



GUIDE DE FORMATION À L'ENTREPRENEURIAT

EN MILIEU CHRÉTIEN



AUTEURS :

DR. ALBERTINE BAYOMPE KABOU
M. NAMONGNON ADAMA SORO
PASTEUR ARMEL B. AGBOHOUTO

JUIN 2025

Sommaire

INTRODUCTION	3
CHAPITRE I : LA MENTALITE ENTREPRENANTE	4
I. Définir la mentalité entrepreneuriale et ses principes de base	4
II. Evaluer son quotient entrepreneurial	7
III. Connaître les caractéristiques de la mentalité entrepreneuriale	9
IV. Mettre en place les stratégies pour développer la mentalité entrepreneuriale et la mentalité d'entreprise	25
CHAPITRE II : LEADERSHIP POUR LA TRANSFORMATION	26
I. Définition de l'Auto-Leadership	26
II. Concepts fondamentaux de l'auto-leadership	27
III. La définition divine de la réussite d'un personnage	29
CHAPITRE III : L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL ET INNOVATION POUR RÉSOUDRE LES PROBLÈMES DE PAUVRETÉ	32
I. Définir des concepts de base : entrepreneuriat social, Innovation et pauvreté	32
II. Comment l'entrepreneuriat social et l'innovation peuvent jouer un rôle central dans l'amélioration des conditions de vie	33
III. Définir et piloter une étude de marché	33
IV. La vente	37
V. L'élaboration de Business plan	42
VI. Stratégies de financement de projet entrepreneuriale	47
CHAPITRE IV : LA REGLEMENTATION	49
I. S'installer	49
II. Faire face aux impôts	50
III. Personnel et partenaires	50
CHAPITRE V : DIEU ET LES AFFAIRES	51
I. Le plan de Dieu	51
II. Modèles bibliques de réussite en affaires	51
CONCLUSION	57
BIBLIOGRAPHIES	58

INTRODUCTION

Le développement socioéconomique paraît comme une résultante d'un ensemble de facteurs dans les sociétés pauvres comme dans celles riches. Une importance particulière peut être accordée à la compréhension à la fois de l'évolution sociale et la capacité individuelle de création d'entreprise. Dans cette dernière, l'entrepreneur occupe une place centrale.

Aujourd'hui, de plus en plus dans nos pays en développement, l'entrepreneuriat paraît comme une solution de rattrapage du retard de développement. Cependant, bien que nous assistions à l'émergence d'une population entreprenante en Afrique, la représentativité des chrétiens semble être très peu. Une étude que nous avons menée en 2025 dans le cadre de notre projet ILC a révélé que les chrétiens d'Afrique francophone sont passifs en l'entrepreneuriat.

Ce manuel est destiné à booster la culture de l'entrepreneuriat chez les chrétiens d'Afrique francophone. Il est un outil de développement et d'autonomisation pour accompagner et équiper le chrétien dans son développement personnel et dans son processus de création d'entreprise en se basant sur des principes et valeurs chrétiennes.

Le contenu et les exercices ont été conçus pour accompagner et guider les chrétiens à découvrir et à améliorer leur personnalité pour se préparer ou se renforcer en entrepreneuriat.

Ce manuel aborde cinq chapitres indispensables pour se forger une personnalité entreprenante et nous accompagner dans la création d'entreprise guidé par des valeurs et principes chrétiens.

CHAPITRE I : LA MENTALITE ENTREPRENANTE

I. Définir la mentalité entrepreneuriale et ses principes de base

1.1 Définition de la mentalité entrepreneuriale

De façon générale, la **mentalité** peut se définir comme un ensemble d'attitudes, de croyances, de valeurs, de schémas de pensée et de dispositions d'esprit habituels qui influencent la façon dont une personne perçoit le monde, interagit avec lui et réagit aux situations. En d'autres termes, c'est la **façon de penser globale** d'un individu ou d'un groupe, qui colore son interprétation des événements, ses jugements, ses décisions et ses comportements. Elle constitue un **cadre de référence interne** à travers lequel l'expérience est filtrée et comprise. Ainsi, un individu peut être de mentalité optimiste ou pessimiste.

S'agissant de la **mentalité entrepreneuriale**, elle ne saurait être ni pessimiste ni baissière. Elle peut se définir comme un état d'esprit éveillé caractérisé par la proactivité, la prise d'initiative, la créativité, la résolution des problèmes, la prise de risques calculés, la persévérance et l'orientation permanente vers l'opportunité. Cette mentalité peut se remarquer dans divers contextes de la vie : développement d'un projet, création d'une entreprise, gestion d'une organisation ou bien même dans le développement personnel d'une personne.

1.2 Principes de base de la mentalité entrepreneuriale

La mentalité entrepreneuriale se caractérise par un ensemble de principes et d'attitudes qui favorisent l'innovation, la prise de risque et la réussite dans le monde des affaires.

Citons quelques-uns des principes fondamentaux qui la composent :

- a. **Une vision bien claire et des objectifs bien définis** : les entrepreneurs à succès ont une vision précise de ce qu'ils décident d'accomplir et se fixent des objectifs clairs. Ils sont capables de visualiser en esprit les buts à atteindre.
- b. **Une Prise de risque calculée** : Ils sont prêts à prendre des risques, mais de manière réfléchie, en évaluant les avantages potentiels et en acceptant la possibilité d'échec comme une étape d'apprentissage. Pour eux, sans risque, il ne y avoir succès.

c. **Une Adaptabilité et une résilience** : Face aux défis et aux imprévus, les entrepreneurs font preuve de flexibilité et de persévérance, ajustant leurs stratégies pour surmonter les obstacles. Si ce n'est pas par le portail, ce sera par la fenêtre ou par la toiture.

d. **Une Orientation vers l'action** : Ils privilégient l'action concrète et la mise en œuvre rapide des idées, évitant l'indécision et l'inaction. L'action est l'ingrédient qui transforme les rêves en réalité.

e. **Une Innovation et une créativité** : La capacité à penser différemment et à proposer des solutions nouvelles est essentielle pour se démarquer sur le marché. Ils savent que la créativité est la combinaison entre la sagesse et la connaissance et ils restent ouverts à de nouveaux horizons.

f. **Un Leadership de travail d'équipe** : Un entrepreneur efficace sait diriger et motiver une équipe, favorisant la collaboration et la synergie pour atteindre les objectifs communs.

g. **Une Orientation client** : Comprendre et répondre aux besoins des clients est au cœur de la stratégie entrepreneuriale, garantissant la pertinence et le succès des produits ou services proposés. Sans le client, toute la construction tombe en ruine quel que soit l'investissement englouti.

Ces principes constituent la base d'une mentalité entrepreneuriale solide, propice à l'innovation et à la réussite dans le monde des affaires.

1.3 Obstacles au développement de la mentalité entrepreneuriale en milieu chrétien évangélique.

Mais plusieurs conceptions ou compréhensions des saintes écritures ont conduit le monde chrétien à vivre une mentalité baissière sans pareil. Il urge que ces obstacles soient énumérés pouvant servir d'avertissement à nos futurs jeunes entrepreneurs :

a. Pauvreté comme critère de piété

La plupart des chrétiens évangéliques des églises orthodoxes, églises issues des missions, des protestants croient que la pauvreté vaut mieux que la richesse pour être un bon chrétien. Car pendant longtemps, nous avons prêché l'évangile de la pauvreté. Ce facteur empêche le chrétien évangélique de fournir suffisamment d'effort pour atteindre ses objectifs financiers. L'adage, si c'est trop dur, ce n'est pas sûr que Dieu soit dedans. Ce n'est pas sa volonté. Une psychologie de manque a gangréné l'église de Jésus Christ.

Les églises dites de la 3^e vague, elles autres sont venues avec l'évangile de la prospérité. Les deux extrêmes sont faux. L'équilibre est donc à l'horizon.

b. Notion de contentement biblique mal comprise

La notion de contentement enseigné par les églises, rime avec l'acceptation de sa condition minable sous prétexte que c'est la volonté de Dieu. Le luxe serait un péché. Ceux qui disposent de plus de moyens que nous ont certainement escroqué ou forcément volé quelqu'un.

c. Le combat contre les riches

Les chrétiens se sont attirés la malédiction en maudissant le roi et le riche. Selon Ecclésiaste 10 : 20, celui qui maudit le riche ou le roi, l'oiseau aillé publierait ses pensées.

d. Le salut par grâce

La notion de salut par grâce est théologiquement établie et vraie pour aller au ciel. Mais la réussite dans les affaires ou en entrepreneuriat ne saurait être par grâce. Cette théologie influence sérieusement nos milieux qui refusent l'effort nécessaire pour atteindre les buts de Dieu dans nos vies : nous serons la tête et non la queue, Il retire l'indigent de la poussière pour le faire asseoir à la table du roi. Ces promesses ne s'accomplissent pas car une confusion s'est installée entre la vie au quotidien ici-bas et l'entrée au ciel.

II. Évaluer son quotient entrepreneurial

Évaluer son **quotient entrepreneurial** (QE), c'est chercher à mesurer son potentiel, ses compétences, et ses aptitudes à entreprendre, un peu comme on évaluerait un QI (quotient intellectuel) ou QE (quotient émotionnel). Il n'existe pas de test unique ou universel, mais plusieurs dimensions peuvent être prises en compte. Voici une méthode simple et structurée pour t'autoévaluer :

2.1 Motivation et vision

- Ai-je une vision claire de ce que je veux accomplir ?.....
- Suis-je prêt(e) à faire des sacrifices pour mon projet ?.....
- Ai-je une vraie envie de résoudre un problème ou d'apporter une valeur ?.....

Score (1 à 5) : ____

2.2 Créativité et innovation

- Est-ce que je trouve facilement des idées nouvelles ?.....
- Suis-je capable de penser différemment des autres ?.....
- Est-ce que je vois des opportunités là où d'autres voient des obstacles ?.....

Score (1 à 5) : ____

2.3 Prise de risque et audace

- Suis-je à l'aise avec l'incertitude ?.....
- Est-ce que j'ose sortir de ma zone de confort ?.....
- Est-ce que je prends des décisions courageuses sans tout maîtriser à 100 % ?.....

Score (1 à 5) : ____

2.4 Résilience et persévérance

- Est-ce que je me relève rapidement après un échec ?.....
- Suis-je capable de continuer même quand c'est difficile ?.....
- Est-ce que je garde ma motivation malgré les obstacles ?.....

Score (1 à 5) : ____

2.5 Leadership et communication

- Est-ce que je sais embarquer les autres dans mon projet ?.....
- Est-ce que je sais bien exprimer mes idées ?.....
- Suis-je à l'aise pour convaincre, écouter et fédérer ?.....

Score (1 à 5) : ____

2.6 Gestion et organisation

- Est-ce que je gère bien mon temps et mes priorités ?.....
- Est-ce que je sais planifier, suivre un budget, déléguer ?.....
- Ai-je une bonne discipline personnelle ?.....

Score (1 à 5) : ____

2.7 Sens des affaires

- Est-ce que je comprends les besoins du marché ?.....
- Ai-je une intuition pour ce qui peut fonctionner ou non ?.....
- Suis-je à l'aise avec les notions de vente,
marketing, finances ?.....

Score (1 à 5) : ____

Résultat

Si tu as été objectif, sans le jugement de quelqu'un d'autre, sans te ménager ou t'auto flageller,

Additionne tous tes scores. Tu obtiens un total sur **35 points**.

- **30–35** : Tu es probablement un(e) entrepreneur(e) né(e) ou en devenir confirmé(e).
- **24–29** : Tu as un très bon potentiel, quelques compétences à renforcer.
- **18–23** : Tu es sur la bonne voie, mais des axes sont à travailler.
- **<18** : Tu as besoin de te former ou de gagner en confiance, mais tout est possible !

III. Connaître les caractéristiques de la mentalité entrepreneurale

La mentalité entrepreneurale se manifeste par un ensemble de caractéristiques qui favorisent l'innovation, la prise d'initiative et la réussite dans le monde des affaires. Des compétences et des comportements caractérisent les entrepreneurs à succès. La connaissance de ces compétences décomposées en des comportements permettra aux jeunes entrepreneurs de mieux se préparer pour faire face aux obstacles et défis. L'entrepreneuriat étant une source de richesse n'est pas à la portée de tout le monde. Enumérons ces dix (10) compétences qui se décomposent en trente (30) comportements :

3.1 Compétence 01 : Recherche d'opportunité et d'initiative

Un passager en classe d'affaires, se retrouve, dans un vol, à côté l'homme le plus riche de l'Afrique ou du Président de la République de son pays et dort pendant tout le trajet. Que vous inspire ce récit ?

Trois (03) sources peuvent aider à financer ou se faire accompagner pour réussir en affaire à savoir :

➤ **Other people's credibility** (la crédibilité d'autrui) : un jeune entrepreneur crédible pourra faire usage de la crédibilité d'autres personnes pour avancer dans son business. La carte d'adresse de quelqu'un peut servir de tremplin vers une opportunité majeure.

➤ **Other people's knowledge** (la connaissance d'autrui) : on peut profiter ou faire usage des connaissances d'autres personnes pour se faire hisser.

➤ **Other people's money** (l'argent d'autrui) : l'entrepreneur n'a pas toujours tout ce qu'il faut pour un projet. Les accompagnements d'un proche, d'un parent, d'un responsable qui lui fait confiance seraient d'une utilité importante en dernier ressort.

Les **trois (03) comportements** à adopter en habitude pour acquérir la première compétence sont :

1) Vous agissez avant qu'on vous le demande ou avant d'être forcé par les événements.

2) Vous étendez votre affaire, vos produits ou services vers de nouveaux secteurs.

3) Vous saisissez des opportunités pour obtenir un financement, un équipement, un terrain, un espace de travail ou une assistance quelconque pour lancer votre affaire.

3.2 Compétence 02 : Persévérance

Pour inventer l'ampoule électrique, Thomas Edison a dû effectuer plusieurs essais infructueux.

Les **trois (03) comportements** à adopter en habitude pour acquérir cette compétence sont :

1) Vous réagissez pour faire face à un obstacle important.

2) Vous prenez des initiatives répétées ou variées afin de relever un défi ou de surmonter un obstacle.

3) Vous faites des sacrifices personnels ou des efforts extraordinaires pour terminer un travail.

L'histoire de Elisée à la montée de son maître Eli au ciel illustre largement cette compétence dans une large mesure. De Guilgal à Béthel, de Béthel à Jéricho, de Jéricho au Jourdain avec tous les obstacles rencontrés. 2 Rois 2. Dieu a conduit cette mission de persévérance de main de maître. L'Ecclésiaste dira, A tes résolutions répondra le succès et sur tes sentiers brillera la lumière. Job 22 : 28Ailleurs encore il dira, dès le matin, sème ta semence et le soir, ne laisse pas reposer ta main ; car tu ne sais lequel réussira, ceci ou cela ou bien les deux sont également bons (Ecclésiaste 11 :6).

3.3 Compétence 03 : Respect des engagements

Les trois (03) comportements à adopter en habitude pour acquérir cette compétence sont :

1) Vous acceptez la pleine responsabilité des moyens nécessaires afin d'atteindre vos objectifs.

2) Vous travaillez avec vos employés, et n'hésitez pas à prendre leur place pour terminer un travail à temps.

3) Vous vous assurez que vos clients sont satisfaits et préférez créer une relation à long terme aux gains à court.

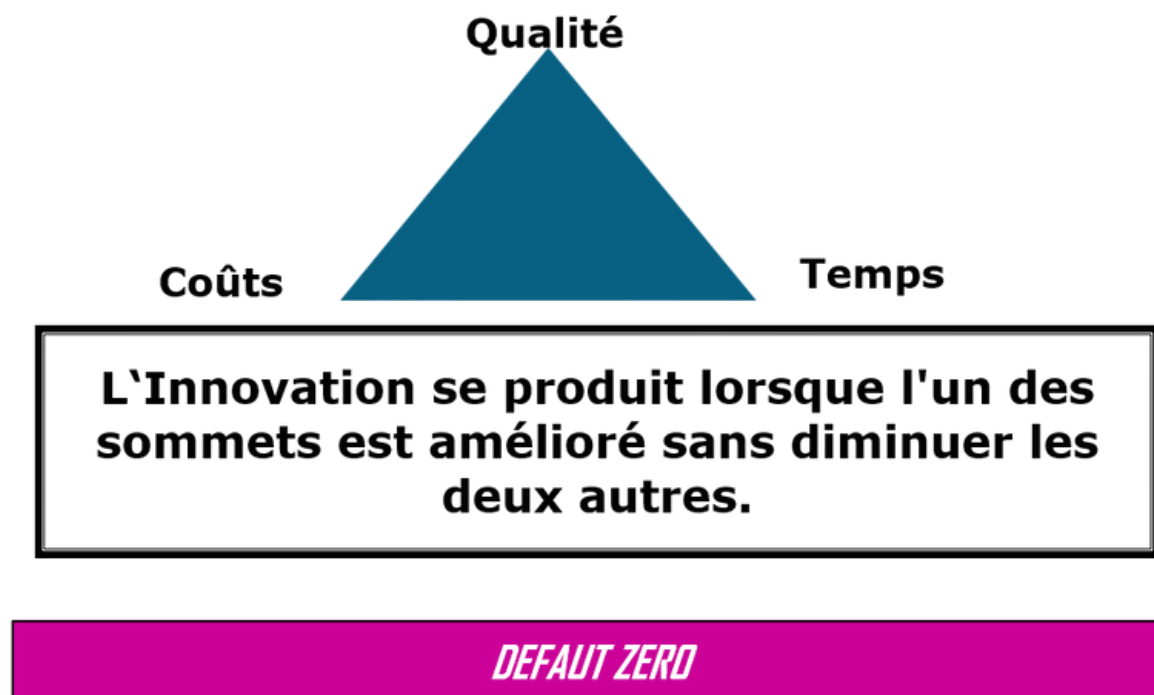
3.4 Compétence 04 : Exigence d'efficacité et de qualité

Définitions de la Qualité

- Issue de la conviction que tout peut être amélioré
- Provient de l'insatisfaction quant à la façon dont quelque chose est fait ;
- Cela implique d'être fier de ce qu'on fait et d'avoir la satisfaction de ce qu'on produit ou vend. Signifie considération et cohérence ;
- C'est un état d'esprit. Une passion. Cela s'exprime dans toutes les choses, tout le temps. Ce n'est pas une aptitude, une capacité ou une technique ;
- La qualité exige de la persévérance.

“Nous pourrions être bien mieux si nous ne voulions pas être si bons.”
Sigmund Freud

Relation entre Coût, Temps et Qualité



1. Défaut	Qualité
2. Défaut	Délai
3. Défaut	Stock
4. Défaut	Panne
5. Défaut	Lieu
6. Défaut	Matériel, Modernité
7. Défaut	Accueil

Les **trois (03) comportements** à adopter en habitude pour acquérir cette compétence sont :

1- Vous vous efforcez de faire mieux, plus vite et moins cher.

2- Vous vous efforcez de satisfaire ou de dépasser les normes de qualité.

3- Vous développez des moyens pour vous assurez que le travail est terminé à temps et qu'il atteint la qualité convenue.

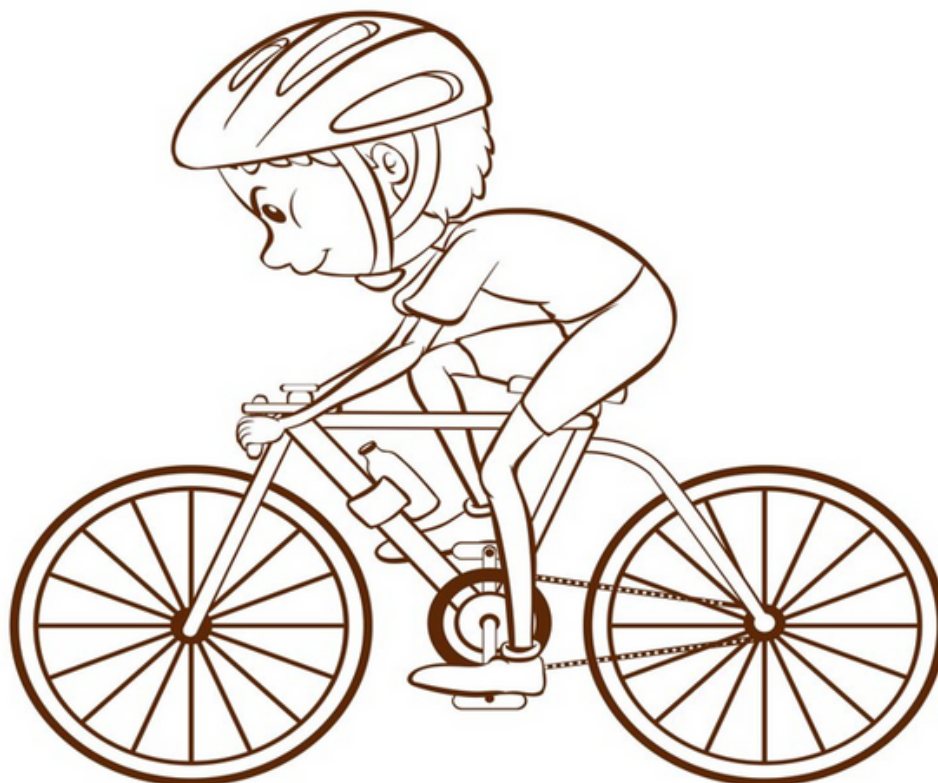
3.5 Compétence 05 : Prise de risques calculés

Prenez le risque

Mesurez-le

Maintenez l'équilibre

Avancez au risque de tomber



Les **trois (03) comportements** à adopter en habitude pour acquérir cette compétence sont :

1- Vous calculez les risques et évaluez les alternatives.

2- Vous agissez pour réduire les risques et contrôlez les résultats.

3- Vous vous mettez dans des situations qui comportent un défi ou un risque modéré.

3.6 Compétence 06 : Fixation des objectifs

Vision et objectifs personnels

Qui suis-je ?

Prenez un instant et écrivez un essai intitulé : Qui suis-je ? décrivez-vous, vos objectifs, vos aspirations, vos qualités et vos limites telles que vous les voyez, en considérant tous les aspects de votre vie.

FENETRE DE JOHARI



Précis des 04 domaines.

I- Connu de soi et connu des autres

II- Inconnu de soi et connu des autres

III- Connu de soi et inconnu des autres

IV- Inconnu de soi et inconnu des autres

Dans 20 ans

Comment vous voyez-vous dans 20 ans ? Que ferez-vous à ce moment-là ? Énumérez autant de détails que possible de manière objective et claire :

Dans 10 ans

Comment vous voyez-vous dans 10 ans ? Énumérez autant de détails que possible de manière objective et claire :

Dans 05 ans

Comment vous voyez-vous dans 05 ans ? Énumérez autant de détails que possible de manière objective et claire, en abordant tous les détails de votre vie :

Dans 01 an

Comment vous voyez-vous dans 12 mois ? Énumérez autant de détails que possible de manière objective et claire, en abordant tous les détails de votre vie :

3.7 Compétence 07 : Recherche de l'information

La créativité est la combinaison entre la sagesse et la connaissance. Et elle se manifeste par trois (03) clés à savoir :

- 1- Les Idées
- 2- Les Inventions
- 3- Les innovations

Il faut apprendre à réfléchir pour avoir des idées novatrices.

STATISTIQUES DU DOMAINE D'AFFAIRES.



Présentation des Résultats

“Pitch” (Présentation) de 3 Minutes	Qui est le client et de quoi a-t-il/elle besoin ?
	À qui le client achète-t-il et qu'est qui est manquant ?
	Quelle est votre proposition et pourquoi le client viendra-t-il/elle vers vous ?
	Qu'est-ce qui prouve que vous avez raison ?

Les **trois (03) comportements** à adopter en habitude pour acquérir cette compétence sont :

1- Vous cherchez par vous-même des renseignements sur vos clients, fournisseurs ou concurrents.

2- Vous faites des recherches par vous-même sur la façon de fournir un produit ou service.

3- Vous consultez des experts en vue d'obtenir des conseils commerciaux ou techniques.

3.8 Compétence 08 : Planification et suivi systématique

Les **trois (03) comportements** à adopter en habitude pour acquérir cette compétence sont :

1- Vous planifiez en subdivisant des grandes tâches en petites tâches et en établissant des délais.

2- Vous modifiez vos plans en fonction de nouvelles circonstances ou des informations (feedback) sur les résultats des actions entreprises.

3- Vous tenez des registres financiers et les utilisez lors de la prise de décisions.

Leadership et Planification

Le leadership et la planification sont deux thématiques liées.

Le leadership est un thème anglais qui exprime la capacité d'un individu à mener ou conduire d'autres individus ou organisations vers l'atteindre des objectifs assignés.

Le leader est alors quelqu'un qui est capable de guider, d'influencer et d'inspirer d'autres. Il a la vision, il connaît les objectifs, il sait stimuler les autres à atteindre leur potentiel.

Quatre (04) piliers essentiels soutiennent le leadership à savoir :

1. **Être reconnu compétent**
2. **Savoir établir la confiance**
3. **Avoir le courage de s'exprimer et d'agir**
4. **Faire preuve de cohérence**

Quels sont les rôles essentiels du leader ?

1. **Responsable de la prise de décision Stratégique**
2. **Inspirateur des employés**
3. **Créateur de la culture d'entreprise positive.**

Planification et la gestion du temps

Entre temps on disait que « **le temps, c'est de l'argent** » mais, de nos jours « le temps c'est plutôt la vie » car nous grandissons selon les tierces, les secondes et les minutes.

Plus nous perdons des minutes, nous perdons la vie.

Les jours s'égrènent quel que soit ce que nous faisons.

En matière de temps, ce que vous faites avec vos 24h de chaque jour, déterminera ce que vous serez.

Psaumes 90 : 12

Apprendre à BIEN compter ses jours

Je calcule mon Age en minutes

Exemple : j'ai 20 ans

- Mon âge en mois : $20 \times 12 = 240$ mois
- Mon âge en semaines : $20 \times 52 = 1040$ semaines
- Mon âge en jours : $20 \times 52 \times 7 = 7280$ jours
- Mon âge en heures : $20 \times 52 \times 7 \times 24 = 174.720$ heures
- Mon âge en minutes : $20 \times 52 \times 7 \times 24 \times 60 = 10.483.200$ minutes

Types d'événements exigent le temps

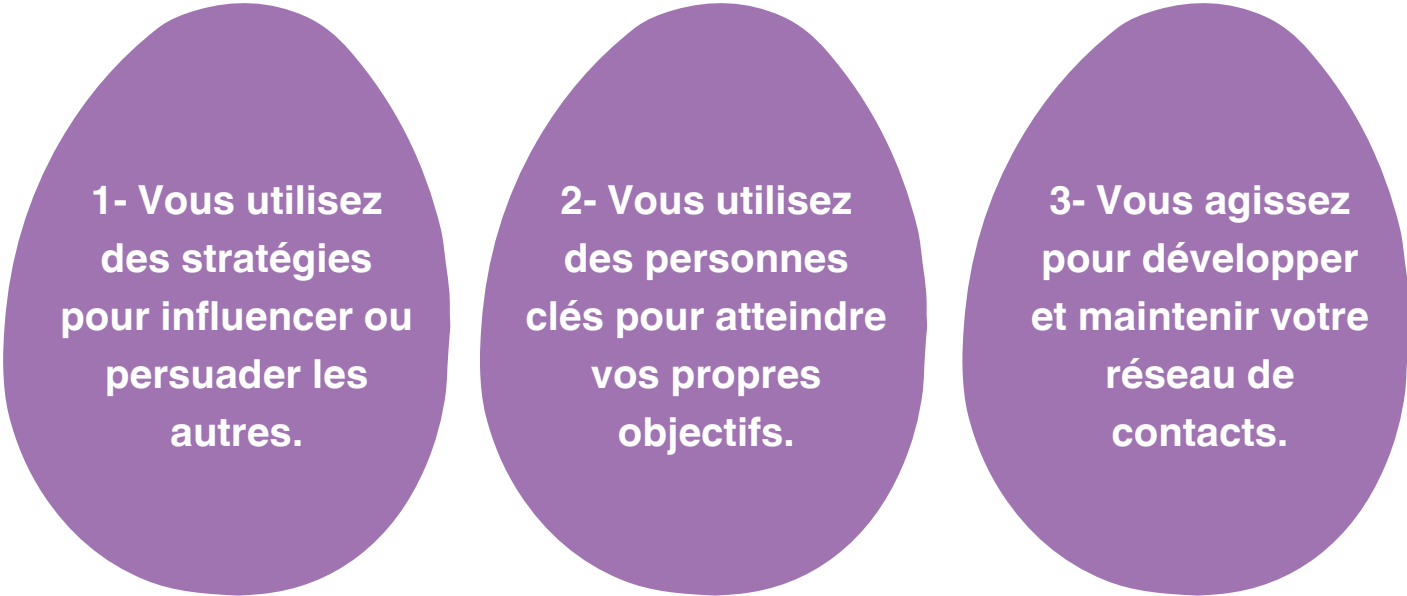
1. L'urgent
2. L'important
3. Le prioritaire

Comment planifier son temps ?

1. **Noter** : Les tâches à accomplir
2. **Estimer** : Le temps d'exécution
3. **Arbitrer** : Les priorités et /ou les urgences
4. **Réserver** du temps

3.9 Compétence 09 : Persuasion et travail en réseau

Les **trois (03) comportements** à adopter en habitude pour acquérir cette compétence sont :



1- Vous utilisez
des stratégies
pour influencer ou
persuader les
autres.

2- Vous utilisez
des personnes
clés pour atteindre
vos propres
objectifs.

3- Vous agissez
pour développer
et maintenir votre
réseau de
contacts.

Tout le monde doit savoir convaincre et vendre un produit.

Evoluer en réseau est une vertu chrétienne. Deux valent mieux qu'un mais hélas, entant qu'africain nous n'avons pas cette culture en affaires.



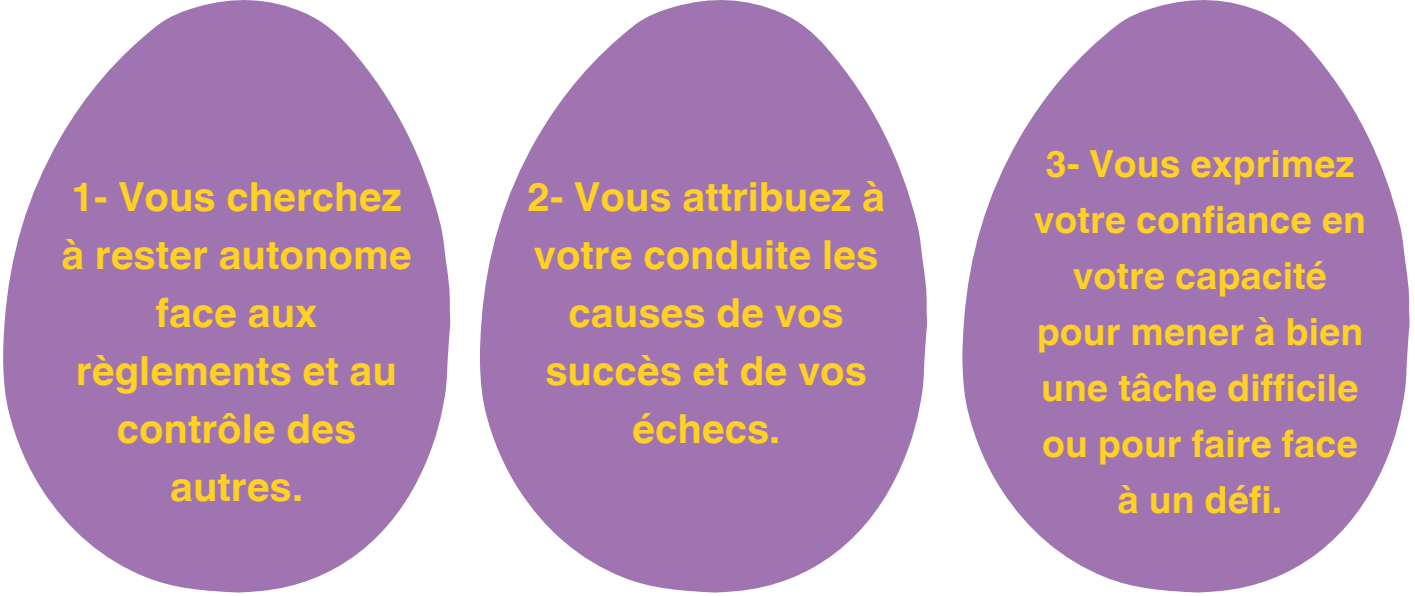
Pour une communauté forte, nous avons réussi à installer une caisse de cotisation de **10.000 FCFA** mensuel entre 24 membres d'une communauté chrétienne. Au bout de deux (02) ans, 2023 et 2024, nous avons pu réunir plus 6.000.000F intérêts compris. Ainsi, nous avons pu acheter plus de 3.000.000 d'actions BIIC en Janvier 2025.

Au second lancement pour 2025 et 2026, nous réunissons 510.000FCFA chaque mois. Et donc c'est partir pour **12.000.000FCFA** à fin 2026.

Le réseautage est une opportunité pour le financement des affaires, si nous réunissons les qualités nécessaires en entrepreneuriat.

3.10 Compétence 10 : Indépendance et confiance en soi

Les **trois (03) comportements** à adopter en habitude pour acquérir cette compétence sont :



1- Vous cherchez à rester autonome face aux règlements et au contrôle des autres.

2- Vous attribuez à votre conduite les causes de vos succès et de vos échecs.

3- Vous exprimez votre confiance en votre capacité pour mener à bien une tâche difficile ou pour faire face à un défi.

IV. Mettre en place les stratégies pour développer la mentalité entrepreneuriale et la mentalité d'entreprise

Il faut préparer des exercices pratiques, des jeux sur la base de chaque compétence par les comportements pour forger chez les jeunes entrepreneurs ces deux mentalités :

Ces exercices et jeux permettront aux jeunes de :

- Se challenger régulièrement
- Sortir de leur zone de confort
- Apprendre à prendre la parole en public, réseauter, aller vers l'inconnu
- Participer à des événements, des concours, des ateliers, des séminaires
- Avoir un cahier des idées de business à améliorer chaque semaine
- S'intéresser à d'autres secteurs que les leurs
- Acquérir la psychologie entrepreneuriale
- Adopter une logique d'apprentissage permanent afin de remplacer « je ne sais pas » par « je veux apprendre »
- Se former en continu (cours en ligne, atelier, podcast...)
- Accepter les erreurs comme des leçons
- Lancer de mini-projets pour apprendre en faisant.

CHAPITRE II : LEADERSHIP POUR LA TRANSFORMATION

Références : Génèse1 : 26 - 31 ; Mathieu5 : 13 - 16

- a) Être fait à l'image signifie que nous avons été pour (compléter)
- b) Dieu a donné aux humains (compléter) sur toute la terre
- c) Si Dieu nous a dit de gouverner, nous avons la (compléter) de la faire.

Les barrières des excuses

- Première excuse : qui suis-je ? (Exode 3 :11)
- Deuxième excuse : qui est-tu ? (Exode 3 :13)
- Troisième excuse : et s'ils n'écoutent pas ? (Exode 4 :1)
- Quatrième excuse : Je n'ai jamais été un bon orateur (Exode 4 :10)
- Cinquième excuse : Je sais que vous pouvez trouver quelqu'un d'autre (Exode 4 : 13)

I. Définition de l'auto-leadership

L'auto-leadership désigne la capacité d'un individu à s'influencer lui-même dans le but d'atteindre ses objectifs, gérer ses comportements, ses pensées et ses émotions de manière autonome et proactive. L'auto-leadership est une forme de leadership personnel, sans besoin d'une autorité extérieure.

L'auto-leadership peut aussi être défini comme la capacité à se diriger de manière consciente et efficace. C'est-à-dire être capable de se fixer des objectifs, de s'auto-motiver, de gérer ses comportements et de prendre des décisions alignées avec ses valeurs et ses aspirations. Il s'agit de savoir s'influencer soi-même pour adopter des actions cohérentes avec ce que l'on veut vraiment accomplir. C'est essentiel dans un monde où l'autonomie, la responsabilité personnelle et l'agilité sont de plus en plus valorisées.

L'auto-leadership implique plusieurs compétences clés :

- Auto connaissance : comprendre ses forces, faiblesses, motivations et valeurs
- Autodiscipline : rester engagé dans ses objectifs malgré les distractions ou les obstacles.
- Auto-motivation : trouver en soi l'énergie nécessaire pour avancer, sans attendre des encouragements extérieurs.

- Autorégulation : savoir gérer ses émotions et ses réactions dans des situations complexes.
- Vision personnelle : avoir une direction claire et des objectifs bien définis.

➤ Quelle attitude gagnante pour vous diriger avec grandeur ?

- Un esprit d'apprentissage ouvert aux nouvelles idées
- Le désir de faire un changement de paradigme personnel
- Une volonté de définir des objectifs personnels mesurables
- Confiance en votre potentiel de transformer votre vie personnelle
- Une attitude de pratique quotidienne et d'autosurveillance
- Une détermination à faire la différence

II. Concepts fondamentaux de l'auto-leadership

Concept 1 :

.....

.....

.....

Concept 2 :

.....

.....

.....

Concept 3 :

.....

.....

.....

Concept 4 :

.....

.....

.....

Exercice 1 : Evaluer les fondamentaux de l'auto-leadership

- a. Faites votre évaluation personnelle : donnez-vous une note 1 a 4 dans chacun de ces domaines de votre auto-leadership
- b. Quelles excuses avez-vous actuellement pour ne pas diriger votre vie ? Croyez vous que la réponse Dieu peut l'être ?

Dimensions du leadership (et de l'amour)	H Hauteur	E Etendue	L Longueur	P Profondeur
Intégralité de l'être humain	Dimension émotionnelle	Dimension mentale	Dimension physique	Dimension spirituelle
Impact sur l'auto-leadership	Conduire le leader	Former le leader	Renforcer le leader	Arroser le leader
La note personnelle				
Mes excuses pour ne pas diriger				

III. La définition divine de la réussite d'un personnage

Le principe fondamental du succès en tant que leader débute par la recherche, l'acceptation et l'adoption de la définition de Dieu du succès.

3.1 Comment définissez-vous la définition du succès selon Dieu ?

.....

.....

.....

.....

Le succès en effet consiste à réaliser votre appel et votre objectif unique en Dieu. Cela nécessite de l'abandon de soi, du courage, de l'humilité et d'accepter des expériences de vie et des résultats qui entrent en conflit avec votre définition du succès et avec celle du monde. Après savoir compris en s'appropriant de notre objectif de notre direction, nous devons utiliser la grâce et l'amour de Dieu pour être « un auditeur et un exécutant » afin d'accomplir notre mission au mieux selon des dons et talents que Dieu nous a donnés. Il s'agit également d'un processus de sanctification qui dure toute la vie, au cours duquel nous grandissons à l'image du Christ.

3.2 Exercice individuel : Comment travailler son caractère en tant que leader chrétien ?

⇒

.....

⇒

.....

⇒

.....

⇒

.....

a. Pratiquer la discipline spirituelle de la prière, de la lecture et méditation de la Bible, de la fréquentation de l'église et de la communion fraternelle en petits groupes.

- La prière est une communication et une conversation intentionnelles continues avec Dieu sous diverses formes. Elle permet aussi d'intercéder selon la conduite du Saint-Esprit. La prière est essentielle pour comprendre, acquérir et mettre en pratique le caractère du leader chrétien. C'est dans la prière que Le Seigneur nous éclairera durant les décisions morales difficiles et nuancées que nous devons prendre.
- La lecture et méditation de la Bible permet une compréhension mature de la Parole de Dieu et des principes qui y sont associés grâce à la lecture et à l'étude systématique de la Bible. La lecture de la Bible doit se faire de façon individuel et collectif (étude biblique en groupe ou familial) afin de réduire toute vulnérabilité aux interprétations trompeuses et inexacts.
- La fréquentation de l'église est un autre élément essentiel de notre croissance en connaissance et de notre apprentissage de l'amour dans une relation.
- Enfin, la communion chrétienne est nécessaire pour vivre la foi chrétienne et obtenir le soutien et l'encouragement pour aimer et vivre comme Christ.

b. La connaissance

Elle est définie comme le processus de croissance continu consistant à acquérir une familiarité, une conscience et une compréhension des principes moraux bibliques « Mon peuple est détruit faute de connaissance » Osée 4 :6. Une plus claire compréhension est exprimée dans le Psaume 119 :34 « Donne-moi de l'intelligence, afin que je garde ta loi et que je l'observe de tout mon cœur ».

La connaissance est principalement cultivée par la poursuite active des disciplines spirituelles de la prière, de la lecture de la Bible, de la fréquentation de l'église et de la communion fraternelle en petits groupes. Mais l'élément primordial du caractère du leader chrétien réside dans la pratique de l'humilité à l'égard de la connaissance. Cependant, même avec la puissance, le soutien et les conseils, il y aura toujours un écart entre ce que nous savons et notre capacité à l'appliquer et à le vivre de manière cohérente, étant donné notre nature pécheresse, d'où l'importance d'être modeste et douce d'esprit.

c. La croyance

La croyance est un accord de libre arbitre concernant la légitimité et l'efficacité des principes moraux bibliques. Mais la connaissance et la croyance, bien que nécessaire, ne constituent pas une condition suffisante. L'épître de Jacques 2 :19 dit « même les démons croient mais refusent d'obéir », illustrant ainsi que l'accord intellectuel ne suffit pas.

d. Le motif

Le motif de nos actions est l'élément fondamental du caractère moral. Le principe biblique fondamental de motivation morale est l'intégration de l'amour dans tous les domaines de la vie 1 Corinthiens 13. Le plus grand défi de caractère consiste à cultiver le désir et la pratique de découvrir le véritable élan et la nature de nos motivations à travers une prière continue et dirigée par l'esprit et une analyse de la conscience de soi.

e. Des moyens divins

Le caractère divin exige que, pour qu'une action soit morale et éthique, elle doit être conforme aux normes de la « lettre et à l'esprit » des principes bibliques tels que l'intégrité déontologique et fondé sur des principes. Ainsi, pour atteindre un objectif, on doit employer les moyens basés sur l'éthique et moraux et soyez un auditeur et un agissant selon Jacques 1 :23.

f. Des fins morales et honorant Dieu qui promeuvent la volonté de Dieu

Les hommes et les femmes de caractère poursuivent des buts et des fins qui honorent Dieu, non par obligation ou devoir mais par obéissance et conviction. En effet, les motivations et les moyens moraux ne suffisent pas du point de vue du caractère d'où l'importance de poursuivre des fins qui glorifient Dieu en obéissant à sa volonté pour notre vie et celle des autres.

g. La sagesse

La sagesse est le fruit ultime du caractère de leader chrétien. Pour ce faire, il est nécessaire d'avoir une conscience de soi divine, une prise de décision mûre et des capacités de raisonnement qui honorent les principes divins. Cultiver une relation vitale et vibrante avec le Saint Esprit en recherchant sa présence et développant l'écoute de sa voix.

CHAPITRE III : L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL ET INNOVATION POUR RÉSOUDRE LES PROBLÈMES DE PAUVRETÉ

I. Définir des concepts de base : Entrepreneuriat social, Innovation et pauvreté

1.1 Entrepreneuriat social

L'entrepreneuriat social est une approche entrepreneuriale qui met l'accent sur l'impact social et environnemental de son activité, plutôt que sur le profit financier. Les entrepreneurs sociaux créent des entreprises viables économiquement pour répondre à des besoins sociaux ou environnementaux spécifiques, en réinvestissant leurs bénéfices dans leur mission.

C'est une approche qui combine l'entrepreneuriat traditionnel avec une dimension sociale et environnementale, en vue de créer des entreprises viables qui répondent à des besoins spécifiques et génèrent un impact positif sur la société et l'environnement.

1.2 Innovation

L'innovation désigne l'introduction sur le marché d'un produit ou d'un procédé nouveau ou significativement amélioré par rapport à ceux précédemment élaborés par l'unité légale.

Deux types d'innovation sont distingués : les innovations de produits (biens ou services) et de procédés (incluant les innovations d'organisation et de marketing).

Plus précisément :

- L'innovation de produits inclut les changements significatifs de design et les biens ou services numériques. Elle exclut la revente en l'état de nouveaux biens ou services et les changements de nature esthétique ;
- L'innovation de procédés concerne la production et les méthodes de développement, la logistique et la distribution, le système d'information et de communication, les tâches administratives et la comptabilité, l'organisation des procédures, la gestion des relations avec les fournisseurs, l'organisation du travail, les processus de décision, les ressources humaines, le marketing, l'emballage, la tarification et le service après-vente. (Source : www.insee.fr)

1.3 Pauvreté

La pauvreté, c'est, ne pas avoir assez d'argent pour répondre à ses besoins de base en nourriture, en vêtements et en logement. Toutefois, la pauvreté, c'est plus, beaucoup plus, que le manque d'argent. La Banque mondiale décrit la pauvreté comme suit : La pauvreté, c'est avoir faim.

Selon l'ONU, Presque la moitié de la population mondiale vit actuellement dans la pauvreté, fixée par un revenu de moins de 2\$ par jour, incluant un milliard d'enfants. Parmi cette population, plus de 800 millions de gens vivent dans une pauvreté extrême, survivant avec moins de 1,25\$ par jour.

II. Comment l'entrepreneuriat social et l'innovation peuvent jouer un rôle central dans l'amélioration des conditions de vie

Nous pouvons citer entre autres :

- L'apport de solutions aux questions sociales tels que la santé, l'environnement, les handicapés, l'éducation
- Le développement des compétences des promoteurs de projets sociaux
- La création de richesses, à travers la vente de produits et services
- La création de nouveaux produits, qui améliore le cadre de vie
- Les échanges commerciaux entre nations et intercommunautaires
- Le développement des relations humaines

III. Définir et piloter une étude de marché

3.1 Définition

C'est une enquête ou une prospection qui est menée pour savoir si l'offre que l'on a, peut avoir des acheteurs ou en vue de booster une offre.

L'étude de marché va vous permettre de mieux fixer vos prix, de catégoriser vos clients et de trouver les meilleurs canaux de distribution de vos produits.

L'étude de marché est un excellent outil pour piloter le décollage d'un projet et la pérennité d'une entreprise.

3.2 Pourquoi une étude de marche ?

- ✓ Connaitre les clients et le marché : tout ce qui peut rapporter de l'argent.
- ✓ Connaitre les concurrents et les prix qu'ils offrent, afin d'adapter les prix.
- ✓ Réduire les charges de démarrage.
- ✓ Fixer de façon provisoire les prix proposés par le client.
- ✓ Connaitre le bon emplacement.

3.3 Quand faire l'étude de marche ?

- ✓ Avant le lancement de tout projet : il est important de mener une étude de marché avant de démarrer n'importe quel projet. Mais si vous maîtrisez déjà le secteur, l'étude n'est pas forcément obligatoire.
- ✓ Lorsqu'on a une offre claire (pour les entreprises déjà en fonction, on peut faire l'étude de marché avec les clients existants)
- ✓ Lorsqu'on a une idée bien ficelée, c'est-à-dire des idées de produits ou services qui correspondent à des besoins.

3.4 Comment faire l'étude de marche ?

L'étude de marché se fait en posant des questions, en observant et aussi en faisant des recherches. Vous pouvez ainsi demander aux clients, aux potentiels clients, à n'importe qui, ou en faisant des recherches sur internet, etc.

3.5 Exemples d'une étude de marche et d'un projet pilote

1. Projet 1 : CPEML, formations en ligne en entrepreneuriat

- **Porteur du projet** : SORO Namongon Adama
- **Idéation** (Comment avons-nous eu l'idée ?) : après avoir suivi plusieurs formations et programmes en entrepreneuriat, j'ai finalement compris la conduite des projets de création d'entreprises. En 2019, après avoir participé à un programme en entrepreneuriat, j'ai conclu que je pouvais aussi devenir formateur, car je connaissais la plupart des contenus qui étaient développés par ledit programme. C'est alors que j'ai commencé à travailler sur le contenu d'un programme que j'allais proposer plus tard.

- **Processus de lancement** : (le lancement s'est fait en plusieurs étapes)

Etape 1 : Interrogation du marché



Cette étape consistait à faire une publication, le **16 Octobre 2020**, sur mes profils Facebook et WhatsApp. Il s'agissait t'interroger le marché, à savoir si éventuellement certains pourraient être intéressés par nos formations. Nous avons recueilli 50 manifestations d'intérêt.

Etape 2 : Rédaction des grandes lignes de l'offre

Ici, nous avons rédigé les modules et les différentes leçons des formations (pas encore le contenu des leçons).

Etape 3 : Questionnaire Google en ligne

Par la suite, nous avons fait un formulaire d'enquêtes que nous avons envoyé directement aux **50 personnes**, qui avaient manifesté leur intérêt pour nos formations. Seulement **19 personnes ont répondu** à l'enquête

Etape 4 : Analyse des données du formulaire

Après analyse des données, nous avons noté que :

- 73,7% des enquêtés étaient des travailleurs. Cela va justifier le choix des heures de formations (19H, ou 20H ou 21H)
- 78,9 des enquêtés souhaitent participer à l'ensemble du programme plutôt qu'à des sessions modulaires. Ce qui va justifier le lancement du projet avec le service unique « **programme complet de formation en entrepreneuriat** ».
- 50% des enquêtés ont proposé que le budget de formation soit à 50.000 FCFA. Ce montant était insuffisant pour couvrir nos charges. Mais pour démarrer et s'assurer d'avoir des participants au début, nous avons gardé ce montant avec un léger surplus de 5000.
- 63,2% des enquêtés étaient disponibles pour débiter la première session en Novembre.

Etape 5 : Lancement de la Classe 1

Le **10 Novembre 2020** avec une participation individuelle 55.000 FCFA. 12 personnes étaient inscrites à la classe1. La rédaction du contenu des cours se faisait juste avant la tenue des téléconférences pour la classe 1.

Etape 6 : Après les 1ers cours

Nous avons eu d'excellents retours d'expériences. C'est alors que nous avons commencé à lancer les classes suivantes (Classe2, Classe3 et Classe4). Afin d'assurer la couverture des charges et la pérennité du projet, nous avons donc révisé la stratégie de communication et le tarif à 118.000 FCFA. Après 2 ans, nous avons enregistré environ **75 participants**.

2. Projet 2 : Fitness Online, club sportif, démarré après un projet pilote

- **Porteur du projet** : SORO Namongon Adama
- **Idéation** : je n'étais pas un sportif significatif avant 2020. Mais durant la période de la COVID-19, disposant de plus de temps, je me suis entraîné intensément. Au bout de quelques mois, il y avait des répercussions positives sur ma santé, ma souplesse et mes activités habituelles. En partageant les images de nos séances de sport sur les réseaux sociaux, plusieurs se sont manifestés pour bénéficier de notre encadrement sur le plan du sport. Mais ne maîtrisant pas le secteur du sport, j'ai décidé de faire un projet pilote.

Etape1 :

Lancement des avis de Manifestations d'intérêts pour un coaching gratuit pour les problèmes de dos.

Étape 2

Projet pilote avec la Classe A sur Whatsapp avec 10 coachés gratuitement. Cette classe ayant généré de très bons résultats, nous avons lancé les classes suivantes, cette fois ci avec une participation individuelle de 5000 FCFA/mois. Après 6 mois, nous avons dépassé les 40 participants au programme sportif.

IV. La vente

4.1 Définition

La vente est un processus consistant à rencontrer le client pour lui offrir les produits et services dont il a besoin et en contrepartie à se faire payer. La vente est donc un processus et non une action mécanique qu'on accomplit un jour. Mais pourquoi et comment vendre ?

4.2 Pourquoi vendre ?

- ✓ Rencontrer le client, résoudre son problème : si nous acceptons qu'un bon produit ou service consiste à résoudre un problème dans la vie des autres, alors la vente est une occasion pour le faire.
- ✓ Faire vivre votre projet, votre entreprise et votre personnel : si vous ne vendez pas, votre projet, aussi bon soit-il, finira par mourir. Vous et vos collaborateurs n'aurez pas de salaires. Et l'entreprise ne pourra pas faire face à ses charges.
- ✓ Se développer professionnellement : la vente est un moyen pour continuer à s'améliorer professionnellement et à faire évoluer l'entreprise. En effet, la rencontre avec le client, les exigences du client, sont des éléments qui orientent nos méthodes de travail et la réinvention des produits & services.
- ✓ Augmenter son carnet d'adresses : plus vous allez vendre, plus vous allez vous faire d'amis et surtout de vrais amis. Apporter de la valeur dans la vie des autres, c'est avoir leur amitié et leur confiance.

4.3 Comment vendre ?

Pour vendre et mieux vendre, il faut voir la vente comme un triangle avec des facettes dépendantes les unes des autres. Chaque côté du triangle doit être bien entretenu pour faciliter le processus de vente. Ces trois faces sont :

- ✓ FACE 1 : Le produit ou le service que vous proposez.
- ✓ FACE 2 : la tactique et la stratégie que vous utilisez pour amener le produit au client
- ✓ FACE 3 : l'attitude que vous avez, l'enthousiasme que vous y mettez et les objectifs de vente que vous avez.

Comment actionnez chacune de ces facettes pour réussir dans la vente ?

LE PRODUIT

- ✓ Doit répondre à un ou plusieurs besoins : un produit ou service qui répond un ou plusieurs besoins du client se vent beaucoup plus facilement et presque sans discours.
- ✓ Doit être suffisamment clair pour le CLIENT : c'est le métier du vendeur d'avoir une offre claire pour le client et non le contraire. Le client n'est pas sensé savoir toutes les spécifications du produit.
- ✓ Doit être bien conditionné : le produit doit être bien conditionné pour que le client le prenne plus facilement. Un produit bien conditionné est le signe que le vendeur a du respect pour l'acheteur (le client)
- ✓ Facile d'accès pour le Client : le produit doit être facile d'accès pour le client, à défaut cela peut retarder ou annuler le processus d'achat.
- ✓ Pouvoir se vendre lui-même : le produit ne doit pas toujours avoir besoin de discours pour être vendu. Il doit être tellement bon pour le client, qu'il doit se vendre lui-même.

LA TACTIQUE ET LES STRATEGIES

- ✓ Communication claire : il faut communiquer clairement sur le produit, en mettant en avant ses apports pour le client plutôt que son prix ou toute autre chose.
- ✓ Réseaux sociaux : on peut utiliser les réseaux sociaux pour réduire nos charges commerciales et rentrer en contact avec des milliers de personnes.
- ✓ Étude de marché : une bonne étude de marché facilite la vente.
- ✓ Recommandations, ABE : le vendeur ne doit pas hésiter à rechercher des recommandations, ou des attestations de bonne exécution (ABE)

- ✓ Lettres et SMS de remerciements : le vendeur doit rédiger des lettres et des SMS pour remercier ses clients ou prospects.
- ✓ Contacts avec les clients : le vendeur doit rester en contact permanent avec ses clients.

ATTITUDE, ENTHOUSIASME, OBJECTIFS

- ✓ Le vendeur doit avoir une bonne moralité et une bonne réputation : la réputation ou la moralité du vendeur vendent plus que son discours.
- ✓ L'engagement du vendeur pour le produit : un vendeur qui ne manifeste aucun engagement pour son produit ne donnera aucune envie aux gens de l'acheter.
- ✓ Objectifs : nombre de clients de façon périodique : le vendeur doit se fixer des objectifs. Sans objectif, vous n'arriverez nulle part !
- ✓ Discours ou argumentaire de vente, le vendeur doit développer un argumentaire de vente.

4.4 Notion de PITCH

La vente est une activité importante pour la survie d'un projet (ou d'une entreprise). Mais, au-delà des produits et services qui nécessiteront des processus de vente, vous aurez à défendre (vendre) votre projet ou votre entreprise devant des banquiers (ou financeurs), des partenaires et même des fournisseurs. Ce qui sous-entend, qu'il vous faudra ficeler un argumentaire de vente toujours prêt.

Cet argumentaire doit être simple, court, concis et conçu dans un langage compréhensible pour son récepteur. Cet argumentaire est généralement appelé PITCH.

Vous devez développer un pitch pour la vente de vos produits et services, un pitch pour les partenaires, un pitch pour les administrateurs (l'Etat), un pitch pour les financeurs (banquiers) et d'autres structures selon vos réalités

Missions du PITCH

Le PITCH a pour missions de vendre, défendre ou présenter synthétiquement une entreprise, un projet, un produit ou un service. Il sert aussi à trouver des fonds au profit de l'entreprise.

Le contenu du PITCH

Le PITCH est un discours écrit ou verbal qui doit contenir les éléments suivants :

- ✓ Votre profil entrepreneur (ou projet) : il s'agit de juste rédiger le CV disant ou justifiant votre capacité à conduire le projet, lequel pourra rassurer les éventuels investisseurs.
- ✓ Le nom de votre entreprise, projet ou produit : trouvez un nom vendeur, un nom qui parle de vos activités, un nom qui évoque vos valeurs.
- ✓ La vision, la mission et les valeurs de l'entreprise : la mission est ce que le client recevra en venant chez vous, la raison pour laquelle votre entreprise existe. La vision est ce à quoi devait pouvoir aboutir la mission.
- ✓ La localisation de votre entreprise : pas toujours obligatoire dans le pitch, mais peut être souvent utile selon le type de projet.
- ✓ Les services (produits) offerts, les promesses et le profil type de vos clients : le Client n'a pas toujours besoin de votre vision (ou mission), mais vient vers vous pour les produits et services offerts. À chaque produit ou service, doit correspondre des promesses. Ces promesses doivent pouvoir justifier les prix que vous fixez.
- ✓ Vos objectifs commerciaux : il est important d'avoir des objectifs commerciaux pour dater le temps que vous vous donnez pour réaliser votre vision

4.5 Annexes du Pitch

Les éléments qui suivent permettent de montrer à vos interlocuteurs que votre entreprise a de la valeur, est digne de confiance et que votre discours est fondé sur du concret.

- ✓ Le nombre de vos clients
- ✓ Votre chiffre d'affaires, si vous avez déjà démarré depuis plusieurs années,
- ✓ Votre résultat ou autre aspect de vos finances
- ✓ Les témoignages clients
- ✓ Des photos de vos clients, de vos produits, de vos partenaires
- ✓ Vos distinctions & reconnaissances

V. L'élaboration de Business plan

Une entreprise est comme une voiture ou un avion qui a besoin d'une direction et d'un conducteur. Le conducteur du véhicule ou le pilote de l'avion doit avoir certains outils pour bien conduire son engin. L'entreprise fonctionne de la même manière. Elle a besoin d'un conducteur, qui n'est rien d'autre que le porteur de projet ou les promoteurs. Parmi les outils les plus importants pour conduire son entreprise, nous avons :

- **Le business plan**
- **L'étude de marché**
- **Le plan stratégique**
- **Le Business Model Canvas**

On peut en citer d'autres, le plan marketing ou de vente, le plan comptable, ..., mais en général tous les autres peuvent se retrouver dans les quatre premiers outils cités. D'ailleurs ces quatre (4) outils ne sont pas indépendants les uns des autres.

Dans ce manuel, nous aborderons quelques notions essentielles sur le Business Plan.

5.1 Définition

Le Business Plan (BP) se présente comme un document écrit qui présente votre entreprise depuis l'idée jusqu'au stade de management. Il définit les grandes lignes de vos acquis et de vos prévisions de développement. Ce document, s'il est bien rédigé, doit permettre à n'importe qui de lire et comprendre facilement votre projet et sa destination.

5.2 Pourquoi écrire un Business Plan

Plusieurs raisons peuvent justifier la rédaction d'un BP. Mais nous citerons les éléments suivants :

- **Accorder de la valeur à votre entreprise ou projet** : le BP est d'abord pour vous et votre projet, avant d'être destiné à d'autres personnes. Le BP est pour le porteur de projet ce que le CV est pour toute personne qui a une qualification.
- **Définir vos produits et services** : un projet débute par une idée. Mais une idée qui marche est une idée qui a des produits et services bien clarifiés. Grâce au BP, le porteur de projet peut bien définir ses produits et services.
- **Pour rechercher des financements et participer à des concours de plans d'affaires** : un projet n'est financé que sur la base d'un BP bien rédigé.
- Pour s'orienter dans son travail et le développement de votre entreprise.

5.3 Éléments de base du Business Plan

Avant de vous lancer dans la rédaction d'un BP, il est important d'avoir quelques éléments suffisamment bien clarifiés :

- **L'idée de projet** : l'idée est le point de départ.
- **Le profil** : tout comme un CV n'est pas adapté à tous les profils de votre diplôme, de même il faut un bon profil pour le type de projet que vous voulez conduire.
- **Les produits et services** : un projet qui marche est un projet qui dispose d'éléments pour la commercialisation.
- **Le CLIENT** : une entreprise c'est d'abord les clients. Un projet qui a des clients a une longueur d'avance sur la rédaction de son BP

5.4 Démarrer son entreprise

Une entreprise qui a un avenir, est une entreprise qui a au moins commencé. Un BP aussi bien rédigé soit-il ne vous amènera nulle part, même s'il avait reçu un financement. Le porteur de projet doit rapidement avoir des clients pour espérer voir son entreprise grandir. Pour les projets nouveaux ou les porteurs de projets qui peinent à avoir des clients, il faut penser à :

- **A des projets pilotes** : démarrer son projet dans une petite zone ou avec un petit groupe de potentiels clients. Cela vous permettra de limiter certains risques financiers.
- **Faires des essais** : on peut faire des essais avec des volontaires qui acceptent d'utiliser nos produits ou services.
- **Des options gratuites** : vous pouvez être sûr que votre produit est bon et ne pas avoir de clients qui acceptent d'acheter. La manière la plus simple d'avoir des clients est de proposer votre produit gratuitement ou presque.

5.5 Préparatifs à la rédaction du Business Plan

Trouvez une réponse aux questions suivantes, et vous aurez rédigé en partie votre Business Plan

- Quand et pourquoi est née votre entreprise ? .
- A quel besoin du marché répond votre entreprise ?
- Quelle est votre solution et quels sont ses bénéfices ?
- Quelle est votre cible de marché (segmentation) ?
- Quelle est la taille de votre marché et votre part de marché ?
- Qui sont vos concurrents ?
- Quel est votre avantage compétitif ?
- Qui sont les membres de votre équipe (expériences, éléments plus personnels)
- Qui sont vos conseillers et partenaires ?
- Quels prix pratiquez-vous ?
- Quel est votre circuit de distribution ?
- Comment vous faites-vous payer ?
- Comment et où vos clients vous connaîtront ?
- Comment favorisez-vous le référencement ?
- Quels sont vos principaux accomplissements jusqu'à présent (nombre de clients, revenus, prix, etc.) ?
- Quelles sont vos projections financières ?
- Quel est votre principal défi ? Quelle réponse proposez-vous ?

5.6 Business model Canvas

Dans le cadre la rédaction du business plan, il faut rédiger un business model Canvas, qui est une cartographie de votre projet.

Le Business Model Canvas, ou matrice d'affaires, est une manière simple de présenter son projet ou son entreprise en neuf composantes. Celles-ci sont réparties dans un tableau qui cartographie une offre dans ses aspects les plus importants.

On peut établir un Business Model Canvas, après avoir mené une étude de marché et définit clairement son modèle économique. Le modèle économique étant la manière dont l'entreprise se fait payer.

Les neuf éléments que l'on retrouve au sein du Business Model Canvas sont :

- La proposition de valeurs
- Les partenaires clés
- Les activités clés
- Les ressources clés
- Les relations avec les clients
- Les segments de clients
- Les canaux de distribution
- La structure des coûts
- Les flux de revenus

Business Model Canvas		Projet	Promoteur	Date
Partenaires clés	Activités Clés	Proposition de valeur	Relation Clients	Segments de clients
Qui sont nos partenaires clés ? Qui sont nos principaux fournisseurs ? Quelles ressources clés acquérons-nous auprès de partenaires ? Quelles activités clés les partenaires effectuent-ils ?	Quelles activités clés nos propositions de valeur nécessitent-elles ? Nos canaux de distribution ? Relation client ? Des flux de revenus ?	Quelle valeur apportons-nous au client ? Lequel des problèmes de nos clients aidons-nous à résoudre ? Quels ensembles de produits et services proposons-nous à chaque segment de clientèle ? Quels besoins clients satisfaisons-nous ?	Quels types de relations chacun de nos segments de clientèle attend-il que nous établissions et maintenions avec eux ? Lesquelles avons-nous établies ?	Pour qui créons-nous de la valeur ? Qui sont nos clients les plus importants
	Ressources Clés		Canaux	
	De quelles ressources nos propositions de valeur ont-elles besoin ? Nos canaux de distribution ? Exemples : Personnel, (brevets de marque, droits d'auteur, ..)		Par quels canaux nos segments de clientèle veulent-ils être atteints ? Comment les atteignons-nous maintenant ?	
Structure des Coûts		Flux de revenus		
Quels sont les coûts les plus importants de notre modèle économique ? Quelles ressources clés sont les plus chères ? Quelles activités clés sont les plus chères ? EXEMPLES : Coûts fixes (salaires, loyers, services publics, abonnement)		Pour quelle valeur nos clients sont-ils vraiment prêts à payer ? Pourquoi paient-ils actuellement ? Comment paient-ils actuellement ? Comment préféreraient-ils payer ? EXEMPLES : Frais d'utilisation, Frais d'abonnement, Prêt/location/crédit-bail, Licences,		

VI. Stratégies de financement de projet entrepreneuriale

Les recherches de financements

Monter un projet et avoir des financements n'a jamais été chose facile. Mais cela ne relève pas d'une mission impossible. Un business plan bien peaufiné peut avoir facilement une oreille attentive auprès de financiers.

Pour la recherche de financements, il faut envisager plusieurs voies :

6.1 L'apport personnel

Celui qui veut créer une entreprise, c'est lui qui en est le plus responsable. C'est lui qui doit le plus s'y consacrer et apporter le plus d'expertise, de stratégie... L'apport personnel au-delà du fait qu'il peut être de la liquidité, peut également être des apports en nature et en industrie. Mais l'élément fondamental c'est l'idée d'entreprise. Plus il s'agit d'une idée claire et viable et plus le projet a plus de chances de réussite.

6.2 La « Love money »

Il s'agit de l'argent venant de vos proches. Dès que vous avez terminé votre business plan ou montré votre détermination dans la création d'entreprise, vous pouvez convaincre certains de vos proches (frères, parents, amis, ...) de vous accorder des aides financières. Ne craignez pas de solliciter des aides et n'ayez pas honte de la faire. « Le monde des affaires est fondé sur des gens qui s'entraident » (Ankur Jain, fondateur de Kairos Society). Tout comme vous, les Etats, les hommes politiques, les célébrités ou les grandes entreprises recherchent la liquidité (Emprunts obligataires, PPTe, demandes de parrainage, ...).

NB : *Il est important de signaler qu'à ce niveau, il ne faut pas traiter de méchante une personne qui viendrait à vous dire qu'elle n'a pas d'argent à vous offrir, quand bien même l'apparence ne le ferait pas penser. En effet, nous avons tous des projets et personne n'a assez d'argent pour en donner gratuitement aux autres.*

6.3 Les concours ouverts aux jeunes entrepreneurs

Il est bon que le jeune entrepreneur puisse s'intéresser à tout. Il s'y trouve des concours de littérature, de philosophie, de poésie, de science ou d'entrepreneuriat auxquels il peut participer. Décrocher une place de choix à l'un de ces challenges peut permettre d'avoir des prix en nature, en espèces ou encore d'augmenter votre visibilité, vos capacités de succès ou vous donnez des idées d'entreprises.

6.4 Structures de financements

Plusieurs structures de financements ont été mises sur pied pour financer et accompagner les jeunes créateurs d'entreprises (FNS, AGEPE, ONUDI, INIE, FIPME, ...). Les personnes qui y travaillent le font pour vous. Alors approchez les, enquêtez-vous de leurs conditions de financements et restez patients. Au-delà de ces structures, l'on peut recourir aux banques. Mais pour un début, il faut éviter les banques.

NB : *le plus important est d'avoir des clients et que ces derniers prennent plaisir à acheter vos produits. Cela doit être votre priorité dans votre plan stratégique. Mais la liquidité est incontrôlable. Voilà pourquoi, il faut recourir à des options de recherche de fonds pour assurer vos charges et donner toujours une vie durable à votre entreprise.*

6.5 Financements venant des clients

Le meilleur financement pour l'entreprise c'est le financement qui vient des clients. Si les clients sont satisfaits de vos services, ils vous payeront plus facilement. Ils vous recommanderont et ils peuvent même faire des réservations en acceptant de payer à l'avance. Il vous appartient de vraiment faire des efforts pour avoir la confiance des clients.

6.6 Financements participatifs

- Plateformes de financements en ligne (internet), modèle aussi utilisé par les opérateurs de téléphonie mobile
- Financements Associés, entreprises familiales ...

CHAPITRE IV : LA REGLEMENTATION

I. S'installer

1.1 L'emplacement pour une entreprise

Un projet ou une entreprise, c'est aussi l'emplacement. Mais il est important de voir l'emplacement comme toute position où vous pouvez rencontrer facilement le client et lui offrir vos services. L'emplacement n'est pas, au départ, forcément physique. Vous pouvez travailler à partir de votre domicile ou aller à la rencontre du Client.

Cela vous permettra de réduire vos charges de démarrage. Mais une entreprise qui grandit, c'est une entreprise qui a un siège social, légalement bien constitué au plan administratif.

1.2 Le statut juridique de l'entreprise

Une entreprise est une personne morale. Tout comme chaque homme a besoin d'un certificat de naissance, de même l'entreprise a besoin d'un document administratif qui atteste son existence. Ce document définit le statut juridique de l'entreprise. Nous avons plusieurs types de statuts juridiques :

- **Secteur informel** : qui n'est en soi pas un statut juridique, mais un mode de fonctionnement. Toute entreprise peut débuter dans l'informel. Mais il est important de sortir de l'informel très rapidement.
- **Entreprise individuelle** : votre personne se confond avec celle de l'entreprise
- **SARL (Société Anonyme à Responsabilité Limitée) ou SARLU (Société Anonyme à Responsabilité Limitée Unipersonnelle).**
- **SA** : Société Anonyme.
- **SAS** : Société par Actions Simplifiée

Tous ces statuts juridiques ont leurs avantages et inconvénients. Mais pour le porteur de projet débutant, il est bon de penser au statut juridique SARLU.

II. Faire face aux impôts

Chaque activité commerciale, au sein d'une collectivité organisée, est soumise à l'impôt.

En tant qu'entreprise ou entrepreneur, on ne peut échapper aux impôts. Mais, on peut limiter les dégâts en choisissant le bon statut juridique. Lorsqu'on n'est pas en règles vis-à-vis des impôts, nos actions commerciales ou de vente seront limitées, voir stoppées.

Pour faire face aux impôts, nous faisons les recommandations suivantes :

- Se faire accompagner par un comptable, qui connaît la réglementation en vigueur ou du pays sur l'impôt
- Faire un bon choix pour le statut juridique de son projet, en fonction de ses activités.
- Connaître la réglementation du pays en la matière.
- S'informer auprès des services des impôts et comptabilité publiques.

III. Personnel et Partenaires

Le personnel est un facteur essentiel du succès de l'entreprise. Une gestion efficace et proactive du personnel contribue à la production, au développement, à l'innovation et à la satisfaction des salariés et des clients. Les succès en entrepreneuriat sont généralement déclenchés par le personnel.

L'entreprise a également plusieurs composantes et partenaires qui interagissent avec elle. Il faut veiller aux relations avec les partenaires. Au niveau des partenaires, on peut citer les fournisseurs, prestataires, distributeurs et tout autre acteur dont la collaboration a un impact sur la vie de l'entreprise.

CHAPITRE V : DIEU ET LES AFFAIRES

I. Le plan de Dieu

Dieu, en créant l'homme, l'a doté de compétences et de facultés pour dominer et assujettir la terre. Dieu a également créé l'homme à son image et à sa ressemblance. Dieu a envoyé Jésus pour restaurer la relation brisée avec les hommes. Son plan pour l'humanité et pour les hommes :

- *Dominer et assujettir la terre*
- *Que la pluie, ... ne cessent point*
- *Que ses enfants prospèrent*
- *Que ses enfants travaillent*
- *L'intégrité (Daniel à Babylone, a servi au moins 2 rois babyloniens et 2 médopers, Joseph chez Potiphar ou en prison,*
- *(Abraham face au roi de Sodome-Lire : Gn14.14-24)*
- *L'honnêteté (Guéthazi, 2Rois5.15-17)*
- *Former d'autres leaders (Discipolat)*
- *L'humilité (Jésus : Ph2.6, Paul:1Co9:20-22)*
- *L'organisation (planification : Néhémie)*
- *Bâtir une vision à long terme (Jésus, Actes1.8)*

II. Modèles bibliques de réussite en affaires

Dans cette section, nous allons étudier deux modèles bibliques sur les affaires, et un mauvais exemple de succès en affaires.

2.1 ISAAC chez les philistins : Génèse 26.1-6, 12-33

(Lire le passage biblique, avant de lire les commentaires)

Qui est ISAAC (patron de ISAAC SERVICES)

- Naissance lorsque sa mère a 90 ans, son père 100 ans).
- Enfant unique de sa mère.
- Promu pour être sacrifié.
- Orphelin de mère à 37 ans.
- Marié à 40 ans, père à 60 ans (Gn25.20,26)
- Des enfants en perpétuel conflit

ISAAC SERVICES (IS) & DIEU

- Ecoute la voix de Dieu (V.1-6)
- Se soumet à l'autorité d'Abimelec (V.16-17)
- Reconnaissance de la grâce de Dieu et Dieu comme associé d'affaires (V.22-25)
- Homme de prière (V.25)
- S'investit dans l'œuvre de Dieu (V.25,30,31)

IS (ORIGINES DE SES GAINS OU ACTIVITÉS)

- Agriculture (V.12)
- Élevage (V.14)
- Forage (V.18-22)

IS (ATTITUDES OU FORCES DU PATRON ET DU PERSONNEL)

- Patience
- Persévérance
- L'amour du prochain (des ennemis)
- Le pardon & la réconciliation
- L'engagement des travailleurs
- Le temps pour Dieu

IS (RÉSULTATS)

- Évangélisation(V26-29)
- Paix avec les anciens ennemis(V31)
- L'engagement de son personnel (V19, 21, 25,32)
- La glorification du nom de Dieu parmi les païens(V26-29)
- La bénédiction financière/sociale(V22,32)

CONCLUSION

Dieu utilise n'importe qui pour faire les affaires. L'entrepreneuriat n'est pas facile. Mais Dieu nous accompagne dans les affaires si nous marchons dans sa parole. Dieu est là même quand tout va mal.

2.2 Pêche miraculeuse 2 (Jean 21.1-13)

La 2^{ème} pêche miraculeuse Jean 21 : 1-13 : après sa résurrection Jésus se révèle à 7 de ses disciples, qui avaient décidé de faire la pêche. Durant toute la nuit, ils n'ont rien eu. Jésus apparaît le matin et leur permet de faire une pêche miraculeuse. Mieux, il va même faire un feu pour eux, afin qu'ils mangent... Jésus se montre là qu'il est maître de la nature et des finances.

Les disciples étaient des pêcheurs professionnels. Mais malgré leurs compétences, ils n'ont rien pris. Seul Jésus peut nous permettre d'avoir de bons résultats en affaire.

Gain malhonnête : L'esclave à l'esprit de divination : Actes 16 : 16 - 26

- UNE ENTREPRISE DE DIVINATION (ED)
- Très rentable (V.16)
- Composée d'une seule employée : une esclave possédée d'un démon. (V.16)
- Plusieurs patrons. (V.16)
- Service unique : la divination (V.16)

ED & CHRIST (LES MISSIONNAIRES PAUL, SILAS, TIMOTHÉE, LUC, ...)

- La délivrance de l'employé. (V.18)
- La faillite de l'entreprise (des patrons)

ED (LA RÉACTION DES PATRONS)

- Le montage mensonger en utilisant la loi et le peuple. (V.19-21)
- L'humiliation et l'emprisonnement des missionnaires. (V.22-24)

REACTION DES MISSIONNAIRES

- La prière (V.25)
- La louange (V.25)
- Le pardon (V.21)

FINALITE

- La conversion du garde de prison et de sa famille (V.32)
- La libération sans conditions des missionnaires (V.35)
- La proclamation et la continuité de l'évangile

CONCLUSION

Nous avons un rôle à jouer dans le milieu des affaires en tant que chrétien, pour assainir les affaires, aider les gens, délivrer les captifs. Jésus a dit (LUC4.18,19) : «L'Esprit du Seigneur est... » N'est-ce pas ce même esprit que nous avons ?

2.2 Pêche miraculeuse 2 (Jean 21.1-13)

a. Quelques armes spirituelles

En Ephésiens 6 : 12-18, il est écrit « Car nous n'avons pas à lutter contre la chair et le sang, mais contre les dominations, contre les autorités, contre les princes de ce monde de ténèbres, contre les esprits méchants dans les lieux célestes. C'est pourquoi, prenez toutes les armes de Dieu, afin de pouvoir résister dans le mauvais jour, et tenir ferme après avoir tout surmonté. Tenez donc ferme : ayez à vos reins la vérité pour ceinture ; revêtez la cuirasse de la justice ; mettez pour chaussure à vos pieds le zèle que donne l'Évangile de paix ; prenez par-dessus tout cela le bouclier de la foi, avec lequel vous pourrez éteindre tous les traits enflammés du malin ; prenez aussi le casque du salut, et l'épée de l'Esprit, qui est la parole de Dieu. Faites, en tout temps par l'Esprit toutes sortes de prières et de supplications. Veillez à cela avec une entière persévérance, et priez pour tous les saints.

Le chrétien ne devait pas oublier l'aspect spirituel dans les affaires. La vie de disciples, est une vie de perpétuel combat avec les forces du mal. La Bible nous avertit et nous oriente sur les actions à faire face à l'ennemi. De ce passage nous pouvons retenir, les éléments suivants :

- Le combat pour des entreprises prospères est un combat spirituel
- Le chrétien ne doit pas lutter avec ses propres armes, mais avec les armes de Dieu, notamment
 - **La vérité** : vivre dans la vérité pour ses affaires.
 - **La justice** : être juste dans ses affaires pour ne pas donner accès au Diable.
 - **Le zèle pour l'Évangile** : s'engager pour l'Évangile en tant qu'entrepreneur ouvre des portes.
 - **La foi** : la foi nous permet d'aboutir à des opportunités. La Bible dit « Or, sans la foi il est impossible de lui être agréable ; car il faut que celui qui s'approche de Dieu croie que Dieu existe, et qu'il est le rémunérateur de ceux qui le cherchent »
 - **L'identité du salut** : il faut œuvrer avec son identité d'enfant de Dieu.
 - **La parole de Dieu** : méditer et appliquer la parole de Dieu dans ses affaires.
 - **La prière** : avoir des programmes réguliers de prières pour ses activités.

b. Demander du secours

Textes : 1 Samuel 11 : 1-11

Thème : le secours face à l'adversaire

Contexte :

Après la désignation publique de Saül, en tant que roi d'Israël, pendant qu'une partie du peuple se réjouissait ; certains le méprisèrent. Mais Saül n'y prit point garde (1 Samuel 10.27). Juste après cette cérémonie, Ammon vient assiéger Jabès, un territoire juif.

Jabès a voulu la paix, en traitant alliance avec Ammon. Mais Ammon a voulu crever les yeux droits des habitants de Jabès, comme préalable de l'accord, soit une humiliation infligée sur tout Israël. Jabès a donc demandé du secours au reste d'Israël.

L'adversaire et ses stratégies

- Assiéger (empêcher de faire quoi que ce soit)
- Traiter alliance (servir des idoles)
- Crever les yeux droits (voler, égorger et détruire)
- Honnir (voler ou détruire votre dignité)

Comment avoir le secours face à l'adversaire

- Ne jamais traiter alliance avec l'adversaire (V1,2)
- Compter sur L'Esprit de Dieu (V6)
- Marcher comme un seul homme (V7)
- Ne pas rester en marge lorsque le voisin est attaqué (V7)
- Engager des batailles offensives et non défensives (V11)

Appréhender l'adversaire / ce qui suscite des situations de combat.

- La marche chrétienne (Jésus, les disciples dans les actes des apôtres)
- La joie, la quiétude au milieu du peuple de Dieu.
- Les actions d'évangélisation, de prières, de partage de la parole
- La percée des enfants de Dieu dans le monde du travail et des affaires.

NB : La stratégie utilisée par Ammon est presque la même aujourd'hui dans les batailles contre les enfants de Dieu (assiéger, traiter alliance, crever les yeux 'spirituels', honnir).

La bonne nouvelle, est que nous sommes plus que vainqueurs en Jésus ; en suivant les recommandations précédentes pour avoir du recours.

c. Continuer à explorer de nouveaux horizons

ISAAC et ses puits : Génèse 26 : 18-22.

Cette histoire que nous avons déjà étudiée précédemment, est un récit de la prospérité d'ISAAC chez les philistins. Le passage qui retient notre attention ici, est le point des forages :

Génèse 26 : 18-22 : « Isaac creusa de nouveau les puits d'eau qu'on avait creusés du temps d'Abraham, son père, et qu'avaient comblés les Philistins après la mort d'Abraham ; et il leur donna les mêmes noms que son père leur avait donnés. Les serviteurs d'Isaac creusèrent encore dans la vallée, et y trouvèrent un puits d'eau vive. Les bergers de Guérar querellèrent les bergers d'Isaac, en disant : L'eau est à nous. Et il donna au puits le nom d'Esek, parce qu'ils s'étaient disputés avec lui. Ses serviteurs creusèrent un autre puits, au sujet duquel on chercha aussi une querelle ; et il l'appela Sitna. Il se transporta de là, et creusa un autre puits, pour lequel on ne chercha pas querelle ; et il l'appela Rehoboth, car, dit-il, l'Éternel nous a maintenant mis au large, et nous prospérerons dans le pays. »

NB : jusqu'à ce que Isaac trouve un puits sans querelle, signe que l'Éternel l'avait mis au large et qu'il était parti pour prospérer dans le pays, il n'a jamais cessé d'explorer de nouveaux horizons. Face à l'adversaire, il faut aussi explorer de nouveaux horizons.

CONCLUSION

Ce manuel est le fruit d'un projet ILC dont les travaux étaient menés dans quatre pays des Groupes Bibliques Universitaires d'Afrique Francophone (GBUAF) (Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire et Sénégal) qui vise à booster l'entrepreneuriat dans le milieu chrétien.

Ce manuel est produit par **Dr. Albertine Bayompe KABOU**, catalyseur à l'Initiative Logos and Cosmos de 2021 à 2025 et coordonnatrice du projet l'entrepreneuriat en milieu chrétien en Afrique Francophone ; **Monsieur Namongon Adama SORO** de la Côte d'Ivoire, entrepreneur et Ingénieur de conception en télécommunication INP-HB de Yamoussoukro et **Pasteur Armel B. AGBOHOUTO** du Bénin, entrepreneur et Financier et gestionnaire de projet.

Ce travail fut une merveilleuse collaboration par le partage d'expériences enrichissantes des coachs mais également des mouvements du Bénin, du Burkina Faso, de la Côte d'Ivoire et du Sénégal avec la participation très active des leurs Secrétaires Généraux (SG) et une bonne facilitation des activités de notre projet ILC pour le niveau 4.

Nous tenons à conclure ce travail en adressant nos sincères remerciements à l'Initiative Logos and Cosmos pour l'opportunité qui nous a été accordé durant ces quatre années (2021 à 2025), à nous former, à apprendre et à interagir dans nos universités, nos églises et nos communautés au travers le dialogue science et foi. Nos remerciements vont à l'endroit de la Fondation John Templeton qui a bien voulu financier cette belle Initiative. Nous remercions tout le Staff de l'Initiative Logos and Cosmos au niveau de l'IFES (Pr. Ross, Sophie, etc.) et de l'Afrique francophone (**Dr. Albert ETEKA CHABI**, **Dr. Stephen NEY**, **Madame Monelle LATE**, **Innocent, Roland**, etc.), à tous les djadus, spécialement **Djadu AHOGA Kossi Augustin**, à toute la communauté des catalyseurs.

Nos remercions également vont à l'endroit des SGs du Bénin, du Burkina Faso, de la Côte d'Ivoire et du Sénégal et tous les autres membres de ces mouvements qui ont pris part à la mise en œuvre de ce projet ILC.

BIBLIOGRAPHIES

Allyne KAPEU. (2024). Formation en mentalité entreprenante et en leadership transformationnel.

Bible Louis Segond. (2010). Le guide pratique du manager 2010, Revue Management.

BPIFRANCE CREATION. (2023). Guide Pratique du créateur : les étapes de la création d'entreprise.

C. John MILLER (2003). Le cœur d'un leader-serviteur : recueil de lettres pastorales pour former et guider les leaders chrétiens dans leur ministère.

Gary E.Roberts. (2015). Developing christian servant leadership: Faith-based character Growth at work. Palgrave macmillan.

Josué Pierre (2018). Esprit d'entreprise et croyances chrétiennes des afro-descendants en Haïti : développement socioéconomique et facteurs religieux, éducatif et politique. Sociologie. Université Sorbonne Paris Cité, 2018. Français. ffNNT : 2018USPCB069ff. fftel-02510776f.

Namongon Adama SORO. (2021). Chrétien et entrepreneuriat, Novembre 2021.

Tom HOPKINS. (2002). La vente pour les nuls. Editeur : First Editions.