



TOGETHER
for a sustainable future

OCCASION

This publication has been made available to the public on the occasion of the 50th anniversary of the United Nations Industrial Development Organisation.



TOGETHER
for a sustainable future

DISCLAIMER

This document has been produced without formal United Nations editing. The designations employed and the presentation of the material in this document do not imply the expression of any opinion whatsoever on the part of the Secretariat of the United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) concerning the legal status of any country, territory, city or area or of its authorities, or concerning the delimitation of its frontiers or boundaries, or its economic system or degree of development. Designations such as “developed”, “industrialized” and “developing” are intended for statistical convenience and do not necessarily express a judgment about the stage reached by a particular country or area in the development process. Mention of firm names or commercial products does not constitute an endorsement by UNIDO.

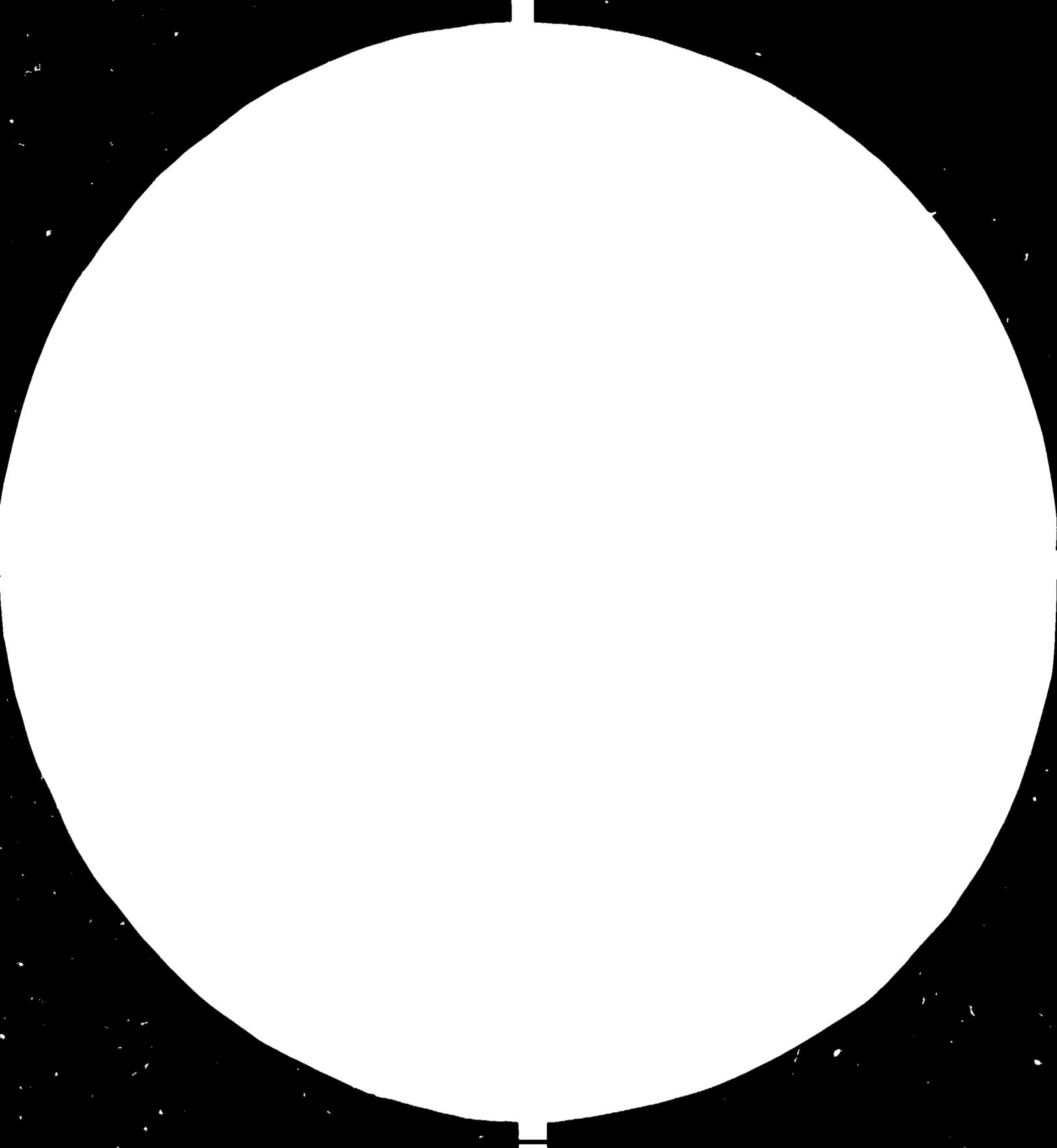
FAIR USE POLICY

Any part of this publication may be quoted and referenced for educational and research purposes without additional permission from UNIDO. However, those who make use of quoting and referencing this publication are requested to follow the Fair Use Policy of giving due credit to UNIDO.

CONTACT

Please contact publications@unido.org for further information concerning UNIDO publications.

For more information about UNIDO, please visit us at www.unido.org





MICROCOPY REPRODUCTION TEST CHART

NATIONAL BUREAU OF STANDARDS

GAITHERSBURG, MARYLAND 20899

U.S. GOVERNMENT PRINTING OFFICE

13132

Mali.

SEMINAIRE NATIONAL SUR
LA PREPARATION, L'EVALUATION ET LA REALISATION
DES PROJETS DE DEVELOPPEMENT,
BAMAKO (MALI)
7 - 26 MARS 1983

Organisé dans le cadre du Projet DP/MLI/76/002 -
"Assistance technique et financière au Centre
d'Etudes et de Promotion Industrielles"

RAPPORT FINAL

Préparé par:

M. Lech KUROWSKI - Chef de l'équipe pédagogique,
Economiste industriel

M. Duncan ALVAREZ STEWART - animateur, ingénieur industriel

M. Jean-Albert BOON - animateur, spécialiste des contrats

1327

I ORGANISATION DU SEMINAIRE

Le séminaire a été organisé dans le cadre du projet DP/MLI/76/002 (Assistance de l'ONUDI au Centre d'Etudes et de Promotion Industrielle à Bamako). La mission préparatoire effectuée à Bamako par le chef de l'équipe pédagogique, L. Kurowski, au début de mois de février 1983 a permis de mettre au point tous les détails d'organisation du séminaire et de répartir les responsabilités parmi tous les organismes intéressés par l'idée du séminaire. Lors de cette mission on s'est mis d'accord que le séminaire serait organisé par le CEPI en collaboration avec la Direction Nationale des Industries (DNI) et la Banque de Développement Malienne (BDM). Tenant compte des désirs exprimés par des organismes maliens intéressés, le programme détaillé du séminaire a été établi ainsi que les dates et horaires en fonction de la disponibilité des fonctionnaires maliens. C'est ainsi le séminaire devait commencer le 7 mars et avoir une durée de 3 semaines (six jours de travail par semaine). Chaque jour on a prévu 3 sessions de travail chacune d'une durée de 1.5 heure. Conformément à ces horaires et tenant compte des structures des séminaires adoptées par la Section des études de faisabilité de l'ONUDI on a adopté l'emploi de temps journalier (ci-joint).

Le CEPI et le conseiller de la part de l'ONUDI, M. S. Condé, se sont chargés de tous les détails d'organisation (la liste définitive des participants, secrétariat, service de reprographie, publicité du séminaire à Bamako, cérémonie d'inauguration, rafraîchissements pour les participants pendant les pauses entre les débats). La BDM a offert la salle de conférence climatisée dans son propre bâtiment. L'ONUDI devait fournir le rétro-projecteur qui n'était pas à trouver à Bamako.

Tous ces préparatifs étaient réalisés dans les moindres détails ce qui a permis de commencer le séminaire sans improvisations.

II DEROULEMENT DU SEMINAIRE

En absence du Ministre d'Etat chargé de l'Equipement, le séminaire a été inauguré le 7 mars par M. Adama Konaté - Chef du Cabinet. Le nombre de personnalités maliennes présentes témoignait l'importance qu'on attachait

au Mali à ce séminaire. M. Konaté a souligné que c'était la continuation des travaux inaugurés l'année dernière lors du séminaire national sur les PME.

Immédiatement après l'inauguration officielle on a informé les participants sur les modalités des travaux en les invitant à faire des exposés sur les sujets bien précis qu'ils pouvaient choisir du programme distribué par le CEPI, bien avant le séminaire.

A partir du mardi, le 8 mars, les travaux du séminaire se déroulaient conformément au programme établi lors de la mission préparatoire. Cette semaine était consacré au cadre général dans lequel se font les projets et à l'analyse du marché (Module I et II du schéma ONUDI). Les exposés de cette semaine étaient faits par: M. Kurowski, M. Condé (assistance de l'ONUDI au CEPI), M. Barbier (assistance de l'ONUDI à la Direction Nationale des Industries) et Mlle. Kourouma (fonctionnaire à la DNI - économiste). Le programme de la semaine a été réalisé malgré quelques problèmes logistiques qui se faisaient senti d'ailleurs jusqu'à la fin du séminaire. Il y avait notamment des pannes des photocopieurs du CEPI, donc on ne pouvait faire des photocopies qu'en cas d'urgence en demandant les services des autres organismes maliens; il y avait également des difficultés de la frappe des documents préparés pour le séminaire (malgré le fait que la meilleure secrétaire du CEPI était détachée pour assurer le fonctionnement du séminaire).

Dans ce contexte le rétroprojecteur a rendu des services inestimables, car il a permis de présenter pratiquement toute la documentation qui serait distribuée sans empêchements intervenus.

La deuxième semaine devait commencer avec l'analyse technique du projet. Au dernier moment, avec la nouvelle de l'arrivée retardée de M. Alvarez, la semaine a été commencée par la visite d'une des plus grandes usines du Mali -Ets Sada Diallo (production du vinaigre, eau de javel et des produits en plastique). La visite était pour la plupart des participants très révélatrice et a suscité beaucoup de questions et des discussions. Elle était également très utile lors des exposés suivants (l'analyse technique, fonds de roulement, etc.). La visite a donné une excellente illustration

et elle a permis de visualiser certains termes surtout de l'analyse financière.

L'analyse technique faite par M. Alvarez suscitait des réactions différentes des participants. Certains éléments visiblement avaient peu d'intérêt, d'autres par contre faisaient sujet des discussions très animés (problèmes de la localisation, choix de technologie). M. Alvarez a distribué aux participants des extraits du Manuel d'Analyse de Projets (OCDE) pour discuter en groupes des processus technologiques différents (cimenterie, industrie textile, savonnerie). Les résultats des travaux effectués en groupes étaient discutés à la session plénière. Pratiquement tout effort était fait par M. Alvarez, car la plupart des participants n'avaient pas pris connaissance des textes distribués.

L'analyse financière du projet était faite par M. Kurowski et M. Mamadou Diarra (de nationalité malienne - ancien consultant de la Banque Mondiale). Les exposés faisant références aux différents tableaux du Manuel de l'ONUDI étaient illustrés des calculs effectués à la base de "Cas de la Cimenterie du Cap". Dans sa forme actuelle ce cas est un bon exemple didactique, car il contient quelques erreurs de calcul ou des omissions des éléments qui devraient être inclus dans le calcul. Cela suscite intérêt des participants à déceler des erreurs et donne beaucoup de satisfaction, une fois l'erreur est trouvée.

La dernière semaine avait dans son programme fin de l'analyse financière, deux journées entières consacrées aux contrats et négociations et une journée et demi consacrées à l'analyse socio-économique des projets.

La partie "juridique" du projet était incluse dans le programme à la demande des responsables maliens et réalisée par M. Boon (consultant de l'ONUDI). M. Boon a organisé ses interventions en arrangeant les désirs des participants exprimées dans le questionnaire distribué dès son arrivée à Bamako. Après les explications des fondements juridiques des entreprises, M. Boon a discuté successivement différents types des contrats et donnait des exemples des négociations de sa pratique comme conseiller juridique d'une grande firme exportatrice. Les discussions que M. Boon a eues avec des responsables maliens, précédant ses exposés lui ont permis de mettre les

accents sur les points faibles décelés. Le message essentiel qu'il a su passer aux participants était: "il faut consulter le juriste avant la signature des obligations plutôt que dépenser beaucoup dans les cas des litiges" (dans des discussions les participants citaient des exemples illustrant cette thèse).

L'analyse socio-économique n'avait pas de place suffisante dans le programme. Lors de la mission préparatoire les responsables maliens ont suggéré de laisser les participants 'sur leur faim' après l'analyse socio-économique, de signaler l'étendue des problèmes associés à cette analyse. Cette approche était justifiée par les plans d'organiser ultérieurement un séminaire national consacré uniquement à l'analyse des coûts-bénéfices dans le cadre de la Direction Nationale des Industries.

Les principaux éléments de l'analyse socio-économique ainsi que la présentation de la "méthode ONUDI II" en détail étaient présentés par M. Kurowski, méthodes d'évaluation basées sur la valeur ajoutée par M. Barbier.

A la fin du séminaire les participants ont rempli les feuilles d'évaluation (ci-jointes). La session d'évaluation précédait la clôture officielle à laquelle participait un nombre important des fonctionnaires maliens, experts des organisations internationales sur place et représentants du PNUD. Le président de la cérémonie, Chef du Cabinet du Ministre d'Etat Chargé de l'Equipeement a exprimé sa satisfaction des résultats du séminaire et assuré que la formation dans le domaine d'élaboration et d'évaluation des projets continuerait au Mali.

III SUJETS QUI DEMANDAIENT BEAUCOUP D'EXPLICATIONS

- Actualisation et les formules simplifiées (valeur de l'annuité)
- Calcul du fonds de roulement
- Valeur nette du projet
- Localisation.

Nous avons l'impression générale que les fonctionnaires maliens attachaient trop d'importance à l'exactitude des calculs et à des détails tout en perdant de vue l'ensemble du projet. L'autre impression - il y a

au Mali plusieurs organismes travaillant sur les projets, mais il n'existe pas toutefois un langage commun entre ces organismes ce qui rend toutes comparaisons des projets difficile. Il serait très utile de mettre sur place au Mali un système cohérent d'élaboration et de présentation des projets, un système basé sur la coopération plus étroite des institutions déjà existantes.

IV AUTRES ACTIVITES DES EXPERTS

M. Boon a assisté le CEPI aformuler le contrat-type de location des terrains.

M. Kurowski a visité plusieurs entreprises maliennes afin de mieux adapter le contenu des exposés aux réalités du pays.

Les conclusions de ces visites sont très intéressantes mais ne peuvent pas faire partie de ce rapport.

PROGRAMME SEMINAIRE NATIONAL SUR
LA PREPARATION, L'EVALUATION ET LA REALISATION
DE PROJETS DE DEVELOPPEMENT

Semaine du 7 Mars

au 12 Mars

	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
8h00 9h30		Planification nationale et les projets de développement L. Kurowski	Etudes d'opportunité D. Barbier	Demande, offre et elasticités S. Condé	Prévisions de la demande (2) (Analyse de regression) L. Kurowski	Stratégie commerciale (optimum de l'entreprise) L. Kurowski
9h50 11h30	Cérémonie d'ouverture	Stratégies et politiques d'industrialisation S. Condé	Projet du développement industriel et ses composantes L. Kurowski	Analyse de la demande S. Condé	Prévisions de la demande (3) (Exercices) L. Kurowski	Programme de production et les capacités de production E. Kouramé
11h40 13h00	Introduction à la méthode pédagogique	Types d'études de préinvestissement L. Kurowski	Principes de préférence temporelle Valeur actualisé L. Kurowski	Méthodes de prévision de la demande (1) (Collecte des informations) S. Condé		Disponibilité et prix des matières premières L. Kurowski

Semaine du 14 Mars

au 19 Mars

	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
8h00 9h30	Localisation et emplacement D. Alvarez	Choix des équipements D. Alvarez	Coût total de construction équipement et installation D. Alvarez	Visite d'usine	Calcul du fonds de roulement L. Kurowski	Méthodes d'évaluation financière basée sur le cash-flow M. Diarra
9h50 1h20	Schéma technique du projet et sa portée D. Alvarez	Schéma des travaux génie civil D. Alvarez	Calendrier de mise en oeuvre D. Alvarez	- " -	Calcul des coûts du projet M. Diarra	Analyse des ratios L. Kurowski
11h40 13h00	Choix de technologie D. Alvarez	Disponibilité de la main d'oeuvre et son planning D. Alvarez	Nations de base de la comptabilité (rappel) L. Kurowski	- " -		Schéma de remboursement de la dette (projets avec et sans financement extérieur) L. Kurowski

Semaine du 21 Mars au 26 Mars

	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
8h00 -9h30	Analyse de sensibilité	Contrats de travaux	Clauses d'assistance technique	Principes de l'analyse coûts-avantages	Méthodes basées sur la valeur ajoutée	
	L. Kurowski	J-A. Boon	J-A. Boon	L. Kurowski	D. Barbier	
11h50 1h20	Inflation et le projet	- " -	Licences et Brevets	Eléments de l'analyse socio-économiques et leurs calculs (1)	Evaluation du séminaire	Cérémonie de clôture et de distribution des certificats
	L. Kurowski	J-A. Boon	J-A. Boon	L. Kurowski		
1h40 3h00	Récapitulation de l'analyse technique (exercices)	Contrats d'achats	Négociations	Eléments de l'analyse socio-économique et leurs calculs (2)		
	D. Alvarez	J-A. Boon	J-A. Boon	L. Kurowski		

LISTE DES PARTICIPANTS

! Nom	! Services	! Lundi	! Mardi	! Mercredi	! Jeudi	! Vendredi	! Samedi
! 1 Sekou Fakourou KANTE	! B.C.M	! X	! X	! X	! X	! X	! X
! 2 Modibo KEITA	! C.E.P.I.	! X	! X	! X	! X	! X	! X
! 3 Mamadou KOUMARE	! C.E.P.I.	! X	! X	! X	! A	! X	! X
! 4 TWAGIRAMUNGU Polycarpe	! D.N.H.E	! A	! X	! X	! X	! A	! X
! 5 Sy Sada DIANE	! C.E.P.I	! A	! A	! A	! A	! A	! A
! 6 Samody DICKO	! OMBEVI	! X	! X	! X	! X	! X	! X
! 7 Baba SAKO	! S.N.E.D	! X	! X	! X	! X	! X	! X
! 8 Doulaye DANIOKO	! S.N.E.D	! X	! X	! X	! X	! X	! X
! 9 Famoudou CAMARA	! C.E.P.I.	! X	! X	! X	! X	! X	! X
! 10 Diaguily SARAMBOUNOU	! C.E.P.I	! X	! X	! X	! X	! X	! X
! 11 Chitafa SANOGO	! C.E.P.I.	! X	! X	! X	! X	! X	! X
! 12 Boubacar SIDIBE	! M.Finance	! X	! X	! X	! X	! X	! X
! 13 Issa H. DIALLO	! M.T.T.P	! A	! A	! X	! X	! X	! X
! 14 Emma KOUROUMA	! D.N.I.	! X	! X	! X	! X	! X	! X
! 15 Fatimata Bintou TRAORE	! C.E.P.I.	! X	! X	! X	! X	! X	! X
! 16 E. LENCHNER	! B.D.M	! X	! X	! X	! X	! X	! X
! 17 M.Doudou SENE	! B.D.M	! X	! X	! X	! X	! X	! X
! 18 Mine BA Youma	! B.D.M	! X	! X	! X	! X	! X	! X
! 19 Fatimata SIDIBE	! B.D.M	! X	! X	! X	! X	! X	! X
! 20 Fily COULIBALY	! D.N.P	! X	! X	! X	! X	! X	! X
! 21 Youssouf BAGAYOKO	! D.N.I.	! X	! X	! X	! X	! X	! X
! 22 Abdoulaye T. COULIBALY	! B.D.M	! X	! X	! X	! X	! X	! X
! 23 Mamadou KEITA	! I.P.G.P	! X	! X	! X	! X	! X	! X
! 24 Lenciné SYLLA	! M.Energie	! X	! X	! X	! X	! X	! X

LISTE DES PARTICIPANTS

Nom	Services	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi
25 Namory TRAORE	C.E.P.I	X	X	X	X	X	X
26 Mamadou DIARRA	M.E.C.E.	X	X	X	X	X	X
27 Mamadou WAGUE	D.N.I.	X	X	X	X	X	X
28 Adama KONATE	B.D.M	X	X	X	X	X	X
29 Mme GAKOU Salimata FOFANA	C.E.P.I	X	X	X	X	X	X
30 Adama KONATE	D.N.I.	X	X	X	X	X	X
31 Koulou FANE	D.N.I	X	X	X	X	X	X
32 Cheik Abdou Kounta DIA	I.E.R	X	X	X	X	X	X
33 Modibo DOLO	D/N.P	X	X	X	X	X	X
34 Mme SIDIBE Fadima TALL	M.Tutelle	X	X	X	X	X	X
35 Jean Marc MARIN	JPO DAKAR	X	X	X	X	X	X
36 Amadou baba TOURE	M. Agriculture	X	X	X	X	X	X
37 Ibrahima Samba TRAORE	B.E.C.I.S	X	X	X	X	X	X
38 Mamadou COULIBALY	B.D.M	X	X	X	X	X	X

DESIDERATAS

I C.E.P.I.

Thèmes à traiter et à développer :

- Evaluation du marché
- Construction de variantes pour les investissements
- Critères de choix des investissements
- Investissements et Risques
- Evaluation des frais d'Etablissement (Intérêts
- Evaluation du Fonds de Roulement
- Détermination du Seuil de rentabilité
- Calcul du T.R.I.
- Ratio de rentabilité et leur interprétation.

II D.N.I.

- Analyse Financière
- Analyse Economique
- Choix des variantes
- Analyse de sensibilité

SEMINAIRE NATIONAL SUR
LA PREPARATION, EVALUATION ET REALISATION
DES PROJETS DE DEVELOPPEMENT
BAMAKO 7 MARS - 26 MARS 1983

PROPOSITION DE PROGRAMME

- 1) Cycle de Développement des Projets (12 h)
 - Introduction au séminaire
 - Planification et projets
 - Industrialisation - Stratégies et Politiques
 - Différents types d'études de pré-investissement
 - Projet du développement industriel et ses composantes
 - Principes de préférence temporelle
 - Idée du cash-flow
 - Calculs de la valeur actualisée et du taux de rentabilité interne
- 2) Etude de Marché et de l'environnement (16 h)
 - Demande, offre, prix et élasticités
 - Analyse de la demande
 - Méthodes de prévision de la demande
 - Stratégie commerciale
 - Programme de production et les capacités de production
 - Disponibilité et prix des matières premières
- 3) Etude Technico-Economique (16 h)
 - Localisation et emplacement (choix de possibilités)
 - Schéma du projet et sa portée
 - Choix de technologie
 - Choix des équipements
 - Génie civil
 - Main d'oeuvre
 - Calendrier de mise en oeuvre
- 4) Analyse Financière (16 h)
 - Rappel de quelques notions de base de la comptabilité
 - Calculs des coûts du projets
 - Méthodes d'évaluation financière (basées sur le cash-flow)
 - Analyse des ratios
 - Schémas de remboursement de la dette
 - Analyse de sensibilité et seuil de rentabilité
 - Inflation et le projet

5) Négociations et Contrats (12)

- Contrats de travaux (clés en main et autres)
- Contrats d'achats (équipements et technologie)
- Clauses d'assistance technique
- Licences et brevets

6) Evaluation Socio-Economique

- Principes de l'analyse coûts-avantages
- Elements de l'analyse socio-économique
- Méthodes basées sur la valeur ajoutée
- Méthodes préconisées par des organisations internationales
(O.N.U.D.I., O.C.D.E, La Banque Mondiale)

RAPPORT SUR LE SEMINAIRE NATIONAL DE FORMATION
SUR LES TECHNIQUES DE PREPARATION
D'EVALUATION ET DE FINANCEMENT DES PROJETS INDUSTRIELS

I COMPTE RENDU DE L'ORGANISATION ET DU ROULEMENT

- 1- Commencés le Lundi 07 Mars les travaux du séminaire national sur les techniques de préparation d'évaluation et de financement des projets industriels ont pris fin le samedi 26 Mars 1983.
- 2 - Le séminaire a été initié par le Centre d'Etudes et de Promotion Industrielles CEPI dans le cadre des activités du projet MLI/76/002 en collaboration avec la Direction Nationale des Industries (DNI) et de la Banque de Développement du Mali (BDM)
- 3 - Faisant suite aux résolutions du symposium sur les PME/PMI en juin 1982 l'objectif immédiat du séminaire était d'outiller les organismes concernés par l'étude et le financement de projet d'un certain nombre de techniques de base afin d'arriver à une harmonisation progressive de méthodes de préparation et d'évaluation des projets se rapportant à la promotion des PME et PMI locales.
- 4 - Compte tenu de l'importance accordée au séminaire par la contre-partie il a été nécessaire et opportun de faire appel à une équipe de consultants composée comme suit :
 - LECH KUROWSKI : Economiste Industriel, responsable pédagogique du séminaire - 1,5 H/M
 - ALVAREZ DUNCAN : Ingénieur Industriel chargé de l'analyse technique 0,5 H/M
 - JEAN ALBERT BOON : Avocat : chargé des aspects juridiques et du financement de la réalisation des projets 0,5 H/M

Un mémorandum définissant le but et les objectifs du séminaire a été préparé et transmis par le CEPI et le projet aux différents organismes et ministères dont la participation était souhaitée.

- 5 - Le CEPI en collaboration avec le projet, avait identifié auprès des trois organismes de base cités ci-dessus les lacunes et les besoins ressentis dans les domaines d'études et d'analyse de projets. Ce document devait servir de référence pour l'élaboration du programme du séminaire.
- 6- Afin de préciser dans le détail le contenu pédagogique du séminaire il a été nécessaire de faire venir Mr KUROWSKI en mission préparatoire pour profiter de son expérience pédagogique

7 - La mission a duré du 3 au 10 Février 1983 et avait pour but de finaliser les détails techniques d'organisation du séminaire en collaboration avec le conseiller technique principal du projet MLI/76/002 et les organisateurs locaux.

8 - A l'issue des différentes séances de travail il a été retenu entre autres que :

- le séminaire serait organisé à l'amphithéâtre de la BDM du 7 au 26 Mars 1983.

- Les séances auraient lieu tous les jours de la semaine de 7h30 à 12h30 sauf le vendredi où les cours finiraient à 10h50 et le dimanche jour férié.

Un exemplaire de programme détaillé figure en annexe.

9 - - Au total 37 participants provenant de 16 Organismes et Ministères ont été enregistrés.

20 Economistes	soit 54 %
14 Ingénieurs	38 %
<u>3 Animateurs</u>	<u>8 %</u>
37	100

Dès la fin de la première semaine trois défections au niveau des inscriptions officielles ont été constatées avec les observateurs, les présences oscillaient entre 37 et 41.

10 - En plus des 3 animateurs officiels recrutés pour le séminaire il convient de noter la participation des personnes ci-après

CONDE : Conseiller Technique Principal MLI/76/002

- Mardi 8 Mars Stratégies et politique d'industrialisation 2 H
- Jeudi 10 Mars Etude du Marché, Prévision de la Demande 6 H

BARBIER : Expert O.N.U.D.I

- Mercredi 9 Mars Etudes d'opportunité 2 H
- Vendredi 25 Mars Méthodes basées sur la valeur ajoutée 2 H

Melle Emma KOUROUMA : Chargée d'Etude D.N.I

- Samedi 12 Mars Programme de production et Capacité de production 2 H

Mamadou DIARRA : Consultant Banque Mondiale

- Vendredi 18 Calcul des coûts du projet 2 H
- Samedi 19 Méthodes d'évaluation basée sur le cash flow 2 H

II EVALUATION

L'évaluation du séminaire de formation sur les techniques de préparation d'évaluation et de financement des projets industriels permet, de tirer les conclusions suivantes :

- 1 - Les participants dans leur quasi-totalité ont pu être préalablement informés du but du séminaire, du contenu et du niveau de son programme.
- 2 - La durée de trois semaines a été satisfaisante pour 71,4 % des participants, 28,6 % sont d'avis contraire et pensent que compte tenu de l'intérêt d'un tel stage la durée devait être de 4,5 à 6 semaines, voire même trois mois pour l'un d'entre eux.
- 3 - Le programme journalier du stage, soit 5 H par jour à partir de 8h00 tous les jours du Lundi au Samedi, excepté le Vendredi (8h00 à 11h50) a été jugé satisfaisant par 97 % des participants.
- 4 - Sur la plan professionnel le séminaire aura été très utile à plus de 62 % des participants et pour la totalité des participants (100 %) le niveau général du programme adapté à leurs besoins.
- 5 - A la question de savoir si certains matières utiles n'ont pas été suffisamment traitées dans le programme, 31 participants sur 35 interrogés ont eu une réponse "franche". Seize participants sur 31 soient 51,6 % ont estimé que des matières utiles n'ont pas été suffisamment traitées dans le programme.
Selon les réponses, les matières en question auraient dû bénéficier d'un nombre plus important de séances vu l'intérêt qu'elles suscitent dans la pratique quotidienne.
Dans d'autres cas les participants attendaient des "recettes de cuisine" ce qui n'est pas toujours possible.
- 6 - Quant à l'organisation des cours, une importante majorité (73,3 %) pense que les exposés étaient justes et qu'il ne fallait pas leur accorder plus d'importance tandis que 56,6 % et 62,9 % ont opiné qu'il fallait respectivement accorder une place plus importante aux travaux de groupe et aux démonstrations et études de cas.
- 7 - S'agissant du niveau général de compétences des instructeurs, il a été jugé très bon à plus de la majorité pour la méthode d'enseignement et satisfaisant pour la connaissance du français malgré des difficultés d'élocution quelques fois éprouvées par MR DUNCAN.

- 8 - Les échanges de vues à caractère professionnel ont été très importants aussi bien avec les animateurs qu'entre participants ; ils en ont considérablement profité.
- 9 - Le contenu du programme répondait dans une bonne mesure aux besoins des institutions représentées leur participation au séminaire aura été très utile pour la majorité ; les connaissances et expériences acquises par les participants profiteront à la presque totalité d'entre eux dans l'exercice de leurs fonction actuelles.
- 10 - Ils pensent presque tous avoir l'occasion de transmettre à différents les connaissances et expériences ainsi acquises.

Compte tenu du sentiment de satisfaction générale exprimé par la totalité des participants on est en droit d'affirmer que ce premier séminaire a connu un vif succès, et que sa réussite est due aussi bien à la compétence des animateurs qu'à l'assiduité, la motivation et le sérieux qui ont caractérisé les participants. /

Faute de n'avoir pu être programmée, Mme TWAGIRAMUNGU, VNU au projet MLI/76/002 a préparé une communication sur le rôle de la documentation et de l'information industrielles dans le processus d'élaboration des projets.

Ce document sera diffusé en même temps que les résumés d'exposés attendus des autres intervenants.

- 11 - Au niveau du matériel pédagogique, le projet a réceptionné
- 50 Exemplaires "Projet de Cimenterie " CIRECAP
 - 50 "Guide pour l'examen des projets "
 - 50 "Directives pour l'évaluation des projets "
 - 50 "Manuel de préparation des études de faisabilité Industrielle
 - 50 "Manuels pour l'évaluation des projets industriels
 - 40 Calculatrices de poche SHARP

Outre ces matériels, le projet a également reçu,

- des plaquettes sur l'O.N.U.D.I
- des affiches publicitaires concernant le séminaire,
- une quarantaine de certificats de stage.

Quarante exemplaires de chaque document ont été distribués aux participants. Le reliquat sera géré par la documentation du C.E.P.I

Trente quatre calculatrices ont été transférées aux participants

Le reliquat reste au projet.

- 12 - Grâce à la qualité de l'auditoire on a pu maintenir les débats à un bon niveau et durant les 18 jours qu'à duré le séminaire la participation des séminaristes fut exemplaire tant du point de vue assiduité qu'au niveau de la pertinence des questions.

ANNEXE VI - EVALUATION GENERALE

EVALUATION DES STAGES DE FORMATION EN GROUPE

Nombre de réponses: 35

Institution :

Stage :

Date :

I. RENSEIGNEMENTS PREALABLES

1. Que pensez-vous des renseignements que vous avez reçu dans votre pays préalablement au stage : (prière de marquer une croix dans la colonne pertinente)

	<u>Suffisants</u>	<u>Insuffisants</u>	<u>Inexistants</u>
But du stage	<input checked="" type="checkbox"/> 94%	<input type="checkbox"/> 2,3%	<input type="checkbox"/> 2,3%
Contenu du programme	<input checked="" type="checkbox"/> 83,6%	<input type="checkbox"/> 8,6%	<input type="checkbox"/> 2,3%
Niveau du programme	<input checked="" type="checkbox"/> 85,7%	<input type="checkbox"/> 5,7%	<input type="checkbox"/> 8,6%

Estimez-vous que vous auriez dû recevoir d'autres renseignements, et lesquels ?

2. Combien de semaines avant le début du stage avez-vous reçu les renseignements suivants :

Renseignements concernant le stage

Acceptation de votre candidature

Observations :

II. CONCEPTION ET AGENCEMENT DU PROGRAMME DE STAGE

3. Que pensez-vous de la durée totale du stage :

Trop longue

Satisfaisante 25 71,4%

Trop courte 10 28,6%

Si vous estimez que la durée du stage n'était pas "satisfaisante",
quelle aurait, à votre avis, dû être sa durée ?

semaines

Veillez motiver votre réponse :

4. Selon vous, le programme journalier du stage était-il :

Trop chargé 1 3%

Satisfaisant 34 97%

Insuffisant

Veillez motiver votre réponse :

5. Quelles modifications souhaiteriez-vous éventuellement voir apporter
à l'orientation générale du programme ?

6. Estimez-vous que le stage de formation vous a été utile sur le plan professionnel :

Extrêmement utile	<input checked="" type="checkbox"/>	14,3%
Très utile	<input checked="" type="checkbox"/>	62,9%
Suffisamment utile	<input checked="" type="checkbox"/>	17,1%
Relativement utile	<input checked="" type="checkbox"/>	5,7%
Très peu utile	<input type="checkbox"/>	

Veuillez motiver votre réponse :

7. Que pensez-vous des visites d'études (le cas échéant) ?

Quelles sont à votre avis les autres visites qui auraient pu être utilement organisées ?

8. Que pensez-vous du niveau général du programme ?

Beaucoup trop élevé	<input type="checkbox"/>	
Trop élevé	<input type="checkbox"/>	
Adapté aux besoins	<input checked="" type="checkbox"/>	100%
Trop bas	<input type="checkbox"/>	
Beaucoup trop bas	<input type="checkbox"/>	

Observations :

9. Quelles matières du programme avez-vous trouvées les plus utiles ?
Indiquez-en la raison (par exemple, matières nouvelles pour vous, matières liées à votre domaine de spécialisation ou à votre travail, renseignements nouveaux, etc.)

Matière

Raison

10. Quelles matières du programme avez-vous trouvées les moins utiles ?
Indiquez-en la raison (par exemple, niveau trop élémentaire ou enseignement inadéquat, matières sans rapport avec votre travail, etc.)

Matière

Raison

11. Estimez-vous que certaines matières utiles n'ont pas été suffisamment traitées dans le programme ?

Oui 16 51,6%

Non 15 48,4%

Dans l'affirmative, quelles sont-elles ?

12. A votre avis, une place différente aurait-elle dû être faite dans le programme :

	<u>Pas de changement</u>	<u>Place plus importante</u>	<u>Place moins importante</u>
a) Aux exposés	<u>22</u> 73,3%	<u>6</u> 20%	<u>2</u> 6,7%
b) Au travail en groupe	<u>12</u> 40%	<u>17</u> 56,6%	<u>1</u> 3,3%
c) Aux démonstrations	<u>9</u> 33,3%	<u>17</u> 63%	<u>1</u> 3,7%

Observations :

13. Comment jugez-vous le niveau général de compétence des instructeurs dans les deux domaines suivants :

	i) Connaissance du français			ii) Méthode d'instruction		
	A %	B %	C %	A %	B %	C %
Très bon	<u>1</u> 2,9	<u>33</u> 97	<u>13</u> 39,4	<u>14</u> 41,2	<u>24</u> 70,6	<u>27</u> 79,4
Assez bon	<u>5</u> 14,2	<u>1</u> 3	<u>15</u> 43,5	<u>12</u> 35,2	<u>3</u> 8,5	<u>7</u> 20,6
Suffisant	<u>10</u> 28,6	<u></u>	<u>3</u> 9,1	<u>4</u> 11,8	<u>2</u> 5,8	<u></u>
Insuffisant	<u>13</u> 37,1	<u></u>	<u>1</u> 3	<u>1</u> 2,9	<u></u>	<u></u>
Très insuffisant	<u>1</u> 2,9	<u></u>	<u></u>	<u></u>	<u></u>	<u></u>

Veillez motiver votre réponse :

A = ALVAREZ, Stewart Duncan
 B = BOON, Jean-Albert
 C = KUROWSKI, Lec.

URUGUAY
 BELGIQUE
 POLOGNE

14. Avez-vous eu le temps d'avoir des échanges de vues de caractère professionnel :

	i) Avec vos <u>instructeurs</u>	ii) Avec les autres <u>participants</u>
Oui	<u>22</u> 68,5	<u>31</u> 88,6
Non	<u>10</u> 31,25	<u>4</u> 11,4

15. Comment jugez-vous le profit que vous avez tiré de vos échanges de vues avec :

	i) Vos <u>instructeurs</u>	ii) Les autres <u>participants</u>
Très grand	<u>4</u> 17,4	<u>5</u> 16,1
Grand	<u>18</u> 73,3	<u>21</u> 67,8
Peu important	<u>1</u> 4,3	<u>5</u> 16,1
Minime	<u> </u>	<u> </u>
Nul	<u> </u>	<u> </u>

Veillez motiver votre réponse :

III. PERTINENCE ET UTILITE DU PROGRAMME :

16. Le contenu du programme vous a-t-il paru répondre aux besoins de la situation dans votre institution?

Dans une très large mesure	<u>11</u> 32,4
Dans une large mesure	<u>15</u> 44,1
Dans une mesure suffisante	<u>6</u> 23,5
Dans une faible mesure	<u> </u>

Veillez motiver votre réponse :

17. Estimez-vous que votre participation à ce stage vous a été utile sur le plan professionnel ?

		%
Extrêmement utile	<input type="checkbox"/> 8	22,9
Très utile	<input type="checkbox"/> 21	60
Suffisamment utile	<input type="checkbox"/> 5	17,1
Peu utile	<input type="checkbox"/>	
Très peu utile	<input type="checkbox"/>	

Veillez motiver votre réponse :

18. Pensez-vous avoir l'occasion de tirer parti, dans votre présent emploi, des connaissances et de l'expérience que vous avez pu acquérir au cours du stage ?

		%
Dans une très large mesure	<input type="checkbox"/> 8	24,2
Dans une large mesure	<input type="checkbox"/> 12	45,4
Dans une mesure suffisante	<input type="checkbox"/> 9	27,3
Dans une faible mesure	<input type="checkbox"/> 1	3,0
Dans une très faible mesure	<input type="checkbox"/>	

À quelles difficultés pourriez-vous éventuellement vous heurter ?

19. Avez-vous l'occasion de transmettre, dans votre pays, les connaissances que vous avez acquises ?

Dans une très large mesure	<input type="checkbox"/> 4	16
Dans une large mesure	<input type="checkbox"/> 11	44
Dans une mesure suffisante	<input type="checkbox"/> 7	28
Dans une faible mesure	<input type="checkbox"/> 3	12
Dans une très faible mesure	<input type="checkbox"/>	

20. De quelle manière ce transfert de connaissances s'opérera-t-il ?

a) Pendant le travail quotidien avec vos collègues et vos subordonnés	<input type="checkbox"/> 20	65,1
b) Au cours d'activités organisées dans ce but dans le cadre de votre présent emploi	<input type="checkbox"/> 1	16,3
c) Au cours d'activités organisées dans ce but en dehors du cadre de votre présent emploi	<input type="checkbox"/> 3	18,6

A quelles difficultés pourriez-vous éventuellement vous heurter ?

21. Observations éventuelles sur d'autres aspects du stage non suffisamment couverts dans le présent questionnaire :

ANNEXE VII

C.E.P.I
DP/MLI/76/002

O.N.U.D.I

SEMINAIRE NATIONAL SUR LES TECHNIQUES
DE PREPARATION D'EVALUATION ET DE
FINANCEMENT DES PROJETS

BAMAKO DU 7 AU 26 MARS 1983

METHODES D'ANALYSE ET DE PREVISION
DU MARCHE

NOTES METHODOLOGIQUES PREPAREES ET EXPOSEES
PAR SORY CONDE
EXPERT O.N.U.D.I
C.T.P. MLI/76/002

PLAN SOMMAIRE

TITRE	PAGE
- Avertissement	
- Introduction	1 à 2
- Les Composantes du Marché (offre et demande)	3 à 12
- Les Sources d'Information pour leur Saisie	13 à 15
- Les Méthodes de Prévission de la Demande	16 à 20
- Liste de Contrôle pour une Etude de Marché	
- Bibliographie Sommaire	

AVERTISSEMENT

L'objectif recherché à travers l'exposé qui suit est de porter à la connaissance des séminaristes un certain nombre de méthodes et de techniques devant leur permettre de réunir les éléments nécessaires à une étude où une analyse de marché.

Ces méthodes et techniques bien que de portée universelle s'appliquent cependant difficilement au cas Malien du fait de l'absence d'informations chiffrées fiables, se rapportant à une longue période.

De ce fait, le but de cette intervention sera, en même temps que l'exposé des méthodes, de trouver avec la participation des séminaristes les applications des techniques en cause et de préconiser des voies et moyens répondant aux spécificités Maliennes.

Faute de trouver des applications dans le court terme, il est à espérer que la récente informatisation des services douaniers de la République du Mali offrira à ces techniques un champ d'application tout aussi important que varié.

Les développements qui suivent n'ont pas la prétention d'être un cours universitaire bien que s'en inspirant par endroits. Il expose surtout de méthodes et techniques à l'usage des analystes de marché. Le style d'exposé méthodologique adopté rejaillit évidemment sur le style rédactionnel comme on le constatera dans certains chapitres.

INTRODUCTION

L'examen des statistiques d'importations d'un pays suggère à l'observateur quelque peu averti une foule de réalisations industrielles. Il s'agira dans ce cas de substituer aux importations une production locale. Cette démarche basée sur une étude préalable du marché conduira à élaborer un projet d'implantation d'industries dites de substitution aux importations.

Dans d'autres cas, le marché visé est un marché extérieur bien précis que visent les industries à vocation exportatrice, les industries de sous-traitance ou les industries dites de transfert. Les raisons d'implantation de cette catégorie d'industries procèdent de l'existence d'avantages comparatifs au bénéfice du pays où l'investissement doit être effectué (disponibilité et coûts avantageux de la matière première, de la main-d'oeuvre ou de tout autre facteur de production)

Si dans ce dernier cas le marché ne pose pas de problème particulier en termes de création, parceque généralement connu à l'avance, il n'en va pas toujours de même pour les marchés que doivent " s'ouvrir " les industries d'import-substitution, les principales causes étant d'une part l'existence d'une concurrence locale (étrangère ou nationale) et d'autre part la faiblesse de consommation de certains biens, et l'exiguïté de l'espace économique. Ces derniers facteurs ne sont pas toujours favorables à une production locale organisée.

En effet, ce n'est que dans l'hypothèse où le volume du marché escompté, atteint un seuil minimum, qu'on peut envisager les possibilités de réalisation d'un projet donné.

La taille du marché est donc le premier élément qu'il est nécessaire de déterminer pour juger de l'opportunité d'entreprendre la réalisation d'un projet donné.

Le marché au sens large, recouvre l'environnement dans lequel l'entreprise s'implante et évolue : (consommateur fournisseurs, concurrents, environnement politique administratif, juridique...)

L'étude de marché est précisément un ensemble des techniques et de méthodes permettant de connaître et de comprendre cet environnement et d'en prévoir l'évolution.

Vue du côté de l'entrepreneur l'étude de marché est un précieux instrument de décision, parcequ'elle permet de résoudre la trilogie " Produire quoi ? En quelle quantité " ? A quel prix "

La réponse à la première question, nous amène à définir le produit ou le marché couvert par ce produit.

Le marché qui, jadis était le lieu géographique de rencontre de l'offre et de la demande est de plus en plus défini de nos jours par l'objet des transactions qui s'y nouent évoquant une notion abstraite par rapport au concept initial. Exemple : le marché du café ou le marché du pétrole pour lesquels les opérateurs concluent des marchés par correspondances.

Au plan local on parle par exemple du marché de la bonnetterie du marché des cycles, du marché des cigarettes etc...

L'évènement qu'il convient de noter est la disparition de rapports directs entre producteurs et consommateurs.

Comment appréhender, Comment évaluer le marché ainsi défini ?.

C'est l'objectif immédiat de l'étude de marché dont la finalité est de motiver la décision de produire ou de ne pas produire.

Pour éviter des confusions ultérieures il est opportun de préciser dès à présent que le concept d'étude de marché diffère quelque peu de celui du marketing.

" Le marketing est la fonction de direction qui planifie et dirige l'ensemble des activités visant à développer au maximum le flux des produits et/ou des services des producteurs vers les consommateurs ou utilisateurs de façon que la demande potentielle d'un marché se transforme en demande effective et que cette demande soit satisfaite conformément à des objectifs planifiés."

Le marketing est la stratégie, la gestion de l'offre.

Dans les développements qui suivent nous aborderons successivement l'analyse des composantes du marché, les sources d'informations permettant leur saisie, les méthodes de prévision de la demande

I L'OFFRE

Elle a deux composantes : la production, et les importations.

1.1 PRODUCTION LOCALE

- . Recenser toutes les unités produisant des articles semblables à l'objet de l'étude.
- . Calculer la capacité de production totale, et le taux d'utilisation des capacités de production des unités recensées.
- . Etudier l'évolution de la production locale et calculer son taux de croissance.
- . Tenir compte des projets d'extension des unités existantes.
- . Qualité de la production locale,
- . Taux de pénétration et rapport qualité prix du produit

1.2 IMPORTATIONS

- . Identifier les importateurs en examinant les licences accordées, Déterminer leur nombre, leur importance et leurs zones d'influence.
- . Analyse statistique des importations
- . Collecter des informations chiffrées sur la période la plus longue possible pour dégager un taux de croissance et expliquer les tendances observées.
Pour les projets d'import-substitution il faut toujours tenir compte des réactions possibles des importateurs et être prudent pour la prévision des ventes. L'importance de cette prévision se ressent au niveau du cash-flow, donc de la rentabilité,
- . Analyser les circuits de distribution.

1.3 AUTRES STATISTIQUES

Elles peuvent être d'origine syndicale ou professionnelle. Leur examen peut fournir un précieux appoint à l'analyse de marché.

Pour la collecte des informations, une très étroite collaboration doit s'instaurer entre le promoteur et le chargé d'étude. Ce dernier doit mettre la confiance en confiance et susciter chez lui une participation plus active à l'élaboration de son projet.

Pour faciliter des études plus précises les statistiques nationales devront être éclatées.

1.3.1 Eclatement par gamme de produits

les rubriques douanières regroupent souvent sous un nom générique des produits aux caractéristiques différentes exemple : piles électriques tous formats et voltages confondus.

Or l'entreprise dont on étudie le marché, produira une gamme précise de biens : exemple : pile ronde ou pile plate de 1,5 V

1.3.2 Eclatement Géographique

La localisation de la future unité peut être conditionnée pour les produits de faible valeur spécifique (ciment, engrais, papier) par les coûts de transport et une connaissance même approximative des consommations régionales peut être utile.

De même l'action commerciale à entreprendre dépendra des ventes initiales par région.

1.3.3 Eclatement par type de clientèle

Cet éclatement peut être fort utile aussi bien pour la conception de l'action commerciale que pour l'établissement des prévisions de vente.

Exemple : la nature, le goût, le comportement, la réceptivité du consommateur final peuvent varier selon qu'il soit rural ou citadin, selon le niveau de son revenu, selon l'âge, le sexe etc...

1.4 ANALYSE DES DROITS DE DOUANES

Lorsque l'on recherche le droit applicable à un produit donné, il importe de déterminer à la fois la structure de ce droit et son effet. On notera à cet égard que le droit peut revêtir une des trois formes suivantes :

- . Les droits "ad valorem" représentent un pourcentage du prix CAF des marchandises importées.
Par exemple, si les importations de montres sont frappées d'un droit de 20 % ad valorem, le droit sur une montre importée au prix de 100 dollars CAF sera de 20 dollars.
- . Les droits spécifiques sont des impositions forfaitaires fixés par unité de marchandise importée. Si les importations de riz sont frappées d'un droit de 5 dollars par tonne, ces 5 dollars seront perçus pour chaque tonne de riz importée dans le pays, quel qu'en soit le prix CAF.
- . Les droits mixtes ou combinés se composent d'un élément spécifique et d'un élément ad valorem. Si le droit applicable au riz est de 5 dollars par tonne plus 10 % ad valorem, le droit sur une tonne de riz d'une valeur de 100 dollars CAF se de 15 dollars : 5 dollars plus 10 % de 100 dollars.

Supposons par exemple, que le prix CAF couramment pratiqué pour un produit d'un pays donné soit de 100 dollars la tonne et qu'un exportateur abaisse son prix de 10 dollars, offrant ce produit à 90 dollars la tonne. Si le droit que le pays en question applique au produit est un droit spécifique, l'avantage de prix pour l'acheteur est simplement de 10 dollars par tonne.

Si maintenant nous nous plaçons dans l'hypothèse d'un droit ad-valorem l'avantage de prix offert par l'exportateur sera plus important car le montant du droit est de 20 % ad valorem, le droit sur une tonne d'un produit dont le prix CAF est de 100 dollars se montera à 20 dollars : si le prix CAF est ramené à 90 dollars, le droit ne sera plus que de 18 dollars, l'avantage de prix pour l'acheteur sera donc de 12 dollars par tonne, puisqu'il économisera non seulement 10 dollars sur le prix mais aussi 2 dollars sur le droit.

Il est parfois plus facile de pénétrer sur les marchés qui sont protégés par des droits ad valorem en pratiquant des prix inférieurs à ceux de la concurrence, que sur le marché où s'appliquent des droits spécifiques.

En République du Mali les droits et taxes en douanes se structurent comme suit :

A) Droits et Taxes Ad-Valorem (cf tarif des douanes

. Droit de Douanes

. Droit Fiscal à l'importation ou taxe à l'importation.

. Taxe à la valeur ajoutée

T.V.A. Réduite 11,11 %

Ordinaire 25 %

Majorée 66 %

. Contribution pour prestation de services (C.P.S.)

B) Taxes Spécifiques

La taxe spécifique qui s'applique dans tous les cas est l'O.S.P (office de stabilisation des prix)

On peut également citer :

L'I.S.C.P (impôt spécial sur certains produits)

La D.S.P (différence de structure de prix).

1.5 STRUCTURE DES PRIX AU MALI

1.5.1 PRIX A L'IMPORTATION

L'assiette généralement retenue pour le calcul des droits et taxes de douane est la valeur C.A.F de la marchandise (coût, Assurance, fret) Des irrégularités commises par certains opérateurs économiques font qu'en République du Mali à côté de la valeur C.A.F il existe des valeurs administratives pour certaines marchandises. Il s'agit de prix fixés d'autorité par les pouvoirs publics au vu de certains documents.

Valeur C.A.F douane = prix F.O.B + Assurance + Fret

Valeur C.A.F + Droit de douane + Droit Fiscal d'importation où taxe à l'importation (ou T.C.R)* pour les produits C.E.A.O) + autres frais (transit, frais bancaires.. .)

= PRIX DE REVIENT FRONTIERE MALI

+ Marge Commerciale (variable selon les produits) **

= PRIX DE VENTE GROS FRONTIERE

+ Taxes spécifiques locales (I.A.S, C.P.S, O.S.P)

+ Transport intérieur

= PRIX DE VENTE GROS BAMAKO

Reprise de la remise

= PRIX DE VENTE DETAIL BAMAKO

1.5.2 PRIX DES PRODUITS INDUSTRIELS

Matière première (HORS T.V.A)

Matières Consommables

Frais de Fabrication

= PRIX DE REVIENT

Marge industrielle (11,11 %) quelque soit le produit ***

PRIX DE VENTE HORS TAXES

+ (Taxes locales (T.U.C, I.A.S etc...)

= PRIX AU CONSOMMATEUR

Pour déterminer le prix exact des produits importés deux éléments fondamentaux doivent être pris en compte; la détermination de la valeur de la marchandise (CAF ou administrative) et son taux de marque en vue de la détermination de la marge commerciale.

* La T.C.R taxe de Coopération Régionale entraîne la suppression automatique du droit de douane, de la taxe à l'importation et de l'O.S.P

** Il s'agit d'une marge brute

*** Il s'agit d'une marge nette.

II LA DEMANDE

2.1 LA DEMANDE EN FONCTION DU REVENU

Il s'agit d'étudier les variations des quantités achetées par un consommateur lorsque le revenu de celui-ci augmente.

C'est pour répondre à cette préoccupation que ENGEL (Statisticien Prussien) a classé et étudié les dépenses des consommateurs en trois grandes catégories :

- dépenses alimentaires
- dépenses de logement et d'habillement
- dépenses de loisir, de santé, de transport.

L'étude statistique a porté sur un échantillon de ménages disposant de revenus différents, les observations se référant à une même période. Les conclusions de l'étude ont été que lorsque le revenu augmente,

- la part des dépenses alimentaires diminue au sein des dépenses totales.
- la part consacrée aux dépenses de logement et d'habillement reste constante,
- la part des dépenses de loisirs, de santé, et de transport augmente

2.1.1 L'ELASTICITE DE LA DEMANDE PAR RAPPORT AU REVENU

L'élasticité de la demande par rapport au revenu est le rapport entre la variation de la demande exprimée en valeur relative et la variation de revenu également exprimée en valeur relative qui en est à l'origine. L'élasticité de la demande du bien x par rapport au revenu R est

$$e = \frac{dx/x}{dR/R}$$

Si $e = 1,42$, cela signifie que lorsque le revenu augmente de 1 % la demande du bien x augmente de 1,42 %

$0 < e < 1$	demande inélastique
$e = 1$	élasticité constante
$e > 1$	demande élastique

Ainsi :

- les dépenses alimentaires sont inélastiques par rapport au revenu
- les dépenses de logement et d'habillement varient dans la même proportion que le revenu.
- les dépenses de loisirs, de santé, de transport sont très sensibles à une augmentation de revenu.

2.2 LA DEMANDE EN FONCTION DU PRIX

Dans la plupart des cas la courbe de la demande individuelle est décroissante. Les quantités demandées varient en sens inverse des prix. C'est ce que l'on appelle la loi de la demande.

L'effet total du changement du prix d'un bien sur la quantité demandée de ce bien se traduit, dans le cas d'une augmentation de prix du bien, par une diminution de la quantité demandée du bien.

Cet effet se décompose en effet de substitution et effet de Revenu.

2.2.1 L'EFFET DE SUBSTITUTION

Il résulte d'une hausse du prix du bien X et implique une substitution du bien Y au bien X. - Exemple : Vin et Bière

L'effet de substitution s'opère toujours dans le sens opposé à la variation du prix .

2.2.2 L'EFFET DE REVENU

Une augmentation du prix entraîne une baisse du revenu réel.

Le changement de la quantité du bien X demandé résultant exclusivement du changement de revenu réel traduit l'effet de Revenu.

La loi générale est que la demande est une fonction décroissante du prix.

- L'unique exception à cet énoncé est le "PARADOXE de GIFFEN" qui veut que la demande soit une fonction croissante du prix.

L'exemple classique est le cas des Pommes de terre en Irlande au XIX s quand le prix des pommes de terre augmente, leur demande augmente.

2.2.3 L'ELASTICITE DE LA DEMANDE PAR RAPPORT AU PRIX

A) ELASTICITE DIRECTE

L'élasticité de la demande par rapport au prix est le rapport entre la variation relative de la quantité demandée et la variation relative du prix qui en est la cause.

C'est donc la mesure de la sensibilité de réaction des quantités demandées à une variation de prix.

Une élasticité de -2 signifierait par exemple qu'une hausse de prix de 1 % entraîne une baisse de la quantité demandée de 2.

$$e = \frac{dx / x}{dp_x / P_x} = \frac{dx/dp_x}{x / P_x}$$

B) ELASTICITE CROISEE

L'élasticité croisée de la demande du bien Y par rapport au prix du bien X est le rapport entre la variation relative de la quantité demandée du bien Y et la variation relative du prix du bien X qui en est l'origine.

Une élasticité de - 2 signifie que lorsque le prix de X augmente de 1 %, la quantité demandée du bien Y diminue de 2 %.

2.3 ESTIMATION DE LA DEMANDE

La demande représente la quantité totale d'un produit achetée par le consommateur ou l'utilisateur à un prix donné. Le volume de la demande dépend de plusieurs variables : concurrence, effets de substitution, élasticité par rapport au revenu et par rapport au prix etc.. L'évaluation de la demande est donc plus complexe qu'on ne l'imagine et une analyse erronée de sa structure peut provoquer du côté des entreprises des problèmes de sur-capacité ou de sous-capacité par rapport aux besoins réels du marché.

Le but d'une analyse de marché est de déterminer la demande effective courante dont l'estimation repose sur les chiffres de la consommation réelle enregistrée pendant la période considérée.

Il faut cependant préciser que pour la plupart des produits les données de la consommation effective sont difficiles à obtenir.

Pour contourner ces difficultés on peut déterminer la consommation apparente qui, pour un produit donné au cours d'une période donnée est obtenue par la formule $C_o = P + (I - E) + (S_D - S_F)$

où P = production

I - E = solde balance commerciale

$S_D - S_F$ = solde de stocks du produit

Il convient d'avoir à l'esprit que dans certains cas les importations ne reflètent pas toujours la demande globale parce que soumises à des restrictions : contingentement, problèmes de devises et tarifs douaniers...

Pour saisir la demande à satisfaire par un projet déterminé, on partira des consommations globales et de leur évolution..

Les facteurs déterminant la demande future varient en fonction du type de produit et de son utilisation finale. (biens de consommation durable ou non durables, biens intermédiaires, biens de production, biens à usage unique ou multiple...)

la demande de certains produits en particulier des biens de consommation est parfois directement liée à des indicateurs économiques généraux tels que :

- le volume de la population et sa structure.
- le niveau des revenus, leur croissance et leur répartition

- Le degré d'urbanisation...

La demande sur le marché n'étant pas homogène, il est nécessaire de diviser le marché en sous-marchés ou de le segmenter.

Les consommateurs diffèrent en revenus, éducation classe sociale, âge sexe, culture, religion etc...

Chacune de ces différences peut avoir un influence décisive sur la capacité ou la volonté des consommateurs d'acheter un produit.

La ventilation du marché en segments permet à l'entreprise de bâtir sa stratégie sur les segments les plus rentables.

La planification du produit devrait être guidée par une analyse attentive des segments du marché.

2.4 STRUCTURE DE LA DEMANDE

2.4.1 CATEGORIES DE CONSOMMATEURS

- demandeurs privés : les consommateurs individuels peuvent être appréhendés selon les critères :
 - . géographique (localisation)
 - . socio-démographique (population urbaine ou rurale)
 - . économique (catégorie de revenus)
- L'Etat comme demandeur :
 - . organismes étatiques : sociétés de construction de logements économiques, hôpitaux, et dispensaires, l'Armée, la police, l'administration en général.
- l'entreprise : demande d'emballage, de produits semi-finis ou autres consommations intermédiaires.

2.4.2 ANALYSE DES TENDANCES DE LA DEMANDE

- Analyse et explication des chiffres d'importation et de fabrication locale en interdépendance avec le comportement du demandeur.
- Explication de l'augmentation, de la stagnation ou de la baisse des ventes.
- Corrélation avec d'autres données économiques et sociales par exemple :
- Accroissement de la population au plan national, régional, urbain.
- Evolution du produit intérieur brut, du revenu per capita des mesures étatiques telles que la modification des taux des impôts, taxes, subventions...; protection de la fabrication locale par contingentement ou droits de douanes élevés, réglementation des prix...
- Augmentation du pouvoir d'achat par augmentation des salaires de l'administration et des salaires dans le secteur privé.
- Effets inflationnistes etc...

2.4.3 MARCHES D'EXPORTATION

Si l'exportation est envisagée, ce chapitre doit traiter des points suivants :

- . Présentation du pays, situation géographique, distances moyennes pour le transport. Données économiques, PIB, PIB per capita, nombre d'habitants etc...
- . Analyse du commerce extérieur de ces pays
- . Fabrication nationale dans ces pays
- . Analyse du comportement de la demande dans le passé, etc...

III SOURCES D'INFORMATION

Il existe deux principales sources pour obtenir les données de marché

- Etude de documentation
- Enquêtes spécifiques

3.1 ETUDE DE DOCUMENTATION

3.1.1 STATISTIQUES

- . Statistiques officielles
(douanes et autres ministères ou organismes centralisant des statistiques). Au mali, ça sera la direction de la douane, et la direction de la statistique.
- . Statistiques d'origine syndicale et notamment les syndicats professionnels
- . Statistiques tenues par des entreprises.

3.1.2 RESULTATS D'ENQUETES

- . Enquêtes industrielles:
Information sur le nombre d'entreprises, biens produits, quantité, prix, localisation capacité etc...
- . Etudes et enquêtes faites par les instituts de recherche : budgets familiaux.

L'idée de base ~~des~~ enquêtes de budgets est de rechercher comment les familles distribuent leurs revenus entre les différents types de dépenses. Pour que les informations soient significatives, il faut que la population de l'échantillon soit une reproduction miniaturisée mais exacte de celle qu'elle est sensée représenter : l'élimination d'une seule composante de l'échantillon enlèverait toute valeur aux renseignements recueillis.

Les chiffres obtenus permettent d'étudier la répartition des dépenses des ménages entre les différents biens et services (alimentation, logement, habillement, transport etc...) en fonction du niveau de revenu des ménages. Ces enquêtes sont utiles pour l'étude des biens de consommation.

3.2 LES ENQUETES SPECIFIQUES

Elles permettent soit de connaître des faits matériels (consommation) soit connaître des opinions (qualités ou défauts d'un produit : motivations pour son achat)

La valeur des renseignements recueillis dépendra largement de la représentativité de l'échantillon choisi et de la qualité du questionnaire et de l'enquêteur.

Pour une enquête sur la clientèle d'un produit, il faut :

- 1) choisir l'unité statistique

exemple : l'individu pour la cigarette (consommation individuelle)

Ménage ou foyer pour le riz ou la voiture (consommation familiale)

2) Choisir le champ de l'enquête

! PRODUIT	! UNITE STATISTIQUE	! CHAMP DE L'ENQUETE	!
! Rasoir	! Individu	! Homme de plus de 15 ans	!
! Chemises ou Pagne	! Individu	! Homme ou femme de plus de 15 ans	!
! Riz	! Foyer ménage	! Tous les ménages	!
! Balai	! -//-	! -//-	!
! Réfrigérateur	! -//-	! -//-	!

c) Ayant précisé qui est concerné par l'enquête, il faut ensuite définir les informations que l'on cherche à recueillir.

Qui consomme (utilise, achète) Quoi ?

! UNITES STATISTIQUES	! CRITERES	!
! Individu et Foyer	! Régions, communes ,	!
! Individu	! Sexe	!
	! Age	!
	! Catégorie socio-professionnelle	!
	! Niveau d'instruction	!
! Foyer	! Nombre de personnes par sexe	!
	! Catégorie professionnelle du chef de ménage	!
	! Age du chef de ménage	!
	! Revenus	!
	! Indicateur d'équipement	!

Quant aux produits ils peuvent être caractérisés par :

! des caractéristiques techniques	! Yaourts, nature, sucré, fruité	!
	! Réfrigérateurs/capacité	!
! Des conditionnements	! Lessives en paquets, sachets, Barils	!
! Des marques	! X, Y, Z	!
!	!	!

L'enquête de marché permet de dire que telles catégories de gens, achètent, utilisent ou consomment telles ou telles variétés du produit étudié .

. Combien achète le consommateur

Répartition des consommateurs en gros, moyens, petits consommateurs

Quantification des parts du marché entre les variétés de produits

(caractéristiques techniques, conditionnements et marques)

Pourquoi ?

- Motivation d'achat, de consommation/utilisation
- Type d'utilisation
- Les lieux, moment et circonstances de consommation.

3.3 METHODES D'ENQUETES

Deux types classiques,

A) Pour les Etudes Qualitatives : entretien individuel et réunion de groupe.

B) Pour les Etudes Quantitatives :

— L'enquête spécifique ; But : réunir les informations nécessaires à l'étude de marché concernée. C'est le cas le plus usuel de sondage mené à partir d'un échantillon national représentatif de l'ensemble retenu : les adultes de plus de quinze ans, ménagères, femmes qui travaillent etc...

— Le panel du consommateur :

c'est un échantillon permanent et représentatif qui est interrogé périodiquement : il procède d'un double besoin.

. d'abord celui d'obtenir des informations quantitatives précises sur les achats, les consommations,

. le deuxième besoin est celui de suivre l'évolution des marchés dans le temps.

Le panel de consommateur le plus usuel a pour unité statistique le ménage ou foyer, pour champ, l'ensemble des ménages ordinaires et pour agent plus actif la ménagère.

IV METHODES DE PREVISION DE LA DEMANDE

4.1 GENERALITES

Le thème central de la prévision est l'hypothèse selon laquelle on peut trouver un certain comportement, une certaine loi, dans ce qui s'est passé auparavant. Cette loi peut prendre deux formes. Elle peut, tout d'abord être détectable par simple examen des valeurs historiques des grandeurs à prévoir. Le second type de loi dont on admet souvent l'existence est une forme de relation entre deux ou plusieurs variables. Dans ce cas les données historiques relatives à une seule variable ne contiennent pas toutes les informations sur la loi sous-jacente. Il devient nécessaire d'avoir des données sur plusieurs variables, pour pouvoir identifier la relation entre ces variables.

Les quatre types de lois considérées habituellement sont : loi horizontale, loi de tendance, loi saisonnière, loi cyclique.

- la loi horizontale correspond au cas où les données ne présentent aucune tendance. Lorsqu'apparaît une telle loi, on qualifie généralement la série de stationnaire : c'est à dire qu'elle ne tend systématiquement ni à croître, ni à décroître.

Le type de situation qui généralement présente une loi horizontale comprendrait des produits aux ventes stables, le nombre de pièces défectueuses dans un processus de fabrication et peut-être sur une période assez courte, le pourcentage des ventes d'une entreprise correspondant à chaque catégorie de produits. Le facteur temps est en général important lorsqu'on considère les lois horizontales, car des lois présentant une tendance significative sur plusieurs années pourraient être regardées comme horizontales pour les besoins d'une prévision à court terme.

- Une loi saisonnière existe quand une série fluctue selon certains facteurs saisonniers. Les "saisons" peuvent être des mois, ou se confondre avec les quatre saisons annuelles, mais rien ne s'oppose à ce qu'elles soient les jours de la semaine ou du mois.

Parmi les éléments qui suivent typiquement des lois saisonnières, on peut citer la vente des boissons non alcoolisées, du fuel domestique, et autres articles liés au temps qu'il fait ; les rentrées d'argent dans une compagnie de distribution d'énergie, qui peuvent dépendre du rythme d'envoi des factures et de la périodicité locale de la paye ; les ventes de voitures neuves éventuellement liées à la cadence d'introduction des modifications de modèles et même à la tradition. Les chiffres d'affaires engendrés par la vente de jouets en fin d'année.

- Une loi cyclique est analogue à une loi saisonnière, mais la longueur d'un cycle est généralement supérieur à un an.
- On dit qu'il existe une tendance ou " trend " lorsqu'on observe une croissance ou une décroissance générale de la variable avec le temps. Les ventes de nombreuses entreprises, le produit national brut, la valeur des actions et quantité d'autres indicateurs de l'économie et des affaires suivent une tendance dans leurs variations avec le temps.

L'hypothèse fondamentale impliquée par une technique quelconque est que la valeur réelle observée sera déterminée par une loi d'une part, et par l'intervention du hasard d'autre part. On peut écrire algébriquement :

$$\text{réel} = \text{loi} + \text{hasard}$$

Comme l'incertitude est contenue dans n'importe quelle variable incontrôlable le terme aléatoire est toujours présent. Ceci veut dire que même lorsqu'on a identifié la loi exacte sous-jacente aux données, il y a encore un écart entre les valeurs prévues et les valeurs réellement observées. Un but commun à l'application de toutes les techniques de prévision est de minimiser ces écarts. Pour ce faire, on définit d'abord l'erreur de prévision, différence entre la valeur réelle et la valeur prédite, qu'on peut écrire.

$$E_i = S_i - X_i$$

Après ces précisions sur la portée et les limites des techniques de prévision nous examinerons dans les développements qui suivent quelques unes des méthodes auxquelles on peut faire appel.

La méthode de régression, de loin la plus utilisée et d'usage assez commode, ne sera pas traitée dans le cadre de cet exposé parcequ'elle sera développée par un autre animateur à la suite de mon intervention.

4.2 EXPOSE DE QUELQUES TECHNIQUES

4.2.1 LES COEFFICIENTS TECHNIQUES

Cette méthode s'applique à la prévision de la demande future des biens intermédiaires.

Coefficient technique ou technologie = $\frac{\text{Consommations intermédiaires}}{\text{Production de la Branche}}$

Exemple : soit un tableau d'échanges inter-industriels dans lequel on lit que l'industrie métallurgique doit consommer 5 unités monétaires de produits pour produire 100 unités monétaires de sa propre production. L'utilisation du coefficient technique qui est ici de 5 % nous permet de dire qu'un projet prévoyant la production des produits métallurgiques pour un montant de 64 Millions d'unités monétaires exigera une consommation intermédiaire en produits chimique de $64 \times 5 \% = 3,20$ M. Ce calcul conduit à une évaluation de la demande engendrée par un projet dans différentes branches. La Limite de la méthode est que les coefficients techniques ne sont pas toujours constants dans le temps.

Il faut alors se garder d'appliquer la méthode de manière rigide.

4.2.2 ELASTICITES (P.M)

A la suite de l'exposé sur la demande où le concept d'élasticité a été expliqué, il est recommandé aux séminaristes de se reporter à l'annexe VI P.255 du " Manuel de préparation des études de faisabilité industrielle " Cette partie donne une application de l'élasticité en tant qu'instrument de prévision de la demande.

4.2.3 METHODE DE LA TENDANCE $Y = a + bT$

la variable faisant l'objet de la prévision est la variable dépendante du modèle qui sera expliquée par le facteur temps représentant la variable indépendante.

Le calcul de la tendance est une forme simple de calcul de régression avec le temps comme variable indépendante $Y = a + bt$

Lorsque les intervalles de temps sont égaux à l'unité la détermination de a et b peut être simplifiée en substituant $(i - \frac{n+1}{2})$ à T et en basant ainsi le calcul de la tendance sur le moyenne $\frac{2}{2}$ des intervalles.

Puisque $\sum (i - \frac{n+1}{2}) = 0$

On obtient $a = \frac{1}{n} \sum Y_i$

$$b = \frac{\sum Y_i (i - \frac{n+1}{2})}{\sum (i - \frac{n+1}{2})^2}$$

En remplaçant T par $(i - \frac{n+1}{2})$ la formule s'écrit :

$$Y = a + b \frac{(i - \frac{n+1}{2})}{2}$$

On obtient les prévisions en donnant différentes valeurs à i

Ti	Yi	$(i - \frac{n+1}{2})$	Yi $(i - \frac{n+1}{2})$	$(i - \frac{n+1}{2})^2$
1	42,8	-4	-171,2	16
2	45,8	-3	-137,4	9
3	61,4	-2	-122,8	4
4	69,4	-1	-69,4	1
5	66,7	0	0	0
6	66,1	1	66,1	1
7	94,6	2	189,2	4
8	112,6	3	337,8	9
9	120,8	4	483,2	16
Σ	680,2		575,5	60

$$a = \frac{680,2}{9} = 75,6$$

$$b = \frac{575,5}{60} = 9,6$$

$$Y = 75,6 + 9,6 (t - 5)$$

CONCLUSION

Une étude de marché bien menée doit pouvoir au niveau de la faisabilité du projet fournir les éléments pour expliquer et étayer les points suivants :

Localisation :

- origine de la matière première
- segmentation de la demande (détermination du marché cible)

Coûts des Investissements

- Fonction de la capacité installée
- Incidence de la politique commerciale sur le calcul du fonds de roulement.

Taille du marché et prévision de la demande

En tant que facteurs déterminant le programme et la capacité de production;

Compte d'exploitation Cash-Flow

prix et volume de production

De la qualité de ces différents éléments dépendra le degré de sensibilité du projet ; d'où l'importance de cette phase dans le processus d'élaboration et d'évaluation du projet.

LISTE DE CONTROLE

ANNEXE I

Bien que le corps du rapport puisse avoir une structure différente d'un cas à l'autre il comprendra généralement les points suivants :

METHODES DE RECHERCHE

Méthodes utilisées pour la réalisation de l'étude : justification

- . Définition du cadre de l'échantillonnage
- . Choix de l'échantillon
- . Méthode d'enquête utilisée
- . Ampleur de l'enquête
- . Méthodes d'élaboration statistique

CONTEXTE GENERAL

- . Données socio-économiques
- . Données géographiques, climat
- . Environnement industriel
- . Situation politique
- . Caractéristiques sociales et culturelles
- . Lois et règlements

DESCRIPTION DU MARCHÉ

- . Importance du marché
- . Tendances du marché et Prévisions
- . Structure et segmentation du marché
- . Circuits de commercialisation et méthodes de distribution
- . Firmes ou produits concurrents, leurs parts de marché et leurs caractéristiques
- . Résultats des tests d'acceptabilité
- . Coûts, habitudes et comportements des consommateurs
- . Prix et politique des prix
- . Effort de publicité et de promotion

CONCLUSION ET RECOMMANDATION

- . Utilité ou inutilité de la publicité et de la promotion
- . Circuits de distribution
- . Niveau des prix
- . Meilleure manière de lutter contre la concurrence.

BIBLIOGRAPHIE SOMMAIRE

ANNEXE II

- FORUM DU COMMERCE INTERNATIONAL C.C.I. CNUCED/GATT
 - Janvier - Mars 1979 Volume XV N°1
 - Juillet - Septembre 1980 Volume XVI N°3
 - Octobre - Décembre 1980 Volume XVI N° 4
 - Janvier - Mars 1981 Volume XVII N° 1
- C.M.C.E - INFORMATIONS N° 0026 du 01 Avril 1981
- MANUAL ON ECONOMIC DEVELOPMENT PROJECTS
 - United Nations NEW - YORK 1958
- Manuel d'analyse de projets industriels dans les pays en voie de développement
Méthodologie et Etudes de cas (O.C.D.E)
- Manuel de préparation des études de faisabilité industrielle (O.N.U.D.I.)

- Guide pratique d'analyse de projets
 - E. Bridier et S. Michailoff (ECONOMICA)
- Choix et Valeur des méthodes de prévision
 - Steven C. WHEELWRIGHT, Spyros MAKRIDAKIS
 - Collection INSEAD Management. Les éditions d'organisation Paris
- Le sondage, l'outil du Marketing
 - Jacques Antoine, DUNOD
- Méthodes Statistiques (T 1 et II)
 - B. GRAIS DUNOD
- Analyse micro-économique par Robert GOFFIN
 - Mémentos DALLOZ

