

**COMPTE-RENDU
FORMATION AUX ACTIVITÉS GÉNÉRATRICES DE REVENUS
SOUSSE DU 6 AU 9 OCTOBRE 2017**



SOMMAIRE

Résumé	p 3
Description du projet.....	p 4
Déroulement de la formation.....	p 6
1^{er} jour :	
Réunion avec les partenaires et cadres associatifs, descriptif des activités	
2^{ème} jour :	
Qu'est-ce que c'est qu'une activité génératrice de revenus ?	
Choix et fonctionnement (présentation théorique).....	p 7-12
Le marketing social en matière des AGR.....	p 13
Bilan dans une AGR.....	p 15
3^{ème} jour :	
Présentation et analyse collective des trois projets :	
Rappel calcul de coût de revient.....	p 16
Les besoins qu'ils entraînent (identification), leur cheminement dans le temps, les ressources et obstacles.....	p 17-20
Présentation de l'analyse stratégique d'un projet, produit... par la méthode SWOT	P 21-22
Récapitulatif des projets validés par la session de formation au cours des 3 journées.....	p 23
Présentation de la charte AREMDTS du tourisme solidaire	p 24-25
Présentation du concept Genre.....	p 26-27
Visite de la ferme pédagogique et gastronomique d'un partenaire pour tester le repas et le cadre.....	p 28
Bilan des fiches d'évaluation des participant-es.....	p 29



RESUMÉ

La formation organisée à Sousse à l'initiative du FORUM FEMMES MEDITERRANEE et de WE LOVE SOUSSE avec le soutien du CAWTAR a réuni 15 bénéficiaires dont 2 restaurateurs, 1 propriétaire de chambres d'hôte, 5 artisanes, 1 producteur de « Bpissa » (produit alimentaire valorisant le bien être et la santé), des bénévoles d'associations et des jeunes femmes en quête d'emploi. Elle s'est déroulée dans les locaux de la chambre d'hôte « DAR OMI » au sous sol ; la pièce attenante ayant servi de lieu d'exposition pour les artisanes.

Après avoir présenté les activités génératrices de revenu et les 3 secteurs tourisme/ Chambre d'hôtes/ artisanat,

Après avoir appris à calculer le coût d'un produit, après avoir testé la méthode SWOT sur 4 projets (La ville de Jammal, l'artisanat, les chemins de la spiritualité, la route des fleurs) les bénéficiaires ont pu se régaler avec les repas gastronomiques de 3 participants partenaires touristiques : la maison d'hôte « Dar Omi », le restaurant « Artisan Hergla » et la ferme gastronomique.

Les produits artisanaux ont également été testés et vendus le dimanche matin.

Mention particulière pour l'artiste Chelly HOUDA qui réalise des tableaux de grande valeur avec des techniques originales et beaucoup de couleurs.

Les produits du terroir comme les olives, la bpissa ont été goûtés et une réflexion a débuté sur la présentation des produits et leur commercialisation. Des liens d'échange et d'amitié ont aussi été créés. Des projets d'activités génératrices de revenus ont été envisagés.

WE LOVE SOUSSE et SOUSSE DEMAIN veilleront à la concrétisation des 9 activités définies en partenariat avec le CAWTAR et le FORUM FEMMES MEDITERRANEE

LISTE DES PARTICIPANTS	
NOM/PRÉNOM	INSTITUTION
Amelle Homrani	WE LOVE SOUSSE
Amri Soumaya	KHADIJA TRADITIONNEL
Anis Boufrikha	WE LOVE SOUSSE
Bakkor Bannour	RESTAURANT ARTISAN ERGLA
Ben Hassine Wided	SOUSSE DEMAIN
Chelly Houda	ARTISTE-PEINTRE ET BRODEUSE
Fayçal Labayed	SOUSSE DEMAIN
Hajer Hamzaoui	SOUSSE DEMAIN
Hanen Jrad	WE LOVE SOUSSE
Meliane Lamia	VOIX DE LA FEMMES JEMMEL
Meriem Jerbi	CAWTAR
Rabaa El Kelfi - Dali	DAR OMI (MAISON D'HÔTE)
Sfar Sadok	SENYA MAHDIA
Trabelsi Rawia	ASSOCIATION LES MAINS D'OR DES ARTISANES ET ARTISANS
Zahour Ben Amar	RESTAURANT ARTISAN HERGLA

Le projet répond aux besoins **d'égalité, d'automatisation, d'émancipation et de renforcement du rôle des femmes** et s'inscrit dans les axes de la FONDATION SYNDEX : intégrité, solidarité et autonomie sont au cœur de nos valeurs et nos pratiques.

Depuis 23 ans, nos activités concernent la solidarité internationale, l'émancipation des femmes par le travail, leur visibilité dans l'espace public et la reconnaissance de leur créativité. Notre projet d'AGR dans le tourisme solidaire s'inscrit dans la lignée du commerce équitable et implique que:

- Les femmes et les jeunes reçoivent des formations.
- Les AGR soient déclarées.
- Les personnes perçoivent une juste rémunération
- Le travail des enfants soit proscrit.
- Les ressources naturelles du village soient respectées et protégées.
- Les bénéfices générés par l'activité touristique permettent de financer des projets de développement local.

Dans chaque ville entre **15 et 20 femmes seront concernées** avec un objectif total de 10 femmes ayant créé leur activité génératrice de revenus. Il devrait permettre d'associer également deux à trois personnes par gîtes et/ou activités.

Le public bénéficiaire de l'action :

Des femmes victimes de violence ou en grande précarité économique et sociale, des femmes désireuses de créer leur propre emploi, ayant déjà identifié leur secteur d'activité mais n'ayant pas de formation dans le domaine de l'économie, la gestion d'entreprise. Le projet s'adresse également à des membres d'organisations féminines et/ou culturelles impliquées dans des activités de développement.

DESCRIPTION DU PROJET

1) Enquête préalable, mobilisation des partenaires, identification des besoins, recherche des formateurs, sélection des participantes

Afin de mener au mieux les activités de formations et de suivi, les membres du FFM chargées du projet iront sur place pour rencontrer les responsables des associations et discuter avec elles le déroulement du projet, les points forts et faibles, les précautions à prendre et sa faisabilité.

Chaque association partenaire, responsable du projet sur place devra désigner une personne qui suivra les entrepreneuses dans le montage et la conduite du projet. Cette personne sera à la fois une référence pour la gestion économique et administrative ; elle devra aussi s'assurer que les femmes puissent librement choisir de l'utilisation de leur argent et avoir le contrôle de leur projet sans que la famille et/ou mari deviennent un obstacle.

Des prestations de services sont envisagées pour rétribuer ce travail demandé et pouvoir bénéficier de personnes compétentes et expertes dans ces domaines ; le tarif appliqué sera celui du marché local. Il sera donc nécessaire que l'association partenaire informe les familles des femmes de leur projet et s'assure de leur liberté d'action des nouvelles entrepreneuses.

2) **Organiser deux sessions de formation de 3 jours chacune.**

L'une en octobre 2017 : une session de niveau débutant :

- Sessions de remise a niveau dans la gestion du projet : comptabilité, calcul du prix d'un produit, vente, commercialisation des produits, étude de faisabilité, principes de marketing, sources de crédit...
- Activités de coaching pour donner aux femmes confiance dans leurs capacités, « renforcement du pouvoir », « acquisition d'un droit à la parole et à la reconnaissance sociale », « autonomisation ».

L'autre en janvier 2018 : une deuxième de niveau avancée qui permettra de reprendre toutes les notions de la première session, d'étudier les difficultés rencontrées et les stratégies à mettre en place.

Les formations alterneront de moments d'échange théorique et pratiques.

Organiser en complément des sessions de 3 jours chacune adaptées aux 3 secteurs d'activités identifiées, correspondant chacun a un créneau différent, regroupant dix femmes au maximum.

1. Le secteur du tourisme solidaire : gîte ou chambres d'hôte.
2. Le bien-être et les produits de beauté et de sante a base de plantes, (huiles, savons, tisane).
3. Le secteur de la restauration a domicile (traiteur et livraison de repas, de gâteaux).

Les participantes, ayant choisi le même secteur d'activité, se rendront au lieu du stage correspondant à leur projet. Leurs frais d'hébergement et de restauration pour toutes les sessions de formation sont pris en compte dans le budget.

DEROULEMENT DE LA FORMATION SOUSSE DU 6 AU 9 OCTOBRE 2017

VENDREDI 6 OCTOBRE

15h : réunion avec les partenaires, cadres associatifs et bénéficiaires

1. rappel des objectifs du projet et présentation des participants
2. validation des documents de la formation :

3 secteurs ont été identifiés correspondant chacun à un créneau d'activités différent :

- a. Le tourisme solidaire
- b. Le bien-être et les produits de beauté et de santé à base de plantes, (huiles, savons, artisanale, bsisa)
- c. Le secteur de l'artisanat



DEFINITION DU TOURISME SOLIDAIRE

Différentes terminologies ont émergées pour définir ce type de tourisme alternatif par rapport au tourisme de masse, dont : Tourisme « responsable », « solidaire », « durable », « équitable », « communautaire », « écotourisme ». La dénomination choisie par la majorité des acteurs est « tourisme responsable et solidaire ».

Le Tourisme responsable et solidaire regroupe les formes de tourisme qui mettent au centre du voyage l'homme et la rencontre et qui s'inscrivent dans une logique de développement durable des territoires.

La finalité du Tourisme responsable et solidaire est d'amener le touriste à une forme de solidarité concrète avec les populations visitées et que les retombées économiques bénéficient en majorité directement à la population visitée. Ce qui implique principalement de réduire les intermédiaires entre les voyageurs et les populations.

Ce type de tourisme peut prendre plusieurs aspects, comme par exemple le soutien à un projet de développement, et il s'inscrit dans la durée, garante de l'accomplissement et de la pérennité des actions de solidarité. Dans cette démarche, il est plus fréquent de trouver le terme de « voyageur » à la place du terme de « touriste ».

Un voyage solidaire est avant tout une opportunité de découvrir un pays, sa culture et ses populations. Le voyage solidaire est aussi un choix de vacances « différent », dans un esprit

de rencontre et d'ouverture. Cependant, il faut tenir compte du fait que le voyageur, s'il est en vacances, a sûrement aussi besoin de se reposer et de se ressourcer. C'est pourquoi, le voyage solidaire doit être un juste équilibre entre action de solidarité, repos et découverte.

La démarche du tourisme solidaire requiert donc certaines conditions :

- L'implication et participation volontaire des populations d'accueil permettant maîtrise et durabilité de la démarche;
- L'autonomie ou la forte implication des partenaires locaux pour l'organisation des voyages et séjours sur place ;
- La répartition équitable des bénéfices générés par l'activité;
- La capacité à engager des partenariats avec des partenaires sensibles aux démarches et valeurs proposées;
- L'information et la sensibilisation des voyageurs aux principes de la démarche et aux valeurs culturelles des communautés d'accueil;
- Des opportunités de rencontre avec les populations locales : visites à des associations, activités culturelles, logement chez l'habitant, séjours d'immersion ;
- La prise en compte des problématiques environnementales : gestion des déchets, préservation des ressources naturelles, etc.

SAMEDI 7 OCTOBRE

10h : début de la formation :

QU'EST-CE QUE C'EST QU'UNE ACTIVITE GENERATRICE DE REVENUS ?

Une AGR est une activité qui consiste à produire des biens ou des services et/ou à transformer des produits en vue de les vendre.

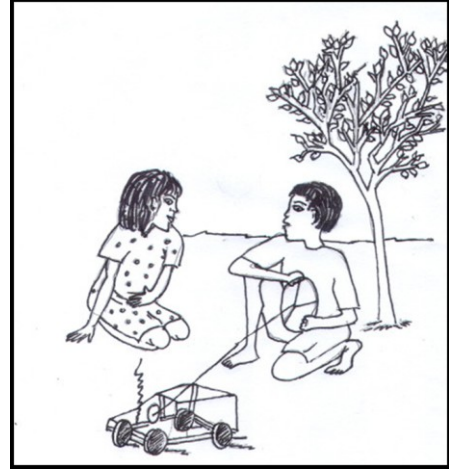
Ces activités tirent leur revenu du marché et obéissent donc à la loi de l'offre et de la demande.

Les AGR, en tant qu'activités économiques obéissant aux lois du marché, doivent être rentables et pérennes quel que soit leur lieu d'exercice (milieu rural ou urbain).

اقدم لكم خديجة
إنها تسكن بحي سيدي
موسى بسلا
في هذا الوقت خديجة
مضطربة
لماذا مضطربة برأيكم؟



خديجة مضطربة و قلقة
من أجل أبنائها, لأنها
تريد لهم التمدرس , لكن
ليس لها مدخول لشراء
لوازم المدرسة



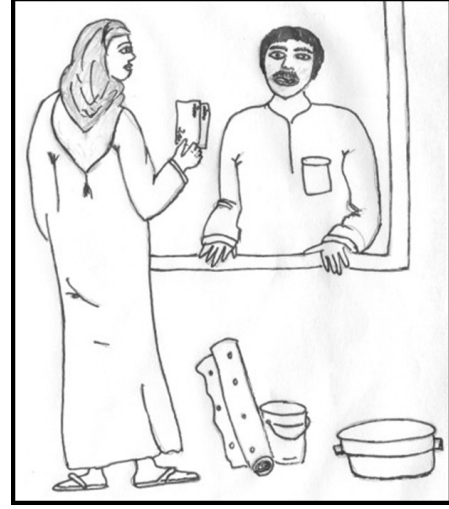
لدى خديجة فكرة:
إنها تدخر
400.00 درهم,
بهذا المال قررت
خلق مشروع
صغير لرفع
عائداتها المالية



خديجة فكرت في
خياطة ثلاثة سراويل
في الأسبوع , تضمن أنها
ستبيع للسروال الواحد
بمائة درهم, إذن يبيع
ثلاثة سراويل سوف
تصل إلى مبلغ ثلاثة
مائة درهم في الأسبوع
الواحد
إنها سعيدة بالفكرة



في اليوم التالي ذهبت
إلى أحمد بائعا بمحل
للثوب, اشترت كل ما
يلزمها لخياطة
السراويل, فاندشت
لغلاء اللوازم لأنها
كانت تريد الإحتفاض
بالنصف.



خلال الأسبوع الواحد نجحت بالفكرة خياطة ثلاثة سراويل
ماذا تظنون برأيكم ؟

لقد أمضت اليوم
كله في السوق,
الناس يساومون
كثيرا, لكنها نجحت
ببيع سراويلين
بثمانين درهم
للواد.



• ماهي ملاحظتكم حول خديجة, بالطبع فهي غير راضية على هذه النتيجة؟

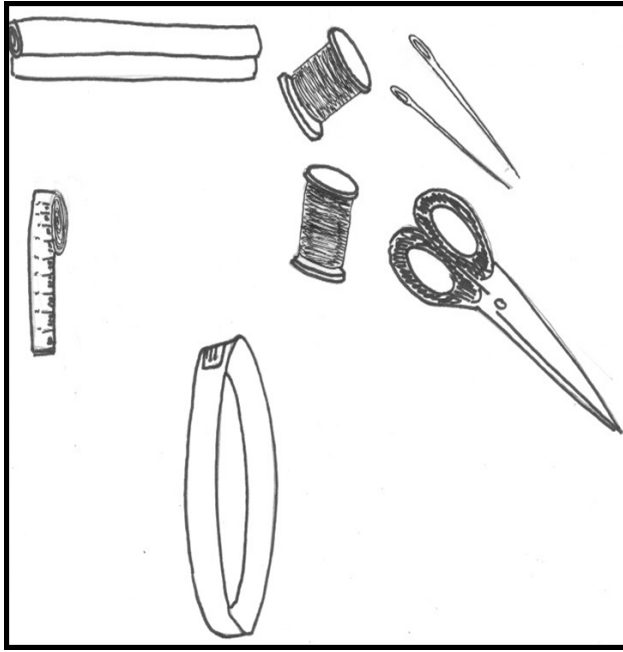
• في رأيكم ماذا كان عليها أن تفعل لتفادي هذه النتيجة ؟

قررت أن لا
تترك هذا
المشروع و طلبت
نصائح من أناس
يعرفون في هذا
المجال



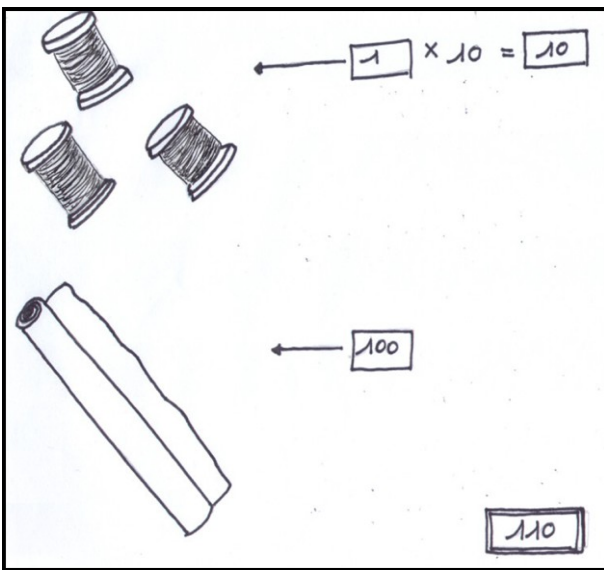
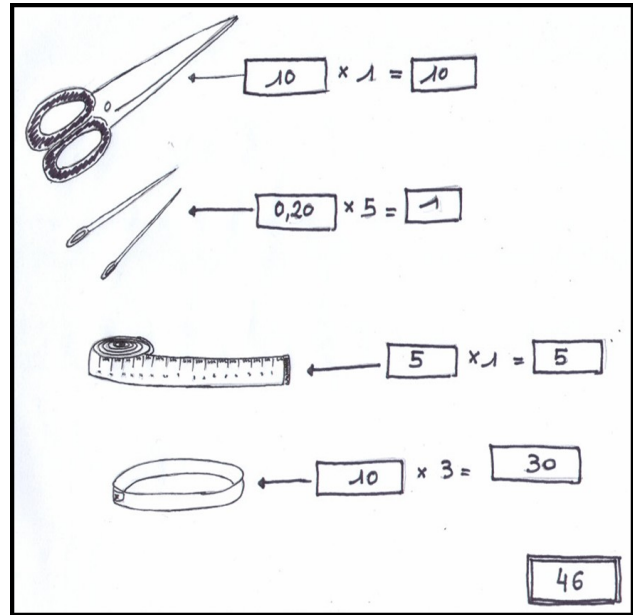
قررت إنن طرز مناديل, لأنه
لا يوجد أحد ما ينافسها في
هذا المشروع بالمنطقة,
خديجة تتقن حرفة التطريز
الذي علمته لها أمها عندما
كانت صغيرة.



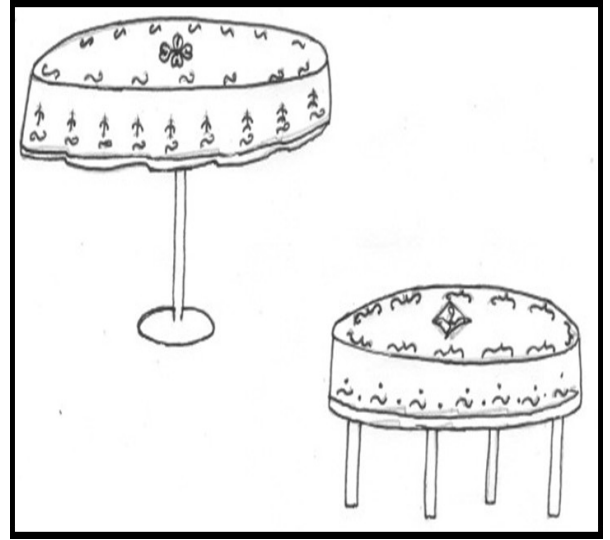
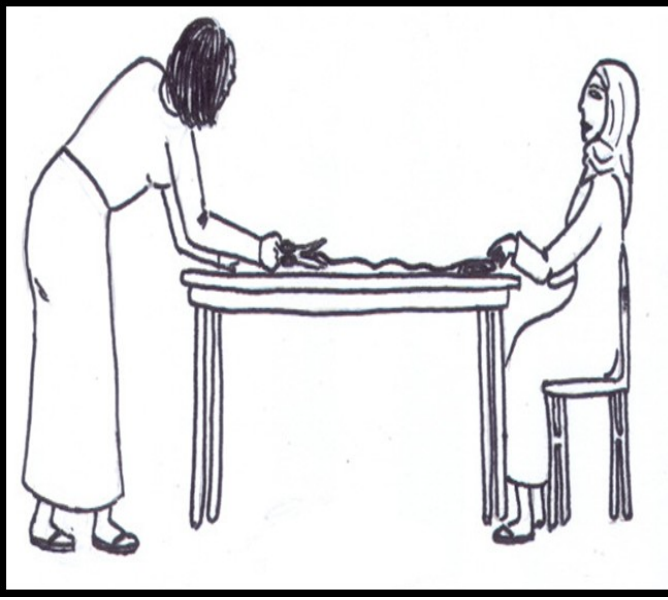


بدأت خديجة
 بالتخطيط لمصاريفها،
 وهي في حيرة من
 أمرها بإعادة التفكير
 في اقتناء لوازم أولية
 بطريقة معقنة: كم
 سيكفيها لشراء لوازم
 أولية لتطريز
 منتجاتها (مقص،
 متر، إبرة.....)

تقييم احتياجاتها لتطريز المنديل



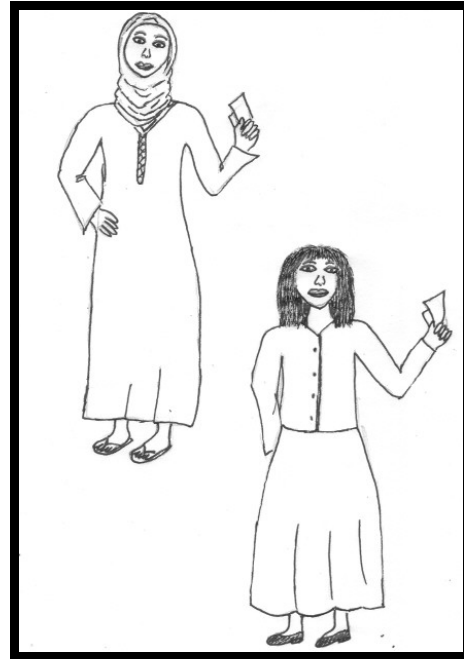
تقييم احتياجاتها لتطريز المنديل



بعد تقييم المصاريف. جاء دور تقييم

- كم ستربح خديجة و أختها للبدء في المشروع ؟
- كم من منديل يجب عليهم بيعه لسد استثمارهم و ادخار الأرباح ؟

يجب في كل وقت
العقلنة والتخطيط
في حياتنا العملية
لحساب المصاريف
يجب أن نكون على
علم بسوق
المنافسة وتقييم
الأئمة



11h00-13h00 : Travail en groupe sur projets identifiés avec prémisses d'une étude de faisabilité et début d'une opération Marketing

Marketing stratégique : (connaître la cible, connaître son environnement)

Analyse (Où en sommes-nous maintenant ?)

Stratégie (Que voulons-nous obtenir ?)

Marketing opérationnel : (s'adapter aux besoins des clients)

Tactique (Comment y parvenir ?)

Évaluation (Sommes-nous parvenu à nos fins)



LE MARKETING SOCIAL EN MATIERE DES AGR

EN SUIVANT LA FORMULE : DES 4P: (POSITIONNEMENT, PRODUIT, PRIX, PROMOTION)

Positionnement (Ressources, Opportunités, Compétences)

Produit (Approche, Besoin, comportement des Clients, Demande)

Prix (Concurrence, Offre, Qualité)

Promotion (Publicité, Distribution, techniques de Vente)

POSITIONNEMENT

A fin de voir les premières idées concernant le positionnement et le choix du domaine d'activité de l'AGR:

1. **Ressources** : Diagnostic participatif des ressources existantes, potentielles et à valoriser
2. **Opportunités** : Diagnostic participatif des opportunités

PRODUIT

Pour avoir plus de visibilité concernant la conception du produit:

Approche : Choisir l'approche à utiliser pour se tailler une position dans le marché. :

1. répondre à la question suivante : Comment les autres ont fait pour s'installer?
2. Comment nous pouvons faire pour s'installer ?

Besoin : Diagnostic participatif des besoins relatifs à l'AGR choisie,

Clients : Diagnostic participatif des comportements des clients actuels et potentiels,

Demande : Diagnostic participatif de la demande réelle actuelle et prévisible.

(NB : que la demande diffère du besoin)

Exemple : la plus part des étudiants ont besoin de scooters mais il y a une faible proportion d'entre eux qui a la capacité de satisfaire ce besoin : c'est un problème de pouvoir d'achat ou de solvabilité.

PRIX

Nous pouvons déterminer le prix en fonction de la qualité, le prix des concurrents et les coûts de production, marge bénéficiaire,

Concurrence : Diagnostic participatif des concurrents actuels et potentiels dans le domaine ou gamme de produit objet de l'AGR.

PROMOTION

Afin de mieux promouvoir les produits de l'AGR, nous pouvons adapter les mesures d'accompagnement et d'appui:

Publicité : Élaborer une stratégie collective pour faire connaître le produit des AGR (organisation de foire, Moussem, visites d'échanges,...)

Distribution : Choisir le type de distribution, les points de vente,... Pour toucher plus de clients.

Vente : Organiser et adopter les techniques de vente adaptée au contexte

ETUDE ECONOMIQUE DES AGR

Recette après une période donnée (année, semestre, mois...)

Différentes charges afférentes:

1. Coût d'investissement.
2. Coût de fonctionnement

Coût D'investissement:

Désignation	Coût unitaire	Coût total
1- Matériel		
2- Intrants		
3- formation		
Total		

FACTEURS DE VIABILITE DE L'AGR

Facteurs positifs.

Facteurs négatifs (risques ou obstacles).

Deux questions fondamentales s'imposent :

- La façon dont les populations compte s'y prendre pour atteindre l'objectif escompté.
- Quels sont les problèmes qui peuvent se poser pour la réalisation et la viabilité de l'AGR.

LE BILAN

Pour fonctionner, toute entreprise doit disposer d'un ensemble de **Ressources** (Les capitaux propres, Les emprunts, Les dettes envers les fournisseurs).

Grâce à ces Ressources, l'entreprise va effectuer des **emplois** (dépenses) (Les constructions, le matériel, le mobilier de bureau, Les stocks de matières premières, les disponibilités en caisse et banque).

Le Bilan regroupe l'ensemble des ressources et des emplois.

DEFINITION DU BILAN

Tableau représentatif de la **Situation Patrimoniale** d'une entreprise à une date donnée.

Il comporte deux colonnes :

1. La colonne droite s'appelle **Passif (Ressources)**
2. et la colonne gauche est appelée **Actif (Emplois)**

LE PASSIF DU BILAN : LES RESSOURCES

Les ressources peuvent avoir une triple origine :

Les ressources fournies par l'exploitant : **Capital**

Les ressources fournies par des tiers (Fournisseurs, banque): **Dettes**

Les ressources créées par l'entreprise elle-même : **Profits**

L'ACTIF DU BILAN : LES EMPLOIS

L'actif montre comment à une date donnée sont utilisées les ressources indiquées dans le passif : il exprime l'emploi qui a été fait des ressources

Les emplois figurant à l'actif sont de deux ordres :

Les uns, restent longtemps à la disposition de l'entreprise dans leur état d'acquisition (constructions, matériels...);

D'autres éléments, au contraire, changent rapidement et justifient même l'existence de l'entreprise : Les marchandises par leur **vente** sont transformées **en créance sur les clients, en espèces en caisse ou avoirs en banque.**

Ceux-ci serviront ensuite à acheter des marchandises et ainsi de suite.

L'EGALITE ACTIF = PASSIF

Le bilan doit être équilibré par construction. A tout moment dans l'entreprise, le total des ressources est égal au total des emplois.

- **Nous avons diné au restaurant « Hergla » et avons testé un partenaire touristique**
-

DIMANCHE 8 OCTOBRE

9h30-10h30: La journée commence par un test des produits des 5 artisanes et vérification du coût et de la qualité des produits.

Rappel calcul de coût de revient

CALCUL DU COUT DE REVIENT AU PRIX DE VENTE



LES 4 ETAPES DE LA DETERMINATION DU COUT DE REVIENT ET LE PRIX DE VENTE

COUT DE PRODUCTION

- A: Matière première
- B: Coût du travail
- C: Frais généraux ou coûts directs
- D: coûts directs et coûts indirects
- E: Coût total des produits

Résultat ou Bénéfice

Coût de distribution

Déterminer le prix du marché

Équilibrer le prix de votre produit à celui du marché

Pourquoi apprendre à calculer un coût de revient ?

Ce module va vous permettre de vous familiariser avec les méthodes de calcul du coût de revient de votre produit pour vous permettre de maîtriser votre prix de vente.

Plus spécifiquement, ce module permettra aux artisanes d'acquérir les connaissances qui les aideront à :

- contrôler les coûts de production des produits;
- évaluer la rentabilité des produits;
- déterminer le prix de vente des produits.

Pourquoi cette formation est importante?

Déterminer concrètement le coût et le prix de vente d'un produit peut faire la différence entre un bénéfice et perte d'argent.

La détermination du coût et du prix de vente est une compétence nécessaire pour gérer une

entreprise artisanat avec succès.

Elle est utilisée pour développer les ventes, calculer le volume des ventes et votre gain

Savoir Calculer vos coûts avec précision et déterminer votre prix de vente convenable pour vos produits vous permettra de :

- Couvrir vos frais de production
- Vendre en quantité suffisante pour faire un bénéfice.
- **Exercice** : comment déterminer les étapes des coûts et du prix vente, sachant que vous respecter la hiérarchie des coûts ?

Déterminer le coût de production de votre produit (travail- matière première, frais généraux)

1. Déterminer les coûts de distribution
2. Déterminer ce que le marché paiera
3. Équilibrer vos coûts avec le prix du marché

Étape 1: Déterminer le coût de production de votre produit

$$\begin{aligned} & \text{Coût de production} \\ & = \\ & \text{Matière premières} \\ & + \\ & \text{Travail} \\ & + \\ & \text{Frais généraux} \end{aligned}$$

Matière première :

Faire une liste de toutes les matières premières ayant servi à la fabrication de votre produit. Ne pas oublier d'inclure Toutes les composantes de votre produit Exemple :

- Fil
- Ornaments
- Couleur
- Colle
- Vernis
- Bouton
- Fermeture éclair

A ne pas oublier

Lorsque vous calculez le coût de votre matière première, n'oubliez pas qu'une petite partie est gaspillée pendant la fabrication:

Exemple:

- Les chutes de tissu
- Les chutes de laine

Ces coûts de ces matériaux perdus doivent être inclus dans le calcul de votre produit

Souad veut calculer le coût de fabrication d'un coussin

Le prix de la matière première par coussin est:

1. **Tissu : 50 Dh**
2. **Fil : 5 Dh**
3. **Matière de rembourrage : 2 Dh**
4. **Ornement : 3 Dh**
5. **Fermeture éclair : 3 Dh**

Elle coud aussi une petite étiquette sur chaque coussin qui coûte 50cts la pièce et emballe chaque coussin dans un sac en plastique pour l'empêcher de se salir. Chaque sac de lastique coûte 25 cts

LE COUT DU TRAVAIL :

Le travail est le temps nécessaire pour vous de fabriquer le produit

Pour calculer le coût du travail nécessaire à la fabrication de votre produit, multipliez le temps passé à la fabrication par le taux horaire désiré

Coût du travail = Temps mis pour la production X taux horaire désiré.

Le taux horaire désiré est un salaire horaire qui vous permettra de couvrir toutes vos dépenses normales d'existence (et celles de votre famille)

Exemple : 2000 DH par mois / 26 jours/8 heures = 9, 62 Dh par heure

Attention compter le temps réel passé à travailler sur le produit

EXERCICE

Souad estime qu'elle a besoin de **15 minutes pour mesurer et couper le tissu** pour chaque coussin,

30 minutes pour coudre, une heure pour broder des ornements sur chaque coussin et **15 minutes** pour ajouter les finitions

En se basant sur **un salaire horaire de 2000dh** , calculez les dépenses totales de travail de Souad ?

Chaque Association va déterminer ces frais généraux

Les frais généraux sont toutes les dépenses générales pour faire fonctionner votre atelier qui ne sont pas des intrants direct à la fabrication de votre produit mais qui sont nécessaire pour faire tourner votre atelier.

Ils sont souvent appelés coûts indirects:

Exemples:

Loyer; Téléphone; PC; Fax; Électricité; Maintenance et réparations; Fourniture de bureau; Assurances; Services professionnels (comptabilité, avocat; Dépenses administratives (secrétaire); Réparations; Taxes; Frais de vente et commercialisation; Dépréciation et transport

Coûts directs et coûts indirects

1. **Coûts Directs = coût de la Matière Première + Coût du Travail**

2. Coûts Indirects: Ils peuvent être fixe ou variable

Coûts directs ou coûts indirects :

Coûts indirects peuvent être fixes ou variable.

Coûts fixes = dépenses qui restent les mêmes et indépendamment de la quantité produite (exemple = Loyer, salaire, la comptabilité; l'assurance...)

Coûts directs ou coûts indirects :

Coûts variables : dépenses qui changeront selon la quantité que vous produisez telle que l'électricité,

Ils incluent: téléphone, électricité, les dépenses imprévues, les taxes et frais de vente etc...

+

La dépense de dépréciation et des coûts de la maintenance et réparation.

+

Frais de vente et de commercialisation

+

La sous traitante

Coût total des produits

Coûts directs (matières premières + main d'œuvre + sous-traitance)

+

Coûts indirects par produit (inclus le coût packaging et étiquetage)

=

Coût total du produit

COMMENT VOUS CALCULER VOS BENEFICES ?

Le Résultat du produit ou bénéfice

Le bénéfice est l'argent nécessaire pour que votre unité de production puisse travailler et croître. Le bénéfice peut servir à :

1. Augmenter la rémunération
2. Acheter un nouvel équipement de production
3. Agrandir votre entrepôt ou votre atelier
4. Acheter un nouvel ordinateur ou un télécopieur
5. Participer à une nouvelle foire commerciale ou à exposition de détail
6. Mettre argent de coté pour des périodes de ralentissement économique (Épargner).
7. Développer l'inventaire à mesure que l'entreprise grandit.
8. Permettre aux clients de payer plus tard.

PRIX DE VENTE

Total coût du produit

+

Bénéfice

= Prix de vente

La détermination du prix, activité continue de gestion de l'entreprise

Déterminer le coût et le prix de vente sont des activités que vous devez entreprendre chaque fois que vous développez un nouveau prototype.

Vous devrez aussi revoir régulièrement le prix de vente des produits que vous fabriquez depuis un certain temps. Parce que les frais pour produire ces produits varieront constamment.

- **Déterminer les coûts de distribution**
- Maintenant que vous avez calculé le prix à la production de votre produit, vous devez savoir ce qui lui arrive après qu'il soit sorti de l'atelier, y compris les coûts de **distribution** pour qu'il parvienne au client au bout de la chaîne.
- Les coûts de distribution comprennent les dépenses de **marketing** et la **livraison** du produit jusqu'au consommateur en bout de chaîne. Comprendre ces coûts de distribution et quel effet ils ont sur le prix final de détail de votre produit vous permet de déterminer si **le prix départ atelier** convient au marché.

Prix départ atelier

=

Matière première + Travail + Frais généraux + Profit

En tant qu'artisan entrepreneur, votre prix est le prix départ atelier. Le prix départ atelier est le prix auquel vous vendez votre produit au sein de votre unité de production, votre point de vente.

Déterminer ce que le marché paiera

Maintenant vous devez voir si le prix que vous avez calculé est compétitif sur le marché ciblé et chercher quel est le prix de détail des autres produits sur ce marché.

La meilleure façon de faire une étude de prix est de vous rendre sur le lieu de vente de vos produits et de chercher des objets semblables offerts par d'autres.

Si vous vendez sur un marché local, l'étude de marché sera relativement facile, si vous vendez pour l'exportation, vous pouvez faire une étude de marché.

En consultant des catalogues de vente par correspondance et des magazines d'articles des cadeaux et d'autres objets spéciaux distribués dans les payes ou les marchés où votre produit sera vendu.

En visitant des sites d'objets de cadeau et d'artisanat sur l'internet.

En interrogeant des touristes

En demandant à la famille ou à des amis qui résident dans les payes importateurs, ou qui s'y déplacent pour les visiter, de chercher quels sont les prix de détail pour les objets semblables

En demandant à vos clients ou à des clients potentiels comment vos produits se comparent-ils d'une façon générale et en termes de prix

ÉQUILIBRER LE PRIX DE VOTRE PRODUIT PAR RAPPORT A CELUI DU MARCHÉ

Dans notre exemple: le prix proposé par de Souad s'inscrit dans une fourchette de prix acceptable sur le marché d'exportation,

Cependant :

Que se passe t-il si votre prix est trop bas?

Si votre prix est trop bas, vous risquez de faire très peu de profit ou que celui-ci soit nul. Si votre prix est trop bas, vous pouvez aussi recevoir plus de commandes que vous n'êtes en mesure de satisfaire. Vous pourriez alors perdre des clients si vous n'êtes pas capable de livrer vos produits à temps ou si leur qualité n'est pas constante.

Que pouvez-vous faire si vos prix sont trop bas?

Vérifiez de nouveau que vous avez déterminé vos coûts correctement.
Augmentez votre marge de profit

Que se passe-t-il si vos prix sont très élevés?

Si vos prix sont très élevés, vous risquez de ne pas être capable de faire la concurrence à des producteurs dont les prix sont plus bas.

Lorsque le client comparera votre produit avec des produits semblables, il choisira probablement le moins cher.

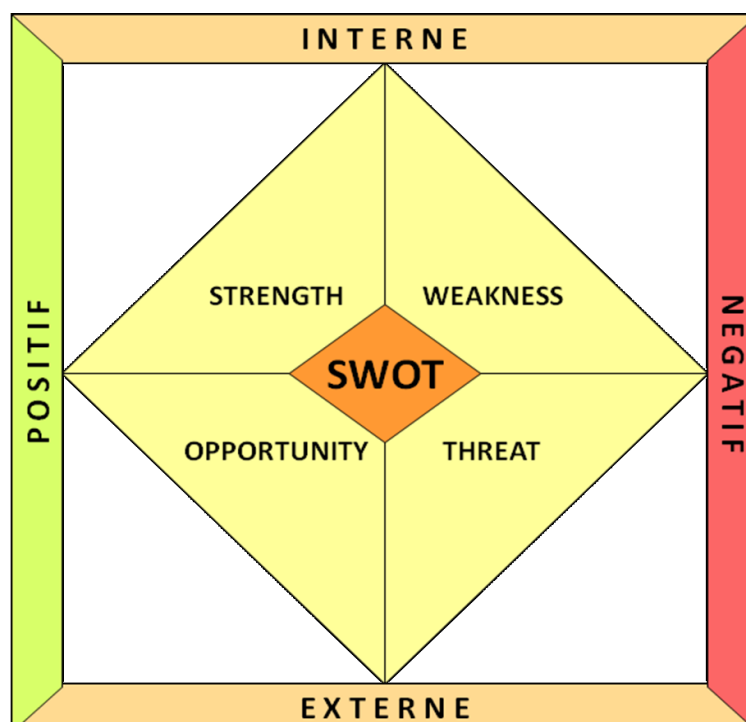
Si votre prix est trop élevé, vous pourriez ne pas vendre des quantités suffisantes pour couvrir vos dépenses ou réaliser un profit.

Que pouvez-vous faire si vos prix sont trop élevés?

Remodeler votre produit pour réduire la matière première et le travail. Cependant, lorsque vous refaites le modèle de votre produit, n'oubliez pas que les coûts de la matière première et du travail pour produire un nouvel échantillon sont d'habitude plus élevés que pour un produit fabriqué en quantité parce que vous n'avez pas acheté les matières premières en gros et/ou que vous n'avez pas encore perfectionné le processus de production.

10h30 : Présentation de l'analyse stratégique d'un projet, produit... par la méthode SWOT

LA MATRICE S W O T (OUTIL D'ANALYSE D'UN PROJET)



QU'EST-CE QU'UNE ANALYSE SWOT ?

- Permet d'évaluer une situation afin de prendre les bonnes décisions pour l'améliorer.
- Fournie des alternatives stratégique.
- Organise et synthétise l'information afin de simplifier la compréhension d'une situation.
- Elle nécessite une compréhension objective et complète de la situation et de son environnement pour être efficace.
- Permet de filtrer le large nombre d'informations (qualitative et quantitative).
- Elle s'appuie sur l'intervention de nombreux acteurs et de son environnement.
- Pour être performante, elle doit s'appuyer sur du réel.

QUAND UTILISER UNE ANALYSE SWOT ?

Un outil idéal pour :

- Comprendre
- Communiquer
- Améliorer une situation
- On peut l'utiliser pour auditer :
 - Une organisation
 - Une entreprise
 - Un plan stratégique
 - Un concurrent
 - Un produit
 - Une idée

L'UTILISATION DE L'ANALYSE SWOT

Le principe de la méthode consiste à découper l'information relative de l'association en facteurs internes et externes, puis en facteurs positifs et négatifs.

12h30 : Récapitulatif des projets validés par la session de formation au cours des 3 journées

1-Exposition des tableaux de Houda Chelly aux deux restaurants impliqués dans le projet (Mahdia/ Ergla) pour lui permettre de les vendre





2-Travailler sur « **Les chemins de la Spiritualité** »: élaborer un circuit avec itinéraire et lieux d'hébergement, réaliser une brochure de présentation des marabouts et saints vénérés

3-Mettre en place un circuit touristique « **La route des Parfums** » autour de la fleur d'oranger à Nabeul et fleur d'églantier(Zaghouan) élaborer un itinéraire avec lieux d'hébergement et activités. Inventer des semaines à thèmes, des chemins à découvrir, des festivals à programmer

4-Valoriser la ville de **Jammel** et trouver des raisons de faire déplacer les touristes dans cette ville isolée mais qui peut devenir un carrefour :

- Demander aux usines de fa textiles d'organiser des journées ouvertes au public avec des réductions style **OUTLET**
- Organiser le « Festival de Bezine » (Spécialité culinaire locale) avec concours du meilleur plat
- Création d'une AGR autour de et tomates séchées. Demander aux artisanes de fabrique un sac en jute pour mieux vendre les tomates séchées

5-Séance de travail cordonné avec **Sousse Demain** pour tester la fabrication des produits et le temps de travail.

6-Tester **les restaurants** pour les circuits.

7-Participer et coopérer : **exposer les produits des artisans** à Mahdia et autres villes lorsqu'il y a des groupes de touristes.

8-Trouver des **solutions aux problèmes évoqués** par rapport à l'absence de suivi / la formation / le coût de revient / la communication / standardisation de l'artisanat / Concurrence/

9-Organiser une formation sur Le Genre : explication du terme genre (méthode/conception) La différenciation entre sexe (homme/femme), leurs droits et le genre social

16h30

1. Présentation de la charte AREMDTS du tourisme solidaire

**RÉSEAU AREMDTS,
AGIR RESPONSABLE EN MÉDITERRANÉE PAR LE DÉVELOPPEMENT
DU TOURISME SOLIDAIRE**

Constitué à Aremd, Maroc,

Notre éthique: **LA CHARTE D'AREMD** approuvée à l'unanimité le 24 mai 2007

1. Créer et développer un espace d'échanges, de dialogues et de débats avec l'ensemble de la population pour discuter de l'opportunité du tourisme comme moyen de développement local
2. Faire du tourisme un élément de la stratégie globale de développement durable du territoire et de lutte contre la pauvreté
3. Favoriser les emplois locaux en matière touristique en complément des activités économiques déjà existantes
4. Privilégier et valoriser les produits locaux alimentaires et artisanaux dans l'activité touristique
5. a) Reconnaître le rôle et un statut des femmes dans l'activités touristique
b) Veiller à ce qu'elles soient rétribuées et qu'elles bénéficient des retombées économiques sociales et éducatives des activités touristiques
6. a) Contribuer à une meilleure protection et valorisation de l'environnement: respect des ressources naturelles et de la biodiversité
b) Gérer de manière concertée l'affectation et l'usage des ressources naturelles disponibles sur le territoire d'accueil
7. Considérer la sensibilisation et la formation continue de l'ensemble des acteurs comme un élément fondamental dans tout projet touristique
8. Évaluer de façon permanente les impacts positifs et négatifs du tourisme pour les populations et l'environnement
9. Mutualiser les moyens et les compétences des membres du réseau pour assurer un développement solidaire dans une perspective d'autonomisation
10. Agir sur les institutions pour faciliter la libre circulation des personnes. Créer un espace permanent de concertation pour favoriser la réflexion et la participation citoyenne dans les activités touristiques

QUI SOMMES NOUS?

Le réseau AREMDTS est composé actuellement de 23 structures, parmi lesquelles nous trouvons:

- Des associations locales
- Des ONG
- Des agences de voyages spécialisées sur le tourisme solidaire
- Des coopératives
- Des chercheurs et experts en développement

Trois d'entre elles ont été choisies pour représenter chacune un pôle géographique

- Citoyens de la terre à Marseille représente le pôle Europe
- Tizi Rando au Maroc représente le pôle Maghreb
- L'association MADA au Liban représente le pôle Machrek

Le CCFD de Paris, France agit comme soutien et facilitateur

Comment intégrer le réseau

Tout nouveau membre doit être coopté par un des membres du réseau

Le pôle représentant sa zone géographique d'action examine les actions entreprises pas le candidat et leurs adéquations aux principes de la charte d'Aremd.

Nous contacter :

Citoyens de la terre, Marseille, France eveil@citoyensdelaterre.org
www.citoyensdelaterre.org

Tizi Rando, Kénitra, Maroc tizirando@gmail.com

Mada, Badaro, Beyrouth Liban www.mada.org.lb

Le blog du réseau AREMDTS: www.tourisme-solidaire.over-blog.com

LES MEMBRES DU RÉSEAU AREMDTS

FRANCE

- Citoyens de la Terre, Marseille
- Comité Catholique contre la faim et pour le développement (CCFD), Paris
- Fédération Nationale Accueil Paysan, Fontanes
- Forum Femmes Méditerranée, Marseille
- Claude Brand, Mens
- Jean-Paul Rivière, Chavanay
- Les membres du réseau Aremdts

MAROC

- Tizi Rando, Kénitra et Marrakech
- SODEV, Kénitra
- Coopérative de femmes et Guide touristique, Marrakech
- Association ADRAR, Rabat
- Asso Mouloya pour l'environnement, la culture et l'œuvre sociale, Missour
- Projet « MEDA », Khénifra
- Université Ibn Tofail, Kénitra
- Tifaout N'Zaouit, Ouarzazate
- Les membres du réseau Aremdts

AUTRES PAYS

- Association Culturelle Amusnaw, Tizi Ouzou, Algérie
- Le Collectif des Femmes du Printemps Noirs, Tizi Ouzou, Algérie
- Dana and Qadisiyah local Community Cooperative, Jordanie
- Assoc. De sauvegarde de l'oasis de Chemini, Chemini, Tunisie
- SODEPAU, Barcelone, Espagne

- New Horizon Ass for Social Developpement, Le Caire, Egypte
- Association MADA, Badaro, Beyrouth, Liban
- OKC Abrasevic, Bosnie Herzégovine
- Alternative Tourism Group (ATG), Palestine

2. Présentation du concept Genre

LES ACTIVITÉS GÉNÉRATRICES DE REVENU: CHOIX ET FONCTIONNEMENT

Aspects théoriques de l'approche genre : historique, concepts et méthodes

Non, ce n'est pas le GENRE et ce n'est pas du GENRE

« Le genre » n'est pas le sexe.

« Le genre » n'est pas synonyme de femme.

« Le genre » ne voit l'individu comme une catégorie neutre du point de vue sexué

Le GENRE et du GENRE

« Le genre », dans une même société, concerne les hommes et les femmes ; de 07 à 77 ans

« Le genre » concerne toutes les sociétés aussi bien celles du nord que celles du sud.

« Le genre » questionne les évidences et par là rompe avec la « naturalité » du féminin et du masculin.

« Le genre » introduit une nouvelle problématique de l'égalité aux centres de la pensée des politiques publiques:

Entrée égalitaire ou réduction des inégalités de genre.

ALORS C'EST QUOI LE GENRE ?

Le genre est ce qui différencie les hommes et les femmes dans leurs relations sociales.

- Le genre tient compte des différences biologiques entre les sexes et définit plus particulièrement les différences, les inégalités des rôles entre les hommes et les femmes en fonction du contexte socioéconomique, historique, politique, culturel et religieux des diverses sociétés dans lesquelles vivent les hommes et les femmes.
- Sexe fait référence aux différences physiologiques et bibliologiques entre les hommes et les femmes. Le sexe renvoie à la dimension naturelle. Nous naissons homme ou femme et cette dimension nous ne pouvons pas la changer.

Genre, quant à lui, fait référence aux différences socio – culturel que nous apprenons. Cet aspect peut changer.

Cette dimension fait que l'homme à savoir le genre masculin est dans le productif qui est plus valorisé (+) et que la femme, le genre féminin, est dans le reproductif moins valorisé (-).

Ce qui va produire des relations inégales.

Et comme les relations de genre sont :

Une construction sociale.

Hiérarchisées (place des hommes et place des femmes)

Évolutives dans le temps (dynamiques et au centre des relations sociales).

Alors l'approche genre va pouvoir voyager dans ce monde : connu, inconnu ; visible, invisible ; connaissance, reconnaissance ; du masculin, du féminin, du petit, du grand ; passé, présent, futur ; ...

Tout (e) cela est possible du fait que « Le genre » est une approche transversale :

Il s'agit d'une approche participative des acteurs d'un état ou d'une situation.

Les populations ne sont pas homogènes et ont des intérêts différents, y compris dans une même catégorie.

« Le genre » tient compte des groupes les plus défavorisés et vulnérables. Il leur accorde un intérêt particulier pour réduire les inégalités croissantes en recherchant les meilleures conditions de vie pour les pauvres (femmes et hommes) et l'accès des femmes au développement participatif.

La prise en compte du «Genre » est une condition d'efficacité et d'équité de toute action quelque soit le champ (politiques, économiques, culturels, etc.) et quelque soit le secteur (santé, éducation, etc.).

L'approche « GENRE » permet d'éviter:

D'isoler les femmes et de les marginaliser dans des « projets – femmes » ou dans des projets qui augmentent leur charge de travail et leur responsabilité, sans augmenter leur autonomie, leur pouvoir (empowerment) ou leur contrôle sur les bénéficiaires du projet.

Les effets négatifs cachés ou effets pervers sur la situation des femmes et de leurs dépendants.

L'Approche Genre, un plus pour tout le monde :

Permet une critique du développement et de la mondialisation.

Propose une démarche visant l'égalité entre les femmes et les hommes, que ce soit au nord ou sud, et entre le nord et le sud.

N'exclut pas les hommes, ni comme acteurs, ni comme bénéficiaires puisqu'elle se focalise sur l'analyse et l'évolution des relations entre les femmes et les hommes.

S'applique à tout programme, toute politique de développement au nord et au sud quelque soit le champ (politiques, économiques, culturels, etc.) et quelque soit le secteur (santé, éducation, etc.).

Lundi 9 octobre

Entretiens individuels et bilan de la session avec We Love SOUSSE

PREMIÈRE EVALUATION

Création et Développement d'activités génératrices de revenus et de micro-entreprises

À la fin du premier stage, les participants ont-ils commencé à :

- a. Examiner et analyser les aspects théoriques se référant à la mise en œuvre de projets générateurs de revenus ?
- b. Compris l'importance primordiale de l'étude de faisabilité compte tenu des ressources locales, des exigences du marché et des risques de l'entrepreneur ?

C. ont-eu des notions de l'approche genre ?

12h00 : Visite de la ferme pédagogique et gastronomique d'un partenaire pour tester le repas et le cadre.



15h00 : Visite de **Mahdia**, ville touristique partenaire du projet.

EVALUATION
FORMATION CREATION D'ACTIVITES GENERATRICE DE REVENUS
Sousse les 6, 7 et 8 octobre 2017

12 fiches d'évaluation	
La session de formation a-t-elle répondu à vos attentes ?	<p style="text-align: center;">OUI : 12 NON : 0</p> <p>a) Thème non traités : restaurant -comment écrire le projet personnel/ Proposer une fiche thématique - Histoire -fiche pour connaître la motivation des personnes -Formation sur plusieurs volets autre que la technicité</p> <p>b) Thèmes mal expliqués ou pas assez développés : -Formation afin d'aider les jeunes à trouver leurs AGR -Comment vendre le produit artisanal -Approche genre : rôle homme/femme</p>
Thèmes à traiter en priorité dans une session ultérieure	<ul style="list-style-type: none"> -Formation afin d'aider les jeunes à trouver leurs AGR -Formation artisanale -Sujet de la Femme -Processus de planification d'une activité génératrice de revenu - Comment calculer les coûts d'un produit -Maison d'hôte -Histoire et Objectif
Suivis particuliers des projets Assez réalisé au cours des 2 journées	Oui : 12 Non :0
Autres propositions	<ul style="list-style-type: none"> -Faire des formations variées -J'ai beaucoup aimé cette formation et souhaite rester en contact pour d'autres séminaire -Espérant que les projets aboutissent à une réalisation et donc une image artisanale/ économique meilleure -Trouver les moyens d'engager les bénéficiaires de la formation afin qu'ils appuient d'autres femmes, (comment devenir un vecteur de changement pour aider les femmes)