

Burundi Eco

« Une voix pour le développement social et économique »

Dossier pédagogique n°3

Septembre 2019

Entrepreneuriat des jeunes :
« ENTREPRENDRE C'EST
RÉFLÉCHIR, APPRENDRE
ET AGIR DANS LE
MOMENT PRÉSENT »



Editions Burundi Eco
Ne peut être vendu !

Tout savoir, ou presque, à propos du Journal Burundi Eco.

Le journal *Burundi Eco* est un hebdomadaire socio-économique gratuit et apolitique. Les matières les plus traitées sont: économie, développement local et régional, intégration régionale, énergie, aménagement du territoire, environnement, fiscalité, mobilité, transports, sécurité routière, emploi, éducation, formation professionnelle, finances publiques, management, bonne gouvernance des entreprises, marketing, urbanisme et développement urbain, commerce, téléphonie et communications, agriculture et agro-alimentaire, TIC, logistique, pollutions, collecte et traitement des déchets, hygiène et santé publique, tourisme, etc.

Le journal paraît chaque vendredi. Il est imprimé à 3 000 exemplaires par semaine et distribué dans les ministères, les administrations publiques, les ambassades et consulats, les ONGs, les agences de voyages, les hôtels, restaurants et brasseries, les paroisses et plusieurs universités auprès des étudiants en Master. On peut également le trouver dans plusieurs magasins d'alimentation de Bujumbura.

Le journal est distribué à l'intérieur du pays via le Centre Burundais de Lecture et d'Animation Culturelle (CEBULAC)

Il est également accessible sur son site web www.burundi-eco.com, Facebook, Twitter.

Par ailleurs, il compte plus de 14 000 abonnés professionnels qui reçoivent chaque semaine la version numérique.

Si *Burundi Eco* a d'abord pour vocation l'information des citoyens, il a également une ambition : celle de contribuer activement au développement économique du pays en apportant son soutien aux étudiants des universités burundaises par la création et la production de supports pédagogiques et de revues documentaires.



S'engager et non se faire engager

Le journal Burundi Eco vous présente son troisième dossier pédagogique, il est consacré à une thématique essentielle pour le développement du pays : l'entrepreneuriat. Ce document arrive à un moment opportun car, beaucoup trop de Burundais, à majorité les lauréats des universités, se bousculent sur le marché du travail. Or, il faut se rappeler que l'Etat reconnaît lui-même qu'il n'est plus en mesure de satisfaire toutes les demandes d'emplois.

Le défi est de taille : il faut apprendre à voler de ses propres ailes et prendre ses propres responsabilités et les risques qui les accompagnent. La création de sa propre entreprise est l'un des moyens de s'engager soi-même en évitant de se faire engager. Des jeunes sont parvenus à créer l'emploi non seulement pour eux-mêmes, mais aussi pour les autres. Certains d'entre eux sont présentés dans ce dossier pédagogique. Ce dernier ouvre également l'esprit sur la manière de créer son entreprise, d'élaborer un

plan d'affaire. Il formule des directives à respecter administrativement pour officialiser son entreprise. Sans oublier les conseils des experts en la matière.

Le grand défi qui a toujours caractérisé les futurs entrepreneurs est la sous-estimation. En effet, les candidats au marché du travail négligent ce qu'ils pensent être les petits emplois. Créer une entreprise demande beaucoup de volonté et de pragmatisme, de plus, obtenir le capital pour démarrer est un obstacle hélas trop souvent infranchissable.

Pourtant, ce n'est pas sorcier et personne ne naît entrepreneur. Il faut montrer de la détermination et de la persévérance.

Osez entreprendre et sachez qu'il n'y a pas de sot métier. Ce dossier pédagogique n°3 vous propose les grandes orientations et les témoignages de ceux qui ont gagné le pari de réussir dans l'entrepreneuriat.

Bonne lecture.

Benjamin Kuriyo

La rédaction remercie l'ensemble des partenaires, les experts et les spécialistes pour leur aide et leurs conseils dans ces matières techniques et souvent complexes.

SOMMAIRE

- 6 **Entreprendre, c'est aussi une passion!**
- 7 **API et OBR, deux institutions administratives incontournables pour officialiser son entreprise**
- 9 **Light Award, tremplin pour les jeunes entrepreneurs ?**
- 10 **« Entreprendre c'est réfléchir, apprendre et agir dans le moment présent »**
- 11 **Comment confectionner un Business Plan ?**
- 12 **Exemple de plan financier conçu par un entrepreneur burundais**
- 15 **BBIN-YAIN : Deux sources d'intégration entrepreneuriale**
- 17 **Entreprendre en agriculture : Un antidote pour le chômage des jeunes non scolarisés**
- 18 **Les Pays-Bas font la promotion du secteur privé via l'entrepreneuriat des jeunes**
- 20 **L'université, vivier d'entrepreneurs**
- 21 **Haguruka, une université atypique active dans l'entrepreneuriat paysan**
- 22 **Chalk Chain Entreprise, une entreprise innovante**
- 23 **Les Etats-Unis d'Amérique prêts à accompagner les efforts de développement**
- 24 **Banque d'Investissement pour les Jeunes : Les jeunes attendent impatiemment sa mise en place**
- 25 **Charbon à base de rafles de maïs : De l'écologie dans nos cuisines**
- 26 **L'art de la décoration, d'une simple passion à la création d'une entreprise**
- 27 **Entreprise de fabrication des spaghettis : Pascal Hakuziyaremye a mis la main à la pâte**
- 28 **Nadège Irakoze, la cordonnerie dans la peau**
- 29 **L'artisanat à la rescousse des jeunes chômeurs**
- 30 **Bubanza : Les jeunes investissent dans le secteur piscicole**
- 31 **FIDA-YAIN : Une fructueuse insertion socio-économique via l'entrepreneuriat des jeunes**
- 34 **Agricultural Light Company : Des jeunes décidés à combattre la pauvreté**
- 35 **« Smart Land Company » : De la roche à la fabrication des fertilisants organiques**

Pourquoi un dossier pédagogique sur l'entrepreneuriat ?

Dans un contexte où le chômage atteint des proportions inquiétantes, il est judicieux de considérer l'entrepreneuriat comme une solution efficace à ce phénomène. L'Etat ne pouvant plus embaucher tous les lauréats des universités et ceux des écoles fondamentales et post-fondamentales, le taux de chômage ne fait qu'augmenter. Une mini-enquête réalisée en 2017 dans cinq provinces du pays par le consortium ADISCO-REJA donne une petite idée sur l'ampleur du phénomène, 65 % jeunes n'ont pas d'emploi. D'emblée, l'Etat n'embauche plus depuis un certain temps sauf dans les secteurs de la santé et de l'éducation. Même si c'était le cas, il serait difficile, voire impossible, de trouver des postes pour ces milliers de diplômés qui sollicitent des emplois chaque année au niveau de la fonction publique. D'où l'entrepreneuriat apparaît à la fois comme un antidote au chômage et un catalyseur du développement du pays.

La troisième édition du dossier pédagogique revient longuement sur les étapes cruciales à franchir pour lancer son entreprise, les apports des intervenants (universités, incubateurs, organisations internationales, etc.) pour appuyer les initiatives des jeunes. Vous trouverez également dans ce document l'avis des experts sur le développement du secteur entrepreneurial au Burundi ainsi que plusieurs portraits de jeunes qui ont bravé la peur de l'échec pour créer leurs propres entreprises.

A travers cette édition, nous sommes conscients que nous apportons une pierre à l'édifice pour promouvoir l'entrepreneuriat, socle du développement du pays. En ce sens, nous encourageons les jeunes à s'intéresser davantage à l'entrepreneuriat pour développer le tissu industriel du pays. La rédaction du Journal Burundi Éco remercie tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de cette édition consacrée à l'entrepreneuriat des jeunes. Nous remercions également tous nos interlocuteurs et surtout les jeunes qui ont accepté de partager leurs expériences professionnelles. Nous leur souhaitons plein succès !

Dossier pédagogique réalisé par Benjamin Kuriyo, Jean Marie Vianney Niyongabo, Bonith Bigirindavyi, Mélance Maniragaba, Bonaparte Sengabo, Charles Gahungu, Dona Fabiola Ruzagiriza et Parfait Nzeyimana.

Mise en page par Jean de Dieu Mugisha.

Entreprendre, c'est aussi une passion !

Trouver de l'emploi n'est pas chose facile aujourd'hui. Pour faire face à cette situation, la création de son propre emploi s'avère nécessaire. Les spécialistes en la matière estiment qu'avoir la détermination et l'esprit entrepreneurial priment sur l'argent contrairement à ce que pensent les néophytes en la matière

« La première chose à prioriser pour pouvoir créer son entreprise c'est la détermination à vouloir créer son entreprise », explique Paul Niyungeko, directeur exécutif de l'Association des Formateurs GERME du Burundi (AFORGER).

Ensuite, fait-il remarquer, c'est la recherche d'une idée bancable compatible avec les caractéristiques psychologiques de l'intéressé et le milieu dans lequel on travaille ainsi que les moyens.

« Entreprendre n'est pas un fait du hasard. Pour le faire, la première étape importante est d'avoir un esprit entrepreneurial », abonde dans le même sens



Euphrasie Bigirimana, coordinatrice du Centre Universitaire de Formation et Recherche en Entrepreneuriat (CUFORE) : « Le futur entrepreneur doit aussi être formé sur l'élaboration d'un plan d'affaire »



L'introduction de l'approche GERME dans le projet Emplois Jeunes Ruraux (EJR) a occasionné la création de 16 882 emplois permanents et 22 000 emplois saisonniers de 3 à 6 mois (Source : EJR)

Euphrasie Bigirimana, coordinatrice du Centre Universitaire de Formation et Recherche en Entrepreneuriat (CUFORE). De plus, continue-t-elle, le futur entrepreneur nécessite une sensibilisation.

Et de marteler : « Le futur entrepreneur doit par après être formé sur l'élaboration d'un plan d'affaire. C'est ce document, informe Mme Bigirimana, que le futur entrepreneur présentera aux institutions financières afin de contracter les fonds de démarrage de son projet.

Elle informe cependant que pour inclure une idée fiable dans le plan d'affaire, il faut faire une étude du marché et savoir ce qu'on amène de nouveau aux clients.

Le plan d'affaire consiste à élaborer la stratégie de l'entreprise et la préparation d'un plan visant à mettre en œuvre cette stratégie. Il varie selon l'idée d'entreprise.

Les futurs entrepreneurs doivent maîtriser les questions-clés en matière de stratégie, de planification et de budget.

Ils sont donc amenés à maîtriser la description de leurs produits et services (leur valeur ajoutée), le plan marketing, les stratégies de fixation du prix, le plan organisationnel et opérationnel, le plan financier sans oublier l'étude du marché.

API et OBR, deux institutions administratives incontournables pour officialiser son entreprise

Créer son entreprise ne suffit pas. Pour éviter les tracasseries, l'entrepreneur doit se conformer aux obligations administratives. L'API et l'OBR sont les deux institutions administratives les mieux indiquées non seulement pour créer son entreprise, mais aussi pour se conformer aux obligations fiscales

Selon Léonard Sentore, directeur de l'Agence de Promotion des Investissements (API), le seul organe habilité au Burundi pour la création des sociétés est le Guichet Unique de création des sociétés.



Léonard Sentore, directeur de l'API : « La création d'entreprise est effectuée en 3 procédures en seulement 4 heures si tous les documents exigés sont présentés »

Fonctionnel depuis janvier 2013, informe-t-il, il regroupe six institutions, à savoir : l'API, le Tribunal du Commerce, l'Office Burundais des Recettes (OBR), l'Institut National de Sécurité Sociale (INSS), l'Inspection Générale du Travail et la Banque Commerciale du Burundi (BANCOBU).

« La création d'entreprise est effectuée en 3 procédures en seulement 4 heures. A la condition que tous les documents exigés soient présentés », fait remarquer M.Sentore. Avant la mise en place de cette procédure simplifiée, il fallait 14 jours et c'était fastidieux car il fallait se déplacer auprès des différentes institutions logées à différents endroits. Maintenant, le Guichet Unique de création d'entreprise est installé à l'API.

Et de renchérir : « Les coûts d'enregistrement d'une entreprise ont également été drastiquement réduits. Ils sont passés d'un ratio de 117 % à 18,3 % du revenu par habitant ». Il rappelle que les frais de création d'une société sont fixés à 40.000 FBu pour toute nature de société et 5.000 FBu pour ajout ou modification au registre de commerce.

M. Sentore indique que la procédure de création d'une société est la même pour les investisseurs nationaux ou étrangers. La présence physique des actionnaires est requise sauf sur présentation d'une procuration notariée.

Que faut-il préparer à l'avance ?

M.Sentore rappelle qu'il faut rassembler les documents requis et réunir les frais de registre de commerce fixés à 40.000 FBu.

« Le choix de la dénomination sociale de l'entreprise est primordial », explique-t-il. Ensuite, il faut avoir toutes les informations sur le siège de l'entreprise. L'entrepreneur doit choisir la forme juridique de la société en formation.

« Il doit identifier une ou plusieurs activités clairement définies et licites à entreprendre ».

Il lui revient également d'avoir les informations sur le capital social engagé et sa répartition entre associés, avoir une photo passeport en couleur si on veut ouvrir une société unipersonnelle, avoir deux copies de la carte nationale d'identité pour les nationaux et deux copies d'un passeport valide pour les étrangers ou une procuration notariée en cas de besoin.

Ce qui est exigé au Guichet Unique de création d'entreprise

Le patron de l'API informe que l'entrepreneur se présente ensuite personnellement au Guichet Unique de création d'entreprise ou donne une procuration notariée en cas d'un associé représenté.

On procède ensuite à la vérification de la dénomination sociale et du sigle de l'entreprise. Le concerné remplit le formulaire de création et la fiche de déclaration. Il doit faire confectionner des statuts-types par les agents de l'API. Les agents du tribunal de commerce analysent le dossier. Suit le paiement des frais du registre de commerce, la signature et la réception du registre de commerce ainsi que le reçu de paiement. Edition du Numéro d'Identification Fiscale (NIF) par un agent de l'OBR. Remplir la lettre à envoyer à l'OBR.

Documents obtenus après le processus d'inscription

Le directeur de l'API fait remarquer qu'après inscription, l'entrepreneur obtient : les statuts de la société, le registre du commerce, le NIF, le reçu de paiement des frais, la lettre pour passer à l'OBR endéans 15 jours pour avoir les informations sur le paiement des impôts et taxes.

Des inscriptions selon les sociétés ou les actionnaires

Les documents requis pour créer une société peuvent varier selon les sociétés. Celles-ci sont la société unipersonnelle (S.U), la société de personnes à responsa-

bilité limitée (SPRL), la société anonyme (S.A), la Société en Nom Collectif (SNC), la société mixte, une coopérative. Ils varient également selon les actionnaires. Ceux-ci sont de deux sortes, à savoir : l'actionnaire personne physique et l'actionnaire personne morale.

« Il en est de même pour l'ouverture d'une succursale ou filiale au Burundi, une inscription complémentaire au registre de commerce ainsi que la demande de duplicata ».

Quid des spécificités ?

Léonard Sentore dit qu'une Société Unipersonnelle ne peut pas créer une autre Société Unipersonnelle. Il souligne que si l'actionnaire est mineur, il est représenté par son tuteur légal. Cela sur présentation de l'extrait d'acte de naissance du mineur et de la pièce d'identité du tuteur légal. L'autorisation d'exercer le commerce pour un mineur de moins de dix-huit ans est accordée par ordonnance du président du Tribunal de Grande Instance du lieu du domicile du mineur.

« Certaines sociétés doivent avoir des autorisations spécifiques préalablement à l'exercice de leurs activités. C'est le cas des sociétés minières. Celles-ci doivent avoir une autorisation de prospection, un permis de recherche et un permis d'exploitation », ajoute-t-il.

Pour les banques et établissements financiers, Il est exigé un capital minimum de dix milliards de FBu pour les banques et un capital minimum de six milliards de FBu pour les établissements financiers.

« Un établissement de microfinance peut avoir la forme d'une Société Anonyme, d'une Coopérative d'épargne et de crédit, ou d'une Mutuelle d'épargne et de crédit ou d'un Microcrédit. Le capital minimum exigé diffère selon la forme adoptée », informe-t-il avant d'annoncer que l'établissement de microfinance qui opte pour la forme d'une Société Anonyme doit avoir un capital minimum de deux cent millions de FBu.

Pour celui qui opte pour la forme de coopérative d'épargne et de crédit ou de mutuelle d'épargne et de crédit, il n'y a pas de capital fixe exigé. Il doit avoir au minimum 300 membres ayant souscrit et libéré des parts sociales variables.

Les établissements ayant opté pour la forme de Microcrédit doivent avoir un fonds de dotation. Les établissements de microcrédit ne font qu'octroyer des crédits. Ils ne font pas de collecte de fonds publics.

« Quant aux bureaux de change, ils

doivent avoir un capital minimum de cinquante millions de FBu ».

Le directeur de l'API précise que les sociétés d'assurance sont constituées sous forme de Société Anonyme ou de Société Mixte.

Les sociétés d'assurance qui exploitent les branches Dommages doivent avoir un capital minimum d'un milliard de FBu non compris les apports en nature.

Les sociétés d'assurance exploitant les branches Vie et Capitalisation doivent avoir un capital minimum de cinq cent millions de FBu.

« Aucune société d'assurance ne peut exploiter les deux branches en même temps », insiste-t-il.

Les entreprises d'assurance, de réassurance ou leurs démembrements ne peuvent commencer leurs activités qu'après avoir obtenu l'agrément de l'organe de supervision et de régulation des assurances.

L'agrément est accordé branche par branche et toute entreprise ne peut exercer que l'opération pour laquelle elle a obtenu l'agrément.

Le numéro 1 de l'API dit que les personnes voulant faire de l'exportation ou de l'importation doivent avoir un code d'exportateur ou d'importateur. Il est demandé au Département du Commerce Extérieur du Ministère du Commerce.

L'OBR pour l'identification et le suivi

« Dans la création d'une entreprise, l'Office Burundais des Recettes (OBR) a le rôle d'attribuer aux concernés le Numéro d'Identification Fiscale (NIF) », déclare Stany Ngendakumana, directeur de la Communication et des Services aux Contribuables et porte-parole de l'OBR. Par après, martèle-il, l'office fait un suivi afin d'aider à amener le contribuable à se conformer aux devoirs et aux obligations fiscales.



Stany Ngendakumana, directeur de la Communication et des Services aux Contribuables et porte-parole de l'OBR : « Dans la création d'entreprise, l'OBR joue un rôle d'identification des contribuables et assure le suivi afin d'amener ceux-ci à se conformer aux obligations fiscales ».

Pour plus d'informations, le Manuel d'Informations pour les créateurs d'entreprises ou de sociétés au Burundi peut être un guide fiable. Entreprise ou société signifie la même chose.

API : - L'Agence de Promotion des Investissements a été créée par le Décret N° 100/177 du 19 octobre 2009 et est opérationnelle depuis Mars 2010. Elle a pour mission principale de promouvoir les investissements et les exportations au Burundi ; et notamment de :

- Informer les investisseurs sur tout ce qui touche à la promotion de l'investissement et de l'exportation ;
- Assister et appuyer les investisseurs en général et les exportateurs en particulier, notamment dans l'obtention des documents et/ou l'accomplissement des formalités exigées par la loi ;
- Concevoir les réformes nécessaires à l'amélioration du climat des affaires ;
- Interpeller les administrations sur les cas de non application ou de mauvaise application de toute loi ou réglementation en rapport avec la promotion des investissements et des exportations.

L'API met un accent particulier sur l'accroissement des Investissements Directs Etrangers (IDE) et locaux, et s'emploie à vendre l'image du Burundi et les opportunités d'investissements grâce à son Service de Promotion des Investissements.

Par le biais du Service de Promotion des Exportations, l'agence assiste et appuie les opérateurs privés dans leurs démarches pour l'exportation de leurs produits. Cela afin qu'ils puissent vendre plus de produits de meilleure qualité respectant les normes internationales exigées par les marchés régionaux ou internationaux.

A travers son Service des Réformes et Développement du Capital Humain, elle travaille pour l'amélioration du climat des affaires au Burundi et le renforcement des capacités de ses employés et des partenaires.

A travers le Guichet Unique de Création des sociétés de l'API, des entreprises de plusieurs types sont créées. L'API assiste et appuie les investisseurs dans l'obtention de différents documents et informations ainsi que les formalités exigées par la loi.

-OBR : L'Office Burundais des Recettes (OBR) est un établissement public semi-autonome de collecte des recettes publiques. Créée par la loi n°1/11 du 14 juillet 2009, le but général de la création de cette institution est la réduction de la pauvreté. Cela par le biais d'une collecte améliorée des recettes publiques ainsi qu'un environnement amélioré des affaires au Burundi.

- La Société Unipersonnelle (S.U) : est une société à responsabilité limitée créée par une personne physique ou morale qui ne supporte les dettes de la Société qu'à concurrence de ses apports. Le nombre d'actionnaires exigés en SU est une seule personne physique ou morale.

- Société Anonyme (SA) : est une société dont le capital est divisé en actions. Elle est constituée par trois personnes physiques ou morales au minimum qui ne supportent les dettes de la société qu'à concurrence de leurs apports. Le minimum d'actionnaires exigé est de 3 personnes physiques ou morales.

- La Société de Personnes à responsabilité limitée (SPRL) : elle est constituée par 2 personnes physiques ou morales au moins et cinquante au plus qui ne supportent les dettes de la Société qu'à concurrence de leurs apports et dont les droits ne sont transmissibles que sous certaines conditions.

- La Société en Nom Collectif (SNC) : est celle que créent deux ou plusieurs personnes physiques ou morales qui ont tous la qualité de commerçant et remboursent indéfiniment et solidairement les dettes de la Société. Le minimum d'actionnaires exigé est 2 personnes physiques ou morales.

- La Société Coopérative (SC) : est une société fondée sur l'idée d'union, de solidarité et d'entraide mutuelle. Les adhérents se sont volontairement groupés pour atteindre un but économique et social commun et ont accepté d'assumer les responsabilités particulières à leur qualité de membre. Le minimum de personnes exigées est de 2 personnes physiques ou morales

- La Société Mixte : est une personne morale créée par l'Etat, la commune, une ou plusieurs personnes morales de droit public en association avec une ou plusieurs autres personnes physiques ou morales de droit privé. Elle est dotée d'un patrimoine propre, d'une autonomie financière et organique.

Light Award, tremplin pour les jeunes entrepreneurs?

Les jeunes qui veulent se lancer dans l'entrepreneuriat ont du mal à démarrer à cause du manque de financement. L'Université Lumière de Bujumbura (ULBu) en collaboration avec Spears Connect Group (SCG) ont mis sur pied la plateforme Light Award, un concours d'idées entrepreneuriales pour tenter de résoudre ce problème

Lancé en 2018, Light Award soutient les jeunes étudiants vivant au Burundi qui ont des idées entrepreneuriales prometteuses. L'ULBu a senti le besoin d'accompagner les jeunes étudiants qui souhaitent se lancer dans l'entrepreneuriat, mais qui rencontrent un problème de moyens financiers. Elle a fait appel à nous pour créer un programme qui répondrait à ce besoin, a indiqué Hans Martinien Assisa, Directeur des Opérations à SCG.



Directeur des Opérations à SCG : « Au début, on a lancé un formulaire pour s'enquérir des problèmes que les jeunes étudiants qui ont des idées entrepreneuriales rencontrent. Plus 80% d'entre eux ont dit avoir des problèmes de fonds pour se lancer. Light Award a été comme une réponse aux jeunes étudiants qui ont des idées entrepreneuriales, mais ont du mal à se lancer »

80% des jeunes interrogés avaient un problème de financement de leurs projets

« Au début, on a lancé un formulaire pour s'enquérir des problèmes que les jeunes étudiants qui ont des idées entrepreneuriales rencontrent. Plus 80% d'entre eux ont dit avoir des problèmes de fonds pour se lancer. Light Award a été comme une réponse aux jeunes étudiants qui ont des idées entrepreneuriales, mais ont du mal à se lancer. Ce programme leur octroie un petit fonds pour se lancer. Si l'édition 2018 de Light Award concernait la seule catégorie de l'entrepreneuriat, celle de 2019 a travaillé sur 3 catégories, à savoir : l'entrepreneuriat classique, l'agribusiness et l'art créatif.

Les 3 premiers projets des 3 catégories ont été primés. Il y a deux autres catégories de reconnaissances qui concernent ceux qui se sont démarqués par rapport à ce qu'ils font et par rapport à leur place dans la société », a fait savoir M. Assisa. On a travaillé avec Jimbere, Akeza.net, Ingomag, etc. C'est ainsi qu'on a identifié les 20 femmes les plus influentes et les 20 jeunes les plus influents du Burundi, a souligné M. Assisa.

Des résultats probants

« On ne veut pas que les lauréats soient des symboles ou des figurants. A la 1^{ère} édition, sur 12 jeunes étudiants qu'on avait, les 3 finalistes se sont lancés. Pour l'édition 2019, on a en eu 13 en finale dont 7 se sont par la suite lancés. Ils ont leurs

de ses produits, elle attendait les clients. Se définissant comme artiste-peintre designer, Nkurikiye âgée de 23 ans est étudiante en Bac+3 à Bujumbura International University. « Une semaine après la compétition, j'ai récupéré 400 mille FBu qui m'ont permis de commencer mon activité. J'ai entre autres acheté de la peinture et des tee-shirts que j'utilise. Bien plus, grâce à la visibilité de Light Award, la galerie d'art Two Five and Seven m'a permis d'exposer dans ses locaux. Je n'ai pas encore récupéré la 2^{ème} tranche parce que je n'ai pas encore eu le temps d'écrire mon plan d'action, mais je le ferai bientôt », a indiqué la jeune fille. Les commandes ont augmenté. Avant, c'était autour de 2 ou 3 commandes par semaine, mais maintenant



Kelly Nkurikiye, lauréate de Light Award, édition 2019 : « J'ai récupéré 400 mille FBu qui m'ont permis de commencer mon activité. J'ai entre autres acheté de la peinture et des tee-shirts que j'utilise. Bien plus, grâce à la visibilité de Light Award, la galerie d'art Two Five and Seven m'a permis d'exposer dans ses locaux. Je n'ai pas encore récupéré la 2^{ème} tranche parce que je n'ai pas encore eu le temps d'écrire mon plan d'action, mais je le ferai bientôt »

propres entreprises », a déclaré M. Assisa. Chaque lauréat de Light Award bénéficie d'un prix de 800 mille FBu. Récupérable en 2 tranches, la 1^{ère} tranche juste après la compétition, la deuxième après présentation du plan d'action, d'après le Directeur des Opérations à SCG.

Kelly Nkurikiye, figure de proue de Light Award ?

Burundi Eco a retrouvé un des lauréats de Light Award édition 2019, catégorie Art Créatif. Il s'agit de Kelly Nkurikiye qui fait des motifs artistiques personnalisés sur des vêtements ou des sacs. Elle était venue à l'Institut Français du Burundi (IFB) pour participer à une exposition-vente. Devant une table garnie

c'est au-delà de 5 commandes. « Parfois j'ai plus de 30 tee-shirts par commande. Le tee-shirt coûte 20 mille FBu pièce. Les affaires marchent plutôt bien actuellement grâce la visibilité de Light Award », a affirmé Mlle Nkurikiye.

Light Award, une initiative de l'ULBu et de SCG semble porter ses fruits. En plus du petit coup de pouce qu'il donne aux lauréats du concours en matière de financement, elle assure une certaine visibilité dont les entrepreneurs novices ont désespérément besoin. Mais vu l'effectif insignifiant des jeunes étudiants qui en profitent, il est comme une goutte d'eau dans un océan.

« Entreprendre c'est réfléchir, apprendre et agir dans le moment présent »

Les débuts sont toujours difficiles. La plupart des entrepreneurs débutants hésitent à se lancer. Ils peinent à se frayer un chemin dans un monde qui est très concurrentiel. Le coach et consultant en entrepreneuriat Stephan Doukhopelnikoff livre son analyse sur les premiers pas d'un entrepreneur. Il jette également son regard sur le secteur entrepreneurial au Burundi. Pour conclure, il donne des conseils pour réussir son projet

D'après Stephan Doukhopelnikoff, coach en entrepreneuriat, la connaissance et la confiance en soi sont les règles d'or d'un entrepreneur. « Avant de vous lancer dans l'entrepreneuriat comme dans chaque activité de la vie, il est important de se connaître. Il faut déceler ses valeurs et sa passion. En outre, vous devez repérer ce que vous aimez faire. Ce que vous aimez, vous le faites mieux ! Quel est votre destin ? Quelle différence vous voulez faire dans le monde ? Qui vous voulez être dans 10 ans ? » explique le coach Doukhopelnikoff.

Ainsi, la réponse à ces questions définit votre être. Le seul endroit où on peut trouver toujours la force, c'est en vous-même. « Si vous dépendez des choses extérieures pour avoir de la force, vous êtes perdu d'avance ! », prévient-il. Cependant, il ne faut pas confondre cela avec la nécessité de répondre aux besoins des autres comme entrepreneur.

« Le monde des affaires est un monde de résultats »

Ce spécialiste de l'entrepreneuriat privilégie le coaching de compassion, celui basé sur l'intention du client. « Je dois d'abord connaître et comprendre le client. Ensuite, je dois vérifier si le client sait vraiment ce qu'il ou elle veut », dit-il. Le coaching de compassion est le seul coaching qui donne des résultats satisfaisants à long terme. Celui qui fait des activités sous les commandes d'autrui n'est pas aligné avec son être. Le monde des affaires est un monde de résultats. Or, on ne peut atteindre des résultats que si on a la volonté de réussir. Bref, « Vous pouvez être ce que vous voulez être » conclut Doukhopelnikoff, en paraphrasant Paul Arden, l'auteur de cet ouvrage.

Les qualités d'un bon entrepreneur

Un entrepreneur c'est quelqu'un qui se connaît très bien. Il doit détecter ses forces et ses faiblesses. C'est quelqu'un d'authentique, quelqu'un en qui on peut faire confiance. La confiance c'est la base de toute interaction entre les hommes. Une fois qu'on ne peut pas ou plus inspirer confiance, on perd toute crédibilité, prévient-il. Et le coach Doukhopelnikoff de préciser qu'un des grands problèmes de l'entrepreneuriat local est qu'on se lance dans les affaires sans compréhension ni préparation sur ce qu'on entreprend. En plus de se connaître soi-même, un bon entrepreneur connaît aussi les autres. Un élément qui est souvent négligé, alors qu'avant tout un



Stephan Doukhopelnikoff, coach en entrepreneuriat : « La maîtrise et l'action font la différence entre un entrepreneur qui réussit et un intellectuel qui, dans son fauteuil ou derrière son bureau, croit avoir beaucoup de savoirs ».

entrepreneur répond aux besoins des autres. C'est de là qu'il apporte de la valeur ajoutée et génère des profits, ceux-ci étant l'oxygène de la viabilité de toute organisation et entrepreneuriat.

Un des secrets de réussite des bons entrepreneurs, c'est qu'ils sont maîtres de ce qu'ils font. La maîtrise va beaucoup plus loin que la connaissance. La maîtrise et l'action font la différence entre un entrepreneur qui réussit et un intellectuel qui, dans son fauteuil ou derrière son bureau, croit avoir beaucoup de savoirs. Le savoir n'est rien sans action. Et la société, même si elle est en développement, n'a pas besoin d'intellectuels seulement, mais aussi d'entrepreneurs authentiques, explique le coach Doukhopelnikoff. Selon lui, entreprendre c'est réfléchir, apprendre et agir dans le moment présent. Les solutions se trouvent toujours dans le présent et pas dans le passé. L'histoire et le passé bloquent souvent l'action et

la confiance dans le présent. Le passé et l'histoire donnent trop d'excuses pour ne rien faire, rien essayer et dans le pire pour répéter le passé. Trop de focus sur le passé bloque le développement.

Comment réussir dans un monde concurrentiel ?

Si le marché est concurrentiel, c'est parce qu'il est bloqué, limité, saturé ou qu'on n'a pas les compétences voulues. La solution est de se lancer dans une activité où personne ne se lance avec les capacités et les compétences requises et qui répondent à un besoin. Par ailleurs, s'il est très difficile de pénétrer le marché, l'entrepreneur doit renforcer ses connaissances et ses capacités. Il faut avoir à l'esprit que rien n'est facile dans la vie. D'ailleurs, aucun être humain n'a tout le savoir ni toutes les expériences. Ainsi, le risque, l'échec et la réussite font partie du chemin d'un entrepreneur. L'échec est là pour vous faire apprendre. Une personne forte a la capacité de transformer un échec en une opportunité quand cela est possible. « Si ce n'est pas possible, acceptez que ce soit un fait et continuez votre chemin. Apprenez, faites un détour, sautez en avant, mais surtout, n'arrêtez pas de poursuivre votre chemin de vie », propose le coach Doukhopelnikoff.

« Si ce n'est pas possible, acceptez que ce soit un fait et continuez votre chemin. Apprenez, faites un détour, sautez en avant, mais surtout, n'arrêtez pas de poursuivre votre chemin de vie », propose le coach Doukhopelnikoff.

Chercher toujours à faire la différence

Un entrepreneur c'est quelqu'un qui a le courage de croire qu'il fait la différence. Et faire la différence, c'est créer de la valeur ajoutée.

C'est un des piliers de l'entrepreneuriat. Vous trouverez les dix compétences essentielles d'un entrepreneur sur le site [DOUTTI.com https://doutti.wordpress.com/francais-burundi/les-10-competes-dun-entrepreneur/](https://doutti.wordpress.com/francais-burundi/les-10-competes-dun-entrepreneur/)

Avant d'entreprendre, l'entrepreneur doit réfléchir très bien là où il peut faire la différence compte tenu de son propre être et de la personne qu'il veut devenir. « Ne perdez pas de temps à espérer (une excuse pour ne pas agir), mais soyez convaincu, croyez et agissez ! », suggère le coach Doukhopelnikoff. Il recommande de faire une analyse introspective. « Réfléchissez à ce qui vous manque (vos propres capacités, connaissances, les capacités et les connaissances des autres pour vous assister) pour arriver à vos buts et faites le nécessaire dans le moment présent pour adapter et corriger », détaille-t-il. Pour lui, ni le passé ni l'incertitude du futur n'est une excuse pour ne rien faire.

Comment confectionner un Business Plan ?

Leaders in Results



Africa | Great Lakes

www.DOUTTI.com

La confection d'un Business Plan est une étape très importante dans les préparatifs en vue de la création d'une entreprise. Burundi Eco remercie Stephan Doukhopelnikoff. Nous publions le schéma qu'il a conçu.

Schéma du plan d'affaires			
Business plan			
Qui êtes VOUS ?	Votre SERVICE ou PRODUIT ?	Quel est votre MARCHÉ ?	Votre ÉQUIPE ?
Votre prénom et nom Votre cursus scolaire Votre environnement Forme juridique de l'entreprise : en nom personnel ou autre Votre structure juridique. Statuts, contrats, marques, licences?	Décrivez le service ou le produit de votre future entreprise A quels besoins votre entreprise répondra-t-elle ? Où se situe la valeur ajoutée ? Quel est le nom de votre entreprise ? Le nom de vos services ou Produits ?	Vous connaissez votre marché ? Qui sont vos Clients ? Pourquoi seront-ils vos clients ? Qui sont vos concurrents ? Où est-ce que, vous et votre service ou votre produit, faites la différence par rapport aux produits existants ?	Vous allez agir seul ou en équipe ? Vous avez besoin de partenariats ? Lesquels ? Quels genres de partenariats ? Qui sont vos fournisseurs, vos bailleurs ? Vos ressources humaines ?
Votre STRATÉGIE ?	Plan FINANCIER ?	Plan d' EXPLOITATION	Analyse de vos forces et faiblesses SWOT
Quels sont vos objectifs ? SMART Vous avez élaboré un plan d'action avec toutes les tâches, dates et étapes à franchir ? Vous avez une liste de choses encore à apprendre, des défis ? Plan de vente et marketing. Quel est votre positionnement ? 4P Produit Place Prix Promotion ?	Coûts de départ : API OBR... Coûts fixes. Coûts variables. Projection du chiffre d'Affaires. Quels sont vos moyens propres ? connaissance, expériences, machines, matériel, argent Comment financer le solde ?	Vous avez besoin de matériel et d'équipement ? Besoin de nouvelles technologies ? Changement futur ? Besoin d'un lieu pour localisation ? Vous avez besoin de RD : Recherche et Développement ?	Vos passions ? Vos talents ? Vos compétences. Où faites- vous la différence ? Vos faiblesses ? Quoi faire ? Où sont les dangers, menaces pour votre business ?

Exemple de plan financier conçu par un entrepreneur burundais

Burundi Eco publie pour la première fois des extraits d'un plan financier conçu par un candidat entrepreneur. Il s'agit de quelques tableaux extraits du plan. L'entreprise dont il est question a pour but de fabriquer des combustibles et des foyers (poêle, appareil de chauffage). Avant toute chose, il est important d'anticiper, de prévoir, de calculer les coûts c'est-à-dire les dépenses notamment. Mais il faut aussi un plan d'action qui s'inscrit dans le temps. Nous publions ci-après différents tableaux illustrant les prévisions.

PLAN D'ACTION						
#	Action	Résultat attendu	Date de réalisation attendue	Date de réalisation effective	Statut	Commentaire
A	MARKETING					
1	Distribution de brochures	potentiels clients convaincus	jan, fév		Réalisé	
2	Distribution des échantillons	potentiels clients convaincus	jan, fév		Réalisé	
3	Conception site internet	potentiels clients convaincus			Réalisé	
4	Publicité sur réseaux sociaux	notoriété	jan		Pas encore réalisé	
5	Publireportages	notoriété	jan		Réalisé	
6	Autres	notoriété	jan, fév		Pas encore réalisé	
B	ACTIONS COMMERCIALES					
1	100 ménages à démarrer avec	fidélité des premiers clients	jan, fév		Réalisé	
C	ACTIONS INTERNES					
1	recruter deux agents marketing	mesures marketing renforcées	jan		Réalisé	
2	recruter un comptable	suivi du bilan mensuel	jan		Réalisé	
3	recruter un responsable logistique	suivi des ventes et achats	jan		Réalisé	

Le plan d'action consiste à élaborer les tâches que l'entrepreneur envisage d'exécuter. Cela peut se faire avant ou pendant l'exercice. Il doit être actualisé selon les besoins.

PREVISION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

I. PRIX DE VENTE ET COÛTS DE REVIENT

Produits ou Services proposés	Unité de Mesure	Prix de vente par unité BIF	Coût de revient direct				Marge brute %	Coefficient CdR NA	
			Matières premières par unité BIF	Conditionnement par unité BIF	Autre (1) coût direct par unité BIF	Autre (2) coût direct par unité BIF			TOTAL par unité BIF
Combustible	1 Kg	500	93	15	83	79	270	46%	2
Poêle	1 Pièce	20 000			8 500		8 500	58%	2
							0		
							0		
							0		
							0		

Les coûts directs sont intégrés au prix de revient du produit : matière première, conditionnement (emballage), matériels, transport, etc. La marge brute : le bénéfice sur le prix de vente en pourcentage = $100\% - (\text{coût direct} / \text{prix de vente})$.

2. QUANTITES VENDUES MENSUELLEMENT

Produits ou Services (unité)	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Octobre	Nov.	Déc.
	(Unité)	(Unité)	(Unité)	(Unité)	(Unité)	(Unité)	(Unité)	(Unité)	(Unité)	(Unité)	(Unité)	(Unité)
Combustible (Kg)	9 000	9 000	10 800	12 600	14 400	16 200	24 000	26 400	28 800	31 200	33 600	36 000
Poêle (Pièce)	150	150	180	210	240	270	300	330	360	390	420	450
Total	9 150	9 150	10 980	12 810	14 640	16 470	24 300	26 730	29 160	31 590	34 020	36 450

3. PREVISION DU CHIFFRE D'AFFAIRES (PREMIER EXERCICE)

Chiffre d'affaires	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Octobre	Nov.	Déc.
	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF
Combustible	4 500 000	4 500 000	5 400 000	6 300 000	7 200 000	8 100 000	12 000 000	13 200 000	14 400 000	15 600 000	16 800 000	18 000 000
Poêle	3 000 000	3 000 000	3 600 000	4 200 000	4 800 000	5 400 000	6 000 000	6 600 000	7 200 000	7 800 000	8 400 000	9 000 000
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	7 500 000	7 500 000	9 000 000	10 500 000	12 000 000	13 500 000	18 000 000	19 800 000	21 600 000	23 400 000	25 200 000	27 000 000

Le tableau 3 (Prévision du chiffre d'affaires premier exercice) correspond au prix de vente et coûts de revient (tableau 1) multipliée par la quantité vendue mensuellement (tableau 2).

4. PREVISION DU CHIFFRE D'AFFAIRES (EXERCICES 2 & 3)

CA 2020 BIF	Evolution CA 2021 %	CA 2021 BIF	Evolution CA 2022 %	CA 2022 BIF
126 000 000	149%	313 800 000	69%	529 200 000
69 000 000	132%	160 100 000	65%	264 600 000
0		0		0
0		0		0
0		0		0
0		0		0
0		0		0
0		0		0
0		0		0
0		0		0

Ce tableau (tableau 4) montre l'évolution en pourcentage par rapport au chiffre d'affaires. La première année de fonctionnement, l'entreprise enregistrera 149% de recettes en plus sur le combustible tandis que la deuxième année, elle enregistrera 69% de recettes en plus sur le même produit. La variation est expliquée par le fait que l'entreprise part de zéro en terme de production. Pour le deuxième et troisième exercice, l'entreprise est stable et les quantités vendues sont stables.



SALAIRES OU CHARGES DE PERSONNEL (PREMIER EXERCICE)

Charges de Personnel	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Octobre	Nov.	Déc.
	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF
Directeur Général	700 000	700 000	700 000	700 000	700 000	700 000	700 000	700 000	700 000	700 000	700 000	700 000
Dir. Technique	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000
Comptable	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000
Logistique (2)	700 000	700 000	700 000	700 000	700 000	700 000	700 000	700 000	700 000	700 000	700 000	700 000
Marketing	350 000	350 000	350 000	350 000	350 000	350 000	350 000	350 000	350 000	350 000	350 000	350 000
Main d'oeuvre	450 000	450 000	450 000	450 000	450 000	450 000	450 000	450 000	450 000	450 000	450 000	450 000
Total	3 100 000	3 100 000	3 100 000	3 100 000	3 100 000	3 100 000	3 100 000	3 100 000	3 100 000	3 100 000	3 100 000	3 100 000

FRAIS FIXES HORS SALAIRE (PREMIER EXERCICE)

Frais Fixes (hors salaires)	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Octobre	Nov.	Déc.
	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF	BIF
Loyers	Néant	Néant	Néant	Néant	Néant	Néant	Néant	Néant	Néant	Néant	Néant	Néant
Charges locatives	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000
Frais bancaires												
Entretiens et réparations	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Energie (eau, électricité, gaz)	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000
Assurances (locaux, RC prof.)												
Fournitures de bureau	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000
Publicité	541 250	91 250	91 250	91 250	91 250	91 250	461 250	11 250	11 250	11 250	11 250	11 250
Frais de déplacement	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000
Frais de poste												
Frais de téléphone, fax et portable	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000
Charges relatives aux véhicules	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000
Honoraires (avocat comptabilité/conseil)	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000
Pièces de rechange							4 000 000					4 000 000
Télécommunications/ Internet	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000
Total	1 286 250	836 250	836 250	836 250	836 250	836 250	5 206 250	756 250	756 250	756 250	756 250	4 756 250

Le loyer équivaut à néant car l'entreprise est installée dans la propriété de l'entrepreneur. Certaines rubriques telles assurance et frais de poste n'ont pu être calculés en début d'exercice.

BBIN-YAIN

Deux sources d'intégration entrepreneuriale

Les formations en techniques managériales et financières suivies par l'accompagnement effectués par les centres d'incubation Burundi Business Incubator (BBIN) et Youth Agribusiness Incubator (YAIN) au profit des entrepreneurs en herbe constituent un noyau de la promotion et de la création de l'emploi chez les jeunes. Toutefois, les fonds de base et le marché d'écoulement des produits reste des défis

« Le problème qui se pose c'est le manque d'emploi pour des milliers de jeunes qui sortent des universités ou des écoles techniques. Donc le taux de chômage est très élevé » déplore Pierre Claver Nduwumwami, directeur du BBIN. Selon lui, ce sont les petites et moyennes entreprises qui donnent l'emploi. Et ces dernières sont créées par les entrepreneurs. Des gens qui sont mo-

et managériales. Selon lui, pour fabriquer un produit ou rendre un service, il faut avoir les compétences techniques requises. Il en est de même pour pouvoir gérer une entreprise de façon efficace. Le deuxième type d'appui c'est l'accès au marché parce que les jeunes entrepreneurs ont besoin de vendre leurs produits ou services. Ils apprennent alors comment accéder au marché. Le troisième appui, c'est l'accès au financement. Le directeur du BBIN explique qu'un entrepreneur doit avoir un bon profil d'entrepreneur. Il doit aussi avoir un bon projet construit sur une bonne idée. Il souligne toutefois qu'il faut d'abord des fonds pour démarrer. « Pour grandir, le jeune entrepreneur a besoin de financements. C'est à ce niveau que le BBIN intervient », rassure M. Nduwumwami.

Techniques managériales

Le BBIN se sert de trois modules pour

fessionnelle. Avec l'appui de ceux qui ont les moyens, les jeunes arrivent à faire un métier quelconque (exemple la couture), à faire certifier leurs produits (farine pour bouillie, farine composée, etc.).

Financement des entreprises

Il y a plusieurs formes de financement des entreprises. Pour commencer, informe Nduwumwami, le jeune entrepreneur doit avoir ses propres fonds, la possibilité d'accéder à un crédit au niveau de la banque et la possibilité d'attirer un investisseur quelconque pour financer le capital. Selon lui, on peut penser à des subventions qui sont octroyées par les partenaires. Le BBIN reçoit parfois des fonds pour donner un appui financier en nature. Il affirme qu'il y a des jeunes qui ont reçu des machines pour transformer la farine complète et des motopompes octroyées par la BBIN à Bubanza.

Comment trouver les financements ?

A travers le concours de plans d'affaires appelé SHIKA, le BBIN fait la préincubation pour aider l'entrepreneur à développer son idée, à la transformer en idée vendable sur le marché à l'aide d'un plan d'affaire. Celui qui gagne le prix peut démarrer avec le BBIN pour essayer de mettre en œuvre son plan d'affaire. Ainsi, avec le financement du FIDA via le Projet de Développement des Filières (PRODEFI), le BBIN a aidé à créer plus de 17.000 emplois dans quatre provinces. Aujourd'hui, il en est à sept provinces (Kayanza, Ngozi, Bubanza, Muramvya, Gitega, Ruyigi et Karusi). La mission du BBIN c'est d'aider les jeunes à s'organiser pour mettre en œuvre leurs plans d'affaires mais aussi de stimuler l'esprit entrepreneurial. « Les jeunes savent qu'ils ne doivent pas attendre éternellement que le gouvernement ou tout autre employeur leur propose un emploi. Ils savent très bien qu'ils doivent compter sur leurs propres forces pour créer leur propre emploi », se réjouit le directeur du BBIN.

Formation en petits métiers

Yain a commencé par former les femmes et les filles mères en élevage des lapins. Aristide Ihorimbere, directeur de Yain explique que le lapin est un animal moins cher et de surcroît accessible et moins coûteux pour son alimentation. Selon lui, 25 personnes issues de 25 ménages ont été formées en septembre 2018 sur les techniques d'élevage des lapins et les jardins de cuisine. Et, en novembre de la même année, 30 jeunes qui étaient appuyés par le BBIN ont été formés dans l'apiculture au lieu de simplement vendre le miel, mais aussi d'autres dérivés du miel (vin de miel, cire). En matière piscicole et apicole, le Yain est en



Pierre Claver Nduwumwami, directeur du BBIN : « Pour fabriquer un produit ou rendre un service, il faut avoir les compétences techniques requises »

tivés à créer quelque chose, à proposer un produit ou un service sur le marché moyennant rémunération. Il précise que ces entreprises ont besoin d'être appuyées par les structures qui en ont la compétence. Ce sont les incubateurs d'entreprises ou pépinières d'entreprises ou des centres de développement des entreprises vers lesquels les entrepreneurs s'orientent pour un appui technique.

Appui sous trois dimensions

Le BBIN est là pour jouer ce rôle d'appui sous trois formes. Pierre Claver Nduwumwami évoque d'abord le renforcement des compétences techniques

former les jeunes entrepreneurs qui sollicitent ses services. Il s'agit du module « Gérer mieux votre entreprise », du module « Trouver mieux votre idée d'entreprise », et du module « Créer votre entreprise ». Avec ces modules, souligne-t-il, le jeune entrepreneur comprend comment le marché est structuré, comment vendre, comment faire le marketing, comment gérer le personnel, comment gérer le risque, etc. Au niveau des techniques de production et de gestion de l'entreprise, le BBIN ne dispose pas d'usines ou de machines. Il aide les jeunes à faire des stages durant les périodes de formation professionnelle dans les centres de formation socio-pro-

train de former 70 jeunes (à Cibitoke) et 52 jeunes à Kirundo issus des associations appuyées par Help Channel.

Une formation mensuelle intensive pour

les jeunes sur une filière de leur choix est organisée. Pour la première semaine, on leur apprend le métier (trois jours dans la salle et 2 jours de visite de terrain) et, pour la semaine suivante, c'est la for-

mation sur l'élaboration d'un plan d'affaire. Puis suit l'accompagnement. Vingt jeunes formés en élevage de poules se sont déjà regroupés en une coopérative qui est enregistrée à l'API. Ils sont à la recherche d'un point de vente des œufs. Le Yain accompagne les activités de ces jeunes. Ainsi, il est facile d'approvisionner un marché de 10.000 oeufs puisque les fournisseurs sont connus d'avance (étude du marché).

Perspectives d'avenir

Le programme de formation va être continué à travers les hubs jusque dans les provinces. Le hub sera aussi un centre de formation en pratiques agricoles. Il y aura un nombre important de poules et de niches d'abeilles. M.Ihorimbere a rassuré que le YAIN a déjà connecté 18 entreprises aux points de vente locaux et internationaux (RD Congo, Kenya, Ouganda). Il s'agit des marchés pour le piment, la bouillie, le miel et les fruits. On fait le marketing pour la promotion des produits locaux pour une consommation locale et internationale. Toutefois, il a souligné comme défis le manque de financement, les emballages et les outils de production comme les machines qui ne sont pas exonérées.



Aristide Ihorimbere, directeur de Yain : « YAIN a déjà connecté 18 entreprises aux points de vente locaux et internationaux (RD Congo, Kenya, Ouganda) »

HOPE DESIGN 10th Anniversary

SIEGE

AGENCE

ROHERO

NOS SERVICES

- ✓ Impression Offset
- ✓ Impression Digitale
- ✓ Fabrication des Cachets ,etc...

Hope Design For Your Success

Siège

Chaussée d'Uvira à 400m de l'Ex. BINUB
 Fixe : (+257) 22 27 59 44
 Mob : (+257) 76 109 109
 www.hopedesign.bi
 hopedesign@hopedesign.bi

Agence

Rohero II, Av. Moso N° 23
 Fixe : (+257) 22 27 59 44
 Mob : (+257) 76 109 109
 www.hopedesign.bi
 hopedesign@hopedesign.bi

Entreprendre en agriculture

Un antidote pour le chômage des jeunes non scolarisés

Ils ne savent pas lire, ni écrire, ni utiliser l'ordinateur ou n'ont pas de diplômes...Cependant, ils constituent une main d'œuvre habile pour le développement économique du pays. Soutenir les jeunes non scolarisés pour entreprendre dans une activité à leur portée, pourrait être un élément de lutte contre le chômage qui hante la jeunesse rurale

Selon la définition donnée par le Bureau International du Travail, le chômeur est celui qui est en âge de travailler (plus de 15 ans), privé d'un emploi, en recherchant un et immédiatement disponible afin de l'occuper. Si on ne dispose pas de statistiques sur le nombre des jeunes non scolarisés, on ne

n'apporte presque rien à cette jeunesse qui veut plus, qui attend plus de la vie. Ces jeunes ont besoin d'être formés sur la matière entrepreneuriale afin de pouvoir leurs propres emplois, exploiter des terrains qui sont encore vierges ou transformer l'agriculture en une activité entrepreneuriale génératrice de richesses et d'emplois.

Former avant d'entreprendre, une nécessité

ADISCO est une ONG qui forme la population paysanne sur l'entrepreneuriat et accompagne surtout les jeunes à améliorer leur employabilité et à développer des innovations dans le domaine de l'agriculture. ADISCO met en place des formations en gestion et en organisation à l'endroit des jeunes non scolarisés

que ces jeunes ont besoin d'investir avec innovation. Il faut que les jeunes trouvent que ce qu'ils font en agriculture est intéressant, attrayant, innovant et lucratif. La réalité est qu'aujourd'hui, cette ONG a en son sein des jeunes qui sont des champions agricoles. Ils sont désormais créateurs d'emplois et gagnent des millions de BIF. Cependant, il précise que ce n'est pas n'importe quelle activité agricole. Ils entreprennent dans la culture des plantes qui rapportent beaucoup comme le maracuja, le gingembre, l'ail...Ce qui incite leurs collègues à entreprendre dans d'autres domaines telles que la transformation, la commercialisation, etc...

Si l'entrepreneuriat ne se décrète pas, encourager et accompagner les aspirations entrepreneuriales des jeunes



Le Burundi est un pays agricole. Si on veut résorber le chômage des jeunes non scolarisés, on doit les inciter à investir dans l'agriculture

peut imaginer qu'il y en a beaucoup dans notre pays où le taux brut de scolarisation est de 6,16 % pour l'enseignement supérieur, 50,33 % pour l'enseignement secondaire et 126,5 % pour l'enseignement primaire en 2017. (Source : Unesco). La plupart de ces jeunes sont occupés par l'agriculture qui, malheureusement, ne peut les occuper tout au long de l'année et encore moins leur vie durant. Et cette agriculture reste rudimentaire. Elle

sés pour les aider à améliorer leurs pratiques agricoles et sur la structuration paysanne.

Selon Libère Bukobero, secrétaire général de l'ADISCO, cette ONG veut construire et renforcer un mouvement paysan autonome. « Le Burundi est un pays agricole. Si on veut résorber le chômage des jeunes non scolarisés, on doit les inciter à investir dans l'agriculture », dit-il. Cependant, M. Bukobero explique

demandeurs d'emploi favorisent leur insertion, non seulement par la création effective d'entreprise, mais surtout en accélérant leur accès à l'emploi et à la formation grâce à une plus grande confiance en soi, une plus forte motivation et une meilleure compréhension de leur environnement. Ainsi, il faut se convaincre que les jeunes demandeurs d'emploi sont capables d'entreprendre, même s'ils sont peu qualifiés.

Les Pays-Bas font la promotion du secteur privé via l'entrepreneuriat des jeunes

Depuis janvier 2019, l'ambassade des Pays-Bas organise des soirées pour les jeunes entrepreneurs. Ces événements, riches en expériences, offrent aux jeunes entrepreneurs un cadre d'échange dont l'objectif est de nouer des relations d'affaires. Le bilan des trois premières soirées est satisfaisant et prometteur, se réjouit l'ambassadeur

Le Royaume des Pays-Bas noue des relations étroites avec le Burundi grâce aux actions de son ambassade. Il accompagne et appuie les projets de développement, qui soutiennent le Plan National de Développement burundais. Cela se matérialise par les investissements dans divers programmes avec un accent particulier sur le développement socio-économique porté par des paysans (ménages), par des femmes et des jeunes. Les interventions des Pays-Bas s'inscrivent également dans une approche régionale, des Grands Lacs.

Quels sont les domaines d'intervention des Pays-Bas ?

Les interventions se déclinent en fonction de trois objectifs spécifiques principaux, à savoir : l'autonomisation des familles rurales à travers une agriculture basée sur la résilience et le développement du secteur privé, l'autonomisation des femmes et des jeunes à travers la santé reproductive, le développement des compétences des femmes et des jeunes pour améliorer leurs opportunités d'emploi et leurs revenus. Les Pays-Bas allouent annuellement, une enveloppe de 38 millions d'euros, soit environ 75 milliards de FBu à la coopération avec le Burundi dont 24,5 millions d'euros orientés vers la sécurité alimentaire et l'investissement durable.

La grande majorité de la population étant agricole (plus de 90%), les interventions du Royaume des Pays-Bas touchent en premier lieu les producteurs agricoles. En ce sens, la promotion des petits producteurs a été réalisée à travers l'approche dénommée Plan Intégré Paysan (PIP). Cette dernière offre des opportunités aux producteurs et leurs familles de planifier leurs activités sur le long terme, en termes d'une augmentation de la productivité, gestion de la ferme, nutrition et planning familial. La mise en œuvre de ce plan est accompagnée et a résulté dans une autopromotion de tous les membres des ménages ruraux.

C'est aussi dans ce cadre que nous voulons investir dans la jeunesse, explique Mme Caecilia Wijgers, Ambassadeur du Royaume des Pays-Bas. Dans la ville de



Mme Caecilia Wijgers, Ambassadeur du Royaume des Pays-Bas au Burundi : « Nous réfléchissons encore comment et dans quelles chaînes de valeur il faut investir. Cela dans le but de promouvoir la productivité du pays ».

Bujumbura comme à l'intérieur du pays, pas mal de jeunes ont de bonnes idées. Malheureusement, ils manquent souvent des pistes pour réaliser leurs rêves, déplore-t-elle.

Pourquoi des soirées réservées aux jeunes entrepreneurs ?

D'après Mme Wijgers, les investissements dans le secteur privé se concentrent souvent sur des entrepreneurs adultes. Les jeunes sont souvent délaissés du fait que leur financement serait trop risqué. Ils manquent souvent d'opportunités pour exploiter leurs potentialités.

Les soirées des jeunes entrepreneurs qui sont régulièrement organisées par l'Ambassade des Pays-Bas et ses partenaires, dit-elle, offrent un bon cadre aux jeunes pour s'exprimer sur les opportunités dans l'environnement des affaires. C'est également un cadre d'échange entre les entrepreneurs expérimentés, les jeunes candidats, les ONG et institutions d'appui, les entreprises susceptibles d'accompagner les startups de jeunes.

Un événement couronné de succès

Depuis son lancement en janvier dernier, la soirée des jeunes comptabilise trois éditions sur des thèmes très diversifiés.

L'ambassadeur Wijgers dresse un bilan positif des activités déjà réalisées lors de cet événement. La 1^{ère} édition a permis aux jeunes entrepreneurs de se présenter et de se faire connaître. Les jeunes citadins et ceux du milieu rural ont eu l'opportunité de prendre connaissance les uns des autres ainsi que de leurs secteurs d'activités respectives. La seconde édition s'est focalisée sur la présentation des activités des jeunes. Les participants désignés ont procédé à la description générale de leurs business, des produits ou services offerts ainsi que leurs stratégies de vente. Le but de cet exercice était de faire une 'elevator pitch' pour séduire les investisseurs et les clients potentiels.

La troisième édition a été consacrée aux témoignages des jeunes entrepreneurs sur leurs débuts souvent sombres et parsemés d'obstacles à vaincre. Les intervenants ont pu démontrer comment on peut convertir les échecs en des opportunités d'affaires. L'Ambassadeur des Pays-Bas éprouve un sentiment de satisfaction : « les jeunes s'en sortent plutôt bien. Ce qui donne lieu d'espérer que les prochaines éditions de la Soirée des jeunes entrepreneurs seront même meilleures. Les échanges dans les petits groupes par secteur thématique de business ont permis aux jeunes de se faire connaître les uns des autres et d'apprendre des expériences », explique Mme Wijgers.



La soirée des jeunes entrepreneurs est une occasion de partager des expériences en vue de relever certains défis liés à l'entrepreneuriat

Les entrepreneurs ont besoin d'un accompagnement sur le long terme

Dans l'avenir, l'ambassade des Pays-Bas compte soutenir les jeunes dans leurs propres communautés. Le vœu est de créer plus d'emplois en appuyant les jeunes entrepreneurs qui ont des projets réalisables. Plusieurs options sont envisageables. Ce qui est important est d'accompagner les entrepreneurs à chaque stade de développement de leur business. « Nous réfléchissons encore comment et dans quelles chaînes de valeur agricoles il faut investir. Cela dans le but de promouvoir la productivité du pays. Après tout, ce sont les produits locaux qui serviront de matières premières à l'industrie locale. Il y a aussi une grande différence entre les besoins des jeunes entrepreneurs à Bujumbura et dans les zones rurales. », révèle Mme Wijgers.

De par son expérience, elle explique qu'il est nécessaire d'accompagner les jeunes sur le long terme. Pour le cas du Burundi, cela prendra du temps pour plusieurs raisons. D'abord, les entreprises néerlandaises

n'ont pas encore l'engouement de nouer des partenariats d'affaires avec les petites et moyennes entreprises locales au Burundi. La diaspora burundaise n'y est pour rien. C'est dommage qu'il n'y ait pas assez de Burundais business expats basés aux Pays-Bas pour investir dans les entreprises des jeunes entrepreneurs au Burundi. « Nous réfléchissons sur la manière d'appuyer les initiatives des jeunes aussi diversifiées avec une attention particulière sur le secteur agricole. Cependant, il est encore tôt de se prononcer sur les secteurs prioritaires qui feront objet de soutien », précise l'Ambassadeur.

L'autre volet concerne l'investissement dans les curricula pour la formation technique aux écoles, par exemple les Centres d'Enseignement des Métiers (CEM) et les Instituts techniques agricoles du Burundi (ITAB). Là, les étudiants sortent avec les connaissances pour se mettre dans l'entrepreneuriat agricole. Ensuite, les Pays-Bas offrent des bourses individuelles dans ce domaine, aux Pays-Bas.

Dans les mois à venir, annonce l'Ambassadeur Wijgers, on va démarrer la formulation des programmes plus élaborés pour des jeunes entrepreneurs. Notre but est de mettre sur pied des actions très concrètes qui devraient être opérationnelles, vers le début de l'année 2020.

L'entrepreneuriat a de beaux jours devant lui

Cette diplomate reste optimiste quant à l'avenir de l'entrepreneuriat au Burundi. « Nous avons constaté que de nombreux acteurs du paysage entrepreneurial manifestent l'intérêt d'appuyer les projets des jeunes », conclut-elle. Il est bon de mettre en évidence que les jeunes entrepreneurs ne doivent pas se considérer comme des concurrents, mais plutôt qu'ils doivent travailler en synergie et collaboration pour leur autopromotion. Il serait intéressant d'ailleurs d'offrir aux jeunes entrepreneurs plus d'espaces pour échanger avec les différentes parties prenantes.

Un incubateur est un mot employé pour désigner un organisme ou une institution qui appuie les entreprises en gestation. On parle souvent de couveuse ou de maternité d'entreprises. Comme le fait la poule qui couvre ses œufs jusqu'à l'éclosion, il est en de même pour les maisons d'incubation. Elles accompagnent les entrepreneurs de l'idée entrepreneuriale jusqu'à la maturité des entreprises.

Par définition, **un incubateur** est une structure créée par de grands groupes, réunissant des start-ups dont ils financent le lancement et dans lesquelles ils prennent des participations financières pour en favoriser la croissance. Les centres d'incubation les plus connus dans notre pays sont Burundi Business Incubator (BBIN) avec son concours de projets SHIKA, le Youth Agribusiness Incubator (YAIN), le plus récent qui œuvre dans la promotion de l'agribusiness, et le centre d'incubation des petites entreprises de Buyenzi. **Lire plus de détails à la page 15**

Une start-up est une jeune entreprise innovante dans le secteur des nouvelles technologies. Une **start-up qui se traduit en français par jeune pousse ou entreprise en démarrage**, est une nouvelle entreprise innovante, généralement à la recherche d'importants fonds d'investissement, avec un très fort potentiel de croissance économique, et de spéculation financière sur sa valeur future (création d'entreprise). Sa phase de recherche et de développement de produit innovant, de tests d'idée, de validation de technologie, ou de modèle économique, est plus ou moins longue, avant sa phase commerciale, et son taux de risque d'échec est très supérieur à celui d'autres entreprises, de par son caractère novateur, sa petite taille et son manque de visibilité. (Source Encyclopédie en ligne Wikipedia).

L'université, vivier d'entrepreneurs

L'université est, de par son essence, la source du savoir. Mais actuellement, son apport ne doit plus se limiter à la transmission des connaissances théoriques. L'Etat ne pouvant plus embaucher tous les lauréats que les institutions universitaires versent sur le marché du travail, ces dernières se voient obligées d'encadrer et parfois même d'accompagner les lauréats selon les besoins du marché du travail. Au savoir, il convient donc d'ajouter le savoir faire

Ce n'est pas pour rien que le ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique a exigé que toutes les facultés dans les universités tant publiques que privées doivent inclure dans leurs cursus un

clubs, on incite les étudiants à penser et à parler de leur avenir. On leur rappelle qu'ils ne doivent plus compter sur l'Etat, car celui-ci ne peut plus les embaucher tous. Ces derniers temps où le taux de chômage a tendance à augmenter, on les met devant leurs responsabilités. Avec la formation académique, l'expérience et la réflexion menée dans les associations et les clubs d'entrepreneuriat, l'étudiant doit être capable de créer son propre emploi, a indiqué Mme Monique Kayibanda, Secrétaire Générale à l'Université du Lac Tanganyika (ULT) et Animatrice du "Club Entrepreneuriat" de cette université. Bien plus, dans les clubs d'entrepreneuriat de l'ULT, on organise des formations à l'intention des étudiants dans le but de les autonomiser une fois sur le marché du travail après la formation académique.

le milieu professionnel, a indiqué Mme Kayibanda.

Après la formation, se lancer reste difficile pour plusieurs raisons

L'étudiant a beau sortir de l'université avec une idée précise sur ce qu'il va faire, mais se lancer reste toujours difficile car avoir une idée ne suffit pas. Il faut des moyens pour se lancer. Or, dans la plupart des cas, l'étudiant n'a pas accès aux sources de financement parce qu'il n'a pas d'hypothèque à proposer aux banques. Parfois, même sa famille a des difficultés financières. Elle ne peut pas lui venir en aide. La solution est la mise en place des infrastructures qui accompagnent les jeunes entrepreneurs et la Banque des Jeunes en gestation constitue dans ce cas une bonne initiative. L'Agence Universitaire de la Francopho-



Monique Kayibanda, Secrétaire Générale à l'Université du Lac Tanganyika (ULT) et Animatrice du "Club Entrepreneuriat" de cette université : « Avec la formation académique, l'expérience et la réflexion mené dans les associations et les clubs d'entrepreneuriat, l'étudiant doit être capable de créer son propre emploi »

cours d'entrepreneuriat. C'est le premier apport des universités en faveur de l'entrepreneuriat, mais pas le seul. Le but est que l'université donne aux apprenants les bases qui leur serviront dans la vie professionnelle après la formation.

L'encadrement n'est pas qu'académique

Il y a des clubs et des associations dans les universités qui promeuvent le leadership et l'entrepreneuriat. Dans ces

Un accompagnement dans un environnement professionnel

A la fin de leurs études, les universités envoient les étudiants dans les entreprises pour un stage de formation d'un mois. On leur donne des lettres de recommandation. C'est une sorte d'imprégnation qui aide l'étudiant à appréhender le monde entrepreneurial. Les universités accompagnent attentivement les étudiants durant cette période dans

nie (AUF) a travaillé avec certaines universités et a accompagné les étudiants qui avaient présenté les meilleures idées. Ce fut une initiative louable. Mais pour combien d'étudiants ? s'est interrogée Mme Kayibanda. Si les universités s'acquittent de leur devoir en assurant une formation en adéquation avec les besoins du marché du travail, l'accompagnement des lauréats après le cursus académiques reste problématique. Elles voudraient bien jouer ce rôle. Encore faut-il avoir les moyens de le faire.

Haguruka, une université atypique active dans l'entrepreneuriat paysan

Depuis quelques années, l'entrepreneuriat est devenu une piste sérieuse pour relever les défis structurels liés à l'accès aux revenus des ménages ruraux et urbains, mais aussi des jeunes. Or, le Burundi est un pays rural à près de 90%. Si un pays a besoin de ses érudits pour se développer, il n'en reste pas moins vrai que la masse paysanne a besoin d'être encadrée et formée pour un développement intégral. C'est ce créneau dont s'occupe l'Université Populaire Haguruka (UPH) dite "université paysanne"

Stéphanie Siboniyo habite la colline Nyarunazi de la commune Rutegama en province Muramvya. Elle est agricultrice. Jointe au téléphone, elle a affirmé avoir gagné 300 mille FBu en 2018 grâce à la culture du champignon. Au départ, elle ne s'intéressait pas à cette culture. C'est avec la formation de l'UPH qu'elle s'y est consacrée. La culture du champignon n'est pas la seule chose qu'elle a apprise à cette université. Elle a aussi été formée dans la gestion d'une coopérative agricole notamment. Malheureusement, elle déplore que le fût servant à la préparation des végétaux utilisés pour cultiver le champignon a été troué. Elle attend qu'ADISCO lui octroie un autre. Elle a déjà contacté un des responsables de cette organisation qui lui a promis d'intervenir. Mme Siboniyo fait partie des nombreux paysans bénéficiaires des projets de l'UPH.

Qu'est-ce que l'UPH ?

L'UPH est en réalité un centre de formation et de recherche en coopérative et leadership. Comme on peut le lire dans son catalogue des formations, son action se concentre sur la création d'une expertise en développement des chaînes de valeur agricoles locales par l'accompagnement des coopératives, l'auto emploi des jeunes par l'accompagnement de l'entrepreneuriat au niveau des micro-entreprises, etc. A ce titre, elle travaille avec les paysans pour lesquels elle organise

des formations. L'UPH est atypique dans la mesure où ce n'est pas une université classique comme les autres. On n'a pas besoin d'avoir terminé l'école secondaire pour la fréquenter. C'est parce qu'elle travaille avec les paysans qui ne connaissent que quelques rudiments de lecture et d'écriture. Même ceux qui ne savent pas écrire, l'UPH pense à eux aussi. Celui ou celle qui termine un module reçoit un certificat, tandis que le suivi de tous les modules proposés est sanctionné par un diplôme. Cependant, l'UPH compte se doter d'une branche classique qui se chargera de former les formateurs de demain.

Haguruka, le bras armé d'ADISCO, mais pas le seul

L'UPH a été mis en place par l'Appui au

population », a déclaré Libère Bukobero, Secrétaire Général d'ADISCO et Recteur de l'UPH. Dans cette politique, ADISCO a mis en place tout un dispositif stratégique qui s'articule entre autres sur l'appui à l'autopromotion, la formation intensive en gestion et organisation pour améliorer les pratiques agricoles des paysans, la structuration paysanne en groupes d'autopromotion, en coopératives, en micro-entreprises, etc. Il faut noter que tous les modules sont enseignés en Kirundi. Pour toutes ces raisons, ADISCO a été obligé de créer une université populaire et une « Maison de l'entrepreneur », dixit M. Bukobero

La Maison de l'Entrepreneur accompagne les jeunes

Si l'UPH s'occupe beaucoup plus des paysans, la Maison de l'Entrepreneur, qui est en même temps un incubateur, s'adresse prioritairement aux jeunes attirés par l'entrepreneuriat. « On propose aux jeunes des modules tels que l'Eveil entrepreneurial ou Qui peut être entrepreneur ? Cela parce que tout le monde ne peut pas être entrepreneur. Ceux qui ne peuvent pas devenir des entrepreneurs sont formés et préparés à devenir de bons professionnels. Cela dans le but de les aider à créer leur propre emploi, à améliorer leur employabilité et à développer l'innovation. Les deux instruments, à savoir l'UPH et la Maison de l'Entrepreneur, sont donc interdépendants pour une action coordonnée globale sur l'ensemble des publics cibles », a souligné M. Bukobero. L'encadrement des paysans revêt un caractère important d'autant plus que le Burundi est un pays rural à près de 90%. Bien plus, le Plan National de Développement (PND) indique qu'« au Burundi, l'agriculture contribue à elle seule à hauteur de 39,6 % au PIB, offre 84% d'emplois, fournit 95% de l'offre alimentaire et constitue le principal pourvoyeur de matières premières à l'agro-industrie ». C'est pour cela que les initiatives comme celle de l'UPH sont à encourager.



Libère Bukobero, Secrétaire Général d'ADISCO et Recteur de l'UPH : « Les crises répétitives que le Burundi a connues ont appauvri le milieu rural et les leaders communautaires. ADISCO a l'ambition de construire et de renforcer un mouvement paysan autonome capable de porter son propre développement et d'influencer les politiques au profit des couches modestes de la population »

Développement Intégral et à la Solidarité sur le Collines (ADISCO), une ONG locale. Elle est un instrument monté par ADISCO pour l'accompagnement du mouvement paysan. « Cela parce que les crises répétitives que le Burundi a connues ont appauvri le milieu rural et les leaders communautaires. ADISCO a l'ambition de construire et de renforcer un mouvement paysan autonome capable de porter son propre développement et d'influencer les politiques au profit des couches modestes de la

Publireportage

Chalk Chain Entreprise, une entreprise innovante

Conscients des dépenses engendrées par l'importation du matériel scolaire notamment les craies, trois jeunes Burundais ont décidé de créer une entreprise pour fabriquer localement les craies. L'entreprise qui a été créée en septembre 2012 retrouve son élan. Les initiateurs ambitionnent d'étendre la gamme des produits

L'idée de créer l'entreprise Chalk Chain Entreprise est venue d'un simple constat du marché

universités tant publiques que privées s'approvisionnent à cette unité de fabrication des craies. Il en est de même des organisations qui œuvrent dans le domaine de l'éducation à l'image de l'Unicef et de CORDAID.

Pourquoi faire confiance à Chalk Chain Entreprise ?

Chalk Chain Entreprise produit des craies de bonne qualité. Ce sont des craies sans poussières, qui ne se cassent pas facilement, qui n'abîment pas les tableaux et qui dégagent moins de

trouvent des coins reculés, nous confions la tâche aux agences de transport qui acheminent les colis jusqu'aux destinataires », détaille le patron de CCE.

La récession de l'économie nationale n'épargne pas Chalk Chain Entreprise qui importe la quasi-totalité des matières premières. « Nous nous rabattons sur le marché parallèle pour s'approvisionner en devises », déplore M. Ndizeye. Par conséquent, la volatilité du taux de change fait grimper les coûts de production. Ce qui influe sur la marge bénéficiaire de l'entreprise.



Le directeur général de Chalk Chain Entreprise pose avec les étudiants de l'université Sagesse d'Afrique après la visite



L'entreprise CCE fabrique des craies de meilleure qualité

des craies qui étaient dominé par les importations, explique Aimé Ndizeye, Directeur Général de Chalk Chain Entreprise (CCE) qui fabrique et commercialise les craies. Deux ans après sa création, l'entreprise rafle la 1ère place du concours Shika organisé par le Burundi Business Incubator (BBIN) avec une récompense de 20 millions de FBu. De quoi remettre le train sur les rails. Il est fier que CCE a contribué à la création de l'emploi (18 emplois permanents et 50 emplois temporaires) dans un pays où le chômage fait parler de lui-même. Pour créer plus d'emplois et booster les performances de l'entreprise, M. Ndizeye n'exclut pas l'option d'exporter ses produits vers les pays de la sous-région.

Les craies fabriquées par CCE se retrouvent sur tout le territoire national, dans toutes les provinces du pays. Les écoles primaires et secondaires, les

poussières. L'autre argument de poids est que les craies produites par CCE sont accessibles. Un carton de craies blanches fabriquées localement coûte 55 000 FBu alors que la même quantité de craies importées coûte entre 60 000 et 65 000 FBu.

En outre, l'entreprise s'inscrit dans une logique de livrer ses produits. A chaque



Maquette de l'espace entrepreneurial en passe d'être aménagé

fois qu'une école fait une commande de craies, « nous nous occupons à livrer le kit commandé. Pour les écoles qui se

Un espace entrepreneurial pour bientôt

Les responsables de l'entreprise CCE ambitionnent de créer un espace dédié à la promotion de l'entrepreneuriat. Le but ultime est d'accompagner les jeunes qui ont des idées entrepreneuriales. L'entreprise est disposée à faire du coaching, du mentorat pour aider les entrepreneurs en herbe dans l'élaboration des plans d'affaires. M. Ndizeye invite les jeunes en se lançant dans l'entrepreneuriat indépendamment de leur cursus de formation. L'entrepreneuriat n'est pas facile. Il suffit de s'y mettre en mobilisant tous les efforts. Quand on travaille beaucoup, il y a des bénéfices qui se profilent à l'horizon, conclut-il.

Dans ses perspectives, l'entreprise de fabrication des craies vise à élargir la gamme des produits allant de la fabrication des lattes, des stylos et des cahiers scolaires.

Les Etats-Unis d'Amérique prêts à accompagner les efforts de développement

En marge de la préparation du Dossier Pédagogique sur l'Entrepreneuriat, Burundi Eco a accueilli dans ses murs Mme Eunice S. Reddick, Chargée d'Affaires à l'ambassade des Etats-Unis d'Amérique au Burundi. Elle nous partage les initiatives du gouvernement américain dans la promotion de l'entrepreneuriat en général et le développement en particulier. Elle s'exprime également sur l'avenir des relations commerciales entre les deux pays après l'exclusion du Burundi de l'AGO. Voici un extrait de notre entretien

BE : Ces derniers jours, les autorités encouragent les jeunes à créer leurs propres emplois. Pourriez-vous nous parler des initiatives prises par l'ambassade des USA au Burundi pour accompagner les jeunes entrepreneurs ?

Mme Reddick : A notre avis, soutenir les jeunes et encourager l'esprit d'entreprise sont parmi les choses les plus importantes que l'on puisse faire au Burundi. Par conséquent, à l'ambassade des Etats-Unis d'Amérique nous essayons d'inclure l'entrepreneuriat dans chaque projet que nous soutenons. Ainsi, nous intervenons pour soutenir les entrepreneurs par le biais des subventions que leur accordons pour accompagner la mise en œuvre de leurs projets. En outre, nous leur proposons des formations pour les aider à améliorer leurs compétences afin de devenir des hommes et des femmes d'affaires plus efficaces.

La bonne nouvelle pour les jeunes entrepreneurs est que l'ambassade des Etats-Unis d'Amérique au Burundi est toujours à la quête des projets d'investissement. L'appel est donc lancé pour toute personne ayant un projet de nous envoyer une proposition à l'adresse suivante : burundipublicaffairs@state.gov. Cependant, nous ne nous sommes

pas à mesure de tout financer, mais nous sommes toujours prêts à accompagner les personnes qui développent ou réalisent des projets pour aider les communautés.

BE : Le gouvernement du Burundi a lancé en 2018 un plan ambitieux pour stimuler la croissance économique du pays. Qu'est-ce qui est prévu par votre gouvernement pour appuyer la mise en œuvre de ce document stratégique ?

Mme Reddick : Nous sommes d'accord avec les projets du gouvernement du Burundi sur la façon dont le Burundi peut se développer tout en tenant compte des intérêts de son peuple. Lors de la planification de nos programmes, nous nous tournons vers le Plan National de Développement (PND) pour déterminer comment nos efforts peuvent s'intégrer avec

à trouver des opportunités et des idées pour créer leurs propres entreprises.

BE : Le Burundi a été exclu de l'accord de l'African Growth and Opportunity Act (AGO) suite au non-respect des principes démocratiques. Quel est l'impact de cette mesure ?

Mme Reddick : Les principes démocratiques font partie des critères d'éligibilité à l'AGO et constituent l'élément crucial de cette initiative. Nous pensons également que ce sont des accords gagnant-gagnant, c'est-à-dire que les pays qui se conforment aux principes démocratiques de l'AGO ont généralement un climat commercial qui leur permet de faire des affaires dans les meilleures conditions. Ce qui profite à la fois à l'intérêt de nos populations respectives et à ceux qui souhaitent améliorer les

échanges commerciaux avec les entreprises étrangères. Certes l'AGO est une excellente initiative, mais elle n'est pas la seule option. Nous sommes en train d'explorer avec le gouvernement des Etats-Unis, les entreprises burundaises et américaines les autres possibilités qui existent. Il y en a beaucoup. Ce ne sont pas les opportunités qui manquent au Burundi.

BE : Compte tenu des expériences vécues dans d'autres pays, quel regard portez-vous sur l'avenir de l'entrepreneuriat au Burundi ?

Mme Reddick : Bien que je sois arrivée récemment il y a deux semaines, mes collègues de l'ambassade m'ont dit qu'ils ont

toujours été surpris et émerveillé par la créativité et la persévérance des jeunes entrepreneurs Burundais. Ce n'est pas toujours facile d'être entrepreneur. Pourtant, l'avenir du Burundi se trouve dans sa jeunesse. Les jeunes sont dynamiques, engagés et passionnés à propos de la création de nouvelles entreprises et de la recherche des opportunités. De par notre expérience, les jeunes Burundais avec qui nous avons eu le privilège de travailler à l'Ambassade, l'avenir est bel et bien prometteur. Je suis très contente d'être ici. Des rires ...



Mme Eunice S. Reddick, Chargée d'Affaires à l'Ambassade des Etats-Unis au Burundi : « Nous intervenons pour soutenir les entrepreneurs par le biais des subventions que nous leur accordons pour accompagner la mise en œuvre de leurs projets »

ceux du gouvernement burundais, mais comment nos efforts peuvent compléter ceux des autres partenaires qui soutiennent la mise en œuvre du PND.

L'appui des Etats-Unis est basé sur le renforcement des capacités à travers des séances de formation. A cet effet, l'ambassade s'est dotée d'une bibliothèque (Research centre) libre d'accès à toute personne, surtout les jeunes. Cette dernière catégorie de la population a l'occasion de s'informer et de se former. En ce sens, nous encourageons les jeunes

Banque d'Investissement pour les Jeunes

Les jeunes attendent impatiemment sa mise en place

Le projet de mise en place de la Banque d'Investissements pour les Jeunes (BIJ) tarde à se concrétiser. Initialement prévue pour démarrer ses activités au début de l'année 2018, cette banque n'existe que sur papier. Malgré cette situation, le gouvernement rassure que sa mise en place est prévue pour bientôt

Le Burundi, comme certains autres pays africains, fait face au chômage endémique des jeunes. Il est confronté à une situation préoccupante de déséquilibre entre la demande et l'offre d'emploi par le fait qu'une bonne partie des jeunes diplômés, tout comme ceux ayant un faible niveau de scolarisation, sont confrontés à un chômage sans précédent. La problématique du chômage des jeunes au Burundi donne matière à réflexion. En effet, les jeunes représentent plus de 60% de la population avec un taux de chômage très élevé (en moyenne 13,3%).

Il se fait malheureusement que dans le milieu rural, les conditions de vie sont également préoccupantes et encouragent les jeunes à l'exode rural. Les jeunes sont parfois marginalisés et la situation débouche à des frustrations, à des aggravations de tensions au sein de la société ; d'où le phénomène de bandes de voleurs et de malfaiteurs, de consommation des stupéfiants sur les devantures des bistrotts.

La banque d'investissement pour les jeunes, une alternative pour combattre le chômage

Le gouvernement du Burundi a initié l'idée de mettre en place une banque pour les jeunes leur permettant de bénéficier de capitaux afin de pouvoir initier des activités génératrices de revenus », a indiqué M. Bienvenu Irakoze, secrétaire permanent au ministère de la Jeunesse, des Postes et des Technologies de l'Information. En ce sens, il a souligné qu'une équipe technique est à l'œuvre pour concrétiser ce projet et que celui-ci arrive à une phase satisfaisante. On est à un taux de 70%, déclare M. Irakoze

Selon lui, la mise en place d'une banque ne se fait pas du jour au lendemain. Elle exige un examen minutieux du cadre légal. On doit surtout s'assurer de la dispo-

nibilité des fonds. Ce cadre du ministère de la Jeunesse a ajouté qu'il ne faut pas se précipiter au risque d'avoir une institution financière mort-née.

Fonctionnement de la Banque d'Investissement pour les Jeunes

D'après Irakoze, la BIJ va offrir des produits et services financiers aux promoteurs de projets qui ne peuvent pas avoir accès aux financements à long terme dans les banques commerciales classiques par manque d'hypothèques. Elle privilégiera les promoteurs des projets d'investissement à haut potentiel de création d'emplois, les jeunes regroupés



La Banque d'Investissement des Jeunes (BIJ), une fois mise en place pourrait réduire le taux de chômage à travers les financements des projets

en associations ou en coopératives et les individus ayant des projets dont le taux de rentabilité est prouvé par les études de faisabilité à travers leurs plans d'affaires. La BIJ sera une institution financière qui fonctionnera à la fois comme une banque commerciale et comme une banque d'investissement avec des instruments innovants.

Le doute plane quant à l'efficacité de l'institution

Les observateurs restent pessimistes. Selon eux, la banque ne réussira pas à résoudre tous les défis auxquels font face les jeunes Burundais. A ce sujet, Irakoze a indiqué que c'est leur droit d'être pessimiste. « Il y a des gens qui voient toujours le mauvais côté des choses, qui n'acceptent pas les bonnes choses. Nous sommes confiants car les experts techniques qui ont travaillé sur ce projet sont compétents », note-t-il.

A la question de savoir si le taux d'inclusion financière qui reste très bas ne va

pas entraver les activités de la banque, Irakoze s'est montré plutôt rassurant. Il a précisé que la banque des jeunes est venue pour répondre à pas mal de défis auxquels font face les jeunes. « Les services de la BIJ seront rapprochés de la population à travers ses guichets d'impulsion. Elle va travailler en étroite collaboration avec les administrations locales. Tout cela va permettre d'identifier les défis auxquels font face les jeunes et de rectifier le tir », précise M. Irakoze.

L'originalité de la BIJ

La Banque d'Investissement pour les Jeunes sera proche de la population à travers ses guichets d'impulsion et de garantie ainsi que le renforcement des capacités et d'accompagnement des jeunes. « Ces guichets travailleront en collaboration avec l'administration locale. Ce qui attirera une clientèle importante. Ce sera une innovation par rapport aux autres institutions bancaires de la place », note Irakoze.

Lors de la célébration du 57^{ème} anniversaire de l'indépendance du Burundi, Pierre Nkurunziza, Président de la République du Burundi a affirmé que la mise en place de la Banque d'Investissement pour les Jeunes est prévue pour bientôt.

Le projet de mise en place de la banque des jeunes a été révélé en mars 2017 lors du forum national de la jeunesse. L'ex-ministre de la Jeunesse Jean Bosco Hitimina avait annoncé qu'elle allait être créée au premier trimestre 2018. A la même occasion, Hitimana a estimé le capital social de la banque entre 30 et 40 milliards de FBu. Il considérait la banque des jeunes comme l'une des grandes banques du pays qui allait financer les projets des jeunes.

Au moment de clôturer ce dossier, nous apprenons qu'un atelier s'est réuni le 3 octobre 2019 pour réfléchir à la constitution du capital de base de cette institution financière en gestation. La rédaction de Burundi Eco suit de près cette actualité et reviendra sur le sujet.

Est chômeur, au sens du BIT, toute personne n'ayant pas exercé une activité économique, ne serait-ce qu'une heure durant les quatre dernières semaines. Au sens large, c'est la catégorie des personnes sans emploi qui n'ont pas cherché du travail au cours des deux dernières semaines, mais qui sont prêtes à occuper un emploi si elles en trouvent.

Charbon à base de rafles de maïs

De l'écologie dans nos cuisines

Le rapport Bois et Forêts des tropiques de 2016 a mis à jour un bilan alarmant sur l'utilisation du bois comme source d'énergie au Burundi, source qui constituait à l'époque 96,5% des ressources énergétiques. Sur 171.625 ha de couvert national forestier, entre 5.236 et 6.980 ha étaient détruits chaque année pour alimenter les ménages en charbon de bois. C'est dans ce contexte que Delphin Kaze, jeune entrepreneur, s'est lancé dans la fabrication du charbon à partir des rafles de maïs pour pallier à la déforestation

Du haut de ses 25 ans et né d'une fratrie de 9 enfants, Delphin Kaze est un jeune de Gitega, l'actuelle capitale politique du Burundi. Il est à la fois un environnementaliste inné et un entrepreneur, fondateur et PDG de KAZE Green Economy (KAGE) Ltd et cofondateur de « My Imperative Actions », une organisation de jeunesse environnementale locale. Voulant participer à la lutte contre la déforestation, Delphin Kaze a mis en œuvre un projet pour fabriquer du charbon à partir des débris entassés dans divers endroits de Gitega.

« En tant qu'étudiant à la faculté des Sciences de l'Environnement, j'ai eu l'occasion d'en savoir plus sur la situation actuelle de nos ressources naturelles. J'ai donc été alerté par un taux de déforestation alarmant généralement liée à la production du charbon de bois. C'est pourquoi j'ai imaginé comment surmonter ce problème causé par la production du charbon de bois souvent utilisé dans les milieux urbains comme Gitega et Bujumbura », confie-t-il.

D'un départ de nulle part, KAGE naquit

« J'ai commencé à partir de rien. Un étudiant ordinaire qui a juste le souhait de lutter contre la déforestation et créer ma propre entreprise et tout ce que je pouvais avoir comme moyen, je le mettais automatiquement dans l'entreprise.

Et petit à petit, l'oiseau a fait son nid. Il suffit d'avoir une idée, un rêve, et de se nourrir de la persévérance, de la patience et de la passion, on finit par y arriver », témoigne Kaze. C'est au cours de l'année 2018 que KAGE a donc été créé pour apporter une solution durable en utilisant du charbon de bois écologique issu d'épis de maïs en remplacement du charbon de bois.

« J'ai pensé y réfléchir et faire des recherches pour finalement fabriquer ce charbon écologique afin de trouver la solution en matière de gestion des déchets », explique Delphin Kaze. Il ajoute que créer une entreprise n'est pas toujours facile, mais que c'est possible. La première chose cruciale est de commencer et d'aller de l'avant, même avec peu de moyens. Être confronté à de nombreux défis, c'est toujours ainsi au début



Kaze Green Economy produit actuellement entre 250 et 300 kg de charbon par jour avec un personnel de 6 employés permanents.

de toute initiative, mais ce qui maintient en vie, c'est la détermination. Heureusement, je suis quelqu'un de déterminé, et je continue à avancer malgré les obstacles », explique-t-il.

Tout comme la plupart des jeunes étudiants, le manque de capital ne lui facilite pas la tâche, mais il se bat en faisant des économies pendant un certain temps pour acheter un four qui lui coûtera plus de 100.000 FBu. Sa matière première ne lui est pas difficile à trouver. Cependant, elle nécessite une longue durée de triage, car les éléments dégradables l'intéressent. Il est aussi assisté par des agriculteurs qui lui permettent de collecter les résidus agricoles, notamment les épis de

maïs indispensables à la fabrication de son charbon. Son entreprise dispose de deux employés permanents et d'autres jobs temporaires sont au fur et à mesure créés.

De multiples avantages pour ce charbon écologique

Un kilo de son produit est vendu à 500 FBu. Une briquette met 2 h pour se consumer complètement. Ce qui nécessite seulement 2 ou 3 unités pour cuire une pleine casserole de haricots. Delphin Kaze indique que ce charbon est abordable pour la communauté. Les marmites ne sont pas endommagées par la fumée. Ce charbon ne dégage ni fumier ni odeur et dure longtemps. Aujourd'hui, il se bat pour satisfaire sa clientèle de plus en plus croissante et cela par le biais de ses premiers clients qui ne cessent de répandre

de bouche à oreille les bienfaits de ce précieux combustible.

Actuellement, l'entreprise a embauché six employés et la production du charbon varie entre 250 et 300 kg par jour. Le fondateur de KAGE met en exergue plusieurs défis à solutionner dans la fabrication de cette nouvelle énergie. Parmi les obstacles, citons le manque de parcelle propre à l'entreprise, le manque d'électricité mais également la difficulté de trouver les véhicules nécessaires au transport des matières premières d'une part, mais

aussi pour l'acheminement des produits fabriqués vers le marché d'écoulement, d'autre part. Notons aussi l'inaccessibilité de la piste qui mène au lieu de production. M. Kaze et d'autres jeunes entrepreneurs suivent régulièrement des formations en entrepreneuriat qui sont très utiles car elles leur permettent d'étudier à partir des expériences des autres pour mieux réussir leurs projets.

« Mon conseil à ces jeunes est de vaincre la peur et de se lancer immédiatement car, au moment même où ils doutent de la réussite de leurs projets, il en existe une multitude qui réussissent quelque part à créer leur entreprise, à concrétiser leur rêve », conclut-il.

L'art de la décoration, d'une simple passion à la création d'une entreprise

Au moment où beaucoup de jeunes Burundais font face au problème de chômage, il y en a d'autres qui ont le courage de suivre leur cœur et leur intuition pour savoir ce qu'ils veulent réellement devenir et ensuite innover. La décoration, un des arts un peu négligé est pourtant une fierté pour une jeune fille que Burundi Eco a rencontrée dans son entreprise. Entretien

Audrey Déborah Niyobuzima, une jeune fille de 23 ans née dans une fratrie de 8 filles, est étudiante en bac 3 à l'université du lac Tanganyika. Nous l'avons rencontrée dans son entreprise située dans la galerie « Cœur d'Afrique » en train de bidouiller les papiers. Sur les armoires sont étalés des tableaux, des vases, des tapis et divers objets de décoration. À côté d'elle, du ciment et divers autres différents matériaux.

Suivre son intuition, le départ d'une aventure

Elle explique pourquoi et comment elle s'est lancée dans les arts décoratifs. « Au fur et à mesure que je grandissais, je ne voulais pas dépendre de qui que ce soit. Je voulais subvenir à tous mes besoins. Je réfléchissais à ce que je pouvais faire. À l'école secondaire, j'écrivais des poèmes et des pièces de théâtre. Depuis longtemps, j'ai cru être une femme des lettres et je pensais que je finirais par être une écrivaine. Mais avec le temps, cet esprit s'est éteint petit à petit en moi. Je m'en suis passé », explique-t-elle

Après avoir terminé l'école secondaire,

Niyobuzima entame l'université, mais elle est persuadée qu'elle est douée en quelque chose qu'elle va créer elle-même. Vers la fin de l'année 2017, alors qu'elle regardait une vidéo sur internet sur la manière de fabriquer un objet décoratif, elle eut l'idée de reconditionner cet objet avec du papier.

« Cela a été un succès. C'est là où j'ai commencé à fabriquer des objets divers en papier. J'essayais de confectionner des fleurs, des tableaux, des vases... Et les gens admiraient les objets que je bricolais et les achetaient promptement. Ils me passaient aussi des commandes... », confie-t-elle. Plus tard, elle se rendit compte que ce qu'elle faisait n'était pas seulement un passe-temps mais pouvait plutôt faire l'objet d'une affaire.

Naissance de l'entreprise « Audrey Artifacts Company »

Comme la clientèle ne cessait de croître, il fallait qu'elle ait une adresse fixe et connue. À moins d'une année, Niyobuzima avait déjà créé sa propre entreprise : Audrey Artifacts Co. Elle suivit toutes les démarches de création d'une entreprise. « J'ai un numéro d'identification fiscale (NIF) et un registre de commerce. Mon entreprise paie les impôts à l'OBR. Et quand je pense que je contribue à bâtir ma patrie, je suis fière de mon travail », se réjouit-elle.

Après la fac, elle rejoint son entreprise. « Avant, mes parents n'étaient pas d'accord avec moi. Ils craignaient que j'abandonne les études pour consacrer tout mon temps à mon entreprise. Mais au fur du temps, ils ont fini par comprendre que je peux manier les deux



parallèlement et ils m'ont soutenue ».

Le manque de matériels, une épine dans le pied de l'entreprise

Malgré son enthousiasme, elle est confrontée au problème de manque de matériaux plus adéquats. Souvent elle travaille sur commande. Parfois elle propose des idées à sa convenance ou sur un modèle qu'elle a vu quelque part et des projets originaux dans le respect des attentes et en tenant compte des contraintes budgétaires et réglementaires.

Cependant, il arrive qu'elle trouve que les matériaux nécessaires sont à importer. « Au stade où je suis, il m'est incapable d'importer les matériaux. Mais, justement c'est là où réside le gros du travail. J'essaie d'imaginer des matériaux locaux semblables à ceux que je devrais importer et ça marche très bien (éclat de rire) », lance-elle avec frénésie.

Petit à petit, Audrey Artifacts Company se fait un nom et sa propriétaire en est fière. Elle a pu développer son entreprise et en faire une maison prospère. Tout comme les autres jeunes entrepreneurs, Niyobuzima a besoin d'un coup de pouce. Elle rêve de participer à des foires artistiques, mais dit qu'elle n'a pas encore les moyens de s'offrir ce luxe.

Au-delà d'un travail lucratif, les arts décoratifs sont une passion pour cette jeune fille. Et quand on réalise un travail qu'on aime, on effectue un bon travail et quand on effectue un bon travail, on est satisfait. Niyobuzima devrait servir de modèle à bon nombre de jeunes qui, au lieu de se lamenter sur leur sort, devraient développer l'esprit de créativité.



Audrey Deborah Niyobuzima, CEO d'Audrey Artifacts Company : « Les gens admirent les objets que je fabrique. Ils les achètent promptement et d'autres passent des commandes pour différentes cérémonies »

Entreprise de fabrication des spaghettis

Pascal Hakuziyaremye a mis la main à la pâte

« Aux âmes bien nées, la valeur n'attend point le nombre des années », dit-on. La malnutrition qui frappe la population de la commune natale (Gashikanwa) de Pascal Hakuziyaremye alias « Spaghetti » a été à l'origine de la création de Blessing Product, une entreprise qui a du mal à concrétiser ses ambitions. L'avenir de cette « start up » innovante n'est pas tout à fait rose à cause des démarches administratives onéreuses et compliquées. Son promoteur ne s'avoue pas vaincu pour autant

sortent de la machine encore mous. Ils doivent sécher à l'air libre parce qu'il n'a pas la machine qui effectue l'opération de séchage automatiquement. Cela explique pourquoi les spaghettis de Blessing Product n'ont pas la forme d'une baguette classique. C'est cela qui a fait que les clients hésitent à consommer ces spaghettis d'une « forme bizarre ». Heureusement pour lui, avec le temps, la réticence a fait place à l'engouement. La population des provinces du Nord du pays est devenue très friande de spaghetti Blessing Product, annonce fièrement Hakuziyaremye.

cement en incluant d'autres personnes dans son projet qui ont apporté des capitaux additionnels à l'entreprise qui est désormais gérée en association. En revanche, il existe un autre obstacle qu'il ne peut pas contourner. Les entreprises de transformation agroalimentaire doivent avoir la certification délivrée par Burundi Business Incubator (BBIN). Or les frais de certification sont exorbitants pour une entreprise à la phase d'incubation. Le devis provisoire estime à 2 millions de FBu les frais qu'exigera cette certification.

Tout est parti d'un congé forcé que M. Pascal Hakuziyaremye a pris à cause des problèmes oculaires qu'il avait quand il était à l'école secondaire. Sa famille étant dans l'impossibilité de lui payer les soins de santé, il est parti chez son frère qui, comme par hasard, fabriquait des spaghettis dans un couvent des sœurs italiennes de Gweza. C'est lui qui l'a donc initié au « métier des pâtes ». Les moines l'ont fait soigner puis il est reparti à l'école avec « sa passion des pâtes ». Quand le Programme de Développement des Filières (PRODEFI) a mis en place un programme de formation des jeunes en entrepreneuriat, ce jeune homme a tout naturellement conçu un projet de fabrication de spaghettis. Dans la localité de Ngozi, tout le monde l'appelle « Spaghetti », tellement son nom est lié à l'image de son entreprise.

La malnutrition endémique est à l'origine de son projet

Après une longue période d'ignorance des causes de la malnutrition, Hakuziyaremye a réalisé que la période de soudure (janvier à avril) était le résultat d'une mauvaise gestion de la récolte de la saison précédente. C'est pour cette raison que les enfants et les adultes souffraient de kwashiorkor alors que les œufs, le riz et le blé étaient très abondants sur le marché pendant certaines périodes de l'année. Son projet a un double objectif : lutter contre la malnutrition en fabriquant une denrée alimentaire riche en éléments nutritifs et aider la population à mieux gérer la récolte des céréales grâce à un produit conservable sur une longue période. L'initiateur du projet pensait ainsi aider la population durant la période de soudure.

Un début difficile

Quand Hakuziyaremye lance son entreprise le 25 novembre 2016, il ne dispose pas de tous les équipements. Il a dû attendre une longue année pour que le PRODEFI lui octroie des machines. Jusqu'à maintenant, il y a des équipements qui manquent. Les spaghettis



Avec un capital de 604 mille FBu et 6 emplois créés, Hakuziyaremye fait partie de ces jeunes qui ont décidé de ne pas rester les bras croisés, mais de faire appel à leur savoir-faire pour créer leurs propres emplois avec l'aide de l'Etat ou des organismes internationaux.

L'autre problème qui se posait au début est que le spaghetti importé coûte cher au regard du pouvoir d'achat de la population. Un paquet de macaroni se vend entre 1800 et 2000 FBu. Ce qui n'est pas négligeable pour un ménage rural. M. « Spaghetti » a pris une mesure radicale en cassant le prix. Il a fixé le prix du spaghetti Blessing Product à 700 FBu le paquet. Actuellement, il vend entre 12 et 50 paquets par jour. Mais il compte baisser encore le prix quand la situation le lui permettra. Il veut que son produit soit accessible au plus grand nombre de ses concitoyens.

Des difficultés « insurmontables » guettent Blessing Product

L'initiateur de Blessing Product reste inquiet quant à l'avenir de son entreprise. Il a pu faire face au manque de finan-

Un avenir incertain

Avec un capital de 604 mille FBu et 6 emplois créés, Hakuziyaremye fait partie de ces jeunes qui ont décidé de ne pas rester les bras croisés, mais de faire appel à leur savoir-faire pour créer leurs propres emplois avec l'aide de l'Etat ou des organismes internationaux. Le chiffre d'affaires mensuel de son entreprise atteint actuellement 700 mille FBu. Avec le problème de certification, le destin de Blessing Product est désormais incertain. M. « Spaghetti » ne voit pas comment il pourrait décrocher ce sésame. Les personnes habilitées devraient voir comment simplifier encore plus les démarches administratives pour les entreprises de transformation au stade d'incubation. Cela ne serait que bénéfique pour la promotion de l'entrepreneuriat des jeunes tant chanté.

Nadège Irakoze, la cordonnerie dans la peau

Au moment où les jeunes diplômés se morfondent dans l'oisiveté en attendant que l'Etat veuille bien leur trouver du travail, Nadège Irakoze a vite compris que c'était trop peu pour elle. Après ses études universitaires, elle a directement fondé son entreprise de cordonnerie. A la découverte de l'aventure de cette jeune femme qui a embrassé un domaine où les filles se comptent sur les doigts de la main

Nadège Irakoze est native de Gashikanwa, une des communes de la province de Ngozi. Cette communicatrice de formation est née en 1991 et vient de se marier depuis une année. Dans son atelier, les bruits de la machine ponceuse, la presse à bouton, les couteaux Mozart et d'autres instruments aux noms compliqués se font entendre. On a l'impression qu'elle frotte dans son atelier sis au quartier Gabiro, rue Mubuga dans les bâtiments de l'ancien hôtel « Petit Arrêt » de la ville de Ngozi.

Comment a-t-elle atterri dans la cordonnerie ?

Mme Irakoze avait la fibre entrepreneuriale depuis son enfance. Elle se rappelle qu'elle disait à sa mère qu'elle aura une entreprise de tannerie à elle. Sa mère riait tendrement pensant à un rêve utopique comme en ont tous les gosses. A 9 ans déjà, elle s'initiait à la vannerie. C'est quand elle a commencé l'université qu'elle est entrée de plein pied dans l'artisanat. Elle a ouvert un stand au Musée Vivant de Bujumbura où elle vendait des paniers que lui fournissaient les artisans de Gitega et des sacs à main qu'elle fabriquait elle-même à partir du raphia. Elle se rappelle qu'elle séchait souvent ses cours pour aller s'approvisionner à Gitega. Au moment où les autres jeunes parcourent les entreprises à la recherche d'un stage professionnel, cette fille d'une détermination sans pareil a payé 50 mille FBu pour un stage de 2 jours. Tellement elle sentait le besoin de pratiquer les théories apprises sur internet. Elle voulait aussi connaître les matières premières utilisées dans la cordonnerie

Un capital de 3.529.000 FBu pour le démarrage de son entreprise

Cette passionnée du cuir a fait la communication pas dans le but de devenir journaliste comme la plupart de ses condisciples, mais dans le seul but de

développer sa propre entreprise. Raison pour laquelle elle passait son temps sur Internet à chercher la moindre information sur le travail du cuir. De plus, elle ne louait aucune session de formation en rapport avec l'entrepreneuriat. Le cuir a petit-à-petit retenu son attention. Elle a d'ailleurs confectionné un plan d'affaire d'une entreprise de fabrication des sandales en dernière année d'université dans le cadre d'un devoir du cours d'entrepreneuriat.

Après ses études universitaires, elle est revenue à Ngozi et, coup de chance, le projet PRODEFI du FIDA, en partenariat avec le BBIN a organisé des formations en entrepreneuriat pour les jeunes qu'elle a suivies avec beaucoup d'intérêt. A l'issue de la formation, son projet a été choisi parmi les trois projets innovants



Nadège Irakoze, initiatrice d'une entreprise de fabrication des sandales : « Nous ne parvenons pas à satisfaire toutes les commandes parce qu'on n'a pas un capital suffisant pour acheter une grande quantité de matières premières »

qui devraient être financés. Il a remporté la 1ère place et a bénéficié d'un financement de 3 millions de FBu. « J'ai vendu mon fonds de commerce au Musée Vivant et j'ai installé définitivement mon entreprise à Ngozi depuis mars 2016 », raconte Mme Irakoze. Elle déclare qu'elle a démarré son entreprise avec exactement 3.529.000 FBu.

Les défis ne manquent pas

Mme Irakoze voudrait bien agrandir son entreprise, car la demande est très élevée. Malheureusement, certaines barrières l'empêchent de passer à la vitesse supérieure. D'abord, elle voudrait acheter des machines qui vont lui permettre de doubler la cadence de production. Elle dit avoir absolument besoin de machines à couper car, actuellement, la coupe se fait manuellement. Ce qui diminue considérablement le rendement de son entreprise. Il nous faut aussi augmenter les formes à monter car, pour le moment, on utilise encore le mètre-ru-

ban. Cela prend énormément de temps. Ensuite, il est nécessaire d'augmenter l'effectif des employés. Mais avant tout cela, il faut d'abord se procurer ces machines. Enfin, il faudra avoir non seulement ces machines, mais aussi un grand capital pour acheter une quantité suffisante de matières premières pour les alimenter, indique Mme Irakoze.

Le parcours n'a pas été une promenade de santé

Au début, elle ne connaissait pas bien les matières premières qu'on utilise dans la cordonnerie. Elle n'avait eu qu'un stage pratique court de 2 jours. Elle exhibe un sac rempli de semelles qui se sont avérées être de piètre qualité. « Quand on les utilisait, elles ramollissaient après deux jours et les clients revenaient très fâchés. On a été obligé de refaire toutes des sandales qu'on avait fabriquées avec ces semelles », indique Mme Irakoze avec un brin d'amertume dans la voix. Elle a également eu des difficultés avec les mauvais clients. Certains ont pris des livraisons et ont disparu dans la nature sans payer. Heureusement, maintenant les choses vont bien, se console la jeune dame.

Son entreprise, une source de beaucoup de fierté

Une des grandes fiertés de Mme Irakoze est d'avoir donné du travail à 3 jeunes gens leur permettant ainsi d'entretenir leurs familles. Voir qu'il y a des gens qui vivent grâce à son idée lui procure un grand plaisir. Elle compte agrandir son entreprise pour donner du travail à beaucoup d'autres jeunes. Elle caresse l'idée d'ériger une entreprise familiale solide dans laquelle travailleront ses enfants et ses petits-enfants. Ses anciens camarades de classe viennent visiter son entreprise.

Au début, l'entourage se moquait d'elle parce qu'elle rentrait couverte de poussière. Il y en a même qui lui conseillaient de tout vendre et de « manger » les 3 millions qu'elle venait de gagner. On ne comprenait pas son entêtement. Maintenant ils ont appris à la respecter. C'est une autre source de fierté pour cette dame d'un caractère bien trempé. Elle compte porter le chiffre d'affaires de son entreprise à 50 millions de FBu par mois dans 10 ans. « Si on importe des produits d'Ouganda, du Kenya, de la Chine ou d'ailleurs, pourquoi on n'exporterait pas nos produits vers ces pays nous aussi ? », s'interroge la jeune entrepreneure insatiable d'une voix qui ne laisse aucune place au doute.

L'artisanat à la rescousse des jeunes chômeurs

Les cornes de vaches jadis considérées comme des objets sans valeur sont au cœur du commerce des objets d'art à Kayanza. Les membres de la coopérative « Dushaze mw'ihembe » transforment les cornes de vaches en articles ménagers (les assiettes, sous tasses, gobelets etc.), les bijoux (boucles d'oreilles, bagues, bracelets...) ou encore des objets d'ornement. C'est un business qui s'est développé à partir des matériaux locaux délaissés

Dans le Burundi traditionnel, les cornes de vaches étaient utilisées pour puiser de l'eau ou conserver des objets de grande valeur comme les pièces de monnaie. Avec la modernité, l'utilisation des cornes de vache a cédé la place aux autres matériaux et moyens sophistiqués de conservation. Après, l'abattage des vaches, les bouchers rassemblent les cornes pour ensuite être enfouies ou brûlées. Dans la plupart des cas, on les laisse pourrir dans la nature.

La coopérative « Dushaze mw'ihembe » change la donne. M. Innocent Nyabenda, un ex-couturier reconverti en artiste parle de la genèse de ladite coopérative et de ses principales activités. Tout débute avec le projet du Programme des Nations Unies pour le Développement au Burundi (PNUD) d'enseigner aux jeunes divers métiers. Il ciblait les groupes de personnes vulnérables et dont Nyabenda. « J'ai appris comment fabriquer les objets à partir des cornes

Il a initié la coopérative « Dushaze mw'ihembe » qui compte 26 membres dont 20 femmes et 6 hommes. Pour le moment la chambre sectorielle de l'art et de l'artisanat (CHASAA) de la Chambre Fédérale de commerce et d'Industrie du Burundi encadre ces jeunes entrepreneurs



Innocent Nyabenda, président de la Coopérative «Dushaze mw'ihembe» :
« Le métier sert de bouclier au phénomène de chômage qui touche la jeunesse burundaise. Ceux qui exercent un métier arrivent à subvenir à leurs besoins ».

fabriqués à base de cornes de vaches sont les gobelets, les assiettes, les sous tasse, les porte-clés, les bracelets, les boucles d'oreilles, les colliers, les ouvres bouteilles, les bagues, les vases et bien d'autres objets d'ornement.

Les matières premières sont essentiellement composées de cornes et d'ossements de vache collectés dans les abattoirs. Même si les cornes de vaches sont dispersées partout dans le pays, leur accessibilité est souvent difficile. La coopérative de Kayanza n'est pas la seule à s'approvisionner en cornes sur le marché local. Les artisans des pays de la sous-région comme l'Ouganda ou le Kenya viennent s'approvisionner au Burundi. En conséquence, le prix d'une paire de cornes de vaches a triplé passant de 2 000 à 6 000 FBu. Les bouchers les vendent au plus offrant.

Le manque de financement, un défi majeur

Toute entreprise en phase de démarrage se heurte à un problème de manque de financement. La coopérative « Dushaze mw'ihembe » ne fait pas exception. Les membres de la coopérative souhaitent augmenter le capital pour accroître le chiffre d'affaires. Pour Nyabenda, des investissements additionnels sont nécessaires pour acheter des équipements de pointe, constituer des stocks de matières premières afin d'exécuter des commandes de grande envergure. Par exemple, la coopérative a besoin de machines pour imprimer sur les objets fabriqués, indique-t-il.

Le promoteur de « Dushaze mw'ihembe » conseille aux autres jeunes de s'intéresser aux métiers car, dit-il, les temps sont révolus. Le métier sert de bouclier au phénomène de chômage qui touche la jeunesse burundaise. En ce sens, chacun doit mettre à l'épreuve ses talents pour réussir.



Les membres de la coopérative « Dushaze mw'ihembe » valorisent les cornes de vaches jetées dans les dépotoirs après abattage des animaux.

de vaches. A l'issue de la formation, nous avons bénéficié des équipements pour démarrer une activité génératrice de revenus, se rappelle M. Nyabenda.

Bubanza

Les jeunes investissent dans le secteur piscicole

La Coopérative Piscicole de Multiplication et de Commercialisation du Poisson (COPIMUCOPO) investit dans les produits halieutiques. Elle est déterminée plus que jamais à résorber le déficit du pays en poissons. La production annuelle des poissons a atteint 12 000 tonnes en 2018

Le projet d'élevage de poissons a été initié par sept jeunes diplômés en mai 2014. M. Cyriaque Ndayiragije, président de la COPIMUCOPO, explique sa motivation à se lancer dans la pisciculture : « Les poissons du lac Tanganyika nous parvenaient souvent en mauvais état. C'est pourquoi nous avons initié ce projet pour non seulement répondre à cette problématique, mais aussi créer de l'emploi », dit-il. Les initiateurs du projet ont aménagé eux-mêmes les 5 étangs que comptait ce projet. « Les gens nous prenaient pour des fous en nous voyant creuser. Mais par après, d'autres jeunes ont fini par comprendre notre motivation pour ensuite rejoindre notre cause », se rappelle M. Ndayiragije. La petite association a vite évolué vers une coopérative. Actuellement, celle-ci compte 450 membres dont 50 actionnaires (23 femmes et 27 hommes).

La production augmente de façon exponentielle

D'après Ndayiragije, la coopérative multiplie deux espèces, à savoir : le clarias (isomvyi) et les tilapias (Ingege). Ces deux espèces ont été choisies parce qu'elles croissent vite et s'adaptent facilement aux conditions climatiques de la région de l'Imbo. De plus, elles sont faciles à nourrir, car elles ingèrent presque tout.

La coopérative piscicole a débuté avec seulement 5 étangs piscicoles mais, actuellement, l'effectif atteint 50 étangs établis à Musenyi et à Randa en province de Bubanza. Ce qui a porté la production de poissons de 1,2 tonne à 12 000 tonnes entre 2014 et 2018. Pour les alevins (petits poissons), la production annuelle est passée de 12 000 tonnes à 250 000 tonnes

d'alevins au cours des quatre dernières années. En 2018, la coopérative a dégagé une marge bénéficiaire de 36 millions de FBu. « Nous avons vendu 12 000 tonnes de poissons à 60 millions de FBu et 240 000 tonnes d'alevins à 24 millions de FBu. Les recettes cumulées s'élèvent à 84 millions de FBu. En déduisant les dépenses, on reste avec une marge bénéficiaire de 36 millions de FBu », fait savoir le président de la COPIMUCOPO. Nos principaux clients sont les grossistes qui proviennent de la ville de Bujumbura, la population riveraine ainsi que la FAO et le FIDA, pour l'achat des alevins.

L'absence d'une éclosérie entrave l'épanouissement de la coopérative

Tout n'est pas rose à la COPIMUCOPO.



La coopérative piscicole de Bubanza enregistre une production moyenne de 10 000 tonnes de poissons par an.

Le président de la coopérative dénonce l'incompréhension de certains membres qui hésitent à pratiquer les techniques piscicoles modernes et surtout ignorent l'intérêt de la pisciculture. L'autre défi est lié au manque d'espace de pré-grossissement des poissons. La coopérative se contente d'un incubateur artificiel fabriqué avec les moyens de bord (moustiquaire tendue à la surface de l'eau). Ce qui affecte le rendement annuel qui oscille entre 3 et 3,5 tonnes de poissons par hectare alors que dans d'autres pays le rendement annuel est de 8 tonnes de poissons par hectare.

Ndayiragije déplore également l'absence d'unités de transformation d'aliments industriels pour les poissons. « Dans d'autres pays comme l'Ouganda qui a investi dans le secteur piscicole, on trouve un peu partout les aliments des poissons », indique-

t-il. La coopérative teste l'association de la pisciculture et l'élevage des poules. Un poulailler a été installé au-dessus d'un de nos étangs. Les fientes des poules et des restes de nourriture tombent directement dans l'eau et nourrissent les poissons, explique M. Ndayiragije.

Comment pratique-t-on la pisciculture ?

L'élevage des poissons est très exigeant. L'espace piscicole doit être à proximité de la route et préférentiellement dans une zone aride, explique M. Ndayiragije. Un bon aquaculteur doit cibler une région où il y a des amateurs de poissons. L'étape suivante consiste dans la préparation des étangs. Généralement, on creuse un étang de 20 m sur 40 m.

Après avoir creusé les étangs, on y ajoute de la chaux agricole pour diminuer l'acidité du sol qui pourrait nuire à la croissance des poissons.

L'autre étape cruciale consiste à connecter l'étang à une source d'eau. Ce qui ouvre la voie à la phase de préparation d'un environnement favorable aux poissons. L'empoisonnement interviendra après la culture des phytoplanctons. Ces derniers sont des organismes végétaux vivant en suspension dans l'eau. Pour stimuler leur croissance, on utilise la fumure organique telle que les fientes de poule. La coloration verte des eaux témoigne donc

de l'abondance des phytoplanctons. Ces derniers serviront de nourriture aux poissons, surtout au jeune âge. La technique pour empoisonner un étang consiste à mettre les semences dans les étangs à raison de 5 alevins par m². Il ne restera qu'à suivre de près l'alimentation des poissons. Ceux-ci sont nourris deux fois par jour et comme les aliments spécifiques aux poissons ne sont pas disponibles, on mélange la farine au son de riz, au soja, aux restes de fretins (dits Mwanza).

Le cas emblématique des jeunes de Bubanza devrait inspirer d'autres jeunes surtout dans un pays comme le Burundi où le chômage, la pauvreté et l'insécurité alimentaire gagnent du terrain. Pourtant, le pays dispose d'un réseau hydrographique riche, car il pleut 9 mois pendant l'année.

Publireportage

FIDA-YAIN

Une fructueuse insertion socio-économique via l'entrepreneuriat des jeunes

Le FIDA a servi de précurseur à la mise en place du Youth Agribusiness Incubator (YAIN) pour l'incubation des jeunes entrepreneurs. Il a facilité leur insertion socio-économique à travers les formations, le coaching, le réseautage, la visibilité de leurs activités et le financement en équipements pour soutenir l'innovation créatrice d'emplois décents et de revenus. La pérennité des acquis n'est pas à redouter car les bénéficiaires s'en sont déjà appropriés

YAIN est née de l'initiative du Programme de Développement des Filières (PRODEFI) à travers la composante Emploi des Jeunes Ruraux (EJR). Financé par un don du FIDA d'un montant de 6,6 millions de USD pour la création d'emplois dans 10 communes des provinces Bubanza et Ngozi.

YAIN est une coalition d'entreprises qui sont encadrées par le PRODEFI-EJR dans l'agri business. Les activités exercées par ces jeunes sont variées, mais sont reliées par le monde des affaires. Benoît Ndikumana, responsable de la composante EJR au sein du PRODEFI explique que ce projet réfère ces entreprises à une institution ou un réseautage pour chercher le financement à travers le marketing et l'exposition. Dans les foires, c'est le PRODEFI qui leur paie les stands. La visibilité des produits des jeunes entrepreneurs est aussi réalisée via les tables d'hôtes. Ce sont des points de collecte et d'exposition pour la vente des produits des jeunes entrepreneurs. Il a indiqué que l'une des deux a été construite par le PRODEFI en province de Bubanza et une autre est établie dans la zone Nyakabiga, de la commune Mukaza en province de Bujumbura sur fonds propres de ces jeunes. Le

PRODEFI/EJR leur donne également des équipements pour la transformation (micro-entrepreneurs) des produits. Les microentreprises contribuent à hauteur de 10% et le PRODEFI/EJR paie 90% du coût de l'équipement.

Chaines d'approvisionnement maîtrisées

Un processus de désengagement de l'appui aux jeunes entrepreneurs par le PRODEFI/EJR est en cours. Néanmoins, M. Ndikumana informe que des stratégies de pérennisation des acquis sont mises en œuvre. Il s'agit de la création d'entreprises satellites pour l'approvisionnement en matières premières des unités de transformation. A titre illustratif, une unité engagée dans la production de la bouillie à base de maïs, de soja et de blé a un contrat de partenariat avec les jeunes

mission première de la composante, souligne-t-il.

Et de préciser que de juin 2013 à juin 2019, au moins 275 microentreprises et 2300 activités génératrices de revenu (AGR) dont 31% sont du secteur de l'agriculture et élevage, 11% dans la transformation agroalimentaire, 38% dans le commerce des produits agricoles, 15% dans la vente des services et 4% dans les autres métiers. Chacune des AGR et microentreprises créées a recruté en moyenne 2 employés additionnels. Au total, 17 762 emplois dont 6766 pour les femmes ont été créés. En moyenne le revenu net mensuel d'un jeune entrepreneur est estimé à 150 USD pour une AGR et 600 USD pour une microentreprise. Le taux de création est estimé à 84,7% pour le cas du Burundi qui est largement supérieur à la moyenne globale des autres pays actuellement estimée par le BIT à 43 %.

Un socle entrepreneurial qui vient à point nommé

Aristide Ihorimbere, président et représentant légal de YAIN reconnaît la contribution du PRODEFI/EJR dans l'activité entrepreneuriale des jeunes. « Le PRODEFI à travers la composante EJR nous a encadré dès le début de l'année 2014 jusqu'à aujourd'hui. Par la formation et le coaching, il y a des jeunes qui ont pu réussir leur projet entrepreneurial jusqu'à faire naître un réseau de ces jeunes dans l'agri business ». A cette période, il n'y avait pas une organisation chargée d'accompagner et



Aristide Ihorimbere, président et représentant légal de YAIN : « Nous avons des programmes de formation et d'accompagnement des jeunes à l'intérieur du pays »

chômeurs pour la production de la matière première dont il a besoin. Ils deviennent ses fournisseurs. Il signale que cela contribue à l'insertion socio-économique des jeunes, les amène à produire tout en ayant déjà préparé un marché d'écoulement, cela va stimuler la multiplication des entreprises satellites dans différents domaines. Par conséquent, la création d'emplois,

d'inculquer les connaissances dans le secteur agropastoral. Ce qui bloquait les nouveaux jeunes entrepreneurs dans l'acquisition des connaissances suffisantes en agri business et cela avait comme conséquences la faible production, la mauvaise qualité des produits et les échecs pour les jeunes qui voulaient entreprendre dans ce domaine. Le PRODEFI-EJR a alors fait la formation

et le coaching de ces jeunes ; d'où est né le YouthAgribusinessIncubator (Incubateur des Jeunes Entrepreneurs en agribusiness).

La pérennisation des acquis du PRODEFI maîtrisée

« Jusqu'aujourd'hui, nous avons continué notre mission qui consistait à être un tremplin pour les jeunes dans la production et la transformation agricole. Nous avons déjà effectué plusieurs formations en agribusiness dans les différentes provinces dans lesquelles le PRODEFI travaille, mais aussi dans les autres provinces. Nous avons commencé à accompagner plusieurs entreprises et coopératives », indique Ihorimbere. YAIN a formé 120 jeunes des provinces Kirundo et Cibitoke ainsi que 35 jeunes en mairie de Bujumbura. Dans la province de Bubanza, 10 jeunes viennent d'être formés sur l'incubation des œufs avec des couveuses électroniques. YAIN compte former prochainement 150 jeunes sur les filières

« Mieux vaut une tête bien faite qu'une tête bien pleine »

champiignons, apiculture et pisciculture dans les provinces de Ngozi et Bubanza sur financement du PRODEFI-EJR.

YAIN a bénéficié d'un financement du PRODEFI-EJR pour une formation à l'étranger sur le module « Business Incubator Management », un module propre aux incubateurs en agribusiness. M. Ihorimbere apprécie la valeur ajoutée de cette formation puisque, souligne-t-il, elle permet d'avoir des connaissances et des capacités suffisantes à donner aux jeunes Burundais qui seront encadrés par cet incubateur. « Nous avons des programmes de formation et d'accompagnement des jeunes à l'intérieur du pays », indique-t-il, avant d'ajouter qu'il s'apprête à organiser un atelier de formation sur la manière d'implanter des hubs (centre en pratique agricole) qui va se dérouler prochainement en Ouganda. Il va servir de cet outil pour mettre en place des hubs pour incuber et accompagner les jeunes. Selon lui, cette initiative peut inciter les autres bailleurs, y compris le FIDA à financer la construction de ces hubs qui sera une opportunité pour les jeunes burundais qui veulent entreprendre dans le secteur pastoral.

Vers une fin du projet en beauté

Le financement de YAIN par le PRODEFI-EJR va se clôturer avec fin 2020. Cela ne causera pas d'ennuis aux bénéficiaires parce que le désengagement va suivre un processus établi pour cette fin. Le PRODEFI-EJR est en train de préparer le YAIN pour qu'il puisse continuer à incuber les idées entrepreneuriales jeunes. Ce désengagement consiste à céder quelques infrastructures que le projet avait mis à disposition du YAIN pour que celui-ci continue à les utiliser dans ses programmes. « Il est en train de nous équiper en nous fournissant quelques matériels dont nous avons besoin, de nous donner des outils de formation pour nous aider à pérenniser nos activités », indique Ihorimbere. Le projet a acheté des équipements pour la plupart des jeunes qu'il encadre et la contribution d'un jeune entrepreneur était de 10%. Il a souligné que les jeunes qui seront formés par YAIN auront des



Jean Bosco Nshimirimana, président de la COOJELUD, habitant la Colline Gatika de la commune Busiga dans la province Ngozi : « C'est grâce au PRODEFI qu'il a amélioré les conditions de vie de sa famille »

matériels didactiques suffisants pour les travaux pratiques.

Les bénéficiaires sont ravis

Les fruits issus des formations offertes par le PRODEFI/EJR dans la création de l'emploi sont palpables. Jean Bosco Nshimirimana, président de la COOJELUD habitant la Colline Gatika, de la zone Rukeco, commune Busiga, province Ngozi est l'un des bénéficiaires de ces formations. Il fait savoir que c'est grâce au PRODEFI/EJR qu'il a amélioré les conditions de vie de sa famille. « J'ai été formé par le PRODEFI -EJR sur la création de l'emploi en 2016. J'avais un capital initial de 40 000 FBu. Avec ce montant, je me suis lancé dans la fabrication des briques cuites. J'ai produit 10 000 briques cuites », témoigne

Nshimirimana. De plus, le PRODEFI lui a envoyé à Bubanza dans une autre formation. Avec un perdiem de 90 000 FBu qu'on lui a octroyés, il a fabriqué 20 000 autres briques cuites. Il a tout vendu et a bénéficié de 400 000 FBu. Avec ce montant, il a doublé d'efforts et a fabriqué 100 000 briques cuites.

Actuellement, Nshimirimana affirme qu'il est un agriculteur et éleveur accompli. Il est multiplicateur des plants fruitiers et producteur des pommes de terre, des haricots et du maïs. Dernièrement, Il fait savoir qu'il a vendu des plants fruitiers au PRODEFI à hauteur de 29 millions de FBu. Le reste des plants a été vendu à d'autres clients pour un montant de 11 millions de FBu. Il a aussi récolté 50 tonnes de pommes de terre, 20 tonnes de maïs et 5 tonnes d'haricots. Nshimirimana élève des vaches, des lapins, des poules. De surcroît, il contribue à la création d'emplois. Il a créé des associations des jeunes dans les provinces de Gitega, Makamba, Ruyigi, Bururi, Muramvya, Bubanza et Cibitoke. Leur mission est de développer l'agriculture et l'élevage. Il leur a offert des semences pour démarrer leurs activités. Il fait savoir que PRODEFI-EJR lui a donné une moto pour faciliter le suivi et l'évaluation de ses associations.

Ce n'est pas seulement Nshimirimana qui remercie le PRODEFI/EJR de son appui incommensurable sur la création d'emplois. Emmanuel Nibizi, âgé de 27 ans rencontré à la zone Rukeco de la commune Busiga, province Ngozi abonde dans le même

sens. Après avoir suivi des formations, on lui a octroyé des moyens pour commencer son activité de fabrication des piments et des gingembres. Il a commencé avec un capital de 120 000 FBu. Actuellement, il a un chiffre d'affaire de 13 millions de FBu. Il a construit sa propre maison avec un montant d'environ 4 millions. Et Nibizi conclure qu'il a un personnel estimé à 40 personnes qui produisent du piment et du gingembre.

Précisons que l'innovation du PRODEFI-EJR consiste à canaliser, orienter et appuyer les initiatives individuelles ou collectives des jeunes ruraux par les formations, le coaching et l'encadrement pour stimuler la création de microentreprises en vue de promouvoir l'auto-emploi et la création des emplois décents en faveur d'autres jeunes.

La marque « Ketange », un rêve devenu réalité

« Avoir un rêve c'est bien, mais le poursuivre est encore meilleur ». C'est l'histoire de Ketty Ange Kendal Dusenge, une jeune fille qui est née avec une passion de la mode. Contre vents et marées, elle réalise son rêve : la marque « Ketange », le fruit de sa sueur

Ketty Ange Kendal est une burundaise de 22 ans qui fait ses études à Moscou, une passionnée de la mode et de la couture. Depuis son jeune âge, elle était convaincue que la mode était son destin. Il restait à savoir comment s'y prendre pour commencer.

Un début tout enfantin

Elle raconte qu'elle s'est rendu compte de cette étincelle de la mode quand elle était toute petite. Ses actes en disaient long et les personnes qui l'entouraient, en témoignaient : « Depuis que j'étais toute petite, je m'intéressais à la façon dont les gens s'habillent et je me demandais comment les couturiers et les stylistes arrivent à confectionner les habits. A l'âge de 8 ans, c'est là où j'ai commencé à demander à ma mère de ne porter que des vêtements cousus en pagnes. Et là je pouvais voir comment le tailleur s'y prend pour coudre les habits. Je m'intéressais aussi aux émissions télé aux fins d'observer l'habillement des gens ».

Aux âmes bien nées, la valeur n'attend point le nombre des années

Après ses études secondaires, elle se rend compte qu'elle peut réaliser ses rêves. Il fallait qu'elle trouve ses propres moyens sans compter sur les interventions extérieures. C'est là où elle a commencé à en chercher dans de petites activités qui lui procuraient



un peu d'argent pour commencer ; par exemple en participant dans les groupes de danses traditionnelles.

Participer aux événements et lire des articles en rapport avec l'entrepreneuriat, étaient occupations premières pour essayer de voir où commencer, chercher



Ketty Ange Kendal Dusenge : « J'ai commencé à coudre un petit porte-monnaie et, curieusement, on l'a acheté. Ça m'a coûté 5000 FBu »

une inspiration en d'autres termes. En 2016, elle approche son tailleur pour qu'il lui inculque les notions de base en couture.

« J'ai commencé à coudre une petite porte-monnaie et, curieusement, on l'a acheté. Ça m'a coûté 5000 FBu », se souvient-elle joyeusement. La marque « Ketange » voit le jour. C'était encourageant pour la jeune fille de 20 ans. La couture est devenue sa brûlante passion.

Elle s'envole avec son rêve...

En octobre 2016, elle s'envole pour la Russie où elle va faire ses études en géodésie appliquée, mais sa passion brûlante pour la couture ne s'est pas estompée du tout. Dans un pays

étranger, où tout est nouveau, elle connut des difficultés pour poursuivre son rêve. « Ça a été difficile pour moi au début parce que je ne savais pas où trouver le matériel (les machines, les fils à coudre...). Et aussi la langue russe que je ne maîtrisais pas encore ne m'a pas facilité la tâche », explique-t-elle

Mais grâce aux produits qu'elle avait déjà confectionnés étant encore au Burundi, elle se fait vite une place dans le monde de la mode en Russie. Mais, elle regrette que jusqu'à maintenant personne ne finance son travail. « Je me débrouille avec le peu que je gagne. », ajoute-t-elle.

La marque « Ketange » est actuellement en pleine expansion. Aujourd'hui, à base des tissus Afritextile, elle a fait sa propre collection, une fierté pour le pays. Et, elle s'en réjouit.

La créativité consiste à relier les choses. Quand on demande aux gens créatifs comment ils ont fait pour arriver là où ils sont, ils se sentent un peu gênés parce qu'en réalité ils n'ont rien inventé. Ils ont juste découvert comment sont les choses. Steve Jobs disait : « Si vous ne travaillez pas pour vos rêves, quelqu'un d'autre vous embauchera pour travailler pour les siens ». Ketty Ange Kendal Dusenge est l'exemple de ceux qui ont compris Jobs. Ceux qui la connaissent sont fiers d'elle et ne lui souhaite mieux qu'aller de l'avant.

Agricultural Light Company : Des jeunes décidés à combattre la pauvreté

Depuis l'introduction de l'enseignement des métiers dans le système éducatif, les résultats émergent. Huit lauréats de la première promotion du Centre de Formation Professionnelle (CFP) de Kigobe ont décidé de braver la peur de l'échec. Ils sont réunis au sein de l'association « Agricultural Light Company » qui œuvre dans la transformation agroalimentaire notamment la fabrication des jus de maracudja et d'ananas

L'association « Agricultural Light Company » est constituée de huit jeunes lauréats du Centre de Formation Professionnelle de Kigobe

Et d'ajouter que ces produits sont certifiés. Une bouteille de ces produits coûte 1000 FBu.

Un chiffre d'affaire oscillant entre 5 et 6 millions

Le chiffre d'affaires enregistré actuellement par « Agricultural Light Company » varie entre 5 millions et 6 millions de FBu par mois. Ngabirano se réjouit que les clients apprécient la qualité de ces produits, car les prix sont abordables. De surcroît, leurs jus commencent petit à petit à dans différentes cérémonies. Ces jeunes espèrent émerger comme les sociétés SAVONOR, BRARUDI, SOSUMO..., car pas mal de stratégies ont été mises en place pour stimuler les consommateurs.

entrepreneurs s'activent pour combattre la pauvreté, ils sont confrontés à pas mal de défis. Ils déplorent le manque de matériels modernes une production à grande échelle des jus de qualité. Ils précisent qu'ils ont aussi besoin de capitaux consistants pour augmenter la production et pouvoir répondre à la demande de plus en plus croissante. Pour Ngabirano, les fonds de roulement demeurent un obstacle pour approvisionner les amateurs de jus d'ananas et de maracudja dans tout le pays. Selon lui, approvisionner tout le pays nécessite des véhicules, le carburant et la rémunération des chauffeurs. « Nous ne pouvons pas servir les clients qui nous remboursent après une semaine ou plus de peur de manquer les frais pour acheter les matières premières », ajoute Ngabirano. Cette mesure a été prise pour éviter l'arrêt des activités du fait que le capital n'est pas consistant. Une fois qu'on a produit 50 cartons de ces jus, le souhait est que le paiement soit immédiat, explique-t-il.

Le manque d'emballages constitue aussi un défi important à telle enseigne qu'ils font recours à l'utilisation des emballages de récupération. A titre d'exemple, ils font savoir qu'ils utilisent les bouteilles de Heineken qui s'achètent à 100 FBu chacune. Il se demande pourquoi le centre d'incubation des entreprises situé à Buyenzi ne produit pas des emballages alors qu'ils disposent de machines destinées à cette tâche. De surcroît, le renforcement des capacités, surtout dans la transformation agro-alimentaire est encore problématique.



Le manque d'emballages constitue un défi important à telle enseigne qu'ils font recours à l'utilisation des emballages de récupération

qui exercent le métier de transformation de maracudja, d'ananas et de commercialisation de leurs jus depuis 2016. Belly Francis Ngabirano, président, de cette association fait savoir que pour démarrer leurs activités, ils ont d'abord mobilisé une somme de 4 millions de FBu comme frais de démarrage. Ils ont loué un des bâtiments du CFP de Kigobe. Pour le moment, quinze personnes travaillent actuellement à temps plein à cette association dont dix sont des journaliers.

La production tourne autour de 3 000 bouteilles de nectar et de sirop de maracudja, de jus et de nectar d'ananas.

Pour augmenter l'effectif des consommateurs, la dégustation par les clients est permise gratuitement pour se rassurer de la qualité de ces produits, fait remarquer Ngabirano. De plus, un carton de 24 bouteilles s'achète à 20 000 FBu. Ce qui permet aux revendeurs de dégager une marge bénéficiaire assez considérable. En outre, les membres de « Agricultural Light Company » s'investissent pour assurer la livraison se fait à domicile pour fidéliser leurs clients.

Le manque d'emballage et d'équipements plombe la rentabilité

Néanmoins, même si ces jeunes

Malgré tous ces défis, Didace Irutabantu, un de ces jeunes qui ont créé l'association « Agricultural Light Company » est fier du pas déjà franchi par l'association. Il fait savoir qu'avec les revenus générés par la commercialisation de leurs produits, parvient à se prendre en charge. Il espère qu'il va évoluer. Les stagiaires s'en réjouissent aussi. Pascal Niyonkuru, un des stagiaires rencontré au siège de cette association est satisfait des connaissances acquises. Il fait remarquer qu'il a été formé à l'OPDE. A partir du mois de janvier 2019, il renforce ses capacités dans la transformation agro-alimentaire de maracudja et des ananas.

« Smart Land Company »

De la roche à la fabrication des fertilisants organiques

Qui aurait pensé que les roches pouvaient devenir un business aussi florissant ? Pourtant, les initiateurs de la société Smart Land Company (SLACO) ont fait une découverte très intéressante. De la roche, les artistes fabriquent des objets d'ornement, des statues, des fertilisants organiques, etc. L'entreprise ambitieuse déjà la modernisation de la ligne de production pour satisfaire la demande

L'entreprise Smart Land Company (SLACO) a été créée en janvier 2016. La vision globale de SLACO est de perpétuer la beauté naturelle de la terre. Elle s'inspire des Saintes Ecritures qui appellent à la préservation de la terre. Bref, le but est de préserver les ressources naturelles et surtout de créer de l'emploi, fait savoir Juvénal Ndayisenga, Président Directeur Général de Smart Land Company.

Le PDG de SLACO se montre plutôt rassurant. Il est fier du pas déjà franchi par son entreprise. « Cela ne fait pas l'ombre d'un doute que ce produit est le résultat d'une créativité absolue et du dynamisme des jeunes entrepreneurs qui font preuve de talents », rassure Ndayisenga.

« Agaciro Stone », un produit miracle

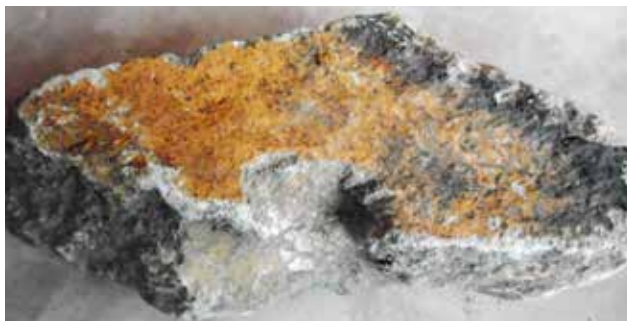
SLACO se spécialise surtout dans la fabrication des objets d'ornement et d'art à partir des roches métamorphiques, l'aménagement et l'entretien des jardins et la promotion du tourisme. Le nombre d'emplois créés est réparti comme suit : 30 agents d'entretien des jardins, un staff de 12 personnes et 6 artistes talentueux dont le rôle est de reproduire des modèles à partir des différents objets fabriqués. La spécialité de l'entreprise est qu'elle apporte de la valeur ajoutée aux produits naturels en l'occurrence les roches. Tout vaut de l'or chez Smart Land Company. Il n'y a pas de déchets. Les résidus issus de la sculpture sont ensuite broyés pour produire une poudre ultrafine multifonctionnelle.

Curieusement, l'équipe de SLACO est tombée sur une roche « miraculeuse ». Dès lors, des recherches minutieuses ont été menées pour analyser les sous-produits de cette roche. La roche magmatique dont il est question sert de matières premières pour la fabrication des objets d'art à des objets d'ornements

les statues, des cadres pour photos, des trophées, des casseroles, des tasses, des ciboires, des bougeoirs, etc. Le gros du travail se fait à la main. Les artistes font preuve de leurs talents pour façonner la roche. « On s'est inspiré de l'expérience des autres pays, notamment la Chine, l'Inde ou le Brésil, etc. réputés pour le travail de la pierre depuis la nuit des temps », précise Ndayisenga. Les produits de SLACO séduisent les clients de la sous-région notamment ceux de la République Démocratique du Congo.

La fabrication des fertilisants, un grand succès

La grande innovation de l'entreprise SLACO est la fabrication des fertilisants organiques à partir de la roche. Le



Les fertilisants organiques à base des roches apportent des éléments nutritifs à la plante sur une longue durée.

produit leader au niveau de cette entreprise est le fertilisant dénommé God Made Fertiliser (GMF). Le produit résulte du broyage des roches magmatiques comme le basalte. Les roches sont broyées puis tamisées pour obtenir une poudre ultrafine de couleur rougeâtre ou brune. Cette poudre multifonctionnelle est utilisée pour fertiliser les jardins potagers, les champs. Les agronomes de Smart Land Company affirment que l'amendement avec le GMF est bénéfique pour les plantes. Il est riche en éléments nutritifs dont la plante a besoin et sert à restructurer les sols acides. Contrairement aux autres types d'engrais, le GMF peut

demeurer environ 7 ans dans le sol. Il ne présente aucun danger sur le plan environnemental, rapportent-elles.

La même poudre peut être utilisée comme insecticide pour lutter contre les insectes ravageurs des plantes ou encore lors de la conservation des récoltes. Les producteurs agricoles témoignent de l'efficacité de ce produit. Ils font savoir que la pulvérisation du GMF limite plutôt les maladies bactériennes qui s'attaquent aux plantes comme le palmier à l'huile et la tomate. Et de surcroît, la poudre est un meilleur conservant biologique des céréales et des tomates. « On a réussi à conserver les tomates dans la poudre obtenue à partir du broyage des roches pendant au moins 26 jours. Nos agents sont à pied d'œuvre pour augmenter la durée de conservation », fait savoir Ndayisenga. Le grand succès de l'entreprise est d'avoir mis en place des produits écologiques exempts des produits chimiques qui pourraient remplacer valablement des intrants agricoles fabriqués industriellement.

Les équipements de pointe, un véritable challenge

Le type de roche utilisé se trouve un peu partout dans le pays. Pourtant, on n'a pas encore identifié des réserves de ce type de roches pour constituer un stock. Ce qui risque de compromettre la production de cette poudre à grande échelle. Entretemps, les techniciens continuent les recherches sur les dérivés de la famille des roches métamorphiques, indique Ndayisenga.

Il appelle les bailleurs potentiels à soutenir son projet de modernisation de la ligne de production. « On a besoin des machines pour automatiser les services et augmenter la production. Nous voulons doter la société d'équipements de pointe adaptés à la production à grande échelle de produits GMF et les carreaux. Environ 1 000 emplois sont projetés d'ici deux ans et une formation des métiers aux jeunes et femmes sera organisée », révèle-t-il.

Dans ses perspectives, SLACO compte augmenter le volume de produits de la marque « Hidden treasure » ou trésor caché avec la fabrication des meubles rocheux, des casseroles électriques, des cuisinières, des soquets pour les ampoules, etc. Pour réaliser tous ces projets, le patron de SLACO compte sur le soutien des partenaires et l'autofinancement.

LA SOLUTION
POUR LES ENTREPRENEURS

BBIN

BURUNDI BUSINESS INCUBATOR



THERE IS NO ELEVATOR TO SUCCESS ,YOU HAVE TO TAKE THE STAIRS

NOS SERVICES

- .Pré - Incubation
- .Incubation
- .Formations
- .Coaching
- .Business Networking
- .Elaboration des business plans
- .Etudes et consultances

HISTORIQUE

Le Burundi Business Incubator est le premier incubateur d'entreprises au Burundi fondé en 2010 par vingt des plus grands acteurs du secteur privé burundais avec le soutien de l'USAID et du Royaume des Pays Bas

NOS ROLES

- .Renforcement des compétences techniques et managériales
- .Accroître les opportunités de marché
- .Faciliter l'accès au financement

B.P. 3000, Bujumbura, Burundi
Boulevard Mwezi Gisabo, Kigobe sud en face du Lycée Vugizo
Téléphone (+257) 22 27 63 64 (+257) 22 27 63 65 (+257) 22 27 63 66
Email : bbinburundi@gmail.com | Site web: www.bbin.bi



LA GRANDE COMPETITION
D'IDEES D'AFFAIRES «9^e EDITION»
ACTUELLEMENT EN COURS...



NOS PARTENAIRES ACTUELS



Burundi Business Incubator
 @bbin_burundi
 LinkedIn: Burundi Business Inc Bbin