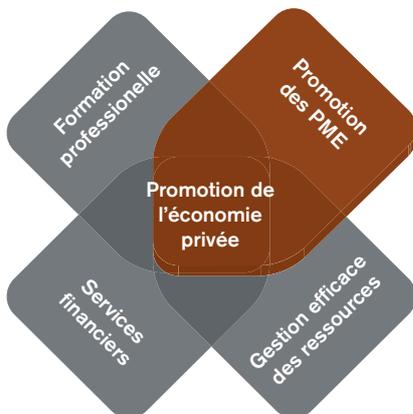


A man with dark hair, wearing a dark t-shirt and blue jeans, is kneeling on the floor of a workshop. He is focused on working on a vertical metal frame. The workshop is cluttered with various tools, materials, and equipment. In the background, there are shelves with boxes and framed pictures on the wall. A large, semi-transparent world map is overlaid on the top half of the image. The Swisscontact logo is visible in the upper right corner.

swisscontact

Promotion des PME

Croissance durable et inclusive



Swisscontact stimule le développement économique, social et écologique en aidant les populations à s'intégrer avec succès dans la vie économique locale. Nous leur offrons ainsi la possibilité d'améliorer leurs conditions de vie par eux-mêmes.

Un secteur privé capable d'évoluer constitue le ferment d'une croissance économique durable. Avec ses projets, Swisscontact encourage la mise en place de structures d'économie de marché efficaces et la création de conditions-cadres appropriées en vue d'améliorer la compétitivité des entreprises locales. Les groupes de population participants sont intégrés de manière productive dans le circuit économique, ce qui leur permet d'accéder à l'emploi et d'obtenir des revenus.

Nous nous concentrons sur quatre domaines clés de la promotion de l'économie privée :

- **Formation professionnelle** : facilite l'accès au marché du travail et crée les conditions nécessaires à l'acquisition d'un emploi et d'un revenu.
- **Promotion des PME** : soutient des entreprises locales et renforce leur compétitivité.
- **Services financiers** : donne l'accès à des services financiers locaux, tels que crédits et produits d'épargne, de leasing ou d'assurance.

- **Gestion efficace des ressources** : favorise une utilisation efficace des ressources par des méthodes de production performantes en termes d'énergie et de matériel, ainsi que par des mesures de maintien de la qualité de l'air et de gestion durable des déchets.

En tant qu'organisation d'experts, Swisscontact réalise des projets de haute qualité sur le terrain. Elle prouve l'économicité et l'efficacité de ses prestations par une mesure d'impact reproductible et transparente. Des contrôles internes et externes récurrents garantissent un développement continu et durable des expertises, des compétences et du savoir axé sur la pratique.

Swisscontact est une fondation indépendante créée en 1959 par des personnalités du monde économique et scientifique suisse. Elle oeuvre exclusivement dans le domaine de la coopération internationale au développement et réalise des projets propres ou sur mandat depuis 1961. Swisscontact est proche du secteur privé depuis sa création. Swisscontact compte environ 900 collaborateurs dans 29 pays différents. Le siège de la fondation se trouve à Zurich.

Table de matières



<i>4</i>	Petites entreprises : facteur clé dans la réduction de la pauvreté, moteur de l'économie	<i>15</i>	Systèmes de marchés compétitifs, inclusifs et résilients pour de meilleurs moyens de production
<i>6</i>	Renforcer la compétitivité des PME : une perspective systémique et dynamique	<i>16</i>	Marchés inclusifs
<i>8</i>	L'expérience de Swisscontact dans la promotion des PME	<i>20</i>	Développement de la chaîne de valeur
<i>9</i>	Le secteur informel	<i>24</i>	Développement économique local et régional
<i>10</i>	Approches méthodologiques vers la promotion des PME	<i>28</i>	Promotion de l'entrepreneuriat
<i>12</i>	Niveaux d'intervention	<i>31</i>	Senior Expert Corps
<i>13</i>	Autonomisation économique des femmes	<i>32</i>	Projets
<i>14</i>	L'innovation comme vecteur de la compétitivité	<i>38</i>	Tous ensemble, une bonne action

Petites entreprises :

Facteur clé dans la réduction de la pauvreté, moteur de l'économie



Marchandes, Mali

Près de deux milliards et demi de personnes vivent avec moins de deux dollars par jour. Pourtant, malgré la croissance globale dans le monde économique, l'inégalité des revenus a augmenté dans la plupart des pays en développement. Selon l'International Finance Corporation (IFC), jusqu'à 600 millions de nouveaux emplois devront être créés d'ici 2020 pour mettre fin à cette tendance. Dans la plupart des cas, ce sera dans le secteur privé, qui, dans le monde en développement, emploie environ 90% de la population active.

Les petites entreprises constituent la plus grande partie du secteur privé et sont essentielles à la croissance et au développement inclusifs. Elles fournissent des emplois et des revenus en particulier pour les segments défavorisés de la population. Une croissance inclusive rend effectifs les efforts de réduction de la pauvreté en créant des opportunités économiques porteuses pour les couches pauvres et vulnérables de la société.

Cependant, le rôle essentiel de la petite entreprise va au-delà de la réduction de la pauvreté et d'une meilleure répartition des revenus. Les Petites et Moyennes Entreprises (PME) contribuent également au développement régional et à la gouvernance économique. Grâce à une réponse flexible aux exigences du marché, la petite entreprise ajoute à la stabilité sociale et économique et est un élément clé de la compétitivité de toute l'économie.

Un secteur de la petite entreprise à base élargie et dynamique dépend des structures économiques et d'un environnement favorable et propice, permettant aux initiatives entrepreneuriales et aux innovations de prospérer. Tel est l'objectif de notre travail dans le domaine de la promotion des PME.

Nos projets appuient l'entrepreneuriat directement en facilitant l'accès des petites entreprises aux intrants adéquats, services et marchés. Nous favorisons la création de cadres institutionnels fiables et propices en réponse à une compréhension approfondie des principales conditions qui créent les insuffisances du marché. Par la promotion de nouveaux modèles de marché, de nouveaux circuits de commercialisation et de nouvelles pratiques, nous développons des opportunités pour les couches défavorisées de la population. Le secteur de la petite entreprise comprend une large gamme de micro-, petites et moyennes entreprises, y compris les petits propriétaires agricoles qui s'adonnent au commerce de leurs produits, les fournisseurs de services et les fabricants. Le travail de Swisscontact dans le domaine de la promotion des PME aborde le manque d'opportunités économiques dans les zones urbaines et rurales. Une attention particulière est accordée aux petits exploitants agricoles par la transmission d'un savoir-faire agricole et entrepreneurial et le renforcement de leur position dans les différentes chaînes de valeur.

Renforcer la compétitivité des PME

Une perspective systémique et dynamique



Business development, Macédoine

Bien que les pays industrialisés aient introduit des politiques visant à soutenir les petites entreprises dès les années 40, il a fallu attendre plusieurs décennies plus tard pour que la promotion des PME devienne un objectif explicite de la coopération internationale dans le développement économique.

Un climat favorable aux affaires ne suffit pas à créer de petites entreprises compétitives. Cela est devenu clair surtout que les structures de production basées sur des activités à faible valeur ajoutée n'avaient pas significativement changé en dépit d'un climat d'investissement global amélioré dans de nombreux pays. Une approche plus pratique est-elle ainsi devenue impérative quand on a compris que l'approche «Traitement Unique pour Tous» n'a pas déclenché l'effet de tache d'huile vers le bas tant attendu. En fait, le secteur de la petite entreprise joue un rôle clé dans les pays en développement car il est très diversifié et représente plus de 90% de toutes les entreprises du secteur privé.

Relever le défi de rehaussement de la compétitivité de la petite entreprise implique donc une approche différenciée fondée sur une analyse des structures commerciales existantes. Les entreprises ne fonctionnent pas en vase clos. Pour réussir, les entreprises ont besoin d'apports adéquats, de fournisseurs flexibles et fiables, des conseillers compétents, des réseaux de distribution efficaces, des clients fidèles et des partenariats stratégiques avec les secteurs privé et public. Ces réseaux et systèmes spécifiques dans lesquels évoluent les entreprises doivent être compris et renforcés dans leur ensemble.

Les entreprises font face à des pressions croissantes pour adapter leurs produits et services aux exigences en constante évolution de leurs clients et de leur environnement. Le succès du marché ne peut plus être fondé sur les avantages comparatifs statiques comme les faibles coûts de production et l'accès aux matières premières bon marché. Une entreprise compétitive doit pouvoir adapter en permanence ses stratégies aux nouvelles réalités du marché. Voilà pourquoi les soi-disant «soft skills», tels que la gestion des connaissances, la capacité d'innovation, l'adoption de la technologie, l'organisation de l'entreprise et la gestion des ressources humaines sont de plus en plus cruciaux et ont connu un intérêt grandissant. Swisscontact soutient donc la compétitivité des petites entreprises en augmentant la capacité de l'entreprise à innover et à fonctionner dans les réseaux.

L'expérience de Swisscontact dans la promotion des PME

A la fin des années 70, après plusieurs années de promotion des compétences des programmes de développement à travers le monde, Swisscontact est arrivé à la conclusion que de nombreux diplômés de l'enseignement professionnel ont initié leur propre entreprise. Beaucoup ont exprimé le besoin d'avoir un capital financier et des compétences spécifiques de gestion d'entreprise. Il est devenu de plus en plus clair que la formation qualifiée ne garantit pas un revenu suffisant pour tout le monde. Pour Swisscontact, le moment était venu de se lancer dans un nouveau défi.

En 1981, Swisscontact a lancé son premier projet de promotion de la petite entreprise au Costa Rica. Dans la première phase, les petites entreprises ont été rassemblées pour organiser la représentation des groupes, les pools d'investissement afin d'élargir les compétences de gestion d'entreprise. Des efforts particuliers pour soutenir les associations d'entreprises dans le développement de conseil et de services financiers se sont avérés insoutenables à la fois d'un point de vue professionnel qu'économique. Par conséquent, dans les années 90, Swisscontact a soutenu des consultants de petites entreprises pour garantir la disponibilité constante des services professionnels dans les économies locales, créant ainsi une nouvelle branche d'activité, «Services de Développement des Affaires» (SDA), adaptée à des besoins et capacités non-financiers spécifiques aux petites entreprises. Au début du nouveau millénaire, la notion de SDA en tant que «marché propre» a émergé comme la première étape dans le sens d'une approche plus holistique de la promotion des PME.

Il fut bientôt reconnu que, en même temps que le BDS, l'accès aux intrants et aux marchés commerciaux, aux canaux d'informations et à un environnement favorable ou à la coopération verticale le long des chaînes de valeur sont également des facteurs d'une importance cruciale pour la compétitivité. Cela a conduit à la conclusion que seule une sélection rigoureuse des initiatives d'intervention, basées sur une analyse approfondie du marché, conduit à

l'inclusion durable et de grande envergure des groupes défavorisés. Au cours des dernières années, Swisscontact a progressivement appliqué et professionnalisé l'application de ces principes dans ses projets de promotion des PME.

Depuis, Swisscontact a été activement impliqué dans le développement d'une approche systémique du développement du marché (initialement dénommé M4P, Making Markets Work for the Poor – Rendre les Marchés Viables pour les Pauvres).

L'expérience et les adaptations innovantes ont contribué à façonner et à enrichir l'approche, en complétant des principes de bonnes pratiques internationalement reconnues. L'approche Marchés inclusifs guide efficacement les organisations dans différents domaines du développement économique, local et régional, y compris le développement (global) de la chaîne de valeur. Les outils et normes de suivi et de mesure des résultats de Swisscontact mettent ensemble les normes reconnues à l'échelle internationale, en particulier les outils et normes du Comité des Donateurs pour le Développement de l'Entreprise (DCED).



Le secteur informel

Une des caractéristiques des pays en développement est l'existence d'un important secteur informel. Ce secteur est composé de nombreuses petites et micro-entreprises dont le but principal est de garantir un revenu minimal pour leurs propriétaires et leurs familles. La plupart de ces entreprises opèrent dans les secteurs de services commerciaux ou de production de biens simples pour les besoins de base dans les marchés locaux. Elles sont caractérisées par un très faible niveau de technologie ainsi que par un capital financier et humain limité, des structures organisationnelles faibles (dans lesquelles les propriétaires sont généralement la main-d'œuvre), et par une faible productivité et des services à faible valeur ajoutée. Par conséquent, leur potentiel de croissance économique est limité.

Le secteur informel, quant à lui, est facile d'accès, donnant ainsi la chance à beaucoup de chômeurs de gagner un revenu. En outre, la plupart de ces entreprises utilisent des technologies à haute intensité de main-d'œuvre et peuvent réagir de manière flexible aux crises économiques. De ce fait, elles font une importante contribution aux moyens de subsistance des pauvres. Le degré d'informalité dans les petites entreprises est souvent inversement proportionnel à leur taille. Beaucoup de personnes auto-employées ou indépendantes, de petites entreprises familiales opérant dans l'économie de subsistance sont négligées par les autorités et souvent ne sont pas du tout enregistrées.

La stratégie de Swisscontact est de renforcer les entreprises du secteur informel qui présentent un minimum de capacité d'accumulation et d'absorption de compétences, ainsi que l'initiative entrepreneuriale nécessaire pour libérer leur plein potentiel et être intégrées dans l'économie formelle. Cela facilitera leur accès aux ressources financières, aux services, au savoir-faire et aux circuits commerciaux de l'entreprise. Au fur et à mesure de leur évolution, les grandes entreprises commencent progressivement à se conformer aux lois relatives à la protection de l'environnement et/ou à la sécurité industrielle, à verser des contributions de sécurité sociale pour leurs employés, et à payer leurs impôts. Dans le même temps, Swisscontact soutient les réformes juridiques et réglementaires conçues pour répondre à des goulets d'étranglement particuliers, et simplifier les réglementations qui empêchent ces entreprises de devenir un démembrement de l'économie formelle.



Apiculture, Nicaragua et Honduras

Approches méthodologiques de la promotion des PME

Le renforcement de la compétitivité des petites entreprises dans un pays en développement implique d'abord et avant tout une compréhension plus approfondie des principes fondamentaux et défis inhérents à chaque secteur économique, une compréhension du fonctionnement des marchés et des rôles et des motivations de tous les acteurs impliqués.

Partant de cette analyse, Swisscontact utilise des stratégies de développement spécifiques qui visent à rendre les systèmes des marchés plus inclusifs pour les couches défavorisées de la population, tout en tenant compte des préoccupations sociales, environnementales et du genre. Ces stratégies de développement sont de nature systémique et globale, mais dans le même temps elles visent à cibler, identifier les contraintes et les opportunités.

Swisscontact applique un certain nombre d'approches méthodologiques dans son travail, adaptées aux objectifs des projets et aux conditions locales, par exemple, pour maximiser l'impact, l'ampleur et la durabilité des interventions. L'approche des marchés inclusifs vise à introduire des changements fondamentaux dans les mécanismes du marché, stimuler le changement et l'innovation. Ceci afin de veiller à ce que les marchés fonctionnent plus efficacement pour autant de nombreuses petites entreprises que possible.

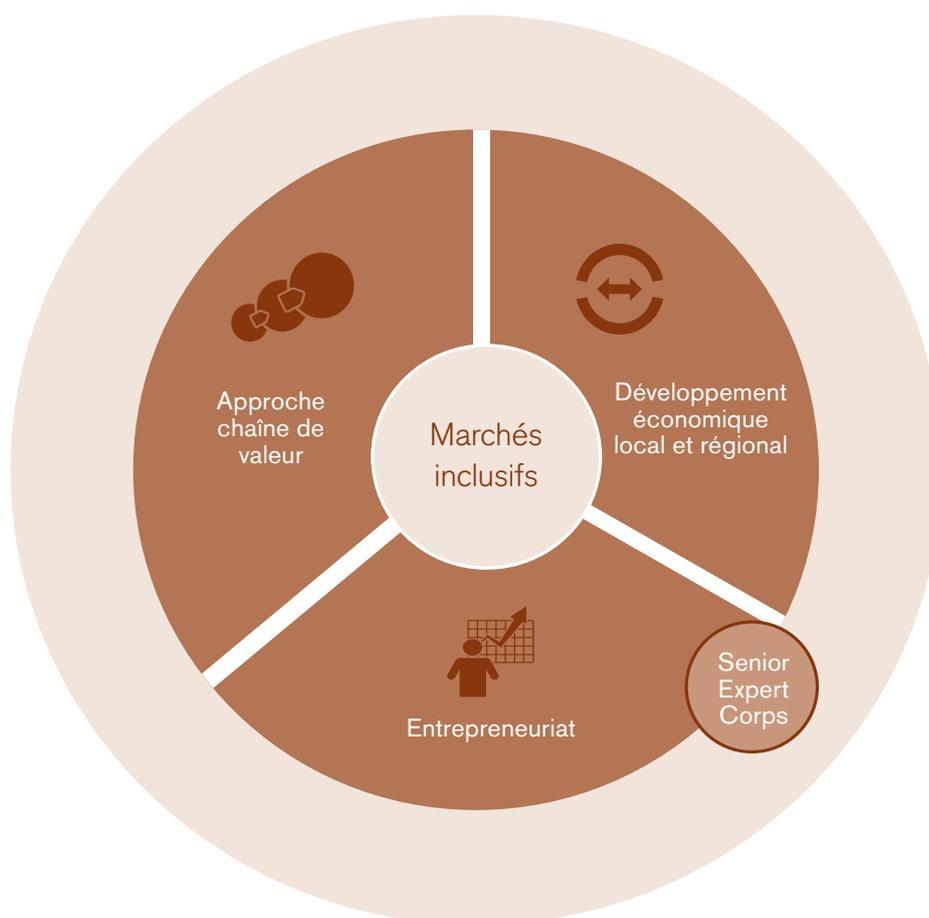
Par conséquent, les secteurs et les chaînes de valeur avec un potentiel de croissance pour les personnes défavorisées sont identifiés et des stratégies réalisables développées pour faciliter les changements à travers les acteurs du marché sur la base d'une analyse approfondie des contraintes. Swisscontact a été à la pointe du développement de l'approche du marché inclusif, qui est internationalement connu sous l'acronyme de M4P (Making Markets Work for the Poor).

L'approche chaîne de valeur se focalise exclusivement sur certains secteurs ou sous-secteurs ayant notamment un potentiel de croissance. L'approche analyse les différentes étapes impliquées dans une entreprise - à partir de l'extraction ou la transformation des matières premières jusqu'à la fabrication de produits finis et leur livraison aux consommateurs. L'approche identifie en outre les goulets d'étranglement et leur apporte une solution basée sur une compréhension approfondie des objectifs et des possibilités des différentes parties concernées.

Dans d'autres cas, l'isolement géographique peut être la principale préoccupation de l'intervention. Ces projets nécessitent une approche qui prenne le potentiel spécifique de développement local comme point de départ. Par conséquent, les projets de développement économique local et régional engagent les principaux acteurs publics et privés dans la zone d'influence pour aboutir à une définition des secteurs prioritaires, des interventions nécessaires et la répartition des tâches.

En revanche, dans le cadre de projets d'entrepreneuriat, les phases délicates de la création et de croissance des petites entreprises sont prises en charge par des interventions structurelles dans le domaine du renforcement des capacités, l'accès à des solutions financières et au coaching. Toutes ces approches sont, dans certains cas, complétées par un soutien spécifique aux sélectionnés et aux petites entreprises individuelles. Ce soutien peut être assuré par le Senior Expert Corps (SEC) de Swisscontact.

Les activités de Swisscontact dans le domaine de la promotion des PME



Pour chacune de ces approches, Swisscontact a développé des processus et des outils qui permettent l'analyse, la conception et le suivi des interventions. Dans la pratique, les différentes approches sont souvent combinées. Par exemple, un projet de marchés inclusifs s'intéresse à une zone géographique spécifique, nécessitant une approche de développement économique régional ou local et des analyses sectorielles ou de la chaîne de valeur. Souvent, les stratégies mises en œuvre se chevauchent avec celles d'autres domaines d'intervention de Swisscontact, tels que le développement des compétences, les services financiers et l'efficacité des ressources.

La promotion des marchés inclusifs est un moyen de diversifier les choix et opportunités des pauvres et autres exclus, qu'ils soient producteurs, consommateurs ou salariés. Les marchés inclusifs créent ainsi des emplois et offrent des biens et services dont les pauvres sont en mesure d'y avoir accès.

Niveaux d'intervention

Selon le contexte, Swisscontact combine les actions issues de différents domaines d'activité pour promouvoir la compétitivité des petites entreprises. L'approche est toujours mise en place de façon à maximiser le nombre de bénéficiaires sur une base durable.

Domaines	Activités
La promotion de l'initiative entrepreneuriale et le renforcement des compétences	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Favoriser une culture entrepreneuriale ; ▪ Identifier les secteurs d'activité potentiellement attrayants ; ▪ Offrir la formation à l'entrepreneuriat ; ▪ Promouvoir l'accès au capital-risque et aux services financiers ; ▪ Soutenir les efforts vers l'autonomisation ; ▪ Promouvoir des réseaux d'affaires et des programmes de coaching ; ▪ Fournir la formation et la gestion des entreprises ; ▪ Fournir la formation et conseil dans les domaines techniques ; ▪ Développer le savoir-faire et le transfert de technologies ; ▪ Promouvoir l'innovation ; ▪ Assurer le conseil individuel dans des domaines clés par des professionnels expérimentés (SEC).
Création et accès aux intrants adéquats et aux marchés de services	<ul style="list-style-type: none"> ▪ L'accès à des services adéquats de vulgarisation, d'information, de connaissances et de développement des affaires ; ▪ L'accès à des services financiers adéquats ; ▪ L'accès à l'information relative au marché grâce à des outils d'information ; ▪ Promotion des organisations qui facilitent l'interaction avec le marché, la coordination, l'élaboration des contrats et le respect des dispositions qu'ils contiennent ; ▪ L'accès aux nouvelles technologies de l'information et de la communication (TIC).
Le développement des réseaux et groupements d'entreprises	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Renforcement des organisations commerciales et de coopératives ; ▪ Promotion des liens horizontaux entre entreprises similaires ; ▪ Promotion de la coopération aux niveaux régional et local ; ▪ Promotion de groupements et de réseaux pour créer et diffuser les meilleures pratiques ; ▪ Création de plates-formes d'innovation qui favorisent les liens commerciaux et le transfert de technologies ; ▪ Développement des forces et des avantages liés aux groupements.
Promotion de l'accès et meilleur positionnement sur les marchés	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Développement de produits et services nouveaux ou améliorés ; ▪ Introduction de l'assurance-qualité et de systèmes de traçabilité ; ▪ Mise aux normes et introduction de systèmes de certification internationaux ; ▪ Amélioration de positionnement dans les circuits d'approvisionnement et les activités spécifiques de promotion des exportations ; ▪ Meilleures techniques de marketing et de relations publiques.
Amélioration de l'environnement propice aux affaires	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Élaboration de recommandations concernant la refonte des cadres réglementaires par des méthodes d'évaluation d'impacts de la réglementation ; ▪ Suggestions pour réduire la bureaucratie et autres contraintes de l'entreprise, la promotion d'un guichet unique de services pour l'enregistrement des entreprises ; ▪ Recommandations pour introduire ou améliorer les activités de promotion sectorielle ; ▪ Renforcement des systèmes régionaux ou nationaux de l'innovation ; ▪ Mise en place des plateformes de dialogue secteur public / secteur privé.

Autonomisation économique des femmes

Investir dans l'autonomisation économique des femmes ouvre la voie rêvée vers l'égalité des sexes, l'éradication de la pauvreté et la croissance économique inclusive.

C'est une cause de préoccupation constante que dans de nombreuses sociétés, les femmes soient socialement, politiquement et économiquement moins bien loties que les hommes. Pourtant, les études ont montré une corrélation entre l'autonomisation des femmes dans la société et le développement de cette société. Des études indiquent que

parce que les femmes ont en priorité la responsabilité du bien-être de leur famille, elles sont enclines à utiliser plus intelligemment et plus parcimonieusement les ressources disponibles.

Il est par conséquent logique que la promotion de l'égalité des sexes et l'autonomisation économique des femmes contribue sensiblement à la réduction de la pauvreté, la croissance économique et le développement social.

Dans cette optique, Swisscontact s'engage dans diverses initiatives pour soutenir les femmes dans leurs efforts pour construire leurs propres destins et mener des vies indépendantes. Grâce à l'autonomisation, elles sont encouragées à représenter et défendre leurs propres intérêts, prendre des décisions indépendantes et participer plus activement à la vie politique, aux actions économiques et sociales. Ces efforts ne concernent pas seulement les femmes, mais visent à sensibiliser la société dans son ensemble parce que la marginalisation est souvent profondément enracinée dans les traditions sociales. Libérer et renforcer le potentiel des individus et augmenter leur pouvoir de prise de décisions est au cœur de cette stratégie. L'accès des femmes aux droits et aux ressources économiques, jumelé à une éducation adéquate et des services sociaux, joue un rôle essentiel dans la réduction de la pauvreté.

Par conséquent, les stratégies de Swisscontact, les projets et interventions visent à autonomiser les femmes économiquement et faciliter le changement en alignant les intérêts entre les sexes d'avec les intérêts économiques. Les questions liées au genre sont intégrées tout au long du cycle de vie du projet. Le résultat net de ces initiatives a contribué à l'amélioration des revenus, l'accès à l'information, et aux intrants de qualité qui en découlent pour les femmes d'affaires. Les programmes de micro-finance ont démontré que les femmes non seulement font d'excellentes propriétaires de petites entreprises dans les différents secteurs, mais aussi des clientes fiables des banques.



Production de bananes, Pérou

L'innovation comme vecteur de la compétitivité

La connaissance et l'innovation sont des conditions essentielles pour le développement économique et sont également les premiers vecteurs du changement structurel régional et national. La compétitivité des petites entreprises dépend aujourd'hui de plus en plus de leur capacité à différencier leur offre de la concurrence, adopter de nouvelles technologies, et adapter les produits, les structures organisationnelles et les processus de production à l'environnement économique sans cesse changeant. En outre, l'innovation dans les grandes entreprises ou dans les services publics peut être un puissant moteur de développement inclusif en ouvrant de nouvelles possibilités d'affaires pour les petites entreprises et les petits agriculteurs.

Une innovation peut être définie comme une invention qui s'est imposée d'elle-même avec succès dans le marché. Les innovations de petites entreprises impliquent rarement l'invention de produits radicalement nouveaux. Leurs efforts sont axés principalement sur les petites adaptations, des services adaptés aux besoins spécifiques du client ou l'utilisation de nouvelles technologies telles que l'Internet ou les applications mobiles. Les innovations sont aussi un ingrédient clé pour le développement agricole.

Elles permettent aux agriculteurs d'accroître leur productivité et la qualité de leurs produits, d'améliorer la conformité avec les normes internationales ou l'efficacité de leurs mécanismes de coopération avec les circuits de commercialisation. Les petites entreprises peuvent également bénéficier des innovations dans les pratiques d'achat ou services des grandes entreprises et du secteur public. Swisscontact, avec des partenaires stratégiques du secteur privé ou public, par conséquent, identifie et teste des idées potentielles d'affaires pour augmenter leur portée sur le marché tout en offrant de nouvelles opportunités porteuses pour les petites entreprises. L'évolution rapide de la conjoncture économique stimule la compétitivité, la croissance inclusive et le succès commercial à long terme, mais exige des personnes

dûment formées, de nouveaux procédés et entreprises flexibles comme préalable essentiel à l'innovation. Le développement des ressources humaines, des organisations et des compétences est égal en valeur aux progrès technologiques. Leur interaction fait que le travail et l'apprentissage s'imbriquent pour devenir un seul processus, en aidant à favoriser l'employabilité et la création d'emplois. Un accent grandissant est mis sur la création et la promotion de réseaux d'innovation pour la compétitivité de l'entreprise.

Swisscontact favorise le changement technologique et facilite l'interaction dynamique de tous les acteurs impliqués dans le processus d'innovation, à savoir les grandes entreprises, les petites entreprises, les institutions de recherche, les sphères de la recherche et de la politique de l'innovation ainsi que les consommateurs. Nous nous efforçons de créer les conditions qui favoriseront le renforcement des capacités et de l'innovation réussie grâce à la création du réseau, et la collaboration des petites entreprises avec les institutions publiques, les clients et les fournisseurs. Ces processus d'apprentissage interactifs et collectifs deviennent le creuset de nouvelles idées, de coopération efficace, de processus structurants, de produits innovants et de croissance économique inclusive.



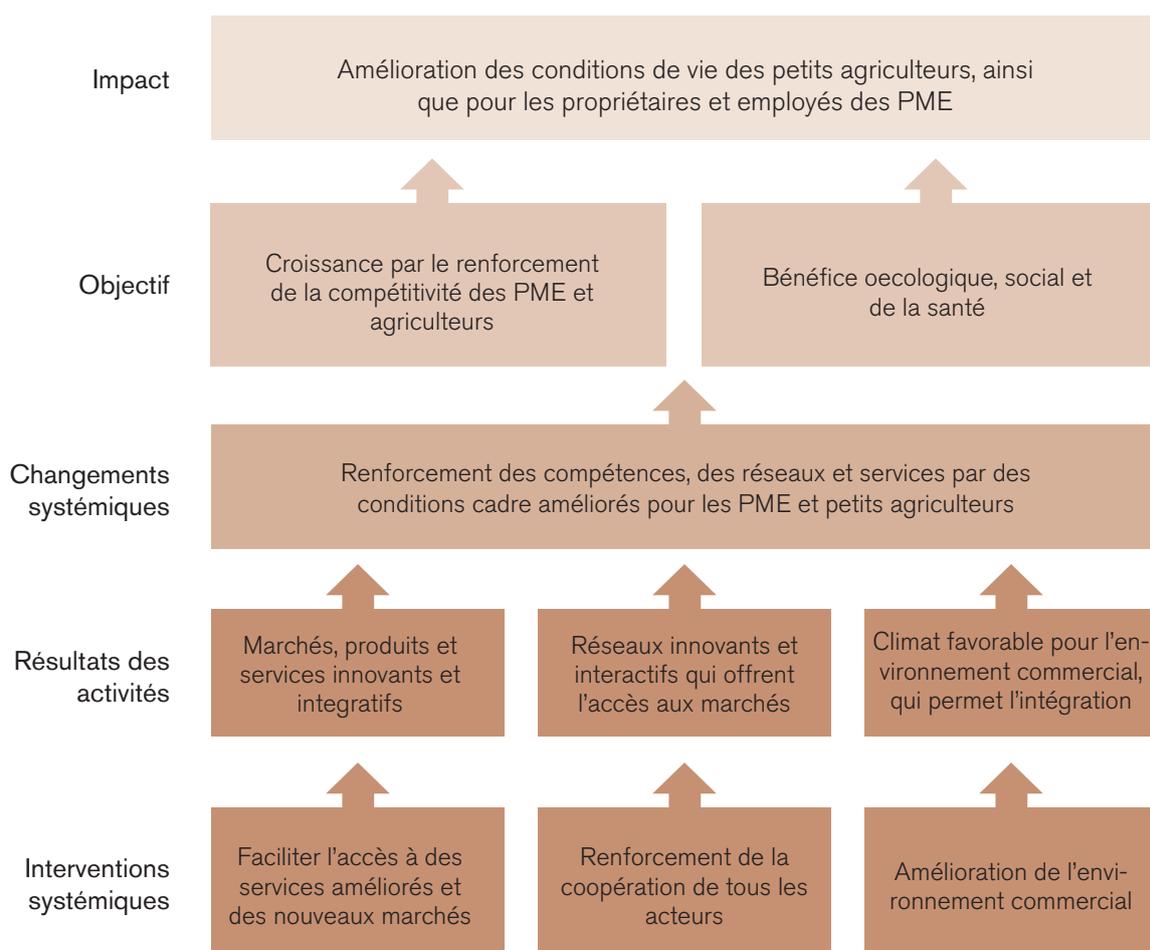
Solution web pour les relations publiques, Kosovo

Des systèmes de marché

Compétitifs, inclusifs et résilients pour de meilleurs moyens de production

L'accès à des services, intrants et aux marchés améliorés, la coopération efficace avec les parties prenantes (ainsi qu'entre les groupes cibles) et un environnement des affaires plus propice contribuent à une meilleure compétitivité des petites entreprises

et des petits agriculteurs. Lorsque ces facteurs sont modelés de manière à permettre une croissance inclusive, alors les moyens de subsistance d'un grand nombre de ménages marginalisés peuvent être améliorés sous l'angle de la durabilité.



Marchés inclusifs

L'approche du système de développement des marchés de Swisscontact, dénommée marchés inclusifs, vise à répondre aux contraintes et opportunités sous-jacentes des systèmes de marché. Son but est de rendre les fonctions saillantes des marchés plus efficaces, et en particulier, plus bénéfiques pour les personnes défavorisées.

L'approche des marchés inclusifs aborde les contraintes et opportunités du marché d'une manière systémique. L'accent est ici mis sur une analyse approfondie des acteurs du marché (privé et public), leurs fonctions, les règles formelles et informelles, ainsi que leur interaction (c'est-à-dire les relations inter-acteurs). Ceci fournit une meilleure compréhension de la façon dont le marché fonctionne pour les pauvres et décline les interventions nécessaires pour faciliter leur intégration. Les interventions sont axées à la fois sur l'offre et la demande d'un secteur donné. Les opportunités sont alors créées pour les personnes défavorisées afin qu'elles soient en mesure de générer plus de revenu et, finalement, améliorer leurs moyens de subsistance.

Swisscontact cherche à jouer un rôle de facilitateur pour éviter de se poser en acteur du marché. L'accent est mis sur l'identification des opportunités entre les différents acteurs du système qui rendent le fonctionnement de marché plus efficace pour tous les acteurs. Les interventions doivent donc être sensibles aux conditions locales. En se concentrant sur une compréhension détaillée des systèmes entiers plutôt que sur les individus, cette approche vise

le «regroupement» des autres joueurs, facilitant ainsi un changement durable à grande échelle dans les marchés ciblés. Toutefois, cette vision systémique des marchés ne se limite pas aux marchés commerciaux; elle peut également être appliquée à d'autres systèmes traditionnellement observés surtout dans le domaine du secteur public (notamment les systèmes d'éducation et de santé, par exemple).

En utilisant l'approche des marchés inclusifs, Swisscontact analyse les causes sous-jacentes, en l'occurrence pourquoi les acteurs du marché ne s'adonnent pas à des pratiques commerciales qui assurent la rentabilité d'une part, et aux avantages pour les pauvres en termes d'augmentation des revenus, de l'emploi et de meilleur choix pour les consommateurs et de meilleures normes, d'autre part.

Swisscontact a aiguisé son expérience dans la promotion des marchés inclusifs, conçu et mis en œuvre une série d'actions internes qui informent et responsabilisent son contingent d'agents à mettre cette approche en pratique.



Microirrigation, Mozambique

Exemple de projet

Rendre les marchés viables pour les îles alluviales au Bangladesh

Le Bangladesh est un pays densément peuplé avec plus de 160 millions de personnes, dont environ 30% vivent en dessous du seuil national de pauvreté. Le pays possède des régions qui sont considérées comme des «poches de pauvreté». Ce sont les Chars: îles formées par l'érosion et l'envasement des cours d'eau. Les Chars sont habités par environ deux millions de personnes, qui ont été privées d'opportunités économiques - et dans de nombreux cas, des infrastructures de base - en raison de leur éloignement et de leur vulnérabilité.

Cependant, les Chars possèdent également un potentiel pour un certain nombre de secteurs économiques. Un exemple est l'élevage de bétail, viable en raison de terres disponibles pour le pâturage et, un peu ironiquement, hors d'atteinte des sources de maladies. La nature alluviale des sols fournit également des terres fertiles pour une gamme diversifiée de cultures et de fourrages pour le bétail. Ces cultures sont une source potentielle de revenus pour

les ménages qui louent des parcelles de terrain et pourraient également contribuer à la demande de la main-d'œuvre agricole.

Le changement plus large que le projet poursuit est que les acteurs du marché (public et privé) se rendent compte de ce potentiel et adoptent des modèles pour accélérer la croissance économique sur les Chars.

Basé sur des évaluations sur le terrain, le projet a sélectionné des secteurs de production spécifiques (y compris les piments, le maïs et le jute) avec le potentiel de profit des agriculteurs pauvres sur les Chars. Il a analysé les contraintes qui affectent ces secteurs et les interventions destinées à les aborder d'une manière durable. Le projet a ensuite collaboré avec des entreprises d'intrants agricoles, les commerçants et les transformateurs locaux, ainsi que les agences gouvernementales concernées. L'objectif était d'améliorer l'approvisionnement en intrants



Petits agriculteurs sur les îles fluviales, Bangladesh



de qualité, développer des liens avec les marchés, et de mener des recherches qui aboutiraient à la promotion de pratiques agricoles idoines sur les Chars. Il a également facilité la formation de groupements d'agriculteurs pour créer une plate-forme pour l'amélioration des transactions et des relations d'affaires avec les acteurs du marché.

L'étape suivante consiste à améliorer les services financiers et de transport pour permettre la poursuite de l'activité économique. Les principaux défis consistent à changer les attitudes des acteurs du secteur privé et public sur le potentiel réel des Chars ainsi que dans le développement de modèles d'affaires durables avec les bonnes incitations bénéfiques aux ménages pauvres des Chars. Les interventions du projet ont bénéficié à plus de 40000 ménages vivant sur les Chars par l'accès à des produits et des services améliorés. Cela a conduit à une augmentation à la fois de la productivité et de la qualité des produits. Les agriculteurs ont également bénéficié de l'achat en gros et la vente de leurs

produits, ce qui a réduit les coûts de transaction avec les acteurs du marché.

D'une part, les acteurs du secteur public et privé manifestent un intérêt accru dans l'amélioration de leur entreprise sur les Chars, tandis que d'autre part, les ménages de producteurs Chars se rendent compte simultanément de leur potentiel et sont plus motivés à améliorer leurs pratiques pour répondre à la demande du marché.

Projet: "Making Markets Work" pour les Chars de Jamuna, Padma et Teesta (M4C)
Bailleur Principal: DDC
Budget: CHF 8 millions
Durée: 2011-2016
Principaux Partenaires: Sociétés d'intrants agricoles, commerçants locaux, agences gouvernementales, organisations paysannes
Cible du Projet: 60 000 ménages vivant sur les Chars



Développement de la chaîne de valeur

Le développement de la chaîne de valeur permet aux petits agriculteurs et aux entrepreneurs de saisir et utiliser le marché et les opportunités d'affaires afin d'augmenter leurs revenus et créer des emplois.

Dans les pays en développement, de nombreux agriculteurs et les petites entreprises opérant dans les marchés locaux sont confrontés à l'augmentation de la concurrence, voyant leurs produits exclus du marché par des importations moins chères. Souvent, leur modèle d'affaires est basé sur l'extraction ou la transformation des matières premières, par exemple les cultures commerciales ou les fruits séchés ou la fabrication de produits intermédiaires. Ces produits peuvent constituer des entrées pour les chaînes de valeur nationales ou mondiales. Cependant, se positionner au sein de ces chaînes de valeur impose des exigences strictes aux producteurs en termes de spécification du produit, de qualité, de volume et de livraison en temps opportun, d'une part.

D'autre part, ce modèle ouvre des possibilités sur des marchés de niche et permet de capitaliser sur les avantages de la concurrence locale au niveau national ou international.

Le développement des chaînes de valeur appuie les petites entreprises, en particulier les organisations d'agriculteurs qui s'établissent comme des fournisseurs dans les chaînes de valeur nationales et mondiales. Les interventions suivent une analyse holistique des chaînes de valeur dans les régions offrant le plus grand potentiel pour l'autonomisation économique des pauvres. Swisscontact travaille avec des partenaires pour développer des mécanismes durables qui aident à surmonter les goulets d'étranglement qui entravent les groupes cibles de consolider leur entreprise et rehausser leur revenu. Les interventions typiques incluent la formation et l'assistance techniques visant à améliorer les méthodes de production (souvent répondant aux normes et certifications internationales), l'administration des affaires, la gestion de la qualité et les relations avec

la clientèle. Swisscontact vise à renforcer la compétitivité des groupes cibles de façon systémique, en mettant souvent l'accent sur des activités pour améliorer les conditions-cadres.

L'objectif est de préparer les groupes cibles à répondre aux besoins spécifiques et à être capables de gérer la dynamique des marchés internationaux. Une des principales préoccupations est d'augmenter la valeur créée localement et d'améliorer le positionnement des petites entreprises au sein de leurs chaînes de valeur. Ceci est un défi, compte tenu de nombreuses chaînes de valeur dominées par de grandes multinationales qui établissent et régissent les lois et tendances du marché. Ces entreprises dictent également la production attendue et les prix applicables à leurs fournisseurs essentiellement fragmentés. Cela se produit non seulement dans des branches industrielles ayant de gros capitaux ou une technologie avancée, mais aussi dans les chaînes de valeur des produits agricoles, les textiles et l'électronique, où les marques commerciales ou le «contrôle sur les canaux de commercialisation» est primordial. La meilleure façon d'améliorer la situation des groupes cibles au sein des chaînes de valeur est par la différenciation des produits et services et par la qualité des remises à niveau. Cette «unicité» augmente la compétitivité des producteurs et laisse la place à la négociation de meilleures conditions. Cela peut également ouvrir la possibilité de fournir directement les clients internationaux, en sautant ainsi les intermédiaires tout en augmentant les marges de profit des organisations paysannes et des producteurs. Le pouvoir de négociation accru peut également être atteint grâce à la coopération horizontale entre les petites entreprises, leur permettant d'offrir de plus grands volumes et des délais de livraison courts.

Agriculture et sécurité alimentaire durables:

L'intégration des petits agriculteurs dans les chaînes de valeur est une préoccupation majeure dans toutes les actions de Swisscontact. L'objectif principal des projets dans le secteur agricole est d'accroître l'accès au marché et renforcer la compétitivité globale des régions rurales. Pour de nombreux agriculteurs, la production des cultures de rente (c.-à-d, produits agricoles générateurs de revenus, non utilisés pour la consommation propre, comme le cacao, le café, les bananes ou le coton) présente des opportunités ainsi que des défis importants. Les monocultures sont vulnérables aux maladies et

sont écologiquement insoutenables. En outre, les matières premières (à savoir les produits standardisés dont les origines ne sont pas pertinentes pour les acheteurs) représentent un risque considérable en raison des fortes fluctuations internationales des prix. Dans ses programmes de la chaîne de valeur, Swisscontact favorise donc la production de produits différenciés dans des contextes agricoles intégrés, et soutient les agriculteurs à planter des cultures pour leurs propres besoins afin d'accroître leur sécurité alimentaire.



Formation des petits agriculteurs en Indonésie

Exemple de projet

Du cacao supérieur au chocolat du gourmet

La Colombie souffre de la flambée des taux de pauvreté. Le pays a l'une des pires distributions de revenu dans le monde et fait face au sous-développement majeur dans de nombreuses zones rurales. Cependant, le pays possède également d'excellentes conditions agro-écologiques et des matériaux génétiques pour la production du cacao fin de haute qualité en saveur (FFC). Malgré cela, la plupart des 30 000 agriculteurs producteurs de cacao dans le pays ont traditionnellement vendu un produit de mauvaise qualité à des commerçants locaux à des prix dérisoires. Pire encore, les faibles rendements ont gravement compromis l'attractivité économique de l'entreprise de cacao, poussant les agriculteurs à remplacer leur culture par les monocultures de palmiers à huile ou même des cultures illicites. Les producteurs de cacao colombiens n'ont manifestement pas été en mesure de profiter des opportunités offertes par un marché en croissance.

Swisscontact a identifié un grand potentiel en Colombie pour l'exportation de la production FFC si les bonnes pratiques agricoles sont adoptées par les agriculteurs, la manutention post-récolte est améliorée et les marchés porteurs sont ciblés. Grâce à ce projet, Swisscontact a facilité l'accès aux intrants de qualité, assuré la formation à travers les écoles de démonstration en agriculture, introduit des modèles personnalisés d'assistance technique et développé des procédures de fermentation et de séchage adéquates dans les points de la centrale d'achats et d'approvisionnement.

Ensemble avec le Gouvernement, une série d'activités de promotion ont permis aux agriculteurs d'en apprendre davantage sur les exigences de l'industrie internationale du chocolat et des possibilités qu'elle offre, et à la Colombie de vite se positionner comme éventuel pays d'origine de la FFC de qualité.

Projet: Colombia Exporta Cacao Fino y de Aroma (COEXCA)
Bailleur Principal: SECO
Budget: CHF 2.7 millions
Durée: 2012-2015
Principaux Partenaires: Fabricants Suisses de chocolat, Proexport, organisations paysannes
Bénéficiaires Directs: 3000 familles productrices de cacao



Fermentation du cacao, Colombie



Séchage des fèves de cacao, Colombie

L'un des défis de base du projet est de changer la mentalité des agriculteurs qui ont traditionnellement travaillé en tant que collecteurs/cueilleurs de cacao, plutôt que des producteurs. Les agriculteurs ont besoin d'acquiescer une compréhension du gain potentiel au bout d'un investissement qu'ils font. Le rôle des associations d'agriculteurs est essentiel car elles peuvent fournir leurs membres en intrants et services indispensables, dans des conditions adéquates et sur une base durable. En outre, ces organisations peuvent jouer un rôle crucial en tant qu'intermédiaires dans la chaîne de valeur. Cependant, ceci implique une planification d'entreprise plus rigoureuse et des capacités correspondantes. Dans cette optique, Swisscontact a donc fourni au projet un appui important pour renforcer la base sociale et entrepreneuriale de ces organisations.

A la suite de ces interventions, le projet a obtenu le changement dans le fonctionnement de la chaîne de valeur de plusieurs façons qui bénéficient fortement aux agriculteurs. En seulement deux ans,

l'accès aux intrants, la formation et les services techniques (tous fournis par des associations d'agriculteurs) ont amélioré les pratiques de production et abouti à des augmentations de rendement de plus de 50%. Grâce à une gestion de qualité, la valeur de la production de cacao a également augmenté de manière significative. Les organisations d'agriculteurs ont commencé à acheter, sélectionner, traiter et vendre le cacao selon les exigences spécifiques des clients, et commercialiser des quantités conformes et à des prix attractifs. Pour pouvoir vendre le cacao d'origine contrôlée, ils ont introduit des systèmes de traçabilité et gérer de manière autonome la certification. Chaque association a commencé à négocier directement avec les consommateurs finaux. Certaines associations exportent maintenant directement aux chocolatiers de gastronomie. Plus de 50 organisations d'agriculteurs ont créé une association nationale qui représente leurs intérêts et soutient le processus de changement dans le secteur du cacao colombien vers une qualité de cacao de saveur fine reconnue et fiable.



Développement économique local et régional

L'objectif principal de l'approche du développement économique local et régional est l'élévation des niveaux économiques des communautés. Cette approche identifie une région géographique sous-développée et cherche à y promouvoir un potentiel à même d'être compétitif. Après avoir analysé les facteurs pertinents en jeu, l'approche engage les secteurs public et privé dans des initiatives de développement. Le résultat est une valeur ajoutée des produits locaux, une plus forte demande et une meilleure chaîne d'approvisionnement, en plus d'une augmentation de l'actif net et un meilleur potentiel de génération de revenu de la communauté régionale.

Swisscontact joue un rôle de facilitateur en identifiant les zones à fort potentiel économique et aux avantages géographiques, y compris les régions d'activités agricoles et industrielles avec des difficultés structurelles. En soutenant un environnement propice aux affaires et la promotion de la compétitivité des petits exploitants, des agriculteurs ou petites entreprises dans des régions sélectionnées, Swisscontact contribue à stimuler les possibilités d'emploi locales tout en améliorant la compétitivité économique régionale et l'intégration sociale.

La promotion de la croissance économique par une approche systémique contribue à la création de l'appropriation par les parties prenantes et favorise le développement inclusif. Les économies régionales en voie de développement sont souvent fragmentées et les opportunités d'affaires ne sont pas pleinement exploitées - tout simplement parce qu'elles ne sont pas visibles. Stimuler l'interaction entre les entreprises locales et régionales crée de nouvelles opportunités d'affaires et la communauté développe un sens sain de l'estime de soi.

Les caractéristiques d'une économie régionale émergent des interactions entre plusieurs acteurs,

y compris les entreprises, les représentants du gouvernement, des institutions telles que les universités et les ONG, et les industries spécifiques. Tous ces acteurs ont un impact significatif sur la compétitivité. En ligne avec sa mission de base, Swisscontact considère le but principal des projets à être la réduction de la pauvreté. Ceci est réalisé à travers le renforcement de la coopération public-privé, en mettant l'accent sur les avantages compétitifs et l'amélioration de l'environnement des affaires régionales - en substance, en permettant à plus d'entreprises de s'épanouir. Un des facteurs décisifs lors de la sélection d'une région est sa capacité à façonner un avantage compétitif. Swisscontact souligne la nécessité d'examiner le système économique dans son ensemble et de comprendre les interrelations, ainsi que les relations de cause à effet, entre les organisations, les politiques et les entreprises - aux niveaux régional et national. Cette approche holistique prend en compte les facteurs et systèmes qui influent sur l'esprit d'entreprise, la coopération, l'innovation et la concurrence. L'approche régionale de développement économique rassemble donc tous les acteurs publics et privés concernés pour concevoir et mettre en œuvre une stratégie de développement économique réussi.



Golf de Fonseca, Honduras

Exemple de projet

Développement économique régional du Golf de Fonseca

SurCompite est un projet de développement régional pour le golfe du Territoire de Fonseca au Honduras, Amérique Centrale. De grandes couches de la population restent exclues de l'économie de marché au Honduras en raison de la pauvreté, les insuffisances structurelles du système d'éducation, les politiques sociales inadéquates et un manque de possibilités d'emploi formel.

Le Honduras se classe 121ème sur 187 pays dans l'Indice de Développement Humain des Nations Unies. Selon les données du Gouvernement, les deux tiers des ménages honduriens vivent en dessous du seuil de pauvreté, avec 46,9% relevant de la définition par la Banque Mondiale de l'extrême pauvreté. La forme la plus grave de l'exclusion sociale est celle vécue par les populations rurales - dont l'agriculture de subsistance représente environ 70%. Le manque d'accès à la terre et aux services de base, la faible productivité agricole et un environnement vulnérable sont les principales causes profondes de la pauvreté.

Le projet contribuera à la réduction des disparités économiques à travers une approche de développement régional plus inclusive résultant en une augmentation de 15% dans le taux d'emploi et une croissance de 20% du bénéfice net. Environ 13 000 agriculteurs, producteurs additionnels de récoltes, et leurs familles (environ 65 000 personnes) seront directement touchés au cours des trois années et demie prévues de la durée du projet.

Les résultats attendus incluent le renforcement des capacités des institutions publiques et privées locales afin qu'elles soient en mesure de concevoir et de mettre en œuvre une vision articulée de développement durable. Mettre en œuvre des stratégies

locales de développement économique des municipalités et des organisations privées locales ainsi que leur capacité à créer un environnement d'affaires prospère et des stratégies de développement de la chaîne de valeur définies et mises en œuvre dans cinq secteurs (tourisme, cultures de base : maïs et haricots rouges, noix de cajou, crevettes et melons).

Le projet vise également à soutenir les petites entreprises à développer des produits compétitifs pour des marchés plus sophistiqués en améliorant leurs relations avec les exportateurs et les voyageurs. Les petites entreprises ont un meilleur accès aux services financiers à travers des alliances avec les banques et d'autres établissements de crédit. Un autre objectif est un centre régional d'information pour les aspects sociaux, économiques et environnementaux établi en collaboration avec les universités et les ministères. Enfin, le projet vise à influencer la politique publique nationale, à rendre les institutions publiques plus efficaces dans la répartition du budget et la prestation de services (tels que les contrôles de sécurité des aliments et des règlements, les permis d'affaires, les infrastructures).

Projet: Sur Compite
Principal Bailleur: IDB/MIF (26%), SDC (41%), AusAID (12%) et contribution locale (21%)

Budget: USD 6.6 millions

Durée: 2012-2015

Principaux Partenaires: Coopérative Chorotega

Bénéficiaires Directs: 13 000 fermiers et familles; bénéficiaires indirects: 65 000 individus



Agriculteur de noix de cajou, Honduras



Promotion de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est à l'origine du développement du secteur privé. Les individus innovants, preneurs de risques qui saisissent les opportunités d'affaires dans le but de faire un profit sont indispensables pour une croissance positive. Sans ces personnes, nos sociétés ne bénéficieraient pas de manière aussi complète du progrès technologique et de services sans cesse améliorés et des produits de qualité.

L'entrepreneuriat est donc un moteur important de la croissance économique. Mais l'entrepreneuriat ne porte pas seulement sur l'innovation, la recherche du gain, la réalisation de soi et la croissance économique. Dans les pays en développement en particulier, où les possibilités d'emploi sont insuffisantes, l'auto-emploi est pour beaucoup de gens la seule façon de gagner sa vie. Avoir conscience des possibilités, prendre des risques, et résolument avancer une idée ou invention sur le fonctionnement du marché sont des facteurs clés qui définissent l'esprit d'entreprise. Les entrepreneurs doivent survivre à plusieurs épreuves cruciales qui ouvrent la voie à une entreprise prospère et durable. Les étapes les plus importantes dans ce cheminement sont la conception initiale et le financement d'un plan d'affaires réaliste, la création d'une start-up, et la phase de croissance rapide de l'entreprise et sa capacité à résister à la concurrence et aux défis de la gestion.

Pour être en mesure de créer et développer des entreprises rentables au-delà de l'auto-emploi, les entrepreneurs ont besoin de conditions cadres. Celles-ci comprennent l'accès à un soutien financier et des ressources non-financières telles que l'information, le savoir-faire, un personnel bien préparé,

plus intrants et de services adéquats. En plus de favoriser une culture d'entreprise et promouvoir des environnements propices aux affaires, Swisscontact facilite l'accès aux services génériques de développement des affaires ainsi que le capital et le crédit de semences.

D'autres services importants de soutien qui rapprochent les entrepreneurs comprennent les pépinières d'entreprises, les forums scientifiques, les fonds du capital risque, les mécènes et les investisseurs. Un domaine d'intérêt particulier est le renforcement des compétences entrepreneuriales. Les compétences fondamentales en affaires sont inculquées aux jeunes dès qu'ils ont terminé des programmes d'éducation et de formation professionnelle et sont à la recherche de l'indépendance économique. Ce soutien peut également bénéficier aux individus ou familles. Ceci est particulièrement important pour les agriculteurs de subsistance qui, en dehors de la formation technique et l'accès aux services financiers, ont besoin de développer un esprit d'entreprise qui leur permette de changer et d'élargir le champ de leurs opérations à un niveau durable.



Entrepreneur, Ouganda

Exemple de projet

Des jeunes sans emploi s'affirment comme des petits entrepreneurs compétents

Les taux de pauvreté sont dramatiques tant en Ouganda qu'en Tanzanie, avec 31% et 33% des populations respectives vivant en dessous du seuil de pauvreté. Les jeunes représentent environ 60% de la population active totale dans les deux pays. Beaucoup manquent de compétences professionnelles, contribuant au taux de chômage élevé dans la région. Les systèmes éducatifs dans les deux pays ne parviennent pas à répondre au grand nombre d'abandons précoces dans l'enseignement primaire et secondaire, ce qui signifie l'existence d'une grande disparité entre le niveau d'éducation et les compétences requises sur le marché du travail. Les économies des deux pays sont dirigées par le secteur privé qui emploie plus de 70% de la population.

Les opportunités dans le secteur des petites entreprises exigent de plus en plus de compétences entrepreneuriales. En réponse au chômage des jeunes dans les deux pays, Swisscontact a identifié une intervention visant à développer les compétences et accroître l'accès aux services financiers. L'approche U-Learn (Apprends par toi-même) favorise le développement des compétences des jeunes en introduisant des compétences techniques et entrepreneuriales efficaces et nécessaires immédiatement dans les marchés tanzanien et ougandais. En outre, en renforçant la capacité des entrepreneurs existants et des acteurs de la communauté, le besoin de formation s'avère de plus en plus indispensable.

Swisscontact facilite l'accès aux compétences en utilisant le modèle de groupe d'apprentissage. Le modèle intègre la technique de formation professionnelle, de formation à l'entrepreneuriat et des compétences de vie, l'accès aux services financiers par le biais des canaux économiques non formels et des groupes de prêts, y compris les institutions financières. Le projet renforce la capacité des dirigeants locaux, des entrepreneurs et des personnes

ressources pour dispenser la formation, fournir un mentorat et intensifier les interventions. A la suite des interventions U-Learn, la vie des jeunes (y compris les jeunes mères) a connu une transformation. Ils deviennent des opérateurs économiques actifs par la création de nouvelles entreprises au sein de leurs communautés. Ils emploient plus et forment d'autres jeunes dans leur communautés, tout en soutenant leurs familles. Depuis 2011, 85% des jeunes formés par U-Learn sont maintenant économiquement actifs, avec 65% dans l'auto-emploi.

Projet: Learn, Earn and Save (U-Learn)/
Apprendre, Gagner sa Vie et Epargner
Bailleur Principal: The MasterCard
Foundation
Budget: USD 5.6 millions
Durée: 2011-2016
Principaux Partenaires: Université du
Minnesota, conseils locaux, Association
des Entrepreneurs Locaux
Bénéficiaires Directs: 3600 jeunes
vulnérables âgés de 16 à 25 ans.



Salon de coiffure, Ouganda

Senior Expert Corps

D'innombrables petites entreprises des pays en développement dépendent du développement et de l'appui durables des entreprises. Pour leur adaptation aux changements économiques et sociétaux (et les utiliser comme un levier de développement d'autres opportunités), des solutions rapides sont nécessaires. Malheureusement, ce niveau de soutien est plus coûteux que ce que les petites entreprises peuvent mobiliser. C'est à ce niveau que le Senior Expert Corps (SEC) de Swisscontact intervient.

Fondé en 1980, le SEC est un pool d'experts bénévoles exceptionnellement qualifiés et motivés qui fournissent un savoir-faire technique et organisationnel visant à accroître la compétitivité et la création d'emplois. La demande pour leurs services a connu une croissance rapide depuis sa création. A ce jour, le SEC a réalisé plus de 2500 missions dans 65 pays. Au cours de chaque mission, les experts

fournissent un soutien pratique et rapide sous forme de précieuses compétences, d'orientation et d'appui-conseil.

Les interventions du Senior Expert Corps durent généralement jusqu'à six semaines et sont adaptées aux besoins du client. L'objectif global demeure la croissance économique, atteinte d'une manière directe et non bureaucratique. Que ce soit dans la production, le développement, l'administration ou la gestion, les experts affectés au projet sont en mesure d'offrir leur soutien et leurs services d'appui-conseil complets et spécifiques en cas de besoin. Ils s'évertuent toujours de trouver et mettre en œuvre les solutions les plus pratiques.

En travaillant avec des partenaires locaux pour améliorer les compétences techniques et organisationnelles, le succès durable est, en fin de compte, atteint.



Senior Expert au Bénin

Projets

La mise en œuvre d'un projet de Swisscontact suit une approche définie dans un cadre spécifique, en l'occurrence dans les secteurs non-agricoles, les chaînes de valeur agricoles, les conflits et les contextes de crise, le développement après un conflit ou une catastrophe, et les secteurs urbains :

Secteurs non-agricoles ruraux	Zones d'intervention
Bolivie Réduction de la pauvreté à travers la promotion des PME 2014 – 2017	Promouvoir une formation et des services d'appui pratiques dans des centres offrant des cours, des ateliers et des conseils, couvrant principalement les aspects juridiques et de gestion des affaires tout en encourageant le contact avec d'autres parties prenantes dans les activités économiques via des forums (par exemple des foires commerciales), et soutenir les entreprises de marketing des produits de petites entreprises.
Bolivie Proseder 2010 – 2013	Promouvoir l'accès aux services financiers et non-financiers durables pour les petits producteurs ruraux (y compris de meilleurs systèmes d'information durables).
Burkina Faso Projet d'appui au développement communal 2008 – 2016	Appuyer la mise en place de mécanisme pour les municipalités en vue de renforcer leur développement économique local; créer un cadre propice à la création d'emplois pour les jeunes hommes et femmes n'ayant pas les compétences techniques et entrepreneuriales et les moyens financiers pour mettre en place une activité économique. Ce projet vise à appuyer les municipalités à concevoir et déployer des stratégies de développement local.
Indonésie Développement du tourisme dans des destinations choisies 2009 - 2018	Contribuer au développement économique à travers un tourisme durable, créer l'emploi et générer le revenu pour les populations locales, renforcer la compétitivité des destinations touristiques à travers l'appui à une Organisation de Développement et de Gestion des Destinations Touristiques (DMO), ainsi que la promotion extérieure de la visibilité et l'attractivité de ces destinations.
Indonésie Introduire le développement des marchés 2012 - 2014	Jeter les jalons des Marchés inclusifs en indonésie et poser une base solide pour les activités d'un tel projet afin que ces activités s'intègrent dans les différentes composantes du projet à tout moment.
Indonésie Appui technique au développement économique régional 2011 - 2015	Améliorer les conditions-cadre, les programmes sectoriels ainsi que la planification et la mise en œuvre des processus de développement économique régional. Le projet opère au niveau national aussi bien que dans les trois régions géographiques par le truchement de projets-pilotes.

Secteurs non-agricoles ruraux	Zones d'intervention
<p>Laos Promotion des particularités locales pour le secteur du tourisme 2010 - 2012</p> <p>Promotion de l'industrie du tourisme de Champasak 2013 - 2016</p>	<p>Promouvoir les produits locaux à l'intention du secteur de tourisme à travers le développement d'une approche de marché, initier une approche de gestion des destinations pour le Champasak, et promouvoir le renforcement de capacités des agences locales dans le développement des chaînes de valeur commerciales.</p>
<p>Pérou Destinos de Peru Le tourisme durable comme source de revenu 2005 - 2014</p> <p>Stimuler un tourisme durable 2005 - 2009</p> <p>GESTUR – Ancash (promotion de tourisme durable et création d'emplois le long du corridor touristique de la région d'Ancash) 2005 - 2014</p> <p>Tourism corredor Nazca-Cusco 2009 - 2013</p> <p>Gestur Puno, Première destination de tourisme durable du sud de Pérou 2007 - 2010</p>	<p>Générer l'emploi et des opportunités de revenu pour les petites entreprises locales et ainsi renforcer la position des régions comme pôles touristiques nationaux, promouvoir des améliorations substantielles des services touristiques, positionner les régions comme destinations touristiques, et créer de meilleures conditions de tourisme et d'investissement privé.</p> <p>Promouvoir l'institutionnalisation des Organisations de Gestions des Destinations Touristiques (DMO) en tant que structures de consolidation de la relation public-privé, concevoir et mettre en œuvre une stratégie de développement des marchés par l'offre de vente de produits uniques, l'attraction, les infrastructures ou activités disponibles dans ces destinations, consolider et coordonner les actions avec d'autres projets et ONG existants en vue de créer de nouvelles synergies.</p>
<p>Tunisie Organisation de gestion des destination 2014 - 2016</p>	<p>Promouvoir un tourisme durable dans une région périphérique et sous-équipée en infrastructures, fournir des opportunités d'emploi aux jeunes locaux et leur ouvrir de nouvelles sources alternatives de revenu, et la possibilité pour eux de continuer leurs études.</p>
<p>Ouganda, Tanzanie U-Learn 2013 - 2016</p>	<p>L'objectif global est de donner aux jeunes défavorisés l'opportunité de construire durablement les moyens de subsistance stables pour eux-mêmes et leurs familles. Le modèle intègre la formation technique, l'entrepreneuriat et les compétences pratiques tout en facilitant l'accès aux services financiers par l'épargne et auprès de groupement de crédit non-formels ainsi que les relations avec les institutions financières.</p>

Chaînes de valeur agricoles	Zones d'intervention
Bangladesh DBSM, ATC-P Katalyst 2008 - 2016	Contribuer à l'augmentation du revenu en rehaussant la compétitivité des paysans et de petites entreprises dans des secteurs ruraux clé, et toucher 2,3 million de fermiers et de petites entreprises, identifier et analyser les secteurs en utilisant une variété d'outils tels l'analyse de la chaîne de valeur, l'évaluation sectorielle, et faciliter des études environnementales.
Bangladesh "Making Markets Work" pour les Chars de Jamuna, Padma et Teesta 2011 - 2016	Aider à mettre en place des systèmes de commercialisation, former des groupements de producteurs, créer une plateforme pour permettre aux paysans d'établir des relations d'affaires avec les acteurs du secteur privé. Les femmes des régions Char acquièrent de meilleures connaissances sur les pratiques de production et de marketing, et ainsi améliorent leur rôle économique dans la production et la vente du maïs, du piment (chili) et des produits artisanaux.
Equateur/Pérou SME Promotion des PME dans les zones rurales 2013 - 2016	Le projet attaque le bas niveau de productivité des petits paysans producteurs de café, de cacao et de bananes. Ici, l'accent est mis sur le développement de la demande dans les sous-secteurs agricoles, l'appui à l'accès aux marchés pour les petits exploitants, et l'amélioration de la production et de la qualité pour que ces petits exploitants augmentent leur rendement et soient à même d'espérer des prix plus élevés.
Honduras/Nicaragua Promouvoir une croissance économique inclusive 2008 - 2014	Augmenter le revenu et l'emploi dans les zones rurales, contribuer à la durabilité des PME dans les chaînes de valeur agricoles, appuyer les institutions publiques et privées au niveau local et national afin d'atteindre une plus grande compétitivité des petites entreprises à travers le développement de l'économie et la chaîne de valeur locales.
Indonésie Programme de production durable du cacao 2012 - 2015	Promouvoir le développement de la chaîne de valeur du cacao indonésien, mettre l'accent sur une meilleure qualité, une meilleure production et une meilleure gestion post-récolte, élargir et réhabiliter les exploitations des petits fermiers de cacao, assurer la sécurité alimentaire et rendre les services financiers accessibles aux petits exploitants.
Indonésie Génération de revenu à travers une agriculture durable 2009 - 2011	Initier des stratégies modernes dans l'efficacité et la compétitivité du secteur du cacao tout en encourageant la diversification de production agricole, particulièrement dans la production des légumes.
Indonésie PEKA 2010 - 2012	Assistance technique dans l'analyse de la chaîne de valeur et la conception de l'intervention stratégique par l'identification des contraintes/opportunités majeures afin de renforcer la compétitivité du secteur du cacao. Le projet relatif au sous-secteur du cacao vise à améliorer la qualité, la production et la gestion post-récolte, et la réhabilitation des exploitations de petits planteurs de cacao, améliorer la sécurité alimentaire, et l'accès aux services financiers.

Chaînes de valeur agricoles	Zones d'intervention
Indonésie LED-NTT 2004 – 2008	L'application d'une approche intégrée au développement économique local, en se concentrant sur le développement des secteurs économiques tels que la production des noix de cajou et du cacao; introduire des activités à valeur ajoutée telles que l'augmentation de la productivité, l'agriculture organique, la certification et l'introduction de la transformation locale; aider à la création d'un environnement pour le développement du secteur privé; améliorer l'accès à l'information pour le fermier et la petite entreprise, ainsi que des services financiers, notamment par le biais des institutions de micro-finance.
Indonésie PROMARK 2013 - 2016	Stimuler un meilleur accès à la fourniture d'intrants et soutenir les services susceptibles d'augmenter les revenus des agriculteurs pauvres par une approche axée sur le marché, travailler avec les parties prenantes impliquées dans les circuits commerciaux (du secteur public et privé).
Mozambique Génération des revenus à travers la Microirrigation 2013 - 2017	Soutien aux acteurs tout le long de la chaîne de valeur de l'horticulture pour capitaliser sur la demande existante et croissante. Par conséquent, les ressources (eau et sol) existantes, les marchés et les infrastructures sont utilisés d'une manière plus rationnelle pour augmenter le revenu des producteurs horticoles à petite échelle.
Pérou Renforcer les producteurs de fruits au Pérou 2012 - 2014	Stimuler les compétences professionnelles et la productivité des producteurs de fruits, ainsi que les activités des petites entreprises dans huit municipalités du bassin Huaura; augmentation de la productivité et des revenus.
Pérou Norte Emprendedor 2009 - 2012	Permettre aux petits exploitants agricoles des régions montagneuses du nord du Pérou d'accroître leurs revenus en améliorant la production de bananes principalement organiques, du cacao organique, et deux variétés de piments; faciliter l'établissement des liens efficaces entre les producteurs avec des opportunités de marché qui leur permettent de bénéficier de leur atouts et avantages comparatifs.
Tanzanie Programme de développement des moyens de subsistance en milieu rural 2012 - 2015	Améliorer les moyens de subsistance des agriculteurs dans le couloir central de la Tanzanie en créant des liens entre les producteurs et les transformateurs pauvres avec les marchés.
Ouganda Amélioration des chaînes de valeur du cacao et du miel 2013 - 2016	Améliorer la performance économique des ménages de producteurs dans la filière du cacao et le système de marché du miel; faciliter, améliorer, innover et répliquer les modèles d'affaires et de services; l'amélioration de l'environnement politique et réglementaire pour le système de marché du cacao et du miel.

Conflit et contextes de crise	Zones d'intervention
Colombie La promotion des exportations du cacao colombien (COEXCA) 2012 - 2015	Faciliter l'accès aux intrants adéquats et formation par le biais des Fermes de Démonstration pour agriculteurs; l'introduction de modèles d'assistance basée sur l'amélioration individuelle des plans en fonction des caractéristiques de chaque ferme; introduction des procédures adéquates de fermentation et de séchage dans les centrales d'achats.
Honduras SurCompite 2014 - 2018	La réduction des disparités économiques à travers une approche de développement plus inclusif permettant d'améliorer le taux d'emploi et la croissance du revenu net.
Honduras Amélioration du niveau de vie par le développement économique local 2012 - 2015	Permettre aux micros, petites et moyennes entreprises de participer activement dans divers secteurs économiques tout en devenant autonomes et d'être présentes de façon compétitive sur le marché.

Développement post-conflit et post-catastrophe	Zones d'intervention
Kosovo Promotion du secteur privé de l'emploi 2013 - 2017	Objectif global: Améliorer la compétitivité du secteur privé et créer des opportunités d'emploi. Une attention particulière est portée sur l'amélioration de la compétitivité dans les secteurs du tourisme, de l'alimentation et de la santé (promotion du développement, de la diversité, et de la qualité); développement du secteur privé en collaboration avec les institutions du secteur public; et promotion de l'autonomisation économique des femmes.
Myanmar Rendre viables les marchés des légumes 2014 - 2016	L'amélioration et l'ouverture du marché des légumes dans deux contextes géopolitiques tout en offrant des possibilités d'apprentissage et de développement des recommandations politiques; aboutir à des solutions fondées sur le marché aux obstacles à la croissance dans les zones clé pour les petits producteurs de légumes: accès aux intrants de qualité et au savoir-faire, disponibilité de services financiers appropriés, accès aux informations fiables et à la clientèle.
Indonésie Reprise économique à Aceh et au Nord Sumatra 2005 - 2011	Fournir des services financiers et non financiers aux micros, petites et moyennes entreprises dans les zones touchées par le tsunami d'Aceh et du nord Sumatra. Le projet a établi sept Centres d'Information à la Reprise Economique pour les entrepreneurs qui souhaitent récupérer leurs entreprises affectées par le tsunami et le conflit ou démarrer de nouvelles entreprises, en mettant l'accent sur le renforcement des capacités, la mise en formation, la recherche, les circuits de commercialisation et les services financiers.
Népal Projet de développement des marchés à Samarth - Népal 2012 - 2017	Travailler avec un large éventail d'acteurs publics et privés dans cinq secteurs agricoles clé: légumes, gingembre, produits laitiers, porc et poisson; deux secteurs transversaux: les médias et la mécanisation; ainsi que le tourisme, couvrant 25 district népalais; aider dans le développement de nouveaux modèles d'affaires pour les entreprises privées et les petits agriculteurs dans les nouvelles filières agricoles.

Secteurs urbains	Zones d'intervention
<p>Indonésie Assistance technique au développement économique régional 2011 - 2015</p>	<p>L'amélioration des conditions-cadres, des programmes sectoriels ainsi que la planification des processus et de mise en œuvre pour le développement économique régional à un ressortissant niveau.</p>
<p>Indonésie ACCESS 2005 - 2012</p>	<p>Identifier les contraintes sectorielles / les opportunités économiques, les systèmes de marché, les acteurs des chaînes de valeur, les tendances sectorielles, afin que les interventions du projet permettent l'accès des entreprises à des services, les marchés et la finance.</p>
<p>Macédoine Augmentation de l'employabilité économique 2013 - 2018</p>	<p>Parvenir à une croissance économique durable et à la création d'emplois en fournissant des interventions dans les secteurs économiques du Tourisme et de l'Hébergement, de l'Economie Verte et des Industries Créatives; soutenir l'ouverture du marché pour les femmes, les très pauvres et autres groupes marginalisés; l'élargissement de l'application de l'approche systémique à de nouveaux secteurs et associations; renforcement des capacités locales; soutenir le partage des connaissances entre les parties prenantes.</p>
<p>Afrique du Sud Entrepreneuriat jeunesse 2012 - 2014</p>	<p>Fournir aux jeunes chômeurs l'éducation financière et entrepreneuriale dans divers domaines, y compris l'orientation professionnelle, l'initiation à la finance, l'esprit d'entreprise et la gestion de l'entreprise.</p>
<p>Afrique du Sud Alfred Nzo 2006 - 2010</p>	<p>Accroître la sensibilisation, le plaidoyer et le renforcement des capacités en communication au niveau communautaire; renforcement des capacités des comités et les conseillers de quartiers locaux à efficacement interagir avec la société civile; améliorer la communication entre le gouvernement local et la société civile en utilisant des canaux non traditionnels tels que les groupes de théâtre locaux.</p>
<p>Afrique Du Sud LED 2007 - 2010</p>	<p>Recherche et contribution au dialogue politique; développement et adaptation régionale des outils de développement économique; formation de consultants locaux; soutenir les municipalités locales pour faire avancer leurs projets.</p>



Une bonne action, tous ensemble

Swisscontact est le partenaire idéal pour les entreprises souhaitant s'engager durablement dans les pays en voie de développement et y assumer des responsabilités entrepreneuriales. Swisscontact comprend les intérêts de l'économie. Elle les associe aux objectifs de développement de la coopération internationale et à ses expériences et relations dans les pays ciblés.

Les synergies entre l'économie et la coopération internationale génèrent de nombreuses possibilités de collaboration. Les projets communs qui visent des objectifs en matière d'entrepreneuriat et de politique du développement et qui apportent un

bénéfice à toutes les parties prenantes, notamment l'amélioration des conditions de vie des autochtones, sont au cœur de l'engagement des partenaires de l'économie privée : c'est le cas notamment pour la formation professionnelle, l'utilisation efficace des ressources, le renforcement des PME locales ou le domaine des services financiers.

Engagez-vous à nos côtés dans les pays en voie de développement et les pays émergents : ensemble, nous pourrions apporter des progrès durables à leurs populations, tout en créant de nouvelles opportunités pour votre entreprise.



Nouvelles méthodes agricoles, Népal

Pour se développer et investir de façon responsable, les entreprises doivent élaborer et mettre en oeuvre leur production et leurs chaînes de création de valeur dans une optique durable, juste et en accord avec les standards et les conditions-cadres internationales.

Les partenariats stratégiques entre l'économie et la coopération internationale renforcent l'économie privée à la fois dans les actuels pays partenaires de Swisscontact et en Suisse : les entreprises bénéficient des investissements qu'elles réalisent à long terme dans la mise en place de nouveaux marchés. C'est l'occasion pour elles d'investir dans le développement économique des pays du Sud et de dégager une croissance inclusive dépassant les objectifs commerciaux initialement fixés.

Nous créons des opportunités

Swisscontact

Fondation Suisse pour la coopération technique
Hardturmstrasse 123
CH-8005 Zurich
Tél. +41 44 454 17 17

www.swisscontact.org

Couverture : Atelier de métal, Laos
Photos : collaborateurs de Swisscontact
Mise en page : One Identity, Afrique du Sud

Swiss NPO-Code : Swisscontact oriente son organisation et la gestion de ses affaires vers les directives en matière de gouvernance institutionnelle pour les organisations à but non lucratif (Swiss NPO-Code) publiées par la Conférence des présidentes et des présidents des grandes oeuvres d'entraide de Suisse. Un examen effectué à la demande de cette organisation a révélé que les principes du Swiss NPO-Code étaient respectés.

Label ZEWO : Swisscontact a été récompensée par le label ZEWO. Ce label est décerné aux organisations d'utilité publique pour leur bonne gestion des fonds qui leur sont confiés, atteste que les sommes récoltées sont affectées au but fixé de manière efficace et économique et distingue les organisations transparentes et dignes de confiance présentant des structures de contrôle efficaces et respectueuses des principes d'éthique quant à l'acquisition de moyens financiers et la communication. Swisscontact fait régulièrement l'objet d'examens veillant au respect de ces critères. (Source : ZEWO)

Juillet 2015

