



**Université Senghor**

Université internationale de langue française  
au service du développement africain

Opérateur direct de la Francophonie

**Industrialisation et développement des entreprises culturelles  
dans un contexte d'économie informelle : le cas du Burkina Faso**

Présenté par

**Hamed dit Patindeba Patric LEGA**

Pour l'obtention du Master en Développement de l'Université Senghor

Département Culture

Spécialité « Gestion des industries culturelles »

le 16 avril 2013

Directeur : Toussaint Tiendrébéogo

chargé du programme « Développement des politiques  
et industries culturelles » de l'OIF

Co-directeur : Dr. Francisco D'Almeida

Délégué Général de l'ONG Culture et développement

Devant le jury composé de :

Dr. Hdr. Jean François Fau

Président

Directeur du Département Culture, Université Senghor d'Alexandrie

Pr. Gihane Zaki

Examinatrice

Directeur de l'Académie d'Egypte à Rome

Toussaint Tiendrébéogo

Examineur

Spécialiste de programme « Développement des politiques et  
industries culturelles », OIF

## Dédicace

A

### Teegawendé Myrtille Debby-Célia Yéddidia

#### *Mes principales sources d'inspiration et de motivation :*

- *Ma défunte mère, SIMPORE K. Thérèse, femme brave et combattante, qui nous a quitté précocement, dont je ne peux oublier la rigueur et la détermination de votre éducation;*
- *Mon cher père Boukary LEGA, qui m'a imprimé mon caractère éthique et abnégation;*
- *Mes frères Omer et Dimitri, ma sœur Rita Alida qui ont placé leur confiance en moi;*
- *Ma chérie et fiancée, Annick Goundawendegombé VALEA, qui a supporté difficilement mon absence. A ses parents et ses sœurs et à tous ceux en qui elle a trouvé refuge et réconfort durant ce temps ;*
- *Monsieur le Ministre de la Culture et du Tourisme, Baba HAMA, qui ma toujours soutenu par des conseils et des encouragements tout au long de ma formation.*

## Remerciements

*Qu'il me soit permis d'adresser ma reconnaissance et mes remerciements à :*

- Pr. Albert Lourde, Recteur de l'Université Senghor d'Alexandrie, Egypte, pour m'avoir permis d'être de la 13<sup>ème</sup> promotion de cette prestigieuse Université ;
- Jean-François Fau, Directeur du département Culture et Christophe Euzet, ancien – Directeur du département Culture de l'Université Senghor d'Alexandrie, qui ont cru à l'aboutissement de ce travail ; El Guindy Rania Adel, Assistante de direction du département culture, pour avoir aidé les étudiants tout au long de leur cheminement;
- Mr. Toussaint Tiendrébeogo, chargé du programme « Développement des politiques et industries culturelles » de l'OIF, qui a bien voulu diriger ce travail trouve dans chaque ligne la rigueur et la perfection recherchée ;
- Dr. Francisco D'Almeida, Délégué Général de l'ONG Culture et développement, ma rencontre avec lui a été le départ de ce travail. Qu'il soit à Ouagadougou, à Alexandrie, à Niamey ou à Grenoble, a toujours été à l'écoute de mes sollicitations et ma inculqué son abnégation et son sens du travail bien fait ;
- Pr Bernard Miège, Dr Bernard Boucher, chercheurs indépendants et chargé de cours à l'Université Senghor d'Alexandrie, qui ont bien voulu me relire et apporter de leur expertise à ce travail, je dis un merci particulier;
- Patricio Jérétic, chercheur indépendant, depuis le début de ma formation jusqu'à sa fin qui ma toujours encouragé, conseillé et apporté ses suggestions inestimables à ce document, qu'il trouve en ces lignes, l'expression de ma reconnaissance ;
- Désiré Clément Conombo, Désiré Ouédraogo, Emile Zida, Jordi baltà Portelès, professionnels du secteur culturel, trouvent dans ce travail leur contribution à son édifice ;
- Adama SEGDA i<sup>ère</sup> Jumelle, collègue, amie et promotionnaire du présent Master, qui a toujours été présente à mes côtés et ma tendu la main à chaque fois que j'en avais besoin, je lui dis cordialement merci pour ses aides multiples et multiformes;
- la communauté burkinabé de Senghor, je lui dis merci pour la fraternité et les moments agréables passés ensemble ici en Egypte;
- l'équipes de la MEBF, de l'APEIC, du SP/SAFEM et la Pépinière du Burkina Faso qui ont bien voulu m'accueillir dans leurs locaux et n'ont managé aucuns efforts pour le bon déroulement de mon stage professionnel, trouve dans ce travail le témoignage de leur amitié
- tout le personnel de l'Université Senghor d'Alexandrie, tous nos ami (e) s, collègues et promotionnaires, qui m'ont aidé de près ou de loin à réaliser ce mémoire et à rendre agréable mon séjour à Alexandrie, je leur dit un sincère merci
- tous ceux qui pensent être oublié (e) s, je dis toute ma gratitude.

**Hamed dit Patindeba Patric LEGA**

## Résumé :

L'entrepreneuriat culturel s'est développé pour répondre aux nécessités de développement et de structuration des filières culturelles avec comme objectifs de renforcer et de dynamiser les capacités nationales de production et de diffusion des biens et services. Ce thème incite à aborder deux domaines qui constituent chacun un enjeu (« entrepreneuriat culturel » et « économie informelle ») et dont la combinaison crée un troisième problème plus délicat (« entrepreneuriat culturel dans une économie informelle »). En matière de priorisation stratégique, il est nécessaire de savoir qu'il s'agit de promouvoir l'entrepreneuriat du secteur culturel dans une perspective de développement économique harmonieux.

Cela est conforté par le rôle et la place de la culture dans le développement économique et social de tous les pays du monde entier. En atteste les propos de Francesco BANDARIN: « la reconnaissance explicite de la contribution de la culture au développement dans le document final du Sommet mondial sur les objectifs du millénaire pour le développement (OMD) »<sup>1</sup>. Aussi, les recommandations de la Convention de l'UNESCO en 2005 sur la promotion et la protection des expressions culturelles ont favorisé la prise en compte à des degrés divers de la culture dans les stratégies nationales.

Au Burkina Faso, elle est depuis peu considérée comme un pilier de la croissance dans la Stratégie de croissance accélérée et de développement durable (SCADD 2011-2015), et doit alors relever les défis majeurs en créant des emplois et en générant des revenus. Il est donc question de la structuration des industries culturelles dont le poids de l'économie informelle sur elle n'est pas négligeable. En effet, le défi majeur est de développer l'entrepreneuriat afin qu'il stimule la croissance économique et contribue au développement humain intégral. Par ailleurs, les entreprises culturelles ne bénéficient d'aucun cadre juridique spécifique. Ses dispositifs institutionnels et de formation sont à améliorer.

Une telle situation impose une restructuration des stratégies entrepreneuriales par la mise en œuvre de programmes et de politiques d'encadrement préférentiels, adéquats, propices à la compétitivité des entreprises culturelles. Dans la résolution de cette problématique, le rôle et le type des outils et instruments spécifiques d'accompagnement et de performance des entreprises culturelles constituent des enjeux essentiels.

Pour y arriver, la collecte et le traitement des informations, l'appropriation de méthodes et d'outils théoriques et économiques, des enseignements à l'Université Senghor, les observations directes lors du stage professionnel au Burkina Faso et au Niger ont été d'un soutien capital pour la formalisation de la présente recherche. L'outil de développement des entreprises culturelles, « solarium » culture, proposé doit conduire les entreprises informelles vers la formalisation. Nous espérons que ce travail va susciter d'autres réflexions du même genre au Burkina Faso.

**Mot-clefs : économie informelle, industries culturelles, entrepreneuriat, « solarium », structuration**

---

<sup>1</sup> UNESCO : *Politique pour la créativité : Guide pour le développement des industries culturelles et créatives*, Paris, 2012, p.6.

## Abstract

The cultural entrepreneurship has been developed to meet the needs of development and structuration of cultural sectors with the aim to strengthen and boost national capacities of production and distribution of goods and services. This theme encourages approaching two areas that are each issue ("cultural entrepreneurship" and "informal economy") and their combination creates a third problem more difficult ("cultural entrepreneurship in an informal economy"). In terms of prioritization strategy, it is necessary to know that it's about promoting entrepreneurship of the cultural sector from the perspective of economic development harmonized.

It is reinforced by the role and the place of culture in the economic and social development of the whole world. Evidenced by the words of FRANCESCO BANDARIN : «the explicit recognition of the contribution of culture to development in the final document of the World summit on the Millennium Development Goals (MDG) ». Also, the recommendations of the UNESCO Convention in 2005 on the promotion and the protection of cultural expressions favored taking into account at varying degrees of culture in national strategies.

In Burkina Faso, it has just been considered as a pillar of growth in the accelerated growth Strategy and sustainable development (SCADD on 2011-2015) and therefore must address the major challenges by creating jobs and generating incomes. So, it is a question of structuration of cultural industries from which the weight of informal economy is not negligible. In fact, the major challenge is to develop entrepreneurship so that it stimulates economic growth and contribute to the integral human development. In addition, cultural businesses do not benefit from any specific legal framework. These institutional arrangements and training are to improve.

Such situation imposes a restructuring of the entrepreneurial strategies through the implementation of programs and preferential coaching policies, adequate for the competitiveness of the cultural enterprises. In resolving this issue, the role and type of specific tools, supporting instruments and performance of cultural businesses are the key issues.

To achieve this, the collection and processing of information, the understanding of methods theoretical and economic tools from Senghor University teaching, the direct observations from the professional internship period in the Burkina Faso and in Niger have been a crucial support for the formalization of the present research proposal. The development tool of cultural businesses "Solarium" culture proposed, must conduct the informal businesses to formalize. We hope that this job stimulates other thoughts of the same kind in Burkina Faso.

**Key-words: informal, cultural industries, entrepreneurship, "solarium", structuring**

## Liste des acronymes et abréviations utilisés

ACP	: Afrique Caraïbes Pacifique
AECID	: Agence Espagnole de Coopération Internationale pour le Développement
APEIC	: Agence de Promotion des Entreprises et Industries culturelles
ARPEM	: Appui au Réseau ouest-africain de Pépinières d'Entreprises de la filière de la Musique
ARPIC	: Appui au Renforcement des Politiques et Industries Culturelles
ATB	: Atelier Théâtral Burkinabé
BIT	: Bureau International du Travail
CCI-BF	: Chambre de Commerce et d'Industrie du Burkina Faso
CE/UE	: Commission Européenne / Union Européenne
CEDEAO	: Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest
CEFIG	: Centre d'Etude et de Formation en Informatique de Gestion
CIDE	: Centre d'Information et de Documentation Economique
CITO	: Carrefour International du Théâtre de Ouagadougou
CLD	: Centre Local de Développement
CSLP	: Cadre Stratégique de Lutte contre la Pauvreté
CNAA	: Centre National d'Artisanat d'Art
DDP	: Direction du Développement des Projets
DEP	: Direction des Etudes et de la Planification
DIFA	: Direction de Facilitation des Affaires
DMAC	: Direction du Marketing et de l'Appui-Conseil
DPICC	: Direction de la Promotion des Industries Culturelles et Créatives
ESCO-IG	: Ecole Supérieure de Commerce et d'Informatique de Gestion
FED	: Fonds Européens de Développement
FESPACO	: Festival Panafricain du Cinéma et de la Télévision de Ouagadougou
FILO	: Foire Internationale du Livre de Ouagadougou
FMI	: Fonds Mondial International
IAPM	: Institut Africain de Professionnalisation en Management
ICC	: Industrie Culturelle et créative
INAFAC	: Institut National de Formation Artistique et Culturelle
ISIG	: Institut Supérieur d'Informatique et de Gestion
ISIS/SE	: Institut Supérieur de l'Image et du Son/ Studio Ecole
MCT	: Ministère de la Culture et du Tourisme
MEBF	: Maison de l'Entreprise du Burkina Faso
MECC	: Maison des Entreprises Culturelles et Créatives
TIC	: Technologie de l'Information et de la Communication
OHADA	: Organisation pour l'Harmonisation du Droit des Affaires en Afrique
OIF	: Organisation Internationale de la Francophonie
OIT	: Organisation Internationale du Travail
OMC	: Organisation Mondiale du Commerce
OMD	: Objectifs du Millénaire pour le Développement
OMPI	: Organisation Mondiale de la Propriété Internationale
ONG	: Organisation Non Gouvernementale
PAGEDD	: Programme d'Actions du Gouvernement pour l'Emergence et le Développement Durable
PAS	: Programmes d'Ajustement Structurel
PDEC	: Programme de Développement des Entreprises Culturelles
PIB	: Produit Intérieur Burkinabé
PIN	: Programme Indicatif National

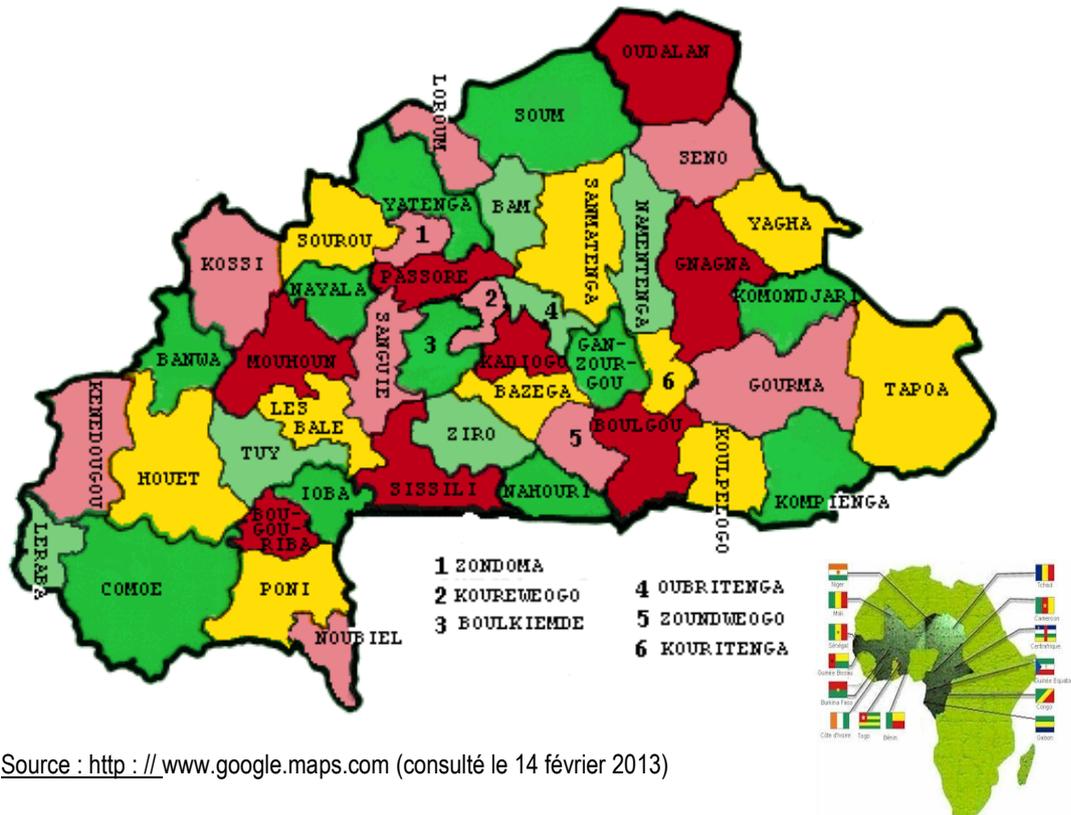
PMI/PME	: Petite et Moyenne Industrie / Petite et Moyenne Entreprise
PNB	: Produit National Brut
PNC	: Politique Nationale de la Culture
PNUD	: Programme des Nations Unis pour le Développement
PRCE	: Projet de Renforcement des Capacités de l'Etat
PTF	: Partenaires Techniques et Financiers
SA	: Société Anonyme
SAFEM	: Salon international de l'Artisanat pour la Femme
SARL	: Société A Responsabilité Limitée
SCADD	: Stratégie de Croissance Accélérée et de développement Durable
SIAO	: Salon International de l'Artisanat de Ouagadougou
SITHO	: Salon International du Tourisme et de l'Hôtellerie
SODEC	: Société de Développement des Entreprises Culturelles
UA	: Union Africaine
UACO	: Université Africaine de Communication de Ouagadougou
UDEAC	: Union Douanière des Etats de l'Afrique Centrale
UEMOA	: Union Economique Monétaire Ouest Africaine
UNESCO	: Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture
VAO	: Village Artisanal de Ouagadougou

## Table des matières

Dédicace.....	ii
Remerciements.....	iii
Résumé :.....	iv
Abstract.....	v
Liste des acronymes et abréviations utilisés.....	vi
Table des matières.....	viii
<b>Introduction.....</b>	<b>1</b>
<b>Chapitre 1: Entrepreneuriat culturel : définitions et horizon théorique.....</b>	<b>4</b>
1.1    Définition des concepts.....	4
1.1.1    Culture.....	4
1.1.2    Economie informelle ou « Informalité ».....	4
1.1.3    Economie de la culture.....	5
1.1.4    Industries culturelles et Secteurs d’activités culturelles.....	5
1.1.5    Entrepreneuriat culturel.....	6
1.2    Les grandes approches théoriques des entreprises culturelles.....	6
1.2.1    Les entreprises culturelles et la croissance économique.....	6
1.2.2    Les entreprises culturelles et le développement humain intégral.....	8
1.2.3    Les modèles économiques de structuration des entreprises culturelles.....	10
1.3    Différents outils de développement des entreprises.....	12
1.3.1    Pépinières d’entreprises.....	13
1.3.2    Incubateurs d’entreprises.....	13
1.3.3    Couveuses/couvoirs d’entreprises.....	14
1.3.4    Hôtels ou grappes d’entreprises.....	14
1.4    Le cadre juridique, institutionnel, dispositif de formation.....	15
1.4.1    Le cadre juridique.....	15
1.4.2    Le dispositif institutionnel.....	16
1.4.3    Le dispositif de formation à l’entrepreneuriat culturel.....	17
<b>Chapitre 2: Les défis du développement des entreprises culturelles au Burkina Faso.....</b>	<b>18</b>
2.1    Politique de développement des entreprises au Burkina Faso.....	18
2.1.1    Etat des lieux des entreprises.....	18
2.1.2    La configuration du bassin des entreprises.....	19
2.1.3    La place de l’entreprise dans les stratégies nationales : des PAS à la SCADD.....	20
2.2    Toile de fond des entreprises culturelles au Burkina Faso.....	23
2.2.1    Caractère général de l’économie du Burkina Faso.....	23

2.2.2	Caractéristiques de l'économie informelle liées à la culture .....	24
2.2.3	Contexte des entreprises culturelles dans l'économie informelle .....	25
2.3	Enjeux et défis de l'évolution des entreprises culturelles dans l'informel .....	28
2.3.1	Création des entreprises culturelles .....	28
2.3.2	Développement des entreprises culturelles.....	29
2.3.3	Analyse des raisons des entreprises informelles.....	30
<b>Chapitre 3: Méthodologie de recherche.....</b>		<b>32</b>
3.1	Méthodes d'investigation .....	32
3.1.1	Recherche documentaire .....	32
3.1.2	Concertation avec les acteurs : outils de collecte des données sur les activités économiques des entreprises culturelles .....	33
3.1.3	Traitement des données sur les activités économiques des entreprises culturelles.....	36
3.2	Méthode d'analyse des données relatives au développement de l'entrepreneuriat culturel : ..	37
3.2.1	Le modèle économétrique .....	37
3.2.2	Le test de signification.....	37
3.2.3	Quelques indicateurs.....	38
3.3	Cadre d'observation.....	40
3.3.1	Stage à la Maison de l'entreprise de Ouagadougou.....	40
3.3.2	Observation complémentaire à l'APEIC et au SP/SAFEM du Niger .....	41
<b>Chapitre 4: Projet de création d'un « solarium » culture.....</b>		<b>42</b>
4.1	Ossature de l'outil .....	42
4.1.1	Contexte d'applicabilité .....	42
4.1.2	Description de l'outil .....	44
4.1.3	Pertinence et justification .....	46
4.2	Modalités de mise en œuvre .....	48
4.2.1	Mobilisation des ressources .....	48
4.2.2	Stratégies de communication .....	48
4.2.3	Organes de mise en œuvre.....	49
4.3	Financement.....	49
4.3.1	Prévisions budgétaires .....	50
4.3.2	Plan de financement.....	50
4.3.3	Stratégie d'autonomisation financière .....	51
4.4	Planification .....	51
4.4.1	Cadre programmatique .....	51
4.4.2	Outils de veille et de décision .....	51
4.4.3	Appropriation et pérennisation.....	52

<b>Conclusion .....</b>	<b>55</b>
Bibliographie .....	57
Liste des fiches illustratives.....	60
Liste des graphiques.....	60
Liste des tableaux .....	61
Glossaire.....	62
<b>Annexes .....</b>	<b>64</b>
1- Questionnaire d'enquête et fiches de création d'entreprises.....	64
2- Graphiques illustratifs .....	68
3- Tableaux.....	71



Source : <http://www.google.maps.com> (consulté le 14 février 2013)

### Carte du Burkina Faso

Situé dans la partie ouest du continent africain, plus précisément dans la boucle du Niger, au nord du golfe de Guinée, le Burkina Faso est un pays enclavé. D'une superficie de 274 500 km<sup>2</sup> (un peu plus du quart de la République démocratique du Congo ou 1/10<sup>e</sup> du Soudan) " le pays des hommes intègres " est limité au nord et à l'ouest par le Mali, au nord-est par le Niger, au sud-est par le Bénin, au sud par le Togo, le Ghana et la Côte d'Ivoire. Ses frontières naturelles sont délimitées par trois rivières (le *Mouhoun*, le *Nazinon* et le *Nakambé*). Du nord au sud, il s'étale sur 480 km et de l'est à l'ouest sur 820 km. Il est subdivisé en treize régions, quarante cinq provinces, peuplé par une soixantaine d'ethnies qui constituent une mosaïque culturelle. Cette diversité est une source de richesse et de dynamisme novateur.

## Introduction

Le thème de l'économie de la culture et de la promotion de l'entrepreneuriat constitue un sujet très passionnant et souvent controversé, surtout quand il s'agit de l'aborder dans un cadre aussi délicat et problématique que celui de l'économie informelle de l'Afrique

Au Burkina Faso, à l'instar de tous les autres pays africains, depuis leur indépendance, l'Etat a joué un rôle important dans la gestion du développement en adoptant la planification stratégique comme instrument de gestion de l'économie nationale. Ce rôle essentiellement protecteur des secteurs prioritaires ciblés (agro alimentaire, minier et pétrolier, textile, forestier) comme pourvoyeurs de revenus et d'emplois, a consisté à créer un environnement propice bien étoffé à l'éclosion de ces secteurs.

C'est ainsi qu'au début des années 1960, le Gouvernement Burkinabé s'était efforcé de mobiliser les ressources et les efforts afin d'organiser son économie et le développement de son tissu industriel dans le secteur agro alimentaire. Il a de ce fait mis en place des cadres législatifs, qui constituent pour la plupart la référence dans la sous région ouest africaine. Au stade actuel de son industrialisation, le secteur des produits alimentaires est largement dominant et représente avec le secteur du textile les trois quart de la valeur ajoutée industrielle<sup>2</sup>.

Le constat qui s'impose est que les stratégies nationales de développement ont ignoré le secteur culturel. En témoigne son inexistence dans les documents de développement économique et social depuis les Plans quinquennaux de développement dès 1967 jusqu'à la dernière révision en 2003 du Cadre Stratégique de Lutte contre la pauvreté (CSLP). Il a toujours été considéré comme un secteur social ou de soutien à la production<sup>3</sup>. Ainsi, le processus d'industrialisation du Burkina Faso semble n'avoir pas intégré suffisamment la culture, notamment son volet entrepreneurial.

Cependant la culture apporte 2,02% au PIB et emploi 1,78% de la population active soit 164 592<sup>4</sup> personnes. Pour preuve, le pays a su développer des événements culturels et artistiques de renommée internationale publics et privés tels que le Festival panafricain du cinéma et de la télévision de Ouagadougou (FESPACO), le Salon international de l'artisanat de Ouagadougou (SIAO), le Salon international du tourisme et de l'hôtellerie de Ouagadougou (SITHO), Laongo (musée à ciel ouvert pour la sculpture sur granit), la Foire internationale du livre de Ouagadougou (FILO), les Universités africaines de

---

<sup>2</sup> Ministère de l'industrie du commerce et de l'artisanat : *Rapport d'activités 2010*, Ouagadougou, décembre 2010, p.32.

<sup>3</sup> Ministère de l'économie et des finances : *Etude diagnostique sur la situation socioéconomique : progrès et acquis du développement du Burkina Faso 2000 à 2009*, Ouagadougou, avril 2010, p.8.

<sup>4</sup> Ministère de la Culture et du Tourisme : *Etude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique du Burkina Faso*, Ouagadougou, Mai 2012, p.4.

communication de Ouagadougou (UACO). De plus le pays est riche d'une soixantaine de groupes ethniques<sup>5</sup> qui constituent autant de terreaux favorables au développement de la diversité culturelle.

En dépit de ce paysage culturel, un grand pas reste à faire par le pays, celui de la promotion des entreprises culturelles pour mieux professionnaliser ces événements et renforcer son rayonnement régional en matière de culture.

La présente recherche s'intéresse à la problématique de la structuration et de la performance des entreprises culturelles qui porte sur : « **Industrialisation et développement des entreprises culturelles dans un contexte d'économie informelle<sup>6</sup> : le cas du Burkina Faso** ».

Notre ambition est d'arriver à apporter des éclaircissements sur l'hypothèse que le climat des affaires bien structuré rend performantes les entreprises culturelles. En d'autres termes il s'agit de savoir : quels peuvent être les enjeux et les défis de l'entrepreneuriat culturel burkinabé ? Quelles raisons poussent les entrepreneurs culturels à choisir le cadre informel? Quels sont les facteurs clés de performances des entreprises culturelles au Burkina Faso?

Cette étude qui a l'avantage d'être parmi les premiers dans son genre au Burkina Faso, nous estimons qu'elle aura un effet positif car elle s'intéresse à un domaine classé comme prioritaire dans la stratégie nationale de développement économique et sociale du Burkina Faso. Elle a bénéficié de l'expérience des essais de développement de l'entrepreneuriat, ce qui nous a permis de faire ressortir les enjeux et les défis liés au présent projet. Elle proposera à la suite des solutions qui sont en phases avec les préoccupations de l'Etat burkinabé qui cherche à structurer l'industrie culturelle. Elle sera aussi un atout à l'ensemble des opérateurs privés du secteur de la culture. La réflexion est organisée en quatre chapitres :

Pour mieux comprendre les problèmes de l'entrepreneuriat culturel, il s'est avéré nécessaire de traiter dès le premier chapitre des approches menées dans le sujet. Ensuite, convenir du sens et de la délimitation de certains termes qui seront couramment utilisés dans le document dans l'intention de faciliter la compréhension de la problématique. Cette étape s'attèle aussi et surtout à une synthèse de la revue documentaire qui aborde les enjeux de l'entrepreneuriat culturel, de l'environnement juridique et institutionnel du Burkina Faso. Les outils de développement des entreprises sont aussi abordés en prélude de la proposition de solution qui sera faite au chapitre 4.

---

<sup>5</sup> Ministère de la culture, du tourisme et de la communication : *Politique nationale de la culture*, Ouagadougou, octobre 2009, p.7.

<sup>6</sup> Aussi appelé Economie souterraine ou Economie parallèle.

Le deuxième chapitre traite des politiques nationales de développement des entreprises au Burkina Faso, ainsi que des caractéristiques de l'économie majoritairement informelle liées à la culture. Il situe ici la problématique du sujet dans le cadre du projet professionnel à travers un état des lieux du secteur privé au Burkina Faso et analyse le contexte des entreprises culturelles du pays.

Les méthodes d'investigation et d'analyse suivies de l'observation directe pendant le stage professionnel constituent les trois étapes de la méthodologie de la présente recherche. Le troisième chapitre se base exclusivement sur cette démarche, que nous qualifions de scientifique, pour en arriver aux résultats consignés dans le document. Cette démarche est appuyée par l'exploitation du logiciel, M.S Project.

Enfin, dans le quatrième chapitre, nous expliquons la mise en place d'un outil spécifique de développement de l'entrepreneuriat culturel burkinabé. Cet outil qui devrait avoir un enracinement dans l'administration publique, est présenté à travers ses principes directeurs, ses mécanismes de structuration, de financement et de mise en œuvre. C'est un outil utile pour l'entrepreneur culturel déjà mature et aussi pour celui qui cherche à développer son entreprise. sa spécificité est qu'il doit aider les entreprises informelles à se formaliser.

# Chapitre 1: Entrepreneuriat culturel : définitions et horizon théorique

## 1.1 Définition des concepts

### 1.1.1 Culture

Dans le souci de prendre en compte tous les contours de la culture l'UNESCO la définit au sens le plus large comme : « l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances »<sup>7</sup>.

Tout au long de notre recherche, le mot culture sera compris comme un ensemble d'activités humaines et des produits issus de ces activités qui ont trait à des aspects intellectuels, moraux ou artistiques et ayant une finalité économique. Pour les tenants de l'approche néolibérale, la culture c'est des affaires. Interprétant cette vision Jean Guy Lacroix écrit : « Pour eux, les produits culturels sont des marchandises semblables aux autres et (...) ne peuvent qu'épouser les mêmes objectifs (...) c'est-à-dire la croissance des ventes et des recettes et la maximisation des profits »<sup>8</sup>. Abondant dans le même sens notre approche de la culture sera orientée vers la rentabilité c'est-à-dire l'aspect marchand.

### 1.1.2 Economie informelle ou « Informalité »

Le Bureau international du travail (BIT), pour appréhender le mot « informel » emploie l'expression « secteurs informels »<sup>9</sup> pour qualifier les secteurs non structurés. En effet, c'est l'ensemble des activités qui ne remplissent pas une bonne partie des obligations légales (fiscalité, cotisation sociale, etc.). Ces activités sont non officielles car elles ne suivent pas les procédures légales préalables.

Afin de s'accorder sur la connotation du mot dans notre document, nous faisons une synthèse des éléments proposés par Bruno Lautier<sup>10</sup> et Maurizio Lazzarato<sup>11</sup> pour caractériser l'économie informelle de la manière suivante :

- Inexistence officielle auprès des services de l'Etat, ce qui renvoi à l'absence de soumission au cadre législatif et réglementaire applicable ;

---

<sup>7</sup> UNESCO: *Mondiacult*, 1982

<sup>8</sup> <http://id.erudit.org/iderudit/1002001ar> (consulté le 21 mars 2012)

<sup>9</sup> BIT : *Rapport Kenya*, 1972

<sup>10</sup> B. Lautier : *L'économie informelle dans le Tiers monde*, Paris, Edition la découverte, 1994, p.33

<sup>11</sup> M. Lazzarato : *Formes contemporaine de l'économie informelle : activités, échanges et réseaux de relation*, Paris, 1999, p13

- Travail immatériel, hautement coopératif et impliquant des réseaux de sociabilité ;
- Unité de production de petite taille, souvent à caractère familial voire individuel caractérisé le plus souvent par une inobservation des procédures minimales comptables et financières ;
- Faible niveau de technologie, une capacité de production limitée et de reproduction réduite.

### **1.1.3 Economie de la culture**

C'est la discipline qui a pour objet l'étude des aspects économiques de la création, de la production, de la diffusion et de la commercialisation des biens et services culturels soumis aux lois de l'offre et de la demande. Elle place de ce fait tous les acteurs de la chaîne dans une logique de conquête de marché.

Abondant dans le même sens P. Jérétic écrit : « *On parle d'économie de la culture, lorsqu'on se réfère à l'ensemble des activités des opérateurs et institutions qui opèrent ou qui ont une influence déterminante sur les secteurs de la culture, et qui interagissent et développent des échanges avec un public et un marché* »<sup>12</sup>. C'est donc une combinaison des facteurs de production d'œuvres, selon la forme ou le genre, susceptibles de répondre aux besoins de consommation des populations en produits culturels.

### **1.1.4 Industries culturelles et Secteurs d'activités culturelles**

Le concept d'industries culturelles renvoie à l'ensemble des entreprises produisant selon des méthodes totalement ou partiellement industrielles des biens et services dont l'essentiel de la valeur tient dans leur contenu symbolique et véhicule une identité culturelle. De manière analogique aux autres secteurs, les industries culturelles font référence aux secteurs d'activités ayant comme objet principal la création, le développement, la production, la reproduction, la médiatisation, la promotion, la diffusion ou la commercialisation de biens, de services ou de manifestations à contenu artistique et/ou culturel.

Ainsi il convient de marquer une petite nuance dans cette définition. Elle porte sur les deux natures d'activités : les secteurs non industriels (biens et/ou services culturels non reproductibles industriellement) et les secteurs industriels (reproduction industrielle ou semi industrielle des biens ou services et possibilité de distribution massive des produits / œuvres culturels).

---

<sup>12</sup> P.Jérétic : *Guide méthodologique pour l'élaboration d'études sur l'impact socioéconomique de la culture*, Paris, 2011, p.16.

### **1.1.5 Entrepreneuriat culturel**

L'entreprise est une forme d'organisation pour l'exercice d'activités économiques. Comme le souligne Daniel Soulié : « l'entreprise est une entité socio-économique multidimensionnelle »<sup>13</sup>. Il sous entend par là que c'est une organisation à but lucratif qui doit répondre à des préoccupations sociales et économiques afin de satisfaire les besoins de consommation de biens et services culturels.

Le dictionnaire ENCARTA, définit l'entrepreneuriat comme « une activité relative à la création d'entreprise ». Cela laisse donc comprendre l'existence d'une aptitude à entreprendre qui est fondée sur la culture environnante et sur des qualités distinctes. En fait, l'entrepreneuriat dans le secteur de la culture est assez particulier et nécessite de développer un esprit managérial très poussé car la culture est d'abord considérée comme environnement d'exercice et ensuite comme produit exploitable. En d'autres termes c'est : « une initiative ou projet culturel économiquement viable ou en passe de le devenir »<sup>14</sup>

## **1.2 Les grandes approches théoriques des entreprises culturelles**

La recherche en économie sur la culture a été marquée pendant longtemps par l'absence d'une organisation et d'une orientation cohérente de la pensée. F. Benhamou (2000), affirme d'ailleurs que peu d'économistes se sont intéressés à l'art ou à la culture. Et s'il leur arrive de le faire, c'est bien plus par penchant pour l'art qu'en tant qu'économiste.

Des auteurs comme Smith et Ricardo voient en l'art une simple activité de distraction. Par conséquent, la dépense en art ne peut produire des richesses quelconques pour la nation.<sup>15</sup> Il leur fut doublement donné tort, à partir des années 1980 où une attention particulière se porta vers l'art comme industrie et donc comme source d'économie et comme source de création de profits.

### **1.2.1 Les entreprises culturelles et la croissance économique**

L'économie de la culture a pris véritablement forme avec les travaux de Gary Becker (1960) sur la consommation des biens (additifs) dont le goût s'accroît au fil du temps. Aussi, les travaux de Baumol et Bowen (1966) sur le spectacle vivant, de même que la réflexion de Peacock sur les biens collectifs ont contribué à faire connaître cette discipline.

---

<sup>13</sup> D. Soulié : *Analyse économique et stratégie d'entreprise*, UREF. EDICEF/AUPELF, Paris, 1992. p.27.

<sup>14</sup> UNESCO : op.cit., Paris, 2012, p.144.

<sup>15</sup> On comprend aisément l'attitude de nombreux gouvernants face aux dépenses pour soutenir le domaine de la culture.

Ces auteurs ont été critiqués par un courant qui constitue une économie politique des industries culturelles. La variété de leur conceptualisation et des thèmes traités semblent influencer de nos jours le fonctionnement et la gestion des industries culturelles. Du nombre des tenants de cette approche il y a Herbert Schiller, Jean Guy Lacroix, Bernard Miège, B. Lévesque, Armand et Michèle Mattelart dont leurs études ont porté sur : l'appropriation (la concentration, l'internationalisation, les services publics, la privatisation, le rôle de l'Etat), l'organisation du travail (la fonction d'éditeur, les viviers des travailleurs culturels, la censure, le statut socio économique des artistes, etc ;), les produits (la caractéristique des produits, la question de contenus)<sup>16</sup>.

Un accent a été mis sur la démocratisation culturelle qui est une facilité d'accès du plus grand public aux pratiques culturelles. Cela est rendu possible grâce à l'avènement et à l'extension des TIC. Pour abonder dans ce sens, beaucoup d'études réalisées ces dernières décennies montrent que les entreprises culturelles jouent un rôle inestimable dans le développement des économies nationales, sous régionales et voire internationales. Pour étayer davantage la contribution des entreprises culturelles, nous retiendrons quelques aspects des résultats d'une étude la plus exhaustive récemment réalisée à ce sujet, commanditée par la Commission européenne<sup>17</sup>. Elle porte sur la dynamique économique des secteurs dits des « industries créatives »<sup>18</sup> dans 25 pays européens. Cette étude montre comment les entreprises culturelles impactent le développement économique. Elle établit que l'industrie culturelle et créative est un secteur de croissance, qui se développe plus rapidement que le reste de l'économie.

Ainsi, selon l'étude citée ci-dessus, le secteur de la culture a contribué au PNB européen à hauteur de 2,6% en 2003. A titre comparatif, la même année les activités immobilières contribuaient pour 2,1% au PNB ; le secteur manufacturier alimentaire, des boissons et du tabac enregistrait une contribution globale de 1,9% et l'industrie textile participait de 0,5%. De plus, l'industrie de la culture accompagne aussi la croissance d'autres secteurs de l'économie européenne et en particulier le secteur des technologies de l'information et de la communication (TIC) qui est d'ailleurs un vecteur puissant du développement de la culture. La croissance globale de la valeur ajoutée de l'industrie de la culture a été de 19,7% entre 1999-2003, c'est-à-dire, 12,3% plus élevée que la croissance des autres secteurs de l'économie.

De même, des études d'impacts de la culture de la sous région ouest africaine notamment au Mali et au Burkina Faso ont mis en lumière la contribution des entreprises culturelles. Il ressort alors que le poids économique direct des secteurs culturels maliens<sup>19</sup> en termes de valeur ajoutée est très sensible. Il

---

<sup>16</sup> J. G. Lacroix : *cahier de recherche sociologique*, volume 4, N°2, 1986, p.6.

<sup>17</sup> KEA European Affairs, pour la CE : *L'Economie de la culture en Europe*, janvier 2007

<sup>18</sup>Voir glossaire.

<sup>19</sup> P. Jérétic : *L'Economie de la Culture au Mali*, IBF pour la CE, janvier 2008, p.13.

était de 2,38% du PIB en 2006<sup>20</sup>. A titre comparatif, le secteur « banques et assurances » participait la même année à hauteur de 1,7% du PIB du pays. La contribution des secteurs d'activités culturelles burkinabé en 2009, était de 79 677 millions FCFA soit 2.02% du PIB. La filière « Arts plastiques, appliqués et artisanat d'art » sont les plus grosses contributives avec plus 68% des 2,02%. Quant aux exportations, leur valeur en 2011 était de 13 milliards de FCFA pour 69 679 objets de natures diverses (bois, poterie, vannerie, etc.) et est en hausse de 20% par rapport à son niveau de 2010. Les produits les plus concernés sont les objets métaux, la vannerie et le textile dont la moyenne par catégorie dépasse 13.000 objets<sup>21</sup>.

### **1.2.2 Les entreprises culturelles et le développement humain intégral**

Les entreprises culturelles jouent un rôle très important dans le développement humain et social. La structuration de la société se manifeste par des voies diverses, notamment par la promotion de la liberté des expressions culturelles. Les valeurs traditionnelles et endogènes positives, les connaissances et les informations inter ethniques sont déterminantes pour la richesse culturelle d'un peuple. Elles touchent la sensibilité de l'individu en proie au processus d'universalisation de la culture. Dans cette ère de mondialisation culturelle, le risque serait sans doute le « cannibalisme » culturel. Pour faire face à cela la participation à la promotion de la diversité culturelle par la valorisation des expressions culturelles nécessite la création des entreprises culturelles. Ces entreprises mettraient sur la scène internationale des produits culturels endogènes et qui susciteront en l'homme des sentiments d'appartenance à des valeurs communes par les possibilités d'échanges et de dialogue offerts par la trans-culturation.

Ce faisant, ces dernières décennies l'humanisation du développement devient un thème majeur en ce sens que l'homme est considéré comme finalité du processus. Il y'a donc une recherche de sociétés humaines qui ne se contenteraient pas de satisfaire les besoins instinctifs, qui ne se limiteraient pas à adopter des démarches mécaniques de croissance et de progrès techniques, mais qui ferait de l'homme un être construit par l'apprentissage social.

Allant dans ce sens, l'Etude nationale prospective « Burkina 2025 » pose la culture comme le socle du développement, cela dans la compréhension que l'homme est au début et à la fin du processus. De plus, la décentralisation entamée au Burkina Faso depuis les années 1990, place l'homme au centre du développement local. C'est ainsi que Joseph Ki ZERBO, cité par Jacob J. Yarabatioula<sup>22</sup>, dit : « il n'y a

---

<sup>20</sup> P. Jérétic : *ibid.*, Janvier 2008, p.23. « Il est à noter que le calcul du PIB au Mali intègre les secteurs informels de l'économie, qui représentent en 2006, 57% du produit total du pays »

<sup>21</sup> Ministère de la Culture et du Tourisme, *op.cit.*, p.5-6.

<sup>22</sup> J.Y. Yarabatioula : *Culture et développement local : éléments d'appui à la décentralisation culturelle au Burkina Faso*, Alexandrie, Avril 2011, p.12

pas de développement clé en main, mais un développement clé en tête ». C'est dire que tout Etat soucieux de son développement doit investir dans l'homme dans tous les sens surtout en basant son éducation sur les valeurs culturelles endogènes. La culture est de ce fait, un canal sûr de communication avec l'homme, un outil d'information, de médiation, d'éducation et de formation des populations sur les processus de développement. En effet, une dynamique culturelle forte et riche, que doit promettre le développement des entreprises culturelles, favorise les échanges et le partage d'émotions, de visions sur le monde. Il constitue *in fine* le moteur de l'évolution sociale, du progrès des peuples et du développement intégral de l'homme vers une société plus lucide et plus accomplie.

Les secteurs d'activités culturelles, véritables canaux de production et de valorisation culturelle, sont des stabilisateurs des différentes sociétés africaines. En effet, certaines activités culturelles développées en milieu rural comme par exemple le tourisme culturel, le patrimoine bâti, l'artisanat d'art, la musique et la danse traditionnelle etc. ont généré des revenus et contribué à l'amélioration des conditions de vie des communautés locales. A titre illustratif au pays Dogon, au Mali en 2007, grâce à la nouvelle affluence de touristes et aux possibilités de travail qu'ils génèrent la population locale, qui avait diminué de moitié en 10 ans entre 1990 et 2000, s'était stabilisée et commençait à connaître une légère augmentation<sup>23</sup>. Ainsi, de nouvelles perspectives de développement et d'échanges peuvent être exploitées afin de pallier l'exode rural des jeunes.

La culture est aussi un moyen incontournable de promotion de la paix et de tolérance entre les peuples. L'éducation et la formation culturelles bien menées participent à la prise de conscience des différences. Elle favorise la connaissance mutuelle et l'ouverture des esprits des individus et des communautés. La diversité et la richesse des expressions culturelles suscitent le respect de l'autre et le désir de paix qui est un comportement. Cette notion est particulièrement significative dans des contextes de tension interethnique ou intracommunautaire, de marginalisation des minorités culturelles, d'intégration d'immigrés. La culture est également citée comme un facteur déterminant de cohésion sociale à travers sa capacité de valorisation et son pouvoir de diffusion des savoir-faire traditionnels, du patrimoine immatériel et la fierté d'appartenance des citoyens à un même peuple.

La création des entreprises jouera ce rôle d'échange interculturel et répondra aussi à des enjeux démographiques, sociaux, environnementaux et relationnels. En effet, elles pourraient donner la possibilité à des catégories défavorisées de la population de s'intégrer dans le circuit économique classique de développement africain. De plus le développement des entreprises culturelles s'appuie sur

---

<sup>23</sup> P. Jérélic : *ibidem*, janvier 2008, p.26

des ressources renouvelables (la créativité artistique et les expressions culturelles) et donc respectueuses de l'environnement.

Enfin, il faut dire que l'apport des secteurs d'activités culturelles au développement va bien au-delà de ce qu'on peut mesurer directement par le produit direct des entreprises et opérateurs du secteur. La contribution au renforcement de l'identité culturelle et à l'humanisation sociale a des effets induits majeurs. En effet, une identité et une « fierté » culturelles plus marquées incitent les populations à consommer « local » et contribue à créer les conditions pour que les individus se sentent satisfaits de l'endroit où ils vivent. L'émigration, premier problème des jeunes africains, sera combattue par ce biais, car les gens sentent que leur réalité, leur façon de vivre, leur identité, ont autant de valeur que les autres. Les stimuli culturels contribuent fortement à renforcer cela.

### **1.2.3 Les modèles économiques de structuration des entreprises culturelles**

Les auteurs Adorno et Horkheimer (1947) ont été les premiers à utiliser l'expression « industrie culturelle » pour qualifier la puissance des médias (radio, télévision) et du cinéma des Etats Unis dans le monde en devenir, à Hollywood en particulier. Dans leur acceptation, cette expression est utilisée pour marquer la faillite de la culture à travers sa transformation en biens marchands qui lui fait perdre son authenticité et sa valeur critique.

Ainsi, le concept d'industrie culturelle fera place à « l'industrie de la connaissance » avec Machlup (1966) qui tente d'évaluer la contribution de la nouvelle industrie à la production nationale. Plus tard l'industrie culturelle deviendra « industrie de la conscience » grâce à Enzensberger (1974) qui critique l'incapacité d'utilisation des nouvelles technologies de diffusion résultante du recours au papier comme moyen de transmission de l'information à un grand public. Avec Shapiro et Varian (1999), l'industrie de la connaissance devient « l'industrie de l'information », pour marquer l'alliance des ordinateurs, du téléphone, de la télévision, des réseaux et des satellites, etc.

La notion d'industrie culturelle qui a été forgée par Theodor W. Adorno et Max Horkheimer affirment dans « La Dialectique de la raison » que la diffusion massive en dehors de toute structuration met en péril la véritable création artistique. Ces auteurs de l'Ecole de Francfort font percevoir une conception idéaliste de l'art et une approche philosophique et spéculative des effets de l'industrialisation qui se caractérisent par un pessimisme. Cette attitude ne permet pas de concevoir d'alternatives sociales au processus de marchandisation de la culture.

Cette vision est critiquée par les néo libéraux qui voient dans l'industrie culturelle des affaires qu'il faut rentabiliser comme les autres secteurs. « Ainsi les entreprises culturelles ne peuvent qu'épouser les

mêmes objectifs que toute entreprise privée, c'est-à-dire la croissance des ventes et des recettes et la maximisation des profits »<sup>24</sup>. A la suite des néolibéraux, il faut dire que le processus d'industrialisation et de marchandisation de la culture ne sont pas fortuits. En effet, la crise structurelle du capitalisme a poussé les Etats à penser à sortir les économies de cette crise. Cette situation vient donner plus de valeur aux thèmes et théories proposées par l'approche basée sur l'économie politique de la culture qui se fonde sur l'appropriation du secteur culturel.

Tous ces travaux ont permis de pousser la réflexion sur l'organisation des entreprises culturelles en termes de modèles économiques pour stimuler les différentes fonctions du secteur. On distingue essentiellement deux (02) modèles<sup>25</sup> de structuration : **le modèle éditorial** (le livre, la presse écrite) **et le modèle de flot** (justifié par son mode de fonctionnement qui regroupe les spectacles, les radios et TV, le cinéma, la musique). Ces modèles s'intéressent à l'organisation de la chaîne de valeur des produits culturels qui commence par la fonction de création et fini avec celle de la consommation. Les lignes qui suivront vont présenter ces différentes fonctions que sont la création, la production et la diffusion.

**La fonction de création** : à la source de la création, on retrouve les auteurs, les compositeurs et les concepteurs. Ce sont ceux qui créent et innovent dans la chaîne. Ce sont eux les propriétaires moraux de l'œuvre originale, ils sont de ce fait rémunérés par les droits d'auteurs et les droits dérivés. C'est en fait une forme de rémunération proportionnelle au prix de vente final de l'œuvre. Dans les pays à économies informelles, les ventes nettes ne sont pas suffisantes pour leur garantir une rémunération conséquente. C'est pourquoi les subventions et les dépenses publiques sont le plus souvent sollicitées d'abord pour équilibrer le coût des productions et secondairement pour améliorer les conditions de vie des créateurs. Il est attendu de l'Etat la création d'un environnement juridique et réglementaire (comme le statut de l'artiste) adapté et aussi la mise en place d'un véritable mécanisme de collecte et de distribution des droits d'auteurs.

**La fonction de production** : le producteur est l'acteur qui favorise le contact du créateur avec le public. C'est lui qui décide de l'offre et prend le risque financier de la production matérielle de l'œuvre. Cela se comprend par le fait qu'il prend personnellement l'initiative et la responsabilité financière, technique, artistique de la réalisation de l'œuvre et en garantit sa finalité. Il doit donc connaître le marché et maîtriser les circuits de distribution des produits. Etant un agent économique raisonnable, le producteur délégué va chercher à minimiser son risque et fera appel à plusieurs intervenants (producteur associé, producteur exécutif) pour en partager le risque. Le constat qui s'impose est que le caractère informel de certaines économies fait qu'il existe peu d'entreprises structurées pour assurer les fonctions intermédiaires de

---

<sup>24</sup> J. G.Lacroix : *Pour une théorie des industries culturelles* dans cahier de recherche sociologique, vol.4, N°2, p.5.

<sup>25</sup> Il existe plusieurs modèles mais nous nous contentons de ces 2 qui sont les plus déterminants au Burkina Faso

production (surtout les champs d'activités obéissants aux règles du modèle de flot). Pour plus de dynamisme dans cette fonction il faudrait créer des conditions pour des facilités techniques et assainir l'environnement économique, juridique et institutionnel afin d'amoindrir les relations conflictuelles entre créateurs et producteurs. Il y a donc une nécessité de repenser le rôle du producteur à la lumière de quatre aspects contemporains : les pratiques collaboratives, l'autoproduction, la longue traîne (la demande de bien tend vers l'infinie lorsque le prix du bien tends vers zéro) et la gratuité.

**La fonction de diffusion/distribution, commercialisation** : elle rassemble les tâches logistiques liées à la circulation physique et à la gestion des flux financiers. C'est l'étape de la dissémination du produit grâce à la promotion, à la publicité et au marketing pour susciter des commandes. C'est le point d'interaction entre l'artiste et le public mais tout s'appuie sur les besoins du consommateur qui donnent les moyens à la chaîne de fonctionner. Pour cela ses goûts et préférences doivent être alimentés, d'où le problème d'écoulement des produits et du type de consommation qui ne correspondent pas toujours à ses préférences. Il faut donc des sources spécialisées soutenues par des politiques de diffusion et de commercialisation pour atteindre le plus grand nombre de consommateurs. Il s'agit de la promotion de la culture de masse qui prend plusieurs formes, les plus vulgarisées sont la vente directe, la vente en ligne et le commerce non spécialisé (supers marchés, grands rayons de commerce général).

### **1.3 Différents outils de développement des entreprises**

L'entrepreneur s'inscrit dans une culture d'entreprise spécifique, qui le soumet à une pression environnementale forte, mais avec laquelle les méthodes de gestion doivent composer. Ainsi, les outils de promotion de l'entrepreneuriat sont entre autres des programmes d'aides financières ; des mécanismes de défiscalisation, des programmes de formation, des organismes de réseautage et des associations d'entraides. Ces actions sont mises en œuvre au profit des entreprises sous diverses formes. Cette diversité de formes se distingue par leurs services offerts, leurs publics cibles et méthodes d'intervention. Le tableau suivant donne un aperçu des formes les plus répandues :

### 1.3.1 Pépinières d'entreprises

Définition	Services offerts	Avantages	Observations
C'est une structure d'accueil destinée à faciliter la création d'entreprise en apportant un soutien technique et financier, très souvent destiné aux jeunes créateurs d'entreprises	<p><b>Service d'accompagnement :</b> conseils, formation, intégration dans les régions économiques, sous traitance, recherche de partenariats,</p> <p><b>Service d'accueil :</b> secrétariat, reprographie, mise à disposition de salle de réunions et conférences équipée, internet haut débit ; etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'assurance d'un interlocuteur présent pour répondre aux préoccupations des entrepreneurs ;</li> <li>• Sortir de son isolement le créateur ;</li> <li>• Réseau d'entreprises et de partenariat proche ;</li> <li>• Tarification préférentielle pour les premières années ;</li> <li>• Suivi constant avec des experts associés de la pépinière pour le développement des entreprises</li> </ul>	Les pépinières aident les entreprises après leur création. Ils proposent principalement un hébergement immobilier et des services communs

### 1.3.2 Incubateurs d'entreprises

Définition	Services offerts	Avantages	Observations
C'est une structure d'accompagnement de projet de création d'entreprises. C'est donc un lieu d'accueil, de conseil et de recherche de financement pour ceux qui ont un projet de création d'entreprise à partir d'une idée ou d'un brevet.	<p><b>Service financier :</b> recherche de financement, allègement des charges (offre d'hébergement accessible financièrement)</p> <p><b>Service d'accueil :</b> hébergement adapté et modulable</p> <p><b>Service technique :</b> recrutement de collaborateurs expérimentés, offre d'un ensemble de services professionnels (formation, validation de plan d'affaires)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Création d'entreprises innovantes et génératrice de revenus ;</li> <li>• Elles sont situées à proximité ou dans un site scientifique afin de maintenir des relations étroites avec les laboratoires ;</li> <li>• Développement de la recherche universitaire et expérimentation de technologies avancées</li> </ul>	Ici c'est la définition du futur produit qui est travaillé et non pas sa mise sur le marché ou le test direct de ce produit

### 1.3.3 Couveuses/couvoirs d'entreprises

Définition	Services offerts	Avantages	Observations
C'est un dispositif qui aide les créateurs à tester leurs projets. C'est donc un test de grandeur qui permettra de déterminer le dispositif d'hébergement de l'entreprise avant sa création	<p><b>Service technique</b> : accompagnement individualisé, le réseautage, la détermination du statut social des entreprises à l'essai, des services de comptabilité, un parcours de formations</p> <p><b>Service financier et juridique</b> : traitement des flux financiers en couveuse, hébergement juridique</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brassage entre les différents entrepreneurs à l'essai (solidarité, coopération) ;</li> <li>• Exonérations fiscales et sociales ;</li> <li>• Le test en couveuse ;</li> <li>• La formation et le suivi post création</li> </ul>	C'est un outil destiné à aider les futurs promoteurs, offre des services d'information sur la création de la nouvelle entreprise

### 1.3.4 Hôtels ou grappes d'entreprises

Définition	Services offerts	Avantages	Observations
Ce sont des immeubles entièrement dédiés aux activités de production traditionnelles, souvent commune, de très hautes technologies ou de l'économie sociale et solidaire. ils sont construits généralement dans les villes en pleine rénovation ou en construction	Ils offrent des <b>prestations spécifiques</b> de grande qualité à des tarifs attractifs permettant ainsi aux jeunes entreprises de se développer <b>Service d'accueil et d'hébergement</b> , des entreprises en création ou en développement	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maturité des jeunes entreprises surtout celles qui sont « en sorties » de pépinières</li> <li>• Pérennisation d'activités économiques en phase de démarrage ou en phase d'extension</li> <li>• Vecteur très importants de développement et de compétitivité des entreprises</li> </ul>	C'est en fait un réseau de PME/PMI qui met en place des services en actions concrètes et mutualisées, fortement ancrées localement

**NB** : ces tableaux font la synthèse de consultations sur divers sites internet dont les plus déterminants sont : [www.enseignementsup-recherche.gov.fr](http://www.enseignementsup-recherche.gov.fr) ; [www.apce.com](http://www.apce.com) ; [www.cc-pays-wissembourg.fr/hotelentreprise.html](http://www.cc-pays-wissembourg.fr/hotelentreprise.html) ; [www.technoparc-poissy.com](http://www.technoparc-poissy.com). Consultés le 23 juillet, 15 août et le 10 septembre 2012

## **1.4 Le cadre juridique, institutionnel, dispositif de formation**

La gestion des entreprises culturelles doit être basée sur un cadre juridique complet et un dispositif institutionnel qui s'adapte à l'environnement et aux spécificités du secteur de la culture. Tous les acteurs de la chaîne des productions culturelles doivent être dans une dynamique de formation continue.

### **1.4.1 Le cadre juridique**

L'entrepreneuriat culturel du Burkina Faso ne bénéficie d'aucun cadre juridique spécifique. Il est soumis au même cadre juridique que les entreprises de droit commun de l'OHADA.

Le Burkina Faso a signé et ratifié la plupart des conventions et accords internationaux relatifs à la culture, notamment dans le cadre du commerce des biens et services culturels, de la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, du respect du droit d'auteur, de la coopération et de la coproduction internationale. Il est alors de ce fait partenaire avec les organismes internationaux tels que l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC), l'Organisation Internationale du Travail (OIT), l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI), UNESCO ; etc.

Les nouveaux textes adoptés en avril 1994 constituent les bases d'un droit économique modernisé et commun aux pays de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA) et de l'Union Douanière des Etats de l'Afrique Centrale (UDEAC).

Les instruments juridiques nationaux sont assez développés, notamment dans les filières cinéma, arts du spectacle, livre, artisanat, etc. En effet, le secteur de la culture et en particulier celui des industries culturelles et créatives est régi par des lois relatives à la propriété littéraire et artistique (loi N°032-99/AN du 22 décembre 1999), à la production- distribution et promotion du cinéma (loi N°047-2004/AN du 25 novembre 2004 portant loi d'orientation du cinéma et de l'audiovisuel), au dépôt légal (loi N°042-96/ADP du 08 novembre 1996), au code de la publicité (loi N°025-2001/AN du 25 octobre 2001) à la protection et à la valorisation du patrimoine culturel matériel et immatériel (loi N 024-2007/AN du 13 novembre 2007) , à la décentralisation (loi n°055-2004/AN du 21 décembre 2004), des textes réglementaires portant réglementation de l'exportation des objets d'art (décret N°85-493/CNR/PRES/INFO du 29 août 1985), à l'adoption de la Politique nationale de la culture (décret N°2009-778/PRES/PM/MCTC/MEF du 10 novembre 2009), etc.

De façon générale, le cadre juridique est assez favorable au développement des industries culturelles. Cependant une actualisation de ces instruments juridiques est nécessaire car les TIC, principales sources de diffusion des produits culturels engendrent des mutations sans précédent. La quasi-totalité

des textes existants a été adoptée ou ratifiée à des périodes où le paysage médiatique et numérique du Burkina Faso n'était pas encore développé. De plus, à cette période, le secteur culturel était toujours considéré comme un secteur social et par conséquent il n'était pas pris en compte comme prioritaire dans le processus de développement économique et social de l'Etat.

### **1.4.2 Le dispositif institutionnel**

Au Burkina Faso, il n'existe aucun cadre institutionnel spécifique à l'entrepreneuriat culturel qui relève du cadre général placé sous la tutelle du Ministère en charge du commerce. La coordination des actions culturelles est assurée par le Ministère de la culture et du tourisme. Ses missions concernent essentiellement la préservation et la valorisation du patrimoine culturel, la promotion des arts, l'organisation et la régulation du secteur, la formation, la réglementation et le contrôle, la réalisation des investissements, le développement des statistiques, la coopération culturelle. De manière spécifique, depuis l'élaboration et l'adoption de la Politique nationale de la culture en 2009, le ministère tente de développer l'entrepreneuriat culturel en association avec des opérateurs. Il y a la mise en place au mois d'octobre 2010, de la pépinière des entreprises culturelles dans le cadre du programme d'Appui au Réseau Ouest africain de Pépinières d'Entreprises de la filière de la Musique (ARPEM). C'est un projet de l'ONG Culture et Développement avec comme partenaires le MCT, la Mairie de Ouagadougou, ODAS Africa et l'Union Européenne à travers le programme ACP culture. D'autres actions ont suivi, notamment la création de la Direction de promotion des industries culturelles et créatives depuis décembre 2011.

L'action du ministère pour promouvoir le développement des entreprises est renforcée par celle de la Chambre du commerce et de l'industrie du Burkina Faso (CCI-BF) avec la Maison de l'Entreprise du Burkina Faso (MEBF) qui mettent en œuvre des politiques d'accompagnement à la création et au suivi des entreprises tous secteurs confondus. La MEBF est un centre d'expertise d'appui/conseil, d'écoute, d'information et de formation des promoteurs. Elle sert d'interface entre les entrepreneurs et les institutions financières et d'accompagnement. C'est dans cette dynamique qu'elle co – porte avec le MCT le Programme de Développement des Entreprises Culturelles (PDEC) qui est un vaste programme couvrant la période 2012-2016 dont un des projets majeurs est l'expérimentation des Maisons d'Entreprises Culturelles et Créatives (MECC).

Ce renforcement institutionnel a stimulé l'entrepreneuriat culturel dans la filière musicale dans le cadre du projet ARPEM, dans la filière cinéma et audiovisuel par l'accroissement des capacités (infrastructures et équipements haute définition) de l'ISIS/SE.

Néanmoins le secteur culturel burkinabé gagnerait à développer davantage son cadre institutionnel afin de permettre aux entrepreneurs de pouvoir se mettre dans une logique économique où plusieurs entreprises pourraient développer et rendre viables la production et la commercialisation des produits culturels locaux.

### ***1.4.3 Le dispositif de formation à l'entrepreneuriat culturel***

Il y a une insuffisance de structures de formation en matière d'entrepreneuriat culturel au Burkina Faso. Les seules formations dans le domaine s'organisent sous forme de séminaires ou de sessions de courte durée. Ces sessions spécifiques sont initiées par le Ministère de la culture et du tourisme (MCT) à travers ses directions techniques (ISIS/SE, INAFAC) et jusqu'en mars 2012 par le programme ARPEM. Bien qu'insuffisantes, elles permettent aux entrepreneurs d'avoir des formations professionnelles. Quant aux formations de management d'entreprise, elles sont généralement organisées par la Maison de l'Entreprise du Burkina Faso (MEBF) au profit de tous les entrepreneurs de tous les secteurs.

Sachant le défi de maîtriser le marché national et de conquérir le marché international que doit relever l'entrepreneuriat culturel burkinabé, la nécessité d'ériger des infrastructures de formation est une urgence. Ces formations doivent prendre en compte les besoins spécifiques de chaque filière d'activités ainsi que les besoins transversaux (comme le management, la planification, la comptabilité d'entreprise, etc.). C'est une condition première pour avoir des produits culturels locaux de qualité et répondants aux normes internationales.

## **Chapitre 2: Les défis du développement des entreprises culturelles au Burkina Faso**

L'observation du cadre économique dans lequel exerce le secteur privé nous a permis de formuler notre problématique. Cet environnement nous conduira à une analyse diagnostique de l'industrialisation au Burkina Faso en termes d'atouts et contraintes pour l'entreprise culturelle. L'analyse constituera le tremplin sur lequel, nous proposerons un outil spécifique (au chapitre 4) qui consolidera la stratégie de développement et de promotion des entreprises culturelles.

### **2.1 Politique de développement des entreprises au Burkina Faso**

#### **2.1.1 Etat des lieux des entreprises**

Le paysage industriel burkinabé est composé des industries manufacturières, extractives, agroalimentaires, des Bâtiments et Travaux Publics, de l'électricité, du gaz, de l'eau etc. Le choix du gouvernement burkinabé s'est porté sur ces secteurs à cause des urgences de l'heure. Pays enclavé en voie de développement, le Burkina Faso avait pour seul objectif la réduction de la pauvreté tout en accroissant l'accessibilité de sa population aux services sociaux de base. Son industrie demeure embryonnaire et contribue pour près de 17% du PIB<sup>26</sup>. Malgré le contexte national relativement propice pour les affaires, les secteurs de croissance ont connu une évolution modeste (entre 4 et 6%) durant la période 1997-2009. Notre but dans les lignes qui suivent est de disposer de données les plus actualisées afin de bâtir nos propositions sur des réalités du moment. Malheureusement, le coût élevé des enquêtes nationales, même limitées à des thématiques choisies, et la non exhaustivité des données collectées nous amènent à nous contenter des indicateurs d'il y a six ans.

D'après le Rapport du PNUD 2007 cité plus haut, les branches d'activités où se concentrent les entreprises burkinabè, de la période considérée sont principalement :

- L'agro-alimentaire qui représente 37% des entreprises au Burkina Faso en 2007 avec une production limitée en raison des coûts d'installation d'entreprises modernes et très performantes qui sont peu accessibles;
- 13% du tissu industriel en 2007 était occupé des entreprises chimiques, 10% par les entreprises de fabrication métallique et 5% par les entreprises du caoutchouc et du plastique;

---

<sup>26</sup> PNUD : *6e Rapport sur le développement humain au Burkina Faso*, 2007, p.27.

- les mines : le secteur a repris de façon significative depuis 2002 ; l'exploration et l'exploitation ont été rendues possibles grâce à la mise en place récente d'une politique minière proactive et d'un cadre réglementaire attractif pour les investisseurs qui sont tous étrangers;
- le secteur d'activités cuirs et peaux très dépendant de celui de l'élevage, qui comprend trois groupes d'acteurs que sont les collecteurs de peaux, les artisans tanneurs et la tannerie industrielle (TAN-ALIZ). L'atomicité des deux premiers fait que leur estimation est très problématique ;
- l'industrie textile est établie au Burkina Faso depuis plus de 35 ans mais elle connaît aujourd'hui d'énormes difficultés depuis la fin des années 1990 avec la fermeture de la principale entreprise textile (FASO-FANI). A l'heure actuelle, il n'existe qu'une seule filature, la « Filsah », dont les débouchés sont principalement dans la sous-région Ouest Africaine;

Le secteur culturel dénombre 375<sup>27</sup> petites unités économiques tous genres confondus œuvrant dans le domaine du cinéma et de l'audiovisuel, de la musique, des arts du spectacle. Il faut tout suite dire que ce conglomérat d'unités culturelles sont des entreprises en puissance pour peu que les conditions d'accompagnement soient réunies.

Ces entreprises burkinabé manquent d'encadrement approprié, de programme d'aides financières qui sont les causes de leur difficulté à atteindre leurs objectifs. L'économie nationale dans laquelle évoluent ces entreprises peut expliquer en partie leur performance. Cet état des faits pourrait faire signifier que l'ossature économique du Burkina Faso aurait un effet peu reluisant sur les entreprises nationales. Afin de lever tout équivoque un examen de la forme juridique et de la répartition des entreprises s'impose.

### **2.1.2 La configuration du bassin des entreprises**

Le Burkina Faso, pays membre de l'Organisation pour l'Harmonisation du Droit des Affaires en Afrique (OHADA), organise son secteur privé suivant les directives de cette Institution.

Ainsi, la forme juridique la plus observée au Burkina Faso est celle des personnes physiques. Elle représente près de 90% du total du secteur privé non agricole. Les Sociétés Anonymes (SA) quant à elles, occupent 4,4% des entreprises, les Sociétés Anonymes à Responsabilité Limitée (SARL) 0,4% et les autres formes 5,2%<sup>28</sup>. En outre, la forme juridique est liée à l'importance de l'entreprise et à la nature

---

<sup>27</sup> Ministère de la Culture et du Tourisme : op.cit., p.70.

<sup>28</sup> PNUD: ibid., p.29.

même de son activité. En fait, le critère de la dimension est déterminant pour les activités de type commercial.

Au Burkina Faso, les petites entreprises sont celles qui ont le plus tendance à se placer dans l'informel, eu égard leur nombre pléthorique ; cela explique la raison pour laquelle le secteur informel prédomine par sa contribution à environ 60% au PIB national<sup>29</sup>. En fait, les règles formelles de fonctionnement et de contrôle des SA (au moins 50 salariés) sont lourdes et contraignantes et donc mal adaptées aux entreprises burkinabé qui sont des firmes de petites tailles (moins de 9 employés). De plus, le faible développement de la coopération et du réseautage entre opérateurs ne favorise pas la création des SARL.

Quelles sont les difficultés majeures que rencontrent les entreprises à se formaliser? Il est vrai que l'industrie n'a de chances d'atteindre ses objectifs que s'il s'appuie sur des mesures d'accompagnement des entreprises. Fort de ce constat on devrait donc analyser le rôle de l'Etat dans ses interventions de structuration de l'environnement économique, juridique et technique.

### ***2.1.3 La place de l'entreprise dans les stratégies nationales : des PAS à la SCADD***

Jusqu'en 2007, l'Etat était l'acteur principal et propriétaire de la quasi-totalité des installations industrielles. C'est pourquoi on a pu noter un effectif majoritaire des SA ou SARL. Depuis lors, l'industrie burkinabé a connu une évolution marquée par la création de nouvelles unités dans le domaine de l'industrie agroalimentaire avec l'ouverture de petites unités de production d'huile alimentaire et de transformation de denrées. Les SA occupaient 33% du total des entreprises en 2003. Cette part a atteint 43% en 2005 et 2006 avant de reculer à 40% en 2007. Cette décroissance s'explique par les nombreuses créations des SARL en 2007 (24% en 2006 et 35% en 2007)<sup>30</sup> suite à la prolifération des entreprises chimiques et métallurgiques. Cela est appuyé par la migration de plusieurs entreprises individuelles vers les SARL suite à la création de conditions favorables à l'entrepreneuriat (code des investissements, MEBF, CCI-BF). De plus, on a assisté à une atomisation des entreprises individuelles dont la performance et la crédibilité des ces petites entités laissent à désirer.

Avec l'adoption du Cadre Stratégique de Lutte contre la Pauvreté (CSLP) en 2000, l'Etat s'est désengagé de façon progressive en faveur du secteur privé dont sa part dans le capital industriel est passée de 16% en 2003 à 30% en 2007, avec une moyenne de 16,65% dans la même période, marquant ainsi un décollage de l'esprit d'entreprise au Burkina Faso. Cela est un fait marquant pour l'émergence de la

---

<sup>29</sup> PNUD: *ibid.*, p.25.

<sup>30</sup> Premier Ministère : *Rapport sur les défis du secteur privé burkinabé*, Ouagadougou, 31 mars 2009, p.8-10.

créativité et de l'innovation conduisant à un changement des processus de production, à l'utilisation de technologies adaptées aux unités.

Ainsi, en termes d'investissements, les nouvelles réalisations, les extensions, les renouvellements des équipements, ont crû de 15 milliards à plus de 36 milliards FCFA environ de 2003 à 2007, avec un taux de progression de 35%. Le nombre des entreprises qui ont un investissement supérieur à 10 milliards FCFA est stationnaire tandis que celui des entreprises qui investissent entre 100 millions et 1 milliard FCFA est passé de 27 en 2003 à 40 en 2007<sup>31</sup>. L'enquête n'a cependant pas intégré les entreprises qui ont un investissement de moins de 50 millions, eu égard à leur nombre pléthorique. Ceci est un indicateur fort de l'évolution du secteur privé dans l'environnement économique du pays et la tendance générale est vers les PME/PMI.

Pour ce qui est de la contribution à l'emploi industriel, en 2003, l'industrie agroalimentaire venait en première position (32,8%), suivie de l'industrie textile (24,9%). Cette tendance s'est inversée en 2007 avec 30,04 % et 24,2 % respectivement pour les entreprises du textile et celles de l'agroalimentaire.

Toutes ces performances du tissu industriel s'expliquent par une politique affichée de l'Etat burkinabé depuis la fin de l'année 2003 pour accompagner le développement de l'économie et surtout la fonder sur l'entrepreneuriat. Cet engagement politique est clairement décliné dans les documents cadres de développement économique et social du pays depuis les années 1960, car son devoir était de mobiliser les ressources, les efforts et d'organiser le développement industriel.

En somme, depuis les indépendances, l'Etat burkinabé a joué un rôle important dans la gestion du développement en adoptant la planification comme instrument de gestion de l'économie nationale. Ainsi, une timide industrialisation sera entreprise par les pouvoirs publics, essentiellement dans le domaine agroalimentaire. Cette tendance s'affiche à travers les différents plans de développement et les codes des investissements adoptés par le Gouvernement en vue de la valorisation des ressources nationales, principalement celles de l'agriculture. A l'étape actuelle de l'industrialisation, le secteur des produits alimentaires est largement dominant et représente avec le secteur textile les 3/4 de la valeur ajoutée.

Afin de faire face à l'important déficit financier, les autorités burkinabé ont décidé de mettre en œuvre des réformes économiques et structurelles, avec les Programmes d'Ajustements Structurels (PAS) en 1991 qui de manière générale, ont mis à l'épreuve la planification. Cependant une réflexion se menait sur le renouveau de la planification et visait à inscrire ces réformes normatives pour le secteur public et incitatif pour le secteur industriel sur le long terme. Les priorités de l'Etat s'articulaient autour du développement rural, des infrastructures économiques et des équipements collectifs sans oublier la satisfaction des

---

<sup>31</sup> Premier Ministère: ibidem, p.11.

besoins de base. Ces PAS sont nés du constat de l'incapacité du pays à honorer le paiement de la dette et d'entamer le financement de son développement. La communauté financière internationale (FMI et Banque Mondiale) en recommandant la mise en œuvre des PAS, lui donnait une main mise sur les stratégies de développement. Celui des TIC a été particulièrement remarquable à cause de son rôle important dans la création d'idées nouvelles et d'innovations. Cette dynamique pour les TIC devrait accompagner la performance des entreprises des autres secteurs de l'économie.

L'environnement des affaires du secteur privé s'est alors nettement amélioré avec la modernisation conséquente des entreprises et la création de la CCI-BF. La priorité est accordée aux secteurs sociaux suite au remplacement des PAS par le CSLP. Ce ciblage se comprend par l'évanouissement de l'espoir de développement fondé sur les secteurs économiques (agroalimentaire, textile, mine). Le désespoir est expliqué par SANCHEZ-ARNAU J-C DESJEUX D<sup>32</sup>. (1994) par deux facteurs principaux: premièrement, là où une croissance économique a effectivement eu lieu, les inégalités sociales se sont accrues ; ensuite, le développement a eu des conséquences culturelles importantes qui n'avaient pas toujours été prévues ou souhaitées par ses promoteurs ou par ses bénéficiaires. Ce constat a poussé l'Etat à mener parallèlement une politique préférentielle pour l'entrepreneuriat avec l'élaboration et la mise en œuvre des Contrats d'objectifs depuis 2009, révisés lors des rencontres annuelles Gouvernement-Secteur privé. Ces actions d'amélioration du climat des affaires sont soutenues par le programme « Doing Business Better » qui créent les conditions favorables pour des entrées nettes d'investissements directs étrangers et la maturation d'initiatives locales. Tout ceci est rendu possible grâce à la création d'une maison de l'entrepreneuriat en 2003.

En adoptant la Stratégie de croissance accélérée et de développement durable (SCADD) en décembre 2010, le Gouvernement entend renforcer ces acquis afin de relever les défis du développement durable. Ce faisant, une attention particulière est accordée aux secteurs piliers de croissance dont le modèle retenu fait du secteur privé, le moteur du développement. Elle propose pour ce secteur un schéma de mise en œuvre, à l'aide d'interventions plus coordonnées à travers les filières prioritaires pour dynamiser la croissance. De manière spécifique, elle repose sur une approche novatrice qui met l'accent sur : la promotion des pôles de croissance (Pôle de croissance de Bagré lancé en avril 2012), le développement des filières porteuses, la promotion des niches et des grappes d'entreprises<sup>33</sup>, ainsi que la promotion d'une croissance pro-pauvre. Cette nouvelle lancée se veut être bien organisée, structurée afin de

---

<sup>32</sup> Cité par Boukary Ouédraogo dans *Mémoire ENAM : Rôle et place de la Culture dans le développement*, Ouagadougou, mars 2008, p.2.

<sup>33</sup> Se référer au glossaire

prémunir les crises diverses qui mettent le pays en proie à des difficultés sans équivalents. La SCADD propose un développement diversifié ouvert à d'autres secteurs de croissance en puissance.

Le secteur culturel, jusqu'à la dernière révision du CSLP en 2009, avait été négligé ou insuffisamment intégré dans le processus d'industrialisation du Burkina Faso. Pourtant, le développement de l'industrie culturelle via la promotion de l'entrepreneuriat contribuerait non seulement, à la revitalisation des cultures locales mais aussi à ouvrir d'autres portes de développement du pays, compte tenu de son caractère transversal. En effet, le rôle et la place de la culture dans le développement social et économique ont été longuement développés par divers documents<sup>34</sup>.

Qu'est ce qui explique alors la moindre considération de la culture dans les stratégies industrielles? Quel est le problème réel de cette lente évolution des entreprises culturelles dans le paysage industriel? Le code des investissements est-il favorable à la création des entreprises culturelles? Les acteurs des secteurs d'activités culturelles ont-ils accès aux crédits formels? Existe-il une expertise des ressources humaines au développement de ces entreprises? L'environnement national est-il propice au développement des entreprises culturelles où « l'informalité » domine? L'objectif est d'inciter à mûrir la réflexion et de proposer des stratégies appropriées en vue d'accroître la performance des entreprises culturelles étant entendu que l'économie du pays est largement mais non totalement informelle.

## **2.2 Toile de fond des entreprises culturelles au Burkina Faso**

### **2.2.1 Caractère général de l'économie du Burkina Faso**

L'économie du Burkina Faso a connu des performances remarquables ces dix dernières années avec une croissance annuelle du revenu réel qui a dépassé 5%. Et on estime que les réformes qui ont été entreprises, notamment sur l'amélioration du climat des affaires, la promotion des secteurs sociaux n'ont pas manqué de porter fruit. Il est d'ailleurs déjà constaté une poussée de l'investissement dans le secteur minier - qui du reste n'a pas encore révélé toutes ses potentialités - dont la contribution au PIB a été multipliée par plus de 2 en trois ans. De plus, on note une croissance conséquente des services sociaux de base (eau potable, électricité, formations sanitaire, etc.).

Cependant, certains indicateurs macro économiques lancent une interpellation à la prise de mesures correctives. En effet, le boom démographique des années 1990 (3,1% de 1996 à 2003 soit 435 000 habitants supplémentaires par an<sup>35</sup>) inversement proportionnel à la croissance économique (5% par an

---

<sup>34</sup> E.R. Zida: *Les industries culturelles des pays francophones d'Afrique subsaharienne : les défis face au marché international*, Paris, 2009

OIF : *Profil culturel des pays du sud membres de la Francophonie : un aperçu pour les pays de l'UEMOA*, Sénégal, Burkina Faso et de la Côte d'Ivoire, Paris, 2011

<sup>35</sup> Burkina Faso : *Stratégie de Croissance Accélérée et de Développement Durable*, Ouagadougou, décembre 2010, p.v.

en moyenne entre 2000 et 2010) a alimenté l'exode rurale (59,1% de la population a moins de 20 ans). Cet exode rural a contribué à accroître l'indice de pauvreté (43,9% de la population vit en dessus du seuil de pauvreté estimé à 108.454 FCFA entre 2009 et 2010 contre 46,4% en 2003 correspondant à un seuil de 82.672 FCFA par adulte et par an). Cette situation crée des disparités très prononcées dans les villes périphériques alimentant ainsi le chômage urbain et rendant les conditions de vie très précaires. L'inflation est de 3%<sup>36</sup> à cause des crises alimentaires et énergétiques que connaît le pays depuis 2007

D'autre part, la baisse du pouvoir d'achat des salariés exerçant dans le secteur formel incite les ménages à rechercher des revenus complémentaires. Le PIB par tête s'est établi à 2% depuis 2007 et l'indice de développement humain est de 0,305 en 2010<sup>37</sup>. En fait, la mise en œuvre des PAS a produit des effets pervers notamment la réduction des salaires, la diminution des effectifs de la Fonction publique, la privatisation des entreprises de l'Etat. Cela a gonflé le nombre de ceux opérant à leur propre compte d'où l'accroissement numérique des petites entreprises qui s'est poursuivi pour atteindre une soixantaine<sup>38</sup> répartie dans divers secteurs en 1993. Cette tendance a entraîné l'émergence et l'essor du secteur informel

En fait, c'est l'incapacité de l'Etat à répondre aux besoins fondamentaux de la population burkinabé dans les domaines de l'emploi, de la santé, du logement et de l'éducation qui explique le foisonnement du secteur informel. Ce secteur a donc aidé à l'équilibrage des agrégats macro-économiques (PIB, fiscale, emploi, etc.) du pays. Il joue un rôle d'adoption des migrants et un rôle d'accueil des agents économiques exclus du système formel. Le développement progressif du secteur informel à côté du secteur formel a été vu comme une des solutions importantes de la création massive des petites entreprises, qui pour des raisons de pauvreté tendent à se placer dans l'informel. Cela nous pousse à affirmer que l'économie informelle occupe une place très importante dans l'économie générale du pays.

De manière générale, le secteur informel prévaut dans tous les secteurs d'activités économiques et plus particulièrement dans l'agriculture, l'élevage, le commerce, la culture et l'artisanat. Considéré dans sa globalité, le secteur formel au Burkina Faso reste de taille limitée, peu diversifié et pourvoyeur d'un nombre restreint d'emplois. A cela s'ajoute surtout la lourdeur des charges fiscales (pression fiscale est passée de 10,8% en 2000 à 12,6% en 2009<sup>39</sup>) et pénales aboutissant à un agrandissement de l'espace informel qui devient une question de survie des populations refusées par le secteur formel.

### **2.2.2 Caractéristiques de l'économie informelle liées à la culture**

De nos jours, les économistes se penchent plus qu'avant sur l'économie informelle, qui a pourtant toujours existée, pour tenter d'en évaluer le poids relatif face à l'économie formelle. Cela est d'autant plus vrai que la Banque mondiale et le FMI ont pris la résolution de l'encourager et dorénavant d'insérer ses

---

<sup>36</sup> Burkina Faso: *ibid.*, p.6.

<sup>37</sup> Burkina Faso: *ibid.*, p.8.

<sup>38</sup> IAPM : *Cours de Théorie économiques et industrialisation dans le monde*, 2005

<sup>39</sup> Burkina Faso: *ibid.*, p.12.

activités dans les stratégies de développement des pays africains. C'est le cas des projets des paysans regroupés au sein des coopératives qui bénéficient de leurs appuis. La caractéristique la plus notoire de l'économie informelle est la flexibilité et la mobilité de son facteur travail. Son organisation non officielle explique la marginalisation et l'exclusion de l'ensemble de ses activités.

Pour ce qui est du secteur de la culture spécifiquement, il est plus touché par un travail immatériel. Cette forme du travail entraîne et s'exprime par des flux d'informations et de savoirs qui vont au-delà de la taylorisation. En effet, la subjectivité relative dans la consommation des biens culturels explique le contenu principal du travail immatériel. A titre illustratif, la production des filières du cinéma, de l'audiovisuel, des multimédias au Burkina Faso essaie de conjuguer des pratiques formelles à une multiplicité de formes de coopération « informelles ». Leurs unités productives délèguent la production à une myriade de PME/PMI et souvent même jusqu'aux travailleurs « indépendants » quelque fois non reconnus officiellement. Ce qui fait constater une segmentation de leur marché de travail avec des disparités diverses et très prononcées touchant ainsi de manière dépréciative le salaire et les conditions sociales des travailleurs dans ces filières. C'est l'exemple dans l'échelle de la hiérarchie des emplois, les artistes et les techniciens de la production qui bénéficient du statut d'intermittents du spectacle parce qu'ils alternent une période d'emploi et une de chômage. En bas de cette catégorie, on retrouve une tranche d'acteurs qui perçoivent une allocation dérisoire et saisonnière et vivent de petits boulots non déclarés. La part des ressources de cette frange de la population est difficilement prise en compte dans la comptabilité nationale car ils vivent dans des organisations officieuses échappant à tout contrôle de l'Etat.

Cette situation vient altérer les possibilités d'interventions publiques tendant à la structuration de l'entrepreneuriat et au renforcement de la performance des entreprises culturelles. Cela pousse à croire que l'amélioration du climat des affaires au profit des entreprises culturelles doit avoir parmi ses priorités, la réorganisation de l'emploi inhérent au secteur, du moment que le constat général est que le secteur est très pourvoyeur d'emplois. N'est-il pas alors indispensable d'élaborer et de mettre en application des statuts tant pour l'artiste que pour les différents opérateurs professionnels de toute la chaîne de production des produits culturels ? La justification et la nécessité de ces statuts ne se trouveraient elles pas en partie dans l'érection de cadres formels et de dispositifs de formation à l'entrepreneuriat culturel ?

### **2.2.3 Contexte des entreprises culturelles dans l'économie informelle**

Jusqu'à une date récente, les stratégies de développement de la culture se sont principalement focalisées sur la dimension identitaire tout en occultant son pendant économique en termes de création d'emplois et d'activités génératrices de revenus. « *Les différentes études ont montré comment les*

*industries culturelles et les cultures dynamiques peuvent considérablement réduire la pauvreté et le chômage. En effet, les investissements industriels pour la production des biens et services culturels, ainsi que les dynamiques culturelles qui conduisent à des flux massifs de population (tourisme, spectacles, etc.) génèrent des revenus importants divers et se répercutent sur tous les secteurs socio-économiques* »<sup>40</sup>. Fort de cela on peut dire que les entreprises culturelles démontrent incontestablement la contribution que le secteur peut apporter à la balance des paiements.

Compte tenu de ses potentialités et de l'existence d'une importante demande latente, la PNC dans son axe stratégique 3 se propose de structurer et de développer une économie de la culture. Il s'agit plus spécifiquement de développer l'entrepreneuriat. A cette fin, il a été prévu de mettre en place des mécanismes d'incitation à l'investissement et de financement des initiatives, des dispositifs de « coaching », de renforcement du cadre juridique et institutionnel et de réseautage.

C'est dans cette dynamique que la pépinière des entreprises culturelles du Burkina Faso, née du programme ARPEM, a été un pas pour la structuration des entreprises musicales tout en leur offrant les outils adaptés pour mieux entreprendre et la mise en réseau des entrepreneurs de manière intra et/ou inter sectorielle. Inscrit dans le cadre d'un partenariat multi-acteurs et eu égard à ses réalisations depuis octobre 2009, la pépinière dès sa fin en avril 2012 a été reprise par le programme d'Appui au Renforcement des Politiques et Industries Culturelles (ARPIC), couvrant toutes les filières au delà de l'unique secteur de la musique que couvrait la pépinière.

Il est à noter que les résultats de ces actions sont mitigés en raison d'une part du manque d'organes de gestion de la PNC et d'autre part de la faible prise en compte des besoins des entrepreneurs culturels dans la mise en œuvre des actions de la pépinière. En effet, jusqu'à présent la PNC ne dispose pas de structure exclusive chargée du suivi/évaluation de ses actions. Cela handicape l'adoption de mesures correctives et l'intégration de propositions conséquentes pour l'amélioration des résultats du secteur. Aussi, ARPEM n'avait pour public cible que les entrepreneurs de la filière musique. Malgré tout, la modestie de ses moyens ne lui a pas permis d'atteindre tous les entrepreneurs des treize (13) régions que compte le Burkina Faso. De plus ses actions ne tendaient majoritairement pas à favoriser la formalisation des entreprises.

La mise en œuvre de l'ARPIC qui s'étend durant la période 2012-2014 prévoit l'opérationnalisation d'une MECC. Ce programme prépare le terrain pour l'implémentation du PDEC. Ces programmes sont inscrits dans le plan opérationnel de la SCADD qui fait de la culture un pilier de la croissance.

La satisfaction de ces conditions est un préalable pour remporter le pari d'une politique de production culturelle répondant aux besoins nationaux et aux marchés internationaux. Pour y arriver, il faut un

---

<sup>40</sup> E. R. Zida, *ibidem.*, p.36.

véritable appareil de formation en entrepreneuriat culturel, l'établissement de coopérations et le développement de statistiques de la culture. C'est sans doute pour mieux appréhender le poids socio économique de la culture dans le cadre de la SCADD que ***l'Etude des impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique du Burkina Faso*** a été menée en mai 2012 et lui a permis d'identifier les segments porteurs comme l'art (masques, statues, poterie, meuble, instruments de musique et architecture), le patrimoine meuble et immeuble, le cinéma et l'audiovisuel, l'art du spectacle<sup>41</sup>. Elle a proposé des stratégies et des points d'actions pour permettre le développement de l'entrepreneuriat culturel au Burkina Faso. Il s'agit entre autre de :

- Rendre plus autonomes les institutions culturelles et encourager l'initiative dans le secteur culturel afin de palier les goulots d'étranglement du financement dans le secteur ;
- Introduire une branche « culture » dans les différents secteurs économiques de la comptabilité nationale en vue de rendre disponibles les informations statistiques au niveau national;
- Adopter des mesures incitatives sur le sponsoring et le mécénat culturel à travers des mesures de réduction des impôts ou de l'octroi de distinctions honorifiques dans l'intention de valoriser les technologies, les savoirs, les savoir-faire et valeurs traditionnels<sup>42</sup>.

En somme, malgré le contexte majoritairement informel de l'économie qui prévaut au Burkina Faso et qui impacte l'entrepreneuriat, les entreprises culturelles sont peu accompagnées par des politiques d'encadrement et de soutien. On peut en déduire que le contexte actuel du Burkina Faso n'est pas très propice au développement des entreprises culturelles. La mise en œuvre de mesures d'accompagnement des entreprises informelles vers le secteur formel et la mise en place de mécanismes d'information et d'orientation sont nécessaires au développement des entreprises culturelles. La réussite et la performance de ces entreprises culturelles viendront alors de la recherche permanente d'un équilibre avec l'environnement. En fait : « *Il y a une interaction entre l'entreprise et son environnement mais aussi entre les éléments qui constituent l'environnement. (...) les entreprises doivent prendre en compte, lors de l'élaboration de leur stratégie, les diverses dimensions de leur environnement* »<sup>43</sup>.

De tout ce qui précède, les interrogations sur les enjeux économiques des entreprises culturelles sont-elles d'actualité au Burkina Faso ? La politique d'offre de produits culturels répond-t-elle aux exigences de la demande tant au niveau national qu'international ? La demande potentielle dans les secteurs de la culture peut-elle générer suffisamment de bénéfices pour assurer la rentabilité des entreprises de ces secteurs ? Quels doivent être en vérité les défis de l'heure de l'entrepreneuriat culturel burkinabé ?

---

<sup>41</sup> Ministère de la Culture et du Tourisme, op.cit., p.26.

<sup>42</sup> Ministère de la culture et du tourisme, ibid., p.8-10.

<sup>43</sup> D. Soulié : op.cit., p.35.

## **2.3 Enjeux et défis de l'évolution des entreprises culturelles dans l'informel**

Les grandes approches théoriques analysées dans le cadre théorique ont fourni les preuves de la place et du rôle des entreprises culturelles dans le développement social et économique des pays et le Burkina Faso n'est pas en reste. Ces théories sont confortées par les études d'impacts dans 25 pays européens, au Mali et au Burkina Faso, qui montrent avec des indicateurs solides la part directe et indirecte des entreprises culturelles dans la croissance économique, dans le développement humain intégral et même dans l'aménagement du territoire. Tout ceci concourt à convaincre que les doutes sur l'enjeu économique des entreprises ne sont plus d'actualité. Cela justifie aussi la prise en compte de l'industrie artistique et culturelle comme un pilier de la croissance économique dans la SCADD et dans le Programme d'actions du Gouvernement pour l'Emergence et le Développement Durable (PAGEDD). Les débats de l'heure doivent alors porter sur la création et la stimulation de la performance des entreprises culturelles.

### **2.3.1 Création des entreprises culturelles**

L'idée de créer une entreprise vient généralement de personnes indépendantes qui veulent participer au développement de l'économie d'une localité tout en créant des richesses et des emplois. Derrière cet élan, il y a la possibilité offerte pour l'auto emploi dont la finalité est la recherche de revenus complémentaires ou la lutte contre la pauvreté. La concrétisation de cette idée se fait par l'élaboration d'un projet, la structuration d'une unité et le démarrage de l'activité. L'entité peut exercer ses activités sous la législation pénale, sociale et fiscale. Elle peut également se mettre en marge de la politique économique et sociale de sa localité d'implantation.

Au Burkina Faso les formalités de création d'entreprises (cf. annexe 2) diffèrent selon qu'il s'agit de personnes morales ou de personnes physiques. Dans le souci d'améliorer le climat des affaires, la procédure dure trois jours ouvrables.

Compte tenu du poids des charges sociales, de la lourdeur des impôts et de la fiscalité, les initiatives culturelles restent le plus souvent dans l'informel. Les opérateurs culturels fondent des organisations qui échappent à toute régulation de l'Etat. Ce fait perdure par manque de politiques incitatives spécifiques pour les secteurs d'activités culturelles qui pourtant contribuent au développement économique et social.

Au nombre des constituants des politiques incitatives, nous inscrivons, à juste titre, les ressources humaines qui ont une place de choix. En effet, « *La création d'une entreprise, quelle que soit sa taille et son lieu d'exercice, réside dans la concrétisation, en son sein d'un esprit managérial partagé* »<sup>44</sup>.

Au Burkina Faso 1,78% des actifs occupés en 2009 soit environ 164 592 personnes avaient un emploi dans le domaine culturel avec une prépondérance nette pour les personnes physiques notamment dans la filière Arts plastiques, appliqués et artisanat<sup>45</sup>. Cette occupation touche sensiblement les femmes dont un nombre relativement important a un emploi dans les entreprises de filature, de tissage, de vannerie et dans la fabrication de produits céramiques.

Comme nous l'avons vu ci-dessus le dispositif de formation à l'entrepreneuriat culturel est très peu développé au Burkina Faso. Ce dispositif certes, est en évolution mais il convient d'ores et déjà de l'encadrer suivant les besoins en matière de formation et en fonction des filières porteuses du pays. Cela signifie que l'offre de formation doit tenir compte des exigences et des normes requises dans le domaine de l'entrepreneuriat ainsi que la spécificité du secteur culturel. La politique de renforcement des capacités des artistes et/ou des promoteurs culturels au Burkina Faso est faible et n'arrivent pas à toucher le maximum d'acteurs. Il y a une insuffisance de mécanismes et de stratégies de management des ressources humaines en matière de gestion d'entreprises. Les quelques initiatives de la place sont celles des écoles supérieures (ISIG, ESCO-IG, CEFIG, etc.) qui offrent des modules (35h au maximum) de formation en gestion d'entreprises mais restent insuffisantes voire inadaptées à l'entrepreneuriat culturel. On ne pourrait donc pas s'attendre à une maturité des entreprises qui se créent si les opérateurs manquent en amont ou en aval de formation ou d'expertise pour le développement de leur idée. Ceci dit des sessions de formations continues ou des formations à la carte pourraient être encouragées comme l'avait débuté le programme ARPEM pour les promoteurs musicaux. A cela devrait s'adjoindre un véritable appareil de formation en entrepreneuriat dans le domaine culturel et artistique.

### **2.3.2 Développement des entreprises culturelles**

L'une des préoccupations majeures des entreprises culturelles réside dans la recherche de l'adéquation entre l'offre et la demande en produits culturels. En effet, la théorie économique stipule que l'offre crée sa propre demande, en ce sens que les produits culturels mis sur les marchés forgent les besoins de consommations du public. Cette assertion ne se vérifie pas forcément pour les produits culturels car ils véhiculent des identités et une culture propre à un peuple. Ce faisant, les besoins des consommateurs locaux sont à étudier et à intégrer dans les stratégies de production des entreprises. « *Il existe en Afrique*

---

<sup>44</sup> M. M. Agbodan et F. G. Amoussouga: *les facteurs de performances de l'entreprise*, AUPELF-UREF, Paris, 1995, p.14.

<sup>45</sup> Ministère de la Culture et du Tourisme : op.cit., p.42.

*une offre locale répondant partiellement aux besoins de culture des populations* »<sup>46</sup>. Les entreprises culturelles burkinabé ont une capacité limitée de production qui ne satisfait pas les besoins nationaux à plus forte raison s'adapter à la demande internationale très exigeante. « *De plus, la qualité des produits atteint difficilement les standards internationaux et favorise l'insertion des produits asiatiques et latino-américains sur le marché international* »<sup>47</sup>.

Malgré, l'existence d'une dynamique de production locale en croissance variable dans des filières du cinéma, de l'édition et de la musique, le renforcement de la politique d'offre de ces produits s'avère nécessaire. En fait, il y a un potentiel économique de ces filières qui peut être davantage mis en valeur par un soutien des politiques publiques à travers la mise en œuvre d'outils et d'instruments adaptés aux réalités du Burkina Faso et de son espace commercial. Le secteur privé culturel manque sérieusement de financements appropriés pour ses activités de production. Le système de crédits existant au Burkina Faso est peu adapté à l'entrepreneuriat culturel. Les tontines sont plus pertinentes au service de la clientèle des petites entreprises. Des innovations dans la finance informelle permettraient aux entreprises culturelles de soutenir efficacement leurs politiques de production. Cette tentative pourrait être soutenue par la mise en place d'un système de partage des pertes et profits entre les institutions bancaires et les promoteurs. C'est dans cette lancée que le Burkina Faso arrivera à stimuler la floraison de ses entreprises culturelles qui sont appelées à participer aux processus d'échanges commerciaux des biens et services culturels.

Toutefois, le Burkina Faso ne court pas le risque d'être submergé par ce processus de globalisation culturelle, s'il rassemble les efforts nécessaires pour développer ses entreprises culturelles. C'est à cette condition et à elle seule que l'entrepreneuriat culturel burkinabé peut relever le défi de l'heure, celui d'avoir une offre adaptée à la demande potentielle nationale voire internationale.

### **2.3.3 Analyse des raisons des entreprises informelles**

Depuis les années 90, les actions et les orientations des organismes internationaux comme l'UNESCO, l'OIF, OMC, PNUD, UEMOA, CEDEAO, UA ont dominé le monde. Elles ont engendré une invention de nouveaux rapports entre l'économie et le social faisant de ce fait un entrecroisement du secteur informel et du système formel. En vérité, les structures informelles ne sont pas si dérégulées qu'on pourrait le penser. Elles ont leur propre système d'exercice qui s'organise autour d'une économie politique propre, des conventions institutionnelles et des règles qui leurs sont propres. Elles ne s'écartent

---

<sup>46</sup> F. d'Almeida et Marie Lise Allemand : *Les industries culturelles des pays du Sud : enjeux de l'adoption de la Convention Internationale sur la diversité culturelle*, Grenoble, 2004, p.33.

<sup>47</sup> F. d'Almeida et Marie Lise Allemand, *ibidem.*, p.43.

pas tellement des entreprises formelles. En analysant l'économie informelle en Afrique Olivier Bain écrit : « *L'informel et le formel sont intimement liés, ne serait-ce que par la monnaie dont ils font un usage commun* »<sup>48</sup>. Fort de cela quelles peuvent être les raisons fondamentales des entreprises qui naissent et exercent dans l'informel ?

Deux tendances se dégagent : il y a des entreprises qui sont dans l'informel pour des considérations exclusivement de pauvreté ou financières et il y a aussi de celles qui ont choisi d'être dans l'informel pour des raisons frauduleuses.

En effet, certains promoteurs des petites entreprises sont confrontés à des problèmes de capacités financières, leurs chiffres d'affaires sont très modestes et saisonniers. Le bénéfice qui se dégage de leurs activités n'est pas suffisant pour supporter les charges sociales et fiscales. Cet état des choses est amplifié par la faible capacité de gestion de leur promoteur. C'est une conséquence de la non maîtrise de l'économie du marché et des conditions de concurrence. Somme toute, ces entreprises ne sont pas éligibles au système de crédit existant. Elles n'arrivent pas à lever les contraintes réelles d'accès au marché et à tirer profit de la réglementation qui s'applique à toutes de manière indifférenciée.

Il existe une autre catégorie d'entreprises informelles qui le sont pour des arguments malveillants. Par leurs pratiques, elles sont légalement créées et connues des services de l'Etat mais arrivent à se soustraire aux obligations réglementaires et fiscales. Etant donné que ces promoteurs maîtrisent les techniques de gestion de la concurrence et les circuits du marché, ils arrivent à produire à moindre coût et à vendre à un prix bas dans le but d'accroître leur rentabilité et leur profitabilité.

En somme, en l'absence d'instruments solides de promotion de la production des entreprises formelles, le combat contre la prolifération des entreprises informelles est vain. L'Etat doit donc mettre en œuvre des outils d'incitation et de stimulation de l'entrepreneuriat culturel officiel (comme les primes, les certificats de reconnaissance, les appels d'offre publique, l'augmentation de la subvention, institutionnalisation d'un mécanisme de défiscalisation et de la dépense publique dans les entreprises) afin que le poids de la fiscalité, les impôts et taxes ne découragent pas les promoteurs. Le développement d'un système de financiarisation informelle peut être une solution à approfondir. De plus une réglementation et une législation bien adaptées sont nécessaires pour accompagner les entrepreneurs honnêtes et sanctionner ceux qui se mettent à la marge de manière frauduleuse.

La conjugaison de ces mesures serait un tremplin pour les entreprises culturelles surtout celles informelles qui seront incitées à migrer vers l'économie formelle. C'est à ces conditions que l'espace informel pourrait être réduit considérablement en matière d'entrepreneuriat culturel.

---

<sup>48</sup> O. Bain : Afrique. Histoire, économie et politique, Paris, 2001, p.2.

## **Chapitre 3: Méthodologie de recherche**

Une entreprise culturelle est une entité socio-économique multidimensionnelle. Pour mieux la cerner, il nous a fallu l'analyser sous plusieurs angles. C'est ainsi qu'il a donc été plus que nécessaire de considérer ses interactions avec l'économie et son comportement vis-à-vis des règles préétablies.

Nous procéderons d'abord à une analyse de rapports d'évaluation officiels, à un examen des stratégies et du contexte réel dans lequel s'applique le thème. Cela se fera par une présentation de la situation de l'entrepreneuriat culturel, des politiques et programmes de promotion des entreprises culturelles au Burkina Faso. Ensuite, nous ferons une revue littéraire de différentes théories et approches traitant des questions de l'entrepreneuriat culturel qui devient de plus en plus un enjeu d'actualité. Enfin, nous avons proposé un outil opérationnel de compétitivité des entreprises culturelles. Ce projet est une résultante du bilan des principaux facteurs favorables à la promotion de l'entrepreneuriat culturel au Burkina Faso et des outils disponibles d'accompagnement des entreprises culturelles.

### **3.1 Méthodes d'investigation**

Trois étapes ont été déterminantes : l'adaptation d'outils théoriques de collecte ; l'analyse de la revue documentaire et l'élaboration de fiches spécifiques de concertation et/ou de traitement des données avec le logiciel M.S Project, version 2010. Cela en vue de proposer la stratégie de renforcement des performances des promoteurs.

#### **3.1.1 Recherche documentaire**

Elle s'est plus focalisée sur la documentation bibliographique et les consultations de sites internet qui viennent s'ajouter aux cours reçus à l'Université Senghor. Pour ce faire nous nous sommes munis de fiches de lecture qui donnent les renseignements suivants : titre de l'ouvrage, son auteur, sa nature, lieux et date d'édition, l'URL (pour les consultations sur le site internet).

##### **➤ La documentation livresque**

Les principales sources bibliographiques sont : les bibliothèques des Universités Senghor d'Alexandrie, de la bibliothèque de l'Institut français de Ouagadougou et du Centre d'information et de documentation économique (CIDE) de la MEBF. Beaucoup d'ouvrages consultés abondent dans le sens de l'économie informelle, de l'accompagnement des entreprises tous secteurs pris en considération, de la structuration et du développement de l'économie de la culture. Plus spécifiquement nous nous sommes concentrés

sur les documents traitant de la structuration de l'industrie culturelle et surtout de la stratégie de développement des performances de l'entrepreneuriat culturel. Nous citons à cet effet, les plus pertinents eu égard à leurs auteurs faisant autorité dans leur domaine, « *Les facteurs de performances de l'entreprise* » de Mavor M. Agbodan et Fulbert G. Amoussouga « *L'économie informelle dans le tiers Monde* » de Bruno Lautier , « *Economie de la culture* » de Françoise Benhamou, « *Eléments pour une économie des industries culturelles* » de Marc Menard, « *Les industries culturelles des pays du Sud, Etude de l'OIF* » de Francisco D'Almeida, Bernard Miège et de Marie Lise Alleman, « *Les industries culturelles des pays francophones d'Afrique subsaharienne : les défis face au marché international* » de Emile R. Zida. D'autres œuvres non éditées sont venues renchérir notre recherche, nous listons ici des rapports d'études, des mémorandums, des anciens mémoires et des écrits de promoteurs culturels ou de professionnels du secteur de la culture, tous ayant trait au sujet traité dans ce document.

### ➤ **La documentation sur Internet**

L'internet est connu et accepté de tous comme étant une source riche et variée de documentation virtuelle. Pour éviter d'être partiel dans notre travail, nous avons conjointe à la documentation livresque des consultations de plusieurs sites internet qui traitent de notre problématique. Dans le souci d'être plus rigoureux sur les notes qui ont retenu notre attention, nous nous sommes restreints aux documents dont la précision de leurs auteurs ne souffre pas d'ambiguïté. Ce faisant les sites des Ministère en charge de l'économie, du commerce et de la culture, de la MEBF, de ARPEM, tous du Burkina Faso nous ont été d'une grande utilité. De plus les sites de l'OIF, de l'ONG Culture et développement de Grenoble, de l'AMI Centre à Marseille en France, de la SODEC et des CLB à Québec ont aussi été visités.

### **3.1.2 Concertation avec les acteurs : outils de collecte des données sur les activités économiques des entreprises culturelles**

Afin de prendre en compte les réalités du terrain et de recueillir l'avis des acteurs de premier plan dans le processus de structuration de l'entrepreneuriat culturel, nous avons réalisé des entretiens et des visites.

### ➤ **Les échanges avec le corps enseignant et les acteurs de l'administration**

En marge des cours sur la promotion des industries culturelles, du développement et/ou de gestion d'entreprises dispensés par des professionnels et/ou universitaires, nous avons sollicité des entretiens avec certains d'entre eux. Il s'agit de M. Patrick Bésenval de la Sorbonne – UFR09, M. Hacène Boufeta de l'Université Lumière Lyon 2, M. Olivier Amiel Avocat en droit public, de l'audiovisuel et de la culture, M. Martin Yélkouni Directeur du département Environnement de l'Université Senghor. Etant une étape très

importante de notre recherche, nous avons étendu ces échanges à des professionnels de l'administration publique, nous mentionnons M. Désiré Ouédraogo DEP, M. Emile R. Zida coordonnateur de l'ARPIC, tous du MCT. A la MEBF, nous avons échangé avec Mme Huguette Bama DMAC, Mme Félicité Kabore DDP, M. Traore Moussa DIFA. Au Niger nous avons eu des discussions avec M. Oumarou Moussa DG APEIC, Mme Bibata Barry Coordinatrice SP/SAFEM, M. Jordi Balta Portelès consultant indépendant. Tous ces échanges ont porté sur la place de l'économie de la culture dans l'économie nationale, de l'informalité de l'économie burkinabé, de l'accompagnement des entreprises culturelles, des outils de suivi et d'instruments d'appui au développement de l'entrepreneuriat, de la formalisation des entreprises culturelles burkinabé et de la mise en réseau des entrepreneurs culturels.

### ➤ **Des entretiens avec les promoteurs culturels et de la visite d'entreprises**

Ces entrevues sont guidées par l'adaptation de fiches (cf. annexe 1) dont les promoteurs visés devraient répondre à des questions propres à leur entreprise, fournir des informations spécifiques de leurs filières. Enfin donner leur point de vue sur l'entrepreneuriat culturel et l'économie de la culture.

La constitution de l'échantillonnage a été faite suivant la méthode de tri-croisée qui facilite les tests de conformité, de segmentation et de causalité. Cette méthode permet une analyse discriminante pour la détermination des critères explicatifs des phénomènes observés dans les comportements des promoteurs.

La collecte de données lors des entretiens avaient trait aux informations suivantes :

- ✓ **La connaissance et la dénomination de la structure** : il s'agit du nom de l'entreprise, de sa localisation et son adresse, sa nature et son statut juridique ;
- ✓ **Le caractère de la structure et la justification de ce choix** : on veut savoir les raisons qui motivent le promoteur à constituer une entreprise formelle ou informelle ;
- ✓ **Les enjeux du caractère de la structure** : il s'agit de voir ce que le promoteur gagne ou perd en exerçant ses activités dans la légalité ou de manière frauduleuse ;
- ✓ **Les besoins en matière d'accompagnement** : nous recherchons ici le niveau d'instruction du promoteur et les services que le promoteur souhaite avoir pour le développement de son projet ;
- ✓ **L'appréciation et recommandations** : il s'agit ici pour le responsable de la structure de donner son point de vue sur la structuration de l'industrie et de l'entrepreneuriat culturel. Il est également invité à apprécier le rôle de l'Etat dans la promotion de l'entreprise et enfin à proposer des recommandations pour une meilleure stratégie d'accompagnement des promoteurs culturels.

**Tableau 1: Synthèse des informations collectées :**

	<b>Entreprises formelles (09 entreprises)</b>	<b>Entreprises informelles (21 entreprises)</b>
<b>Activités menées</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Production et distribution</li> <li>- Edition et publication</li> <li>- Enregistrement et montage</li> <li>- Réalisation d'événementiels</li> <li>- Management et formations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Production et distribution</li> <li>- Edition et publication</li> <li>- Enregistrement et montage</li> <li>- Réalisation d'événementiels</li> <li>- Management et formations</li> </ul>
<b>Avantages</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participation aux appels d'offres</li> <li>- Disposition d'une gestion saine et planifiée</li> <li>- Reconnaissance par les pairs et par l'Etat</li> <li>- Bénéficiaire de l'accompagnement étatique et des institutions</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Absence de fiscalité, de charges sociales, d'impôts</li> <li>- Faibles coûts de production</li> <li>- Prix de vente plus bas</li> <li>- Grosses parts du marché, augmentation du chiffre d'affaires</li> </ul>
<b>Désavantage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lourdeur de la fiscalité et des charges diverses</li> <li>- Absence de cadre de compétitivité</li> <li>- Absence d'instruments de traitement des entreprises culturelles par l'Etat</li> <li>- Ingérence des pouvoirs publics</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impossibilité de postuler aux appels d'offres, aux subventions étatiques et crédits bancaires</li> <li>- Tensions d'illégalité professionnelle</li> <li>- L'instabilité fréquente par les contrôles inopinés</li> </ul>
<b>Besoins</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Renforcement des outils financiers, techniques et logistiques d'appui aux entreprises culturelles</li> <li>- Statut pour tous les différents types d'acteurs culturels</li> <li>- Adapter la réglementation pour le secteur culturel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fonds de soutien, formations et appui-conseils</li> <li>- Outils d'appuis spécifiques, subventions publiques</li> <li>- Développement des sources de finances informelles</li> </ul>
<b>Niveau d'étude</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Au plus un niveau baccalauréat (03 entreprises),</li> <li>- Au moins un niveau DEUG II (06 entreprises),</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Au plus le niveau de la classe de terminale (17 entreprises)</li> <li>- Au moins le niveau baccalauréat (4 entreprises)</li> </ul>
<b>Commentaires</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Structurer l'économie de la culture</li> <li>- Favoriser le sponsoring et le mécénat</li> <li>- Organiser et encourager la mise en réseau des opérateurs culturels</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Insuffisance de professionnalisme par manque de structures spécialisées de formation pour le secteur informel</li> <li>- Importance de la part de leur entreprise dans l'industrie culturelle</li> </ul>

Source : Hamed P. Patric LEGA, à partir des résultats de l'enquête, août 2012

### 3.1.3 Traitement des données sur les activités économiques des entreprises culturelles

Tableau 2: Commentaire des informations collectées :

Centre d'intérêt	Commentaires des Informations recueillies
<b>Statut</b>	70% des entreprises enquêtées sont informelles. La raison principale de ce statut est le caractère inadéquat de l'environnement pour l'entrepreneuriat culturel et des opportunités qui s'offrent à eux.
<b>Enjeu dû au statut</b>	Les entreprises choisissent d'exercer dans la légalité ou non en fonction des avantages de l'environnement (que l'Etat et ses partenaires leur offre) pour accroître leur profit
<b>Type de services souhaités</b>	La quasi-totalité des besoins demandés par les entrepreneurs relèvent en partie du rôle de l'Etat, notamment la mise à disposition de la filière des outils et des instruments (réglementaires, fiscaux, financiers, techniques et matériels) spécifiques d'accompagnement
<b>Niveau d'instruction du responsable</b>	61,90% des entreprises informelles ont un responsable dont le niveau est inférieur ou égal au baccalauréat. Près de la moitié des responsables ont des formations professionnalisant (techniques industrielles, comptabilité) 71,42% des entreprises formelles, leurs responsables ont au moins un niveau DEUG II (équivalent du baccalauréat+2)
<b>Rôle attendu de l'Etat</b>	De manière générale, les entrepreneurs attendent de l'Etat des actions concourant à : résoudre les problèmes de financement ; renforcer les cadres de concertation ; favoriser la structuration et le professionnalisme dans la filière ; mettre en place des mécanismes d'accompagnements technique et matériel spécifique au secteur ; améliorer l'environnement réglementaire, juridique et institutionnel, développer la formation et accroître les débouchés de commercialisation vers l'international

Source : Hamed P. Patric LEGA, à partir des résultats de l'enquête, août 2012

De manière générale, l'hypothèse qui se dégage est la suivante : le climat des affaires bien structuré rend performant l'entrepreneuriat culturel. C'est ce que nous tenterons de vérifier dans la section suivante à partir des 30 entreprises enquêtées dont la majorité a bénéficié des actions d'accompagnement du programme ARPEM. Cela nous permettrait aussi de faire ressortir les attentes des entrepreneurs de la part de l'Etat. Le traitement des données se fera suivant la technique de tri-croisés

## **3.2 Méthode d'analyse des données relatives au développement de l'entrepreneuriat culturel :**

Après harmonisation, nous utiliserons le modèle type d'analyse « croisement de questions », appuyé par l'exploitation et le calcul des indicateurs et des graphiques illustratifs avec le logiciel SPSS 13.0.

Le tableau récapitulatif des observations (cf. tableau 5) nous permet de nous rendre compte que les données, essentiellement d'ordre qualitatif, varient d'un entrepreneur à l'autre mais tous vivent les mêmes réalités.

### **3.2.1 Le modèle économétrique**

L'économétrie est couramment acceptée comme l'ensemble des techniques destinées à mesurer les grandeurs économiques. C'est en effet une de ses méthodologies qui permet la vérification empirique de relations ou d'hypothèses entre ces grandeurs prédites par les modèles issues de l'économie mathématique. Elle étudie d'office la relation entre grandeurs mathématiques indépendantes d'un modèle économique sous-jacent.

Dans notre recherche, il s'agit de déterminer et d'analyser les variables explicatives de la performance des entreprises culturelles. C'est ce qui nous amène alors à poser la relation qui consiste à dire que les éléments d'un environnement économique propice agissent dans la compétitivité des entreprises. Il conduit à l'hypothèse suivante pour notre recherche: la performance de l'entrepreneuriat culturel dépend de la structuration du climat des affaires.

Ainsi, on aura le modèle économétrique suivant :  $Y = f(X_i) + E_0$ ,  $i=1$  à  $3$

Nous désignons par Y (la variable expliquée) la performance des entreprises dont l'indicateur le plus vraisemblable est le chiffre d'affaire.  $X_i$  (les variables explicatives) les différents éléments de l'environnement et dans le cadre de cette recherche nous nous limitons au niveau d'étude et de formation professionnelle du gestionnaire (F), au statut de l'entreprise (S) et aux cadres légaux (E) ;  $E_0$  représente les autres éléments susceptibles d'interagir sur Y mais de manière minime.

Notre modèle économétrique devient alors :  $Y = f(F, S, E) + E_0$

### **3.2.2 Le test de signification**

Afin de mieux faire ressortir la signification de chaque variable explicative, nous avons procédé par un test de détermination individuelle. Ce qui nous permet d'expliquer la performance des entreprises culturelles par chacun des éléments explicatifs cités ci-dessus. Cette manière de tester est d'autant

crédible puisqu'elle permet de mettre en relation exclusive les deux variables (celle expliquée et celle explicative). En plus des indicateurs assortis du test, nous avons pu construire des graphiques qui viennent renchérir nos conjectures.

### 3.2.3 Quelques indicateurs

- **Le chiffre d'affaires moyen, l'écart type, la variance, taux de croissance (cf. Tableau 2)**

- Le chiffre d'affaire moyen : il est estimé pour une même année (ici c'est la moyenne du minimum et du maximum) et aussi pour deux années (il s'agit de la moyenne des minima ou des maxima). Cet indicateur nous permet de constater qu'il y a des entreprises qui réalisent des performances remarquables. Pour l'année 2010, la moyenne du chiffre d'affaires des entreprises enquêtées est de 25 779 220 FCFA. Malgré leur petite taille et leur faible technologie, les entreprises culturelles réalisent des résultats acceptables qui pourraient être bien meilleurs si toute fois les conditions venaient à s'améliorer. C'est ce qui vient confirmer nos assertions en ce sens que les entreprises culturelles contribuent substantiellement à l'économie nationale.
- L'écart type : nous avons choisi cet indicateur pour nous rendre compte de la dispersion autour des valeurs moyennes des chiffres d'affaires. Il est de l'ordre de 87 pour l'année 2011, et montre qu'il y a une grande dispersion du niveau de performance entre les entreprises. En d'autres termes il y a une disparité énorme entre les entreprises. Cela vient renchérir le fait qu'il y a des entreprises qui vivent et ne peuvent pas mener à temps plein leur activités par manque de moyens de production et de débouchés d'écoulement de leurs produits.
- La variance : cet indice permet de savoir le degré d'étalement du chiffre d'affaire au sein de notre échantillon. Sa valeur de 2011 est de 6,403<sup>15</sup>, il vient donc confirmer la signification de l'écart type en ce sens que dans le même environnement des petites entreprises peu performantes se partagent le même marché de produits culturels avec de grandes firmes très compétitives. C'est dire qu'il faut indéniablement la mise en œuvre de politiques dirigistes (institutionnelle et infrastructurelle, accessibilité du crédit formel, juridique et règlement protectionnistes, débouchés commerciaux) pour permettre à ces petites entreprises de maîtriser le marché local et de participer à la concurrence internationale.
- Le taux de croissance du chiffre d'affaire : il permet de renseigner la performance des entreprises d'une année à l'autre. De manière globale, notre échantillon montre que la performance des entreprises culturelles est faible. En atteste sa valeur moyenne de 32,52% l'an. La nécessité d'améliorer cet indicateur justifie la proposition de notre projet professionnel, afin qu'elles puissent conquérir l'intégralité du marché local des biens et services culturels.

- **Coefficients de détermination**

- **Chiffre d'affaires de l'entreprise et le niveau d'étude du gestionnaire** (cf. figure 2): cet indicateur établit une corrélation de la formation de l'entrepreneur et la performance de l'entreprise. En effet, l'investissement dans la formation du gestionnaire améliore sa capacité de gestion et, en conséquence, le rendement économique de l'entreprise. 23,33% des entreprises enquêtées dont le chiffre d'affaires est d'au moins égal à 10 millions de FCFA, leurs gestionnaires ont un niveau d'étude universitaire. Par contre les entreprises ayant une performance estimée à au plus 5 millions de FCFA ont en majorité des gestionnaires qui ont un diplôme inférieur au baccalauréat. La faible capacité de gestion d'entreprise est due au faible niveau d'éducation que l'on rencontre fréquemment dans le secteur informel. Notre échantillon fait ressortir 26,67% d'entrepreneurs ayant moins que le Bac, tandis que ceux qui ont plus que le Bac représentent seulement 10% et tous ont un chiffre d'affaires compris entre 2 millions et 5 millions. Leurs entreprises sont toutes informelles.
- **Chiffre d'affaires de l'entreprise et son statut juridique** (figure 3): la forme juridique est liée à l'importance de l'entreprise. Tous les outils d'accompagnement des entreprises disponibles au Burkina Faso sont exclusivement pour les entreprises formelles. Tant bien ces outils restent à améliorer, ont un effet positif sur la performance des entreprises. Ce faisant, les trois premiers bâtons du diagramme montrent que plus les entreprises sont informelles plus leur chiffre d'affaires est faible. Cela explique la difficulté de l'Etat et de ses partenaires à cerner correctement le risque et les performances de ces entreprises. Par contre il y a une forte prédominance du statut formel dans la cohorte des entreprises ayant un chiffre d'affaires supérieur ou égal à 10 millions de FCFA. Parmi les 10 entreprises de cette fourchette de performance, seules 3 entreprises sont informelles mais elles sont toutes des structures associatives dont la majorité de leur chiffre d'affaires est constituée de subventions et des aides financières.
- **Chiffre d'affaires de l'entreprise et le type d'accompagnement reçu** : il s'agit de déterminer le mode d'accompagnement nécessaire pour l'entrepreneur culturel burkinabé. Les stratégies mises en place permettent aux entreprises non seulement de s'adapter aux contraintes nées de l'environnement national mais aussi d'essayer de les fléchir dans un sens qui leur est favorable. L'enquête montre que tous les entrepreneurs ont reçu un appui technique sous forme de formation de courte durée offerte par le ministère en charge de la culture et ses partenaires multilatéraux ou de la MEBF. Les entreprises qui ont eu un accompagnement financier sont peu nombreuses et sont en majorité celles formelles (cf. figure 4). Cela permet de noter ici la difficulté d'accès aux crédits et aux instruments financiers par les entrepreneurs culturels. Les quelques outils financiers qui existent au Burkina Faso sont formels et donc excluent d'office les unités qui n'ont pas de reconnaissance officielle par les services de l'Etat.

- **Adéquation du cadre juridique et réglementaire, effets positifs sur la performance de l'entreprise** : l'objectif ici c'est d'examiner l'adéquation des textes régissant l'entrepreneuriat culturel. Il y a une interaction entre l'entreprise et son environnement juridique et réglementaire. En fait, ce sont des facteurs décisifs de maintien de performance et de l'affermissement de compétitivité des entreprises culturelles burkinabé. L'échantillon illustre que tous les entrepreneurs connaissent l'existence des textes juridiques et réglementant leurs activités même si beaucoup ne savent pas comment les exploiter. C'est ce qui fait observer que 36,67% des entrepreneurs déclarent qu'ils ne sont pas profitables à leur entreprise, 30% disent avoir eu des effets positifs des textes (cf. figure 5). Le commentaire de ces derniers, toutes des entreprises formelles, est que le cadre juridique et réglementaire est à améliorer. La raison est que le secteur de la culture, notamment son entrepreneuriat, a longtemps été délaissé par les politiques de développement. Cette marginalisation doit être remédiée par des encadrements spécifiques pendant un temps avant de leur soumettre à la réglementation générale qui s'applique de manière indifférenciée à toutes les entreprises.

En définitive, il faut retenir qu'il y a une relation positive de chacun des indicateurs de signification sur la performance des entreprises étudiées. Une analyse croisée de ces indicateurs permet de dire que le niveau d'étude et les formations professionnelles de l'entrepreneur jouent significativement sur la performance de l'entreprise culturelle. De plus il existe une corrélation positive du statut juridique et les cadres légaux sur l'accroissement de la part de marché et de l'augmentation du bénéfice des entreprises. Cette conjecture nous permet de confirmer notre hypothèse de recherche.

### **3.3 Cadre d'observation**

#### ***3.3.1 Stage à la Maison de l'entreprise de Ouagadougou***

En vue de conforter les enseignements reçus à l'Université sur l'entrepreneuriat de manière générale en Afrique, nous avons jugé utile de séjourner pendant notre stage dans la structure chargée d'accompagner l'entrepreneuriat du Burkina Faso. Ce choix est fait dans l'intérêt de connaître tous les instruments nationaux, situés en amont et en aval d'aide au développement du secteur privé burkinabé. C'est ainsi que le passage dans les directions techniques de la MEBF, dont notre centre d'intérêt s'inscrit dans leurs attributions permet de noter des bénéfices très significatifs.

En effet, le stage a permis de situer clairement les idées sur la situation de l'entrepreneuriat au Burkina Faso, cela nous a permis de proposer des outils appropriés pour la culture d'entreprise dans le domaine culturel. Ces propositions doivent se traduire en politiques incitatives de développement de chaque filière du secteur.

De plus, la connaissance des services disponibles pour les promoteurs et les différents types de guichets mis en place au niveau de la MEBF est un atout pour l'orientation des entrepreneurs culturels. Elle sera traduite par la proposition de mise en place de mécanismes d'information et de renforcement de capacités techniques de gestion. Ensuite l'analyse des résultats des différents fonds et l'examen des outils d'observation économique des activités des entreprises nous a permis d'adapter des instruments spécifiques aux entreprises culturelles. Ces instruments leur permettraient de bénéficier davantage des opportunités que proposent les guichets de la MEBF et aussi ils pourront accéder à d'autres institutions nationales d'accompagnement du secteur privé de manière indifférenciée. Enfin les stratégies et orientations de promotion de l'entrepreneuriat dans le cadre de la SCADD serviront de guide pour la contribution du mémoire et du projet professionnel au développement des industries culturelles retenues comme piliers de croissance.

### ***3.3.2 Observation complémentaire à l'APEIC et au SP/SAFEM du Niger***

Le besoin d'établir une comparaison du constat fait pendant le stage au Burkina Faso nous a conduit au Niger dans des structures pionnières en matière de développement de l'entrepreneuriat culturel et de l'artisanat.

Cette observation complémentaire et comparative nous permet de nous rendre compte que l'entrepreneuriat culturel burkinabé doit passer par un certain nombre de conditions :

- L'élaboration et la mise en œuvre de textes règlementaires pour chaque filière culturelle afin d'orienter les décisions des entreprises dans un sens plus conforme aux objectifs poursuivis par les pouvoirs publics ;
- Le renforcement des compétences des entrepreneurs et des autres opérateurs du secteur (créateurs, techniciens, etc.) par des formations diplômées et par des formations continues ;
- La mise en place de politiques publiques préférentielles de soutien aux entrepreneurs du secteur. Par exemple la mise en place d'un système d'aides à l'investissement par l'opérationnalisation d'un fond de garanti. La vulgarisation et l'insertion de la finance informelle dans le système formel dans un système de partage de perte et de profit.

## Chapitre 4:      **Projet de création d'un « solarium » culture**

Cette partie de notre recherche apporte sa touche au renforcement de la dynamique et de la performance de l'entrepreneuriat culturel. Il s'agit de mettre en place un outil de structuration des entreprises culturelles depuis leur création jusqu'à la maturité. L'idée est de créer un centre d'expertise, qui jouera le même rôle qu'un « hôpital » mais pour les entreprises culturelles.

### 4.1   **Ossature de l'outil**

#### 4.1.1 **Contexte d'applicabilité**

**Contexte général du développement des entreprises culturelles :** l'adoption de la SCADD en décembre 2010 a donné une place non moins importante aux industries culturelles dans l'économie nationale et a suscité une prise de conscience des acteurs du développement. En effet, elles sont des sources inépuisables de richesses et contribuent à la création d'emplois de plus en plus nombreux. Elles génèrent des impacts importants non seulement sur le secteur de la culture mais également sur d'autres secteurs tels que l'éducation, le tourisme, le transport, le commerce, l'aménagement du territoire, les sports et loisirs.

Dès lors la nécessité de mettre en place des mécanismes d'appui et de structuration de l'entrepreneuriat culturel devient une priorité. On peut noter déjà l'expérimentation des outils de développement d'entrepreneuriat comme la pépinière des entreprises musicales du programme ARPEM qui a réalisé à 100% ses activités programmées à l'exception du programme d'accompagnement toujours en cours.

**Stratégies nationales de développement des entreprises culturelles :** la PNC consacre son axe stratégique 3 à la structuration et au développement de l'économie de la culture et a fait une place de choix à l'entrepreneuriat culturel. En effet, l'intérêt fort du Burkina Faso pour la promotion des entreprises culturelles se comprend par la dynamique singulière de certaines filières. On a le cinéma avec l'institutionnalisation du FESPACO qui a permis l'essor des programmes TV (150 heures de fiction produite par les sociétés de production privée de 1997 à 2002<sup>49</sup>) représentant les 3/4 des programmes fictions africaines disponibles dans les grilles des TV francophones africaines. On a aussi l'institutionnalisation du SIAO. En effet, la 13<sup>e</sup> édition du SIAO tenue du 26 octobre au 04 novembre 2012 a enregistré 307 000 visiteurs soit 181,21 millions de FCFA de recettes d'entrée<sup>50</sup>. Cette dynamique est expliquée par les effets stimulants des centres de production et de formation comme le Centre National

---

<sup>49</sup> F. D'Almeida et M. L. Alleman : op.cit., p.28.

<sup>50</sup> Le Commissariat général du SIAO : « *Point de presse* » dans lefaso.net du 09 novembre 2012 (consulté le 10/11/2012)

d'Artisanat d'Art (CNAA) et le Village artisanal de Ouagadougou (VAO)). La forte demande et le processus de décentralisation en cours traduisent la multiplication de ces centres de formation. De plus les filières de la musique et de l'art vivant doivent leur ascension, dans la sous région, aux politiques publiques mises en œuvre. Nous retenons ici les résultats probants du programme ARPEM, des studios de production et de diffusion comme Seydoni et Himalaya, du Carrefour International du Théâtre de Ouagadougou (CITO), de la fédération du Cartel, de l'Atelier Théâtral Burkinabè (ATB).

Les conclusions de la mise en œuvre du premier plan d'actions triennal 2010-2012 de la PNC et l'opérationnalisation des recommandations de plusieurs colloques a permis la création de la Direction de la Promotion des l'Industries Culturelles et Créatives (DPICC) en février 2012.

La DPICC ainsi créé a les attributions suivantes :

- 1) la mise en place de mécanismes pouvant contribuer à l'émergence d'entreprises culturelles ;
- 2) la proposition d'un dispositif facilitant le financement des entreprises culturelles, notamment leur accès au crédit bancaire ;
- 3) l'identification et la mise en œuvre de mécanismes d'incitation à la consommation des produits culturels burkinabè ;
- 4) la création de conditions pour renforcer l'exportation des biens et services culturels burkinabè ;
- 5) le développement de l'expertise et de la concertation avec les entrepreneurs culturels ;
- 6) la gestion des aides apportées aux industries culturelles et créatives.

Du nombre des colloques il y a : en juillet 2008 la tenue du séminaire international relayé par un séminaire national en décembre 2009 sous le thème : « **Commerce, culture et développement durable** ». Ces séminaires ont recommandé la création d'un mécanisme spécialisé dans l'accompagnement technique et financier des industries culturelles et créative (ICC). En octobre 2010, l'atelier de restitution de l'étude sur : « **le profil culturel des pays du sud : identification du champ des industries culturelles et créatives** » a permis la finalisation en 2011 du répertoire des entreprises culturelles du Burkina Faso. En décembre 2010, l'atelier sur **le nouveau Guide UNESCO pour les décideurs des ICC** a recommandé la création d'un comité interministériel de réflexion pour le développement des ICC. En février 2011, l'atelier national de « **renforcement des capacités des acteurs locaux pour le développement de programmes et politiques culturels au niveau local** » a recommandé l'élaboration d'outils de gestion des entreprises culturelles à l'image du PRISME<sup>51</sup>.

Toutes ces actions sont sous-tendues par un cadre légal important même quoi qu'il doit évoluer pour s'adapter à l'environnement en progression continue. De plus, cet élan doit être poursuivi par la promotion de la MECC (lieu de regroupement, d'organisation des filières et d'échanges pour les

---

<sup>51</sup> Instrument d'analyse de la Diversité culturelle, utilisé à toutes les étapes de l'élaboration et de la mise en œuvre des politiques dans tous les domaines. Il a pour origine la déclaration de l'UNESCO sur la Diversité Culturelle adoptée en 2001.

entrepreneurs). C'est dans cette lancée que notre travail s'inscrit. Il s'agit de doter d'ores et déjà le secteur culturel à travers le Ministère en charge de la culture de cet outil spécifique et durable de développement des entreprises culturelles. Le « solarium » culture viendrait également renforcer l'opérationnalisation du mécanisme de financement et d'appui technique aux entreprises culturelles du programme ARPIC. Partant des leçons tirées du programme ARPEM et des attentes des entrepreneurs et créateurs en cette ère de mondialisation s'explique et se justifie le choix de la forme de notre outil d'« hôpital » des entreprises culturelles d'où l'appellation « solarium » culture.

#### **4.1.2 Description de l'outil**

**Nom** : Projet de création d'un « solarium » culture

**Localisation et statut** : c'est un service public à but non lucratif. Il sera logé au sein du MCT.

**Nature** : il sera de nature consultative et exécutive en s'orientant vers la réalisation des objectifs donnés aux entreprises culturelles suivant la planification des résultats escomptés. C'est un centre d'expertise d'écoute, d'information et de formation des promoteurs culturels.

**Mission** : le « solarium » a pour missions fondamentales :

- d'accompagner les entrepreneurs culturels burkinabé pour bâtir une compétitivité internationale ;
- de rendre prometteur et performant le secteur privé de la culture ;
- d'accroître la rentabilité des entreprises culturelles burkinabé ;
- d'aider les entreprises informelles à se formaliser.

**Principes directeurs** : l'outil est sous-tendu par :

- la considération des spécificités des branches d'activités culturelles et artistiques dans la stratégie de développement des entreprises culturelles ;
- le maintien et la promotion d'une image de pays culturel ouvert sur la diversité culturelle ;
- la quête d'une offre de produits et services culturels de qualité ;
- la mise en œuvre d'un partenariat tripartite public (administration culturelle) – privé (entrepreneurs) – institutions financières, prenant en compte les questions d'informalité en vue d'une meilleure exploitation des avantages comparatifs de chaque acteur pour le développement de l'entrepreneuriat culturel.

**Objectif stratégique** : Appuyer le mécanisme de structuration et de professionnalisation des entreprises culturelles pour une ouverture au monde des affaires et du commerce.

### **Objectifs spécifiques :**

- 1- Assister techniquement les entrepreneurs et appuyer leur mise en réseau afin de faciliter le renforcement des cadres de concertation ;
- 2- Inciter les entreprises informelles à se formaliser afin de soutenir l'émergence d'entreprises culturelles viables et compétitives ;
- 3- Renforcer les stratégies de production locale afin de satisfaire la demande nationale et internationale de biens et services culturels burkinabé;
- 4- Contribuer à l'amélioration des instruments juridiques, fiscaux et financiers.

### **Actions :** l'atteinte des objectifs spécifiques s'appuie sur :

- La réalisation d'une étude diagnostique des besoins de formation et des attentes des entrepreneurs et la mise en œuvre d'un plan de renforcement de capacités des acteurs au niveau des différentes filières culturelles en vue d'inciter les entreprises à l'excellence;
- L'organisation de coaching des entrepreneurs par l'assistance technique en matière d'organisation administrative et comptable, de stratégie financière, de stratégie de communication et de marketing, de gestion d'entreprises et de commercialisation ;
- Le lancement d'appels nationaux à projet et la mise en place d'un guichet d'assistance financière en vue de les aider à formaliser leur projet, à rendre viable économiquement leur entreprise, à solliciter des financements extérieurs;
- Organisation de compétitions de meilleur entrepreneur sur les treize (13) régions du pays ;
- présentation de l'«Entreprise modèle» primées par des voyages d'études et d'échanges;
- La réalisation de visites périodiques aux entreprises et la formalisation d'un cadre d'échange pour la création d'organisations professionnelles et le développement de réseaux ;
- La proposition d'instruments juridiques, fiscaux et financiers par l'institutionnalisation du Bureau Burkinabé de Financement des Entreprises culturelles (BBFEC) chargé de conduire un mécanisme de défiscalisation et d'octroi de crédit d'impôts aux entrepreneurs culturels ;
- Les diffusions trimestrielles d'informations sur les opportunités d'appui (ouvertes aux entreprises culturelles) au niveau national et international.

### **Groupes cibles :**

- Les entreprises formelles et informelles de toutes les filières culturelles ;
- Les opérateurs évoluant dans ces filières ;
- Les associations culturelles et artistiques ;
- Les acteurs publics en charge de l'encadrement des entreprises culturelles ;
- Les Institutions internationales et les PTF (UNESCO, OIF, UE, AECID, etc.).

### **4.1.3 Pertinence et justification**

**Pertinence par rapport à l'orientation du Burkina Faso :** le « solarium » culture s'inscrit dans la même lancée de résolution des problèmes de performance qui se posent comme contraintes au secteur culturel du Burkina Faso. Il est étroitement lié à la stratégie nationale de développement des industries culturelles. Le projet doit renforcer la dynamique de l'entrepreneuriat culturel en apportant un appui institutionnel, un appui au renforcement des capacités managériales, une mise à disposition d'indicateurs d'aide à la décision, un appui aux promoteurs et nouveaux créateurs d'entreprises culturelles.

Le présent projet est aussi pertinent par rapport au contexte actuel de l'économie nationale où l'informel prédomine. En effet, la majorité des entreprises culturelles évolue dans l'informel et est donc confrontée à plusieurs problèmes. Cette proposition serait un catalyseur pour leur formalisation afin de profiter aussi des outils formels existants déjà (les guichets de la MEBF (cf. Tableau 12), les fonds du Ministère de la Jeunesse et de l'Emploi (cf. Tableau 14) pour l'accompagnement et l'appui aux entreprises). Parmi les conditions d'éligibilité il y'a la reconnaissance officielle de l'entité par les services de l'Etat. Cette exigence se comprend en partie par le fait que la totalité du budget de l'Etat alloué aux subventions est constitué par les impôts et les taxes. Ce faisant comme il n'existe pas de mécanismes fiables de recouvrement de taxes auprès des entreprises informelles, elles sont difficilement prises en compte par l'extension de ces outils. De plus les institutions financières ne proposent leurs services qu'aux entreprises qui ont un minimum d'organisation capable de répondre efficacement à leur méthodologie d'analyse financière.

**Pertinence par rapport aux besoins du groupe cible et des bénéficiaires :** le « solarium » culture sera adapté aux besoins de l'entrepreneur culturel burkinabé. En effet, plusieurs portes d'interventions seront possibles (cf. figure 6). Des contrats d'objectif seront passés entre le ministère de tutelle et les opérateurs. Des concertations et des tables rondes seront tenues avec toutes les parties prenantes afin de dimensionner l'outil dans l'objectif de le rendre plus approprié et accessible à tous. De plus, les artistes et les professionnels se verront intégrés dans le processus pour une meilleure rentabilité et visibilité de leurs activités. L'objectif étant de rendre plus compétitives les entreprises pour mieux vendre les artistes et les produits dérivés locaux. Le consommateur aura accès à des produits de qualité et adaptés à son goût et à ses préférences.

Le « solarium » culture sera également à la portée des services commis à la cause de l'entreprise culturelle. Leur personnel sera formé aux enjeux, aux politiques publiques en matière d'entrepreneuriat culturel, aux techniques d'accompagnement des entreprises de toutes les filières, au financement et à l'environnement juridique des affaires etc. Cela leur permettrait de disposer d'outils économiques pour

mieux accompagner les entreprises culturelles à se structurer efficacement et à augmenter leur performance. Pour favoriser son appropriation, des rencontres interministérielles et des résidences de travaux seront régulièrement organisées à leur profit.

Ce projet rencontrera l'assentiment des PTF qui veulent accompagner le développement de l'économie de la culture au Burkina Faso. Cependant, leur financement est faible en raison du manque d'instruments de veille et d'appréciation de performance, de dispositif d'accompagnement financier (lignes budgétaires, institutionnalisation des subventions étatiques) formalisé. Nous osons donc espérer pouvoir impliquer ou intéresser un grand nombre dans la mise en œuvre de cet outil dans un processus participatif.

### **Justification**

Les industries culturelles et créatives, longtemps marginalisées suscitent depuis un peu plus d'une décennie une attention particulière et constituent un enjeu important pour les pays. La plupart des entreprises culturelles des pays en développement pour des raisons de lourdeurs fiscales, sont dans l'informel en raison de la faible formalisation de leurs économies nationales. Les priorités pour accroître la performance des entreprises culturelles dans un tel contexte sont nombreuses. L'analyse que nous avons menée sur le secteur privé de la culture nous fait constater qu'il y a une insuffisance d'instruments adaptés et opérationnels. Il manque en effet, des mesures incitatives à une production nationale, toute chose égale par ailleurs, créera sa propre demande. L'absence de mécanismes spécialisés d'accompagnement technique et financier rend plus problématique l'ouverture au monde des affaires et au commerce international des produits culturels burkinabé. Par ailleurs, le marché local se doit d'abord d'être maîtrisé par les entrepreneurs nationaux par la maîtrise des circuits de diffusion et de distribution performants. Pour ce faire, l'Etat doit diligemment mettre en place des actions incitatives d'une production culturelle qui sera fonction des besoins nationaux. Il doit aplanir les difficultés d'accès aux crédits formels, promouvoir les sources de crédits informels, créer un marché de l'art, encourager la création de cadre de concertations entre les acteurs. Tout ceci doit être encadré par des instruments juridiques et fiscaux spécifiques au secteur. Ce n'est qu'à ce prix que les produits locaux pourront concurrencer avec les produits étrangers qui sont présents sur leur propre marché.

L'outil que nous proposons s'attaquera essentiellement aux contraintes qui se posent aux entrepreneurs dans leur processus de structuration. Il répondra aussi aux attentes de l'Etat et des différents documents cadres, qui sont de faire de l'entrepreneuriat culturel un levier de développement du Burkina Faso. Notre projet professionnel vient bien sûr à la suite d'un certain nombre de stratégies déjà entreprises mais souffrant d'une opérationnalisation efficace. L'outil novateur que nous proposons se base également sur une analyse d'autres outils de développement d'entrepreneuriat (cf. chapitre 1). C'est un instrument qui

appuierait tant bien les entreprises formelles que celles informelles mais qui doit les amener progressivement de se formaliser. C'est donc une démarche étape par étape et proactive.

## **4.2 Modalités de mise en œuvre**

Les principales actions pour la mise en œuvre efficiente prévoient deux (02) étapes : une phase d'implantation et une phase de mise en route.

### **4.2.1 Mobilisation des ressources**

**Phase d'implantation** : les ressources financières, humaines et logistiques à mobiliser pour l'implantation de l'outil viendront de diverses sources. Il y a l'Etat à travers le budget national, l'OIF avec le programme ARPIC. Cette phase consistera à installer les instances du projet, à équiper les locaux et à assurer un minimum de fonctionnement. Pendant cette phase d'implantation, les actions à privilégier sont des actions de formation, d'information et de sensibilisation, de visibilité du projet pour requérir l'adhésion des groupes cibles et des bénéficiaires. Elle durera une (01) année.

**Phase de mise en route** : c'est la phase de planification, d'ingénierie entrepreneuriale et d'opérationnalisation. Ainsi les ressources financières nécessaires proviendraient des sources suivantes : l'Union Européenne à travers le Programme Indicatif National (PIN) du Burkina Faso dans le cadre du 10<sup>e</sup> et du 11<sup>e</sup> FED pour le financement des études et l'organisation des ateliers de validation des stratégies. Les banques et les entreprises minières, qui s'intéressent de plus en plus à la promotion des entreprises culturelles, pour les campagnes d'information et de sensibilisation. Aussi, les partenaires bilatéraux et multilatéraux pour la contribution aux mécanismes d'exportation, les entrepreneurs eux mêmes à travers leurs contributions personnelles pour le développement de leur propre projet. Quant aux ressources humaines, un appel à manifestation d'intérêt sera lancé pour le recrutement de consultants indépendants pour renforcer la cellule de coordination.

### **4.2.2 Stratégies de communication**

**La communication intra – « solarium » ou encore communication d'efficacité de l'action**: cette partie se focalise sur les échanges d'informations entre les agents du comité de coordination et l'équipe des experts afin d'assurer le succès des actions. Pour cela des réunions hebdomadaires, des rencontres d'informations seront organisées régulièrement. Des échanges de courriers (physique et électronique), des séminaires de renforcement de capacités viendront accroître le partage d'information au sein de

l'équipe. Afin d'améliorer la fluidité de transmission, le réseau intranet « outlook » sera mis à contribution, ainsi que des numéros téléphoniques inscrits sur la liste flotte du projet.

**La communication extra – « solarium » ou communication de visibilité de l'outil:** elle concernera essentiellement les interviews et/ou publicités radio et télévisuelles, les conférences débats, les affiches et les affichages lors des grands événements, les « flyers » et dépliants au démarrage de la phase de mise en route, la politique de constitution des membres adhérents. L'utilisation du site web du projet et de réseaux sociaux pour la diffusion rapide de l'information et aussi comme portail de communication.

#### **4.2.3 Organes de mise en œuvre**

Deux instances composites structurent le « solarium » culture, il s'agit de la cellule de coordination et du comité des experts d'accompagnement.

**La cellule de coordination :** elle a pour mission de coordonner la mise en œuvre des instruments et mesures identifiés. A cet effet, elle est chargée de la gestion au quotidien du programme consistant à :

- élaborer le programme d'activités, assurer le suivi périodique et l'évaluation des activités ;
- favoriser la concertation et la cohérence de ses actions avec celles des autres structures ;
- proposer des cadres de partenariats et des stratégies de pérennisation du projet.

**Le comité des experts :** il est composé de personnes ressources très influentes dans leur domaine de compétence. Il est installé par arrêté ministériel et aura les tâches suivantes :

- diagnostiquer les besoins spécifiques des entreprises et proposer des solutions ;
- élaborer des outils de développement adaptés aux différentes formes juridiques choisies par les entreprises en création ou en besoin de maturité ;
- proposer des stratégies d'accompagnement en tenant compte du statut de l'entreprise ;
- former le personnel du comité de pilotage sur les techniques d'accompagnement des entreprises.

### **4.3 Financement**

Cette section étaye les éléments budgétaires de notre projet, ainsi que l'apport des différents partenaires du projet. Ensuite, elle montre comment le projet va pouvoir se financer en partie de lui-même à partir de la troisième année de sa mise en œuvre.

Pendant la phase d'implantation le projet prévoit l'acquisition d'équipements. Quant à sa mise en route, elle est essentiellement axée sur le fonctionnement courant et la tenue des activités externes de promotion et de formation.

### 4.3.1 Prévisions budgétaires

Tableau 3: Coût total du projet et plan de financement

Désignation	Quantité	Coût total (FCFA)	Coût total (Euros)
Phase d'implantation	01	53 092 925	80 934,34
Phase de mise en route	01	70 080 500	106 830
Frais de fonctionnement et traitement honoraires du comité des experts	01	32 500 000	49 542,7
<b>Total général</b>		<b>155 673 425</b>	<b>237 307,04</b>

### 4.3.2 Plan de financement

	Etat	ARPIC	FED	Banques et sociétés minières	coopération	Entreprises culturelles	médias	Total (FCFA)
Etudes, validation et évaluations des stratégies et des instruments	2.713.597		32.481.555	8.120.388	10.827.185			54.135.925
Informations, sensibilisation et communication, visibilité	1.786.200			10.717.200	1.786.200	893.100	2.673.300	17.862.000
Formations, expertises/coordination, compétitions		15.825.750	10.550.500	10.550.500	10.550.500	5.275.250		52.752.500
Mise en place du guichet d'accompagnement financier				4.169.000	6.253.500			10.422.500
Charges locatives et fonctionnement	6.150.000	3.075.000	4.100.000	2.050.000	2.050.000	2.050.000	1.025.000	20.500.000
<b>Total</b>	<b>10.649.797</b>	<b>18.900.750</b>	<b>47.132.055</b>	<b>35.607.088</b>	<b>31.467.385</b>	<b>8.218.350</b>	<b>3.698.000</b>	<b>155.673.425</b>
<b>Taux de participation</b>	<b>6,8%</b>	<b>12%</b>	<b>30,2%</b>	<b>22,8%</b>	<b>20,3%</b>	<b>5,3%</b>	<b>2,4%</b>	<b>100%</b>

*NB* : le détail des rubriques et des coûts des tâches sont en annexes

### **4.3.3 Stratégie d'autonomisation financière**

Le présent projet de création du « solarium » culture a l'ambition d'être à terme un mécanisme propre aux entrepreneurs culturels eux mêmes, d'où cette rubrique qui décline les aspects qui vont lui permettre d'être indépendant financièrement. Il s'agit entre autre d'organiser les prestations afin qu'elles puissent dégager des marges budgétaires. En perspectives, il y a l'organisation annuelle d'un Salon international de l'entrepreneur culturel. Cette activité qui durera sept jours va capitaliser le prix des entrées (concerts, marchés de produits culturels, etc.) et aussi le montant de location des stands. De plus il sera demandé aux participants aux sessions de formation une contribution financière ainsi que les entrepreneurs qui désireront prendre part aux compétitions d'entreprises. Enfin les atouts (site web, réseautage, salle de réunions, salle informatique à haut débit, équipements, etc.) du projet pourront être utilisés par les promoteurs comme vitrines de commercialisation moyennant des frais d'exploitation (cf. Tableau 8)

## **4.4 Planification**

### **4.4.1 Cadre programmatique**

L'ensemble des activités du présent projet de création du « solarium » culture s'étendra sur une période de trois. Cette échéance n'est pas la fin du projet mais au bout de ce délai, il sera à une étape de maturité et pourrait prendre en charge 75% de son financement. Les étapes majeures de sa planification sont consignées dans le cadre ci-dessous (page 53):

### **4.4.2 Outils de veille et de décision**

Le projet vient apporter un outil spécifique pour l'amélioration de la performance des entreprises culturelles. Etant donné son caractère nouveau, il s'avère capital de donner un certain nombre de directives pour la décision et des indices de veille tout au long de sa mise en œuvre. Ce sont :

- les bilans d'activités du comité de coordination afin de connaître l'état d'avancement et d'atteinte des objectifs du projet en vue d'intégrer d'éventuels recadrages ;
- les rapports de consultation des experts qui renseigneront l'adéquation de l'outil et la réactivité des entreprises. Cela permettrait de réorienter certains instruments de mesure de performance ;
- les états financiers et comptables des entreprises pour nous rendre compte de la croissance financière des entreprises suite à la mise en œuvre du projet ;

- les indicateurs d'évaluation de performance des entreprises culturelles et des produits culturels sur les marchés régionaux et internationaux. Ils nous permettront de savoir si l'offre répond à la demande et aux exigences des consommateurs ;
- l'évolution du taux de formalisation des entreprises culturelles au niveau de la MEBF et de celles membres de la Chambre de commerce, de l'industrie du Burkina Faso (CCI/BF)
- le nombre de dossiers aux appels à projets permettra de rendre compte de la proportion des entreprises qui acceptent de sortir de l'informel ;
- l'adoption et l'application de textes juridiques et fiscaux spécifiques au profit du secteur privé culturel.

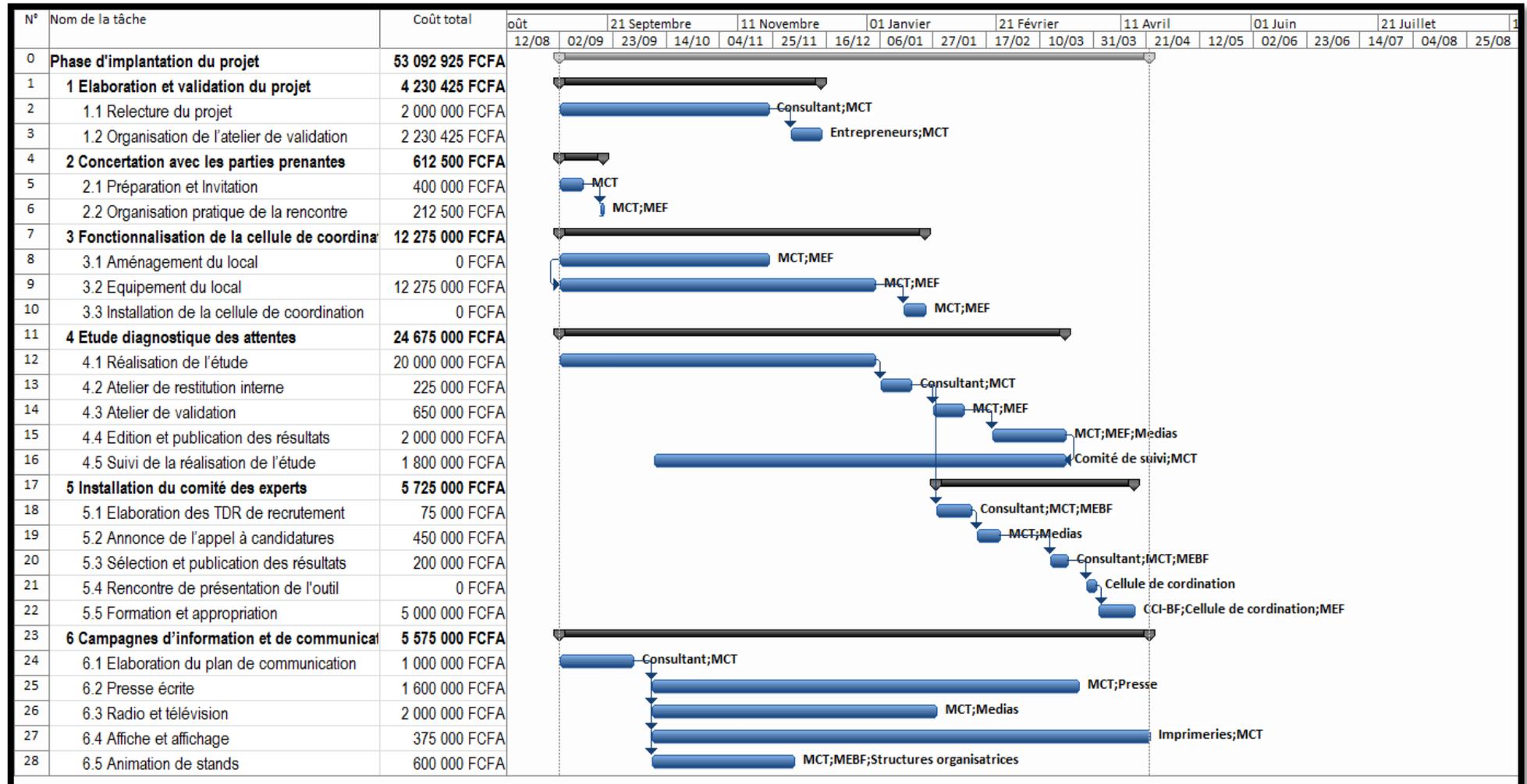
Le suivi sera assuré au quotidien par la cellule opérationnelle et semestriellement par l'Observatoire des politiques et industries culturelles. Quant à l'évaluation, elle sera annuelle, à mi-parcours et finale. Les évaluations à mi-parcours (entre 18è et le 22 mois) et l'évaluation finale seront assurées par une expertise externe. Les audits seront commanditées par le DPICC et réalisées par des cabinets agréés.

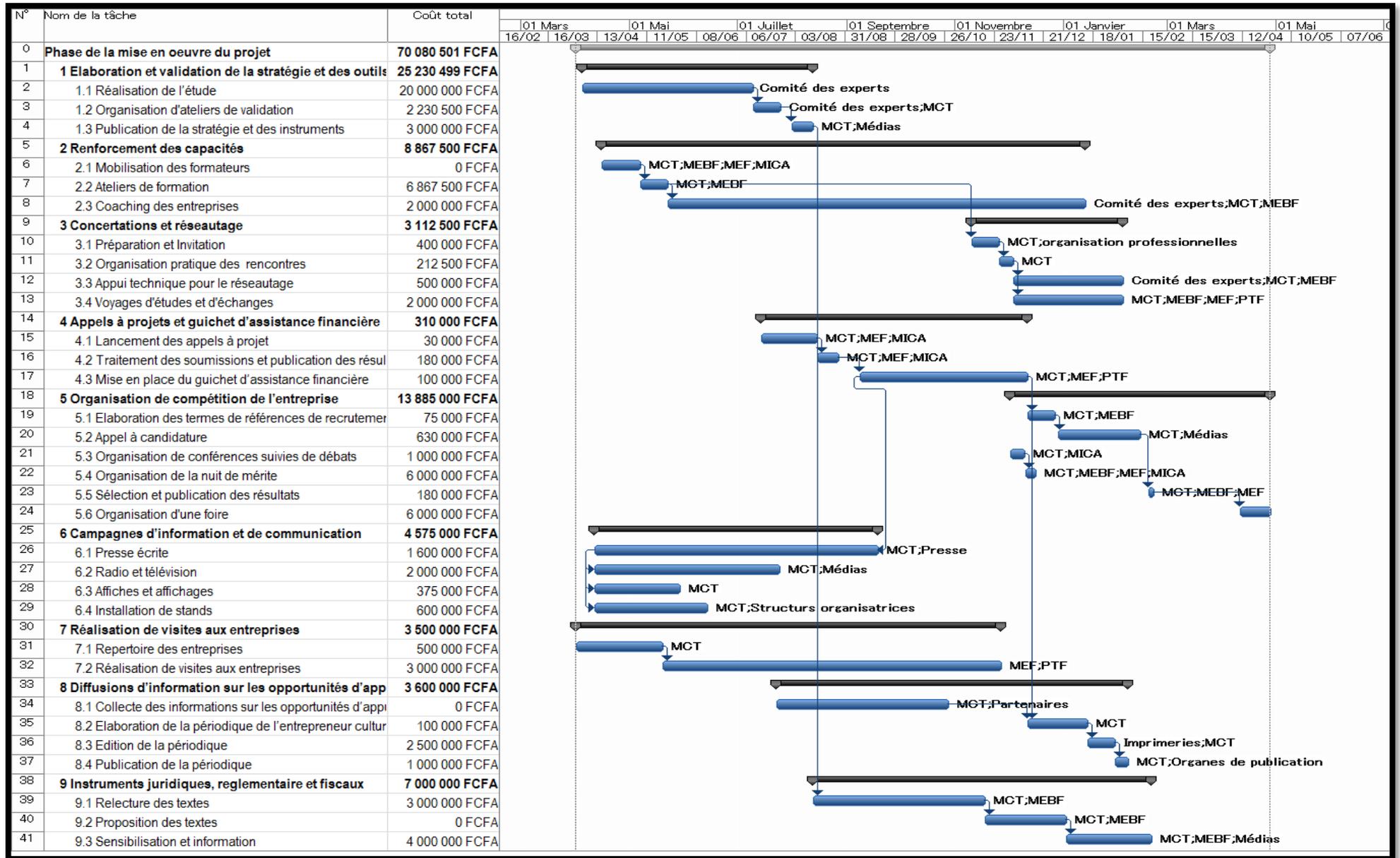
#### ***4.4.3 Appropriation et pérennisation***

Plusieurs facteurs peuvent altérer la réussite et la durabilité du projet. Pour venir à bout de ceux-ci certaines dispositions seront prises pour assurer sa viabilité. Il s'agit de :

- institutionnaliser la subvention de l'Etat afin de supporter une partie des charges de fonctionnement et du personnel du projet;
- développer la coopération en vue d'établir de nouveaux partenariats pour des échanges d'expériences dans le domaine de l'accompagnement des promoteurs culturels ;
- développer d'autres sources de financement comme le crédit islamique et aussi promouvoir le financement informel au profit des entrepreneurs culturels;
- instituer des prestations payantes pour les services sollicités par les entrepreneurs et aussi pour le système d'exploitation du site web du projet par les promoteurs ;
- Associer les bénéficiaires à l'établissement de mécanismes permanents de contrôle afin de garantir une transparence dans la gestion ;
- Tenir des instances, des évaluations et des concertations avec les partenaires et les bénéficiaires en vue d'avoir un partage de responsabilité dans l'atteinte des résultats du projet;
- Susciter une expertise entrepreneuriale au niveau des bénéficiaires pour faire partie progressivement du Comité des experts ;
- Créer un environnement institutionnel, juridique et technique favorable qui viendrait s'adjoindre à la volonté politique pour le développement des entreprises culturelles ;
- Formaliser les compromis par des instruments juridiques spécifiques à chaque champ d'activités

Tableau 4: Cadre programmatique du projet





## Conclusion

Le but de la recherche était d'arriver à un état des lieux du secteur privé de la culture et d'apporter des éléments d'amélioration.

Les enjeux économiques des industries culturelles sont si évidents à l'heure actuelle que leur management est une exigence pour le développement du Burkina Faso. Face à la globalisation, le développement des entreprises culturelles devient une nécessité diligente. Cette impérieuse marche se ressent par les politiques et stratégies mises en œuvre en matière de cadres légaux et d'infrastructures au profit des entreprises culturelles.

Par ailleurs, l'insuffisance des outils d'accompagnement et de structuration des entreprises et des promoteurs fait que la performance de l'entrepreneuriat culturel laisse à désirer. La qualité des produits culturels burkinabé sont en deçà des normes sous régionales voire internationales, ce qui rend incohérente la corrélation entre l'offre et la demande des biens et services culturels. Cette absence d'équilibre entre le niveau de production et celui de la consommation doit être palliée par l'élaboration et la mise en œuvre d'outils appropriés à l'entrepreneuriat culturel. La mise en place d'un véritable levier de performance des entreprises culturelles est donc imminente.

C'est dans ce contexte que notre étude a rendu possible l'appréhension de la situation de l'entrepreneuriat culturel au Burkina Faso. Il a été l'occasion de connaître les actions réalisées en faveur des entreprises et de comprendre pourquoi les entreprises culturelles ont une position faible actuellement face aux autres entreprises. Aussi, leur informalité les maintient dans l'isolement total des mécanismes d'accompagnement, ce qui constitue, la préoccupation de fond depuis le début de la présente recherche.

Comment rendre performante l'entrepreneuriat culturel dans le contexte économique burkinabé ? Pour en venir à bout, nous avons adopté une démarche participative et consultative. Cela nous a permis de forger des techniques de collecte, d'analyse et de traitement des informations. Pour tenir compte du contexte informel de l'économie du Burkina Faso et pour conforter nos résultats nous avons associé au stage de la MEBF celui de l'APEIC et du SAFEM du Niger. Toute chose restant inchangée, ces structures pionnières et influentes dans leur domaine nous ont été d'un grand bénéfice pour circonscrire la problématique de notre étude et faire la proposition de création d'un « solarium » culture. Ce centre d'expertise, d'information, de formation et de conseil permettra aux entreprises culturelles de disposer d'outils nécessaires pour accroître leur performance et surtout à celles informelles de se formaliser.

En effet, le caractère informel de la majorité de l'économie burkinabé explique les faibles niveaux de productivité et de croissance des entreprises culturelles. Pour remédier à ce problème et promouvoir une croissance solidaire, il faut inciter dans toute la mesure du possible à l'économie formelle. Ainsi, le

Burkina Faso doit renforcer son état de droit en favorisant une passerelle vers la formalisation des entreprises culturelles. Cet élan doit être accompagné par une veille au respect strict des réglementations, d'où la nécessité d'asseoir des institutions sur de solides bases légales et judiciaires.

Vu la délicatesse et la complexité du sujet traité, les difficultés majeures rencontrées sont entre autres dues aux problèmes de collectes des informations dont leur caractère qualitatif et peu quantitatif n'ont pas permis à notre échantillon de se prêter aux tests de conformité d'ensemble. De plus la rareté de la documentation abordant l'entrepreneuriat culturel au Burkina Faso a été un temps soit peu une contrainte pour notre travail.

En dépit de tout, notre recherche a été réalisée avec les conditions qui lui étaient offertes. Comme toute œuvre humaine, notre étude est perfectible car elle comporte sans doute des insuffisances. C'est pourquoi nous osons croire qu'elle ne restera pas sans prolongement d'analyse et d'approfondissement par d'autres réflexions au profit de la compétitivité des entreprises culturelles. En effet, notre étude n'est qu'une ébauche contributive à l'implantation d'un solide et véritable entrepreneuriat culturel au Burkina Faso riche une culture diversifiée.

## Bibliographie

### Ouvrages

- B. Lautier : *L'économie informelle dans le tiers Monde*, Paris, Edition la Découverte, 1994, 125.p.
- B. Miège : *Les industries de contenu face à l'ordre informationnel*, Presse universitaire de Grenoble, 2000, 120.p
- D. Soulié : *Analyse économique et stratégie d'entreprises*, UREF. EDICEF/AUPELF, Paris, 1992, 285.p.
- F. Benhamou : *Economie de la culture*, Paris, Edition la Découverte, 2004, 123.p.
- J. K. ZERBO : *A quand l'Afrique ?* Edition de l'Aube, Paris, 2003
- J. Tardif et J. Farchy : *Les enjeux de la mondialisation culturelle*, Edition Hors commerce, Paris, 2006, 368.p.
- J-P. Warnier : *la mondialisation de la culture*, Quatrième édition, Edition la Découverte, Paris, 2008, 128.p.
- M. M Agbodan et F. G. Amoussouga : *Les facteurs de performance de l'entreprise*, AUPELF-UREF, John Libbey Eurotext, Paris, 1995, 243.p.
- M. Menard : *Eléments pour une économie culturelle*, SODEC, Québec, Juillet 2004, 167.p.
- N. Monkan, J.P. Kamdem, J. Akoa : *Guide du créateur d'entreprise au Cameroun*, Yaoundé, 2000
- O. Bain : *Afrique. Histoire, économie et politique*, Paris, 2011
- P-A. Fortin : *La culture entrepreneuriale un antidote à la pauvreté*, Québec, 2002

### Articles

- A. Singh, S. Jain-Chandra et A. Mohammad : « Les Etats ont raison de réduire la taille de l'économie souterraine en améliorant les institutions propices à une croissance solidaire » dans *Finances et développement*, Direction Asie et Pacifique du FMI, Juin 2013, pp.42-45, disponible sur <http://www.imf.org/external/pubs/ft>
- C. O. Sissoko : « la contribution des industries culturelles au développement des pays du sud », in *Africultures*, Paris : Harmattan, pp. 40-41
- J. G. Lacroix : « Pour une théorie des industries culturelles » dans *Cahier de recherche sociologique*, Vol 4, N°2, Paris, 1986, p.8.
- M. Lazzarato : « Formes contemporaines de l'économie informelle : activités, échanges et réseau de relations », Paris, 1999, p.18
- P. Pimenta : « il faut investir l'informel » dans *Les cultures africaines sont-elles à vendre ?*, *Africultures* N°69, février 2007, disponible sur [http:// w.w.w. africulture.com](http://w.w.w.africulture.com)
- S. Ndour : « le développement des industries culturelles : une exigence de l'Afrique dans le contexte de la mondialisation »
- T. Tiendrébéogo, « Maintenant l'Afrique ! Rapport de l'Atelier cinéma » dans *Les cultures africaines sont-elles à vendre ?*, *Africultures* N°69, février 2007, disponible sur [http:// w.w.w. africulture.com](http://w.w.w.africulture.com)
- Y. Fall, culture : « enjeu de développement pour l'Afrique » dans *Les cultures africaines sont-elles à vendre ?*, *Africultures* N°69, février 2007, disponible sur [http:// w.w.w. africulture.com](http://w.w.w.africulture.com)

## Mémoires d'étude

- A. H. Bouramah : *Les défis de la promotion de l'entrepreneuriat des jeunes. Analyse des fondements, enjeux et perspectives de l'entrepreneuriat des jeunes dans les pays membres de la CONFÉJES à la lumière de quelques expériences francophones. Pour une sensibilisation et prise en compte dans les politiques de développement au Niger.* Mémoire de Master en Développement de l'Université Senghor d'Alexandrie, département Administration et Gestion, Alexandrie, mai 1999
- B. Ouédraogo : *culture et développement*, Mémoire ENAM, Ouagadougou, juin 2007
- E. R. Zida : *Les industries culturelles des pays francophones d'Afrique subsaharienne : les défis face au marché international*, Diplôme d'Université de l'Université Jean Moulin Lyon 3, Lyon, 2009, 85.p.
- IAPM : *Cours de Théories économiques et industrialisation dans le monde*, 2005
- I. Diallo : *Stratégie de développement de l'entrepreneuriat : quelques outils pour la Mauritanie à partir de l'expérience du Québec*, Mémoire de Master en développement de l'Université Senghor d'Alexandrie, département Administration et Gestion, Alexandrie, avril 2005
- J.Y. Yarabatouila : *Culture et développement local : éléments d'appui à la décentralisation culturelle au Burkina Faso*, Mémoire de Master de l'Université Senghor d'Alexandrie, Département Culture, Alexandrie, Avril 2011, 118.p.

## Rapports et Etudes

- Bureau International du Travail : *Rapport Kenya*, 1972
- Burkina Faso : *Stratégie de croissance accélérée et du développement durable*, Ouagadougou, décembre 2010, 116.p.
- Commission Européenne : *L'économie de la culture en Europe*, KEA, Europeen Affaires, janvier 2007
- F. D'Almeida et M. L. Alleman : *Les industries culturelles des pays : enjeux de l'adoption de la convention internationale sur la diversité culturelle*, Grenoble, 87.p.
- Ministère de l'Economie et des Finances : *Etude diagnostique sur la situation socio économique : progrès et acquis du développement du Burkina Faso de 2000 à 2009*, Ouagadougou, Avril 2012
- Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat : *Rapports d'activités 2010*, Ouagadougou, décembre 2010
- Ministère de la Culture et du Tourisme : *Etude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique du Burkina Faso*, Ouagadougou, Mai 2012, 107.p.
- Ministère de la Culture du Tourisme et de la Communication : *Politique nationale de la culture*, Ouagadougou, Octobre 2009
- OIF : *Profil culturel des pays du sud membres de la Francophonie : un aperçu pour les pays de l'UEMOA, Sénégal, Burkina Faso et la Côte d'Ivoire*, Paris, 2011
- P. Jérétic : *Guide méthodologique pour l'élaboration d'études sur les impacts économiques de la culture*, Paris, 2011, 92.p.
- P. Jérétic : *L'économie de la culture au Mali*, IBM pour la CE, Paris, janvier 2007, 108.p.
- PNUD : *6è Rapport sur le développement humain au Burkina Faso*, Ouagadougou, 2007

- Premier Ministère : *Rapport d'atelier du PRCE sur les défis du secteur privé burkinabé*, Ouagadougou, mars 2009, 48.p.
- UNESCO : *Mondiacult*, Paris, 1982
- UNESCO : *Politique pour la créativité : Guide pour le développement des industries culturelles et créatives*, Paris, 2012

### Documents Internet

- <http://www.agro-pme.org>
- <http://www.economie-numerique.com>
- <http://www.entrepreneurship.qc.ca>
- <http://www.id.erudit.org/iderudit/1002001> ar
- <http://www.ifacca.org/publications> ; N°269 (consulté le 26 octobre 2012)
- <http://www.infoentrepreneurs.org/fre/index2>
- <http://www.observatoire-culture.net>
- [www.afriquepluriel.ruwenzori.net/eco-info](http://www.afriquepluriel.ruwenzori.net/eco-info)
- [www.apce.com](http://www.apce.com) (consulté le 15 août 2012)
- [www.cc-pays-wissembourg.fr/hotelentreprise.html](http://www.cc-pays-wissembourg.fr/hotelentreprise.html) (consulté le 10 septembre 2012)
- [www.clddequebec.qc.ca](http://www.clddequebec.qc.ca)
- [www.enseignementsup-recherche.gov.fr](http://www.enseignementsup-recherche.gov.fr)
- [www.forum-avignon.org/debat](http://www.forum-avignon.org/debat) 2011 (« Investir dans la culture » interview de David Throsby)
- [www.francophonie.org/IMG/pdf/Industrie\\_cult\\_pays\\_du\\_sud\\_2004](http://www.francophonie.org/IMG/pdf/Industrie_cult_pays_du_sud_2004)
- [www.industrie.gov.fr](http://www.industrie.gov.fr) (« industries culturelles et créatives : les actifs immatériels comme facteurs de croissance »)
- [www.lefaso.net](http://www.lefaso.net)
- [www.lemonde.fr](http://www.lemonde.fr) (propos de Olivier Poivre d'Arvor sur « Quelle politique culturelle pour la France »)
- [www.me.bf](http://www.me.bf)
- [www.strategie-aims.com/events/conferences/10](http://www.strategie-aims.com/events/conferences/10) Xiième
- [www.sodec.gouv.qc.ca](http://www.sodec.gouv.qc.ca)
- [www.technoparc-poissy.com](http://www.technoparc-poissy.com). (Consultés le 23 juillet 2012)
- [fr.wikipedia.org/wiki/](http://fr.wikipedia.org/wiki/Economie_de_la_culture) Economie de la culture (« l'offre propose, la demande dispose ? » points de vue de François Rouet, de Caves, R. McCain)

## Liste des fiches illustratives

Questionnaire d'enquête .....	64
Fiches des formalités de création d'entreprises .....	65

## Liste des graphiques

Figure 1: Répartition des emplois culturels selon les filières .....	68
Figure 2: Répartition des entreprises selon le niveau de leur chiffre d'affaires et le niveau d'étude du gestionnaire.....	68
Figure 3: Répartition des entreprises selon le niveau de leur chiffre d'affaires et statut.....	69
Figure 4: Répartition des entreprises selon l'accompagnement institutionnel reçu .....	69
Figure 5 : Répartition des entreprises selon la profitabilité des textes règlementaires .....	70
Figure 6: Schéma d'intervention et d'aide à la création et au développement d'entreprises performantes .....	91

## Liste des tableaux

Tableau 1: Synthèse des informations collectées : .....	35
Tableau 2: Commentaire des informations collectées : .....	36
Tableau 3: Coût total du projet et plan de financement.....	50
Tableau 4: Cadre programmatique du projet .....	53
Tableau 5: Récapitulatif des observations .....	71
Tableau 6: Indicateurs relatifs au chiffre d'affaires, à la variance et à l'écart type des entreprises culturelles .....	72
Tableau 7: Budgétisation .....	73
Tableau 8: Récapitulatif des coûts .....	78
Tableau 9: Recettes prévisionnelles des prestations .....	80
Tableau 10: Effectif et salaires prévisionnels du personnel .....	81
Tableau 11: Cadre logique .....	83
Tableau 12: Guichets de la MEBF .....	86
Tableau 13: Pack entreprendre de la MEBF .....	87
Tableau 14: Fonds nationaux d'appui au secteur privé .....	88

## Glossaire

- 1- **Croissance pro-pauvre** : c'est quand les revenus du groupe des pauvres qu'elle engendre croissent dans une proportion plus grande que celle des revenus de la catégorie des non-pauvres. Ceci implique que les revenus du groupe des ménages vivants en dessous du seuil de pauvreté, avant la période de croissance, augmente avec un taux de croissance plus grand que le taux observé chez le groupe de ménage vivant au-dessus du seuil de pauvreté
- 2- **Droit d'auteur** : c'est un droit reconnu par les autorités nationales à un auteur d'exploiter une œuvre littéraire, artistique ou scientifique
- 3- **Droits voisins** : c'est un droit reconnu par les autorités nationales aux personnes secondaires qui ont contribué auprès de l'auteur pour la création d'une œuvre littéraire, artistique ou scientifique
- 4- **Entrepreneur culturel** : c'est un professionnel qui assure la mise en œuvre et la viabilité d'une initiative ou d'une entreprise culturelle, en assumant ou non une partie du risque qu'elle entraîne.
- 5- **Filière** : C'est une relation d'affaires et de flux économiques entre les entreprises de différentes fonctions dans un même champ d'activités.
- 6- **Grappes d'entreprises** : Elles constituent des réseaux d'entreprises constitués majoritairement de PME/PMI, fortement ancrées localement, souvent sur un même créneau de production et souvent commune et la mise en place de services en actions concrets et mutualisés. Elles constituent des vecteurs très importants de développement et de compétitivité pour les entreprises et les territoires
- 7- **Industries culturelles** : comprends Arts visuels, arts du spectacle (comprenant l'opéra, les orchestres, le théâtre, la danse, le cirque), patrimoine (incluant les musées, les sites patrimoniaux et archéologiques, les bibliothèques et archives), musique, cinéma et audiovisuel, télévision et radio, édition, design, architecture, artisanat, publicité.
- 8- **Industries créatives** : elles représentent toute industrie qui a pour origine la créativité individuelle, l'habileté et le talent et qui a le potentiel de produire de la richesse et de l'emploi à travers la création et l'exploitation de la propriété intellectuelle. Elles font intervenir l'architecture, le design, la publicité, l'artisanat, la mode ou le tourisme culturel.
- 9- **Micro entreprise** : c'est une unité économique qui a un niveau d'opération très bas, une faible technologie, un accès limité aux crédits et un manque de capacité de gestion.

- 10- **Niche** : il s'agit d'un petit segment de marché ciblé en termes de clientèle ou de produit généralement nouveau ou peu exploité
- 11- **Pôle de croissance** : c'est une combinaison d'entreprises et de centres de recherche publics ou privés sur un territoire donné, ou une collectivité territoriale dont l'activité économique constitue un moteur de croissance économique.
- 12- **Pôle économique** : c'est une localité présentant un avantage pour une activité économique.
- 13- **Pôle de compétitivité** : c'est une combinaison d'entreprises, d'universités et de centres de recherche publics ou privés sur un territoire donné, qui travaillent ensemble, autour de projets communs très innovants. L'objet d'un pôle de compétitivité est d'organiser les entreprises, en vue d'assurer la compétitivité sur le marché international.
- 14- **Prisme** : Instrument d'analyse de la Diversité culturelle, utilisé à toutes les étapes de l'élaboration et de la mise en œuvre des politiques dans tous les domaines. Il a pour origine la déclaration de l'UNESCO sur la Diversité Culturelle adoptée en 2001
- 15- **Trans-culture** : c'est l'ensemble des mécanismes qui permettent à une culture de maîtriser les chocs exogènes

## Annexes

### 1- Questionnaire d'enquête et fiches de création d'entreprises

#### Questionnaire d'enquête

**FICHE D'ENQUETE SUR LE CARACTERE FORMEL OU INFORMEL DES  
ENTREPRISES CULTURELLES AU BURKINA FASO**

(Individuel ou par structure)

Nom :

Prénom (s):

Fonction/ responsabilité (s):

Adresses (Email et Tél.):

Structure (dénomination):

Association ?    Entreprise individuelle ?    SARL ou SA ?    Autre? (préciser):

Date d'existence :

Caractère :                    formel                                    informel

Chiffre d'affaire (FCFA):    2010 :                                    2011 :

Comment justifiez-vous le statut de votre structure ?

Avantages du caractère de la structure :

Désavantages du caractère de la structure :

Besoin de changement de caractère (souhaiteriez vous changer de statut? pour quelles raisons?)

Types de services (les entrepreneurs culturels burkinabé ont besoin pour se développer)

Commentaire (faites vous sur le caractère informel de l'économie de la culture)

---

Hamed Patric LEGA, Etudiant de l'Université Senghor d'Alexandrie, Spécialisation Gestion des industries culturelles

## Fiches des formalités de création d'entreprises



CENTRE DE FORMALITES DES ENTREPRISES  
50 39 80 58  
ceforeouaga@yahoo.fr  
HORAIRES : Dépôt de 8H00-12H00  
Retrait de 15H-17H00  
[www.me.bf](http://www.me.bf)

Pour tout  
renseignement  
appeler au  
50 47 90 26

### FORMALITES DE CREATION D'ENTREPRISES

#### POUR LES PERSONNES PHYSIQUES

**Formalités à accomplir :**

- 1- REGISTRE DU COMMERCE ET DU CREDIT MOBILIER (RCCM) ;
- 2- DECLARATION D'EXISTENCE FISCALE ET NUMERO DE L'IDENTIFIANT FINANCIER UNIQUE (IFU) ;
- 3- CARTE PROFESSIONNELLE DE COMMERÇANT (CPC) ;
- 4- NOTIFICATION EMPLOYEUR (CNSS).

**LISTE UNIQUE DES PIECES REQUISES A FOURNIR AU CEFORE POUR L'ENSEMBLE DES FORMALITES**

- 1 photocopie légalisée de la pièce d'identité ou du passeport du promoteur ;
- 1 extrait de casier judiciaire (Bulletin N°3) de moins de 3 mois du Promoteur ou une fiche de déclaration sur l'honneur dûment signée par le promoteur ;
- 1 copie de l'acte de mariage (s'il y a lieu) ;
- 1 certificat de résidence de l'année en cours (paiement de la taxe de résidence au domaine, et établissement du certificat de résidence à la mairie ou au commissariat de police) ;
- L'un des documents au nom du créateur d'entreprise :  
1 Contrat de bail à usage commercial enregistré, un titre foncier, un Permis Urbain d'Habiter, une attestation d'attribution de parcelle, une facture d'eau ou d'électricité ;
- 3 photos d'identité du promoteur ;
- 1 timbre fiscal de 200 F CFA.

1. *Lors de l'accomplissement de vos formalités, il vous sera demandé des informations relatives au chiffre d'affaires prévisionnel annuel, au nom commercial, à l'activité commerciale, à l'adresse complète (téléphone, boîte postale), à la date de début d'activité le nombre d'employés prévu afin de faciliter l'enregistrement et le traitement de votre dossier*
2. *Pour les étrangers, il convient d'adresser une demande d'autorisation d'exercer le commerce au Ministre en charge du commerce : Cette demande comporte les éléments suivants : Une demande timbrée à 1 000 F, un casier judiciaire de moins de trois mois, le passeport légalisé ou un document d'identité, une fiche de renseignement coûtant 1210 F CFA et timbrée à 10 000 F CFA. Le dépôt se fait au niveau de la Direction du Centre de Guichets Uniques.*
3. *La Maison de l'Entreprise vous offre gratuitement deux formations : une formation sur la création d'entreprise et une formation sur le management de la nouvelle entreprise. Par ailleurs elle vous donne des facilités d'ouverture de comptes bancaires dans ces locaux.*

**Frais d'accomplissement des formalités de création d'entreprise: 40 000 F CFA**  
Seuls les dossiers complets seront réceptionnés  
Date de mise en circulation : 27/02/2012

DOC/CEFORE /1\_Rev4



CENTRE DE FORMALITES DES ENTREPRISES

50 39 80 58

ceforeouaga@yahoo.fr

HORAIRES : Dépôt de 8H00-12H00 & 15 H-17H

Retrait de 15H-17H00

www.me.bf

Pour tout  
renseignement  
appeler au  
50 47 90 26

## FORMALITES DE CREATION D'ENTREPRISES

### POUR LES PERSONNES MORALES

#### Formalités à accomplir :

1. REGISTRE DU COMMERCE ET DU CREDIT MOBILIER (RCCM);
2. DECLARATION D'EXISTENCE FISCALE ET NUMERO DE L'IDENTIFIANT FINANCIER UNIQUE (IFU);
3. NOTIFICATION EMPLOYEUR (CNSS).

#### LISTE UNIQUE DES PIECES REQUISES A FOURNIR AU CEFORE POUR L'ENSEMBLE DES FORMALITES

- 1 photocopie de la pièce d'identité ou du Passeport du ou des gérants et de l'un des associés ;
- 1 extrait de casier judiciaire (Bulletin N°3) de moins de trois (03) mois du ou des gérants ou une fiche de déclaration sur l'honneur dûment signée par le ou les gérants (formulaire disponible sur le site MEBF ou au CEFORE);
- 1 exemplaire des statuts de la société;
- 1 exemplaire du Procès Verbal de l'assemblée générale constitutive;
- 1 exemplaire de l'acte notarié de souscription et de versement du capital (DNSV) ou la déclaration de régularité et de conformité (DRC);
- L'un des documents suivants au nom de la société :  
1 Contrat de bail à usage commercial enregistré aux impôts, un titre foncier, un Permis Urbain d'Habiter, une attestation d'attribution de parcelle, une facture d'eau
- 4 exemplaires du formulaire M0 ;
- 2 actes de dépôt au moins.

1. *Pour les étrangers, il convient d'adresser une demande d'autorisation d'exercer le commerce au Ministre en charge du commerce : Cette demande comporte les éléments suivants : Une demande timbrée à 1 000 F, une copie des statuts de la société, une fiche de renseignement coûtant 1210F et timbrée à 20 000 F CFA.*
2. *La Maison de l'Entreprise vous offre gratuitement deux formations : une formation sur la création d'entreprise et une formation sur le management de la nouvelle entreprise. Par ailleurs elle vous donne des facilités d'ouverture de comptes bancaires dans ces locaux et aussi une annonce légale sur son site internet [www.me.bf](http://www.me.bf). Pour visualiser les annonces légales sur le site, allez à téléchargement et saisissez la dénomination sociale de votre entreprise.*

Frais d'accomplissement des formalités de création de la société : 47 500 F CFA

**Seuls les dossiers complets seront réceptionnés**

Date de mise en circulation : 27/02/2012

DOC/CEFORE/5\_Rev3



CENTRE DE FORMALITES DES ENTREPRISES  
50 39 80 58  
ceforeouaga@yahoo.fr  
HORAIRES : Dépôt de 8H00-12H00 & 15 H-17H  
Retrait de 15H-17H00  
www.me.bf

Pour tout  
renseignement  
appeler au  
50 47 90 26

## FORMALITES DE CREATION D'ENTREPRISES

### POUR LES SUCCURSALES

#### Formalités à accomplir :

1. REGISTRE DU COMMERCE ET DU CREDIT MOBILIER (RCCM);
2. DECLARATION D'EXISTENCE FISCALE ET NUMERO DE L'IDENTIFIANT FINANCIER UNIQUE (IFU);
3. NOTIFICATION EMPLOYEUR (CNSS).

#### LISTE UNIQUE DES PIECES REQUISES A FOURNIR AU CEFORE POUR L'ENSEMBLE DES FORMALITES

- 1 photocopie de la pièce d'identité du représentant de la succursale ;
- 1 extrait de casier judiciaire (Bulletin N°3) de moins de trois (03) mois ou une fiche de déclaration sur l'honneur dûment signée par le représentant de la succursale;
- 1 exemplaire des statuts de la société mère;
- 1 exemplaire de la décision d'ouverture de la succursale;
- 1 Contrat de bail à usage commercial enregistré aux impôts au nom de la succursale ;
- 4 exemplaires du formulaire M0 ;
- 2 actes de dépôt. Au moins
- 1 photocopie du RCCM de la société mère

1. *Pour les étrangers, il convient d'adresser une demande d'autorisation d'exercer le commerce au Ministre en charge du commerce : Cette demande comporte les éléments suivants : Une demande timbrée à 1 000 F, une copie des statuts de la société mère, une fiche de renseignement coûtant 1210F et timbrée à 20 000 F CFA.*
2. *La Maison de l'Entreprise vous offre gratuitement deux formations : une formation sur la création d'entreprise et une formation sur le management de la nouvelle entreprise. Par ailleurs elle vous donne des facilités d'ouverture de comptes bancaires dans ces locaux et aussi une annonce légale sur son site internet [www.me.bf](http://www.me.bf). Pour visualiser les annonces légales sur le site, allez à téléchargement et saisissez la dénomination sociale de votre entreprise.*

Frais d'accomplissement des formalités de création de la succursale : 47 500 F CFA

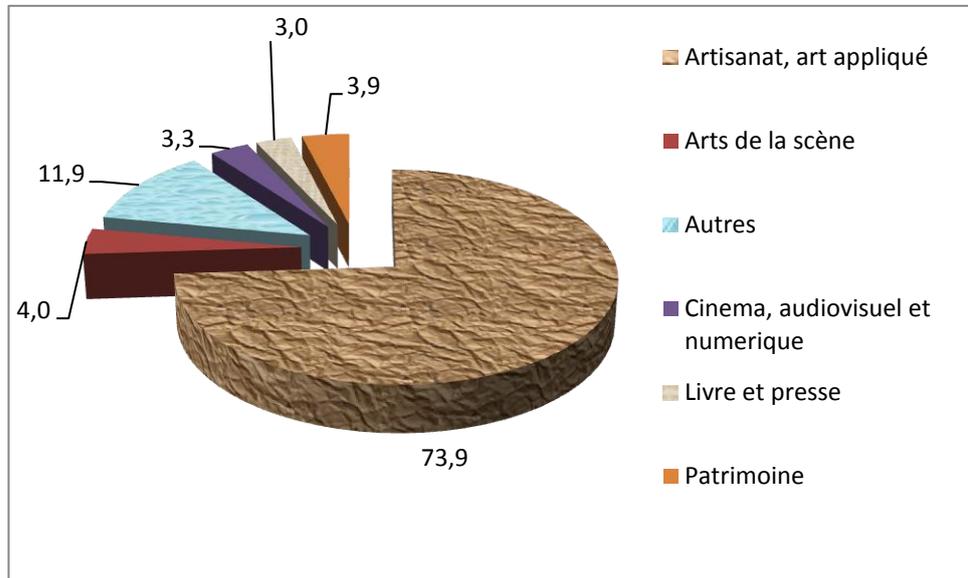
***Seuls les dossiers complets seront réceptionnés***

Date de mise en circulation : 27/02/2012

DOC/CEFORE/5\_Rev0

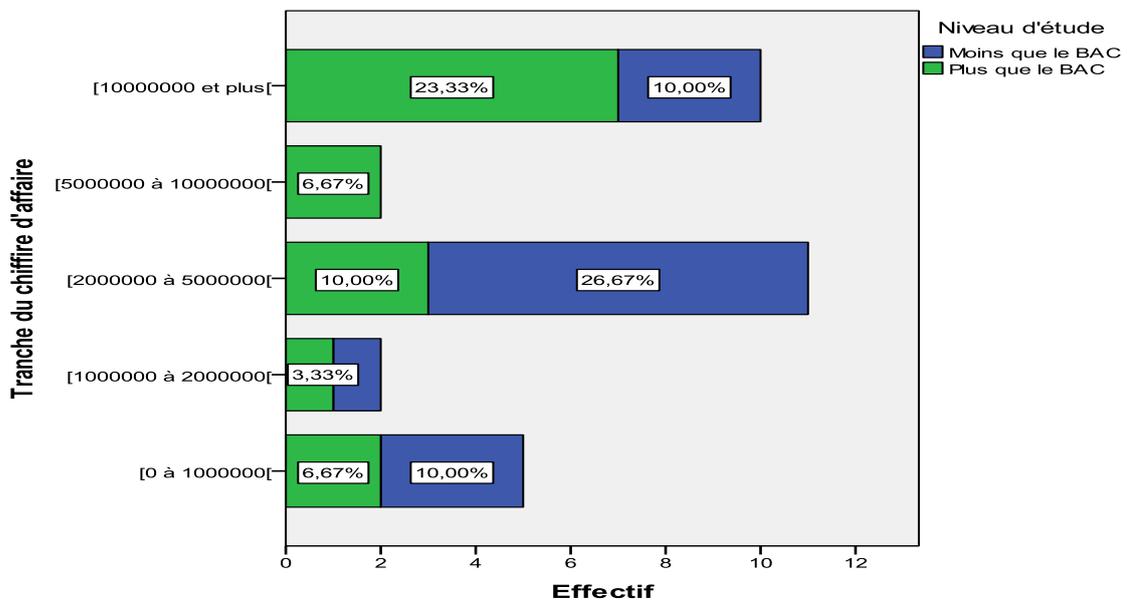
## 2- Graphiques illustratifs

Figure 1:- Répartition des emplois culturels selon les filières



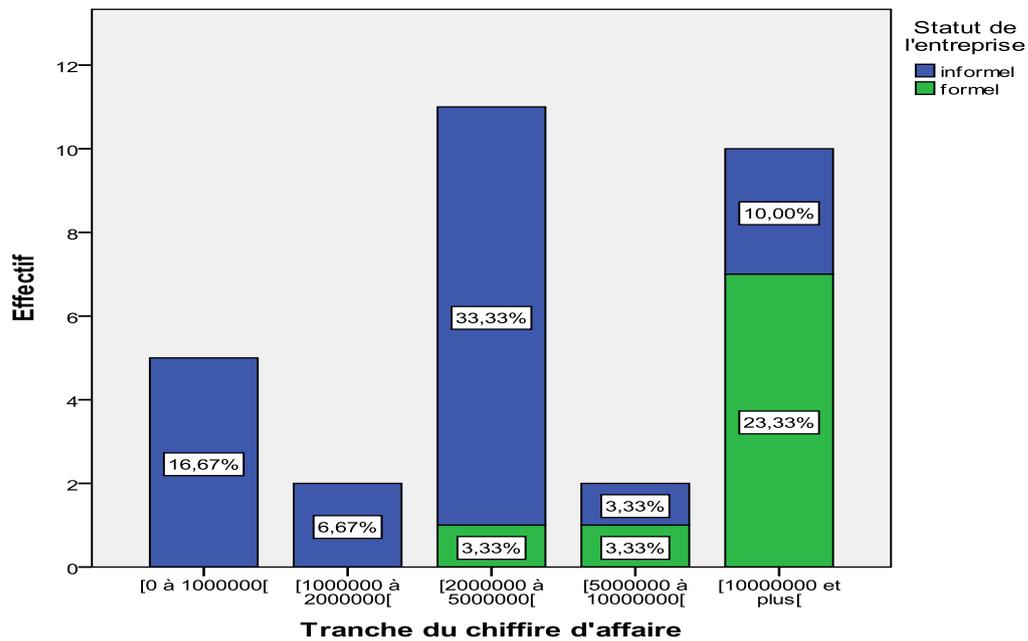
Source : EICVM 2009, résultats provisoires

Figure 2: Répartition des entreprises selon le niveau de leur chiffre d'affaires et le niveau d'étude du gestionnaire



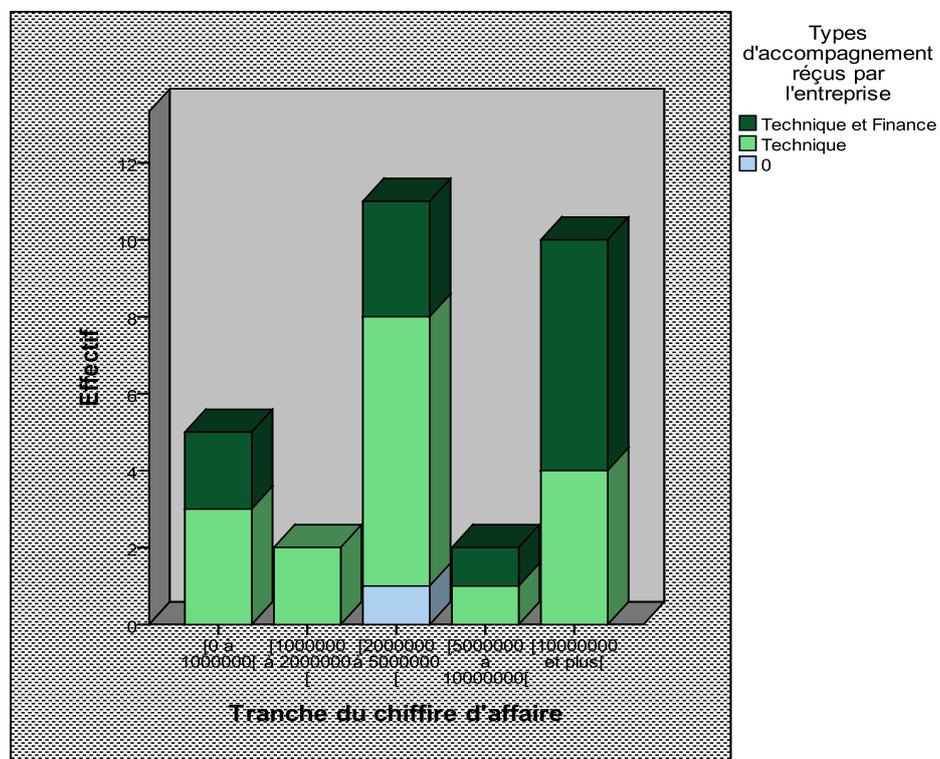
Source : Hamed P. Patric LEGA, à partir des résultats de l'enquête, août 2012

**Figure 3: Répartition des entreprises selon le niveau de leur chiffre d'affaires et statut**



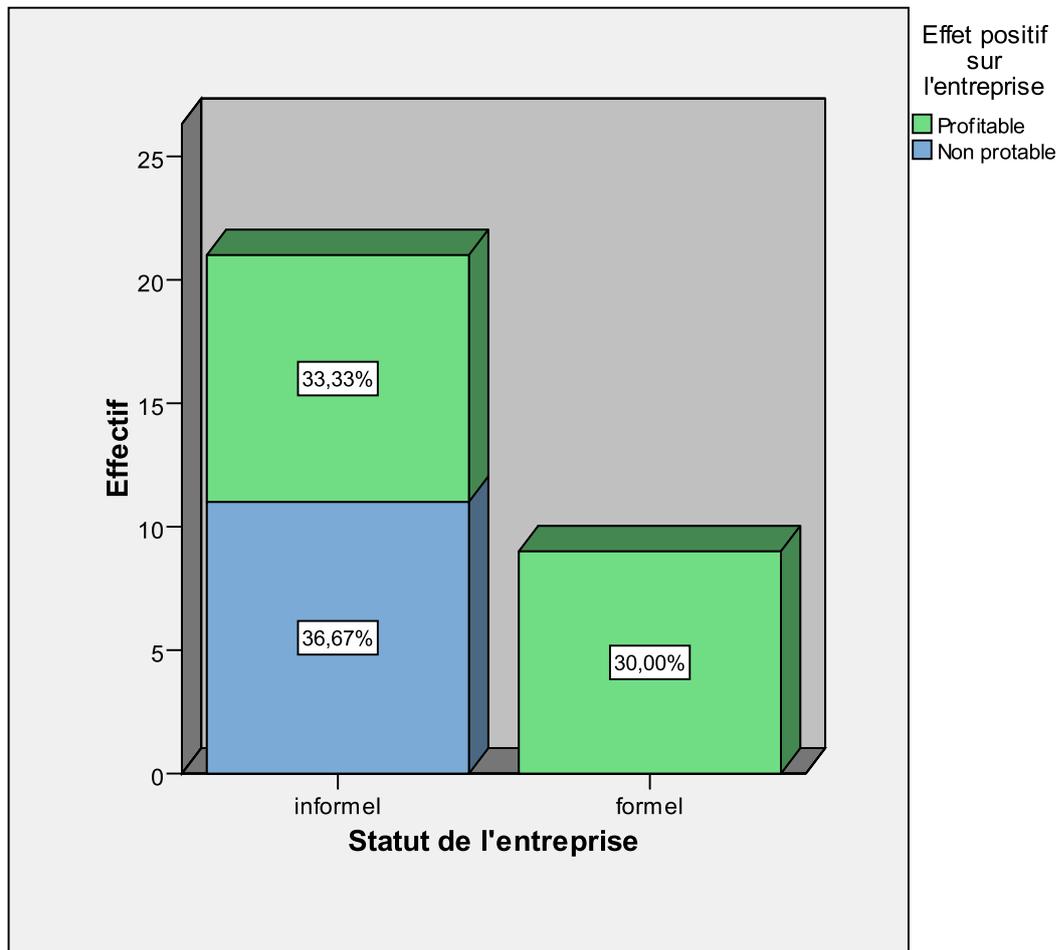
Source : Hamed P. Patric LEGA, à partir des résultats de l'enquête, août 2012

**Figure 4: Répartition des entreprises selon l'accompagnement institutionnel reçu**



Source : Hamed P. Patric LEGA, à partir des résultats de l'enquête, août 2012

**Figure 5 : Répartition des entreprises selon la profitabilité des textes règlementaires**



Source : Hamed P. Patric LEGA, à partir des résultats de l'enquête, août 2012

### 3- Tableaux

#### Tableau 5: Récapitulatif des observations

Numéro de Fiche entreprise	Chiffre d'affaires 2010	Chiffre d'affaires 2011	Chiffre d'affaires moyen	Tranche du chiffre d'affaires	Croissance du Chiffre d'affaires	Niveau d'étude	Formation professionnelle	Statut de l'entreprise	Connaissance de l'existence des textes	Effet positif sur l'entreprise	Types d'accompagnement reçus par l'entreprise
1	1700000	2100000	1900000	[1000000 à 2000000[	1,24	Moins que le BAC	Technique	informel	Oui	Non profitable	Technique
2	551600	1075000	813300	[0 à 1000000[	1,95	Moins que le BAC	générale	informel	Oui	Non profitable	Technique
3	2300000	3500000	2900000	[2000000 à 5000000[	1,52	Plus que le BAC	Technique	formel	Oui	Profitable	Technique et Finance
4	500000	1000000	750000	[0 à 1000000[	2,00	Moins que le BAC	Technique	informel	Oui	Profitable	Technique
5	5000000	9500000	7250000	[5000000 à 10000000[	1,90	Plus que le BAC	générale	formel	Oui	Profitable	Technique et Finance
6	46000000	24000000	35000000	[10000000 et plus[	,52	Moins que le BAC	générale	formel	Oui	Profitable	Technique et Finance
8	29000000	34000000	31500000	[10000000 et plus[	1,17	Plus que le BAC	générale	formel	Oui	Profitable	Technique
9	25000000	33000000	29000000	[10000000 et plus[	1,32	Plus que le BAC	générale	formel	Oui	Profitable	Technique et Finance
10	3460000	4525000	3992500	[2000000 à 5000000[	1,31	Moins que le BAC	générale	informel	Oui	Profitable	Technique
11	10000000	13000000	11500000	[10000000 et plus[	1,30	Plus que le BAC	générale	formel	Oui	Profitable	Technique et Finance
12	5500000	7000000	6250000	[5000000 à 10000000[	1,27	Plus que le BAC	générale	informel	Oui	Profitable	Technique
13	4000000	2800000	3400000	[2000000 à 5000000[	,70	Moins que le BAC	générale	informel	Oui	Profitable	Technique et Finance
14	90000000	80000000	85000000	[10000000 et plus[	,89	Plus que le BAC	générale	formel	Oui	Profitable	Technique et Finance
16	4000000	5000000	4500000	[2000000 à 5000000[	1,25	Moins que le BAC	générale	informel	Oui	Non profitable	Technique
17	2500000	3000000	2750000	[2000000 à 5000000[	1,20	Plus que le BAC	générale	informel	Oui	Non profitable	Technique
18	213000000	376000000	294500000	[10000000 et plus[	1,77	Moins que le BAC	générale	formel	Oui	Profitable	Technique et Finance
19	1475000	2000000	1737500	[1000000 à 2000000[	1,36	Plus que le BAC	générale	informel	Oui	Non profitable	Technique

20	3000000	4000000	3500000	[2000000 à 5000000[	1,33	Moins que le BAC	générale	informel	Oui	Non profitable	Technique
21	3275000	3930000	3602500	[2000000 à 5000000[	1,20	Moins que le BAC	générale	informel	Non	Non profitable	Technique
22	400000	1367500	883750	[0 à 1000000[	3,42	Plus que le BAC	générale	informel	Oui	Profitable	Technique et Finance
23	900000	800000	850000	[0 à 1000000[	,89	Plus que le BAC	générale	informel	Oui	Profitable	Technique et Finance
24	750000	1000000	875000	[0 à 1000000[	1,33	Moins que le BAC	générale	informel	Oui	Non profitable	Technique
25	5000000	3800000	4400000	[2000000 à 5000000[	,76	Moins que le BAC	générale	informel	Oui	Profitable	Technique et Finance
26	2000000	2900000	2450000	[2000000 à 5000000[	1,45	Plus que le BAC	générale	informel	Oui	Profitable	Technique
28	11000000	13400000	12200000	[10000000 et plus[	1,22	Plus que le BAC	générale	formel	Oui	Profitable	Technique et Finance
29	3600000	2900000	3250000	[2000000 à 5000000[	,81	Moins que le BAC	générale	informel	Oui	Non profitable	Technique
7	20000000	25000000	22500000	[10000000 et plus[	1,25	Moins que le BAC	Technique	informel	Oui	Non profitable	Technique
15	2465000	3200000	2832500	[2000000 à 5000000[	1,30	Moins que le BAC	Technique	informel	Oui	Non profitable	0
27	260000000	249931600	254965800	[10000000 et plus[	,96	Plus que le BAC	Technique	informel	Oui	Profitable	Technique
30	17000000	20000000	18500000	[10000000 et plus[	1,18	Plus que le BAC	Technique	informel	Oui	Profitable	Technique

Source : Hamed P. Patric LEGA, à partir des résultats de l'enquête, août 2012

**Tableau 6: Indicateurs relatifs au chiffre d'affaires, à la variance et à l'écart type des entreprises culturelles**

Statistiques descriptives						
	N (échantillon)	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type	Variance
Chiffre d'affaires 2010	30	400000	260000000	25779220,00	6,040E7	3,649E15
Chiffre d'affaires 2011	30	800000	376000000	31124303,33	8,002E7	6,403E15
Chiffre d'affaires moyen	30	750000	294500000	28451761,67	6,926E7	4,797E15
Croissance du Chiffre d'affaires	30	0,52	3,42	1,3252	,52712	0,278

Source : Hamed P. Patric LEGA, à partir des résultats de l'enquête, août 2012

**Tableau 7: Budgétisation***Phase d'implantation*

Désignation	Unité	Quantité	Coût unitaire	Coût total
<b>Elaboration et validation du projet par les entrepreneurs culturels</b>				
<b>Relecture du projet</b>	Pièce	01	2 000 000	<b>2 000 000</b>
<b>Organisation de l'atelier de validation du projet :</b>		01		<b>2 230 425</b>
- Location salle	Pièce	01	200 000	200 000
- kit participants (blocs notes, stylos, chemises à sangle, support de travail)	Pièce	75	7 000	525 000
- Pause café renforcée	Pièce	80	4 000	240 000
- Défraiement des participants	FCFA	75	5 000	375 000
- Prise en charge des organisateurs	FCFA	05	25 000	125 000
- secrétariat (rapportage et coordination de l'activité)	FCFA	03	30 000	90 000
- Couverture médiatique et communication	Pièce	forfait	600 000	600 000
- Imprévus (3,5%)			Forfait	75 425
<b>Rencontre d'information et concertation avec les partenaires identifiés et des bénéficiaires</b>				
<b>Secrétariat (rédaction et ventilation des correspondances d'invitation)</b>	Pièce	01	Forfait	<b>400 000</b>
<b>Organisation pratique de la rencontre (salles et eau pour 75 participants)</b>	Pièce	01	212 500	<b>212 500</b>
<b>Acquisition d'équipements et installation de la cellule de coordination</b>				
<b>Aménagement du local</b>	Pièce	01	PM	PM
<b>Acquisition de matériels et équipements spécifiques :</b>	Pièce	01		<b>2 600 000</b>
- Un appareil téléviseur (écan plasmas de 52 pouces)	Pièce	01	500 000	500 000
- Un décodeur et un lecteur DVD	Pièce	01	200 000	200 000
- Une camera	Pièce	01	700 000	700 000
- Un appareil photo numérique professionnel	Pièce	01	500 000	500 000
- Petite sono (pour animation)	Pièce	01	700 000	700 000
<b>Acquisition de mobiliers de bureau :</b>	Pièce	01		<b>4 375 000</b>
- Bureau (salle des experts)	Pièce	03	350 000	1 050 000
- Chaises (visiteurs et salle de réunion)	Pièce	50	40 000	2 000 000
- Tables (ordinateurs et pour salle de réunion)	Pièce	15	30 000	450 000

- Armoires (salle de réunion, salle des experts)	Pièce	05	175 000	875 000
<b>Acquisition de matériels informatiques :</b>	Pièce	01		<b>5 300 000</b>
- Ordinateurs de bureau (salle des experts, salle de réunion)	Pièce	03	600 000	1 800 000
- Ordinateurs portables	Pièce	02	700 000	1 400 000
- Imprimantes	Pièce	03	300 000	900 000
- Photocopieuse laser (couleur et noir blanc)	Pièce	01	1 200 000	1 200 000
<b>Etude diagnostique des besoins de formation et des attentes des entrepreneurs</b>				
<b>Prise en charge du comité de suivi de la réalisation de l'étude</b>	Homme/jour	06persx10 jrs	30 000	<b>1 800 000</b>
<b>Réalisation de l'étude</b>	Pièce	01	20 000 000	<b>20 000 000</b>
<b>Atelier de restitution interne des résultats de l'étude :</b>	Pièce	01		<b>225 000</b>
- Pause café renforcée	Pièce	25	4 000	100 000
- Défraiement des participants	Pièce	25	5 000	125 000
<b>Atelier national de validation de l'étude :</b>	Pièce	01		<b>650 000</b>
- Pause café	Pièce	100	1 500	150 000
- Défraiement des participants	Pièce	100	5 000	500 000
<b>Edition et publication des résultats de l'étude</b>	Pièce	200	10 000	<b>2 000 000</b>
<b>Recrutement des experts d'accompagnement suivi de séminaires d'information, de formation et d'appropriation de l'outil pour les consultants</b>				
<b>Elaboration des termes de référence de recrutement</b>	Pièce	01	forfait	<b>75 000</b>
<b>Annonce de l'appel à candidature et publication des résultats</b>	Pièce	03	150 000	<b>450 000</b>
<b>Prise en charge du comité de sélection</b>	Séance	01séancex04pers	50 000	<b>200 000</b>
<b>Organisation de sessions de formation sur l'outil et résidence d'appropriation</b>	séance	05 séancesx05pers	200 000	<b>5 000 000</b>
<b>Réalisation de campagne d'information et de communication</b>				
<b>Elaboration d'un plan de communication</b>	Pièce	01	1 000 000	<b>1 000 000</b>
<b>Presse écrite</b>	Pièce	04	400 000	<b>1 600 000</b>
<b>Radio et télévision</b>	Pièce	02	1 000 000	<b>2 000 000</b>
<b>Affiche et affichage</b>	Pièce	05	75 000	<b>375 000</b>
<b>Installation de stands d'information et de publicité du projet aux grands évènements</b>	Pièce	03	200 000	<b>600 000</b>
<b>Total</b>				<b>53 092 925</b>

**Phase de mise en route (pour chaque année)**

<b>Désignation</b>	<b>Unité</b>	<b>Quantité</b>	<b>Coût unitaire</b>	<b>Coût total (FCFA)</b>
<b>Elaboration et validation de la stratégie et des outils d'accompagnement</b>				
<b>Réalisation des études d'identification de stratégies et des outils d'accompagnement</b>	Pièce	02	10 000 000	<b>20 000 000</b>
<b>Organisation de l'atelier de validation du projet :</b>				<b>2 230 500</b>
- Location salle	Pièce	01	200 000	200 000
- kit participants (blocs notes, stylos, chemises à sangle, support de travail)	Pièce	75	7 000	525 000
- Pause café renforcée	Pièce	80	4 000	240 000
- Défraiement des participants	FCFA	75	5 000	375 000
- Prise en charge des organisateurs	FCFA	05	25 000	125 000
- secrétariat (rapportage et coordination de l'activité)	FCFA	03	30 000	90 000
- Couverture médiatique et communication	Pièce	forfait	600 000	600 000
- Imprévus (3,5%)			Forfait	75 500
<b>Publication de la stratégie et des instruments d'accompagnement</b>	Pièce	01	3 000 000	<b>3 000 000</b>
<b>Organisation de concertations entre entrepreneurs en vue de la facilitation du réseautage</b>				
<b>Secrétariat (rédaction et ventilation des correspondances d'invitation)</b>	Pièce	01	Forfait	<b>400 000</b>
<b>Organisation pratique de la rencontre (salles et eau pour 75 participants)</b>	Pièce	01	212 500	<b>212 500</b>
<b>Appui technique pour les regroupements professionnels</b>	Pièce	05	500 000	<b>500 000</b>
<b>Appui à la réalisation de voyage d'études et d'échanges</b>	missions	05	2 000 000	<b>2 000 000</b>
<b>Mise en œuvre du plan de renforcement des capacités</b>				
<b>Mobilisation des formateurs</b>	Pièce	01	PM	PM
<b>Organisation d'ateliers de formation sur différents thématiques pour les promoteurs</b>	Pièce			<b>2 230 700</b>
- Location salle	Pièce	01		
- kit participants (blocs notes, stylos, chemises à sangle, support de travail)	Pièce	01	200 000	200 000
- Pause café renforcée	Pièce	01	7 000	525 000
- Défraiement des participants	Pièce	75	4 000	240 000
- Prise en charge des organisateurs	Pièce	80	5 000	375 000
- secrétariat (rapportage et coordination de l'activité)	Pièce	75	25 000	125 000
- Couverture médiatique et communication	Pièce	05	30 000	90 000
		03	600 000	600 000

- Imprévus (3,5%)		Forfait	Forfait	75 700
<b>Coaching des entrepreneurs</b>	entreprise	10	200 000	<b>2 000 000</b>
<b>Organisation de formation au profit des cadres des ministères en charge du développement des industries culturelles :</b>				<b>4 636 800</b>
- kit participants (blocs notes, stylos, chemises à sangle, support de travail)	Pièce	30 persx03 jr	25 000	2 250 000
- Pause café renforcée	Pièce	40 persx03jr	4 000	480 000
- Défraiement des participants	Pièce	30	5 000	150 000
- Prise en charge des organisateurs	Pièce	10persx05jr	15 000	750 000
- secrétariat (rapportage et coordination de l'activité)	Pièce	forfait	250 000	250 000
- Couverture médiatique et communication			600 000	600 000
- Imprévus (3,5%)				156 800
<b>Organisation d'appels à projets et mise en place de guichet d'assistance financière</b>				
<b>Lancement des appels à projet</b>	Pièce	01	30 000	<b>30 000</b>
<b>Traitement des soumissions et publication des résultats</b>	Homme/jour	06persx03 jrs	10 000	<b>180 000</b>
<b>Mise en place du guichet d'assistance financière (lignes budgétaires, subventions, etc.)</b>	Pièce	01	100 000	<b>100 000</b>
<b>Organisation de compétitions de l'entreprise performante par filière</b>				
<b>Elaboration des termes de référence de recrutement</b>	Pièce	01	75 000	<b>75 000</b>
<b>Annonce de l'appel à candidature et publication des résultats</b>	Homme/jour	06pers/07jr	15 000	<b>630 000</b>
<b>Organisation de conférences suivies de débats</b>	Pièce	02	500 000	<b>1 000 000</b>
<b>Organisation de la nuit de mérite</b>	Pièce	01	6 000 000	<b>6 000 000</b>
<b>Prise en charge du comité de sélection</b>	Séance	03séancex04pers	15 000	<b>180 000</b>
<b>Organisation d'une foire/exposition</b>	Pièce	03	2 000 000	<b>6 000 000</b>
<b>Réalisation de campagnes d'information et de communication</b>				
<b>Presse écrite</b>	Pièce	04	400 000	<b>1 600 000</b>
<b>Radio et télévision</b>	Pièce	02	1 000 000	<b>2 000 000</b>
<b>Affiche et affichage</b>	Pièce	05	75 000	<b>375 000</b>
<b>Installation de stands d'information et de publicité du projet à certains grands évènements</b>	Pièce	03	200 000	<b>600 000</b>

<b>Réalisation de visites aux entreprises</b>				
<b>Constitution d'un répertoire des entreprises culturelles</b>	document	01	500 000	<b>500 000</b>
<b>Frais de déplacement pour visites</b>	Pièce	24	125 000	<b>3 000 000</b>
<b>Diffusions trimestrielles d'information sur les opportunités d'appui</b>				
<b>Collecte des informations sur les opportunités d'appui</b>	Pièce	01	PM	<b>PM</b>
<b>Elaboration de la périodique de l'entrepreneur culturel</b>	Pièce	01	100 000	<b>100 000</b>
<b>Edition de la périodique</b>	Pièce	500	5 000	<b>2 500 000</b>
<b>Publication de la périodique</b>	Pièce	01	1 000 000	<b>1 000 000</b>
<b>Amélioration de l'environnement juridique, fiscal et financier</b>				
<b>Relecture des textes régissant les activités de l'entrepreneur culturel</b>	séances	10	300 000	<b>3 000 000</b>
<b>Sensibilisation et information des entrepreneurs sur les conditions d'applicabilité des textes</b>	séances	08	500 000	<b>4 000 000</b>
<b>Total</b>				<b>70 080 500</b>

**Tableau 8: Récapitulatif des coûts****Phase d'implantation**

Désignation	Quantité	Coût total (FCFA)
Elaboration et validation du projet par les entrepreneurs culturels	01	4 230 425
Rencontre d'information avec les partenaires identifiés et les bénéficiaires	01	612 500
Acquisition d'équipements et installation de la cellule de coordination	01	12 275 000
Etude diagnostique des besoins de formation et des attentes des entrepreneurs et atelier de restitution	01	24 675 000
Recrutement des experts d'accompagnement des entreprises suivi de séminaires d'information, de formation et d'appropriation de l'outil pour les consultants	01	5 725 000
Réalisation de campagnes d'information et de communication	01	5 575 000
<b>Total</b>		<b>53 092 925</b>

**Phase de mise en route :**

Désignation	Quantité	Coût total (FCFA)
Elaboration et validation de la stratégie et des outils d'accompagnement des entreprises culturelles	01	25 230 500
Réalisation de concertations entre entrepreneurs en vue de la facilitation du « réseautage » et le professionnalisme	01	3 112 500
Mise en œuvre du plan de renforcement des capacités	01	8 867 500
Organisation d'appels à projets et mise en place de guichet d'assistance financière	01	310 000
Organisation de compétitions de l'entreprise performante par filière	01	13 885 000
Réalisation de campagnes d'information, de sensibilisation et de communication	01	4 575 000

Réalisation de visites aux entreprises	01	3 500 000
Diffusions trimestrielles d'information sur les opportunités d'appui	01	3 600 000
Amélioration des instruments juridiques, fiscaux et financiers adaptés aux différentes branches d'activités culturelles	01	7 000 000
<b>Total</b>		<b>70 080 500</b>

**AUTRES FRAIS**

<b>Désignation</b>	<b>Quantité</b>	<b>Coût unitaire (FCFA)</b>	<b>Coût total (FCFA)</b>
<b>Rémunération du Comité des experts</b>			
Chargé de l'accompagnement des entreprises	12	200 000	2 400 000
Chargé de l'élaboration de projets	12	200 000	2 400 000
Chargé de la comptabilité d'entreprises	12	200 000	2 400 000
Chargé des formalités de création d'entreprises	12	400 000	4 800 000
<b>Frais de fonctionnement</b>			
Fourniture de bureau	01	2 000 000	2 000 000
consommables	01	4 500 000	4 500 000
Frais de déplacement	01	10 000 000	10 000 000
Frais de communications	01	1 500 000	1 500 000
Frais divers	01	3 500 000	2 500 000
<b>TOTAL</b>			<b>32 500 000</b>

**Tableau 9: Recettes prévisionnelles des prestations**

Type de prestations	Prix unitaire	Année N+1		Année N+2		TOTAL (FCFA)	TOTAL (Euros)
		Quantité	Prix total (fcfa)	Quantité	Prix total (fcfa)		
<b>Salon International de l'Entrepreneur culturel :</b>						<b>30 000 000</b>	<b>45 731,707</b>
- tickets d'entrée aux concerts	1 000	8 000	8 000 000	12 000	12 000 000	20 000 000	30 487,805
- location des stands d'exposition	50 000	50	2 500 000	75	3 750 000	6 250 000	9 527,439
- frais d'affichages d'autres opérateurs économiques	75 000	20	1 500 000	30	2 250 000	3 750 000	5 716,463
<b>Contribution des entrepreneurs aux sessions de formation et/ou de coaching</b>	50 000	50	2 500 000	75	3 750 000	<b>6 250 000</b>	<b>9 527,439</b>
<b>Frais de participation à la compétition de l'entreprise performante</b>	10 000	80	800 000	130	1 300 000	<b>2 100 000</b>	<b>3 201,22</b>
<b>Location des immobilisations :</b>						<b>19 100 000</b>	<b>29 115,854</b>
- site web	100 000	60	6 000 000	85	8 500 000	14 500 000	22 103,66
- salle de réunions	30 000	25	750 000	35	1 050 000	1 800 000	2 743,902
- équipements d'animation	70 000	15	1 050 000	25	1 750 000	2 800 000	4 268,3
<b>Frais de participation aux appels à projets</b>	25 000	60	1 500 000	90	2 250 000	<b>3 750 000</b>	<b>5 716,463</b>
<b>TOTAL</b>			<b>24 600 000</b>		<b>36 600 000</b>	<b>61 200 000</b>	<b>93 292,683</b>

**Personnel** : effectif, organisation et qualification

La ressource humaine constitue la composante fondamentale à la réussite de tout projet. Le meilleur projet du monde ne peut se réaliser sans la collaboration d'un personnel dévoué et compétent. Pour ce faire, un accent particulier sera porté sur la qualification et l'expérience professionnelle des personnes qui seront amenées à composer l'équipe du projet.

Pour les trois (03) premières années de mise en œuvre du projet, la DPICC assurera la maîtrise d'ouvrage de tous les travaux d'exécution du projet soutenue par ses collaborateurs techniques suivant leur domaine d'expertise.

L'effectif de salariés permanent nécessaire à la réalisation du projet ainsi que leurs salaires prévisionnels sont consignés dans le tableau ci-après

**Tableau 10: Effectif et salaires prévisionnels du personnel**

Poste	Qualification	Effectif	Salaires ou indemnités	Tâches prévues
Directeur	Master + formation en gestion d'entreprises culturelle, en gestion de projets, en management	01	PM	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Superviser la bonne exécution des activités de tous le personnel et du conseil des experts;</li> <li>❖ Rechercher des financements au profit des entrepreneurs ;</li> <li>❖ Planifier et organiser des évaluations périodiques de la mise en œuvre des activités ;</li> <li>❖ Coordonner l'ensemble des activités et le suivi de l'exécution du programme d'activités</li> </ul>
Responsable communication	en BTS+expérience en techniques d'information et de communication d'entreprise	01	PM	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Elaborer des outils de communication et les mettre en œuvre au profit des opérateurs culturel</li> <li>❖ Organiser des concertations avec les acteurs ;</li> <li>❖ Rechercher des partenariats</li> </ul>
Responsable suivi/évaluation	du Maitrise en économie + expérience en suivi/évaluation	01	PM	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Créer une base de données des projets ;</li> <li>❖ Elaborer des fiches de suivi/évaluation ;</li> <li>❖ Mettre en œuvre des plans de formations au profit des agents de la Direction et des entrepreneurs culturels</li> </ul>
Agent d'appui	BAC+ expérience en promotion culturelle	01	PM	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Mobiliser des acteurs culturels ;</li> <li>❖ Appuyer à la réalisation de toutes les tâches des responsables</li> </ul>
<b>Liste des experts</b>				
Elaboration de projets	Master en gestion de projets + connaissance du secteur culturel, formation en planification stratégique et opérationnelle	01	200 000	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Elaborer des projets culturels avec les promoteurs;</li> <li>❖ Elaborer des fiches de diagnostic d'entreprises culturelles ;</li> <li>❖ Elaborer des fiches de suivi/évaluation ;</li> </ul>

Poste	Qualification	Effectif	Salaires ou indemnités	Tâches prévues
				❖ Elaborer des indicateurs de performances d'entreprises culturelles.
Accompagnement d'entreprises	Master en gestion d'entreprises + connaissance du secteur privé culturel, formation en marketing et communication, en élaboration et mise en œuvre de plans de formation, d'exportation, en diagnostic d'entreprises	02	200 000	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Elaborer des stratégies de marketing et de communication pour chaque filière ;</li> <li>❖ Elaborer des plans d'actions et d'affaires ;</li> <li>❖ Elaborer des plans d'exportation ;</li> <li>❖ Conseiller et orienter les promoteurs</li> </ul>
Comptabilité d'entreprise	Master en comptabilité d'entreprise + connaissance en entreprises culturelles	01	200 000	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Elaborer des instruments comptables ;</li> <li>❖ Elaborer des fiches de réalisation des états financiers et commerciaux ;</li> <li>❖ Suivre avec les promoteurs leurs dossiers financiers</li> </ul>
Formalités d'entreprises	Maîtrise en droit + formation en création d'entreprises, connaissance des formes juridiques, connaissance du secteur de la culture	01	200 000	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Conseiller et orienter les nouveaux créateurs d'entreprise ;</li> <li>❖ Proposer des formes juridiques appropriés aux promoteurs des différentes filières;</li> <li>❖ Organiser des sessions de formation au profit des opérateurs culturels</li> </ul>

**Tableau 11: Cadre logique**

Phase d'implantation				
Actions	Activités	Hypothèses	Indicateurs	Sources de vérification
Elaboration et validation du projet	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Relecture du projet ;</li> <li>- Restitution du document provisoire aux bénéficiaires ;</li> <li>- Organisation de l'atelier de validation.</li> </ul>	Disponibilités des ressources financières et humaines requises ; Adhésion des bénéficiaires obtenue.	Existence du document de projet validé par toutes les parties.	Bilans d'activités de la DPICC ; Rapports de suivi et d'évaluation du comité.
Rencontres d'information	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Préparation et invitation des participants ;</li> <li>- Organisation pratique de la rencontre.</li> </ul>	les partenaires du projet sont intéressés et s'engagent dans la mise en œuvre du projet.	Niveau d'information élevé sur le projet.	Rapport d'activités du MCT ; PV de la rencontre.
Acquisition d'équipement et installation de la coordination	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aménagement du local ;</li> <li>- Acquisition d'équipements techniques et spécifiques ;</li> <li>- Opérationnalisation de la cellule de coordination par un lancement officiel de ses activités.</li> </ul>	Disponibilité des ressources financières et de la cellule requise.	PV de réception et types d'équipements, existence de l'acte d'installation.	Bordereau de réception ; Rapport de la rencontre
Réalisation de l'étude diagnostique des besoins de formation	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lancement des travaux ;</li> <li>- Réalisation de l'Etude ;</li> <li>- Organisation de l'atelier interne ;</li> <li>- Organisation de l'atelier de validation ;</li> <li>- Edition et publication des résultats de l'Etude ;</li> <li>- Suivi des travaux de réalisation de l'atelier.</li> </ul>	Existence des informations ; Participation des acteurs culturels.	Rapport de l'étude ; Nombre et type de besoins retenus.	Rapports de mission des experts – bilans d'activités du MCT.
Installation du comité des experts et organisation de sessions de formation et d'appropriation de l'outil	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboration des TDR de recrutement des experts ;</li> <li>- Annonce de l'appel à candidature ;</li> <li>- Sélection et publication des résultats du recrutement ;</li> <li>- Rencontre de présentation de l'outil ;</li> <li>- Organisation de travaux en résidence sur l'outil.</li> </ul>	Engagement des premiers responsables, implication et appropriation du personnel de l'outil à mettre en place.	Existence de l'acte d'installation, nombre et type de modules formés.	Rapports – bilans d'activités du MCT ; Rapports du Conseil des Ministres.
Réalisation de campagnes d'information et de communication	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboration d'un plan de communication ;</li> <li>- Mise en œuvre d'outils appropriés d'information ;</li> <li>- Etablissement de partenariat avec les médias.</li> </ul>	Existence de canaux spécifiques de communication ; Disponibilité des ressources humaines et financières.	Niveau de l'information au niveau des bénéficiaires ; nombre d'heures diffusion de médias, cahier de charge des medias.	Rapports d'activités de la DPICC ; Programme des Médias.

Phase de mise en route				
Elaboration et validation de la stratégie et des outils d'accompagnement des entreprises	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lancement des différents travaux de réalisation des études ;</li> <li>- Organisation des ateliers de validation ;</li> <li>- Publication des résultats des différentes études.</li> </ul>	Disponibilité des ressources financières, adhésion et implication des opérateurs culturels et des PTF ; Alignement des structures du MCT, MICA.	Existence de document unanime sur la stratégie et les outils d'accompagnement, nombre d'outils retenus.	Rapports de l'atelier de validation ; Rapport de mission des consultants.
Mise en œuvre du plan de renforcement des capacités	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organisation de sessions de formation au profit des cadres des ministères en charge du développement des industries culturelles (outils d'accompagnement des entreprises, recherche de financements, environnement juridique et réglementaire, le climat des affaires, etc.) ;</li> <li>- Organisation de sessions de formation au profit des entrepreneurs (gestion des entreprises, accès aux TIC, métiers techniques, management, etc.) ;</li> <li>- Coaching des promoteurs : mise en contact des entrepreneurs avec des experts en vue de la résolution de problèmes spécifiques.</li> </ul>	Disponibilité des ressources financières et implication des PTF.	Nombres de cadres formés par module ; Nombre d'entreprises qui bénéficient de crédits formels ; Nombre d'entrepreneurs soutenus.	Rapports des sessions de formation ; Rapports – bilans de la DPICC.
Réalisation de concertations entre entrepreneurs en vue de la facilitation du réseautage	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Appui technique pour le regroupement professionnel structurés, représentatifs des différentes filières ;</li> <li>- Sensibilisation et assistance des entrepreneurs à fédérer et à mutualiser leurs actions ;</li> <li>- Appui à la réalisation de voyages d'études et d'échanges en vue de la formation de réseaux professionnels de commercialisation ;</li> <li>- Organisation de rencontres entre artistes et opérateurs culturels.</li> </ul>	Adhésion des opérateurs culturels et existence de réseau d'entrepreneurs culturels.	Nombre de concertations réalisées ; Existence de réseaux professionnels ; Existence de cadre de dialogue entre les entrepreneurs ; Nombre d'organisations professionnelles soutenues.	PV des rencontres ; Rapports – bilans des structures participatives.
Organisation d'appels à projets et mise en place de guichet d'assistance financière	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lancement des appels à projet ;</li> <li>- Traitement des soumissions/publication de résultats ;</li> <li>- Mise en place du guichet d'assistance financière ; (lignes de crédits, augmentation des subventions et des dépenses publiques, plaidoyer pour la mobilisation des PTF.</li> </ul>	Adhésion des PTF, implication des acteurs culturels et alignement du MEF.	Existence d'un fonds de soutien ; 70% des plans d'affaires financés ; Montant annuel des subventions accordées.	Site web, programmes des médias ; PV d'implantation.

Organisation de compétitions de l'entreprise performante par filière	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboration des TDR et lancement de l'appel à candidature ;</li> <li>- Organisation de conférences/débats ;</li> <li>- Organisation d'une foire d'exposition ;</li> <li>- Organisation de la nuit de l'entrepreneur culturel.</li> </ul>	Disponibilité des ressources financières et implication de la MEBF, de la CCI-BF Engagement des promoteurs.	Nombre de participants ; Nombre de prix attribués ; Nombre d'entrepreneurs distingués.	Rapports de la session ; Bilans d'activités des structures concernées.
Réalisation de campagnes d'information et de communication	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboration d'un plan de communication ;</li> <li>- Identification et mise en œuvre d'outils appropriés d'information ;</li> <li>- Etablissement de partenariats avec les médias.</li> </ul>	Disponibilité des ressources financières et humaines ; Existence d'outils spécifiques communicationnels et adaptés au secteur culturel.	Niveau de l'information au niveau des bénéficiaires et du public, cahier de charge des médias.	Programme des Médias ; Bilans d'activités des structures impliquées.
Réalisation de visites aux entreprises	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recensement des entreprises culturelles ;</li> <li>- Constitution d'un répertoire des entreprises culturelles ;</li> <li>- Réalisation de visites d'entreprises.</li> </ul>	Disponibilité des ressources financières et implication des gestionnaires d'entreprises.	Répertoire des entreprises culturelles actualisé disponible ; Nombre d'entreprises visitées.	Rapports de missions ; Bilans d'activités des structures du MCT concernées.
Diffusions trimestrielles d'information sur les opportunités d'appui	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Collecte des informations sur les opportunités d'affaires ;</li> <li>- Elaboration du périodique de l'entrepreneur;</li> <li>- Edition et publication du périodique de l'entrepreneur.</li> </ul>	Existence de l'information complète à bonne date.	Nombres d'entreprises bénéficiaires des opportunités ; Nombre et catégorie d'opportunités d'appui.	Site web ; Bilans d'activités de la DPICC.
Contribution à l'amélioration des instruments juridiques, fiscaux et financiers des différentes filières culturelles	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Relecture des textes régissant les activités de l'entrepreneuriat culturel ;</li> <li>- Proposition d'instruments juridiques, fiscaux et financiers spécifiques ;</li> <li>- Sensibilisation et information des entrepreneurs sur les conditions d'applicabilité des textes.</li> </ul>	Implications de toutes les organisations professionnelles culturelles ; Adhésion de l'Assemblée Nationale.	Nombre de textes adoptés ; Niveau de connaissance des textes par les entrepreneurs ; Taux d'accroissement des ventes des produits.	Bilans d'activités du cabinet, SG, DEP, DPICC Journal officiel.

**Tableau 12: Guichets de la MEBF**

Critères de base	Guichets	objectifs	Bénéficiaires ou publics cibles	Plafond (dollars US)	subventions
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etre membre de la MEBF ou payer 3,5% du montant de la subvention ;</li> <li>- Donner la preuve de l'existence juridique : carte professionnelle, extrait du registre de commerce, statuts, récépissé de reconnaissance légale, décret de création ;</li> <li>- Eligibilité du domaine d'intervention sollicité ou de l'activité ;</li> <li>- Montant de la demande inférieure ou égale au plafond de l'enveloppe autorisée ;</li> <li>- Présenter un dossier complet de demande (lettre de demande, fiche de renseignement, note justificative, fiche de diagnostique flash, TDR validés par la MEBF ou Banque mondiale, offre technique et financière) d'assistance ;</li> <li>- Présenter les états financiers (compte de résultats, états simplifiés, états complets, journal recettes/dépenses) et des indicateurs de références</li> </ul>	Subvention pour les activités de consultance (SUBAC)	Soutenir les actions de consultance et de renforcement des capacités	Membres et non membres de la MEBF (3,5%)	100 000	80%
	Subvention pour administrer un cours existant (SACE)	Inciter les formateurs à former plus d'acteurs du secteur privé	Cabinets et bureaux d'études inscrits au REA	100 000	50%
	Subvention pour l'innovation et le développement de nouveaux modules de formation (SIDEMOF)	Inciter les formateurs à développer de nouveaux cours de formation	Cabinets et bureaux d'études inscrits au REA	50 000	75%
	Subvention pour les activités d'exportations (SUBEX)	Soutenir les actions de consultance et de renforcement des capacités ; Inciter à élaborer un plan d'exportation	Entreprises disposant de plan d'affaires (ne soutien pas les actions isolés)	-	50%
	Compétition des plans d'affaires (COPA)	Accompagner le développement de projets ou d'entreprises novatrices	Entrepreneurs porteur de projet novateur ayant ou non une existence légale	Prix, assistance technique pendant un an, formation en gestion d'entreprise	20%
	Subvention pour le secteur financier	Contribuer à lever les contraintes liées à l'accès au financement axé sur l'offre pour les PME surtout en milieu rural	Etablissement financiers, banques, assurances, institutions de micro finances (IMF), associations professionnelles	100 000	80%

Source : Rapport de la Direction du Développement des Projets/ Maison de l'Entreprise du Burkina Faso

**Tableau 13: Pack entreprendre de la MEBF**



## PACK ENTREPRENDRE MEBF

**CHEFS D'ENTREPRISES**, afin de vous aider à pérenniser vos activités, la Maison de l'Entreprise du Burkina Faso innove encore pour vous !

Souscrivez au **PACK ENTREPRENDRE MEBF** pour un accompagnement annuel au tarif contributif de dix mille (10 000) F CFA.

La souscription au pack entreprendre vous donne droit aux prestations suivantes :

SERVICES	AVANTAGES PRINCIPAUX POUR LE SOUSCRIPTEUR	DELAI DE FOURNITURE
1. Abonnement électronique à la revue des marchés publics	- information sur les marchés ouverts et attribués ; - Gain en temps et en argent	Envoi quotidien
2. Abonnement numérique sur les textes réglementaires sur les affaires	- Information sur les nouvelles dispositions	Envoi selon la disponibilité des textes
3. Entretien d'assistance au démarrage et au développement de la nouvelle entreprise	- Appui conseil et orientation en management	Au besoin
4. Participation aux consultations juridiques et fiscales	- Opportunités de rencontrer et d'échanger avec des spécialistes	Au besoin et suivant la programmation
5. Mise à disposition de calendrier des obligations fiscales et sociales	- Connaissance du calendrier de déclaration pour éviter les pénalités	A la souscription
6. Invitation aux réunions économiques et commerciales concernant le secteur privé	- Opportunités d'affaires et de partenariat	Selon la disponibilité de l'information
7. SOS PME	- Entretien physique et /ou téléphonique	Au besoin
8. Création d'une adresse électronique	- Disposition d'une adresse pour les échanges électroniques de l'entreprise	Au besoin à la souscription
9. Mise à disposition de la liste des institutions de financement	- Disposition d'un répertoire des partenaires financiers	A la souscription

*RENSEIGNEMENTS:*

**Siège social MEBF : 132, Avenue de Lyon ,11 BP 379 OUAGADOUGOU 11 BURKINA FASO**  
**Tél. 50 39 80 58 à 61 - Fax 50 39 80 62**  
**- Site Web: [www.me.bf](http://www.me.bf) – email: [dg@me.bf](mailto:dg@me.bf)**  
**OU TOUT AUTRE BUREAU CEFORE.**

**CEFORE: certifié ISO 9001-2008**

**Tableau 14: Fonds nationaux d'appui au secteur privé**

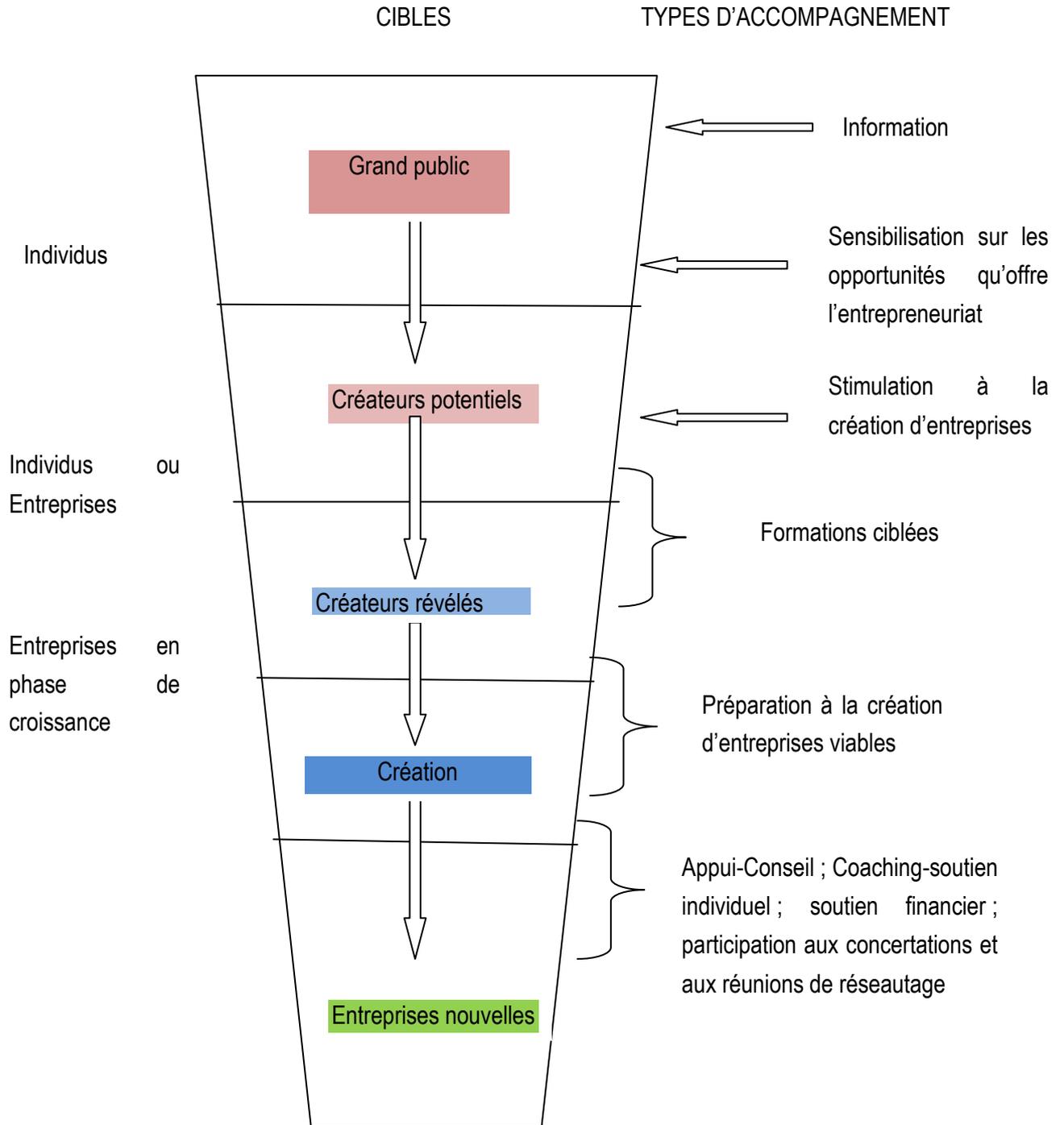
Désignation	Objectifs	Critère d'éligibilité	Public cibles
<b>Programme d'Appui aux Petites et Moyennes Entreprises (PAPME)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Appuyer la création de PME ;</li> <li>- Soutenir la promotion d'une dynamique entrepreneuriale ;</li> <li>- Participer au renforcement et à l'émergence d'un tissu de PME viables et compétitives.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Signer un contrat d'objectif ;</li> <li>- Avoir une idée de projet porteur et/ou une PME ;</li> <li>- Avoir un souci de la pérennisation de sa micro entreprise ;</li> <li>- Accepter de suivre les procédures du PAPME.</li> </ul>	PME/PMI tous secteurs confondu
<b>Fonds d'Appui au Secteur Informel (FASI) Créé par le décret n° 98-053/PRES/PM/METSS du 24 Février 1998</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promouvoir la création d'emploi et consolider ceux existant déjà à travers le financement de micro projets ;</li> <li>- Accorder le concours nécessaires à la mise en œuvre de microprojets ;</li> <li>- Assurer la formation, le suivi et l'encadrement des promoteurs ;</li> <li>- Rechercher le financement au profit des promoteurs.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Présenter un projet viable, rentable, capable de faire face au remboursement des échéances des prêts sollicités ;</li> <li>- Jouir de sa pleine capacité juridique ;</li> <li>- Accepter le nantissement du matériel, des équipements et du fonds de commerce ;</li> <li>- Apport personnel= 10% plus un aval sûr et 20% de frais de suivi du dossier ;</li> <li>- Accepter de souscrire à une assurance décès ;</li> <li>- Avoir une structure financière équilibrée ou tout au moins rentable ;</li> <li>- Plafond du montant = 1 500 000 FCFA.</li> </ul>	les personnes physiques ou morales de nationalité burkinabé exerçant ou désirant exercer dans les domaines d'intervention (sous-secteur Agro-pastoral ; sous-secteur Artisanat de production ; sous-secteur commerce et prestation de services) du FASI.
<b>Fonds d'Appui à la Formation Professionnelle et à l'Apprentissage (FAFPA) créé par décret n° 2003-337/PRES/PM/MTEJ/MFB</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Financer tout ou partie des actions individuelles ou collectives de formation professionnelle rapide à finalité d'emploi, organisées à la demande d'une entreprise, d'un groupe de population ou répondant à une demande précise et identifiée du marché de travail ;</li> <li>- Contribuer à l'identification des besoins en matière de formation professionnelle et d'apprentissage ;</li> <li>- Appuyer les opérateurs de formation professionnelle par le financement du</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Répondre aux critères du public cible ;</li> <li>- Subvention à hauteur de 75% maxi du montant des actions de formation approuvées ;</li> <li>- Subvention à hauteur de 25% maxi du montant des investissements d'équipements pédagogiques approuvés.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les travailleurs des secteurs moderne et informel ;</li> <li>- Les apprentis du monde rural et de l'artisanat ;</li> <li>- Les femmes entrepreneurs ;</li> <li>- Les jeunes diplômés, porteurs d'un projet dont le financement est acquis ;</li> <li>- Les travailleurs des entreprises publiques et parapubliques en</li> </ul>

	<p>perfectionnement de leurs formateurs, l'élaboration de stratégies novatrices et d'ingénieries pédagogiques appropriées ainsi que par l'amélioration de leurs outils et instruments didactiques de formation ;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Appuyer les institutions de formation à moderniser leurs équipements;</li> <li>- Appuyer les entreprises du secteur moderne et les opérateurs économiques du secteur informel et celui de l'artisanat, en vue de l'élaboration et de la mise en œuvre de leurs plans et/ou projets de formation ;</li> <li>- Participer à la rénovation de l'apprentissage en le faisant évoluer vers une formation par alternance ou de type dual ;</li> <li>- Répondre aux besoins des entreprises et des salariés pour leur permettre d'être compétitif sur le plan économique.</li> </ul>		<p>quête de reconversion ;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Les actifs ruraux : agriculteurs, pêcheurs, éleveurs et artisans ;</li> <li>- Les formateurs des organismes et centres de formations habilités ;</li> <li>- Les encadreurs d'ONG, d'associations ; coopératives, caisses mutuelles.</li> </ul>
<p><b>Fonds d'Appui à la Promotion de l'Emploi (FAPE)</b></p>	<p>Promouvoir l'accès des opérateurs du Secteur Informel au crédit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- en leur accordant des prêts directs remboursables ;</li> <li>- en leur offrant sa garantie ;</li> <li>- en développant toutes les mesures d'accompagnement susceptibles de participer à une meilleure gestion des crédits reçus.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Déposer un projet de création ou d'extension d'entreprises, élaboré conformément au canevas du FAPE et relevant de ses secteurs d'activités ;</li> <li>- Etre à mesure, si le fonds l'exige, d'apporter une garantie physique ou financière avant la mise en place du financement souhaité ;</li> <li>- Accepter que le fonds suit les activités de l'entreprise (investissement et comptabilité), et cela jusqu'à la fin du remboursement intégral du prêt ;</li> <li>- Participer aux actions de formation et d'encadrement proposées par le fonds ;</li> <li>- Le recours au fonds de garantie du FAPE ne couvre que 50% du montant du prêt sollicité par les dossiers préalablement acceptés par une autre institution de financement ;</li> </ul>	<p>Le FAPE intervient prioritairement dans les secteurs suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- agriculture-Elevage ;</li> <li>- artisanat et transformation de produits locaux;</li> <li>- prestations de services ;</li> <li>- commerce ;</li> <li>- transport ;</li> <li>- bâtiment et travaux publics.</li> </ul>

		- Montant demandé compris entre 1 500 000 FCFA et 10 000 000 FCFA.	
<b>Fonds d'Appui aux Initiatives des Jeunes (FAIJ)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Financer des prêts individuels et communautaires.</li> <li>- Suivre et encadrer les promoteurs.</li> <li>- Former la jeunesse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etre jeune de 15 à 35 ans ;</li> <li>- Avoir suivi avec succès une formation en entrepreneuriat ;</li> <li>- Avoir un projet générateur de revenus et créateur d'emplois ;</li> <li>- Etre de bonne moralité ;</li> <li>- Avoir l'aval d'un Mentor ou d'un Parrain ;</li> <li>- Accepter que le fonds assure le suivi de l'activité de l'entreprise investissements réalisés ; comptabilité et cela jusqu'au remboursement intégral du prêt. ;</li> <li>- Participer aux actions de formation et d'encadrement proposées par le fonds.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les jeunes de nationalité burkinabé âgés de 15 à 35 ans ayant reçu une formation en entrepreneuriat et porteur d'un projet</li> <li>- Les associations de jeunesse détentrices d'un projet générateur de revenus et/ou créateur d'emplois et dont deux (02) responsables (au moins) ont bénéficié d'une formation en entrepreneuriat ;</li> <li>- Toute personne ayant un projet susceptible de créer des emplois pour les jeunes.</li> </ul>
<b>Fonds d'Appui aux Activités Rémunératrices des Femmes (FAARF)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Faciliter l'accès des femmes (notamment pauvres) aux crédits en leur accordant de petits prêts pour exercer de petites activités génératrices de revenus ;</li> <li>- Garantir auprès des banques classiques les prêts de certaines femmes ou jeunes filles (diplômés notamment) ayant des projets viables mais ne disposant pas de garantie à offrir aux banques</li> <li>- former et encadrer les femmes bénéficiaires de crédits à l'organisation et au fonctionnement des organisations féminines, à la gestion du crédit et aux activités économiques.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- être de la population cible ;</li> <li>- 50 000FCFA en moyenne en ville et 5 000 à 30 000FCFA par femme en zone rurale.</li> </ul>	Femmes du secteur informel des zones urbaines et celles des zones rurales de revenus faibles et ne disposant pas de garantie matérielle.

Source : Ministère de la Jeunesse et de l'Emploi : *Guide de recherche d'emploi pour les jeunes*, Ouagadougou, Edition 2008

**Figure 6: Schéma d'intervention et d'aide à la création et au développement d'entreprises performantes**



Inspiré du schéma d'aide à la création de Paul-A Fortin dans La Culture Entrepreneuriale un antidote à la pauvreté