

# PAS A PAS

No.35 AOUT 1998

MICRO-ENTREPRISE

## Personne ne veut acheter nos marchandises

par Rose Collins

L'OUVERTURE d'un petit commerce est généralement très aléatoire, pourtant beaucoup de gens rêvent de trouver de nouvelles façons d'améliorer leur emploi et leurs ressources. Ce numéro traite des «micro-entreprises» (les commerces à petite échelle) et donne des conseils pour qu'une bonne idée soit exploitée en petit commerce.

### DANS CE NUMERO

- Gestion de micro-entreprises
- ABC de l'élève auditeur-radio
- Crédit pour les pauvres
- Ressources
- Courrier des lecteurs
- Etude Biblique: industrie artisanale
- Vente de produits artisanaux
- Doko vide: comment gagner la confiance au Népal
- Idées pratiques pour les micro-entreprises

### Préparer la production

Chaque année, de nombreux projets basés sur de bonnes idées échouent parce que les groupes qui les lancent n'ont pas suffisamment réfléchi avant de les entreprendre. Si vous souhaitez créer un nouveau groupe de production, vous devez réfléchir et répondre à certaines questions:

**Le marché** Une demande existe-t-elle pour les produits que vous souhaitez proposer? Pour répondre à cette question, vous devrez faire une simple étude de marché.

**Les savoir-faire** Quels produits savons-nous fabriquer? Dressez une liste de tous vos savoir-faire.

**La concurrence** Qui d'autre fabrique les mêmes produits que nous? Que savons-nous d'eux?

**Les aménagements** Où allons-nous fabriquer les produits et de quoi avons-nous besoin pour les fabriquer?

**Le marketing** Un membre du groupe sait-il calculer le prix de revient des produits? Sinon, comment pouvons-nous apprendre à le faire?

**La situation légale** Quelle structure légale sera nécessaire au groupe? Faut-il être déclaré et payer des impôts? Une constitution est-elle nécessaire? Qui l'organisera, combien cela coûtera-t-il? Où peut-on obtenir des conseils?

**Les documents** Un membre du groupe sait-il préparer les documents nécessaires? Sinon comment obtenir cette formation?

**Stockage et transport** Comment allons-nous stocker, emballer et transporter nos produits?

Photo: Richard Hanson, Tearfund



## PAS A PAS

ISSN 1350-1399

*Pas à Pas* est une publication trimestrielle qui unit ceux qui dans le monde entier travaillent pour le développement et la santé. Tearfund, qui publie *Pas à Pas*, espère stimuler ainsi idées nouvelles et enthousiasme. C'est un moyen d'encourager les chrétiens de toutes les nations à travailler ensemble pour créer l'harmonie dans les communautés.

*Pas à Pas* est gratuit pour ceux qui travaillent à la santé et au développement des communautés. Il existe en anglais, en français, en espagnol et en portugais. Nous acceptons volontiers vos donations.

Nous invitons nos lecteurs à nous envoyer leurs vues, articles, lettres et photos.

**Éditrice:** Isabel Carter

83 Market Place, South Cave, Brough, East Yorkshire, HU15 2AS, Royaume-Uni.  
Tél/Fax: +44 1430 422065

Email: imc@tearfund.dircan.co.uk

**Éditrice (Langues):** Sheila Melot

**Comité d'Édition:**

Jerry Adams, Dr Ann Ashworth, Simon Batchelor, Mike Carter, Jennie Collins, Bill Crooks, Paul Dean, Richard Franceys, Dr Ted Lankester, Sandra Michie, Nigel Poole, Louise Pott, José Smith, Mike Webb

**Illustration:** Rod Mill

**Conception:** Wingfinger Graphics, Leeds

**Traduction:**

L Bustamante, Dr J Cruz, S Dale-Pimentil, S Davies, M V A Dew, N Edwards, R Head, J Hermon, M Leake, M Machado, O Martin, J Martinez da Cruz, N Mauriange, J Perry

**Abonnement:** Écrivez-nous en donnant quelques détails sur votre travail et en précisant en quelle langue vous aimeriez recevoir *Pas à Pas*: Footsteps Mailing List, Tearfund, 100 Church Road, Teddington, Middlesex, TW11 8QE, Royaume-Uni. Tél: +44 181 977 9144.

**Changement d'adresse:** Veuillez donner votre nouvelle adresse en indiquant votre numéro d'abonnement figurant sur l'enveloppe d'envoi.

Les articles et les illustrations de *Pas à Pas* peuvent être adaptés comme documents pédagogiques encourageant le développement rural et la santé, sous réserve qu'ils soient distribués gratuitement et mentionnent *Pas à Pas*, Tearfund. Une autorisation doit être obtenue avant de reproduire les informations publiées dans *Pas à Pas*.

Les opinions et points de vue exprimés dans les lettres et les articles ne représentent pas nécessairement le point de vue de l'Éditrice ni de Tearfund. Tout renseignement technique est vérifié aussi rigoureusement que possible, mais nous ne pouvons accepter aucune responsabilité suite à un problème quelconque.

**Publié par Tearfund.** Une compagnie limitée par garantie. No. enreg. en Angleterre 994339. Charité No. 265464.

*Ci-dessous le nouveau logo de Tearfund représente l'abondance de graines débordant de vie nouvelle. Trois graines tombent par terre: cette image symbolise la croissance, le renouveau et l'effet multiplicateur du travail de Tearfund.*

**TEARFUND**

CHRISTIAN ACTION WITH THE WORLD'S POOR

## Étude de cas: Yaski Handicrafts, Indonésie

Yaski Handicrafts (Artisanat Yaski) produisent des bijoux de fantaisie. Lorsqu'ils ont commencé il y a huit ans, ils n'ont pas pris le temps d'étudier correctement leur marché, ni leur prix de revient; ils ont aussi négligé l'approvisionnement de matières premières de qualité et une main-d'oeuvre bien qualifiée. Ils ont subi de grosses pertes financières et c'est tout juste s'ils n'ont pas fait faillite. Cependant, il y a deux ans, ils ont attentivement considéré les points qui suivent et réalisent aujourd'hui des bénéfices.

Yaski Handicrafts sont maintenant bien plus conscients de ce que désirent leurs clients. Ils ont étudié leurs marchés avec soin, trouvé de bons fournisseurs de matières premières variées, offert une formation aux savoir-faire nécessaires pour produire une plus grande gamme de bijoux. Ils ont maintenu des prix bon marché et ont créé de nouveaux modèles.



Photo: Tearcraft

**Comptabilité** Comment allons-nous gérer notre argent? Faudra-t-il ouvrir un compte en banque? Quelles facilités de paiement offrirons-nous? – comptant, une semaine ou un mois de crédit?

Fixez un budget pour votre première année de commerce afin de savoir plus ou moins ce que vous allez dépenser; comparez ensuite cette somme avec l'argent que vous pensez pouvoir faire rentrer. S'il y a des commerces de production semblables dans la région, rendez-leur visite et tirez un enseignement de leur expérience et leurs problèmes. Rappelez-vous que la première année est la plus difficile car vous aurez tous les frais d'installation à payer. Vous devrez considérer le coût des matières premières, de la main-d'œuvre, de l'équipement, de l'emballage, du transport et du loyer de votre entrepôt. Assurez-vous que vous pouvez faire face à cette première année difficile avant de vous lancer, sinon vous risquez de perdre beaucoup d'argent, d'avoir beaucoup de soucis, un travail énorme et une garantie de succès très limitée.

### Lieux de vente

Il m'est arrivé si souvent d'aller chez de petits producteurs qui me demandent de leur trouver des acheteurs pour les produits qu'ils ont fabriqués. Malheureusement, nombreux sont ceux qui n'arrivent pas à écouler leurs produits pour avoir ignoré une loi très simple du marché: celle de l'offre et de la demande...

**Avant de fabriquer quelque chose, assurez-vous tout d'abord qu'un nombre suffisant de personnes désirent acheter ce produit.**

Il ne sert à rien de fabriquer en espérant ensuite pouvoir vendre; en procédant ainsi

vous allez seulement perdre votre temps, votre énergie et votre argent et vous aurez des stocks d'invendus. La première chose à faire est une simple étude de marché. N'écoutez pas les conseils d'amis qui peut-être veulent seulement vous encourager. Allez dans les marchés locaux, parlez aux commerçants, visitez les villes proches et discutez avec les personnes qui ont des boutiques. Cherchez si nécessaire des marchés dans les villes un peu plus lointaines. Quels sont les produits dont la demande est constante et qui se vendent le mieux?

### Nouveaux modèles

Avoir des idées nouvelles de formes, de services, de produits alimentaires peut sembler assez difficile. Imaginez l'élaboration d'un produit nouveau comme si c'était un agréable voyage: quand on va en voyage dans un endroit qu'on ne connaît pas, on s'arrête généralement plusieurs fois pour demander son chemin. Pour vous, la destination finale est le produit nouveau que vous souhaitez découvrir, mais pour y arriver vous devez vous arrêter et demander la direction à suivre (considérez à nouveau votre étude de marché), arrêtez-vous encore et considérez les conseils reçus à propos des échantillons proposés. Réfléchissez aux points suivants:

- Regardez autour de vous avec un regard «nouveau». Souvent les idées nouvelles sont là, tout autour de nous, mais nous ne les voyons pas. Regardez la nature qui vous donnera des idées de couleurs, de formes et de textures. Essayez de voir comment vous pourriez les appliquer pour un produit nouveau.
- Considérez chacun des produits quotidiens et comment vous pourriez les modifier pour les rendre plus attrayants.



- Cherchez dans les livres et les magazines que vous avez. Entrez dans les magasins des grandes villes et observez.
- Ne perdez jamais de vue votre étude de marché. N'essayez jamais de développer un produit nouveau si vous n'êtes pas sûr qu'il se vende bien.

Peut-être produisez-vous des marchandises qui jusqu'ici se sont bien vendues, mais dont la demande a récemment diminué. Vous pouvez peut-être augmenter vos commandes en faisant quelques changements ou en introduisant quelques produits nouveaux. Voici quelques idées:

- Ajoutez ou changez la couleur du produit.
- Changez la taille ou l'apparence du produit.
- Ajoutez de nouvelles matières premières pour améliorer le produit.
- Dessinez à nouveau le produit en lui ajoutant ce que les clients ont demandé.
- Changez la façon de présenter les produits et, si vous les vendez vous-même dans un petit magasin ou en étal, vous devriez en changer régulièrement la présentation.
- Vérifiez vos prix.

## Contrôle de qualité

Faites toujours très attention à la qualité. Dès que vous savez où votre marchandise sera vendue, vérifiez sa qualité au cours de sa fabrication. Vos clients veulent un bon rapport qualité-prix et n'achèteront plus votre marchandise si sa qualité est médiocre. Vous devrez également maintenir un équilibre entre qualité et coût. Si vous achetez des matières premières de qualité supérieure, donc plus cher, et que vous soyez obligés d'augmenter vos prix, il se pourrait alors que vos clients n'aient plus les moyens de les acheter.

Dans un groupe important chaque ouvrier doit savoir clairement ce que vous attendez de lui, c'est-à-dire la qualité du travail. Il doit savoir, dès le début, que le travail mal fait ne



*Dans un groupe important, chaque ouvrier doit savoir clairement ce que vous attendez de lui.*

sera pas accepté. Décidez de la qualité requise, faites une liste de vérification et formez vos ouvriers si nécessaire. Faites des vérifications sans prévenir; donnez des numéros de référence à vos ouvriers de façon à repérer la personne responsable de telle ou telle marchandise. Encouragez et récompensez ceux qui produisent toujours du bon travail.

Si vous exportez vos marchandises, le contrôle de qualité sera encore plus important. De nombreux pays ont des normes de conformité à respecter. Si les marchandises n'y répondent pas, elles risquent d'être refusées et retournées à l'expéditeur ou de ne pas être payées.

En plus de son mode de fabrication, le contrôle de qualité comprend plusieurs éléments. Par exemple si le produit est teint, est-il grand-teint? Si vous achetez des produits alimentaires à consommer crus, ont-ils été traités avec des pesticides? Si vous ajoutez des choses supplémentaires ou des accessoires à vos produits, sont-ils de bonne qualité? Soyez exigeants avec vos fournisseurs si vous pensez qu'ils essaient de vous vendre des matières premières de mauvaise qualité.

Stockez les produits dans des endroits propres et secs où ils seront protégés de l'humidité, des rats et des insectes nuisibles comme les charançons. Assurez-vous de la bonne qualité de vos emballages. Souvent, les producteurs n'y prêtent pas assez attention, mais les marchandises abîmées ou cassées seront invendables.

Les clients remarqueront que vos produits sont de haute qualité. Ils vous feront une bonne réputation et vous gagnerez la confiance de vos acheteurs. A l'avenir, si la concurrence augmente, ceci pourra être d'une importance capitale.

Une mauvaise qualité de vos produits entraînera la diminution de vos revenus; soyez donc vigilants et exigez de vos ouvriers la qualité de travail que réclament vos clients. Votre réputation sera le fruit de votre travail.

*Rose Collins est Conseillère Commerciale de micro-entreprises. Elle travaille à Singapour pour Tearfund. Son adresse est: c/o Barton Associates, 15-01 Golden Mile Tower, 6001 Beach Road, Singapour.*

## Etude de cas: Chandpur Cottage Industries au Bangladesh

Chandpur Cottage Industries (les Industries Artisanales de Chandpur) produisent des articles de jute depuis de nombreuses années et plus de 1.500 femmes fabriquent des sets de table et *sikas*. Ces produits étaient faits de jute naturel pour la plupart. Pourtant la direction, constatant que les ventes baissaient, a compris qu'un renouveau était nécessaire. Les teintures ont alors été introduites et toute une gamme de produits nouveaux, en jute de couleur, est apparue. De nouveaux modèles ont été créés, utilisant également des couleurs nouvelles.

Chandpur Cottage Industries sont aujourd'hui reconnues parmi les spécialistes des articles en jute de couleur. De nouveaux marchés se sont ouverts grâce à l'apparition des couleurs, relevant ainsi le taux des ventes.



# Gestion de micro-entreprises

par Chris Sealy

LA CLE DU SUCCES d'un commerce est de saisir l'essentiel. Des groupes tout récemment formés peuvent en concurrencer d'autres très expérimentés s'ils sont capables d'offrir une meilleure qualité ou un meilleur rapport qualité-prix. Mais souvent les groupes devraient innover au lieu d'essayer de copier les modèles existants.

### Le client est roi

Le commerce est basé sur le client, non pas sur le produit ou le service. Toutes les entreprises qui réussissent ont leur attention fixée sur le client. Les groupes doivent découvrir ce que leur clientèle désire. Dans les économies de transition comme celles d'Europe de l'Est ou celles des Etats indépendants de l'ex-Union Soviétique, l'idée de commerce est encore celle qui prévalait dans le passé: on produit en présumant qu'on aura des clients.

### La planification est vitale

Tous les bons livres traitant de commerce insistent sur la nécessité d'un plan. Nombreux sont ceux qui refusent de se plier à cette discipline, et d'autres craignent qu'un tel examen ne révèle leurs erreurs de jugement. Mais **il faut** pourtant savoir...

- quel produit ou service vendre?
- qui l'achètera et pourquoi à vous plutôt qu'à un concurrent?
- quels seront les prix de revient et de vente? La différence entre ces deux prix constitue votre bénéfice et celui-ci doit être suffisant pour vous permettre de vivre si vous souhaitez que cette activité soit à plein-temps.

**Bénéfice = prix de vente moins prix de revient**

### Frais

Les frais doivent être évalués et contrôlés avec précision. Tout doit être évalué, même l'utilisation de la voiture d'un ami pour transporter les produits au marché. Les restes de tissu après la coupe, ou les morceaux gâchés parce qu'on s'est trompé, tout cela doit entrer dans la rubrique «frais». Le fait d'avoir à acheter au détail

une coupe de tissu supplémentaire pour pouvoir terminer d'urgence une commande, peut sérieusement diminuer votre marge bénéficiaire.

De nombreux petits groupes produisent des articles qui se vendent à prix fixe. Par exemple, un tailleur doit se faire payer le même prix que tous les autres tailleurs de la région. Donc les bénéficiaires peuvent seulement être augmentés en contrôlant ou réduisant les frais si cela est possible, ou bien encore en améliorant la qualité ce qui justifie l'augmentation du prix de l'article. C'est là un secteur où les gens peuvent utiliser efficacement les plans de micro-crédit. Un crédit peut permettre l'achat de matières premières en plus grande quantité, donc à un prix moindre, ce qui naturellement augmente la marge bénéficiaire. Une autre façon d'augmenter son bénéfice est de réduire les pertes.

Les coûts des licences et permissions de toutes sortes, officielles ou pas, peuvent aussi être des facteurs importants à considérer pour la petite entreprise. C'est un secteur assez épineux, touchant à l'éthique de l'entreprise et source de problèmes délicats à traiter. Le gouvernement central encourage la petite entreprise, souvent en théorie, alors que les autorités locales usent de leurs pouvoirs pour leur soutirer de l'argent ou exiger des faveurs.

Après avoir correctement évalué les frais, le petit producteur peut fixer son prix de vente et décider alors si cela vaut la peine de monter son entreprise. La plupart des gens sont trop optimistes quant aux quantités qu'ils pensent pouvoir produire ou vendre à un moment donné.

La décision la plus difficile à accepter est que l'entreprise ne fera jamais de bénéfice.

### Deux bourses différentes

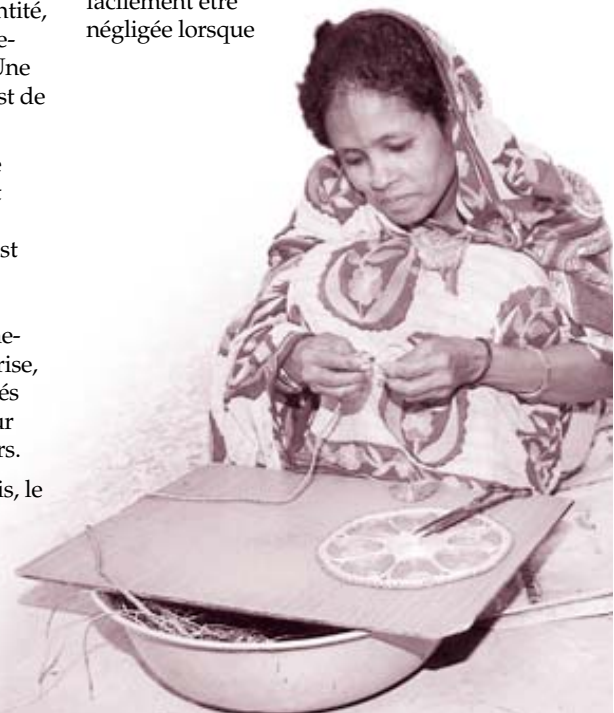
Si l'on néglige de séparer l'argent de l'entreprise de son argent personnel, le risque d'échec est très lourd, même pour une entreprise qui potentiellement aurait pu réussir: les personnes qui montent un commerce se retrouvent soudain pour la première fois avec de l'argent dans leur poche. Une vente récente, ou des fonds pour acheter des matières premières, font qu'elles se sentent riches. Elles vérifient l'argent qu'elles ont en poche et décident que leurs besoins personnels sont plus pressants... L'argent qui aurait dû servir à payer un fournisseur ou à acheter des matières premières sert à acheter de la nourriture pour la famille. Il y a une solution simple à ce problème: utiliser deux bourses différentes. Décidez du salaire que vous pouvez prélever de la caisse de votre commerce et ne prenez pas davantage.

### Marchés étrangers

Il y a un autre danger courant que j'ai souvent observé: les groupes se concentrent sur l'exportation de leurs produits parce qu'ils ont commencé avec les encouragements d'un missionnaire ou d'un agent de développement possédant des contacts en outre-mer. Les ventes peuvent alors dépendre uniquement de ce réseau personnel mais, quand cette personne disparaîtra, les ventes pourraient en faire de même. N'oubliez jamais de prêter attention aux marchés locaux.

### Mites et rouille

La nécessité d'épargner pour remplacer l'équipement usé semble évidente mais peut facilement être négligée lorsque





d'autres besoins sont plus pressants. Lorsque l'équipement ne fonctionne plus, l'entreprise risque elle aussi de ne plus fonctionner. Dans la CEI (Communauté des Etats Indépendants) et l'Europe de l'Est, les gens avaient l'habitude de réclamer de nouveaux équipements plutôt que de les payer eux-mêmes.

## Utiliser un prêt pour investir

Les prêts, s'ils sont disponibles, peuvent être très utiles. Par exemple, on peut investir dans l'achat d'une machine à coudre dont le rendement permettra de rembourser le prêt. Une fois remboursée, la machine appartient au propriétaire qui pourra l'utiliser encore de nombreuses années et bénéficiera de son investissement. Des agriculteurs que j'ai récemment rencontrés en Ouzbékistan avaient une autre idée: ils voulaient emprunter pour acheter des pommes de terre de semence, vendre leurs récoltes, rembourser leurs prêts et utiliser le bénéfice pour leurs familles. De cette manière-là, ils devront emprunter à nouveau l'année suivante. Cependant, s'ils gardaient assez d'argent de la récolte pour acheter les pommes de terre de semence de l'année suivante, ce projet pourrait devenir une entreprise.

*Chris Sealy est conseiller en formation professionnelle, création de micro-entreprises, et micro-crédits. Son adresse est: 11 Pembroke Road, Melksham, Wiltshire, SN12 7NA, Royaume-Uni.*

*E-mail: cgs\_mead@dial.pipex.com*



Photo: Richard Hanson, Tearfund



## Crédit pour les pauvres

UN RAPPORT RÉCENT des Professeurs Hulme et Mosley a étudié le travail de 13 institutions de micro-crédit dans sept pays différents, qui fournissent de petits prêts pour aider les micro-entreprises. Leurs résultats sont très clairs et auront probablement une grande influence sur les groupes qui offriront des prêts dans l'avenir. Ils tirent trois conclusions importantes:

■ Les institutions fournissant des programmes de prêts efficaces comprennent la Banque Grameen du Bangladesh, la BancoSol en Bolivie et la Banque Rakyat en Indonésie. Ces institutions ont de bons taux de succès et la plupart de leurs clients réussissent à rembourser leurs prêts et à monter leurs micro-entreprises. Leurs programmes comprennent:

- Des taux d'intérêt élevés empêchant les plus pauvres d'obtenir des prêts.
- Elles ont généralement des programmes d'épargne qui fournissent une sorte de «filet de sauvetage» (leurs économies) aux gens qui ont des problèmes.
- Elles ont des succursales à proximité de leurs clients, facilitant des remboursements réguliers.
- Elles passent se faire rembourser à domicile régulièrement.

■ Il est probable qu'un prêt augmentera les revenus des foyers qui sont au seuil de la pauvreté ou au-dessus (autrement dit pas des plus pauvres, au-dessous du seuil de pauvreté). Les études montrent que les personnes qui ont déjà un peu d'argent sont celles qui probablement prendront le risque d'investir en équipement nouveau, personnel ou technologie.

■ Souvent les prêts, même les micro-crédits, n'aident pas les plus pauvres à augmenter leurs revenus: ils ne peuvent pas prendre de tels risques. Il y a de fortes chances pour que l'argent du prêt soit utilisé pour les besoins pressants de la famille, le résultat étant une dette encore plus importante qu'avant l'emprunt. Les prêts ne sont donc pas la solution miracle à tous les problèmes et ils peuvent même parfois plonger les gens dans une pire situation, surtout s'ils n'ont aucun filet de sécurité (financier ou expérience).

Cela n'est guère encourageant pour les plus pauvres qui essaient précisément de sortir de leur situation très précaire et qui, suite aux résultats de cette étude, auront encore plus de difficulté à obtenir un crédit. Cependant, il y a encore quelques mesures positives à prendre. De récentes visites de notre éditrice en Ouganda et au Ghana ont montré que des groupes actifs composés de membres qui se rencontrent régulièrement et travaillent souvent ensemble peuvent organiser eux-mêmes, sans aide extérieure, de petits systèmes de prêts très simples mais qui fonctionnent bien. Les membres se mettent d'accord sur une petite somme d'argent à verser chaque semaine à l'un d'entre eux qui, à tour de rôle, en profite pour acheter des vêtements, payer les frais scolaires ou lancer une petite activité commerciale. Les groupes doivent être bien établis pour que les membres se fassent totalement confiance au sujet des versements réguliers.

*Finance Against Poverty* par David Hulme et Paul Mosley a été publié par Routledge, London en 1996. Le résumé des résultats de ces études provient de *Focus No 5* publié par CGAP, 1818 H Street NW, Room G4115, Washington DC 20433, Etats-Unis.



## Non au savon au mercure!

JE SUIS L'UN des fondateurs des Amis de la Médecine Naturelle pour le Développement (AMENAD) qui est une petite organisation composée d'infirmiers et d'agronomes. Nous encourageons la santé et le développement par la médecine naturelle. Nous sommes des lecteurs très fidèles de *Pas à Pas*. Devant l'usage abusif des savons antiseptiques à base de mercure dans les centres voisins de Baraka, Lweba, Nundu et Mboko, AMENAD vient d'ouvrir une enquête sur l'usage de ces savons pour essayer de l'interdire. (EDITRICE: *Le mercure éclaircit la peau mais c'est un dangereux poison.*)

Toute aide provenant de groupes pouvant partager leurs idées ou leurs ressources serait bienvenue. Nous aimerions aussi échanger nos idées et partager notre expérience avec d'autres groupes travaillant dans le domaine de la promotion de la santé par la médecine naturelle.

*M'munga Christophe Masona*  
c/o Hopital Diaconia de Nundu  
PO Box 53435, Nairobi, Kenya  
ou

BP 2512, Bukavu,  
République Démocratique du Congo

## Slogans

DANS NOTRE PROJET communautaire de reboisement, nous avons découvert que les slogans jouant sur les mots peuvent être un excellent outil de travail. En voici deux qui ont bien marché.

Nous disons aux gens qui veulent obtenir d'excellents résultats lorsqu'ils plantent des arbres, qu'ils doivent utiliser un nouvel engrais appelé WPT. Nous leur disons qu'il est bien plus efficace que NPK et qu'il peut être obtenu gratuitement dans leur village. Cela les intrigue et nous leur expliquons alors en swahili que:

W signifie WAHI *kupanda kabla ya Krisma*.  
C'est-à-dire plantez tôt avant Noël et avant la saison des pluies.

P signifie PALILIA. Désherbez, désherbez et désherbez!

T signifie TIFULIA *shamba lako mwishoni mwa mvua*. Travaillez la terre après la saison des pluies.

WPT! Maintenant ils comprennent et s'amuse de la plaisanterie. Mais il est facile de s'en souvenir et en plus, ça marche à chaque fois! On peut adapter cette idée à d'autres langues.

Nous avons aussi créé un slogan qui dit *Kuwahi ni kufaulu, Kuchelewa ni kushindwa*. (Si tu commences assez tôt, bravo!, mais si tu arrives en retard c'est trop tard!). A l'aide de croquis sur feuilles mobiles, nous expliquons pourquoi cela est vrai en agriculture et nous mentionnons en riant le cas du jeune homme qui choisit sa femme le premier: il obtient la meilleure, et ses copains qui arrivent plus tard doivent choisir entre celles qui restent!

*Brian Polkinghorne*  
Box 302, Mwanza, Tanzanie

E-mail: [bpolk@tan2.healthnet.org](mailto:bpolk@tan2.healthnet.org)

## Le stockage des graines, sans air

J'AI LU *Pas à Pas 32* avec grand plaisir. Nous avons une autre méthode pour stocker les graines. Nous stockons les haricots dans un bidon de 200 litres. Avant de le fermer, nous y plaçons une bougie allumée, puis nous mettons le couvercle du bidon. La flamme de la bougie utilise tout l'oxygène du bidon et tous les insectes nuisibles meurent.

*Eduard Klassen*  
Paraguay

## Les dix commandements du parfait animateur

LES ANIMATEURS de Pades-Mono au Bénin ont organisé un séminaire sur leur travail. Nous partageons ici la liste des dix commandements que nous avons dressée.

Le rôle de l'animateur est de poser des questions aux membres et aux représentants officiels, chaque fois que cela est nécessaire.

*François Zinsou*  
Animateur - PADES-MONO  
SNV Bénin  
BP 49  
Sogbo (Mono)  
Bénin



## Un petit jardin potager en ville

FAIRE POUSSER DES LEGUMES en ville ou dans des régions très sèches est un problème. Si vous voulez manger quelques légumes verts avec votre repas de maïs, vous pouvez essayer ma méthode. Il vous faudra:

- un mélange de bon terreau et de fumier animal naturel
- de grands sacs en plastique résistant
- de l'eau.

Vous remplissez les sacs du mélange terreau et fumier et les placez dehors. Un endroit ombragé les empêchera de sécher trop rapidement. Placez les graines ou les jeunes plants à la surface du sac et aussi dans les fentes que vous ferez tout autour. Arrosez régulièrement. A vous les beaux légumes délicieux!

*James Kipnyango*  
PO Box 179  
Turbo  
Kenya

- 1 Tu seras modeste
- 2 Tu aideras le groupe à trouver son objectif et son identité
- 3 Tu ne seras pas autoritaire mais tu te serviras doucement de l'autorité qui t'est confiée
- 4 Tu auras le sens de l'humour
- 5 Tu apporteras des innovations
- 6 Tu encourageras la liberté d'expression
- 7 Tu emploieras bien ton temps
- 8 Tu respecteras le temps des autres et tiendras les délais
- 9 Tu seras adaptable en toute situation
- 10 Tu introduiras beaucoup de variété

## Paludisme en Guinée

ICI, EN GUINÉE-CONAKRY, Afrique Occidentale, la malaria est courante toute l'année et empire pendant la saison des pluies. Généralement ce sont seulement les enfants qui montrent les symptômes typiques du paludisme (les enfants de 0 à 10 ans constituent 30% de la population). Un sondage fait en janvier 1997 montre que la malaria est la cause principale de mortalité parmi les adultes et les enfants. En 1994, plus de 600.000 cas ont été signalés aux services de santé, ce qui représente un taux annuel de 96 pour 1.000 habitants. Parmi les foyers interrogés, seulement 16% utilisent des moustiquaires qui sont réservées dans 43% des cas au chef de famille plutôt qu'aux enfants (14% des cas). L'utilisation des moustiquaires diminue à mesure que l'on s'éloigne des villes (les taux de malaria sont plus élevés dans les régions rurales). Un quart de la population des régions rurales et la moitié de la population urbaine prennent de la chloroquine (bien que la maladie y soit très résistante).

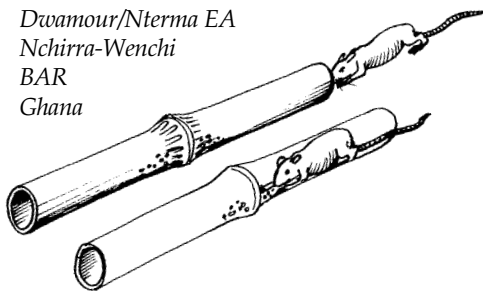
Notre étude montre donc la gravité de la malaria ici en République de Guinée. Non seulement la malaria est la cause de mortalité numéro un, mais elle a aussi de graves conséquences sur l'économie du pays car la population active est souvent malade. La coopération des services de santé, des églises de toute dénomination et des gouvernements est absolument nécessaire pour lutter contre cette situation préoccupante.

*Dr William Sauyers  
BP 2552  
Conakry  
République de Guinée*

## Piège à rats

VOICI UN PIÈGE SIMPLE pour attraper rats et souris. Coupez les sections de bambous comme sur la photo. Placez le maïs ou les morceaux de manioc dans la tige de bambou; le rat entrera et ne pourra plus se retourner pour sortir. Vous pourrez alors l'attraper. Je trouve cette méthode efficace.

*Frank Atuahene Donkor  
Dwamour/Nterma EA  
Nchirra-Wenchi  
BAR  
Ghana*



## Réseau pour les pauvres en zones rurales et urbaines

L'OBJECTIF ESSENTIEL de ce réseau chrétien consiste à mettre en contact tous ceux qui travaillent parmi les pauvres et les responsables de mouvements qui sont parfois isolés. Ils reçoivent régulièrement un bulletin d'informations et tiennent des conférences pour partager leurs expériences. C'est avec plaisir qu'ils accueilleront de nouveaux membres dans le réseau.

*Mahyeno Mission  
PO Box 503  
Dundee 3000  
Afrique du Sud*

## Traitement des graines

ACCESS est un groupe de développement de l'église évangélique du Libéria activement engagé dans la reconstruction du pays, après sept ans de guerre. Un de leurs programmes est la production et la distribution de graines de légumes pour l'année à venir et ils ont développé un traitement simple pour protéger de grandes quantités de graines des insectes nuisibles.

Cassez et dissolvez un paquet de «Lifebuoy» ou savon similaire dans 4,5 litres d'eau chaude. Pelez et coupez un oignon en petits morceaux et mélangez-le à une canette à bière de kérosène. Mélangez les deux produits et ajoutez environ vingt litres d'eau froide. Pulvériser finement ce mélange sur les graines étalées par terre. Laissez bien sécher les graines. Si nécessaire, vous pouvez recommencer l'opération plus tard.

*ACCESS, AEL  
PO Box 2656  
Randall Street  
Monrovia  
Libéria*

## Un petit guide du bambou

JE VIENS DE RENTRER du Népal où j'ai travaillé pour Tearfund. Pendant mon séjour j'ai travaillé sur des méthodes de propagation du bambou (qui m'ont valu le titre de «Bambou Bob!»). J'ai préparé un petit guide du bambou qui a été publié à Katmandou. Si vous désirez le consulter, il est à votre disposition sur réseau ordinateur:

<http://www.robibrad.demon.co.uk/bamboo.htm>

*Robert Bradshaw  
19 Bickerton Avenue, Bebington, Wirral  
L63 5NA, Royaume-Uni*

*Tél/Fax: +44 151 645 2883  
E-mail: rob@robibrad.demon.co.uk*

## Elagage et sécheresse

PENDANT LA SÉCHERESSE de 1991-2 au Zimbabwe, un troupeau d'oies s'est accidentellement échappé dans un champ de maïs et elles ont dévoré toutes les feuilles basses jusqu'à une hauteur d'un mètre. Je me suis rendu compte plus tard que ce champ avait en fait produit plus de maïs pendant la sécheresse que tous les champs environnants, qui n'avaient pas été élagués par les oies. Serait-ce que l'élagage des feuilles basses aide à protéger le rendement du maïs en cas de sécheresse?

*Ronald Watts  
P/Bag X20021  
Empangeni 3880  
Afrique du Sud*

## Genèse d'agriculture

AU COMMENCEMENT, Dieu créa le Ciel et la Terre. Il y installa l'homme comme intendant et pour qu'il puisse s'en nourrir. Dieu installa aussi un jardin modèle, le Jardin du Paradis, parfait exemple d'une ferme bien organisée d'où l'homme tire son enseignement.

Nous sommes donc responsables de gérer la Terre comme une ferme-modèle, en y plantant des arbres, en lui fournissant l'eau nécessaire, en cultivant légumes et fruits là où il n'y en a pas, et en maintenant la fertilité du sol et la végétation qui le protège de l'érosion.

Faisons de la Terre un endroit où on peut bien vivre!

*Francisco Letimalo  
Samburu District Development Programme  
PO Box 48  
Baragoi via Maralal  
Kenya*



Photo: Richard Hanson, Tearfund



## Vente des produits d'artisanat

Il y a trois ans, Minda, Lena et Hasnah ne savaient absolument pas comment faire pour vendre leurs produits d'artisanat. Elles produisaient toutes des articles similaires et avaient des difficultés à les vendre car ils étaient trop nombreux sur le marché. Un jour, elles ont parlé de leurs problèmes et ont décidé d'aller demander conseil au neveu de Minda, Ferdinand, qui possédait un étal.



1



2

MINDA: «Regarde cette cuiller, elle est vraiment bien faite»  
 LENA: «Pourquoi est-ce que je ne fais pas un set comme ça?»  
 MINDA: «Mais, tu ne sais pas faire les sets comme ça!»  
 FERDINAND: «Si vous voulez apprendre à faire ces articles pourquoi ne pas aller au centre d'apprentissage? Ils vous formeront.»



10

COMMERCANT: «Ces sets sont très bien faits. Quand je vérifie la qualité, je tiens compte de la taille, la couleur, le dessin, l'utilité de l'objet et s'il a été fabriqué avec soin. Et s'il est original et imaginatif c'est encore bien mieux!»



9

MINDA: «Comment peux-tu te permettre de vendre plus cher que les autres?»

COMMERCANT: «Je n'achète que des produits de bonne qualité. Mes clients n'achètent pas ce qui est mal fait et donc mes articles sont tous de bonne qualité et un peu plus cher. C'est cela le vrai commerce!»



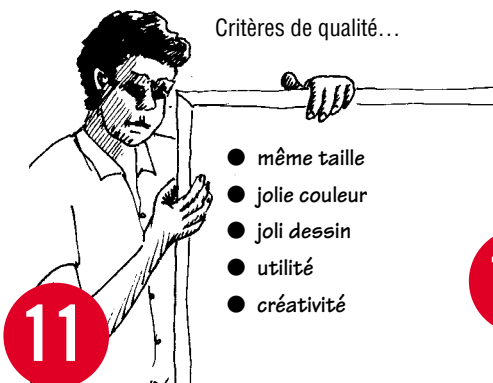
8

Chaque produit est différent



13

Maintenant elles disent que leurs sets sont plus jolis, de plus en plus et rapportent un bon bénéfice et écoutent les conseils.



Critères de qualité...

- même taille
- jolie couleur
- joli dessin
- utilité
- créativité

11

Calcul du bénéfice	
Vente des articles du groupe	= 330 roupies
33 roupies x 10 sets	
Prix de vente du groupe	330 roupies
Moins frais de production	- 230 roupies
<b>Bénéfice</b>	<b>100 roupies</b>

12

MINDA: «Voyons quel sera notre bénéfice si nous vendons 10 sets à ce commerçant. Si nous fabriquons 10 sets tous les jours et que nous arrivons à les vendre en 30 jours, nous aurons gagné suffisamment d'argent pour couvrir les frais d'équipement. Après ça, tout le reste sera bénéfice, bien qu'il faille aussi économiser un peu pour remplacer l'équipement qui s'use.»



3

Si vous voulez vendre vos articles, vous devez d'abord savoir si les gens veulent les acheter. Il faut savoir:



- Quels articles sont populaires et se vendent bien?
- A quel prix ils se vendent?
- Combien en sont vendus par jour?
- Qui les fabrique déjà?
- Où et comment sont-ils commercialisés?

4



Plusieurs semaines plus tard au centre d'apprentissage...

MONITEUR: «Il vaut mieux que vous appreniez d'abord à fabriquer quelque chose avec des matériaux et des outils locaux, vous n'avez donc pas besoin de grosses sommes d'argent pour commencer.»

5



MINDA: «Dans notre village nous avons beaucoup de cocotiers et mon neveu nous a dit que les sets en fibre de coco se vendent bien.»

MONITEUR: «Bon, le centre ici a des cours de deux semaines où vous pouvez apprendre à les faire.»

Calcul du prix de revient

1 Fibres de coco	60
2 Teintures	90
3 Transport au marché	80
	230

Prix de revient pour 10 sets

Prix de revient unitaire  
230 rupies ÷ 10 sets  
= 23 rupies

7

LENA: «Si nous fabriquons 10 sets, cela nous coûtera 230 rupies en matières premières, plus le transport au marché. Un set reviendra donc à 23 rupies et il nous faut maintenant voir quel prix nous pourrions demander aux commerçants.»

6



HASNAH: «Nous apprenons vite à travailler ici. Quand nous aurons fini les cours nous achèterons notre propre équipement. Il nous faudra des cadres, des outils et de la fibre de coco qui nous coûteront 3.000 rupies au total. Cela fait 1.000 rupies à payer chacun.»

14



MINDA: «Maintenant j'ai assez d'argent pour acheter les vêtements de la famille, quelques cahiers à ma fille et il m'en reste aussi pour le festival. Au fait Hasnah, tes boulettes de coco sucré sont très bonnes, on pourrait peut-être en vendre aussi? Et je pourrais fabriquer un joli compotier de feuilles de bambous pour les présenter.»

Cette bande dessinée peut aussi être utilisée comme script d'une petite pièce de théâtre de six personnages: Hasnah, Minda, Lena, Ferdinand, le moniteur et le commerçant. Utilisez ce petit jeu de rôle pour discuter des possibilités d'artisanat et de petites entreprises. Organisez une étude de marché toute simple sur des produits suggérés.

Ces notes sont adaptées du livre de bandes dessinées «Simple Marketing Skills». Avec nos remerciements au Centre Culturel Asie/Pacifique de l'UNESCO (ACCU) pour leur permission. (Voir page 14).

# Idées pratiques pour des micro-entreprises

### UN ENSEMBLE D'IDÉES POUR DE PETITS COMMERCES

#### Bâtonnets croustillants aux cacahuètes

Il faut...

- 1kg (4 tasses) de cacahuètes grillées
- 1kg (4 tasses) d'eau
- 2kg (8 tasses) de cassonade (sucre blanc si vous ne pouvez pas en obtenir)

Pelez et faites griller les cacahuètes, jusqu'à ce qu'elles soient juste dorées. Les noix de cajou ou autres peuvent aussi être utilisées. Il faut ensuite les mouliner grossièrement.

Faites fondre le sucre dans l'eau et faites chauffer jusqu'à ce que le mélange épaississe: ajoutez-y les cacahuètes et remuez constamment pour que le mélange ne brûle pas. Vérifiez-en régulièrement la consistance en laissant tomber de petites quantités dans une tasse d'eau froide. Lorsque

des boules dures se forment, retirez du feu et versez le mélange dans un moule peu profond ou sur une simple planche graissée. Roulez jusqu'à obtenir une couche d'environ 1/2cm d'épaisseur et découpez en petits bâtonnets avant que le mélange ne refroidisse et ne se solidifie. (Il faudra prendre un marteau si vous attendez trop longtemps!) Enveloppez de Cellophane ou de papier gras.

**ATTENTION:** Le moment où il faut arrêter la cuisson est très important. Quelques minutes seulement font la différence entre des bâtonnets trop mous (qui ne se solidifient pas), trop durs, ou une casserole brûlée! Faites d'abord des essais avec de petites quantités. **LE SUCRE BOUILLANT EST TRÈS DANGEREUX. LES ENFANTS NE DOIVENT PAS S'EN APPROCHER.**

#### La cuisinière



MARIA NEIDE DA SILVA se lève à 2h30 le samedi matin pour préparer ce qu'elle vendra sur son étal au marché de Princesa Isabel, petite ville du Nord-Est du Brésil. Elle prépare des petits déjeuners chauds et des repas de midi pour les gens qui viennent au marché. Ce sont des prêtres de AÇÃO EVANGÉLICA qui l'ont aidée. Cette dénomination évangélique lutte contre la pauvreté par un système de prêts aux micro-entreprises. C'est dur, mais cela contribue vraiment aux revenus de la famille: avec l'argent gagné, elle et son mari se sont petit à petit construits une maison pour eux et leurs enfants.

## Utilisation de la cire d'abeilles

ICI A ARU, AU NORD-EST DU CONGO, nous élevons des abeilles pour augmenter nos revenus et soutenir l'Eglise; notre activité est encourageante. Nous utilisons et recommandons les ruches «Top Bar» du Kenya, qui améliorent les bénéfices et la qualité du miel. Voici quelques idées pour le lecteur qui demandait des conseils.

*Avec nos remerciements à David Sharland et Jesse Leeku de EAC Aru (PO Box 226, Arua, Ouganda) et à Food Chain, Intermediate Technology, Royaume-Uni.*

#### Séparation de la cire

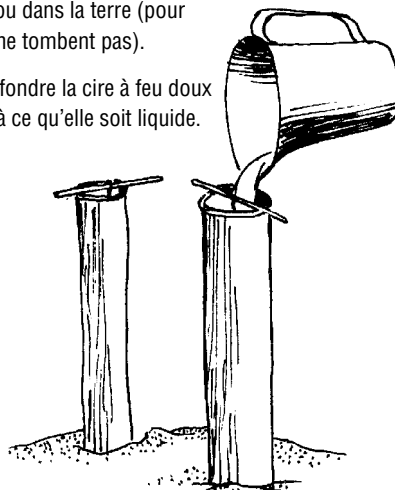
Après l'extraction du miel, les abeilles, la saleté et les œufs doivent être retirés de la cire avant de pouvoir l'utiliser. La meilleure façon de procéder est de faire bouillir la cire dans de l'eau et de bien remuer pendant que cela bout. Il faut ensuite laisser la casserole refroidir dans un endroit où personne ne la remuera. La cire remonte à la surface et se solidifie alors que les impuretés restent au fond de la casserole. Soulevez le disque de cire et retirez-le. Grattez les impuretés fixées sur le fond du disque de cire.

#### Fabrication des bougies

1. Préparez la tige d'une feuille de papaye ou d'une tige similaire à la longueur désirée.
2. Faites passer un morceau de gros coton ou lin par le cylindre et attachez-le aux deux extrémités en utilisant un morceau de bois. Le fil doit être bien tendu et passer au centre du tube. Si vous n'avez pas de fil de coton, un morceau de tissu

fin et bien tordu (comme une corde) peut être utilisé. Si vous pouvez, faites tremper le fil dans du kérosène avant de l'utiliser, ceci améliore la bougie mais n'est pas strictement nécessaire.

3. Mettez les tubes debout dans le sable ou dans la terre (pour qu'ils ne tombent pas).
4. Faites fondre la cire à feu doux jusqu'à ce qu'elle soit liquide.



5. Versez-la dans les tubes et laissez refroidir les bougies une ou deux heures avant de les toucher.
6. Fendez le tube sur la longueur et retirez doucement la bougie qui est prête à l'emploi.

Vous avez maintenant de la lumière gratuite!

Alternativement, vous pouvez faire fondre une fine couche de cire sur de l'eau et la laisser refroidir puis, lorsqu'elle est encore tiède, la rouler sur un fil de coton sur une surface plane, jusqu'à obtenir la forme d'une bougie.

#### Cire à meubles

La cire d'abeilles est aussi très utile pour cirer les meubles de bois. Ramollissez la cire en la mélangeant avec un peu d'essence de térébenthine ou de kérosène. Faites pénétrer la cire dans le bois en utilisant beaucoup d'énergie musculaire! Faites briller avec un chiffon propre et vous obtenez alors un joli brillant qui protège aussi le bois.



## L'ABC de l'élève auditeur

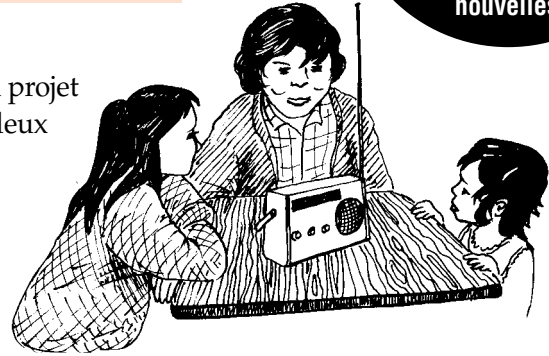
COMMENT PEUT-ON APPRENDRE EN ECOUTANT LA RADIO

par Ross James

Même si vous n'avez pas la chance d'utiliser la radio, ces quelques points vous aideront à réfléchir à la façon de communiquer des informations nouvelles.

SI VOUS UTILISIEZ des programmes radiophoniques dans un projet de développement ou de santé communautaire, lequel de ces deux commentaires d'un auditeur radio aimeriez-vous entendre?

- «Maintenant, je sais quelque chose sur ce sujet» ou bien
- «Maintenant je sais comment changer telle ou telle chose dans ma vie.»



Les meilleurs programmes de radio sont ceux qui donnent des idées en créant «des images mentales» encourageant ceux qui écoutent à agir. Je serais déçu si un auditeur répondait à mon programme radio avec le premier commentaire. Il faut que nous aidions les gens qui nous écoutent à **agir** et non pas seulement à écouter nos programmes de promotion de la santé.

Si votre travail vous donne la possibilité d'utiliser la radio, cet *ABC de l'élève auditeur* peut vous aider à augmenter votre impact. Ces quelques règles prioritaires nous forcent, nous les programmeurs, à apprendre de nos auditeurs et nous pouvons ainsi les aider à agir et pas seulement à écouter. Voici une liste des quelques points à considérer pour tirer parti des avantages de la radio et en minimiser ses faiblesses.

### **A Association**

(Que savent déjà nos auditeurs qui soit associé à l'information nouvelle que nous souhaitons leur communiquer?)

- Améliorez la compréhension en utilisant des mots connus. Lors d'une étude d'entrevue à la radio, le personnel sanitaire utilisait en moyenne un mot difficile ou peu courant toutes les 17 secondes!
- Utilisez les proverbes, les dictons, la poésie ou l'écriture.
- Décrivez des images familières pour produire des images mentales révélatrices. L'idée d'une fleur qui se fane quand elle manque d'eau évoque parfaitement ce qui arrive à un enfant atteint de diarrhée qui se déshydrate si on ne lui donne pas suffisamment à boire.
- Faites entendre par exemple le froissement du papier, le flot de l'eau ou le tintement de la cuiller sur le pichet si vous

expliquez comment préparer la solution pour la réhydratation orale. Rappelez-vous: à la radio nous n'avons que l'oreille de l'auditeur à solliciter. Utilisez donc les silences, les pauses, l'intonation, le volume, le rythme et les bruitages. Il ne s'agit pas seulement de parler. Essayez de donner vie à vos programmes.

■ Arrangez-vous pour que l'auditeur ait le sentiment de sentir, voir, toucher et même goûter.

■ Quelle est l'information dont a besoin l'auditeur aujourd'hui même. Organisez les sujets de vos programmes et faites en sorte qu'ils coïncident avec les événements et les différentes saisons de l'année. On apprend mieux si l'on applique l'information juste au moment où on l'entend, et non pas plusieurs mois après.

### **B Bien crédible**

(Les sources de communication sont-elles crédibles et dignes de confiance?)

- Employez les personnes qui possèdent l'expérience que vous voulez enseigner ou recommander et qui peuvent témoigner.
- Les personnels communautaires de santé et les agents de développement devraient eux-mêmes avoir l'expérience de ce dont ils veulent convaincre les auditeurs. Il faut pouvoir dire «moi-même j'ai fait cela...» pour être convaincant!
- Si vous invitez un expert à participer, demandez-lui de parler de son expérience vécue plutôt que de théories et d'idées générales. Encouragez-le à exprimer ses sentiments.

### **C Changement**

(Vos auditeurs peuvent-ils changer ce qu'ils font dès aujourd'hui en suivant les recommandations?)

- Le produit indiqué peut-il être acheté et combien coûte-t-il? S'il s'agit d'un service, ou d'une facilité comme un centre de vaccination par exemple, est-il ouvert aux heures accessibles à l'auditeur? C'est notre réputation et celle de notre programme radio qui souffriront si les renseignements donnés ne servent à rien.
- Suggérez autre chose aux auditeurs qui n'ont pas la possibilité de faire ce que vous recommandez. Par exemple, s'il leur est impossible d'obtenir des paquets de sels pour la réhydratation orale, dites-leur comment les préparer eux-mêmes à la maison.
- Démontrez que ce que vous dites est possible. Un programmeur s'est arrangé pour qu'un présentateur de radio donne du sang et la prise de sang a été organisée avec l'équipement nécessaire en plein studio, en direct! L'impact d'une telle action a été époustouflant! Les auditeurs «vécurent» ce grand moment à travers la description en direct du présentateur et comprirent en plus que si lui en était capable, eux aussi pouvaient le faire!

### **D Désirable**

(Comment arriver à ce qu'on désire?)

Motivés les auditeurs en leur montrant les bénéfices directs qu'ils peuvent obtenir de l'information s'ils la mettent en application. Une campagne a encouragé les mères à préparer des aliments nutritifs pour leurs enfants, en leur expliquant que les enfants y gagneraient en force pour les aider dans les champs et en concentration à l'école. Les magazines ou les publicités télévisées «vendent» les bienfaits de telle boisson ou

de tel savon. Ces techniques peuvent aussi être utilisées dans le domaine de la santé communautaire et les programmes radiophoniques de développement. Mais prenez garde de les utiliser avec délicatesse.

## E Elargir, Etendre

(Quelles autres voies de communication peuvent porter plus loin le message radio?)

■ Les programmes radio ont besoin du soutien d'autres moyens de communications plus permanents comme la distribution d'informations écrites ou les services d'écoute (Conseils au téléphone ou dans les dispensaires). Renseignez vos auditeurs sur les endroits où ils peuvent obtenir plus de détails.

■ Quelquefois, il vaut mieux adresser ces programmes aux gens qui peuvent influencer les personnes qu'on cherche réellement à atteindre. Par exemple: il sera peut-être plus efficace d'informer les **familles** de ceux qui fument pour qu'**elles** essaient d'influencer leurs proches. De même, on peut encourager l'allaitement maternel en expliquant aux maris des jeunes mères qu'ils peuvent changer leur attitude, et encourager et soutenir leurs femmes qui choisissent d'allaiter leurs bébés.

■ Les auditeurs seront probablement plus prêts à apprendre, changer leur attitude et leur conduite s'ils sont encouragés à bavarder, à discuter de ce qu'ils ont entendu à la radio avec leurs familles ou amis. Encouragez-les à le faire et à agir ensemble.

## F Formule

(Quelle est la meilleure formule pour une situation donnée?)

■ Quels programmes encourageront le mieux ce que vous voulez faire comprendre?

■ Quelles formules de programmation sont les mieux adaptées: entrevues, théâtre, techniques interactives radiophoniques, spots de 60 secondes ou annonces de services publics, histoires d'actualités?

■ Comment les messages-clés qu'on veut faire passer devraient-ils être assemblés pour former des modules d'enseignement?

L'ABC de l'élève-auditeur rassemble les nombreux faits permettant aux programmeurs-radio de mieux connaître leurs auditeurs et les aide à apprendre. N'est-ce pas là le signe d'un bon travail sur le terrain?



### LE MOT DE L'EDITRICE

CE NUMERO rassemble une série d'idées pour aider à travailler ensemble à augmenter les revenus sur une petite échelle. Vous y trouverez de bons conseils pour monter une micro-entreprise, des contacts utiles et de nombreuses initiatives nouvelles. Nous avons essayé de concentrer nos efforts sur les micro-entreprises dont la communauté en général bénéficie, plutôt qu'un individu en particulier. Bien que les premiers articles mettent l'accent sur la production d'objets et d'articles d'artisanat, les principes énoncés sont également valables si l'on choisit de fabriquer des produits alimentaires ou d'offrir un moyen de transport.

Le rapport produit par Hulme et Mosley (page 5) souligne les difficultés que rencontrent les organisations offrant des crédits à ceux dont les ressources sont minimales. Pourtant, en travaillant en groupe, les membres arrivent à mettre en place un filet de sécurité et le succès de l'entreprise devient plausible. Une micro-entreprise devrait utiliser les matériaux disponibles sur place et augmenter leur valeur en les transformant, au lieu de se limiter à l'achat et à la vente.

Un des participants à un atelier de Jacmel (Haïti) s'est étonné que *Pas à Pas* soit gratuit pour les gens qui travaillent au développement. «Que faites-vous alors du message de *Pas à Pas* que la participation est la clé du développement et que chacun doit apporter sa contribution personnelle?» En fait, *Pas à Pas* a un prix: vous pouvez payer votre numéro «en nature», c'est-à-dire soit en partageant l'information qu'il contient avec vos voisins, vos amis, la communauté en général, soit en nous écrivant pour nous raconter vos expériences. **L'information fait la force** et en la partageant vous contribuez à briser les barrières qui isolent les pauvres. Donc, si votre numéro de *Pas à Pas* est là, sur une étagère, à ne rien faire, et n'est lu par personne, donnez-le à quelqu'un d'autre ou annulez votre abonnement et *Pas à Pas* pourra être envoyé à quelqu'un d'autre.

Articles ou argent, toutes vos contributions sont les bienvenues car elles nous permettent de continuer la publication de *Pas à Pas*. Pour le numéro 37, nous recherchons des moyens pour augmenter les revenus des centres de santé. Avez-vous des idées?

*Isabel Carter*

*Le docteur Ross James est conseiller en communications à l'Ecole de Santé Publique de l'Université de Curtin en Australie Occidentale. Il dispense une formation de promotion de la santé par radio à travers toute l'Asie. Son adresse est: 1 Chapel Court, Kingsley, WA 6026, Australie. Fax: + 618-9309 2553. E-mail: rrvjames@health.curtin.edu.au*





## Simple Marketing Skills

Produit par ACCU (Asia/Pacific Cultural Centre pour UNESCO)

Il s'agit d'un livret en bandes dessinées qui considère l'importance des techniques de marketing pour améliorer les revenus d'une entreprise. Facile à lire et utile pour une discussion, il peut aussi être utilisé pour des jeux de rôle. Les pages 8 et 9 de ce numéro sont basées sur un résumé de ce petit livre. Disponible gratuitement en écrivant à ACCU qui publie un grand nombre d'ouvrages utiles aux gens qui viennent juste d'apprendre à lire, y compris une série de croquis à feuilles mobiles intitulée: *Giving education to our daughters for a brighter future.*

ACCU, 6 Fukuromachi  
Shinjuku-ku  
Tokyo 162  
Japon

## Empowerment through Enterprise

par Malcom Harper  
ISBN 1853393320

Ce manuel fournit des lignes directrices pour organiser un cours de formation de onze jours permettant au personnel des ONG d'aider des groupes à lancer leurs propres entreprises. Il couvre le marketing, la gestion financière, les entreprises de groupes, les crédits et le genre. Le manuel coûte 14,95 livres sterling (frais d'envoi compris). Vous pouvez le commander de:

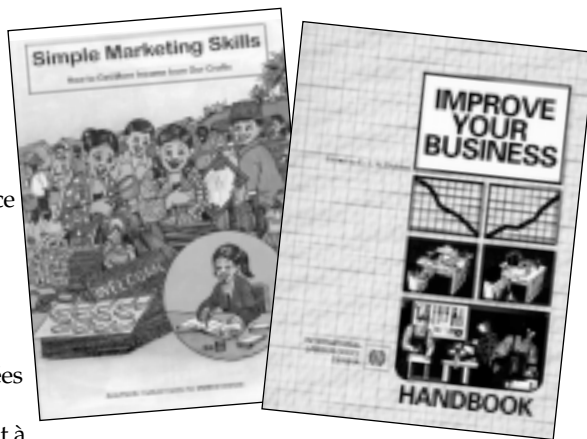
IT Bookshop  
103-105 Southampton Row  
London  
WC1B 4HH  
Royaume-Uni

## Export marketing for a Small Handicraft Business

par E Millard  
ISBN 0 85598 174 1

Publié conjointement par Oxfam et Intermediate Technology, ce livre contient des informations vitales sur la façon d'atteindre et de maintenir le contact avec les clients, de dessiner des produits destinés à l'exportation, d'emballer et de contrôler la qualité et renseigne également sur toutes les formalités et documents nécessaires à l'exportation.

Le livre coûte 11,95 livres sterling (frais d'envoi par surface compris) ou 12,45 livres sterling (voie aérienne). Commandez-le à IT Bookshop (voir plus haut).



## Mieux gérer votre entreprise Manuel et livre d'exercices

Édité par D E N Dickson  
International Labour Office (ILO)  
ISBN 922 205 3400 (3419 pour le livre  
d'exercices; 34427 pour les deux volumes)

C'est un manuel pratique à utiliser et rempli d'informations utiles. Il s'adresse aux petites entreprises et contient huit sections: achat et vente, fabrication, livres de comptes, coûts, marketing, comptabilité, travail de bureau et organisation. Il coûte 8,45 livres sterling (frais d'envoi compris). Il est accompagné d'un livre d'exercices pratiques qui coûte 5,05 livres sterling (envoi compris). Les deux livres existent également en anglais, français et espagnol. Vous pouvez les commander à IT Bookshop (adresse ci-dessus).

ILO fournit également des cours de formation dans de nombreux pays. Demandez des détails à...

ENT/MAN, International Labour Office, 4  
route des Morillons, CH-1211 Genève 27,  
Suisse

## Guidelines to Rational Drug Use

par Fr von Massow, J K Ndele and R Korte  
Publié par Macmillan, TALC, AMREF et GTZ  
ISBN 0333 69922 X

Ce manuel vise à fournir une référence rapide et complète aux docteurs et pharmaciens. Il présente des listes de médicaments utilisés dans le traitement de conditions médicales, les doses recommandées, les médicaments à éviter en cas de grossesse, les effets secondaires possibles, et il fait une étude comparative du coût de chaque médicament. Facile à utiliser, c'est un manuel technique hautement recommandé à tous ceux qui prescrivent des médicaments.

Il coûte 9,65 livres sterling (frais d'envoi par surface compris) ou 10,65 livres sterling (voie aérienne). Veuillez commander de:

TALC  
PO Box 49, St Albans,  
Herts, AL1 5TX  
Royaume-Uni

## Guide Pratique

Le Centre Songhai a produit une nouvelle série de Guides Pratiques qui s'adressent aux agriculteurs des tropiques. Les guides sont bien illustrés et décrivent les phases successives de l'élevage de poissons, l'agriculture viable et le biogaz et ils contiennent de nombreux conseils pratiques. Ils ne sont disponibles qu'en français.

Hilaire Tokplo  
Centre Songhai  
BP 597  
Porto-Novo  
République du Bénin

Fax: +229 22 20 50  
E-mail: songhai.benin@intnet.bj

## Les Coopératives du Rwanda: Réconciliation et Coexistence Pacifique

Le Centre de formation et de recherche coopératives à Kigali au Rwanda a produit ce livret en 1996, suite à une étude faite avec les membres de 19 coopératives comprenant des milliers d'adhérents. Les auteurs ne prétendent pas offrir de solutions mais plutôt une réflexion et des suggestions pouvant aider les lecteurs à réfléchir plus profondément sur ce sujet difficile. En français seulement.

IWACU  
(Centre de Formation et Recherche  
Coopératives)  
BP 1313  
Kigali  
Rwanda

Fax: +250 73309

## Ethique écologique et reconstruction de l'Afrique

Ce livre est un ensemble d'exposés présentés à une conférence en 1997. Leurs titres comprennent «Les défis de l'Afrique», «Dieu veut sauver l'Afrique», «Le rôle de l'Eglise et des ONG dans les Etats africains: responsabilités politiques et écologiques» et «Les Religions africaines et l'écologie». Chaque exposé est résumé au début, le rendant facile à lire. L'introduction parle d'une nouvelle ère d'espoir et de l'aube d'un renouveau spirituel pour l'Afrique, où il faudra analyser clairement ses points forts et ses faiblesses et développer des relations nouvelles.

CIPCRE  
B P 1256  
Bafoussam  
Cameroun

E-mail: cipcre@geod.geonet.de

# Le monde est votre marché!

## Tearcraft

Vous connaissez Tearfund mais avez-vous entendu parler de Tearcraft? C'est le bras commercial de Tearfund qui achète à 30 groupes producteurs d'artisanat dans 15 pays du monde entier. Cette activité vitale témoigne aux pauvres de la Bonne Nouvelle d'une façon pratique. «Parallèle au développement de Tearcraft, son intérêt envers les producteurs qui offrent des salaires équitables, de bonnes conditions de travail et des bénéfices à leurs employés s'est également développé,» rapporte Stephen Thomas, Directeur Commercial.

Tearfund aide les producteurs locaux à adapter les produits d'artisanat local et traditionnel au marché britannique (poterie, tissage et travail du bois). «Nous devons développer de nouveaux produits, créer des marchés nouveaux et être performants au niveau commercial, sans abandonner notre idéal de commerce équitable,» nous explique Elgin Saha, Directeur de HEED Artisanat au Bangladesh.

Les produits de Tearcraft sont vendus au Royaume-Uni et en Irlande sur catalogue. Contactez Trading Team à Tearfund (adresse en dernière page).

Fax: +44 181 943 3594

E-mail: [trading@tearfund.dircon.co.uk](mailto:trading@tearfund.dircon.co.uk)

## Ten Thousand Villages

Les marchés équitables «Ten Thousand Villages», en Amérique du Nord, fournissent des revenus équitables aux habitants du Tiers Monde dans plus de 30 pays. Ce programme non-lucratif est organisé par le Comité Central Mennonite qui a plus de 50 ans d'expérience parmi les groupes pratiquant la micro-entreprise.

Rakesh est le fondateur et le directeur de Archana Handicrafts en Inde qui représente le plus important groupe au niveau des ventes. *Archana* veut dire *une chose vraie et belle* en Sanskrit. C'est une entreprise privée qui s'est engagée à aider les Indiens. Elle les encourage à développer et à vendre leur artisanat traditionnel. Elle veut le bien-être de ses ouvriers et les aide à gérer leur situation financière, dessiner, se former et s'organiser.

Rakesh croit fermement à l'étude d'une situation locale et à la découverte des façons de travailler, puis au développement des ateliers familiaux plutôt que de s'installer comme une grande «usine». Selon Rakesh, faire les choses à petite échelle encourage les familles à rester dans leurs foyers traditionnels, à avoir plus de flexibilité dans leur travail, à maintenir leurs responsabilités familiales et à atteindre leur objectif principal qui consiste à améliorer leur maison. «Même si les changements sont lents, ils leur appartiennent.» Rakesh dit souvent à ses ouvriers: «Si vous fabriquez un bon produit et apprenez à être bon commerçant, les gens viendront vers vous; vous n'avez pas besoin d'aller dans les grandes villes.» Alors qu'une deuxième génération d'artisans vient se joindre aux ateliers, Rakesh voit les résultats du maintien de la fabrication de produits artisanaux au village. «Voyez, dit-il, la récompense est là, ces gens qui ont travaillé chez eux voient maintenant la génération suivante s'installer ici. Ils n'ont pas couru chercher du travail dans les grandes villes, ce qui est généralement désespérant!»

*Contribution de Larry Guengerich, Coordinateur des Médias pour Ten Thousand Villages.*

*Archana Handicrafts, 704 Main St, PO Box 500, Akron PA 17501-0500, Etats-Unis.*

*Fax: (011) 91-11-301-2845 E-mail: [lrg@mcc.org](mailto:lrg@mcc.org)*

**Voici quelques autres contacts utiles pour ceux qui souhaitent vendre leurs produits à l'étranger.**

**CBC fournit renseignements et formation, et établit des accords commerciaux avec dix pays à travers le monde.**

*The Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries (CBC)  
PO Box 30009  
3001 DA Rotterdam  
Pays Bas*

*Fax: +31 10 4114081*

*Traidcraft Exchange  
Kingsway  
Gateshead  
Tyne and Wear  
NE11 ONE  
Royaume Uni*

*Fax: +44 191 4822690*

## ETUDE BIBLIQUE

### L'industrie artisanale

par Milton Espinel

TOUTES LES FAMILLES veulent la prospérité et le progrès. On peut beaucoup apprendre de l'exemple de la famille dans Proverbes 31:10-31.

**Préparation** Etre récompensé pour un travail honnête est un principe biblique (verset 11). On a besoin de matières premières (verset 13), de main-d'œuvre (dans ce cas son propre travail), de savoir ce qu'on doit produire (dans ce cas des vêtements de lin). Vendre les produits (versets 14, 24) peut s'avérer difficile; il faut peut-être aller loin pour trouver de bons clients.

**Réinvestir les bénéfices** Au verset 16, nous lisons comment son travail lui procure des bénéfices qu'elle réinvestit astucieusement en achetant terres et vignobles. Cela veut dire que la main-d'œuvre devra augmenter pour produire et gagner davantage. Elle cherche des

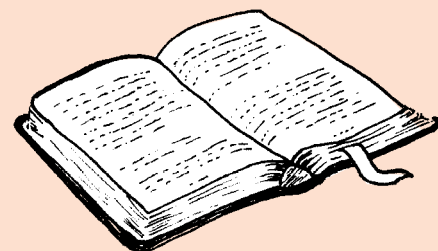
façons de développer son commerce. Au verset 19, elle commence à filer la laine.

**Gestion** Le verset 18 suggère qu'elle contrôle et gère bien son affaire.

**Production** Que pensent ses clients de son travail et de sa qualité? (versets 11, 25, 28, 29) Quels sont les résultats pratiques de son travail commercial? (versets 16, 19, 22, 24, 25)

### Questions pour une discussion

- *Quelle place occupe l'enseignement de Dieu dans une petite entreprise (verset 30)?*
- *Que devrait-on faire des bénéfices (versets 16, 20)?*
- *Comment travaille-t-elle?*
- *Comment la considèrent ceux qui l'entourent?*



Cette femme est un exemple prouvant que chacun peut gérer une petite entreprise avec succès; elle est travailleuse, c'est une femme d'affaires lucide qui génère des bénéfices pour son mari et sa famille. En lisant tous les articles de ce numéro, nous voyons qu'elle a mis en pratique toutes leurs recommandations!

*Milton Espinel est coordinateur d'éducation avec Alfalit, Apdo 3577, Cali, Colombie. Ce texte biblique a été très encourageant pour tous ceux avec lesquels il l'a partagé.*



# Avez-vous apporté un doko vide?

par Martha Carlough

L'ANNÉE DERNIERE, les agents de santé communautaire du projet sanitaire Okhaldhunga au Népal, organisé par la United Mission to Nepal, a commencé un travail nouveau dans quatre villages. Ces villages avaient été choisis avec soin suivant l'équilibre entre les besoins et les ressources des communautés.

### Qu'offrions-nous?

Pendant une période de neuf mois nous avons investi notre temps et nos efforts à mieux connaître les communautés en utilisant des méthodes d'appréciation de participation rurale (APR). De petites équipes travaillaient dans chaque village, préparaient des cartes des ressources, plaçant les besoins selon un ordre prioritaire, questionnant les villageois et établissant des relations amicales avec la communauté. Nous avons obtenu beaucoup de renseignements, aidé les villageois à reconnaître leurs propres forces. Les membres de la communauté semblaient prêts à travailler avec nous avec enthousiasme. Pourtant, alors que j'écoutais à une cérémonie de clôture les résultats APR que l'on partageait avec la communauté, une femme du village m'a demandé pourquoi nous étions venus dans son village avec un *doko* vide... Etions-nous venus, comme tous les autres qui avaient fait des sondages aux environs, simplement remplir nos propres paniers et nos cahiers? En fait, qu'étions-nous venus faire? Qu'avions-nous à offrir qui pourrait changer quelque chose au village et pourquoi n'avions nous pas annoncé clairement dès le début ce que nous voulions faire?

### Que voulions-nous?

Fidèles aux principes de base de APR, notre personnel s'était efforcé de ne pas décider lui-même des priorités ni de la planification. Nous avons écouté les voix de la communauté, rassemblé les renseignements et organisé les idées. Mais en faisant tout cela nous n'avions pas expliqué clairement ce que nous étions prêts à faire, et ce qu'une relation future entre les agents de santé communautaire et les villageois pourrait être. Nous avons apporté un *doko* vide. La participation est bien plus qu'un ensemble d'outils ou un processus démocratique donnant du pouvoir. La participation, c'est le partenariat. Nous venons tous avec un ordre



Un doko est le panier typique népalais.

du jour à annoncer clairement, à discuter, et nous devons être ouverts au changement alors que nos mains se joignent à celles des communautés.

L'appréciation de participation rurale est devenue un ingrédient important du travail de développement dans bien des domaines. Il fait signe que le travail se fait «de bas en haut», qu'il est démocratique et donne le pouvoir aux communautés. Mais le programme est encore souvent organisé hors des communautés et APR sert à soulever des espoirs qui ne pourront jamais être atteints étant donné les limites budgétaires et le manque de personnel dans notre travail.

### L'ordre du jour de Jésus

En tant que chrétiens œuvrant dans le domaine du développement, nous avons un ordre du jour. Nous ne pouvons pas dire

le contraire. Jésus avait un ordre du jour lorsqu'il rencontrait les foules. Il connaissait leurs besoins et il allait droit au but: il les guérissait, leur donnait à manger et à boire, les conseillait personnellement de ses mots sages, mais son ordre du jour ultime était leur salut éternel. Jésus pratiquait APR alors qu'il encourageait les gens à reconnaître leurs besoins et leurs dons et à se joindre à lui. Il diagnostiquait la communauté et déterminait où et quand sa parole serait la mieux reçue et mise en pratique: au marché, à la synagogue ou au bord d'un lac. Il n'offrait pas un *doko* vide et c'est ce que nous ne devrions pas faire non plus. Nous devrions suivre son exemple, en pratiquant la transparence quant à nos objectifs et ce que nous avons à offrir. Notre défi, en tant que chrétiens impliqués dans la santé et le

développement et œuvrant avec la participation de la communauté, est d'être clairs sur ce que nous croyons et pouvons offrir, en même temps que nous répondons aux besoins, identifions les points forts des communautés et entrons en partenariat avec elles pour des changements durables.

*Martha Carlough est directrice du Projet de Santé Okhaldhunga. Son adresse est: United Mission to Nepal, PO Box 126, Kathmandu, Népal.*

**Publié par:** Tearfund, 100 Church Rd, Teddington, TW11 8QE, Royaume Uni

**Editrice:** Isabel Carter, 83 Market Place, South Cave, Brough, East Yorkshire, HU15 2AS, Royaume Uni

**TEARFUND**

