort lucratif avec un risque très faible de défaut de remboursement. Mais, là encore, les bénéficiaires de tels services ne représentent qu'une minorité du secteur privé.

On comprend alors que la majorité des IF coure des projets et transactions qui, bien que bons et nombreux, sont surtout l'affaire de négociants et maisons de commerce, qu'ils soient gros ou petits, qui ne constituent qu'une part du secteur privé – part d'ailleurs très importante au Bénin. Les entreprises industrielles, manufacturières et de services ne peuvent que rarement présenter à ces IF des projets et transactions de même qualité bancable. Elles devront la plupart du temps s'adresser ailleurs, par exemple à des fonds et banques de développement, ou espérer pouvoir bénéficier de fonds spéciaux (il s'agit généralement de programmes de durée temporaires) mis à disposition du gouvernement par des bailleurs. Ces IF sont rares et fragilisées par les risques élevés qu'elles courent. D'un côté, le capital privé, vu ses obligations de rendement, ne peut pas s'intéresser à ce type d'activité financière, jugée bien trop risquée. De l'autre côté, les bailleurs, dont les ressources limitées (car généralement dépendante d'allocations budgétaires gouvernementales), ne peuvent satisfaire que les promoteurs de projets et de transactions qui présentent les meilleures garanties.

La concentration financière autour du commerce et du négoce est un phénomène mondial et on retrouve le même cas de figure au Bénin, où le secteur privé est essentiellement d'ordre commercial. Les autres branches béninoises d'activité sont majoritairement dans le domaine des services, qui n'ont pas de besoins importants de financement, ni au niveau de leurs équipements, ni pour leurs besoins de fonds de roulement. Il reste les entreprises de production de biens (transformation, manufacture), très minoritaires au Bénin, pour lesquels l'accès au financement demeure un problème lorsque les garanties sont inadéquates.

### L'importance des sociétés et associations de micro finance et des Groupements Mutualistes d'Épargne et de Crédit au Bénin: Exemple du PADME

En complément des crédits accordés, le PADME assure la formation, l'information et la sensibilisation des Micro entrepreneurs du secteur informel en vue de les rendre capables de mieux gérer leurs affaires. La formation intègre (la comptabilité, le marketing, le respect des engagements vis-à-vis des partenaires, etc...).

Le PADME organise trimestriellement dans chaque agence un comité de contentieux qui statue sur tous les crédits en souffrance. Un crédit en souffrance est un crédit dont les remboursements accusent un retard de 90 jours.

Les difficultés de produire les garanties exigent et constituent un handicap d'accès au crédit pour les Petites Entreprises (PE).

#### Exemple du système de garantie du PADME

Pour garantir le remboursement des crédits, le PADME met l'accent sur :

- la qualité de l'entrepreneur comme première garantie
- la rentabilité et la viabilité de l'activité sont les deuxièmes garanties.
- la caution solidaire
- le PADME utilise le système de caution solidaire pour les crédits de groupes et des groupements. La pression sociale est la garantie pour assurer un bon remboursement du crédit.
- les garanties financières

- le PADME exige quatre types de garanties financières :

#### Le fonds de garantie

Tous les clients doivent constituer dans les caisses du PADME, un fonds de garantie dont le montant doit être égal à 10% du montant du crédit obtenu. Le montant total du fonds de garantie peut être soit entièrement versé par le client avant l'obtention du crédit, soit réparti sur les différents remboursements programmés pour le client. Ce fonds de garantie peut être récupéré par le client à la fin de ses remboursements, lorsqu'il ne veut plus s'engager vis-à-vis de l'institution. Lorsque le client est un détaillant, ce fonds est utilisé pour couvrir tout ou partie des impayés.

#### Le dépôt de garantie

Pour renforcer certaines sûretés réelles (terrain non borné), il peut être demandé aux clients de faire un dépôt de garantie dont le montant est égal 10% du crédit obtenu. Le dépôt de garantie est assimilé à un fonds de garantie supplémentaire à la seule différence qu'il doit être versé intégralement par le client avant le déboursement de son crédit.

#### La garantie décès

Pour se couvrir contre les risques d'insolvabilité liés au décès des clients, le PADME pourrait mettre en place un système d'assurance décès dont la prime n'excéderait pas 1% du montant du crédit

#### Les sûretés réelles

Les sûretés réelles (terrain, véhicule, équipements etc...) permettent de réduire les risques de défaillance des clients non pas parce qu'elles assurent un recours systématique pour recouvrer les impayés main parce qu'elles fournissent un moyen de pression pour améliorer les remboursements lorsque que les emprunteurs sont en difficultés

#### Recommandations

Compte tenu du profil des entreprises de l'échantillon sur lequel l'enquête a été menée, qui excluait la grande majorité de l'activité économique du pays – le commerce – il ne semble pas qu'il y ait un besoin pressant d'appui aux institutions financières au Bénin en dehors de programmes éventuels de formation des agents du crédit à l'évaluation des demandes de crédit de la part des entreprises. Une telle formation pourrait se faire par des séminaires de 10 à 15 jours pour des groupes de 15 à 20 agents de crédit animée par deux experts bancaires. De tels cours ou modules de formation existent et peuvent être mis en œuvre à condition d'obtenir le financement requis<sup>2</sup>.

Les institutions de micro finance et les Groupements Mutualistes d'Épargne et de Crédit sembleraient être organisées de manière adéquate pour les types de crédit et autres services offerts et demandés. La seule recommandation qui serait à formuler est d'inciter ces institutions à confier à des consultants financiers indépendants la tâche d'accompagner les entreprises dans la préparation de leurs dossiers de demande de financement et dans le suivi de l'utilisation des crédits accordés. Ceci pourrait alléger les

charges des IF ainsi que de rendre plus transparente et équitable le processus d'évaluation des demandes de crédit. Il est fort probable, en revanche, que les banques commerciales aient besoin du type de formation à l'évaluation des demandes de crédit. Malheureusement, l'enquête ne peut pas démontrer ce besoin, faute de collaboration de la part des banques commerciales.

<sup>2</sup> Le Centre de Commerce International de la CNUcD/OMC à Genève, par exemple, dispose de modules de formation d'agent du crédit de banques commerciales.

