

REPUBLIQUE DU NIGER

Ministère du Développement  
Agricole

Agence Japonaise de  
Coopération Internationale  
**JICA**

**ETUDE DE DEVELOPPEMENT DES OASIS SAHELIENNES  
EN REPUBLIQUE DU NIGER (EDOS)**

**GUIDE DE FORMATION SUR LES ACTIVITES  
GENERATRICES DE REVENUS**



**Agence japonaise des ressources vertes (J-GREEN)**

*Elaboré par l'ONG ADA dans un cadre contractuel signé avec EDOS*

*Novembre 2007*

## Reçu de paiement

<h1>Reçu N° _____</h1>
Montant : ..... F CFA
La somme de : .....
Motif : .....
.....
.....
Date : .....

## SOMMAIRE

PREAMBULE .....	2
SIGLE ET ABREVIATIONS.....	3
I. CONTEXTE.....	4
II. OBJECTIF DU GUIDE .....	4
III. RESULTATS ATTENDUS .....	4
IV. L'AGR : UNE ENTREPRISE .....	5
4.1. Promoteur et son AGR .....	5
4.2. AGR et famille .....	6
4.3. Typologie des AGR .....	6
4.4. Etude de faisabilité .....	7
4.5. Capital initial .....	11
4.6. Connaissance des coûts .....	12
4.7. Caisse .....	14
4.8. Idée d'entreprise.....	15
4.9. Développer l'AGR.....	16
BIBLIOGRAPHIE .....	21



## **SIGLE ET ABREVIATIONS**

**EDOS** : Etude de Développement des Oasis Sahéliennes en République du Niger

**DAD GOMNI** : Organisation Non Gouvernementale Discipline Aide & Développement

**AGR** : Activités Génératrices de Revenu

**BIT** : Bureau International de Travail

**GERME** : Gérez Mieux votre Entreprise

**CREE** : Crée votre Entreprise

# ***ANNEXES***

## I. CONTEXTE

L'Etude de Développement des Oasis Sahéliennes en République du Niger (EDOS) a pour objectif principal de réduire la pauvreté et lutter contre la désertification par le biais du développement rural aux environs des ouvrages du Programme Spécial du Président de la République (mini-barrages et seuils d'épandage).

La formation sur les activités génératrices de revenus a pour objectif d'amener non seulement les paysans à comprendre la manière d'entreprendre les AGR et de conduire la commercialisation des produits qui en sont issus mais aussi et surtout à promouvoir ces AGR comme facteur de développement à l'échelle individuelle ou collective.

Le présent guide consacre l'art de la conduite (ou la création pour ceux qui n'en n'ont pas encore) et la gestion d'une AGR.

## II. OBJECTIF DU GUIDE

L'objectif du guide c'est d'offrir aux techniciens un ensemble d'outils leur permettant de mieux appuyer des hommes ou des femmes qui exercent de petites activités individuelles ou collectives de type AGR ou qui pourraient en créer.

## III. RESULTATS ATTENDUS

Les résultats attendus du guide sont :

- Les techniciens disposent de connaissances suffisantes ainsi que les types d'appuis qu'ils peuvent apporter aux promoteurs ;
- Les techniciens ont une large appréhension du rôle et de l'importance des activités génératrices de revenus ;
- Les techniciens sont dotés de support technique sur la conduite et la gestion des activités génératrices de revenus.

## BIBLIOGRAPHIE

1. Germe niveau 1 : Manuel. BIT juin 2005
2. Germe niveau 1 : Guide du formateur. BIT
3. Germe : Manuel CREE. BIT 2001
4. Germe : Planification financière. BIT 1996
5. Germe : Comptabilité. BIT 1996.
6. Germe : Calcul des coûts. BIT 1996.
7. Germe : Marketing. BIT 1996.
8. Réunion 9 : Gestion des Activités Génératrices de Revenu. CARE International

### **b.) L'importance de la planification**

La planification financière est importante et peut contribuer à améliorer l'activité car :

- Elle indique si on peut éventuellement réaliser des bénéfices ;
- Elle indique ce qui nécessite une amélioration dans l'entreprise ;
- Elle indique à la banque ou à la mutuelle d'épargne et de crédit la situation de l'entreprise ;
- Elle indique les entrées et sorties de fonds au niveau de l'entreprise.

Il s'avère alors impératif de faire des plans utiles pour une activité. Celle-ci a surtout besoin de deux plans :

- Le plan des ventes et des coûts : faire une prévision mensuelle, pour l'année des ventes et coûts. Il permet d'obtenir une idée de bénéfice ;
- Le plan de trésorerie : aide à connaître, à l'avance, les entrées et sorties de fonds de chaque mois. Il donne l'assurance de n'avoir jamais de problème de liquidité.

### **c.) Financement de l'AGR**

Après l'étude de faisabilité et le calcul du montant d'argent nécessaire pour démarrer l'AGR, il faut trouver les moyens de financer l'activité. Pour ce faire, on peut :

- Utiliser son propre argent : ce sont les fonds propres ;
- Emprunter de l'argent : c'est le fonds des tiers. L'argent peut être obtenu auprès des amis, des parents, des institutions financières de crédit telles les mutuelles et même les prêts spéciaux d'état : le programme spécial du Président de la République ;
- Louer : peut être une alternative si on n'a pas le choix. Il est plus cher que l'achat à long terme.

## **IV. L'AGR : UNE ENTREPRISE**

Une AGR est une activité menée par une ou plusieurs personnes afin de réaliser de bénéfices. Les points essentiels qui favorisent ses chances de succès sont :

- ☞ S'assurer de la faisabilité de l'activité. Celle-ci peut être socioculturelle, technique, financière ou économique ;
- ☞ S'assurer de la rentabilité de son activité ;
- ☞ Connaître l'environnement juridique, administratif, économique et financier ;

En d'autres termes :

- ☞ Avoir l'ambition et la volonté de développer son activité et de la rendre rentable et durable ;
- ☞ Exercer une activité qui a une forte capacité de croissance.

### **4.1. *Promoteur et son AGR***

L'AGR en tant qu'activité commerciale donc à but lucratif n'est viable que si un certain nombre de qualités intrinsèques et environnementales sont réunies.

#### **a) Caractéristique du promoteur**

L'entrepreneur est la personne la plus importante de l'entreprise. Il a la responsabilité de sa gestion et de ses résultats. Le succès de l'activité dépend donc de ce qui l'a réellement poussé à mener cette activité et le risque qu'il peut prendre dans la vie, de sa persévérance et capacité à gérer des crises, prendre des initiatives ou des décisions, de son engagement dans la conduite de ses activités etc.

## b) La motivation essentielle du promoteur

Une AGR est menée dans la perspective de mettre à la disposition des clients une gamme de produits afin de satisfaire leurs exigences. Toutefois, au delà de cette considération l'AGR doit permettre à son promoteur de :

- S'enrichir, avec la réalisation de bénéfices, de l'épargne, des investissements etc ;
- Etre indépendant en termes d'emploi (auto emploi) ;
- Subvenir aux besoins familiaux ;
- Concrétiser divers projets.

### 4.2. AGR et famille

L'AGR fait le plus souvent recours aux membres de la famille soit en tant que partenaire, soit en tant qu'employé. C'est une bonne chose pour démarrer une nouvelle activité, mais cela peut être une source de problèmes. Il serait alors intéressant au cas où on souhaite utiliser la famille dans l'entreprise d'envisager les problèmes et établir les règles du jeu dès au départ. Ainsi, par exemple :

- Les sujets familiaux personnels se règlent en dehors de l'entreprise ;
- Les membres de la famille qui sont partenaires se traitent comme tels et comme tout autre partenaire ;
- Les membres de la famille qui sont employés sont traités comme tels et comme les autres employés etc.

### 4.3. Typologie des AGR

Il existe plusieurs types d'AGR en milieu rural. Certaines peuvent exister toute l'année (alimentation, artisanat etc.), ou sont saisonnières (agriculture, élevage etc.), indépendantes (location de matériel etc.) ou même circonstancielle ou opportunistes (cueillette, efforts physiques salarié etc.).

CHARGES					PRODUIT		RESUL TAT
Libellé	Unité	Quantité	Prix unitaire	Montant	Vente/ jour	Montant	Bénéfice
Arôme	Unité	1	40	40			
Bois	Tas	1	100	100			
Eau	Seau	2	5	10			
Moulin	Tia	1	50	50			
TOTAL				1 625 F		2 000 F	+ 375 F

**Bénéfice = Prix de vente - Prix de revient**

**Application numérique : 375 F = 2 000 F CFA - 1 625 F CFA**

Pour la prévision hebdomadaire on a :

**Charges** : 1 675 F x 7 jours = 11 325 F CFA

**Produits** : 2 000 F x 7 jours = 14 000 F CFA

**Résultat** : 14 000 F – 11 325 F = 2 625 F CFA

La vendeuse de beignet réalisera un bénéfice de 2 625 F CFA par semaine et pour une prévision mensuelle on aura :

**Charges** : 11 325 F x 4 semaines = 45 300 F CFA

**Produits** : 14 000 F x 4 semaines = 56 000 F CFA

**Résultat** : 56 000 F – 45 300 F = 10 700 F CFA

La vendeuse de beignet réalisera ainsi un bénéfice mensuel de 10 700 F CFA par mois ou pour une prévision annuelle on aura :

**Charges** : 45 300 F x 12 mois = 543 600 F CFA

**Produits** : 56 000 F x 12 mois = 672 000 F CFA

**Résultat** : 672 000 F – 543 600 F = 128 400 F CFA

Le bénéfice annuel est de 128 400 F CFA réalisable par la vendeuse de beignets. Il permettra de couvrir le fond de roulement, le salaire de la vendeuse et les frais d'amortissement pour le renouvellement de son équipement calculé avec le calcul des coûts.

On peut ainsi facilement calculer le bénéfice brut :



Le bénéfice brut est le plus souvent aussi le bénéfice net pour les AGR.

Le bénéfice brut n'est pas encore de l'argent qu'on peut dépenser comme on le veut. Il y a des taxes qui sont incluses dans cet argent.



Le plus souvent pour le cas des AGR c'est l'informel qui prévaut. Les taxes sont nulles donc le résultat brut = au résultat net.

- Lorsque le résultat net est positif on (+) on a réalisé un bénéfice ;
- Lorsque le résultat net est négatif (-) c'est une perte.

**Exemple de compte d'exploitation pour la vente de beignets par jour**

CHARGES					PRODUIT		RESUL TAT
Libellé	Unité	Quantité	Prix unitaire	Montant	Vente/ jour	Montant	Bénéfice
Niébé	Tia	1	450	450	Beignets	2 000	
Huile	Litre	1	850	850			
Sel	Emballage	1	25	25			
Piment	Emballage	1	25	25			
Tourteau	Unité	15	5	75			

Au Niger les grandes classes d'AGR sont les suivantes :

- **La filière alimentaire** : c'est la petite restauration au niveau de certains points publics stratégiques (arbre à palabre, auto gare, clubs des jeunes, marchés etc.) ;
- **La filière couture** : c'est le tricotage, la confection de draps, des habits etc.
- **La filière pastorale** : regroupe l'embouche ovine ou bovine, commercialisation des produits laitiers, commercialisation des cuirs et peaux etc.;
- **La filière artisanale** : c'est la vannerie, le tressage, la poterie, la fabrication du savon, la cordonnerie, la forge etc ;
- **Les activités indépendantes** : il s'agit de la location des unités agricoles (charrue, charrettes), moulins, presse à huile etc ;
- **Les petits commerces** : c'est la commercialisation des denrées alimentaires, ustensiles de cuisine importés, des vêtements, les produits locaux de la cueillette etc.

**4.4. Etude de faisabilité**

Une étude de faisabilité doit couvrir tous les aspects importants à considérer pour la mise sur pied d'une AGR. L'étude de faisabilité permet de faire une situation de référence pour pouvoir évaluer l'environnement dans lequel l'AGR va se réaliser.

**a). Le plan technique**

Il est nécessaire de décrire en détails non seulement l'objet de l'AGR avant même de la créer mais aussi la manière par laquelle on procédera. En préparant les plans, on serait ainsi capable de déceler les forces et faiblesses de l'activité. Cela permettra de savoir si :

- L'activité est-elle réalisable et acceptable dans le contexte familial, communautaire, ethnique, religieux ?
- Le promoteur a-t-il des connaissances techniques suffisantes pour mener à bien l'activité ? Sinon auprès de qui recueillir



les informations nécessaires pour obtenir des produits de bonne qualité et à moindre coût ?

- Le promoteur dispose t-il de capital de démarrage ou bien y a-t-il lieu de faire recours à des emprunts et auprès de qui ? Dans certains cas l'AGR peut ne pas nécessiter un capital de démarrage ;

Il est aussi important de savoir :

- Quelle clientèle y a-t-il et pour quel produit ?
- Quels sont les débouchés ?
- Existe-t-il de concurrents potentiels ? Quelles sont les mesures qui s'imposent ?
- Existe t-il une période propice pour la réalisation de l'AGR ?
- Comment va s'effectuer l'approvisionnement en matières premières ? etc.

Ainsi à l'issu de l'étude de faisabilité, le promoteur doit être capable de décrire son projet d'activité et pouvoir se prononcer sur :

- Les types de produits ou services qui découleront de l'activité ;
- Les personnes (clients potentiels) qui vont acheter les produits ou services ;
- Les raisons qui poussent les clients à acheter les produits ou services offerts ;
- Comment sera organisée la vente des produits ou services.

## **b). Le marché**

Le terme « marché » désigne l'ensemble des personnes d'une zone géographique donnée ayant besoin d'un produit ou d'un service et ayant les moyens de l'acquérir. Pour vendre les produits ou services de l'AGR on a besoin de connaître les clients. Une étude de marché permet de se renseigner sur les clients et les concurrents. L'exercice va amener à se poser beaucoup de questions telles :

## **a.) La prévision**

En planifiant, on fait une prévision. Une prévision renseigne sur les événements futurs.

*Exemple* : Demain c'est le jour de marché. Mme Hachimou, vendeuse de beignet décide de transformer deux (2) mesures de niébé au lieu de la seule mesure habituelle.

Ainsi un entrepreneur peut prévoir :

- Combien il va vendre dans le mois, l'année etc ;
- Le prix de matières premières qu'il à l'intention d'acheter ;
- La liquidité dont il doit disposer ;
- Les prix à demander à ses clients afin de réaliser un bénéfice.

Une prévision des frais que va occasionner l'AGR et du produit attendu. Ainsi on détaille tous les frais (les charges), l'argent que va rapporter les ventes (produit) et on dégage un profit ou une perte (le résultat). Les prévisions se feront sur une période bien précise (par semaine, par mois ou toute l'année). Deux cas de figure sont envisageables :

- Si la prévision fait apparaître une perte, il faut reprendre pour s'assurer que les frais n'ont pas été surévalués ;
- Si la prévision fait apparaître un profit important, il faut s'assurer que les ventes n'ont pas été surestimées.

## **Le compte d'exploitation prévisionnel**

Dans un compte d'exploitation prévisionnel, on inscrit les estimations du niveau des ventes et des coûts pour chaque mois de la 1<sup>ère</sup> année. Il contient toutes les informations nécessaires et en un coup d'œil on peut constater si on réalisera du bénéfice ou si il y aura des problèmes financiers.

activités locales etc. Elle n'est jamais fortuite mais est le fruit de l'effort et de la créativité de l'entrepreneur. La créativité est l'aptitude à concevoir, à créer et à construire, ou réaliser quelque chose d'une nouvelle façon ou différente.

### **b.) Les sources des idées créatrices d'entreprise**

Les sources potentielles d'idées qui mènent à la création d'une AGR sont nombreuses. Les sources d'inspiration peuvent être :

- Les compétences et expériences personnelles : la fille qui a évolué dans une famille qui fabrique du savon traditionnel ;
- Les médias : c'est la télévision, les journaux, la radio, l'Internet etc ;
- Les foires et expositions : événements le plus souvent annoncés par les radios et journaux, elles sont le lieu de découverte de nouveaux produits et de rencontre avec des commerçants aguerris ;
- Les enquêtes : les besoins et désir du client y compris les besoins non satisfaits peuvent être déterminés à l'issue d'une enquête ;
- Critiques, plaintes, mécontentements etc des clients sont les plus souvent à l'origine de l'apparition de nombreux et nouveaux produits.
- La créativité : la solution des problèmes existants de manière créative.

### **4.9. Développer l'AGR**

L'AGR doit être conduite afin de réaliser des bénéfices. Pour ce faire, il est primordial de comprendre comment organiser et contrôler les finances de l'activité. La planification aide à prévoir ce qui peut se produire dans votre entreprise dans le futur. Il est question ici de réfléchir, à l'avance, sur ce qu'il y aura lieu de faire dans telle ou telle situation, avant qu'elle ne se produise.

- Quels sont les différents types de clients pour l'activité ?
- Quels produits ou services les clients souhaitent-ils ? Qu'est ce qui est important par rapport à chaque produit ? La taille, la couleur, la qualité, le prix, la disponibilité ?
- Quels prix les clients sont-ils prêts à payer pour chaque produit et service ?
- Où sont les clients et où ont-ils l'habitude d'acheter etc ?

Pour réussir, une activité a besoin d'une clientèle. Toutes les personnes susceptibles de vouloir acheter les produits ou services représentent le « marché ». Le client est la personne la plus importante de l'entreprise. La clientèle est composée des personnes qui achètent habituellement ainsi que toutes les autres personnes qui pourraient devenir les clients de l'entreprise.

### **b.1). Le plan marketing**

Le marketing est l'ensemble des stratégies faites pour identifier la clientèle et ses besoins. C'est la manière dont on répond aux besoins de la clientèle tout en réalisant un bénéfice en :

- Fournissant les produits ou services dont elle a besoin ;
- Fixant des prix qu'elle pourra payer ;
- Mettant les produits à sa disposition ;
- L'informant et l'attirant pour acheter les produits et services.

Pour établir un plan marketing, l'une des manières consiste à suivre la règle des 4 « P » à savoir :

- Produit : quel produit vendre ?
- Prix : quel prix fixer ?
- Place : comment et où aller pour atteindre les clients ?
- Promotion : comment informer les clients sur le produit ou service et comment les attirer ?

**Le produit** est ce que l'on propose à la clientèle. Il convient de décider du type de produit mais aussi, le cas échéant, de la qualité, de la couleur, de la taille etc.

Exemple : une ménagère décide de mener comme AGR l'extraction de l'huile d'arachide ; Les produits sont : le tourteau et l'huile d'arachide.

**Le prix** est le montant demandé au client pour un produit. Pour fixer le prix il convient de connaître les coûts, le montant que les clients sont prêts à payer et les prix des concurrents.

**La place** est l'endroit choisi pour mener l'AGR. Un accès facile aux matières premières peut être important d'où la nécessité d'être à proximité des lieux d'approvisionnement et de ventes des produits. Il est important de savoir comment les concurrents distribuent leurs produits.

**La promotion** consiste à informer et attirer le client pour qu'il achète les produits. Il existe plusieurs moyens de faire la promotion telle :

- La publicité : c'est fournir des informations aux clients pour qu'ils s'intéressent aux produits de l'AGR et les inciter à les acheter. On peut placer des annonces dans les journaux, à la télévision ou à la radio ;
- La promotion des ventes : toutes les astuces pour amener le client à acheter ou à acheter plus. L'un dans l'autre le choix du type de promotion dépend de ce que l'on vend.

### **b.2). Le bon vendeur**

L'objectif d'une AGR c'est de produire et pouvoir vendre très bien les produits. Ainsi un bon produit, un prix concurrentiel et un bon emplacement sont certes importants mais c'est surtout le comportement du vendeur (accueil, négociation, comportement) qui conditionne les garanties de meilleures ventes.

### **b) Le journal**

Le journal est un livre ou tout autre document sur lequel on enregistre toutes les transactions.

On remplit le journal à la fin de chaque journée en enregistrant :

- Toutes les entrées de fond et leur origine (généralement les ventes effectuées) ;
- Toutes les sorties de fond ainsi que leur destination.

Le journal se remplit le plus souvent en :

- Inscrivant la date, le libellé et le numéro de la pièce comptable ;
- Inscrivant le numéro de la pièce comptable sur celle-ci et en la classant ;
- Enregistrant chaque montant en partie double. Commencez par le montant des colonnes caisse et banque, ensuite inscrivez le montant de la 2<sup>ème</sup> colonne en utilisant le compte approprié.

Si la page est pleine avant d'atteindre la fin du mois, tracez des colonnes supplémentaires et reportez les totaux et le solde sur la page suivante.

### **4.8. Idée d'entreprise**

Une entreprise prospère commence par un bon projet d'entreprise. Si le projet est mauvais au départ, l'entreprise ne peut qu'échouer, quels que soient le temps et l'argent investis. Un bon projet est essentiel pour éviter non seulement des désillusions ultérieures mais aussi et surtout la perte d'argent.

#### **a.) Trouvez la bonne idée d'entreprise**

Une idée d'entreprise peut surgir d'une pensée positive et créative. Elle peut provenir de multiples sources dont l'émanation trouve ses fondements dans les besoins locaux, les ressources locales, des

- Le calcul des coûts aide à minimiser les dépenses et à les contrôler : connaissant tous les coûts, on peut trouver le meilleur moyen de fabriquer et vendre les biens et services ;
- Le calcul des coûts aide à mieux prendre les décisions concernant l'activité : connaissant le détail des coûts de chacun des produits, on peut prendre les meilleures décisions concernant la vente des produits afin de réaliser un bénéfice suffisant ;
- Le calcul des coûts aide à planifier : connaissant bien le détail de tous les coûts, on peut planifier. Par exemple, on a besoin de connaître tous les coûts avant de pouvoir planifier les ventes et les coûts (flux de liquidité).

#### 4.7. Caisse

La conduite d'une AGR est une tâche noble et exaltante. Elle requiert beaucoup de courage et de détermination. Cependant, pour bien mener l'AGR, il faut maîtriser et avoir les traces des différents mouvements de la caisse.

##### a) La tenue de livres comptables

Tenir les livres comptables d'une AGR signifie enregistrer :

- Combien on a dépensé : achat de marchandises, paiement du loyer etc... ;
- Combien d'argent on a encaissé : vente des produits.

Une transaction est tout échange de sommes d'argent contre une marchandise.

Pour une bonne tenue de livres comptables, on doit enregistrer toutes les transactions effectuées de manière organisée.

On a besoin de preuves écrites (reçu, facture etc.) pour prouver qu'on a perçu de l'argent ou on en a dépensé.

#### 4.5. Capital initial

Le capital initial ou encore capital de départ est la somme d'argent dont on a besoin pour couvrir les frais de démarrage ou les investissements de départ. Cet argent permet d'acheter des équipements, des matières premières, louer ou acheter un emplacement etc. avant même que le revenu provenant de la vente des produits ne soit encaissé.

##### a) La matière première

La matière premières ou Intrants est l'ensemble des éléments qui entrent en jeu afin d'obtenir un produit. La transformation de la matière première ce fait par le bais des équipements appropriés pour chaque type d'activité.

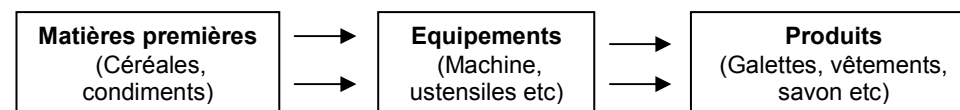
Exemple : le niébé est la matière première utilisée pour fabriquer les beignets.

##### b) Les équipements

Ce sont les machines, outils, équipement d'atelier dont une activité à besoin et qui entrent dans le processus de fabrication du produit.

Exemple : la poêle est un équipement indispensable pour la préparation des beignets.

Le schéma suivant illustre le lien entre les équipements, la matière première et le produit.



Marchandises (Intrants)

Transformation

Produits finis (Extrants)

Pour certaines activités il n'existe pas de transformation de la matière première. Les marchandises constituent alors les produits finis.

**Exemple** : Ramatou vend en détail les feuilles de Henné dans son village.

Le capital initial doit être judicieusement utilisé en achetant :

- Des marchandises à bon prix et à la bonne période ;
- Des équipements qui durent et qui ont des pièces de rechanges dont on peut s'en procurer facilement.

Il est possible de louer ou emprunter des équipements. La location est une solution coûteuse pour disposer des équipements à long terme. On risquerait de payer plus cher pour la location que pour l'achat de l'équipement.

#### 4.6. Connaissance des coûts

##### a) Les coûts

Toute activité a un coût. Le coût c'est l'argent dépensé à travers l'AGR pour fabriquer et vendre les produits.

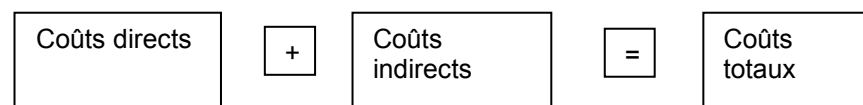
**Exemple** : Mme Andillo prépare et vend des galettes à la place publique du village de Jaja. Elle utilise le foyer amélioré acheté au marché de Tahoua tandis que la transformation du mil en farine est faite au niveau du moulin du village.

Les coûts sont constitués par l'argent payé au moulin, de l'achat du foyer, du mil, de la poêle, du bois, des ingrédients, de la table etc. Les coûts diffèrent d'une activité à une autre. Toute fois, la plupart des AGR ont des coûts de matières premières, de main d'œuvre, de transport etc.

##### b) Le calcul des coûts

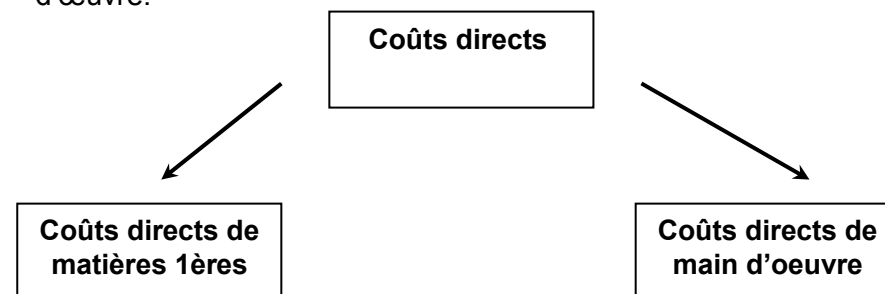
Le calcul des coûts permet d'établir le total des prix de revient qui entrent dans la fabrication et la vente des produits. Il existe deux types de coûts pour une AGR :

- Les coûts directs ;
- Les coûts indirects.



**Les coûts directs** : pour le fabricant ou le prestataire de service, les coûts directs sont l'ensemble des coûts qui entrent dans la fabrication et la vente des biens ou services ;

En général, dans la conduite d'une AGR les coûts les plus importants sont surtout les coûts liés à la production et la vente (commercialisation), au produit (l'approvisionnement et transformation). Le plus souvent, les coûts directs sont scindés en coûts directs de matières premières et coûts directs de main d'œuvre.



**Les coûts indirects** : les coûts indirects sont différents d'une activité à une autre. Toute AGR a également des coûts de fonctionnement. C'est par exemple le paiement du loyer, du transport, des travaux d'entretien etc.

##### c) Importance du calcul des coûts

- Le calcul des coûts aide à établir les prix : connaissant le total des coûts, on peut établir les prix de vente en vue de réaliser un bénéfice ;