



Organisation  
internationale  
du Travail



# **ETUDE SUR LA MIGRATION DE L'ECONOMIE INFORMELLE VERS L'ECONOMIE FORMELLE: PROPOSITION DE STRATEGIE POUR LE GROUPEMENT INTER-PATRONAL DU CAMEROUN**

Copyright © Organisation internationale du Travail 2017  
Première édition 2017

Les publications du Bureau international du Travail jouissent de la protection du droit d'auteur en vertu du protocole no 2, annexe à la Convention universelle pour la protection du droit d'auteur. Toutefois, de courts passages pourront être reproduits sans autorisation, à la condition que leur source soit dûment mentionnée. Toute demande d'autorisation de reproduction ou de traduction devra être envoyée à Publications du BIT (Droits et licences), Bureau international du Travail, CH-1211 Genève 22, Suisse, ou par courriel : [rights@ilo.org](mailto:rights@ilo.org). Ces demandes seront toujours les bienvenues.

Bibliothèques, institutions et autres utilisateurs enregistrés auprès d'un organisme de gestion des droits de reproduction ne peuvent faire des copies qu'en accord avec les conditions et droits qui leur ont été octroyés. Visitez le site [www.ifrro.org](http://www.ifrro.org) afin de trouver l'organisme responsable de la gestion des droits de reproduction dans votre pays.

---

Étude sur la migration de l'économie informelle vers l'économie formelle : proposition de stratégie pour le Groupement Inter-Patronal du Cameroun / Sous la direction de Hermann FOTIE II ; Bureau de pays de l'OIT pour le Cameroun, la Guinée Equatoriale et Sao Tomé-et-Principe et l'Équipe d'appui technique de l'OIT au travail décent pour l'Afrique centrale.

ISBN: 978-92-2-230909-2 (imprimé)  
978-922-230890-3 (web pdf)

ACTEMP / GICAM / économie informelle / Employeurs / Cameroun

*Données d catalogage avant publication du BIT*

---

Les désignations utilisées dans les publications du BIT, qui sont conformes à la pratique des Nations Unies, et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part du Bureau international du Travail aucune prise de position quant au statut juridique de tel ou tel pays, zone ou territoire, ou de ses autorités, ni quant au tracé de ses frontières.

Les articles, études et autres textes signés n'engagent que leurs auteurs, et leur publication ne signifie pas que le Bureau international du Travail souscrit aux opinions qui y sont exprimées.

La mention ou la non-mention de telle ou telle entreprise ou de tel ou tel produit ou procédé commercial n'implique de la part du Bureau international du Travail aucune appréciation favorable ou défavorable.

Les publications et les produits électroniques du Bureau international du Travail peuvent être obtenus dans les principales librairies ou après des bureaux locaux du BIT. On peut aussi se les procurer directement, de même qu'un catalogue ou une liste des nouvelles publications, à l'adresse suivantes : Publications du BIT, Bureau international du Travail, CH-1211 Genève 22, Suisse, ou par courriel : [pubvente@ilo.org](mailto:pubvente@ilo.org).

Visitez notre site Web : [www.ilo.org/publns](http://www.ilo.org/publns).

Pour toute information sur les publications et les produits numériques du Bureau international du Travail, consultez notre site Web [www.ilo.org/publns](http://www.ilo.org/publns).

Conception et graphisme par Optic Graphics, Afrique du Sud

---

Imprimé en Cameroun



# TABLE DES MATIERES

|                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Liste des abréviations .....                                                        | 6  |
| Résumé exécutif .....                                                               | 8  |
| Introduction générale.....                                                          | 11 |
| 0.1 Contexte de l'étude .....                                                       | 11 |
| 0.2 Problématique et finalités.....                                                 | 13 |
| 0.3 Rappel des objectifs .....                                                      | 13 |
| 0.4 Cadre Conceptuel .....                                                          | 14 |
| 0.5 Méthodologie de travail .....                                                   | 16 |
| 0.6 Structure du rapport .....                                                      | 18 |
| Chapitre 1 : Catégorisation du secteur informel.....                                | 19 |
| 1.1 Caractérisation des UPI exerçant au Cameroun .....                              | 19 |
| 1.1.1 Situation de l'activité .....                                                 | 19 |
| 1.1.2 Conformité à l'égard de la législation .....                                  | 29 |
| 1.2 Catégorisation du secteur informel au Cameroun.....                             | 34 |
| 1.2.1 Catégorisation suivant l'approche sectorielle .....                           | 34 |
| 1.2.2 Catégorisation suivant la taille des unités de production.....                | 38 |
| 1.3 Problèmes et besoins des UPI .....                                              | 41 |
| 1.3.1 Analyse des problèmes des UPI .....                                           | 41 |
| 1.3.2 Besoins des UPI .....                                                         | 43 |
| 1.4 Caractéristiques et typologie des UPI du secteur agricole.....                  | 44 |
| Chapitre 2 : Déterminants du secteur informel.....                                  | 46 |
| 2.1 Mauvaise gouvernance .....                                                      | 46 |
| 2.1.1 Régulation inefficace.....                                                    | 46 |
| 2.1.2 Complexité et les lourdeurs procédurales .....                                | 47 |
| 2.2 Inefficacité des politiques publiques.....                                      | 49 |
| 2.3 Facteurs socioculturels.....                                                    | 50 |
| 2.4 Conjoncture économique et insertion dans l'économie mondiale.....               | 51 |
| 2.5 Autres déterminants.....                                                        | 52 |
| Chapitre 3 : Analyse des incidences du secteur informel.....                        | 53 |
| 3.1 Analyse des interrelations entre le secteur formel et le secteur informel ..... | 53 |
| 3.1.1. Rapports de coopération.....                                                 | 53 |
| 3.1.2 Rapports de concurrence .....                                                 | 55 |
| 3.2 Implications socioéconomiques du secteur informel .....                         | 56 |
| 3.2.1 Aspects socialement positifs du secteur informel .....                        | 56 |
| 3.2.2 Aspects négatifs du secteur informel .....                                    | 57 |
| 3.3 Secteur informel et efficacité des politiques publiques .....                   | 59 |
| 3.4 Avantages de la formalisation des UPI .....                                     | 61 |
| 3.4.1 Avantages pour les entrepreneurs informels.....                               | 61 |
| 3.4.2 Avantages pour l'Etat .....                                                   | 62 |
| 3.4.3 Avantages pour les travailleurs .....                                         | 62 |
| 3.4.4 Avantages pour les Organisations d'Employeurs.....                            | 63 |

|                                                                                                                       |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Chapitre 4 : Revue des initiatives de promotion de la formalisation des unités de production informelles .....</b> | <b>64</b>  |
| 4.1 Etat des lieux des initiatives de migration des UPI vers le secteur formel au Cameroun .....                      | 64         |
| 4.1.1 Cadre de politique .....                                                                                        | 64         |
| 4.1.2 Réformes sur l'amélioration du climat des affaires.....                                                         | 66         |
| 4.1.3 Programmes à effets directs sur la migration des UPI vers le formel .....                                       | 70         |
| 4.1.4 Programmes à effets incidents sur la migration des UPI vers le formel .....                                     | 72         |
| 4.2 Expériences internationales en matière de migration des UPI vers le secteur formel .....                          | 74         |
| 4.2.1 Programme MF4DW de l'OIT .....                                                                                  | 74         |
| 4.2.2 Plateformes de Commerce de Proximité (PCP) au Maroc .....                                                       | 77         |
| 4.2.3 Association des Employeurs du Ghana .....                                                                       | 78         |
| 4.2.4 Fédération des Employeurs du Kenya .....                                                                        | 78         |
| <b>Chapitre 5 : Stratégie de migration des unités informelles vers le secteur formel.....</b>                         | <b>79</b>  |
| 5.1 Synthèse de l'aperçu global et du diagnostic .....                                                                | 79         |
| 5.2 Présentation du Groupement Inter-Patronal du Cameroun (GICAM) .....                                               | 83         |
| 5.3 Capacité du GICAM à impulser la formalisation des UPI .....                                                       | 87         |
| 5.3.1 Analyse des points forts .....                                                                                  | 87         |
| 5.3.2 Analyse des atouts .....                                                                                        | 89         |
| 5.3.3 Analyse des points faibles du GICAM.....                                                                        | 90         |
| 5.3.4 Analyse des menaces .....                                                                                       | 90         |
| 5.4 Orientations et Objectifs de la stratégie.....                                                                    | 91         |
| 5.4.1 Orientations.....                                                                                               | 91         |
| 5.4.2 Objectifs .....                                                                                                 | 92         |
| 5.4.3 Voies de connexion entre les OE et le secteur informel .....                                                    | 92         |
| 5.5 Proposition des axes stratégiques d'intervention pour le GICAM.....                                               | 93         |
| 5.5.1 Propositions des axes .....                                                                                     | 93         |
| 5.5.2 Analyse des axes stratégiques .....                                                                             | 94         |
| 5.5.3 Considérations clés pour la mise en œuvre de la stratégie.....                                                  | 103        |
| <b>Chapitre 6 : Proposition d'un plan d'actions .....</b>                                                             | <b>107</b> |
| 6.1 Objectifs du plan d'actions .....                                                                                 | 107        |
| 6.2 Composantes du plan d'actions .....                                                                               | 107        |
| 6.3 Mécanisme de suivi/évaluation .....                                                                               | 114        |
| 6.4 Financement du plan d'actions .....                                                                               | 114        |
| 6.4.1 Coût de la mise en œuvre du plan .....                                                                          | 114        |
| 6.4.2 Sources de financement .....                                                                                    | 115        |
| <b>Conclusion générale.....</b>                                                                                       | <b>116</b> |
| <b>Bibliographie .....</b>                                                                                            | <b>117</b> |
| <b>Annexes.....</b>                                                                                                   | <b>119</b> |



## Liste des abréviations

|           |                                                                                           |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| ACT/EMP : | Bureau des activités pour les employeurs de l'OIT                                         |
| AMK :     | Angkor Mikroheranhvatho Kampuchea Co. Ltd                                                 |
| ANEMCAM : | Association Nationale des Établissements de Microcrédits du Cameroun                      |
| ANAPROC : | Association Nationale des Promoteurs des Produits Cosmétiques                             |
| ANOSPI :  | Association Nationale des Opérateurs du Secteur Informel pour la Lutte contre la Pauvreté |
| APME :    | Agence de Promotion des Petites et Moyennes Entreprises                                   |
| ASBY :    | Association des Bayam-Selam du Cameroun                                                   |
| BIT :     | Bureau International du Travail                                                           |
| CEMAC :   | Communauté Economique et Monétaire de l'Afrique Centrale                                  |
| CFCE :    | Centre de Formalité pour le Création des Entreprises                                      |
| CGA :     | Centre de Gestion Agréé                                                                   |
| CIST :    | Conférence Internationale des Statisticiens du Travail                                    |
| CIT :     | Conférence Internationale du Travail                                                      |
| CTD :     | Collectivité Territoriale Décentralisée                                                   |
| DSCE :    | Document de Stratégie pour la Croissance et l'Emploi                                      |
| EEICFCE : | Enquête sur l'Evaluation de l'Impact des CFCE                                             |
| EES :     | Enquête sur l'Emploi et le Secteur Informel                                               |
| EMF :     | Établissement de Microfinance                                                             |
| ENSIACC : | Ecole Nationale Supérieure des Industries Agro-Alimentaires du Cameroun                   |
| ESAF :    | Evangelical Social Action Forum                                                           |
| FCPB:     | Fédération des caisses populaires du Burkina                                              |
| FNE :     | Fond National de l'Emploi                                                                 |
| GE :      | Grande Entreprise                                                                         |
| GICAM :   | Groupement Inter-Patronal du Cameroun                                                     |

|             |                                                                                       |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| GIZ :       | Coopération Internationale Allemande                                                  |
| IECD :      | Institut Européen de Coopération et Développement                                     |
| INS :       | Institut National de la Statistique                                                   |
| IUT :       | Institut Universitaire de Technologie                                                 |
| ME :        | Moyenne Entreprise                                                                    |
| MINPMEESA : | Ministère des Petites et Moyennes Entreprises de l'Économie Sociale et de l'Artisanat |
| MF4DW :     | La microfinance pour le travail décent                                                |
| NWTF :      | Negros Women for Tomorrow Foundation                                                  |
| OCDE :      | Organisation de Coordination et de Développement Économique                           |
| OE :        | Organisation d'employeurs                                                             |
| OHADA :     | Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires                    |
| OIT :       | Organisation Internationale du Travail                                                |
| ONECCA :    | Ordre National des Experts Comptables du Cameroun                                     |
| ONCFC :     | Ordre National des Conseils Fiscaux du Cameroun                                       |
| PACA :      | Programme d'Appui à la Compétitivité Agricole                                         |
| PAJER-U :   | Projet d'Appui à la Jeunesse Rurale et Urbaine                                        |
| PE :        | Petite Entreprise                                                                     |
| PIAASI :    | Programme Intégré d'Appui aux Acteurs du Secteur Informel                             |
| PIB :       | Produit Intérieur Brut                                                                |
| PIL :       | Promotion des Initiatives Locales                                                     |
| PME :       | Petite et Moyenne Entreprise                                                          |
| PMEA :      | Programme d'Appui aux Petites et Moyennes Entreprises Agricoles et Agroalimentaires   |
| RGE :       | Recensement Général des Entreprises                                                   |
| TPE :       | Très Petite Entreprise                                                                |
| UPI :       | Unité de Production Informelle                                                        |



## Résumé exécutif

Ce rapport rend compte de la mission relative à l'étude de la migration de l'économie informelle vers l'économie formelle : proposition de stratégie pour le GICAM financée par le BIT, selon les termes de référence de ladite mission. Après une introduction, le rapport se divise en six chapitres, résumés comme suit.

### *Caractéristiques principales des UPI au Cameroun...*

Le secteur informel au Cameroun représente une proportion hautement significative de l'économie <sup>1</sup>. Selon l'Institut National de la Statistique, il participe pour près de 50% au PIB et concentre près de 90% des actifs occupés. En ce qui concerne l'informel non agricole, il se recrute presque à part égale dans les secteurs de l'industrie, du commerce et des services et est essentiellement dominé par les entreprises unipersonnelles. Seulement un quart des entreprises de ce secteur exercent leur activité dans un local professionnel; le tiers, à domicile et le reste ne disposent pas de local. La longévité moyenne de ces entreprises en 2010 se situait à environ 7,5 ans et très peu d'UPI (10%) font partie d'une association professionnelle. Suivant le niveau d'instruction du promoteur d'UPI, 46% ont un niveau primaire, 49% un niveau secondaire et 5% un niveau supérieur.

Appréciée suivant le chiffre d'affaires et en référence à la loi camerounaise portant promotion des PME, deux grandes catégories d'entreprises informelles se dégagent, les petits informels (99,1% de l'ensemble) dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 50 millions de francs et les gros informels (0,90%) dont le chiffre d'affaires est supérieur à 50 millions.

### *Difficultés et besoins des UPI...*

Les UPI font face à de nombreuses difficultés qui les maintiennent dans l'économie informelle et limitent leur possibilité de migrer vers le secteur formel. Ces difficultés ont trait entre autres, au manque de liquidité, au manque de clientèle, l'excès de concurrence, au manque de matières premières, au manque de machines/équipements, aux problèmes techniques de fabrication, à l'excès de réglementation/impôts/taxes, aux tracasseries des agents publics et la saisonnalité des activités. Leurs besoins portent généralement sur : la facilitation de l'accès à des grosses commandes. L'accès au crédit intervient au second rang des besoins exprimés, suivi par l'accès à l'information sur les marchés, la formation technique et l'assistance pour les approvisionnements.

---

1 De par la multitude des définitions consacrées au secteur informel, l'on retient dans cette étude celle de l'Institut National de la Statistique (INS), du fait de sa simplicité. Selon l'INS : « le secteur informel concentre l'ensemble des unités de production dépourvues de numéro de contribuable ou ne tenant pas une comptabilité écrite formelle au sens du plan comptable OHADA. »

### ***Déterminants du secteur informel...***

L'expansion du secteur informel au Cameroun se justifie entre autres par des déficiences en matière de gouvernance économique, un environnement des affaires jugé inadéquat par les opérateurs économiques, des pratiques telles que la tolérance ou le laxisme dans l'application des réglementations. Le manque de transparence et la qualité médiocre des services publics sont entre autres facteurs qui maintiennent une frange importante des unités de production dans le secteur informel, voir suscite chez certaines entreprises formelles des intentions de migrer vers l'informel.

### ***Incidences du secteur informel...***

Les implications du secteur informel sont multiples et s'observent tant sur l'activité des entreprises formelles, sur l'efficacité des politiques publiques et sur la société dans son ensemble. Avec le secteur formel, les UPI entretiennent à la fois des relations de coopération, de concurrence et de complémentarité. Mais, les entreprises du secteur formel sont à plusieurs égards victimes d'une injustice en matière de paiement des impôts par rapport à celles du secteur informel. Sur le plan social, le secteur informel apparaît comme un amortisseur social et constitue un facteur d'insertion de nombreux jeunes. Enfin, le secteur informel limite l'efficacité des politiques publiques en ce sens qu'en étant source des manques à gagner des recettes fiscales, il limite les marges de manœuvre de l'Etat pour mettre en œuvre certains projets de développement dont les bénéficiaires finaux sont les populations, et de doter les pays des infrastructures de base pour faciliter la pratique des affaires.

### ***Initiatives en faveur de la migration de l'informel vers le formel***

Au vu de l'importance du secteur informel au Cameroun et de ses répercussions sur l'économie, le gouvernement met en œuvre des initiatives visant à réduire sa taille et son expansion. Il a notamment créé des Centres de Formalité de Création d'Entreprises(CFCE) et encourager la création des Centres de Gestion Agréés(CGA) pour limiter les barrières à l'entrée du secteur formel. Les initiatives gouvernementales couvrent également l'adoption des régimes fiscaux incitatifs ainsi que la mise sur pied des programmes d'accompagnement (PIASSI, PAJER, ...) des acteurs du secteur informel, en vue de leur migration vers le secteur formel. Malgré ces initiatives, l'on note la persistance du développement des activités informelles au Cameroun. Mais, la dynamique est positive et le partenariat entre les secteurs publics et privés devraient conjuguer des efforts pour adresser la question de la migration de l'informel vers le formel.

### ***Proposition d'axes d'intervention pour le GICAM***

L'objectif global de la stratégie est de permettre au GICAM de contribuer efficacement à la migration des acteurs du secteur informel vers le secteur formel. L'objectif stratégique est d'accroître la représentativité des Petites Entreprises (PE) et des Très Petites Entreprises (TPE) au sein du GICAM. Il se décline en objectifs intermédiaires



qui sont : (i) inciter les micros entreprises informelles à se formaliser ; (ii) attirer les microentreprises informelles vers le Club TPE du GICAM ; (iii) retenir durablement ces nouveaux adhérents dans le Club TPE du GICAM.

Les quatre composantes de la stratégie proposée sont les suivantes : (i) plaidoirie du GICAM ; (ii) Éducation/sensibilisation/communication des acteurs du secteur informel des opportunités de la migration vers le formel ; (iii) Offre de services attractifs aux microentreprises (TPE/PE) et coopératives et ; (iv) développement des partenariats.

Pour son opérationnalisation, le plan d'actions proposé vise à accroître la représentativité des associations des TPE/PE/coopératives au sein du GICAM pour la faire passer de 20 en 2016 à 500 en 2019. Sur le plan sectoriel, la répartition envisagée se compose ainsi qu'il suit : secteur primaire 30%, secteur secondaire 40%, secteur tertiaire 20% et associations (10%). L'approche genre est également considérée compte tenu de l'importance des femmes parmi les chefs d'entreprises dans le secteur informel. En ce qui concerne la programmation, les objectifs d'attrait des TPE/PE/Coopératives au sein du GICAM sont respectivement de 100, 200, et 200 respectivement en 2017, 2018 et 2019.

Pour l'opérationnalisation de la stratégie, un spécialiste de la migration de l'informel vers le formel devra être recruté et un Comité de Pilotage présidé par le GICAM et comprenant des représentant du secteur public et des organisations des acteurs du secteur informel, devra être mise en place. Ce Comité devra être soutenu par un Comité interne au GICAM composé de tous les départements opérationnels du Groupement pour faire le point de la mise en œuvre du plan d'actions chaque mois et proposer éventuellement des réorientations au Comité de pilotage. Le coût de mise en œuvre du plan d'actions sur trois ans se chiffre à 1,6 milliards de FCFA.

# Introduction générale

## 0.1 Contexte de l'étude

Au Cameroun, le secteur informel représente une proportion hautement significative l'économie. Selon le rapport de la première enquête sur l'emploi et le secteur informel (2005), ce secteur participe pour près de 50% au PIB. Cette contribution est de 35,5% dans l'industrie, 29,7% dans le commerce et 34,8% dans les autres services. Le même secteur concentre 70% et 68% de l'activité économique dans les villes de Douala et Yaoundé respectivement. L'Institut National de la Statistique estime que 90,5% des actifs occupés exercent leur emploi principal dans le secteur informel (agricole et non agricole). Il est l'une des principales sources de préoccupation pour bon nombre des gouvernements des pays en développement.

Les quelques chiffres sus mentionnés justifient à suffisance la nécessité d'accorder à ce secteur un intérêt majeur dans la définition des orientations du pays en matière de développement de la part de tous les acteurs et particulièrement de l'Etat et des organisations du secteur privé, tous engagés dans la mobilisation des acteurs pour l'accélération de la croissance dans l'optique de l'émergence dont le cap a été fixé en 2035.

L'expansion du secteur informel en Afrique et au Cameroun en particulier impose des contraintes spécifiques dans la définition et la mise en œuvre des stratégies de développement économique et sociale et de promotion du secteur privé dans un contexte où l'orientation

choisie est celle de l'économie de marché. Certains auteurs reconnaissent à ce secteur des atouts importants. Il est considéré comme un secteur refuge fournissant une occupation et des revenus à des millions de personnes qui autrement n'auraient pas de moyens de survie. De plus, Il constitue un vivier immense d'entrepreneurs qui pourrait prospérer si le cadre réglementaire et bureaucratique était adéquat.

Si de tels avantages sont incontestables et amènent les pouvoirs publics à afficher une attitude complaisante à son égard, il n'en demeure pas moins que le secteur informel regroupe un pan considérable des activités économiques qui échappe à la régulation, dont l'efficacité conditionne pourtant celle d'un système d'économie de marché. Son importance réduit proportionnellement la capacité des politiques de promotion du secteur privé à parvenir à des résultats probants. En outre, le postulat largement admis est que l'informel se caractérise par la précarité, la vulnérabilité, des performances économiques dérisoires et est par conséquent une vaste zone de marginalisation, de discrimination, de pauvreté, de conditions insalubres, de travail dangereux, et le nid des pires formes de travail des enfants. D'où l'urgence à y apporter une réponse appropriée afin que ses actions s'inscrivent dans la durée et que l'impact économique soit plus solide.

L'attitude complaisante des autorités administratives est perçue par certains acteurs du secteur informel comme un avantage à demeurer dans l'informel non plus par contrainte de capacité de se conformer à la réglementation, mais



pour échapper à tout contrôle. Ce qui engendre une certaine discrimination désavantageuse pour les entreprises formelles qui doivent subir une concurrence déloyale sur certains segments des chaînes de valeurs

Les résultats de l'enquête sur le climat des affaires réalisées en 2014 au Cameroun révèlent que 68% des chefs d'entreprise ont déclaré que le secteur informel avait un impact négatif significatif sur le développement de leurs activités, ce qui est compromettant pour la réalisation d'une croissance soutenue. Les entreprises informelles ne supportent pas certains coûts que les opérateurs privés formels doivent couvrir dans le cadre de leurs activités. Conséquemment, les prix des produits vendus par les premiers ont tendance à être inférieurs à ceux vendus par les seconds. Par ailleurs, les pratiques illicites telles que la contrebande et la contrefaçon évoluent de manière linéaire avec l'expansion du secteur informel, ce qui est source d'insécurité sanitaire pour les consommateurs et pour l'environnement.

Plusieurs initiatives gouvernementales ont été engagées au cours des dernières années pour contrer l'évolution du secteur informel et promouvoir la migration des activités vers le secteur formel. Dans le cadre de sa stratégie de développement économique mis en œuvre depuis 2010, le Cameroun accorde une place prépondérante à la promotion et au développement des activités économiques formelles avec une emphase sur la création des emplois décents. C'est ainsi qu'il a été créé des Centres de Formalités pour la Création des Entreprises (CFCE)

dans plusieurs Régions du pays, dont l'objectif est de faciliter la création des entreprises nouvelles dans les délais très raccourcis et surtout à coûts réduits.

L'éventail des actions également prises à cet effet s'étend à des mesures fiscales et administratives dans le but de réduire significativement les coûts d'entrée dans le secteur formel ainsi que ceux relatifs à l'opérationnalisation pendant les deux premières années d'existence de l'entreprise avec l'exonération de la patente et la gratuité de l'obtention de la carte de contribuable. Certaines de ces mesures ont été prises dans le cadre du dialogue public-privé. Cette démarche partenariale public-privé est amenée à être renforcée au regard de son caractère désormais permanent depuis 2015 avec l'institutionnalisation du Cameroon Business Forum.

Cette approche découle de ce que les pouvoirs publics ne peuvent tout faire seuls. C'est dans cette considération que le GICAM, qui est l'une des organisations d'employeurs les plus représentatives au Cameroun, mû par une vision de réponse positive aux sollicitations d'adhésion des Très Petites Entreprises, voudrait impulser une dynamique visant à renforcer cette option politique déjà prise au travers d'une stratégie d'attrait des UPI vers le secteur formel. C'est l'objet de l'étude, qui devra déboucher sur un plan d'action à mettre en œuvre par ce groupement patronal pour accompagner à un certain égard la modernisation du secteur privé camerounais via des incitations à la formation des entreprises relevant du secteur informel.

## 0.2 Problématique et finalités

L'économie informelle sous toutes ses formes, constitue une entrave aux droits des travailleurs, y compris les principes et droits fondamentaux au travail, à la protection sociale, à des conditions de travail décentes, au développement inclusif et à la primauté du droit. La Conférence Internationale du Travail a adopté en juin 2014, un rapport sur «la transition de l'économie informelle vers l'économie formelle », et en juin 2015, une importante recommandation (N°204) concernant la transition de l'économie informelle vers l'économie formelle, comme outils d'orientations de référence pour les mandants tripartites (Etat, Employeurs, syndicats des travailleurs) dans leur volonté de développer des stratégies pour faciliter la transition de l'économie informelle vers l'économie formelle.

Selon l'INS, un actif occupé sur dix au Cameroun en 2010 exerce dans le secteur informel, qui représente près de la moitié de la Produit Intérieur Brut. Ces chiffres justifient à suffisance pourquoi une attention est portée par l'Etat et devrait être le cas pour les organisations du secteur privé, dans la définition des orientations du pays en matière de développement dans la perspective de l'émergence dont le cap a été fixé en 2035. Il y a une acception partagée de ce que la transition du secteur informel vers le secteur formel constitue un moyen d'améliorer les performances économiques et les conditions de la majorité des travailleurs des pays en développement. Réduire le poids du secteur informel dans l'économie est aujourd'hui un enjeu pour la plupart des pays en développement.

Il y a lieu d'insister sur ce point pour relever que la promotion de la croissance devrait non seulement intégrer le caractère inclusif, mais, également veiller à ce qu'elle s'accompagne d'une réduction de l'informalité pour permettre l'amélioration souhaitée des conditions de vie des citoyens.

Tout ce qui précède s'inscrit dans le but de contribuer à la mise en œuvre de cette option et d'orienter les actions futures. Le GICAM, avec l'appui du BIT a commandé une étude dont le but est de produire une stratégie d'attrait des TPE pour le GICAM dans sa démarche pour la mise en place du «*Club des Très Petites Entreprises du GICAM -CTPEG*» et renforcer ainsi cette organisation intermédiaire dans sa volonté de contribuer à la transition de l'économie informelle vers l'économie formelle.

## 0.3 Rappel des objectifs

L'**objectif principal** de cette étude est de mettre en place les bases d'une démarche partenariale public/privé visant à favoriser la migration des unités évoluant dans l'économie informelle vers l'économie formelle et de renforcer les capacités du GICAM en vue de la mise en place d'une offre de services compétitive dans ce domaine.

De manière **spécifique**, elle vise à :

- établir un diagnostic des facteurs sociaux, sociologiques et de la gouvernance administrative et économique dans leurs aspects favorisant ou contraignant l'expansion de l'informel au Cameroun ;
- analyser les implications de la forte proportion de ce secteur sur les capacités du pays à réaliser ses



ambitions de développement à moyen et à long termes, et notamment son émergence ;

- faire une analyse des interrelations entre l'économie formelle et l'économie informelle et leurs implications économiques et sociaux ainsi que les contraintes qu'elles génèrent pour les entreprises du secteur structuré ;
- proposer une ou des segmentations du secteur informel ;
- faire ressortir l'avantage que représente pour les entreprises et leur organisation la transition réussie de l'économie informelle vers l'économie formelle
- proposer les axes d'une stratégie partagée (public/privé) pour favoriser la migration vers le formel tenant compte des éléments ci-dessus ;
- proposer en particulier des orientations pour le déploiement d'initiatives et de services pouvant contribuer au renforcement des capacités des TPE dans le cadre du Club TPE du GICAM.
- proposer un plan d'actions pour le GICAM.

## 0.4 Cadre Conceptuel

La transition de l'économie informelle vers l'économie formelle concerne à la fois les travailleurs et les unités de production informelles (UPI). La présente étude se focalise davantage sur les UPI en revisitant notamment les facteurs à l'origine de leur émergence au Cameroun

ainsi que les contraintes auxquelles elles font face.

Historiquement, le terme secteur informel apparaît pour la première fois dans un document du BIT en 1972. Depuis lors, ce concept a alimenté de vives controverses lors des débats économiques contemporains et dont il n'a pas toujours été facile de trouver une définition consensuelle.

Plus de quatre décennies après, il n'existe pas de définition universellement acceptée ou considérée comme exacte de l'économie informelle. Cependant, on s'accorde à reconnaître que cette expression recouvre une diversité considérable de travailleurs, d'entreprises et d'entrepreneurs qui sont dotés de caractéristiques identifiables et connaissent des désavantages et des problèmes dont l'intensité varie suivant le contexte, national, urbain ou rural.

D'après Mireille Razafindrakoto (2013), il y a autant de définitions du secteur informel que de chercheurs de manière à nourrir une grande confusion dans les analyses. Elles dépendent généralement de la nature multiforme et des motivations des gens qui y travaillent. Trois approches de définition peuvent être considérées :

- *l'approche dualiste* explique qu'il s'agit essentiellement d'une économie de subsistance résultant du fait que le secteur moderne n'arrive pas à absorber toute la main d'œuvre des pays concernés. Dans ce sens-là, l'informel est appelé à disparaître avec la croissance.
- *l'approche structuraliste* souligne le lien de subordination entre le secteur formel et le secteur informel dans le

cadre d'un système capitaliste: le secteur formel tire profit de l'existence du secteur informel, des bas coûts du travail, pour être plus compétitif.

- *l'approche légaliste*, ou approche libérale, insiste sur l'importance des coûts de la formalisation. Elle considère que l'économie informelle est une économie de micro-entrepreneurs qui cherchent avant tout à échapper volontairement aux régulations de l'État.

Selon l'OIT, le concept plus large d'« économie informelle »<sup>1</sup>:

- désigne toutes les activités économiques des travailleurs et des unités économiques qui – en droit ou en pratique – ne sont pas couvertes ou sont insuffisamment couvertes par des dispositions formelles ;
- ne désigne pas les activités illicites, en particulier la fourniture de services ou la production, la vente, la possession ou la consommation de biens interdites par la loi, y compris la production et le trafic illicites de stupéfiants, la fabrication et le trafic illicites d'armes à feu, la traite des personnes et le blanchiment d'argent, tels que les définissent les conventions internationales pertinentes.

Quant aux *unités économiques de l'économie informelle*, elles comprennent :

- les unités qui emploient de la main-d'œuvre;

- les unités détenues par des particuliers travaillant à leur propre compte, soit seuls, soit avec le concours de travailleurs familiaux non rémunérés;
- les coopératives et les unités de l'économie sociale et solidaire.

Le secteur informel correspond à des groupes d'unités de production (entreprises sans personnalité morale détenues par des ménages) incluant les « entreprises informelles de personnes à leur compte » et les « entreprises d'employeurs informels ».

Pour des raisons pratiques et de simplicité, l'Institut National de la Statistique du Cameroun définit le secteur informel comme « l'ensemble des unités de production dépourvues de numéro de contribuable et/ou ne tenant pas une comptabilité écrite formelle au sens du plan comptable OHADA ». Cette définition n'inclut par le secteur informel agricole, l'agriculture relevant dans sa quasi-totalité du secteur informel. Elle exclut également les activités illégales qui renvoient aux activités interdites par la législation, ou exercées par des individus non autorisés ou encore à la contrebande et la contrefaçon. Il importe de relever que ces dernières catégories sont fortement liées au secteur informel dont les acteurs s'en servent pour pouvoir écouler leurs produits. Les Unités de production informelles observées sont généralement des entreprises exerçant à la vue et au su de tout le monde et produisant des biens et services réputés légaux.

1 Définition tirée de la Recommandation 204 concernant la transition de l'économie informelle vers l'économie formelle (p5) de la CIT de juin 2015



Ces différentes définitions tendent à consacrer le caractère pluriel du secteur informel. En effet, en fonction de l'adversité à la formalisation des activités ou de la proximité au fonctionnement des entreprises du secteur moderne, les caractéristiques fondamentales diffèrent. Aussi, certains auteurs parlent-ils d'un continuum de situation entre les deux extrêmes que constituent respectivement l'état d'*informalité pure* et celui de *formalité pure*. De la sorte, chaque UPI se situe entre ces deux situations qui correspondent à des niveaux d'informalités de 100% et de 0% respectivement.

La pluralité des situations de l'informel est bien prise en compte dans les enquêtes de référence sur le secteur informel. Le formulaire de recueil des données conçu par l'INS saisit la question du degré d'informalité à travers une série de question à plusieurs modalités portant de manière séparée sur la possession ou non d'une carte de contribuable, l'existence ou non d'une compatibilité formelle écrite. Une unité de production sera dite informelle si elle n'a pas un numéro de contribuable, ou si elle ne tient pas une comptabilité détaillée c'est-à-dire une comptabilité élaborée conformément au plan comptable préconisé par l'OHADA.

## 0.5 Méthodologie de travail

Pour mener à bien cette étude, portant sur la migration de l'économie informelle vers l'économie formelle et la proposition d'une stratégie permettant au GICAM de répondre à cette problématique en incitant davantage les unités informelles à se formaliser et adhérer au ***Club des Très Petites Entreprises du GICAM***

**-CTPEG**», la démarche méthodologique a privilégié trois principales étapes: (i) l'exploitation documentaire/investigations documentaire ; (ii) une phase de collecte d'informations sur le terrain et (iii) une phase de rédaction du rapport.

### ***Recherche et analyse documentaire***

Cette étape a consisté en une investigation documentaire pour comprendre et analyser ce qui a déjà été réalisé en rapport avec le thème de l'étude. Elle a permis d'élaborer le cadre conceptuel et d'identifier les ressources documentaires exploitables. Elle a contribué également à circonscrire la revue de la littérature en nous référant aux études, documents officiels et données numériques disponibles sur le sujet de l'étude. Leur exploitation a permis d'atteindre en partie un ou plusieurs objectifs de la mission notamment l'inventaire des facteurs sociaux, sociologiques, économiques et institutionnelles ayant une implication sur le développement du secteur informel au Cameroun, la catégorisation des activités / unités informelles.

Il existe une littérature sur la question du secteur informel au Cameroun depuis les premières enquêtes sur l'emploi et le secteur informel(EESI). Ainsi, au niveau des administrations, ont été recensés des documents importants dont les rapports de l'INS sur l'EESI, les rapports des enquêtes sur le climat des affaires, les comptes rendus des différentes concertations entre le gouvernement et le secteur privé, des textes législatifs et réglementaires qui encadrent/promouvent les PME au Cameroun. En somme, plusieurs produits documentaires ont été consultés. Au rang desquels,

- le rapport sur « la transition de l'économie informelle vers l'économie formelle » de l'OIT;
- le guide des employeurs (ACT/EMP) ;
- le rapport de la deuxième enquête camerounaise sur le secteur informel ;
- les rapports sur le climat des affaires ;
- les textes législatifs et réglementaires relatifs aux PME ;
- les documents de politique de développement du Cameroun.

### ***Entretiens/interviews avec acteurs formels et informels***

Des interviews/échanges avec les acteurs clés ont été réalisés à l'effet de recueillir leurs perceptions du secteur informel au Cameroun ainsi que leurs propositions concernant les stratégies pour faciliter la migration des acteurs de ce secteur vers le secteur formel. Au nombre des acteurs rencontrés, il y a le Ministère des Petites et Moyennes Entreprises, de l'Economie Sociale et de l'Artisanat, le Groupement Inter-Patronal du Cameroun (GICAM), le PIAASI, le PIDMA, le PACA, et des chefs d'entreprises opérant dans le secteur informel et dans le secteur formel.

Une lettre d'introduction signée du GICAM a facilité les rencontres et les échanges. Cela n'a pas toujours été facile compte tenu des agendas des personnes cibles. Des échanges ont eu lieu avec une cinquantaine d'acteurs informels et formels à Douala, Yaoundé et Bafoussam. Ce qui a permis *d'évaluer les besoins des unités informelles et échanger avec les acteurs clés (chefs d'entreprises,*

*associations, etc.) des stratégies à mettre en œuvre pour les accompagner à cette fin.*

### ***Analyse des informations recueillies***

Les résultats des enquêtes (EESI, Business Climate Survey) ont été exploités. Ces informations ont été complétées par celles recueillies au cours des interviews et échanges avec les acteurs concernés et celles issues des différents rapports et études.

A l'issue des étapes précédentes, les éléments suivants ont été produits :

- La revue des déterminants de l'expansion des activités informelles au Cameroun ;
- les caractéristiques détaillées du secteur informel camerounais;
- l'identification des contraintes des unités informelles à se formaliser pour chaque catégorie ;
- l'analyse des besoins des unités informelles sous le prisme d'une migration éventuelle vers le secteur formel,
- l'analyse-diagnostique des initiatives actuelles d'encadrement et de promotion de la formalisation des unités de production informelles ;
- la revue de quelques expériences internationales de formalisation du secteur informel ;
- la proposition de l'offre de services qui pourrait intéresser les UPI suivant leur catégorisation.



### ***Proposition d'une stratégie de migration des UPI vers le secteur formel***

L'exploitation des résultats précédents a permis de proposer des axes d'intervention d'une stratégie d'accompagnement des UPI à la formalisation en prenant en compte la dimension partenariale avec les pouvoirs publics et d'autres acteurs privés. Ces propositions ont été discutées avec le Secrétariat exécutif du GICAM en insistant sur leur faisabilité. Pour l'opérationnalisation de cette stratégie, un plan d'actions triennal (2017-2019) décliné en quatre composantes est proposé au patronat.

### ***Rédaction du rapport provisoire***

La mise en commun et en cohérence des extrants des étapes précédentes a permis de produire le rapport provisoire .

### ***Réunion de validation***

Il s'est agi de la présentation des principaux résultats de la mission aux différentes parties prenantes et de recueillir leurs observations. La prise en compte des observations a permis de finaliser le rapport final.

## **0.6 Structure du rapport**

Le rapport est structuré en six chapitres que sont :

- Catégorisation du secteur informel au Cameroun ;
- Déterminants du secteur informel au Cameroun ;
- Analyse des incidences du secteur informel ;
- Revue des initiatives de promotion de la formalisation des unités de production informelles ;
- Stratégie de migration du secteur informel vers le secteur formel ;
- Proposition d'un plan d'actions pour le GICAM.

## Chapitre 1 : Catégorisation<sup>2</sup> du secteur informel

Ce chapitre ambitionne de catégoriser les différentes activités / Unités de Production Informelles (UPI) au Cameroun. Cette catégorisation consiste à regrouper les UPI autour de catégories fortement homogènes et hétérogènes d'une catégorie à l'autre. En effet, la catégorisation des UPI est utile en vue d'orienter la définition d'une stratégie pertinente pour leur migration vers le secteur formel. Pour y parvenir, il est apparu indispensable de procéder préalablement à la caractérisation des activités du secteur informel camerounais.

### 1.1 Caractérisation des UPI exerçant au Cameroun

Pour caractériser les UPI exerçant au Cameroun, l'on a eu recours dans cette étude, aux données de référence produites par l'INS. Ceci a été complété par l'exploitation documentaire, des échanges avec des experts ayant une connaissance de ce secteur, et des interviews réalisés auprès des acteurs informels dans les villes de Douala, de Yaoundé et de Bafoussam. Le profil des UPI a été établi suivant deux principaux axes que sont : (i) la situation de l'activité et; (ii) la conformité des UPI à l'égard de la législation.

#### 1.1.1 Situation de l'activité

Il s'agit de décrire de manière globale, la nature et les conditions d'exercice des activités dans le secteur informel. L'accent sera mis sur les variables suivantes : (i) le secteur et la branche d'activité, (ii) la taille des UPI, (iii) la situation de la main d'œuvre dans le secteur informel, (iv) la valeur et la nature du capital des UPI.

##### 1.1.1.1 Secteur et branche d'activité des UPI

D'après l'INS (2011), le nombre total d'UPI non agricoles en activité en 2010 sur le territoire camerounais est estimé à environ 2,5 millions dont plus de la moitié (54,4%) est dirigée par des femmes. La comparaison de ce chiffre au nombre d'entreprises formelles (93 969) dénombré lors du Recensement Général des Entreprises (RGE) de 2009 rend compte de l'importance de l'informalisation de l'économie camerounaise. Le ratio serait de plus de 25 entreprises informelles pour une entreprise formelle. Ce qui signifie que moins de 4%<sup>3</sup> des unités de production exercent dans le secteur formel. Certaines activités sont presque entièrement dominées par l'informel, c'est le cas de la branche semencière et de la pêche, etc.

Ce constat n'est pas spécifique au Cameroun, et semble être une tendance lourde de la plupart des pays d'Afrique subsaharienne. Sa prédominance amène à se questionner sur ses causes et ses conséquences. Cette question

2 Sauf indication contraire, dans ce document, le sigle UPI désigne Unités de Production Informelles non agricoles

3 En faisant l'hypothèse qu'il y ait autant d'UPI agricole que d'UPI non agricole, le ratio serait d'au moins 50 UPI pour une entreprise formelle, ce qui est équivalant à dire que plus de 98% d'entrepreneurs au Cameroun exerceraient dans l'informel.



est analysée en détails dans d'autres chapitres de ce document.

Suivant le type d'activité, les UPI au Cameroun se répartissent à part égale entre les secteurs de l'*industrie* (34,1%), du *commerce* (33,7%) et des *services* (32,2%). Les branches d'activités les plus représentatives sont celles du *commerce en détail* (30,4%), de l'*agro-alimentaire* (19,0%), de la *restauration* (9,7%), du *transport* (6,7%) et de la *confection* (5,7%). Le tableau ci-après présente la répartition des UPI par secteur et par branche d'activité.

Entre 2005 et 2010, la part des UPI industrielles dans le secteur informel a régressé de près de 12% au profit du secteur du « commerce » et celui des « services ». Ce résultat est similaire à celui observé lors du RGE et dénote ainsi de la tendance globale à la tertiarisation de l'économie camerounaise au détriment des secteurs de production des biens.

### 1.1.1.2 Taille des UPI au Cameroun

La taille d'une entreprise s'apprécie généralement à partir de plusieurs variables. Dans cette étude, il a été privilégié, en se référant au critère de classification officielle au Cameroun, deux variables que sont le nombre d'employés et le chiffre d'affaires.

#### Nombre d'employés

Le secteur informel au Cameroun concentre essentiellement des unités de petite taille. 86% de celles-ci sont unipersonnelles et seule 3,6% emploient plus de 3 personnes. La taille moyenne des UPI est extrêmement faible : autour de 1,3 avec des variations suivant les secteurs. Elle est de 1,2 dans le commerce et les services, et de 1,5 dans l'industrie. La prépondérance des UPI unipersonnelles est aussi bien marquée dans le secteur *industriel* que dans le secteur du *commerce* et dans les autres *services*, comme l'illustre le graphique ci-dessous.

**Tableau 1 : Répartition (%) des UPI selon le secteur et la branche d'activité au Cameroun**

| Secteur   | Branche            | % par rapport au secteur | % par rapport à la branche |
|-----------|--------------------|--------------------------|----------------------------|
| Industrie | Agro-alimentaire   | 34,1                     | 19,0                       |
|           | Confection         |                          | 5,7                        |
|           | Autres industries  |                          | 5,6                        |
|           | BTP                |                          | 3,9                        |
| Commerce  | Commerce de gros   | 33,7                     | 3,2                        |
|           | Commerce de détail |                          | 30,4                       |
| Services  | Transport          | 32,2                     | 6,7                        |
|           | Restauration       |                          | 9,7                        |
|           | Réparation         |                          | 3,0                        |
|           | Autres services    |                          | 12,9                       |
| Total     |                    | 100,0                    | 100,0                      |

Source : À partir d'EESI 2 (Phase 2)

Dans l'industrie, 4 entreprises informelles sur 5 sont unipersonnelles, ce qui est à certain égard surprenant lorsqu'on sait qu'en général les activités dans ce secteur requièrent plusieurs employés en raison de la nature du processus de production. Seule un cinquième des unités de ce secteur sont des employeurs au sens strict, employant plus de deux personnes. Dans le secteur du commerce, un promoteur sur dix travaille à son propre compte, et est généralement un vendeur ambulant.

La multitude des unités de production unipersonnelles n'est pas seulement l'apanage du secteur informel, c'est également le cas dans le secteur formel où 89% d'entreprises sont unipersonnelles (RGE, 2009). Derrière ces statistiques, l'on peut y voir l'individualisme qui caractérise les promoteurs d'entreprises au Cameroun, qui pour la plupart sont adverses à l'idée de fédérer leurs initiatives en vue de créer/lancer des projets communs de taille relativement importante. Cela, à quelque égard peut accentuer le développement de l'informel dans la mesure où la propension à migrer vers le secteur formel ou à demeurer dans l'informel peut être liée à la capacité de l'entreprise.

En effet, il est raisonnable de considérer que les possibilités de développement et d'expansion des entreprises unipersonnelles sont assez réduites et dont prédisposent leurs promoteurs à demeurer davantage dans le secteur informel. Bien plus, les quelques entrepreneurs individuels rencontrés ont indiqué que leurs activités de production sont en générales destinées à satisfaire prioritairement leurs besoins de subsistance plutôt que la quête d'une réelle rentabilité dans leurs affaires. Et donc, les promoteurs de ce type d'entreprise, n'auraient pas une propension forte à migrer vers le secteur formel.

### ***Chiffre d'affaires des UPI***

L'analyse du chiffre d'affaires des UPI révèle une grande dispersion des performances des différentes unités. En effet, le chiffre d'affaires moyen global est de 3,8 millions de FCFA l'an tandis que le chiffre d'affaires médian s'établit à 0,95 million de FCFA par an. Bien plus, 25% des UPI réalisent un chiffre d'affaire annuel qui n'excède pas 325 000 FCFA. Les résultats sont globalement très hétérogènes et même au sein des sous-secteurs, le chiffre d'affaires médian représente le quart du chiffre d'affaires moyen.

**Tableau 2: Répartition sectorielle (%) des UPI selon le nombre d'employés**

|                       | Industrie | Commerce | Autres Services |
|-----------------------|-----------|----------|-----------------|
| Un employé            | 81,2      | 89,3     | 87,6            |
| Entre 2 et 3 employés | 12,7      | 9,1      | 9,3             |
| 4 employés ou plus    | 6,0       | 1,7      | 3,1             |

Source : A partir de EESI 2 (Phase 2)



L'un des constats majeurs en ce qui a trait à la distribution du chiffre d'affaires des UPI, c'est l'existence des unités dont le chiffre d'affaires va au-delà de 50 millions de FCFA. Celles-ci représentent à peu près 1% du secteur informel (soit environ 25 000 entreprises non agricoles). Ce constat est davantage soutenu par le fait que certaines entreprises se démarquent avec un chiffre d'affaires annuel supérieur à 100 millions de FCFA l'an et se recrutent dans la vente de voitures d'occasion, les BTP et le commerce en gros des médicaments. Plus de la moitié de ce groupe d'entreprise exercent depuis au moins 15 ans. Il y a donc dans ce secteur informel, des unités à très fortes capacités réalisant des résultats économiques importants.

#### *1.1.1.3 Situation dans l'emploi*

L'analyse de la situation de la main d'œuvre dans le secteur informel s'articule autour des éléments ci-après : (i) le taux de salarisation ; (ii) la nature des contrats de travail et ; (iii) la durée hebdomadaire de travail.

Le taux de salarisation (part de l'emploi salarié dans l'ensemble des emplois) dans le secteur informel était de 8,6% en 2010. Il est largement plus élevé chez les hommes (15,2%) que celui des femmes (2,6%). Dans l'ensemble, un peu plus de la moitié des actifs occupés du secteur informel sont des femmes (51,4%). Cette féminisation des emplois s'accompagne d'une volonté des femmes à s'installer à leur propre compte, puisqu'elles représentent 56,5% du total des chefs d'entreprises unipersonnelles.

Par ailleurs, près de la moitié des emplois dans le secteur informel est dépourvue d'un contrat de travail, seule 12,3%

dispose d'un contrat écrit, 38,0% ayant un contrat verbal, et le reste (0,4%) étant des employés à l'essai. Suivant le secteur d'activité, 38,9% de travailleurs du secteur informel exercent dans le secteur de l'industrie, 30,7% dans le secteur du commerce et 30,5% dans le secteur des services.

La vulnérabilité est caractéristique des emplois dans le secteur informel. L'évidence empirique est produite par EESI (2010) puisque les résultats ont indiqué que le taux de vulnérabilité (% des travailleurs indépendants et % des aides familiales) se situe à 78,3% dans l'ensemble. Ce taux est de 68,0% dans l'industrie, 80,3% dans les autres services et 89,2% dans le commerce.

En moyenne, les employés du secteur informel travaillent près de 38 heures par semaine et 46% travaillant au-delà des 40 heures fixées par la réglementation.

#### *1.1.1.4 Lieu d'exercice de l'activité*

L'un des éléments caractéristiques importants des UPI est la possession d'un local abritant l'activité. Les entretiens réalisés avec les promoteurs d'UPI ont permis de constater que très peu d'entreprises informelles disposent d'un local abritant leurs activités. Ce constat est confirmé par les données de l'EESI selon lesquelles environ 43% d'UPI exercent leurs activités sans local et près de 34% d'UPI exercent leurs activités dans le domicile de leurs promoteurs. Les activités sont dans une grande majorité précaires puisqu'elles se pratiquent sans local ou dans un local à priori inapproprié.

La répartition suivant la branche d'activité permet de mieux caractériser les UPI du secteur industriel qui exercent leurs

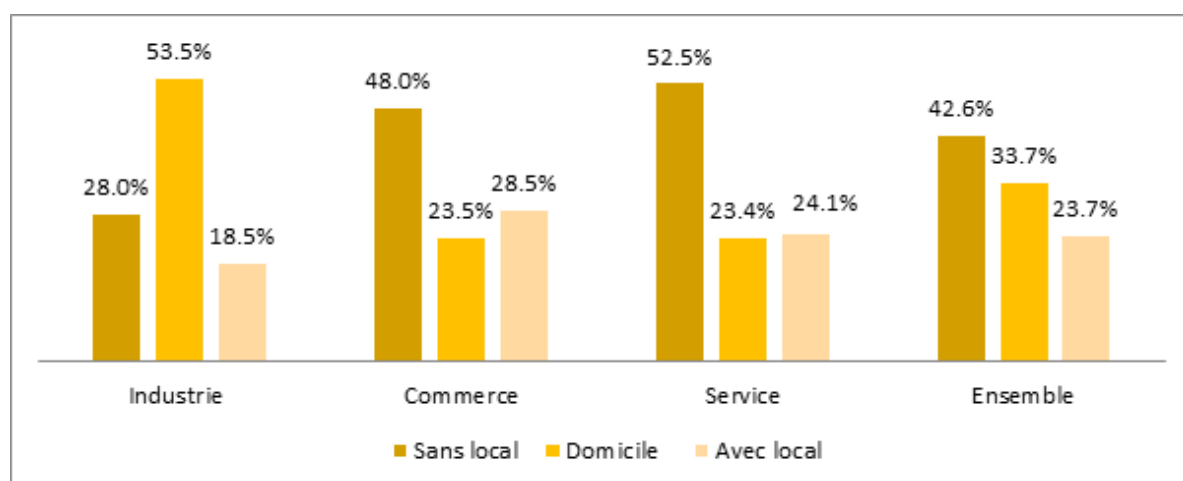
activités à domicile de même que celles des secteurs commerce et services qui exercent sans local. C'est le sens du graphique ci-dessous.

A l'observation du graphique ci-dessous, il se dégage que dans le secteur industriel, les activités de production qui s'exercent le plus à domicile sont issues des branches confection et agroalimentaires :

66% des UPI agroalimentaires opèrent leurs activités à domicile, cette proportion est de 63% dans la branche confection.

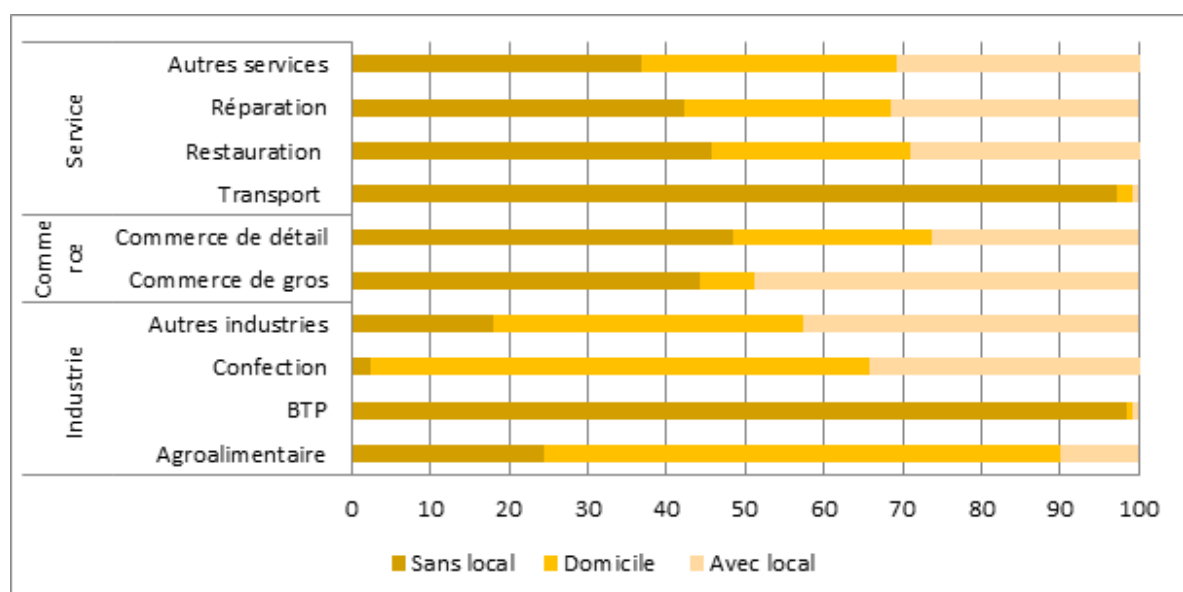
Par ailleurs, dans la branche transport, la quasi-totalité des activités s'exercent sans local (97%). Il s'agit généralement des taxis de ramassages, des mototaxis et autres transports des marchandises et des personnes par automobiles ou motocycles.

**Graphique 1: Répartition (%) des UPI suivant le type de local et par secteur d'activité**



Source : à partir de EESI2, Phase 2

**Graphique 2: Répartition (%) des UPI suivant le type de local abritant l'activité et par branche d'activité**



Source : À partir de EESI , Phase 2



Enfin, dans la branche commerce en gros, près de la moitié des activités s'opèrent dans un local, même si 7% des opérateurs ont choisi l'option d'exercer dans leurs domiciles.

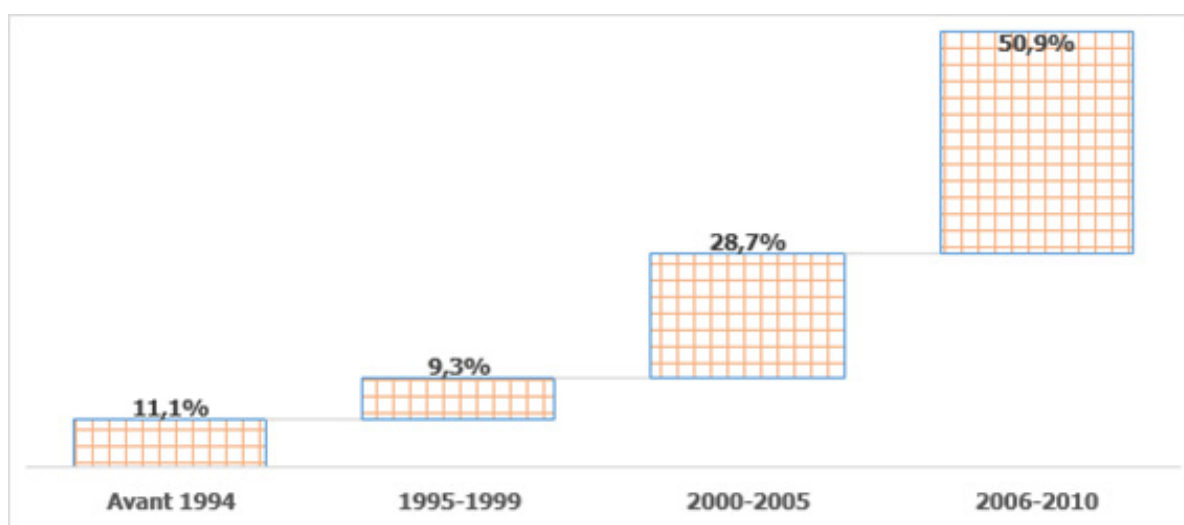
Sous l'angle du milieu de résidence, les UPI sans local sont plus fréquentes en milieu urbain (47,4%) qu'en milieu rural (37,8%). De plus, 40,6% d'UPI en milieu rural exercent leurs activités à domicile tandis que cette proportion est de 27,0% en milieu urbain.

Les données empiriques révèlent par ailleurs qu'environ 43% des UPI ne trouvent pas le nécessité de posséder un local pour l'exercice de l'activité, 26% estiment exercer leurs activités avec beaucoup plus de facilité sans local et 25% évoquent l'absence des moyens financiers pour pouvoir prendre en bail ou acheter un local.

#### 1.1.1.5 Âge des UPI

La formulation d'une stratégie pertinente en vue de la migration des UPI vers le secteur formel, nécessite entre autres, d'avoir une meilleure connaissance de leur durée antérieure dans l'activité. On peut en effet supposer que la probabilité des promoteurs d'UPI à migrer vers le secteur formel, est inversement corrélée à l'âge de l'Unité de production<sup>4</sup>. Les UPI plus âgées, auraient en effet moins d'incitation à migrer vers le secteur formel. Car, le fait que leurs promoteurs y exercent depuis de longues années, pourrait signifier au moins trois choses : (i) qu'ils tirent une meilleure rentabilité de leur affaires en demeurant dans le secteur informel ; (ii) qu'ils n'ont pas été sensibles aux incitations en matière de promotion des activités formelles et ; (iii) qu'ils font partie d'un réseau d'activités incluant parfois des aspects informels et des formels qu'il est aujourd'hui difficile de reconfigurer.

**Graphique3: Répartition (%) des UPI suivant l'année de leur création**



Source : À partir de EESI (Phase 2)

<sup>4</sup> Le test du khi d'indépendance effectué entre la variable intensité de l'UPI à migrer vers le secteur formel et la variable âge de l'UPI, est significatif, ce qui veut dire que la propension de l'UPI à migrer vers le formel dépend de l'âge.

Des données relatives à l'EESI, l'âge moyen des UPI était de 7,4 ans en 2010 et près de 11% d'UPI ont été créées avant 1994, soit au moins 16 années d'existence. Par ailleurs, plus de 51% d'UPI en activité en 2010 ont été créées après 2005, soit moins de 5 ans d'âge. Enfin, près de 29% d'UPI ont été créées depuis au moins une dizaine d'années.

Le graphique ci-dessous montre qu'en moyenne, les UPI les plus âgées sont observées dans le secteur industriel (9,5 ans), puis dans le secteur commerce (6,6 ans).

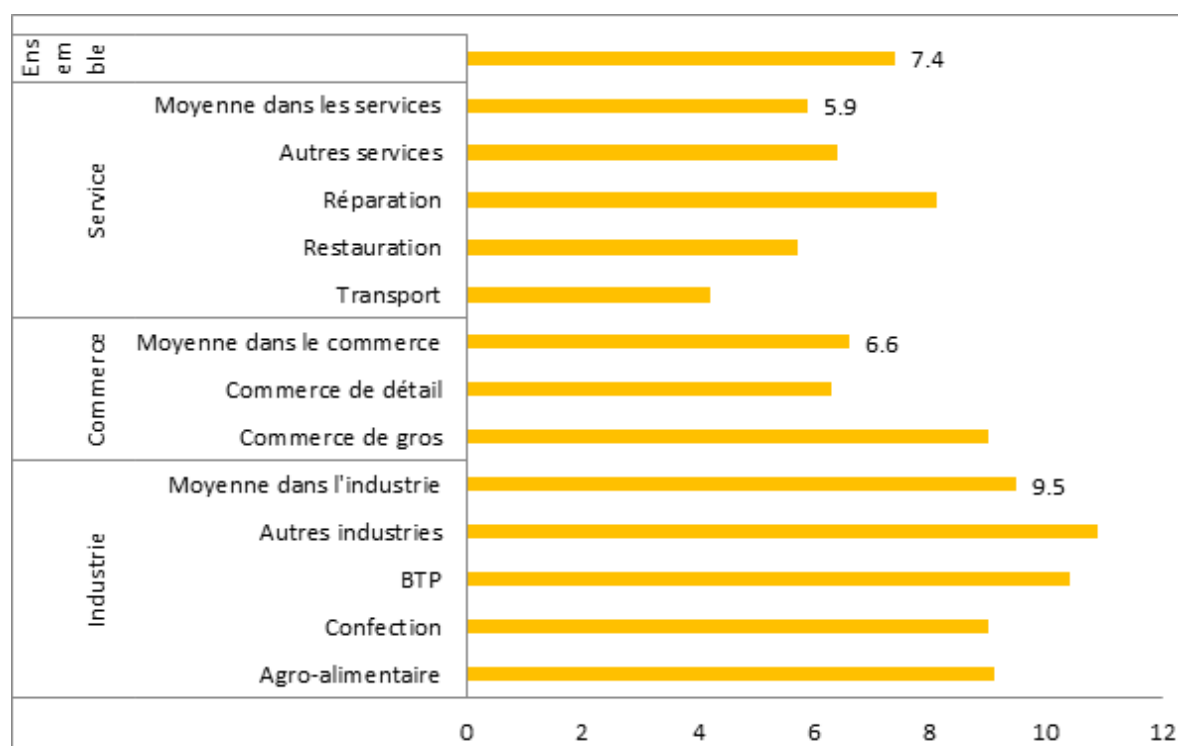
Sous un angle plus détaillé, les BTP, l'agroalimentaire, le commerce de gros et la confection s'illustrent comme les branches où les activités qui ont une

plus grande durabilité dans le temps. A contrario, les branches *restauration* et *transport* sont celles dont la durée d'activités est relativement courte, soit respectivement 5,7 ans et 4,2 ans.

### 1.1.1.6 Capital des UPI

Par définition, le capital désigne toutes les ressources en numéraire et en nature, constitutives au démarrage d'une activité. Son analyse dans le cadre de cette étude vise à : (i) mesurer la capacité des UPI à s'affranchir des coûts liés à la formalisation de leur activité et ; (ii) mesurer la capacité des UPI à accumuler du capital.

**Graphique 4: Age moyen des UPI suivant le secteur et la branche d'activité**



Source : À partir de EESI (Phase 2)



Selon l'EESI (2010), les UPI sont faiblement capitalisées. En effet, le capital moyen des UPI se situe à environ 197 800 FCFA, près de la moitié ont un capital inférieur à 17 000 FCFA et environ 9% d'entre elles ont déclaré ne pas disposer d'un capital pour le démarrage de leurs activités. La moitié des UPI industrielles ont un capital inférieur à 13 000 FCFA et 50% des UPI commerciales disposent d'un capital inférieur à 9 000 FCFA.

Étant donné qu'il faut minimalement 51 500 FCFA<sup>5</sup> pour créer une entreprise formelle sous le statut d'Etablissement, la moitié des UPI n'est pas en mesure de migrer vers le secteur formel en raison des contraintes financières relatives au coût d'entrée dans ce secteur, hors mis les charges relatives à la conformité aux autres réglementations (licences, environnement, etc.).

Suivant le milieu de résidence, le capital des UPI exerçant en milieu urbain se situe à près de 300 000 FCFA tandis que celui des UPI exerçant en milieu rural est de trois fois inférieur. De plus, plus de la moitié des UPI exerçant en milieu rural ont un capital inférieur à 10 000 FCFA.

Concernant l'origine du capital des UPI au Cameroun, l'EESI révèle que 33,4% représentent les équipements acquis auprès des ménages, 37,0% du secteur informel, 26,2% du secteur formel public et privé et 2,6% de l'importation directe. Une part importante (92,2%) est financée par l'épargne, le don ou l'héritage. Les UPI n'obtiennent aucun financement de leur capital par le système bancaire.

**Tableau 3 : Caractéristiques du capital (millier de FCFA) des UPI selon le secteur d'activité**

| Secteur         | Moyenne | Médiane |
|-----------------|---------|---------|
| Industrie       | 156,1   | 13,0    |
| Commerce        | 215,3   | 9,0     |
| Autres Services | 226,9   | 44,0    |
| Ensemble        | 197,8   | 17,0    |

Source : À partir de EESI (Phase 2)

5 La circulaire interministérielle N° 001/MINJUSTICE/MINPMEESA/MINFI du 30 mai 2012, fixe le coût de création d'un établissement à 51 500 FCFA et se décompose ainsi qu'il suit : Immatriculation au RCCM (21 500 FCFA), Droits d'enregistrement (20 000 FCFA) et Frais d'annonce légale (10 000 FCFA).

### 1.1.1.7 Autres caractéristiques des UPI

#### Taux d'utilisation des capacités de production

**Tableau 4 : Taux d'utilisation des capacités de production**

| Branche            | Intervalle du taux d'utilisation |                  |             |
|--------------------|----------------------------------|------------------|-------------|
|                    | Moins de 40%                     | Entre 40% et 70% | Plus de 70% |
| Agro-alimentaire   | 7,5                              | 33,2             | 59,3        |
| Confection         | 22,4                             | 29,1             | 48,5        |
| Autre industrie    | 13,5                             | 26,8             | 59,7        |
| BTP                | 10,1                             | 24,8             | 65,1        |
| Commerce de gros   | 2,2                              | 38,8             | 59,0        |
| Commerce de détail | 5,6                              | 20,9             | 73,5        |
| Transport          | 2,9                              | 25,0             | 72,1        |
| Restauration       | 3,2                              | 18,8             | 78,1        |
| Réparation         | 15,4                             | 23,5             | 61,1        |

Source : À partir de EESI (Phase 2)

Selon les résultats de l'EESI, près de 2 UPI sur 3 ont un taux d'utilisation des capacités supérieur à 70%, le quart d'UPI ont un taux compris entre 40% et 70% et seulement 8% ont un taux inférieur à 40%.

Suivant la branche d'activité, voir le tableau ci-dessus, le taux d'utilisation est plus élevé pour les UPI de la restauration, du commerce au détail, des Transports. Plus de 50% des UPI de la confection ont un taux d'utilisation des capacités qui n'excède pas 70%.

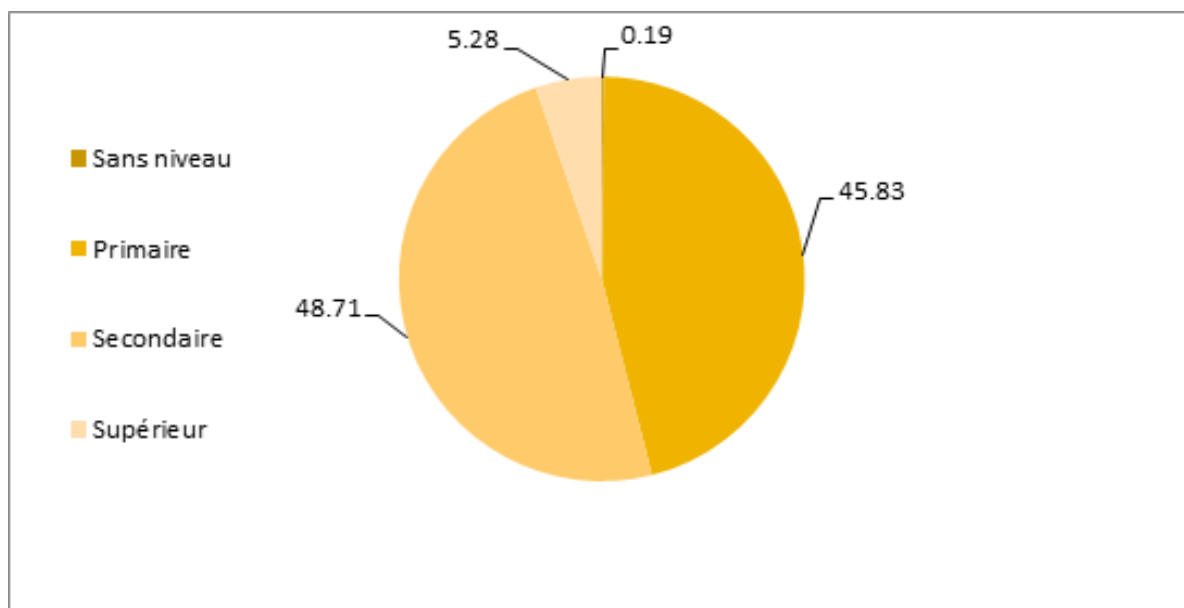
#### Niveau d'instruction des promoteurs des UPI

Le niveau d'instruction des promoteurs d'UPI au Cameroun se reparti comme suit : 48,7% ont un niveau d'étude « secondaire » ; 45,8% ont un niveau « primaire » et seulement 5,2% ont un niveau d'étude « supérieur ». Moins de 1% des promoteurs d'UPI sont sans niveau instruction.

De ces données, on peut conclure que près de 55% (ceux ayant un niveau secondaire ou plus) de promoteurs d'UPI possèdent un niveau d'instruction acceptable pouvant leur permettre d'être à la hauteur de suivre des formations relatives à leur domaine.



**Graphique 5: Répartition (%) des UPI selon le niveau d'instruction du promoteur**



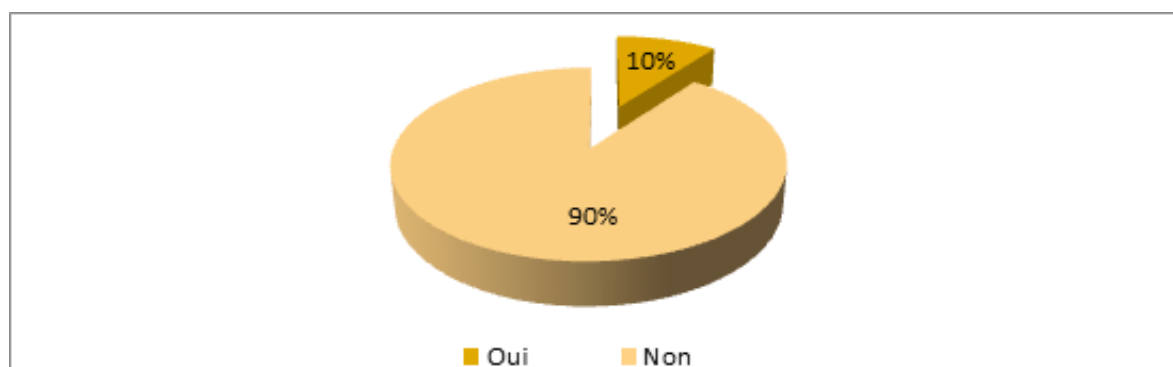
Source : À partir de EESI (Phase 2)

### ***Affiliation des UPI à une association***

L'appartenance à une ou plusieurs organisations / associations professionnelles est une donnée importante dans la perspective d'une bonne circulation des informations au sein du secteur privé. Ces organismes sont susceptibles d'apporter une assistance ou des conseils aux entreprises dans le

cadre de la conduite des activités de leurs membres. Sous ce prisme, les résultats ne sont pas intéressants puisque seule une entreprise sur dix est affiliée à une association /organisation professionnelle. Cette proportion reste très faible en comparaison à celle observée au niveau du secteur formel où elle est de 42%.

**Graphique 6 : Répartition (%) des UPI suivant leur affiliation à une association**



Source : INS (2011), EESI, Phase 2

### 1.1.2 Conformité à l'égard de la législation

Il est question de caractériser les UPI selon leurs attitudes à l'égard de la formalisation de leurs activités. Comme indiqué précédemment, pour certains auteurs (Aly MBAYE par exemple), l'informel n'est ni un secteur ni une entité homogène. Il y a plusieurs niveaux d'informalité. L'INS a saisi au cours des enquêtes cette préoccupation à travers plusieurs questions. Bien que la majorité sont aujourd'hui assujettie au régime de l'impôt libératoire au Cameroun, une grande diversité semblent persister en ce qui concerne leur conformité à l'égard d'autres aspects de la réglementation.

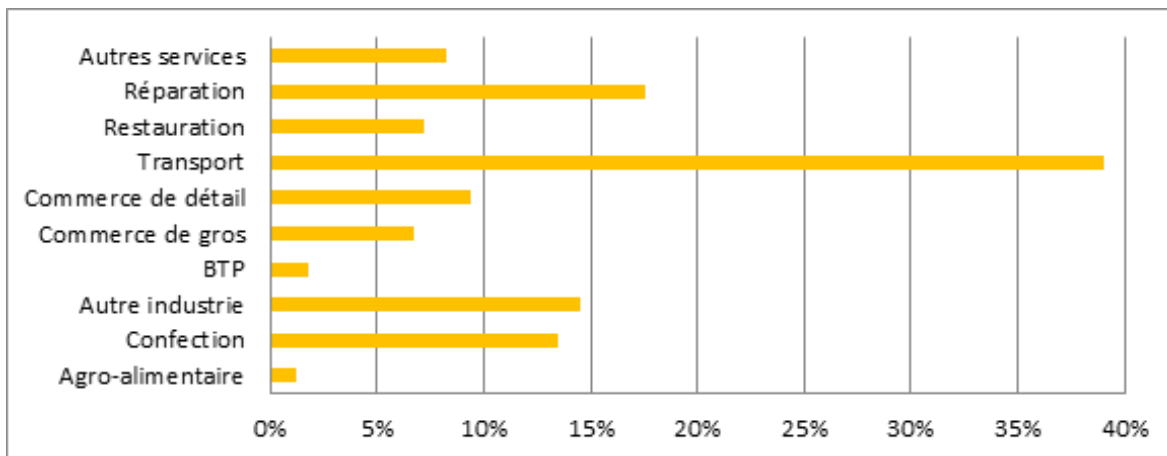
#### 1.1.2.1 Enregistrement de l'UPI

Une UPI enregistrée est celle qui possède au moins l'un des documents suivants : une carte de contribuable, un registre de commerce ou une carte professionnelle.

Les données issues de l'EESI relèvent que la proportion des UPI qui possédaient une carte de contribuable était de 8,5%, celles inscrites au registre de commerce étaient de 2% et celle dont les employés étaient affiliés à la sécurité sociale est de 0,1%. la branche d'activité, la proportion d'UPI enregistrée est plus élevée dans les transports (39%), la réparation (17,5%) et la confection (13,4%). A l'inverse, très peu d'UPI des branches agroalimentaires et BTP sont enregistrées.

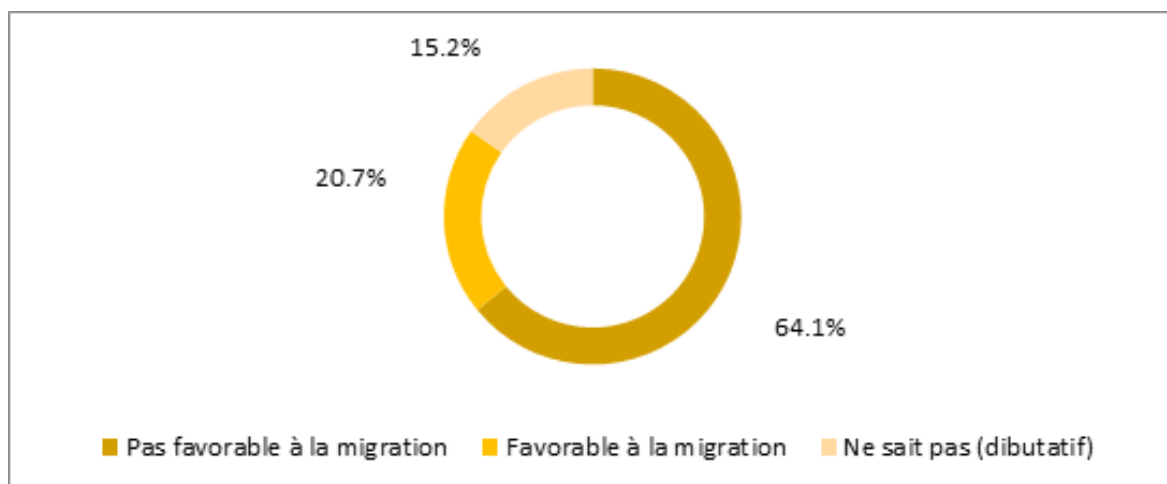


**Graphique 7: Proportion des UPI enregistrées suivant la branche d'activité**



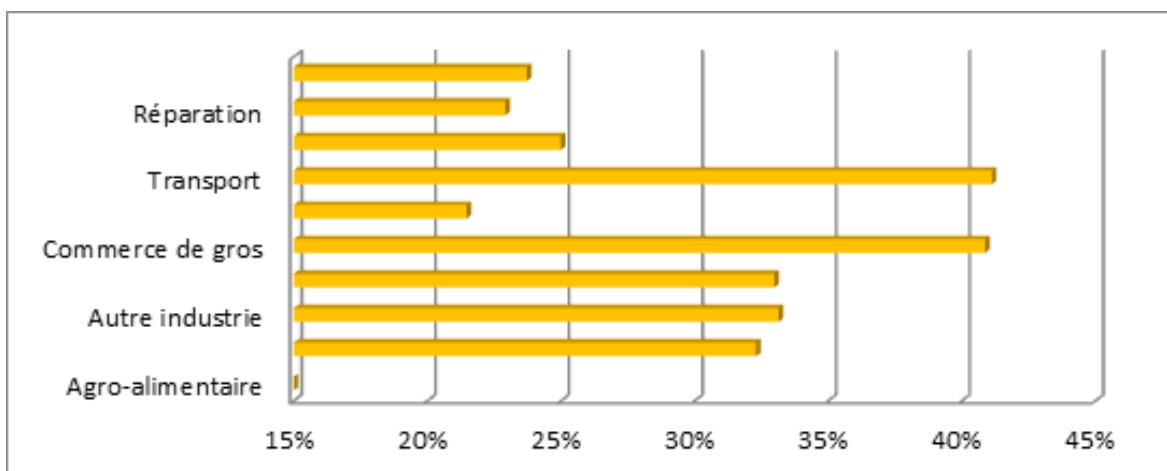
Source : À partir de EESI (Phase 2)

**Graphique 8: Répartition des UPI selon leur propension à migrer vers le secteur formel**



Source : À partir de EESI (Phase 2)

**Graphique 9: Proportion d'UPI favorables à migrer vers le formel suivant la branche d'activité**



Source : À partir de EESI (Phase 2)

### 1.1.2.2 Propension des UPI à migrer vers le secteur formel

Il y a parmi les acteurs du secteur informel une certaine catégorie qui ont une inclination exprimée à se formaliser. C'est ce qui est ressorti des entretiens sur le terrain et des avis des experts rencontrés. Les données de l'INS tendent à confirmer cet avis. En effet, un promoteur sur cinq est prêt à migrer vers le secteur formel. Cette proportion correspond à environ 500 000 entreprises informelles non agricoles manifestant l'intention de se formaliser, soit 5 fois le nombre d'entreprises formelles recensées en 2009 au Cameroun. Toutefois, une large proportion d'entreprises informelles (64%) n'est pas favorable à migrer vers le secteur formel et souhaite continuer leur activité dans le secteur informel.

Selon la branche d'activité, les UPI qui manifestent le plus d'intention de migrer vers le secteur formel sont celles des branches *transport* (41%), *commerce en gros* (41%), et des *BTP* (33%). A l'inverse, les UPI de l'*agroalimentaire* (14%) et de la branche *commerce en détail* (21%), sont moins favorable à la migration vers le secteur formel.

Les interviews menées sur le terrain ont permis de relever les principales raisons pour lesquelles les entreprises informelles choisissent en majorité de demeurer dans le secteur informel. Les réponses ont été très éparées.

Les entreprises du secteur du commerce en général ne lient pas leur intention à demeurer dans le secteur informel aux coûts liés à la formalisation, mais davantage à la complexité et les lourdeurs

administratives. Beaucoup seraient prêtes à payer trois fois plus que les coûts officiels de formalisation si elles sont convaincues d'obtenir les documents officiels exigibles dans des délais réduits et sans difficultés. Elles préféreraient rester aussi longtemps dans l'informel pour éviter les contacts avec les agents publics, tant les procédures ne seraient pas fluides.

D'autres promoteurs d'UPI ont laissé comprendre qu'ils ne sont pas prêts à migrer vers le secteur formel en raison des difficultés financières qui ne leur permettraient pas de supporter les coûts de la formalisation et les coûts d'opérationnalisation dans le secteur formel.

Certains autres promoteurs d'UPI ne manifestent pas l'intention de migrer vers le secteur formel par ignorance notamment en ce qui a trait à la procédure pour y parvenir de même que les avantages qu'ils peuvent tirer en exerçant leurs activités dans le secteur formel.

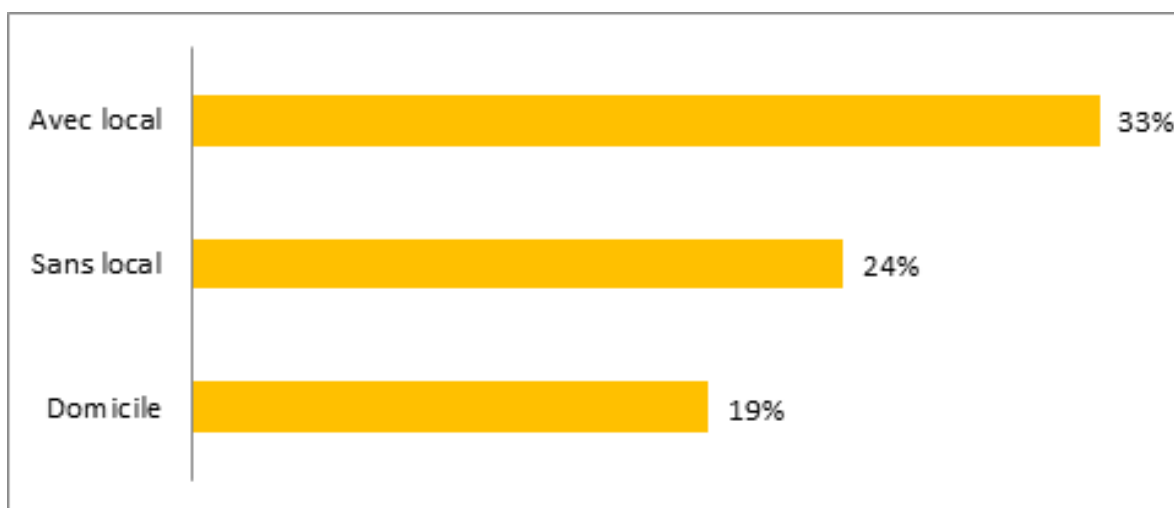
Enfin, certains promoteurs ont par contre exprimé une certaine aversion à la formalisation. C'est le cas par exemple de certaines boulangeries et établissements hôteliers rencontrés dans les villes de Douala et de Yaoundé.

A partir des données de l'EESI, des analyses croisées ont été faites afin de dégager des degrés d'association entre l'intention de migrer et certaines variables telles que le lieu d'exercice de l'activité, la taille et l'appartenance à une association professionnelle.



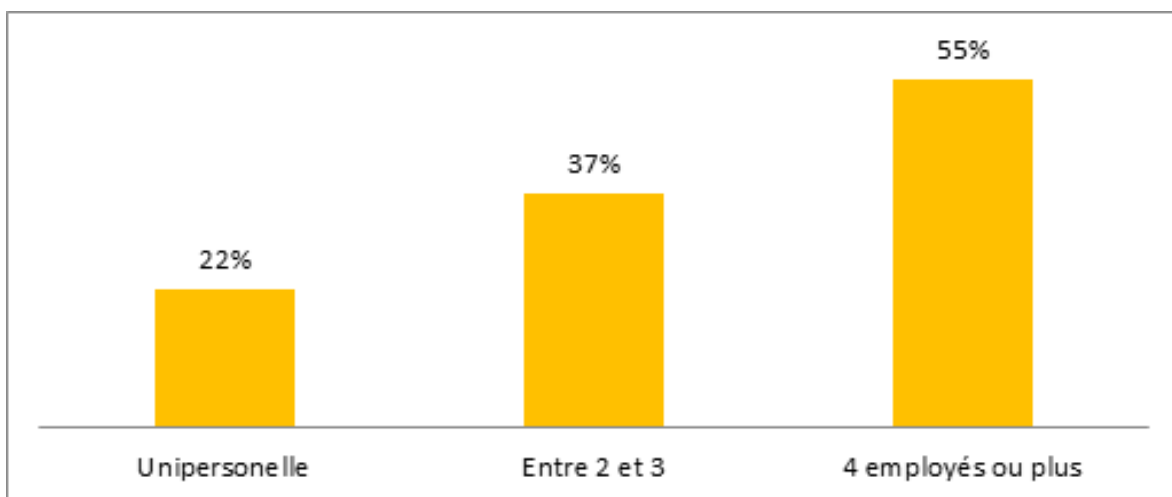
### Intention des UPI à migrer selon le type de local

Graphique 10: Proportion d'UPI favorables à migrer vers le formel suivant le lieu d'exercice de l'activité



Source : À partir de EESI (Phase 2)

Graphique 11 : Proportion d'UPI favorables à migrer vers le secteur formel suivant la taille



Source : À partir de EESI (Phase 2)

Le graphique ci-dessus montre que la propension des UPI à migrer vers le secteur formel est plus forte lorsque celles-ci exercent l'activité dans un local. Par ailleurs, on remarque qu'une UPI

sur cinq exerçant à domicile manifeste l'intention de migrer vers le secteur formel et près de 25% de celles n'ayant pas de local telles que les transporteurs sont favorables à migrer vers le secteur formel.

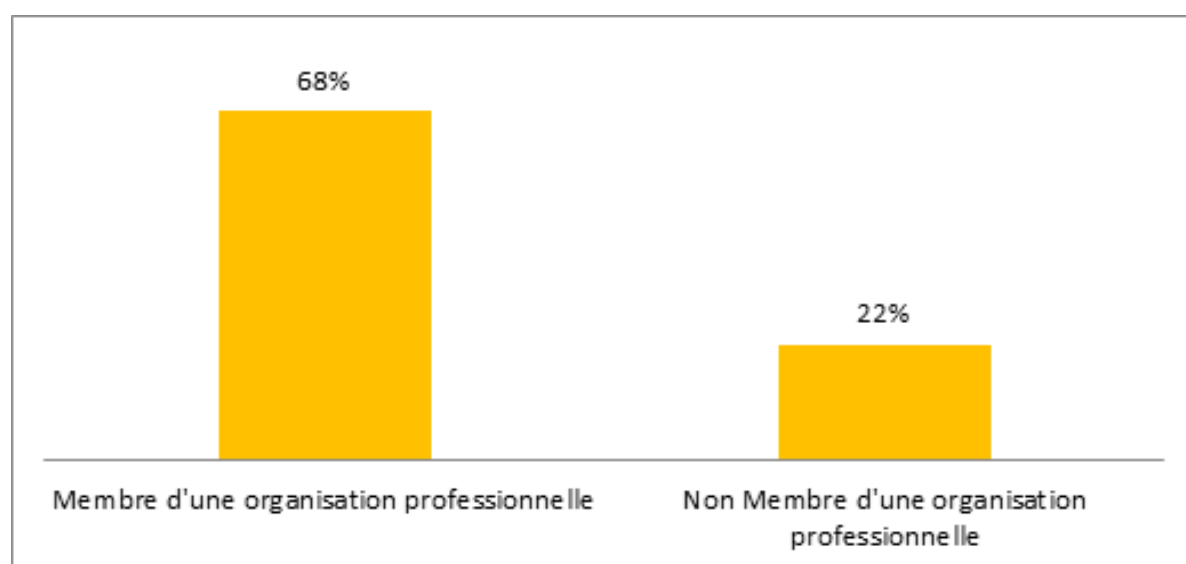
### ***Intention des UPI à migrer selon la taille***

Comme l'illustre le graphique ci-dessous, la propension des UPI à migrer vers le secteur formel évolue positivement suivant la taille. En effet, plus de la moitié (55%) des UPI employant au moins 4 personnes sont prêtes à migrer vers le secteur formel. Cette proportion est deux fois plus faible pour les UPI unipersonnelles.

### ***Intention des UPI à migrer vers le formel et appartenance à une association professionnelle***

Le graphique ci-dessous montre que l'appartenance d'une UPI à une association ou une organisation professionnelle, discrimine les UPI selon la propension à migrer vers le secteur formel. En effet, les UPI syndiquées ont une propension triple à migrer vers le secteur formel que celles des UPI non membres d'une association.

**Graphique 12 : Proportion d'UPI favorables à migrer vers le secteur formel suivant l'appartenance ou non à une association**



Source : À partir de EESI (Phase 2)

En somme, il existe une certaine catégorie d'UPI présentant des caractéristiques pour lesquelles une stratégie d'attrait vers le secteur formel aurait plus de chances de réussir. Il s'agit notamment des UPI :

- exerçant dans les branches transport, commerce de gros, BTP et confection ;
- exerçant leur activité au sein d'un local adapté ;
- dont la taille est d'au moins trois employés et ;
- qui adhèrent à une association professionnelle.



Ces caractéristiques seront prises en compte pour la définition des critères opérationnels de ciblage des UPI vers lesquelles les actions du GICAM doivent être déployées.

## 1.2 Catégorisation du secteur informel au Cameroun

Cette section propose une ou plusieurs segmentations (qualitative et quantitative) du secteur informel au Cameroun. On a vu que le secteur informel était un ensemble extrêmement hétérogène et fragmenté. Contrairement au résultat généralement popularisé selon lequel le secteur informel serait composé des unités de petite taille, les caractéristiques ont mis en évidence l'existence des UPI de grande taille<sup>6</sup>.

Au moins deux angles de segmentation peuvent être envisagés. Le premier angle est relatif au cliché sectoriel du secteur informel, où l'on fait ressortir les spécificités des UPI suivant leurs branches d'activité, les caractéristiques telles que le type de local utilisé, la propension à migrer vers le secteur formel, etc. Le second angle est la segmentation suivant la taille des Unités de production.

### 1.2.1 Catégorisation suivant l'approche sectorielle

La variable « type de local » ayant un pouvoir discriminant assez fort, pour chacune de ses modalités, on a visualisé les UPI suivant les différentes branches d'activité considérées. Ainsi, pour chaque branche d'activité, on analyse entre autres, le chiffre d'affaires, la longévité des entreprises, l'affiliation

à une association ou une organisation professionnelle, la propension à migrer vers le secteur formel ainsi que les différents problèmes et besoins exprimés par les promoteurs.

Cette approche a le mérite d'aboutir à l'identification des problèmes majeurs des UPI de manière ciblée et offre l'avantage d'apporter des actions plus précises à même de les attirer vers le secteur formel. Ensuite, de promouvoir leur croissance et leur développement et les retenir dans le secteur formel, en les donnant la possibilité de bénéficier d'une offre de services supplémentaires appropriés.

Les trois tableaux qui suivent résument les informations découlant de la démarche décrite ci-dessus.

<sup>6</sup> La taille est appréciée ici à partir du chiffre d'affaires.

**Tableau 5 : Catégorisation sectorielle des UPI sans local**

| Type de local         | Branches                 | (%)        | Chiffre d'affaires annuel<br>(milliers FCFA) |                | Âge<br>moyen | Affiliation à<br>une association<br>(%) | Propension à<br>migrer (%) | Principaux problèmes                                                                 |
|-----------------------|--------------------------|------------|----------------------------------------------|----------------|--------------|-----------------------------------------|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|                       |                          |            | Médian                                       | Moyen          |              |                                         |                            |                                                                                      |
| Sans local<br>(42,6%) | Agro-alimentaire         | 10,9       | 383,0                                        | 798,8          | 8,9          | 5,4                                     | 19,0                       | Concurrence<br>Manque de clients<br>Accès au crédit                                  |
|                       | Confection               | 0,3        | 420,0                                        | 1 318,2        | 6,7          | 0,0                                     | 79,0                       | Manque de local adapté<br>Manque d'équipement<br>Trop d'impôt                        |
|                       | Autre industrie          | 2,3        | 828,0                                        | 3 183,6        | 10,9         | 8,2                                     | 36,4                       | Manque d'équipements<br>Manque de clients<br>Approvisionnement en matières premières |
|                       | BTP                      | 8,9        | 1 112,1                                      | 7 324,8        | 10,4         | 3,1                                     | 32,7                       | Manque de clients<br>Concurrence<br>Manque d'équipements                             |
|                       | Commerce de gros         | 3,4        | 12 880,0                                     | 23 742,1       | 8,5          | 22,4                                    | 43,5                       | Concurrence<br>Manque de clients<br>Approvisionnement des marchandises               |
|                       | Commerce de détail       | 34,5       | 1 706,3                                      | 3 625,8        | 6,4          | 9,7                                     | 20,3                       | Concurrence<br>Manque de clients<br>Approvisionnement des marchandises               |
|                       | Transport                | 15,2       | 1 522,5                                      | 2 546,6        | 4,2          | 14,3                                    | 40,2                       | Concurrence<br>Trop d'impôt<br>Accès au crédit                                       |
|                       | Restauration             | 10,4       | 1 330,5                                      | 2 071,6        | 4,8          | 5,9                                     | 17,5                       | Manque de clients<br>Concurrence<br>Approvisionnement en matières premières          |
|                       | Réparation               | 3,0        | 800,0                                        | 1 869,6        | 7,0          | 7,0                                     | 19,2                       | Manque d'équipements<br>Manque de local adapté<br>Accès au crédit                    |
|                       | Autres services          | 11,2       | 644,8                                        | 2 486,0        | 5,2          | 8,8                                     | 12,8                       | Concurrence<br>Manque de clients<br>Accès au crédit                                  |
|                       | <b>Ensemble ou total</b> | <b>100</b> | <b>1 186,8</b>                               | <b>3 805,1</b> | <b>6,6</b>   | <b>////////</b>                         | <b>////////</b>            | <b>////////</b>                                                                      |

Source : Calcul de l'auteur à partir des données de l'EESI, 2010

Tableau 6 : Catégorisation sectorielle des UPI avec local

| Type de local         | Branches           | (%)  | Chiffre d'affaires annuel<br>(milliers FCFA) |          | Âge<br>moyen | Affiliation à<br>une association<br>(%) | Propension à<br>migrier (%) | Principaux problèmes                                                                |
|-----------------------|--------------------|------|----------------------------------------------|----------|--------------|-----------------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|                       |                    |      | Médian                                       | Moyen    |              |                                         |                             |                                                                                     |
| Avec local<br>(23,7%) | Agro-alimentaire   | 8,0  | 677,6                                        | 6 654,4  | 4,2          | 8,5                                     | 14,2                        | Concurrence<br>Approvisionnement en matières premières<br>Manque de clients         |
|                       | Confection         | 8,3  | 1 116,0                                      | 2 888,0  | 4,9          | 6,1                                     | 44,8                        | Manque de clients<br>Concurrence<br>Manque d'équipements                            |
|                       | Autres industries  | 10,1 | 3 200,0                                      | 10 854,2 | 6,4          | 3,9                                     | 41,2                        | Manque d'équipements<br>Manque de clients<br>Approvisionnement en matières première |
|                       | BTP                | 0,1  | 1 120,0                                      | 1 266,5  | 3,7          | 0,0                                     | 0,0                         | Manque de clients<br>Concurrence<br>Manque d'équipements                            |
|                       | Commerce de gros   | 6,7  | 6 336,0                                      | 18 173,6 | 5,8          | 3,4                                     | 42,2                        | Approvisionnement des marchandises<br>Manque de clients<br>Concurrence              |
|                       | Commerce de détail | 33,9 | 2 907,8                                      | 6 660,8  | 6,8          | 3,1                                     | 34,6                        | Manque de clients<br>Concurrence<br>Approvisionnement des marchandises              |
|                       | Transport          | 0,2  | 1 671,4                                      | 1 405,0  | 8,0          | 0,0                                     | 78,4                        | Trop d'impôt<br>Concurrence<br>Accès au crédit                                      |
|                       | Restauration       | 11,9 | 2 944,0                                      | 4 913,8  | 7,3          | 0,0                                     | 25,6                        | Concurrence<br>Manque de clients<br>Approvisionnement en matières premières         |
|                       | Réparation         | 3,9  | 1 556,3                                      | 2 423,7  | 6,5          | 4,2                                     | 40,2                        | Manque d'équipements<br>Manque de local adapté<br>Accès au crédit                   |
|                       | Autres services    | 16,9 | 956,3                                        | 2 566,8  | 7,5          | 3,7                                     | 32,1                        | Concurrence<br>Manque de clients<br>Accès au crédit                                 |
|                       | Ensemble ou total  | 100  | 2 170,0                                      | 6 455,4  | 6,5          | //////                                  | //////                      | //////                                                                              |

Source : Calcul de l'auteur à partir des données de l'EESI, 2010

**Tableau 7 : Catégorisation sectorielle des UPI à domicile**

| Type de local                 | Branches                 | (%)        | Chiffre d'affaires annuel<br>(milliers FCFA) |                | Âge<br>moyen | Affiliation à<br>une association<br>(%) | Propension à<br>migrer (%) | Principaux problèmes                                                        |
|-------------------------------|--------------------------|------------|----------------------------------------------|----------------|--------------|-----------------------------------------|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
|                               |                          |            | Médian                                       | Moyen          |              |                                         |                            |                                                                             |
| <b>A domicile<br/>(33,7%)</b> | Agro-alimentaire         | 36,9       | 348,5                                        | 644,4          | 8,7          | 0,4                                     | 11,8                       | Concurrence<br>Manque de clients<br>Accès au crédit                         |
|                               | Confection               | 10,8       | 555,0                                        | 1 953,4        | 8,1          | 3,2                                     | 26,5                       | Manque de clients<br>Concurrence<br>Accès au crédit                         |
|                               | Autre industrie          | 6,53       | 161,4                                        | 739,1          | 13,3         | 2,4                                     | 25,3                       | Manque de clients<br>Approvisionnement en matières premières<br>Concurrence |
|                               | BTP                      | 0,07       | 734,4                                        | 734,4          | 1,0          | 0,0                                     | 100,0                      | Manque de clients<br>Concurrence<br>Manque d'équipements                    |
|                               | Commerce de gros         | 0,67       | 2 880,0                                      | 4 054,7        | 5,4          | 0,0                                     | 16,8                       | Concurrence<br>Manque de clients<br>Accès au crédit                         |
|                               | Commerce de détail       | 22,8       | 548,4                                        | 1 096,9        | 6,0          | 0,9                                     | 13,4                       | Manque de clients<br>Concurrence<br>Approvisionnement des marchandises      |
|                               | Transport                | 0,39       | 6 302,4                                      | 5 693,3        | 4,1          | 0,0                                     | 57,8                       | Difficultés d'organisation et de gestion<br>Trop d'impôt<br>Accès au crédit |
|                               | Restauration             | 7,24       | 1 604,0                                      | 1 991,9        | 8,0          | 0,0                                     | 37,3                       | Concurrence<br>Manque de clients<br>Approvisionnement en matières premières |
|                               | Réparation               | 2,33       | 135,0                                        | 422,3          | 10,6         | 5,6                                     | 14,5                       | Manque d'équipements<br>Manque de local adapté<br>Accès au crédit           |
|                               | Autres services          | 12,4       | 517,4                                        | 909,8          | 9,1          | 11,3                                    | 28,3                       | Concurrence<br>Manque de clients<br>Accès au crédit                         |
|                               | <b>Ensemble ou total</b> | <b>100</b> | <b>436,2</b>                                 | <b>1 062,2</b> | <b>8,3</b>   | <b>////////</b>                         | <b>////////</b>            | <b>////////</b>                                                             |

Source : Calcul de l'auteur à partir des données de l'EESI, 2010



Les UPI produisant sans local (cf. tableau 5), qui représentent 43% de l'ensemble des UPI non agricole sont les plus présentes dans les branches commerce de détail, transport, agroalimentaire et restauration. Les chiffres d'affaires les plus élevés sont observés dans le commerce de gros, les UPI agroalimentaires enregistrant les plus faibles. En moyenne, les UPI des BTP vivent plus longtemps que les autres, en particulier celles de la branche transport qui ont les durées de vie les moins limitées. Seules les entreprises des branches confection et réparation expriment le besoin de posséder un local adapté pour l'exercice de leur activité.

Quant aux UPI qui possédant un local, elles se retrouvent plus dans les branches d'activités de commerce de détail, de restauration et des autres industries. Le chiffre d'affaire est en moyenne plus élevé que dans le groupe des UPI sans local. Les UPI qui produisent à domicile ont en moyenne des performances en deçà des autres et s'intéressent très peu à l'affiliation à une association professionnelle.

### 1.2.2 Catégorisation suivant la taille des unités de production

Les caractéristiques du secteur informel ont mis en évidence que les UPI camerounaises n'étaient pas que des Très Petites Entreprises (TPE)/Petites Entreprises. L'analyse des performances a montré que ce secteur comportait des entreprises qui réalisent des chiffres d'affaires importants et qui peuvent sortir du régime de l'impôt libératoire. Ces entreprises que nous désignerons par « gros informels » par opposition aux « petits informels » ont les capacités financières de se formaliser et pouvoir faire face aux charges relatives au statut d'entreprises formelles.

Suivant la taille, une segmentation a été construite à partir des seuils de chiffre d'affaires. Ces seuils sont basés sur une combinaison de ceux définis dans la loi<sup>7</sup> camerounaise de promotion des PME et ceux qui ressortent des textes réglementaires sur les Centres de Gestion Agréés. Il en résulte, suivant le chiffre d'affaires hors taxes, une classification en deux groupes, à savoir les « petits informels » correspondant aux unités ayant un chiffre d'affaires inférieur à 50 millions de FCFA, et les « gros informels » dont le chiffre d'affaires hors taxes est supérieur à ce montant.

7 Loi n° 2010/001 du 13 avril 2010 portant promotion des petites et moyennes entreprises au Cameroun, modifié et complété par la loi N°2015/010 du 16 juillet 2015, les Petites et Moyennes Entreprises (PME).

**Tableau 8 : Répartition des UPI selon la typologie définie**

|                         | Catégories | Seuils de chiffre d'affaires (FCFA)             | %    |
|-------------------------|------------|-------------------------------------------------|------|
| <b>Petits informels</b> | TPE        | 0 à 15 millions                                 | 95,5 |
|                         | PE-        | Plus de 15 millions et inférieur à 50 millions  | 3,6  |
| <b>Gros informels</b>   | PE+        | Plus de 50 millions et inférieur à 250 millions | 0,8  |
|                         | ME         | Plus de 250 millions                            | 0,1  |
| <b>Total</b>            |            |                                                 | 100  |

Source : Calcul de l'auteur à partir des données de l'EESI, 2010

Chacun des groupes est ensuite segmenté en deux catégories. Ainsi, il y a au total 4 catégories, à savoir les TPE qui sont des UPI de chiffre d'affaires inférieur à 15 millions, les PE de tranche inférieure (-), dont le chiffre d'affaires est compris entre 15 et 50 millions de FCFA et les PE de tranche supérieure (+), dont le chiffre d'affaires est compris entre 50 et 250 millions de FCFA et les ME dont le chiffre d'affaires est supérieur à 250 millions. Il en résulte une typologie<sup>8</sup> que renvoie le tableau 8 ci-dessus.

Les petits informels représentent la majorité des entreprises du secteur informel. En effet, 95,5% des UPI sont de TPE et 3,6% sont des PE-. Les PE de tranche inférieure, sont soumises dans les faits au régime de l'impôt libératoire, alors qu'elles ont des chiffres d'affaires supérieurs au seuil applicable à ce régime fiscal selon les règles de l'OHADA. Environ 1% des entreprises du secteur informel ont un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions. Ce sont des « gros informels ». Avec de tels niveaux de chiffre d'affaires, elles pourraient être intégrées au régime du réel<sup>9</sup> si elles étaient formelles. Bien que faible en proportion, les gros informels représentent un nombre important d'UPI qui ont des capacités d'exercer dans le secteur formel.

<sup>8</sup> La typologie est établie uniquement sur la base du chiffre d'affaires.

<sup>9</sup> En matière fiscale, les entreprises ayant un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions FCFA sont soumises au régime du réel



## Encadré 5 : Synthèse sur les régimes d'imposition au Cameroun

Il existe au Cameroun trois principaux régimes d'imposition.

### ***Régime de l'impôt libératoire***

Les personnes physiques ou morales dont le chiffre d'affaires annuel hors taxes est inférieur à 10 000 000 F CFA sont assujetties au paiement de l'impôt libératoire, à l'exception des exploitants forestiers, des officiers publics ministériels, et des professions libérales. À défaut de détermination du chiffre d'affaires, les activités relevant de l'impôt libératoire font l'objet d'une classification spécifique. L'impôt libératoire est dû par commune, par établissement, et par activité dans le cadre de l'exercice de plusieurs activités distinctes dans le même établissement. Toutefois, le marchand ambulant paie l'impôt libératoire uniquement dans la commune de son domicile. L'impôt libératoire est payé trimestriellement, dans les quinze jours suivant la fin du trimestre pour lequel il est dû.

### ***Régime simplifié d'imposition (RSI)***

Les personnes physiques et morales dont le chiffre d'affaires annuel hors taxes est supérieur ou égal à 10 000 000 FCFA et inférieur à 50 000 000 FCFA sont assujetties au régime simplifié d'imposition en abrégé RSI. Ils doivent tenir leur comptabilité suivant le système allégé (SA) du plan comptable OHADA. Ils peuvent opter pour le régime du réel dans les mêmes conditions. Ils ne peuvent collecter la TVA. Ils sont assimilables à des consommateurs finaux.

### ***Régime du réel***

Les membres des professions libérales et les exploitants forestiers sont assujettis de plein droit à ce régime. Les personnes physiques et les personnes morales dont le chiffre d'affaires annuel hors taxes est supérieur ou égal à 50 000 000 FCFA sont elles aussi assujetties à ce régime d'imposition. Ils doivent tenir leur comptabilité suivant le système normal (SN) du plan comptable OHADA. Ils sont les seuls à pouvoir collecter et déduire la TVA.

Il est important de préciser que l'option vaut pour trois exercices fiscaux quand bien même le chiffre d'affaires pendant ces exercices serait inférieur au minimum légal.

Les Moyennes Entreprises (ME) informelles se recrutent davantage dans la branche du commerce de gros (53%) et de l'agroalimentaire (25%). Les Petites Entreprises (PE) de tranche supérieure se retrouvent majoritairement dans les branches BTP (36,1%) et les autres industries (36,4%). Enfin, les TPE et les PE de tranche inférieure sont plus

représentées dans les branches commerce de détail, agroalimentaires, restauration et les autres services. Compte tenu de leur capacité financière, une priorité devrait être portée sur les branches commerce de gros, agroalimentaire et BTP dans la stratégie d'attrait des UPI vers le secteur formel.

**Tableau 9 : Répartition des UPI suivant la branche d'activité pour chaque taille**

| Branche            | TPE        | PE -       | PE +       | ME         |
|--------------------|------------|------------|------------|------------|
| Agro-alimentaire   | 19,8       | 1,0        | 2,2        | 25,0       |
| Confection         | 5,8        | 3,3        | 6,3        | 0,0        |
| Autres industries  | 5,3        | 8,8        | 36,4       | 0,0        |
| BTP                | 3,6        | 5,0        | 36,1       | 2,9        |
| Commerce de gros   | 2,2        | 27,2       | 5,9        | 53,1       |
| Commerce de détail | 30,3       | 38,2       | 9,1        | 11,8       |
| Transport          | 6,9        | 1,6        | 2,7        | 7,3        |
| Restauration       | 10,0       | 4,0        | 1,2        | 0,0        |
| Réparation         | 3,1        | 0,4        | 0,0        | 0,0        |
| Autres services    | 13,1       | 10,5       | 0,0        | 0,0        |
| <b>Total</b>       | <b>100</b> | <b>100</b> | <b>100</b> | <b>100</b> |

Source : À partir de EESI (Phase 2)

## 1.3 Problèmes et besoins des UPI

Cette section analyse les problèmes qui limitent le développement des activités des UPI ainsi que les besoins exprimés par ces dernières dont la satisfaction pourraient permettre d'améliorer leur croissance.

### 1.3.1 Analyse des problèmes des UPI

Dans l'ensemble, et comme les PME, les UPI font face à de nombreuses difficultés qui contraignent le bon fonctionnement de leur activité, menacent leurs survies et empêchent leur développement.

#### 1.3.1.1 Difficultés liées à l'activité des UPI

Plusieurs difficultés entravent de fonctionnement des Unités de Production Informelles. Elles ont globalement trait et quels que soient le secteur d'activités à l'absence de débouchés/manque de clientèle, aux difficultés d'approvisionnement en matières premières et aux problèmes de trésorerie. Ceci est attesté par les résultats de l'EESI 2, qui indiquent que 51% des UPI souffrent du manque de clientèle, 30,9% des difficultés d'approvisionnement en matières premières et à 24,8% du manque de liquidité. Le tableau ci-après recense l'ensemble des difficultés des UPI.



**Tableau 10 : Pourcentage des UPI rencontrant les difficultés suivant le secteur d'activité**

| Type de difficulté                                                       | Industrie | Commerce | Services | Ensemble |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------|----------|----------|----------|
| Concurrence excessive                                                    | 47,2      | 58,7     | 49,1     | 51,7     |
| Manque de clientèle/Problème de débouchés                                | 45,5      | 59,6     | 47,9     | 51,0     |
| Difficultés d'approvisionnement en matières premières et produits vendus | 27,7      | 43,8     | 20,7     | 30,9     |
| Problème de trésorerie/Manque de liquidité                               | 25,8      | 28,8     | 19,6     | 24,8     |
| Manque de place/Local adapté                                             | 17,8      | 22,2     | 19,0     | 19,7     |
| Manque de machines, d'équipements                                        | 30,6      | 5,0      | 22,1     | 19,2     |
| Trop de réglementations, d'impôts et de taxes                            | 6,3       | 14,7     | 13,7     | 11,5     |
| Difficulté d'organisation, de gestion                                    | 10,9      | 8,9      | 8,1      | 9,3      |
| Difficultés techniques de fabrication                                    | 8,5       | 1,1      | 3,6      | 4,4      |
| Recrutement de personnel qualifié                                        | 6,0       | 1,8      | 4,1      | 4,0      |
| Autres problèmes                                                         | 1,4       | 2,0      | 2,0      | 1,8      |

Source : EESI 2, phase 2/INS

Dans certains cas, il s'agit au préalable d'un sérieux souci d'accès aux bonnes informations et à l'ignorance qui font cruellement défaut aux acteurs du secteur informel. Le déficit d'information porte entre autres sur :

- l'approvisionnement en matières premières notamment : la localisation, le prix, la qualité et les modalités d'acquisition ;
- les marchés /débouchés locaux, régionaux, internationaux (localisation, modalités et conditions d'accès, quantité, qualité et nature des produits demandés, prix et conditions de vente, avantages et inconvénients, etc.) ;

- la connaissance des réglementations d'ordre général et celles relatives aux activités spécifiques.

#### 1.3.1.2 Difficultés pouvant entraver la survie de l'UPI

Selon l'INS (2010), 10,8% des UPI avaient déclaré ne pas avoir des difficultés susceptibles d'entraîner leur disparition. Parmi les problèmes que rencontrent les UPI et qui peuvent provoquer leur disparition, il y a le manque de clientèle, l'excès de concurrence, le manque de liquidité et de l'approvisionnement en matières premières.

**Tableau 11 : Répartition (%) des UPI suivant la principale difficulté risquant d'occasionner la fermeture de l'UPI**

|                                               | Industrie    | Commerce     | Services     | Ensemble     |
|-----------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Manque de matières premières/<br>marchandises | 12,3         | 14,6         | 5,8          | 11,0         |
| Manque de clientèle                           | 40,4         | 37,1         | 43,8         | 40,4         |
| Trop de concurrence                           | 17,2         | 17,3         | 18,9         | 17,8         |
| Manque de liquidité                           | 11,1         | 19,7         | 10,2         | 13,7         |
| Manque de personnel qualifié                  | 0,2          | 0,1          | 0,5          | 0,3          |
| Problèmes de locaux, de place                 | 1,4          | 2,9          | 3,8          | 2,7          |
| Problèmes de machines, d'équipements          | 7,1          | 0,3          | 4,2          | 3,8          |
| Problèmes techniques de fabrication           | 0,5          | 0,0          | 0,2          | 0,3          |
| Problèmes d'organisation et de gestion        | 2,1          | 0,7          | 0,7          | 1,2          |
| Excès de réglementation, d'impôts, de taxes   | 1,3          | 2,7          | 4,1          | 2,6          |
| Autres                                        | 6,5          | 4,6          | 7,9          | 6,3          |
| <b>Total</b>                                  | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> |

Source : EESI 2, phase 2/INS

### 1.3.1.3 Difficultés liées au développement de l'UPI

Bon nombre d'acteurs informels rencontrés au cours des interviews ont indiqué qu'ils rencontraient des difficultés qui empêchaient la croissance de leurs affaires. Les problèmes les plus fréquemment relevés sont :

- le manque de liquidité ;
- le manque de clientèle
- l'excès de concurrence ;
- le manque de matières premières ;
- le manque de machines/équipements ;
- les problèmes techniques de fabrication ;
- l'excès de réglementation/impôts/taxes ;

- les tracasseries des agents publics
- la saisonnalité des activités.

### 1.3.2 Besoins des UPI

L'EESI s'est intéressée à recueillir les besoins des UPI. Il en est ressorti que les appuis souhaités des UPI portent sur la facilitation de l'accès à des grosses commandes, en particulier, les UPI du secteur du commerce et de l'industrie. L'accès au crédit intervient au second rang des appuis sollicités par les UPI, suivi par l'accès à l'information sur les marchés, la formation technique et l'assistance pour les approvisionnements.

Selon les résultats de l'EESI, pour faire face à leurs difficultés du moment, plus de la moitié des promoteurs d'UPI (54,4%) souhaitent accéder à de grosses commandes.

**Tableau 12 : Besoins des UPI par secteur d'activité**

|                                                  | Industrie | Commerce | Services | Ensemble |
|--------------------------------------------------|-----------|----------|----------|----------|
| Accès à des grosses commandes                    | 54,9      | 59,8     | 48,2     | 54,4     |
| Accès au crédit                                  | 34,4      | 39,0     | 31,5     | 35,0     |
| Assistance pour approvisionnement                | 30,5      | 30,3     | 33,3     | 31,3     |
| Accès aux informations sur le marché             | 29,8      | 42,3     | 29,3     | 33,8     |
| Accès à des machines modernes                    | 40,2      | 6,4      | 27,5     | 24,7     |
| Publicité pour les nouveaux produits             | 22,7      | 25,3     | 19,0     | 22,4     |
| Formation en comptabilité                        | 6,6       | 12,4     | 4,9      | 8,0      |
| Formation technique                              | 32,2      | 34,6     | 33,8     | 33,6     |
| Enregistrement de l'activité                     | 11,3      | 13,2     | 14,1     | 12,8     |
| Autres                                           | 2,8       | 2,5      | 3,2      | 2,8      |
| Limiter le contrôle de l'Etat dans nos activités | 11,4      | 22,0     | 20,1     | 17,8     |

Source : À partir de EESI (Phase 2)

Ce type d'appui est encore plus envisagé dans les secteurs du commerce (59,8%) et de l'industrie (54,9%). L'accès au crédit vient en seconde position. L'accès à l'information sur le marché (33,8%), la formation technique (33,6%) et l'assistance pour approvisionnement (31,3%) sont aussi les types d'aides désirés par les promoteurs d'UPI.

Les principaux besoins exprimés par les UPI suivant le type de local sont contenues dans le tableau ci-dessous.

### 1.4 Caractéristiques et typologie des UPI du secteur agricole

En l'absence de recensement dans le domaine agricole au Cameroun, il est difficile de situer le nombre d'UPI opérant dans ce secteur. Toutefois, les activités

agricoles (au sens large) constituent la principale occupation en milieu rural et péri-urbain. Les caractéristiques des entreprises de ce secteur telles qu'elles ressortent de quelques études réalisées portent entre autres sur : la superficie des exploitations, le type de main d'œuvre, le degré de maîtrise de la production, la nature de l'outil de production et la destination des principaux produits.

Parmi lesdites études, se trouve celle conduite en 2010 par l'Agence Française de Développement (AFD) qui porte sur l'identification des Petites et Moyennes Entreprises agricoles.

Il en ressort que les UPI de ce secteur se composent de deux principaux types : les petites entreprises agricoles individuelles et les petites entreprises émergentes, comme nous pouvons l'apercevoir dans le tableau ci-dessous.

**Tableau 13 : Caractéristiques et typologie des PME du secteur agricole**

|                                           | <b>Groupe 1 : PE Individuelle</b>                                                           | <b>Groupe 2 : PE Emergente</b>                                                                                   |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Taille et main d'œuvre</b>             | Très petite taille. Main d'œuvre familiale                                                  | Petite taille. Main d'œuvre familiale et non familiale                                                           |
| <b>Superficie des exploitations</b>       | Comprise entre 1 et 5 ha.                                                                   | Comprise entre 1 et 5 ha.                                                                                        |
| <b>Degré de maîtrise de la production</b> | Faible niveau de production. Faible niveau de qualité, et faible standardisation du produit | Niveau de production supérieure au Groupe 1. Produit de qualité moyenne et moyennement standardisé               |
| <b>Type de produits</b>                   | Produits vivriers, élevage extensif et de basse-cour                                        | Produits vivriers et d'exportation, élevage semi-extensif                                                        |
| <b>Organisation</b>                       | Entreprise informelle. Pas ou très peu d'organisation                                       | Formelle, mais peu organisée                                                                                     |
| <b>Investissements</b>                    | Production sur terres en location                                                           | Production sur des terres achetées                                                                               |
| <b>Mécanisation</b>                       | Production avec des instruments simples : houe, daba, machettes                             | Production semi-artisanale, avec quelques opérations mécanisées                                                  |
| <b>Structure commerciale</b>              | Pas fiable. Absence de personnel de qualité. Méconnaissance du marché et de son évolution   | Peu fiable. Absence d'information de marché                                                                      |
| <b>Commercialisation</b>                  | Circuit court, vente directe, principalement dans les marchés ruraux                        | Vente directe aux grossistes-collecteurs                                                                         |
| <b>Marchés</b>                            | Populaire, bas de gamme, hebdomadaire                                                       | Diversifié (populaire et moyenne gamme)                                                                          |
| <b>Niveau des prix</b>                    | Bas, élastique ( <i>en fonction de la saisonnalité, de l'offre et de la demande</i> )       | Moyen, mais élastique ( <i>en fonction de la saisonnalité, de l'offre et de la demande</i> )                     |
| <b>Traitement de l'information</b>        | Relève de la responsabilité du Chef de famille                                              | Relève de la responsabilité du Chef d'entreprise qui a des contacts directs avec les fournisseurs et les clients |

Source : Etude d'identification des PMA, AFD, 2010



## Chapitre 2 : Déterminants du secteur informel

Le secteur informel représente plus de 50% du PIB des pays à faible revenu, plus de 80% de l'emploi total et plus de 90% des emplois nouvellement créés dans ces pays (Ahmadou A. M, 2014). Il est prédominant au Cameroun et représente une proportion importante des activités économiques dans ce pays et plus de 97% du total des unités de production dans le pays.

Au-delà de cette importance, l'on observe également que la dynamique de création des activités dans l'informel est de plus en plus élevée. Entre 2005 et 2010, le nombre d'UPI non agricoles a plus que doublé. En moyenne et en valeur nette, 254 500 unités de production se sont créées par an sur cette période contre 143 500 entre 2000 et 2005, et 46 500 sur la période 1994-1999. Cette explosion de l'informalisation des activités productives, n'est pas sans incidences sur l'économie. À cet effet, l'analyse des causes sous-jacentes de l'informalité apparaît fondamentale.

Ce chapitre se focalise sur l'analyse des principaux déterminants du secteur informel. Il s'agit de passer en revue plusieurs facteurs relatifs à la gouvernance, l'inefficacité des politiques économiques, la culture et la conjoncture économique.

### 2.1 Mauvaise gouvernance

Selon le BIT : « l'informalité est essentiellement une question de gouvernance. L'expansion de l'économie informelle peut souvent être imputée à des politiques macroéconomiques et

sociales inappropriées, inefficaces, mal avisées ou mal mises en œuvre qui ont été dans bien des cas formulés sans consultation tripartite ... »<sup>10</sup> Dans cet ordre d'idées, l'État serait fortement à l'origine du développement des activités informelles si elle n'assure pas une bonne gouvernance.

Au Cameroun, les investisseurs ont insisté sur la qualité de gouvernance comme étant parmi les premiers facteurs explicatifs de l'expansion du secteur informel dans la mesure où elle rend difficile à plusieurs égards les possibilités pour les entreprises d'évoluer dans le secteur formel ou de s'y maintenir. Le Cameroun est généralement classé à la queue du classement<sup>11</sup> des pays selon la qualité de la gouvernance. Celle-ci est la résultante de plusieurs composantes dont : (i) les insuffisances de la gouvernance économique (ii) les lourdeurs administratives et (iii) l'inefficacité des politiques macroéconomiques et sociales.

#### 2.1.1 Régulation inefficace

La régulation fait référence à l'action de réguler c'est-à-dire toute intervention réalisée dans le cadre d'une action appropriée et dosée en vue de maintenir ou de rétablir l'état réputé souhaitable ou acceptable d'un système économique.

Les choix opérés et leur degré d'application affecte l'importance de chaque composante de la dualité formelle/informelle de l'économie. Ainsi, lorsque la régulation de plusieurs pans de l'activité économique est quasi inexistante ou inefficace, le secteur formel se rétrécit et

10 BIT, Conférence internationale du Travail 103e session, 2014, P.8

11 Les classements du World Economic Forum ou du Doing Business par exemple.

de facto, on observe le grossissement du secteur informel. La défaillance de l'État rend l'économie informelle intouchable, car elle est depuis longtemps obligée de s'autoréguler et d'assurer beaucoup de fonctions qui devraient incomber à l'État.

Dans le secteur hôtelier par exemple, on observe la coexistence d'un pan informel qui se développe de plus en plus en raison notamment, de la tolérance administrative, du laxisme dans l'application des réglementations auxquels l'on ajouterait la corruption de certains agents publics. C'est ce qui ressort des interviews avec les opérateurs formels de ce secteur. Selon ces derniers, si la réglementation était rigoureusement appliquée, plusieurs établissements hôteliers n'opéreraient pas. Il se crée une sorte de « régulation parallèle » des activités où un certain type d'équilibre s'établit entre les acteurs (qui peuvent être des opérateurs économiques ou des agents publics) qui tirent mutuellement avantages de leurs positionnements respectifs.

L'exemple du secteur hôtelier précédent n'est pas un cas isolé. Des exemples similaires sont légions dans plusieurs autres secteurs tels que les transports, la santé et l'agroalimentaire. En effet, au cours de ces dernières années, on note une floraison d'unités informelles opérant dans ces secteurs, mettant en péril la modernisation de l'économie, en même temps qu'elle élève le risque d'insécurité sanitaire.

Cette défaillance de l'État dans la régulation de plusieurs pans de l'activité économique et sociale, a tendance à encourager les promoteurs d'entreprises à opérer dans l'informel sans plus envisager de se conformer à la réglementation.

Par ailleurs, un climat des affaires inadéquat et peu attractif tend à atrophier le secteur formel au bénéfice de l'expansion de l'informalité. En effet, il alourdit les charges à supporter pour se conformer aux différents aspects de la réglementation. En outre, il est susceptible d'entraîner une migration des petites entreprises formelles vers le secteur informel, dans la mesure où les coûts de demeurer dans le secteur formel peuvent s'avérer insupportables pour celles-ci. Ces coûts intègrent le coût de la main d'œuvre (y compris les cotisations sociales à la charge de l'employeur) ainsi que les paiements officiels effectués parfois au profit de certains agents publics.

Ces analyses justifient la nécessité d'un cadre de partenariat public privé constructif, efficace et adressant les questions mutuellement bénéfiques, et mû par une certaine flexibilité dans les positions des parties prenantes.

### 2.1.2 Complexité et les lourdeurs procédurales

Une des explications de la prépondérance du secteur informel dans les pays à faible revenu est l'existence d'un nombre insurmontable d'obstacles administratifs qui bloquent l'accès au secteur formel pour plusieurs entreprises, généralement les plus petites.

Les obstacles administratifs font référence à la manière dont la réglementation est appliquée et qui tend à décourager certains promoteurs d'entreprises à collaborer avec l'administration dans le but entre autres de formaliser leur entreprise ou de maintenir des rapports.



Ces obstacles se caractérisent par : les lourdeurs et la multiplicité des procédures administratives, les lenteurs dans l'instruction des dossiers, l'inaccessibilité des services publics et l'obstruction bureaucratique.

En écoutant les opérateurs économiques, l'on a le sentiment que les agents publics avec qui ils interagissent ne prennent pas suffisamment conscience de l'importance du secteur privé et n'ont jusqu'ici pas une culture orientée vers le service (par opposition à une culture uniquement axée sur le contrôle et la sanction). Le coût d'opportunité du temps que l'opérateur privé doit supporter pour créer son entreprise, pour s'acquitter de ses obligations fiscales, et obtenir différentes autorisations et licences nécessaires, est généralement peu pris en compte

dans les administrations. Ceci rejoint les conclusions de la Banque Mondiale qui, à travers le rapport 2005 du Doing Business indiquait que les réglementations lourdes et coûteuses sont la principale cause de l'informalité dans les pays à faible revenu.

Les lourdeurs et la multiplicité des procédures administratives ont pour conséquence de dissuader les promoteurs d'activités formelles. D'où la taille importante du secteur informel où l'entrée est libre et sans coût. Les tracasseries administratives souvent observées dans le processus de création d'entreprises sont décriées par les investisseurs. Les résultats de l'enquête sur le climat des affaires au Cameroun en 2011 et 2013, soulignent que ce facteur fait partie des cinq premiers problèmes majeurs relevés par les entreprises.

**Tableau 14 : Les quinze premiers problèmes majeurs relevés par les entreprises par ordre de difficultés**

| 2011                                          | 2013                                          |
|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Tracasseries fiscales et para fiscales        | Tracasseries fiscales et para fiscales        |
| Difficulté d'accès au financement             | Difficulté d'accès au financement             |
| Faible taille de la demande                   | Tracasseries et lourdeurs administratives     |
| Tracasseries et lourdeurs administratives     | Difficulté d'accès aux marchés publics        |
| Concurrence déloyale                          | Corruption                                    |
| Difficulté d'accès aux facteurs de production | Non-respect des délais de paiement            |
| Indisponibilité de l'énergie électrique       | Concurrence déloyale                          |
| Manque d'infrastructures                      | Difficulté d'accès aux facteurs de production |
| Non-respect des délais de paiement            | Indisponibilité de l'énergie électrique       |
| Corruption                                    | Présence du secteur informel                  |
| Manque de personnel qualifié                  | Insécurité                                    |
| Insécurité                                    | Manque d'infrastructures                      |
| Manque de matériel technique                  | Manque de personnel qualifié                  |
| Présence du secteur informel                  | Manque de matériel technique                  |
| Difficulté d'accès aux marchés publics        | Faible taille de la demande                   |

Source : à partir de EEICFCE, 2013

Les échanges avec les acteurs du secteur informel dans le cadre de cette étude, ont permis de relever que certains promoteurs d'UPI ont entamé le processus de formalisation de leur activité et ne sont pas allés jusqu'au bout du processus pour diverses raisons dont les plus importantes sont : les tracasseries, les lourdeurs administratives et la corruption de certains agents publics. Par exemple, une promotrice d'entreprise informelle rencontrée à Douala, relevait qu'elle a dû attendre prêt de 6 mois pour obtenir sa carte de contribuable. Les relations qu'elle a eues avec l'État n'ont pas été positives pour elle. Ce qui l'a amené à revoir son intention à poursuivre le processus de formalisation de son activité.

Le cadre réglementaire du processus de création d'une entreprise du type SARL impose une étape chez le notaire pour la rédaction et l'enregistrement des statuts ce qui entraîne des coûts et des délais supplémentaires à supporter par les investisseurs. Pourtant, le droit OHADA a introduit depuis quelques années la réforme relative au recours facultatif au notaire dans le processus de création d'une entreprise. Si cette disposition qui concourt à alléger les procédures et les coûts de création d'entreprises était appliquée, l'ampleur du secteur informel pourrait se réduire. Dans sa collaboration avec les entités publiques et privées, l'organisation patronale devrait œuvrer de manière à promouvoir cette disposition de l'OHADA.

## 2.2 Inefficacité des politiques publiques

La littérature économique affirme que l'économie informelle prospère généralement là où sévissent le chômage, le sous-emploi, la pauvreté, l'inégalité entre les sexes et la précarisation du travail. Ces différents facteurs sont globalement des indicateurs des politiques économiques et sociales inappropriées ou mal implémentées.

Dans de nombreux pays africains, des taux de croissance intéressants ont été réalisés au cours des dernières années. Ces bons résultats au plan macroéconomique n'ont malheureusement pas induit une baisse substantielle de la pauvreté et du sous-emploi. Le caractère non inclusif et des limitations dans l'approche participative d'élaboration desdites politiques ont la plupart de temps fermé les possibilités de nombreux citoyens à accéder à des emplois décents dans le secteur formel. Ceux-ci n'ont généralement plus beaucoup de choix. Si une petite minorité va tenter des expériences de migration internationale, en revanche, l'écrasante majorité, par nécessité absolue et pour avoir accès à des activités génératrices de revenus, vont entreprendre des activités ou être employés dans le secteur informel.

Dans la plupart des cas, la situation de pauvreté conduit fatalement les personnes qui se sont lancées dans des activités de débrouillardise ou de subsistance à y demeurer. Même si elles voudraient sortir de l'informel, elles ne pourraient pas. Au



Cameroun, l'incidence de la pauvreté<sup>12</sup> est passée de 39,9% en 2007 à 37,5% en 2014, soit une baisse 2,4 points de pourcentage (ECAM IV). En même temps, le nombre de pauvres a augmenté de 14%. Cette évolution s'est accompagnée d'une accentuation des disparités de niveaux de vie : 20% des ménages les plus riches consomment 10,1 fois plus que les 20% les plus pauvres, ce ratio était déjà élevé et se situait à 7,5 en 2007.

La faiblesse des salaires réels dans les emplois formels, du fait notamment d'une politique de fixation des salaires qui ne s'aligne pas toujours sur l'évolution du coût de la vie pousse certains employés à développer des activités secondaires génératrices de revenus le plus souvent dans le secteur informel. Ainsi, il n'est pas rare de constater que certains employés du secteur formel public ou privé soient des chefs d'entreprises dans le secteur informel.

Par ailleurs, le faible pouvoir d'achat ne permet pas à la majorité des citoyens des pays à faible revenu d'acquérir fréquemment les biens et les services qu'ils veulent auprès des entreprises formelles. Au Cameroun, sur un échantillon de consommateurs interviewés, certains ont expliqué le choix de prendre plus souvent leur déjeuner dans les microentreprises informelles de restauration par le fait que les prix pratiqués par les restaurants formels sont généralement plus élevés et rigides que ceux que proposent les UPI. Cette observation illustre comment le faible pouvoir d'achat concourt à assurer dans

certains secteurs une demande effective aux UPI. C'est également le cas des UPI de commerce des médicaments de la rue au Cameroun où malgré la répression, l'activité persiste et réalise des chiffres d'affaires importants du fait notamment d'une clientèle qui ne peut être solvable au niveau des pharmacies formelles.

## 2.3 Facteurs socioculturels

Les facteurs socioculturels sont des éléments caractéristiques de la culture ou de l'histoire, qui expliquent en partie la prédominance de l'informel dans la plupart des pays à faible revenu.

Au Cameroun, comme dans la majorité des pays d'Afrique Subsaharienne, il existe bien une culture des affaires mais pas de culture d'entreprise, ce qui s'explique par le fait que l'entreprise africaine a eu très rarement pour origine les « entrepreneurs » de l'économie traditionnelle, mais trouve sa source le plus souvent à l'extérieur, soit à l'étranger, soit par l'initiative publique (via des sociétés de développement ou d'investissement, entreprises publiques...). Le pays n'a pas vraiment connu le stade de la petite entreprise familiale où se forment l'esprit entrepreneurial, les pratiques et les symboles qui ont caractérisé au départ l'industrie des pays développés. Conséquemment, plusieurs activités de production ne se déroulent pas dans un cadre formel notamment autour d'une entreprise.

Les réticences à s'intégrer dans l'économie formelle sont en partie dues à l'existence de solides réseaux de confiance et d'interdépendance, souvent cimentés par une histoire commune

<sup>12</sup> Le seuil de pauvreté est fixé à 339 715 FCFA par an par l'INS

ou d'exclusion sociale par exemple. Lorsqu'un entrepreneur informel est depuis longtemps en affaires avec d'autres entrepreneurs informels faisant partie d'une même communauté, il n'a peut-être guère de raisons de changer de statut. La multitude des organisations de finances informelles (tontines), fondées sur les liens de confiance solide est une illustration de cette assertion.

Les facteurs socioculturels concernent également les mouvements migratoires des populations. En effet, le déplacement des populations notamment des jeunes, du milieu rural vers le milieu urbain, est en partie une source de développement de l'informel dans les centres urbains. Selon le BUCREP<sup>13</sup>, l'effectif de la population urbaine a été multiplié par 3,9 entre 1976 et 2005, mettant en évidence un dynamisme urbain particulièrement très fort. Les migrations internes qui déploient de forts contingents de migrants ruraux en direction des grandes villes, essentiellement Douala et Yaoundé, sont à la base de ce phénomène. Face à cette explosion démographique dans les villes, la segmentation du marché du travail provoqué par l'excédent structurel de main-d'œuvre et l'insuffisante capacité d'absorption de l'économie formelle, il s'est développé un secteur informel urbain aux multiples facettes.

Il faut également relever l'individualisme qui caractérise les promoteurs d'entreprises, ce qui conduit à une prolifération de micro-activités du fait qu'individuellement ces acteurs soient incapables de s'affranchir des coûts liés à la formalisation de leur activité, et

de mobiliser le capital nécessaire leur développement.

## 2.4 Conjoncture économique et insertion dans l'économie mondiale

Selon certains auteurs, la crise économique des années 1980 a eu des conséquences importantes sur le développement du secteur informel en Afrique. Les politiques d'ajustement structurel marquées notamment par la réduction des effectifs de la fonction publique et la rigueur budgétaire, ont conduit à décupler l'activité économique informelle en raison de la montée du chômage et de la baisse des salaires dans certains pays (au Cameroun en 1987, puis en 1994). De même, la diminution des subventions agricoles et la domination des marchés locaux par les produits importés, ont entraîné un exode massif des populations rurales vers les villes. À défaut d'intégrer la fonction publique, principale pourvoyeuse d'emploi, et face à un secteur privé peu développé, les gens se sont tournés spontanément vers l'informel, d'accès facile et peu coûteux, en marge de toute régulation, contrairement à l'économie formelle. Cette situation est renforcée par la prédominance des activités de bout de filières généralement à forte coloration informelle telles que le commerce de détails, les activités de réparation et l'agriculture paysanne.

13 Bureau Central de Recensement des Population du Cameroun



## 2.5 Autres déterminants

Parmi les autres déterminants qui expliquent le développement du secteur informel, on peut citer les facteurs liés : (i) aux difficultés d'accumuler du capital et ; (ii) à la faible appropriation des attitudes compatibles avec la modernisation de l'économie, (iii) aux insuffisances du dispositif d'encadrement, (iv) aux choix stratégiques, (v) et à l'ignorance.

Les difficultés d'accumuler du capital limitent les capacités des entreprises informelles à faire face aux coûts de formalisation et aux charges qu'imposent le statut d'entreprise opérant dans le secteur formel. Une frange importante des acteurs (producteurs et consommateurs) de l'économie informelle auront encore pendant longtemps des comportements qui ne vont pas dans le sens de l'ambition de modernisation souhaitée qui doit se traduire par une réduction de l'importance du secteur informel.

Dans le secteur agricole par exemple, composé essentiellement du paysannat et de l'économie de subsistance, il est très difficile d'inculquer aux acteurs les techniques modernes de gestion des exploitations agricoles et la formalisation de leurs activités auprès de l'administration. Par ailleurs, la plupart de politiques adressant la problématique du secteur informel se sont très souvent limitées à la levée des barrières à la formalisation des microentreprises. Ce faisant, elles se penchent peu à ce qui advient après la création formelle de l'activité, ce qui accroît la probabilité que celles-ci retournent dans le secteur informel du fait notamment des coûts de fonctionnement et d'opérationnalisation dans le formel.

Certains promoteurs font des choix raisonnés d'exercer leurs activités dans l'informel. L'ignorance est également un facteur qui explique dans une certaine mesure l'étendu du secteur informel. Une proportion de 27,4% d'UPI ont indiqué au cours de l'EESI (2010) qu'elles ne se sont pas enregistrées parce qu'elles ne savent pas s'il faut s'inscrire alors que pour 45,0%, s'enregistrer n'est pas obligatoire.

## Chapitre 3 : Analyse des incidences du secteur informel

Ce chapitre s'intéresse aux conséquences de l'expansion du secteur informel au Cameroun. Il est tour à tour analysé les rapports qu'entretiennent ce secteur avec les entités formelles (entreprises, Etat, etc.), sa prise en compte dans la définition et la mise en œuvre des stratégies de développement économique et de promotion du secteur privé, ainsi que ses implications sur les capacités du pays à réaliser ses objectifs de développement.

### 3.1 Analyse des interrelations entre le secteur formel et le secteur informel

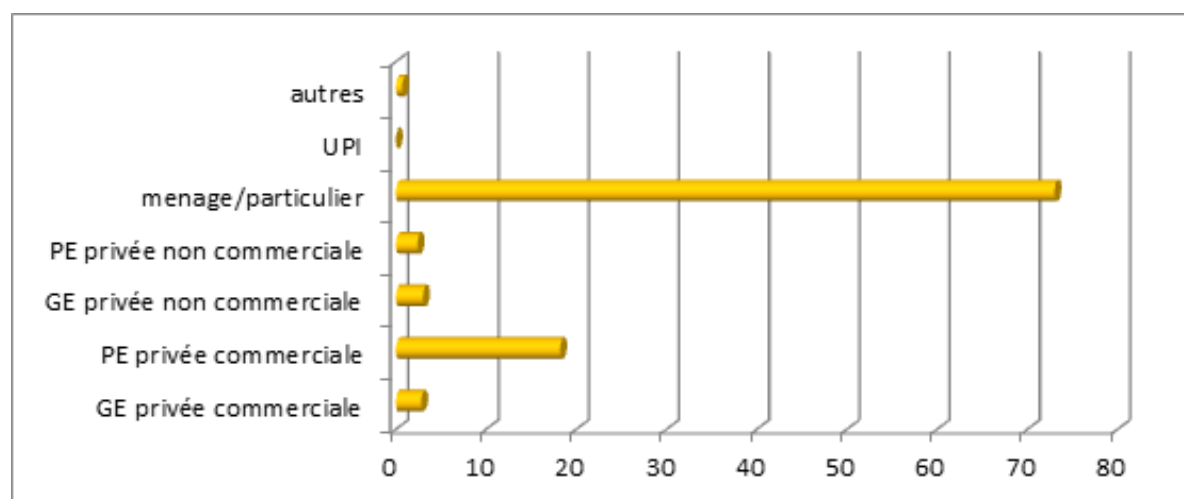
La coexistence des secteurs formels et informels est l'une des caractéristiques de l'économie camerounaise. Il arrive d'ailleurs que certaines unités production tangent entre les deux secteurs, certaines entreprises du secteur informel informalisent stratégiquement une partie

de leurs activités pour bénéficier des faibles coûts de travail par exemple. Les relations entre entreprises formelles et informelles sont complexes et intègrent à la fois des *rapports de concurrence*, de *coopération* et de *complémentarité*.

#### 3.1.1. Rapports de coopération

La revue documentaire et les opinions issues des échanges avec les acteurs permettent de dégager l'existence de *convergence d'intérêts entre les secteurs* informel et formel : le secteur informel a pour vocation première de satisfaire les besoins les plus immédiats du marché local : les ménages constituent le principal débouché de la production informelle. D'après l'INS (2011), les ménages représentent 73,1% du chiffre d'affaires réalisé des UPI. Il s'agit pour les UPI de se coller davantage à cette clientèle en exploitant les avantages de proximité. C'est dans cette optique que de nombreuses entreprises formelles perçoivent dans les UPI des partenaires qui faciliteraient l'écoulement de leurs produits.

**Graphique 13: Répartition (%) du chiffre d'affaires des UPI suivant la destination des ventes**



Source : INS (2011), EESI, Phase 2

Le graphique ci-dessus indique que les principaux clients des UPI sont dans les ménages /particuliers, mais aussi des petites et grandes entreprises commerciales. En effet, 73% du chiffre d'affaires des UPI est réalisé sur les ventes aux ménages/particuliers et 21% sur les ventes aux petites entreprises (commerciales et non commerciales) du secteur formel. La lecture plus détaillée des données révèle que ce chiffre est plus important dans le secteur formel du commerce de gros qui a représenté 57,1% du chiffre d'affaires des UPI. La clientèle des industries agroalimentaire informelles est composée à 83,2% des ménages et 14% des petites entreprises commerciales. Les entreprises commerciales formelles apparaissent ainsi dans certains cas comme des acteurs de la chaîne de distribution des plus grandes UPI.

Les entretiens réalisés dans le cadre de cette étude permettent aussi de relever que les entreprises du secteur de l'hôtellerie/restauration s'approvisionnent auprès des UPI en ce qui concerne notamment la fourniture des produits du règne végétal et animal, et certains services de maintenance (électricité, literie, etc.). De même, dans le secteur de la construction, les marchés publics et autres grands contrats sont généralement réservés aux entreprises formelles qui, dans le processus d'exécution recourent aux entreprises du secteur informel par voie de sous-traitance de certaines parties du travail.

*Le secteur formel est le principal fournisseur des UPI au Cameroun.* Le tableau 1 ci-après permet d'apprécier l'ampleur avec laquelle les UPI

camerounaises s'approvisionnent auprès des entreprises formelles au Cameroun. On remarquera dans le sens de relation considérée ici qu'il y a *peu d'échanges commerciaux qui s'opèrent entre les UPI*. A contrario, ces UPI achètent en grande partie les biens et services dont elles ont besoin dans le cadre de leurs activités auprès des entreprises du secteur formel. Il pourrait y avoir une concurrence entre les UPI et les PME formelles dans le domaine de l'approvisionnement auprès des grandes entreprises, mettant ainsi en exergue une défaillance dans le circuit officiel de distribution du pays.

Des relations inter-entreprises bien structurées pourraient logiquement constituer un réseau de distribution composé d'entreprises informelles en faveur de grandes entreprises. Il s'agit d'une possibilité qu'une OE peut explorer dans le sens de l'incitation à la formalisation des UPI.

On relèvera également des entretiens auprès des acteurs et de l'exploitation des enquêtes sur le secteur informel que les UPI participent également au commerce international, soit directement à travers des importations, soit intervenant comme des relais de distribution des produits importés par d'autres acteurs. 9,3% des UPI interrogées en 2010 dans le cadre de l'EESI ont déclaré commercialiser des produits étrangers provenant essentiellement du Nigeria, de la zone Europe et de la Chine.

Les rapports de coopération entre les secteurs formel et informel s'expriment également par des relations de complémentarité à plusieurs égards. Dans le domaine agricole par exemple, les

**Tableau15 : Répartition (%) des achats des UPI suivant l'origine et par secteur**

|                       | Grande<br>entreprise<br>privée<br>commerciale | Petite<br>entreprise<br>commerciale | Grande<br>entreprise<br>privée non<br>commerciale | Petite<br>entreprise<br>non<br>commerciale | Ménages/<br>Particuliers | UPI<br>elle<br>même | Autres     | Total        |
|-----------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------|---------------------|------------|--------------|
| <b>Industrie</b>      | <b>22,2</b>                                   | <b>45,7</b>                         | <b>10,0</b>                                       | <b>1,7</b>                                 | <b>18,5</b>              | <b>1,6</b>          | <b>0,3</b> | <b>100,0</b> |
| Agro-<br>alimentaire  | 2,4                                           | 33,7                                | 6,6                                               | 4,2                                        | 50,3                     | 2,5                 | 0,3        | 100,0        |
| Confection            | 27,3                                          | 60,8                                | 0,4                                               | 0,1                                        | 5,1                      | 6,3                 | 0,0        | 100,0        |
| BTP                   | 17,7                                          | 56,3                                | 22,6                                              | 0,6                                        | 2,7                      | 0,0                 | 0,1        | 100,0        |
| Autres<br>industries  | 50,4                                          | 39,4                                | 0,4                                               | 0,9                                        | 7,3                      | 1,0                 | 0,6        | 100,0        |
| <b>Commerce</b>       | <b>12,1</b>                                   | <b>52,2</b>                         | <b>26,4</b>                                       | <b>4,9</b>                                 | <b>2,5</b>               | <b>1,0</b>          | <b>0,9</b> | <b>100,0</b> |
| Commerce<br>de gros   | 70,4                                          | 27,1                                | 0,0                                               | 0,9                                        | 1,1                      | 0,5                 | 0,0        | 100,0        |
| Commerce<br>de détail | 1,3                                           | 56,8                                | 31,3                                              | 5,6                                        | 2,8                      | 1,1                 | 1,1        | 100,0        |
| <b>Services</b>       | <b>14,2</b>                                   | <b>53,0</b>                         | <b>17,1</b>                                       | <b>9,1</b>                                 | <b>4,2</b>               | <b>1,8</b>          | <b>0,5</b> | <b>100,0</b> |
| Transport             | 44,0                                          | 34,8                                | 15,0                                              | 2,6                                        | 0,6                      | 0,6                 | 2,4        | 100,0        |
| Restauration          | 12,6                                          | 67,2                                | 7,9                                               | 4,1                                        | 5,8                      | 2,3                 | 0,1        | 100,0        |
| Réparation            | 7,2                                           | 71,5                                | 18,9                                              | 0,5                                        | 1,6                      | 0,3                 | 0,0        | 100,0        |
| Autres<br>services    | 3,3                                           | 35,0                                | 34,6                                              | 21,8                                       | 3,3                      | 1,6                 | 0,4        | 100,0        |
| <b>Ensemble</b>       | <b>19,0</b>                                   | <b>48,5</b>                         | <b>13,1</b>                                       | <b>4,5</b>                                 | <b>12,9</b>              | <b>1,7</b>          | <b>0,4</b> | <b>100,0</b> |

Source : INS (2011), EESI, Phase 2

entreprises formelles seront difficilement concurrentielles des entreprises informelles dans la distribution au détail des vivres agricoles à des populations de bas revenus, parce qu'il peut leur être très coûteux de créer des réseaux compétitifs de points de vente qui s'adressent à des masses populaires.

### 3.1.2 Rapports de concurrence

Le rapport de l'enquête sur le climat des affaires au Cameroun en 2014, révèle que l'existence du secteur informel est l'un des plus importants facteurs de

concurrence déloyale pour les entreprises formelles. C'est en effet les opinions de 66,7% des chefs d'entreprises qui avaient été interrogées, pour qui la concurrence du secteur informel a un impact globalement négatif sur le développement de leurs affaires. Les branches d'activités où les perceptions négatives avaient été les plus exprimées sont : les industries agroalimentaires (81,6%), le commerce de gros et de détail (73,5%), la santé (73,0%), le transport (70,5%) et les hôtels/restaurants (62,3%).



En pratiquant des prix inférieurs du fait qu'elles ont des coûts de production moindres induits par le fait qu'elles échappent aux charges fiscales et sociales, les UPI constituent une menace sérieuse pour le développement des affaires des entreprises formelles.

Une illustration de cette situation provient du secteur financier où au cours des entretiens, l'on a noté que certains opérateurs formels qui offrent des services de change subissent violemment une concurrence rude de nombreux agents de change individuels et clandestins, qui n'hésitent pas à se positionner non loin de leurs locaux, voire à leur porte pour détourner la clientèle en proposant les mêmes services à des prix compétitifs. Il s'agit d'une menace réelle pouvant affecter négativement la pérennité des entreprises formelles qui en ont fait une activité principale.

De même, il a été constaté que dans la ville de Douala, les détaillants (vendeurs de pain) acquièrent auprès des boulangeries informelles des pains à des prix de 20 à 25% inférieurs à ceux pratiqués par les boulangeries formelles.

## 3.2 Implications socioéconomiques du secteur informel

L'analyse des implications socioéconomique du secteur informel est faite à travers deux axes insistant chacun sur les aspects socialement positifs et les aspects négatifs. Elle tire sa source de l'exploitation documentaire et des entretiens réalisés auprès des acteurs économiques.

### 3.2.1 Aspects socialement positifs du secteur informel

Le secteur informel assure la survie de nombreuses populations du fait des opportunités d'emplois qu'il offre face à l'incapacité du secteur formel à absorber les demandeurs d'emplois qui se recrutent de plus en plus parmi les couches scolarisées. Il apparaît comme un amortisseur social dans la mesure où il assure un emploi et un revenu aux nombreux citoyens rejetés par le secteur formel ou qui n'y ont pas accès pour diverses raisons et, d'autre part, il constitue un facteur d'intégration et de solidarité qui ne cesse d'être lié à sa logique productive de survie.

L'un des principaux atouts du secteur informel réside dans sa flexibilité: il est capable de s'adapter rapidement aux besoins du marché visé et aux changements de la demande ; la création d'emplois est totalement souple et n'est entravée par aucune barrière réglementaire.

La facilité d'entrée en activité pour les promoteurs des entreprises informelles est également un avantage pour les entrepreneurs : en effet, l'informalité découle dans une certaine mesure des contraintes administratives très fortes et des barrières d'entrée difficile à franchir. Bien plus, pour certaines branches de production, au-delà de la formalisation, il faut obtenir un certain nombre d'autorisations/licences/agréments parfois coûteux et tracassiers pour pouvoir démarrer les activités de l'entreprise.

Le secteur informel offre généralement des biens et services à des prix compatibles au pouvoir d'achat des citoyens. Aussi, face

à des prix hors de portée que proposent les entreprises formelles, de nombreux salariés du secteur formel choisissent de s'approvisionner auprès des entreprises informelles. Ces produits revêtent dans certains cas des formes correspondant socialement aux coutumes en vigueur dans la région concernée.

### 3.2.2 Aspects négatifs du secteur informel

L'expansion du secteur informel est source de désordre urbain dans les principales villes camerounaises. Les rues sont souvent occupées par les vendeurs ambulants et les transporteurs clandestins et qui s'installent de manière anarchique obstruant la circulation publique. Ce qui est de nature à entacher l'image de marque du pays et entraîne la méfiance des potentiels investisseurs étrangers.

Les effets de l'informel sur *la pauvreté* sont importants. Les micro entreprises informelles offrent des niveaux de rémunérations susceptibles d'attirer les travailleurs notamment dans le secteur agricole, mais qui sont de loin plus fragiles et offrent des potentiels de croissance nettement plus faibles que celles du formel. Le secteur informel contribue à *l'instauration d'un climat des affaires inamicale* pour les entreprises formelles, notamment pour les investissements directs étrangers.

Le développement du secteur informel est un *obstacle à l'établissement de relations juridiques stables*, condition indispensable à la vie des affaires. En effet, ne pouvant jouir de la sécurité de leurs droits de propriété, les UPI ne peuvent pas accéder facilement au capital et au crédit et auront du mal à

faire respecter/exécuter les contrats en faisant appel au système judiciaire. Dans un tel cas de figure, l'option privilégiée qui leur reste est la recherche des compromis même si elle venait à leur être défavorable.

L'étendu du secteur informel (plus de 97% de l'ensemble des entrepreneurs) crée chez les institutions financières une forte méfiance à octroyer des crédits aux opérateurs économiques. Les exigences plus forte des banques et autres institutions financières (microfinance notamment) sont les conséquences de cette situation nourrit par l'asymétrie d'information. Ignorant les capacités réelles de remboursement des entrepreneurs qui se présentent à elles, les institutions financières élèvent le niveau de risques et supportent d'importantes charges pour la collecte des informations (complémentaires et vérification) sur ces derniers, qu'elles répercutent finalement sur les coûts du crédit. Dans un tel contexte, les prêteurs ont dû mal à discriminer entre les mauvais et les bons risques. Il suit une attitude frileuse observée dans les comportements des institutions financières, ce qui est pénalisant pour toute l'économie.

Les emplois offerts par les entreprises du secteur informel sont généralement moins sécurisés et pas décents. Selon l'EESI (2010), un employé sur deux dans le secteur informel ne dispose pas d'un contrat de travail, ce qui expose à une vulnérabilité, qui, combiné à la précarité, maintiennent ces derniers dans la paupérisation. Par ailleurs, 38% des employés disposent d'un contrat verbal et seulement 12% possède un contrat écrit.



Le manque à gagner en recettes d'impôts et taxes, et autres contributions du fait de l'expansion du secteur informel, limite les capacités de déploiement de l'Etat en ce qui concerne l'offre des services publics (éducation santé, etc.) et des infrastructures économiques susceptibles de réduire davantage les coûts de facteurs et induire une amélioration de la compétitivité des entreprises formelles. Elle compromet par ailleurs la capacité d'extension des régimes de protection sociale aux populations, mettant ainsi en évidence la vulnérabilité des emplois.

Ayant un faible accès au financement, les entreprises informelles ont moins d'occasions d'investir et de ce fait, ont un niveau d'intensité capitalistique faible et donc de productivité réduite. L'informel empêche donc les entreprises d'acquérir des compétences managériales modernes et d'employer des travailleurs bien formés, limitant ainsi leur potentiel de croissance et celle de l'économie camerounaise.

L'implantation des activités informelles peut constituer une menace pour les populations riveraines dans la mesure où elles affectent négativement leur cadre de vie. La consommation de certains biens proposés par les UPI tels que les médicaments et les produits alimentaires, fait courir des risques sanitaires élevés, en raison de leur qualité et origine douteuses. Ces biens ne répondent généralement pas aux normes établies et le conditionnement ou la conservation ne sont pas toujours appropriés. A titre d'exemple, il est ressorti des échanges que les UPI de la branche boulangerie, utiliseraient dans leur processus de fabrication de pain des substances nocives pour la santé humaine.

La persistance d'une vaste économie informelle est incompatible avec la réalisation de véritables progrès sur la voie du travail décent et empêche les entreprises d'accroître leur productivité. L'existence d'un secteur informel important est susceptible de décourager les promoteurs qui voudraient créer des entreprises formelles. Dans cette considération, le niveau d'investissement privé est en deçà de ce que l'économie aurait pu atteindre.

Le cas des motos taxis dans la ville de Douala permet d'illustrer comment le secteur informel peut concourir à la réduction des investissements aussi bien public que privé dans une localité. En effet, la cité compte environ 100 000<sup>14</sup> motos taxis communément appelé *benskin* qui proposent des services de transport urbains aux populations. C'est devenu au fil des années l'un des plus importants modes de transport à Douala, puisqu'il assure la desserte des zones enclavées inaccessibles aux quatre-roues, et brave les routes dégradées sur lesquelles les voitures circulent difficilement. Ceci peut avoir pour conséquence de décourager les investisseurs intéressés par le développement d'un projet de transport intra-urbain de masse dans cette ville. Mais également, la persistance du phénomène finit par avoir des effets négatifs sur le développement des infrastructures routières via la réduction de la pression et de l'urgence pour les autorités en charge d'adresser le problème de l'insuffisance (quantitative et qualitative) des routes.

14 Chiffre tiré de [www.cameroon-tribune.cm/articles/2574/fr](http://www.cameroon-tribune.cm/articles/2574/fr) (15 novembre 2016)

### 3.3 Secteur informel et efficacité des politiques publiques

Les activités des entreprises du secteur informel sont quelques fois méconnues même si des méthodes de recueil des informations ont été développées ces dernières années. Bien plus, les unités de production informelles (UPI) sont davantage des micro-entreprises (très faible dimension) et ne peuvent bénéficier des économies d'échelle. La conséquence est qu'il limite l'élaboration des politiques économiques appropriées à mesure que le degré d'informalité s'accroît. Par exemple, les politiques pour adresser la question du déficit énergétique peuvent être biaisées, car il y a une probabilité que la demande globale soit sous-évaluée du fait que les besoins en énergie émanant des UPI industrielles ne soient pas toujours pris en compte.

L'étendue du secteur informel peut également affecter la mise en œuvre des politiques publiques et donner des enseignements pour des éventuels ajustements. Pour l'illustrer, l'interdiction de la production et l'importation des emballages plastique non biodégradables par les autorités publiques camerounaises en 2013, aux fins de la préservation de l'environnement peut être évoquée. Le constat quelques années après est que les emballages plastiques non biodégradables n'ont pas totalement disparus du marché, ils continuent d'être utilisés par une proportion non négligeable des entreprises commerciales. Lesdits emballages proviennent des circuits informels d'importation ou alors du secteur informel qui a récupéré une partie de la demande antérieurement adressée aux

entreprises formelles. Ces dernières ayant arrêté la production de ces produits pour opérer une adaptation des équipements aux nouvelles normes légales. En conséquence, l'objectif initialement affiché de préservation n'a pas été atteint. En revanche, la décision des pouvoirs publics a non seulement induit une éviction de la production domestique au profit des importations, mais et surtout, a engendré un coût social puisque des pertes d'au moins 637<sup>15</sup> emplois ont été relevées.

La prépondérance d'un secteur informel dynamique peut exposer l'évaluation de certaines politiques sectorielles au problème d'imputabilité en raison de la multitude d'initiatives informelles dans ce secteur. Dans le secteur du logement par exemple, le dynamisme des acteurs privés informels concourt fortement à la résorption du déficit du logement au Cameroun, même si parallèlement, l'on note la mise en œuvre des programmes de construction des logements sociaux. Les performances des programmes sont généralement biaisées parce qu'elles ne dissocient pas toujours la contribution de chaque acteur aux résultats finaux.

Il y a de plus en plus des approches pour prendre en compte le secteur informel dans les politiques publiques depuis que les options pour l'éradiquer n'ont pas porté des fruits. Au contraire, certaines mesures prises pour effacer le secteur informel ont plutôt contribué à accentuer son étendu.

L'expansion des activités informelles/ du secteur informel, affecte l'efficacité des politiques publiques à travers plusieurs

15 Bulletin du GICAM N°66/Avril 2016 (pp 44)



canaux. Il y a notamment la fiscalité, la productivité et les conditions dans l'emploi.

S'agissant du faible apport au recouvrement fiscal, Aly Mbaye (2014) a estimé qu'au Benin, l'informel ne contribue qu'à hauteur de 3% aux recettes fiscales alors sa contribution au PIB se chiffre à 70%. Une bonne partie de ressources financières auxquelles les Etats pouvaient logiquement s'attendre n'est pas mobilisée. Ceci a pour effet de réduire la probabilité d'atteindre les objectifs budgétaire et réduire la capacité d'actions de l'Etat dans son rôle d'impulsion du développement économique et social. La prépondérance de l'informel limite finalement la capacité de réponse des gouvernements à une demande sociale sans cesse croissante.

Cette sous-fiscalisation du secteur informel, aurait tendance à mitiger les performances des politiques/stratégie de promotion d'investissement dans la mesure où pour atteindre les objectifs en matière de recouvrement des recettes fiscales, il est exercé une pression plus forte sur les entreprises formelles, qui, bien connues des administrations fiscales, se voient indirectement amener à supporter les charges fiscales de tout le secteur privé.

Cette sorte d'injustice fiscale est de nature à détourner les investisseurs formels déjà en activité, qui pourraient être tentés de développer des méthodes de dissimulation pouvant aller jusqu'à l'évasion fiscale et l'informalisation d'une partie de leurs opérations. Pour les potentiels investisseurs, ce fait est susceptible de dissuader de prendre des initiatives d'entreprises en dépit

des exonérations financières et fiscales temporaires qui pourront leur être promises par les politiques de promotion des investissements. Il s'en suivra des faibles performances en matière de création d'emplois formels décents et de croissance économique qui pourrait rester végétative.

Les productivités sont généralement faibles dans le secteur informel affectant ainsi négativement la productivité globale de l'économie. L'écart de productivité entre les entreprises formelles et informelles est important. Au Cameroun, la productivité du travail dans le secteur informel est de trois fois moins importante que celle observée dans le secteur formel. Il s'en suit une sous-compétitivité qui compromet sérieusement l'atteinte des objectifs des politiques de promotion de la croissance.

Dans le domaine du commerce transfrontalier et selon certaines entrepreneurs formels, les dispositions juridiques et réglementaires relatives aux importations et leurs applications consacrent un certain désordre coûteux pour les entreprises importatrices. Cette situation est source des biais dans l'évaluation des politiques de facilitation des transactions du commerce extérieur s'en trouve biaiser, de blocage à certains égards du dialogue public-privé, d'existence d'une multiplicité de réseau de distribution non structuré et d'extension de l'informel dans les opérations d'importations.

En effet, la réglementation n'exclut pas des opérations d'importations les opérateurs du secteur informel. Ces derniers, lorsqu'ils le font régulièrement, sont plus enclins à rechercher des voies

de contournement et à recourir à toutes autres pratiques déviantes comme la corruption dans le processus de passage de leurs marchandises que les opérateurs informels reconnus et localisables. Ayant une maîtrise approximative des procédures, qui du reste sont parfois complexes, ne disposant pas de surface financière nécessaire pour assumer à temps toutes les obligations financières ou encore des capacités logistiques suffisantes, la présence des acteurs informels dans la chaîne du commerce extérieur contribue à rallonger les délais de passage portuaires. L'espace portuaire se retrouve très souvent transformé en un lieu de stockage au lieu d'être un espace de transit qui est sa vocation première.

L'autorisation d'importation au tout-venant entraîne une certaine inefficacité des politiques de facilitation du commerce transfrontalier car en permettant aux entités non déclarées d'effectuer des transactions commerciales internationales, cela accroît le risque de séjour prolongé des conteneurs sur les espaces portuaires. Ne disposant pas toujours à bonne date de moyens financiers nécessaires pour pouvoir procéder aux dédouanements ou des espaces/magasins pour stocker les marchandises conteneurisés importées, il s'en suit des périodes où l'on observe des engorgements dans les Ports, ce qui compromet l'atteinte des objectifs recherchés par les mesures de politiques.

Elle est également une source d'expansion du secteur informel : lorsqu'une personne physique (UPI unipersonnelle) disposant d'une carte de contribuable importe une quantité importante de marchandises, elle les écoule généralement à travers des canaux de distribution informels en

direction des ménages et d'autres UPI. Les grandes surfaces de distribution évoquent cet aspect comme un facteur qui mitige les actions étatiques en faveur de la promotion de la concurrence loyale.

### 3.4 Avantages de la formalisation des UPI

Les points précédents ont montré qu'il est globalement bénéfique que les entrepreneurs informels formalisent leurs activités. En effet, le secteur formel offre de nombreux atouts pour le développement de leurs activités. Leur migration vers le secteur formel présente également des avantages pour l'Etat, les organisations du secteur privé ainsi que pour les travailleurs.

#### 3.4.1 Avantages pour les entrepreneurs informels

L'entrepreneur évoluant dans l'informel, puisqu'il n'a pas de personnalité juridique et morale, est un risque pour les autres agents économiques. Bien qu'entretenant avec les acteurs du secteur formel et l'Etat, il n'en demeure pas moins qu'en moyenne, celles-ci sont empreintes d'un degré de méfiance élevé notamment en ce qui a trait aux engagements de moyen et long terme. Dans ce cas de figure, la formalisation apparaît comme le facteur susceptible d'accroître la confiance à son égard.

Pour l'entrepreneur informel, les avantages comparatifs de la migration vers le secteur formel sont entre autres :

- l'accès au marché du fait d'une meilleure organisation des marchés qui lui permettra de trouver des débouchés pour ses produits ;



- la possibilité d'accéder aux commandes publiques du fait qu'il disposera de toute la liasse documentaire exigée pour répondre aux appels d'offre public ;
- la possibilité d'accéder aux crédits pour accroître ses capacités de production ;
- la possibilité de bénéficier des programmes/projets d'appuis gouvernementaux et des partenaires au développement tels que les programmes de mise à niveau, de renforcement des capacités et de facilitation d'accès au financement;
- l'amélioration du degré de fiabilité des accords avec les autres entreprises et autres entités (crédits fournisseurs, règlements des commandes différés, accès aux contrats de prestation, ...) ;
- la possibilité de sortir de la précarité.

### 3.4.2 Avantages pour l'Etat

La migration des UPI vers le secteur formel présente des gains importants qui justifient les politiques d'intervention orientées vers la transition prises par les gouvernements des pays à degré d'informalité relativement élevé. Au rang des avantages pour l'Etat, il y a :

- l'élargissement de l'assiette fiscale : En fiscalisant les entreprises autrefois informelles qui pour des raisons liées notamment aux mesures d'incitation à la formalisation proposée, l'assiette fiscale s'élargie. Ce qui pourrait induire une baisse des taux d'imposition et conséquemment rendre plus attractif le territoire

national. Cet enchaînement conduira de la sorte à attirer les investissements étrangers, tout en stimulant la création de nouvelles entreprises. Il donne aussi plus de marge pour améliorer l'offre des services publics dont les investisseurs ont besoin ;

- l'accroissement des productivités (capital et travail) : la tendance au rattrapage de l'écart de productivité entre les deux secteurs concoure à une augmentation de la productivité globale de l'économie, avec des effets positifs sur la croissance économique ;
- l'amélioration des informations sur les entreprises : en se formalisant et en déclarant leurs activités, les entreprises contribuent à améliorer les données sur le secteur productif. Lesquelles facilitent l'élaboration des politiques publiques appropriées.

### 3.4.3 Avantages pour les travailleurs

Le secteur formel offre de nombreux avantages comparatifs pour les travailleurs notamment en ce qui concerne : (i) leur droit et avantages sociaux ; (ii) le niveau de rémunération et ; (iii) les perspectives de carrière.

#### ***Droits et avantages sociaux dans le secteur formel***

Le secteur formel confère aux travailleurs des droits et avantages que ne disposent pas leurs confrères du secteur informel. En effet, les employés dans le secteur formel ont généralement des contrats de travail, et sont affiliés auprès des organismes de sécurité sociale et bénéficient d'un ensemble d'autres

avantages tels que les congés, des primes et indemnités diverses, ce qui n'est pas le cas dans le secteur informel.

### ***Niveau de rémunération***

Un autre avantage du secteur formel pour les travailleurs a trait au niveau de rémunération. En effet, en moyenne, les salaires sont plus élevés dans le secteur formel que dans le secteur informel. Au Cameroun, un travailleur gagne en moyenne 48 000 FCFA par mois dans le secteur informel non agricole, 2,7 fois de moins que dans le secteur privé formel (EESI2, 2010). De plus, 47% des employés des UPI gagne moins de 28 500 FCFA, cette proportion n'est que de 12% dans le secteur privé formel. Il s'en suit que les travailleurs du secteur formel sont moins vulnérables à la pauvreté que ceux du secteur informel. Il faut aussi relever que le taux de salarisation dans le secteur formel tend vers 100% alors que dans le secteur informel, tel que le relève EESI, est de 8,6%.

Les autres avantages de la formalisation pour les travailleurs incluent les formations continues, les requalifications et des avancements dans la carrière.

### **3.4.4 Avantages pour les Organisations d'Employeurs**

Les entreprises évoluant dans le secteur informel représentent pour les organisations des employeurs une opportunité d'accroître leur membership afin de constituer une force lors des discussions et négociations avec le gouvernement et les partenaires au développement. Bien qu'en moyenne de petite taille et individuellement moins importantes, les UPI contribuent au PIB national et représente plus de 98% des unités économiques au Cameroun. Amener ces unités dans le secteur formel concourra à instaurer des règles plus équitables en matière d'accomplissement des obligations fiscales et de protection sociale, et induira moins de situation de concurrence déloyale.

De même, les possibilités de collaboration dans le domaine de la sous-traitance et le long des chaînes de valeurs agricoles, peuvent s'opérer davantage entre les entreprises formelles et les associations légales des petites unités de production informelles.



## Chapitre 4 : Revue des initiatives de promotion de la formalisation des unités de production informelles

La dynamique du secteur informel pose d'énormes défis aux gouvernements des pays concernés depuis que le phénomène a pris des proportions élevées et est de ce fait pris en compte dans diverses politiques destinées à moderniser l'économie. Différentes positions et opinions ont longtemps nourries les débats sur les interventions dans ce secteur : la formalisation devrait-elle passer par la répression ou alors par un encadrement des unités informelles pour accroître leurs revenus et générer des emplois ? Il semble s'être dégagé un consensus selon lequel les deux approches peuvent être combinées, le dosage devant dépendre des spécificités de chaque pays. Un autre aspect à considérer dans ce débat est le caractère hétérogène de ce secteur ainsi que l'a démontré le chapitre 1 dans le cas du Cameroun.

Plusieurs initiatives ont été engagées au niveau international avec l'OIT et la CNUCED notamment, au niveau régional avec la Commission de l'Union Africaine et l'OHADA, au niveau national avec les politiques gouvernementales et locales et les actions des Organisations d'Employeurs et des Syndicats de travailleurs pour adresser la question de la transition des activités informelles vers le secteur formel. Dans ce chapitre, il est question de procéder à une revue des actions entreprises au Cameroun en faveur de la migration des opérateurs du secteur informel vers le secteur formel, et présenté les expériences de migration dans d'autres pays.

### 4.1 Etat des lieux des initiatives de migration des UPI vers le secteur formel au Cameroun

La prise en compte du secteur informel dans les politiques économiques est affirmée à travers le document cadre de la politique de développement (DSCE). En effet, en matière économique, le défi des pouvoirs publics est celui de la mutation du secteur informel vers le secteur structuré, à travers un développement significatif du secteur productif en général et du secteur industriel en particulier (DSCE, P.9). De même, l'intérêt pour ce secteur se manifeste par la participation de ses acteurs à certaines rencontres public-privé telles que le Cameroon Business Forum. L'éventail des mesures visant à encourager la migration portent sur l'amélioration du climat des affaires, la mise en œuvre des programmes et projets spécifiques dédiés, et d'appui aux secteurs productifs dont certains ont des effets directs sur la migration, et d'autres qui affectent de manière indirecte la sortie des unités de production du secteur informel.

#### 4.1.1 Cadre de politique

La démarche politique annoncée intègre et combine à la fois la répression pour les grandes unités qui pourraient sans difficultés financières se formaliser, et l'encadrement pour les petites unités souvent en situation d'insuffisance de capacité. Le DSCE, précise que des programmes spécifiques, seront mis en œuvre pour favoriser l'installation des jeunes issus des établissements de formation professionnelle. Pour ce faire, l'accent est mis principalement sur l'accompagnement des acteurs du secteur

informel pour organiser leurs activités en très petites entreprises (TPE) à travers : (i) une réglementation souple sur la fiscalité ; (ii) la facilitation de l'enregistrement administratif y compris la sécurité sociale ; (iii) la formation dans le but d'aider ces acteurs à mieux suivre leurs activités par la tenue d'une comptabilité légère et, (iv) l'aide à l'installation et aux financements.

Dans le document de stratégie du ministère des PME, de l'Economie Sociale et de l'Artisanat (MINPMEESA), il apparaît un objectif global pour le secteur informel qui est celui de favoriser une migration positive des unités de production vers le secteur structuré. Aussi, est-il question entre autres, de faciliter les procédures de création d'entreprise, de rendre les services d'appui aux entreprises accessibles à ces acteurs, de concevoir et mettre en œuvre une stratégie de migration des unités du Secteur Informel. Ce qui nécessite entre autres la promotion du partenariat public-privé.

La loi n°2010/001 portant promotion des petites et moyennes entreprises au Cameroun du 13 avril 2010 définit une politique nationale de promotion des PME qui s'articule autour de l'appui à la création, l'incubation, l'appui au développement et le soutien au financement.

Cette loi promeut en particulier les *incubateurs d'entreprises* qui visent la diffusion de la culture d'entreprises, et l'accompagnement des entrepreneurs débutants dans toutes les opérations nécessaires à la consolidation de leurs capacités, de leurs idées de projets et de leurs initiatives. Elle précise notamment que les structures d'incubation des

PME assurent l'accueil, la formation et l'accompagnement des entreprises créées depuis moins de cinq (5) ans.

Elles visent à :

- soutenir les créateurs des PME ;
- identifier le potentiel entrepreneurial des pme et valoriser les talents de leurs promoteurs ;
- assister les PME pour l'établissement de réseaux de contacts utiles ;
- informer les PME sur les opportunités d'affaires et les institutions d'encadrement des affaires ;
- faire vivre aux promoteurs de PME des expériences concrètes liées au monde des affaires.

Les structures d'incubation d'entreprises peuvent être publiques ou privées et bénéficient d'un accès à des conditions privilégiées aux sites d'implantation des activités économiques créés par les collectivités territoriales décentralisées ou aménagés à cet effet par des organismes publics. Quelques structures d'incubations ont d'ores et déjà été créées notamment dans les universités de Douala, Maroua et Yaoundé I. Mais, celles-ci peuvent s'avérer insuffisantes.

Ce cadre juridique prévoit par ailleurs de nombreux avantages au bénéfice des PME et la Création d'une Agence de Promotion des PME. Le décret N°2013/092 du 03 avril 2013 consacre cet organisme comme un établissement public qui assure les missions d'encadrement, d'accompagnement et de facilitation au bénéfice des PME.



#### 4.1.2 Réformes sur l'amélioration du climat des affaires

Dans ce domaine, le gouvernement a engagé un ensemble de réformes sur l'amélioration du climat des affaires au cours des dernières années visant notamment à réduire les délais, les coûts et le nombre de procédures nécessaires pour créer une entreprise formelle au Cameroun. L'objectif étant de faire sortir du secteur informel le maximum possible d'UPI qui faisait face à des barrières importantes pour se formaliser, et de dissuader celles qui sont dans le secteur formel d'y sortir pour intégrer l'informel. Ainsi les mesures suivantes ont été prises :

- la promulgation d'une loi sur la promotion des PME ;
- la création des Centres Formalité de Création d'Entreprises (CFCE) ;
- la Création des centres de gestion agréée (CGA) ;
- la création de l'Agence de promotion des PME ;
- la gratuité de l'obtention et du renouvellement de la carte du contribuable ;
- l'exonération de la patente durant les deux premières années d'activité.

##### 4.1.2.1. Mise en place des CFCE

Le Gouvernement a lancé depuis 2010 un programme de mise en place des guichets uniques de création d'entreprises, sous le vocable de Centre de Formalités de Création d'Entreprises (CFCE), logés au

sein du ministère en charge des PME en attendant le déploiement de l'Agence de Promotion des PME, dans le but de simplifier le processus de création d'entreprises via la réduction des délais et des coûts nécessaires pour lancer une activité dans le secteur formel. Le postulat sous-jacent est que l'abaissement des barrières et des coûts à la création d'entreprises est associé à un secteur informel plus restreint.

Ainsi, la réforme ambitionnait entre autres de ramener les délais de création d'entreprises à 72 heures (03 jours) et subsidiairement d'impulser un mouvement migratoire des opérateurs du secteur informel vers celui formel. Cette réforme s'est concrétisée par le rassemblement en un lieu unique, des différentes entités publiques intervenant dans le processus de création d'une entreprise.

En dépit de l'opérationnalisation de cette réforme, l'enquête sur le climat des affaires (BCS, 2013) réalisée conjointement par le Ministère de l'Économie et celui des petites et moyennes entreprises de l'économie sociale et de l'artisanat, a révélé que le délai moyen de création d'entreprise dans les CFCE est de 14 jours, soit près de cinq fois supérieur à l'objectif de trois jours (72 heures) fixé par la réglementation. De plus, un promoteur sur quatre déclarait avoir attendu au moins 20 jours pour obtenir son attestation de création, et 14% d'entre eux ont pu l'obtenir dans les délais fixés par la réglementation.

Toutefois, la mise en place des CFCE a permis de réduire les coûts et les délais de création d'entreprise. Les coûts de la formalisation dépendent du statut

juridique que choisi le promoteur. Pour un Etablissement par exemple, il faut prévoir un minimum de 53 500 FCFA, et pour les autres catégories juridiques, le montant dépend du capital social sauf pour les coopératives qui dans la plupart des cas ne nécessite pas un capital au départ.

#### 4.1.2.2 *Création des centres de gestion agréés (CGA)*

Dans le but d'attirer les entreprises du secteur informel et d'aider à leur structuration et organisation, les centres de gestion agréés ont été conçus et mis en place par décret n°2000/002/PM du 06 janvier 2000 modifié par décret n°2011/1137/PM du 12 mai 2011 portant organisation et fixant les avantages fiscaux des adhérents des CGA. Ce sont des structures/associations d'accompagnement et d'assistance aux PME qui permettent de promouvoir une culture administrative propice à l'épanouissement de leurs affaires.

Elles sont agréées par l'administration chargée des finances publiques, avec pour but d'apporter une assistance en matière de gestion, d'encadrement et d'accomplissement des obligations fiscales et comptables aux entreprises adhérentes réalisant un chiffre d'affaires annuel d'au plus 100 millions de FCFA. Par ailleurs, c'est dans le souci d'améliorer les relations et d'instaurer un climat de confiance entre l'administration fiscale et les contribuables que les Centres de gestion agréés ont été mis en place.

Peuvent créer des CGA, (i) les professionnels de la comptabilité régulièrement agréés par la CEMAC et inscrits au tableau de l'ONECCA ; (ii) les professionnels de la fiscalité

régulièrement agréés par la CEMAC et inscrit au tableau de l'ONCFC ; (iii) les chambres consulaires ; (iv) les organisations professionnelles d'industriels, de commerçants, d'artisans, ou d'agriculteurs légalement constituées ; (v) les titulaires des charges et offices.

L'adhérent du CGA bénéficie au-delà d'une réduction substantielle de la base imposable à l'impôt sur le résultat consistant à un abattement de 50% sur le bénéfice déclaré des avantages tels que :

- une assistance administrative permanente telle qu'un appui permanent en matière de formation et de conseil en gestion et un soutien dans les démarches et le suivi des procédures administratives
- un suivi dans la gestion et la tenue de la comptabilité (La tenue de la comptabilité par les professionnels, le montage et l'établissement des états financiers, le conseil juridique et fiscal.
- des services de formations et d'information économique (loi de finances, différents régimes fiscaux, calcul des coûts, amélioration du chiffre d'affaires, conquête de nouveaux marchés, appels d'offre, voyages d'affaires et foires) ;
- la facilitation d'accès au financement du fait de son adhésion au CGA qui peut rassurer quant aux performances de l'entreprise.

Quant aux obligations des adhérents aux CGA, elles concernent (i) la fourniture aux CGA de tous les



éléments nécessaires à l'établissement d'une comptabilité sincère ; (ii) la validation de leur comptabilité par le CGA ; (iii) le paiement des droits d'adhésion et de la contribution annuelle au CGA.

L'accompagnement dans les CGA s'opère par le biais d'un inspecteur assistant des impôts désigné par l'administration fiscale qui apporte une assistance technique permanente dans les conditions fixées d'accord parties. L'inspecteur des impôts concerné a pour mission de répondre verbalement ou par écrit à toutes les questions posées par le Centre au sujet de l'imposition des adhérents. Les réponses écrites signées par l'Inspecteur des Impôts engagent l'administration à l'égard des adhérents pour autant qu'elles soient conformes à la loi et à la doctrine généralement admise, et que la situation exposée corresponde exactement à la situation réelle de l'adhérent. L'administration fiscale doit veiller à la cohérence entre les résultats déclarés par les adhérents et leurs obligations légales.

Lancés en 2010, les CGA ont connu des modifications en conséquence du dynamisme de réflexions pour la recherche des formules pour les rendre efficace. Le constat en 2016 est que l'engouement d'adhésion souhaité des PME n'est pas encore perceptible. Même la baisse du seuil de chiffre d'affaires maximum de 250 millions à 100 millions et l'élaboration d'un guide des usagers des CGA n'ont pas attiré les petits entrepreneurs. Pourtant, le but de ces centres agréés était aussi de faire un clin d'œil aux entreprises du secteur informel.

#### *4.1.2.3 Autres mesures fiscales pro-migration de l'informel vers le formel*

Au-delà des mesures sus développées, le régime d'imposition est permanentement en mutation avec un pan de la refonte qui vise à inciter les acteurs du secteur informel à regagner le secteur formel. On note dans ce sillage les mesures suivantes prises depuis 2010.

##### ***La gratuité de l'obtention et du renouvellement de la carte de contribuable***

A la faveur de la loi des finances en République du Cameroun de 2010, l'obtention et le renouvellement de la carte de contribuable pour les entreprises nouvellement créées est gratuite. Cette disposition introduite concourrait ainsi à réduire les coûts de création des activités dans le secteur formel.

##### ***L'exonération de la contribution des patentes***

Les entreprises nouvellement créées bénéficient d'exonération de la contribution des patentes au titre des deux premières années d'exploitation. Ainsi, les entreprises qui se formalisent ne supportent pas cette contribution, ce qui contribuerait à solidifier les ressorts pour leur développement.

##### ***L'accomplissement des obligations fiscales par virement bancaire ou par paiement électronique***

Cette mesure qui vise la facilitation du paiement des impôts et permettre aux contribuables de gagner du temps et de se consacrer à leur activité, a incidemment des conséquences sur la transition de

l'économie informelle vers l'économie formelle. Les UPI entretiennent des relations commerciales avec les entreprises formelles, elles sont soit des fournisseurs de biens et services, soit des clients. La disposition de paiement par voie de virement bancaire oblige les UPI à ouvrir des comptes bancaires auprès des établissements financiers agréés, ce qui permet d'avoir une traçabilité de leur transaction par le fisc. A partir d'un certain volume d'affaires, les UPI auront une forte inclinaison à se formaliser.

### ***L'enregistrement des bons de commandes publiques***

La législation fiscale prévoit que les droits d'enregistrement sont prélevés sur les marchés publics de fournitures, les marchés de services, les marchés de travaux. Les bons de commandes correspondent à des marchés publics d'une valeur maximale de 5 millions de FCFA. L'introduction systématique du paiement des droits d'enregistrement de 5% de la valeur hors taxes des bons de commande visait à faire sortir une catégorie des opérateurs économiques de l'informel, qui, autrefois pouvait bénéficier des mini-commandes publiques sans être connus de l'administration fiscale. Depuis 2014, les organismes publics et les organismes subventionnés par l'Etat doivent identifier au préalable les fournisseurs et prestataires de services par la raison sociale, la carte du contribuable délivrée par l'administration fiscale, la patente ou licence d'exploitation, le plan de localisation et le relevé bancaire.

Dans l'ensemble, les échanges ont permis de constater que la majorité des promoteurs d'UPI n'ont pas connaissance

des incitations sus mentionnées. Celles qui ont connaissance de quelques-unes de ces incitations relèvent des préoccupations relatives à l'application des mesures telles que l'obtention de l'attestation d'exonération de la contribution des patentes et de la carte du contribuable. Ces limites tendent à diluer du point de vue des opérateurs, les avantages théoriques soutenant les actions entreprises par l'État et devrait par ailleurs susciter des réflexions complémentaires dans le sens de l'amélioration du dispositif d'information des entrepreneurs et la perception de la croyance aux réformes.

### ***4.1.2.5 Réformes du droit OHADA***

L'Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires (OHADA) a introduit ces dernières années plusieurs réformes dans l'Acte Uniforme relatif aux droits des Sociétés Commerciales et du Groupement d'Intérêt Economique. Elle a introduit le statut de l'entrepreneur, la réduction du capital minimum requis pour créer une SARL dans son espace, et le recours facultatif au notaire dans le cadre du processus de création d'entreprises.

Le *statut de l'entrepreneur* a été conçu afin de stimuler la création sans complications ni tracasseries d'entreprises, faciliter le passage des opérateurs du secteur informel vers le secteur formel et, par ricochet, réduire progressivement la taille des circuits économiques informels. Au-delà, et au second degré, sa vocation est de permettre aux gens qui entendent « se lancer dans les affaires » d'effectuer en quelque sorte un essai, donc finalement de se donner le temps d'observer l'évolution de leur activité professionnelle



civile, commerciale, artisanale ou agricole, de ne poursuivre l'exploitation de celle-ci que dans l'hypothèse où un minimum de certitude est acquis au sujet de sa prospérité. Il apparaît donc comme un statut transitoire. L'entrepreneur est un entrepreneur individuel, personne physique qui, sur simple déclaration, exerce une activité dans les domaines en sus. Il ne peut conserver ce statut et les avantages y relatifs que si le chiffre d'affaires annuel dégagé par son activité pendant deux exercices successifs ne dépasse pas un certain montant déterminé par chaque Etat partie de l'OHADA. Ce montant est de 10 millions de FCFA pour le Cameroun (MINPMEESA, 2014).

La réforme relative au *capital minimum* concerne la fixation de son montant à 100 000 FCFA contre 1 000 000 FCFA avant pour créer une entreprise sous la forme juridique de Société à Responsabilité Limitée (SARL). Les deux principaux objectifs visés par la réforme sont d'une part, de permettre aux opérateurs économiques de sortir de l'informel et, d'autre part, et de favoriser l'auto-emploi et la création d'emplois. Il y a lieu d'envisager l'élaboration d'un guide OHADA de la migration de l'informel vers le formel par les OE.

#### 4.1.3 Programmes à effets directs sur la migration des UPI vers le formel

Il s'agit des programmes et projets qui visent la migration des activités du secteur informel vers le secteur formel. Une sélection desdits programme, présentée ci-après permet d'apprécier le lien qu'ils ont avec la migration de l'informel vers le formel.

##### 4.1.3.1 Programme Intégré d'Appui aux Acteurs du Secteur Informel (PIAASI)

Le Programme Intégré d'Appui aux Acteurs du Secteur Informel (PIAASI) a pour mission principale de contribuer à la mutation du secteur informel vers le secteur formel, à travers un encadrement des jeunes opérant dans ce secteur en vue de la création des emplois productifs et stables. Il a démarré ses activités en 2005.

La stratégie d'intervention se décline en trois axes :

- (i) l'appui à l'organisation des acteurs du secteur informel ;
- (ii) l'appui à la formation des acteurs du secteur informel ;
- (iii) l'appui au financement des microprojets desdits acteurs.

Le bénéfice des appuis du programme repose sur des conditions accessibles en ce sens qu'il est ouvert aux personnes exerçant des activités dans le secteur informel ou détentrices de projets économiques. En fin 2010, le programme avait formé 11 064 acteurs, 456 maître artisans, financé 9125 projets des opérateurs informels et crée plus 27 000 emplois.

Les secteurs d'activité de concentration du PIAASI sont l'agriculture, l'élevage, le commerce, la bureautique, l'artisanat, la restauration, l'alimentation, la pêche, la coiffure, la menuiserie<sup>16</sup>.

<sup>16</sup> Les micro-crédits varient de 100.000 à 4.000.000 F.CFA, avec un taux d'intérêt de 6% et une durée de remboursement étalée sur 10 mois, dont 6 mois de différé.

#### 4.1.3.2 Programme d'Appui à la Jeunesse Rurale et Urbaine (PAJER-U)

Ce programme a été lancé en 2007 et a pour objectif global de promouvoir l'insertion socio-économique des jeunes camerounais de tout sexe, scolarisés ou non, diplômés ou non, âgés de 15 à 35 ans, à travers une mobilisation sociale et un accompagnement technique et financier. Il faut relever qu'initialement, le programme était destiné aux chômeurs, non scolarisés et sans qualification ; aujourd'hui, *le PAJER-U a évolué vers les entrepreneurs du secteur informel qui sont actifs dans les secteurs suivants : agriculture, élevage, menuiserie, petit commerce.*

Les missions principales : la formation à travers l'organisation des stages, l'appui aux idées de création d'entreprises et le renforcement des capacités techniques et entrepreneuriales. Le financement en offrant des subventions et crédits aux porteurs de projets et enfin l'accompagnement en offrant une assistance globale dans le processus de création et la gestion de l'activité

Deux types d'activités sont priorisées, les *micro-activités* dont le financement peut atteindre 1 million de FCFA, et la *junior entreprise* dont le financement se situe dans la fourchette comprise entre 1 et 25 millions. La durée de crédit est de 2 ans au maximum. Les critères d'octroi de crédit sont relativement souples et concernent le choix d'une seule activité, être régulièrement inscrit au programme, remplir une fiche de demande crédit, disposer d'un parrain, soumettre un plan d'affaires, disposer d'un rapport de visite d'évaluation du micro-projet, etc.

Dans le cadre de sa phase pilote (2008-2011), le programme a dépensé 3,5 milliards de FCFA<sup>32</sup>, et le nombre de jeunes ayant bénéficié d'un financement du PAJER-U est de 4000, pour 15000 emplois directs et indirects. Depuis 2012, le programme a financé près de 1.000 jeunes grâce aux ressources du BIP. Au total, 5000 jeunes ont reçu des appuis du PAJER-U à ce jour, équivalent à 4,5 milliards de FCFA<sup>17</sup>. Cependant, sur cette somme déboursée, seuls 458 millions de FCFA ont été recouverts.

#### 4.1.3.3 Fonds national de l'emploi (FNE)

Le Fonds National de l'Emploi est un organisme public à caractère social créé par décret n°805/90 du 27 Avril 1990 qui précise son organisation et son fonctionnement. Cet organisme est mis en place dans le cadre du Programme d'Ajustement Structurel (PAS) dans son volet «dimension sociale ».

Cette structure qui a pour mission générale, la promotion de l'emploi sur l'ensemble du territoire camerounais en procédant entre autres à l'insertion dans le circuit de production des jeunes camerounais a la recherche de l'emploi et la création d'activités à travers des appuis techniques et financiers aux chercheurs d'emploi présentant de bonnes potentialités entrepreneuriales. Il apporte ainsi l'accueil et l'accompagnement des porteurs de projets (entretiens, évaluation du promoteur à la capacité d'entreprendre, test « d'entrepreneurship »), l'aide à l'acquisition de l'idée de projet, l'appui au montage du plan d'affaires et la formation du promoteur en gestion des PME.

17 En 2014, 200 millions de FCFA ont été octroyés à 356 jeunes.



Le FNE a développé des initiatives dans le sens de l'accompagnement des microentreprises telles que le programme d'auto-emploi et de micro-entreprises et le partenariat entre un promoteur de micro entreprise et un chef d'entreprise de plus grande taille.

#### *4.1.3.4 Programme de Promotion de l'entrepreneuriat agropastoral des jeunes (PEA-jeunes).*

Le programme de Promotion de l'entrepreneuriat agropastoral des jeunes est mis en œuvre avec l'appui du Fond international pour le développement agricole (FIDA). Il vise à encourager l'entrepreneuriat agropastoral des jeunes. Il est prévu qu'il fournisse des appuis financiers et non financiers adéquats pour la création et la gestion de 4687 entreprises agropastorales et le développement de 353 autres sur la période 2015-2021.

Le programme a pour vocation d'accompagner des jeunes entrepreneurs camerounais qui ont des projets dans le secteur agropastoral. Le PEA-jeunes appui ainsi dix spéculations. Il s'agit notamment du maïs, la banane plantain, le poivre, l'ananas, le maraîchage et le manioc. Au niveau des spéculations animales, il s'agit des petits ruminants, l'aviculture, l'élevage non conventionnels et bien d'autres.

Le PEA-jeunes lance des appels à projet pour demander aux jeunes de déposer leurs projets auprès des différents démembrements du Programme situé dans les bassins de productions du Centre, du Littoral, du Nord-ouest et du Sud. L'accompagnement des jeunes

porteurs de projets d'entreprises se fait sur plusieurs paliers. Il débute d'abord par une période de pré-incubation et aide ensuite les futurs entrepreneurs à intégrer des réseaux des jeunes entrepreneurs.

#### **4.1.4 Programmes à effets incidents sur la migration des UPI vers le formel**

Il s'agit des programmes et projets qui ne visent pas directement la promotion de la migration vers le secteur formel, mais, qui, dans leurs opérationnalisations, ont des incidences sur la migration des activités vers le secteur formel dans la mesure où les potentiels bénéficiaires sont tenus d'exercer leurs activités dans le secteur formel afin de tirer profit des appuis. Ils ont un effet attractif vers la formalisation.

##### *4.1.4.1 Programme agropole*

Le programme économique d'aménagement du territoire et de promotion des entreprises de moyenne et de grande importance dans le secteur rural au Cameroun, est l'un des outils qui promeut la modernisation de l'agriculture à travers des appuis/soutiens aux exploitations modernes de production, de transformation et de commercialisation des productions végétales, animales, halieutiques et forestières. Pour bénéficier du programme, l'opérateur économique doit être une entité formelle du secteur agricole.

A travers ce programme, l'Etat appuie les exploitations qui utilisent des pratiques modernes et compétitives, à hauteur de 35% pour ce qui est des intrants, 30% pour les infrastructures et équipements

de production, de transformation et de commercialisation et 100% pour les infrastructures socio communautaires d'accompagnement.

Dans la pratique, l'on observe une migration de certaines unités de production informelle du secteur agricole vers le secteur formel. Car, certaines unités autrefois informelles ont dû se formaliser davantage sous forme de coopératives pour pouvoir prétendre au bénéfice du programme. Même si le programme au départ ne visait pas la migration vers le secteur informel, il contribue cependant en cela.

#### 4.1.4.2 *Projet d'Investissement et de Développement des Marchés Agricoles*

Le Projet d'Investissement et de Développement des Marchés Agricoles (PIDMA) est une initiative conjointe de la Banque Mondiale et du gouvernement Camerounais dont la vision est l'amélioration de la productivité et de la compétitivité des chaînes de valeur du maïs, manioc et sorgho, et d'accroître la production pour répondre à la demande des matières locales. Le PIDMA intervient dans tous les segments des chaînes de valeur, pour renforcer les relations fonctionnelles entre la production, la transformation et la mise en marché.

Les bénéficiaires du programme sont des unités de production des filières ci-dessus indiquées, avec une priorité aux coopératives. En 2016, le programme a proposé au GICAM dans le cadre du projet « un patron une plantation » (1P1P) d'envisager un modèle de création de coopérative où les adhérents

intéressés en seraient membres et ainsi pouvoir travailler en collaboration avec le programme qui a le manioc comme culture intégrée dans son projet. Ceci permettrait à 1P1P d'avoir des facilités dans l'acquisition de terre où le PIDMA agirait comme structure étatique et au niveau de l'accès au financement grâce à l'appui de la Banque mondiale, et de la Société Financière Internationale.

#### 4.1.4.3 *Projets de formation des entrepreneurs du secteur informel*

La revue de la littérature a permis d'identifier toute une série d'autres actions de formation à destination de l'artisanat et des promoteurs de micro et petites entreprises généralement appuyé par la coopération internationale et l'IECD<sup>18</sup> comme agence d'exécution. Plusieurs projets sont ainsi mis en œuvre au Cameroun par l'IECD, entre autres, on notera :

Le programme « *promotion des initiatives locales* » (PIL) qui est destiné à financer les microprojets productifs et rentables de la ville de Douala. Ce programme fonctionne selon la procédure du prêt remboursable et renouvelable en fonction de l'évolution du projet. La formation réalisée par l'IECD accompagne le prêt : elle initie les porteurs de projet à la gestion administrative et comptable et donne lieu à un suivi sur place qui accompagne le promoteur et l'aide à mettre en œuvre les outils de gestion.

Le *Projet d'appui aux artisans du secteur non structuré de la ville de Yaoundé*, porté par la coopération italienne (COOPI) et

18 Institut Européen de Coopération et de Développement



lancé en 2005, est centré sur le secteur artisanal informel, la structuration d'un réseau regroupant les associations et les organisations opérant dans le secteur, et la création d'un centre de documentation sur l'artisanat au siège du CEPAD (Centre d'éducation populaire d'animation et de développement). Le volet restructuration pourrait avoir un intérêt pour les OE dans la démarche pour la formalisation des activités informelles dans la mesure où plusieurs d'entre elles sont ouvertes aux associations des UPI/TPE, auxquelles elles pourraient apporter plusieurs services d'accompagnement notamment administratifs et d'organisation interne.

Le programme « *Métiers-Cameroun* » focalisé sur la compréhension et l'utilisation par les petits entrepreneurs d'outils de gestion adaptés à leurs besoins.

Plusieurs initiatives gouvernementales ont été mises en œuvre au Cameroun au fil du temps avec l'accompagnement des partenaires au développement pour réduire la taille du secteur informel. Le constat qui peut être fait est celui de la persistance du développement des activités informelles au Cameroun. Tout semble indiquer donc que ces initiatives produisent peu de résultats. Le problème se situerait aussi bien au niveau de la mise en œuvre de ces initiatives qu'au niveau de leur pertinence.

Par ailleurs, il est observé que les programmes et projets dans le secteur agricole ont des effets incidents sur la migration des unités informelles vers le secteur formel. Un partenariat pourrait être envisagé entre les unités de coordination de ces programmes et

projets et le GICAM, afin d'attirer les bénéficiaires desdits programmes au sein du Club des Très Petites Entreprises du GICAM. Bien plus, le Groupement pourrait avoir une implication plus grande au sein des Comité de Pilotage des projets et programmes en promouvant la transition vers le formel le parrainage des entreprises/coopératives bénéficiaires.

## 4.2 Expériences internationales en matière de migration des UPI vers le secteur formel

Une revue des expériences de certains pays, offre des possibilités de capitalisation pour bâtir une stratégie solide pour le GICAM. En effet, combinant les enseignements tirés d'ailleurs et les facteurs contextuels ainsi que le bilan des initiatives de migration jusqu'alors menées au Cameroun, il pourrait se dégager un ensemble de propositions pour la principale Organisation des Employeurs au Cameroun. Les expériences succinctement présentées ci-après proviennent du programme MF4DW conduit par l'OIT dans plusieurs pays (Inde, Burkina-Faso, etc.), les plateformes de commerce de Proximité au Maroc, le Kenya et le Ghana, etc.

### 4.2.1 Programme MF4DW de l'OIT

Il s'agit d'un programme<sup>19</sup> de l'action-recherche « La microfinance pour le travail décent » élaboré par l'OIT en collaboration avec 16 Etablissements de microfinance (EMF) pour tester

<sup>19</sup> Le programme MF4DW part du postulat que la microfinance peut contribuer à la réalisation du travail décent

l'hypothèse selon laquelle proposer conjointement des services financiers et non financiers complémentaires aide les EMF à améliorer leur impact social sur les clients. Mis en œuvre dans une dizaine de pays d'Asie, d'Afrique et d'Amérique Latine, ce programme s'est focalisé sur les domaines d'action permettant de parvenir au travail décent. Ces domaines sont ceux pour lesquels les analyses situationnelles et diagnostiques ont relevé d'importants déficits en matière de travail décent. Le programme s'est concentré sur les conséquences de la microfinance sur quatre principaux domaines pour lesquels des produits innovants ont été pensés :

- la vulnérabilité, notamment en ce qui concerne la gestion des risques et le surendettement des clients ;
- l'amélioration des performances des entreprises clientes ;
- la réduction du travail des enfants ;
- la promotion de la formalisation des entreprises clientes.

Pour chacun des domaines, un ensemble de produits a été élaboré et proposé aux clients des EMF observées. Les principaux produits développés par les EMF<sup>20</sup> partenaires relevaient de l'éducation financière et des services de développement des entreprises. Entre autres produits innovants proposés,

l'épargne d'urgence destinée à amener les clients à faire des économies qui leur permettraient de faire face à certaines situations telles que les *emprunts pour le remboursement des emprunts*, l'association d'une *formation à l'entrepreneuriat* aux clients bénéficiaires de prêts, la *formation à la formalisation*.

Des résultats notables ont été relevés : en Inde, le programme a permis de sensibiliser 93% des clients de l'EMF ESAF sur ce qu'est la formalisation et 75% des entreprises des clients ont migré vers le secteur formel. Au Burkina-Faso, le même service non financier proposé par l'EMF FCPB a fait augmenter de 10% l'enregistrement des organisations du secteur informel et l'association de la formation aux bénéficiaires des prêts a amélioré les performances de leurs entreprises. Par ailleurs, l'éducation financière a entraîné des résultats positifs sur la capacité de remboursement des clients chez AMK (Cambodge) et NWTF (Philippines), montrant ainsi que l'engagement social des EMF est porteur pour elles en même temps qu'il contribue à la modernisation de l'économie.

20 Ces EMF partenaires ont accepté de mener le diagnostic et à approfondir la relation avec les clients pour aller au-delà des transactions financières. Des détails sur le programme sont consultables dans le document intitulé « la microfinance pour le travail décent »



**Tableau 16 : Principaux résultats des innovations du programme microfinance pour le travail décent du BIT**

| EMF                   | Innovation                                                                      | Principaux résultats                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ESAF,<br>Inde         | Formation sur la formalisation et les services de développement des entreprises | <p><b>Impact positif sur le statut de formalisation et les pratiques managériales :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Forte augmentation (70%) de l'enregistrement des entreprises auprès des autorités compétentes</li> <li>- Augmentation du nombre des comptes en banque, mais impact non significatif (2% d'augmentation)</li> <li>- Influence positive de la sensibilisation aux programmes d'aide du gouvernement (multiplication par 3 dans le groupe traité mais baisse dans le groupe de contrôle), mais aucune augmentation de l'utilisation des systèmes publics d'aide</li> <li>- Augmentation significative de 15% de la tenue de registres comptables</li> <li>- Augmentation de 17% de l'importance accordée à l'entreprise du ménage pour la création de revenus</li> </ul> <p><b>Les résultats non concluants concernent un impact à plus long terme, tel que l'amélioration des résultats sociaux des clients, par exemple :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Impact négatif sur le revenu mensuel net des ménages : le passage du groupe de revenu le plus bas au suivant a été plus fort pour le groupe de contrôle</li> </ul> |
| FCPB,<br>Burkina Faso | Formation : Formalisation et gestion de l'entreprise                            | <p><b>Résultats positifs sur les attitudes et comportements de gestion des entreprises:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Augmentation du nombre de clients séparant leur compte personnel et professionnel</li> <li>- Sensibilisation accrue envers la protection sociale (9% d'augmentation à la fin de l'innovation)</li> <li>- Amélioration de 26% des pratiques de gestion d'entreprise</li> </ul> <p><b>Résultats mitigés concernant le statut d'enregistrement des entreprises :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aucun impact sur l'enregistrement des entreprises formelles mais augmentation de 10% de l'enregistrement dans la catégorie des organismes du "secteur informel".</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

Source : extrait du document « la microfinance pour le travail décent », BIT

Cet exercice d'action-recherche conduit par l'OIT révèle que les EMF peuvent avoir une incidence forte sur la modernisation de l'économie si les interventions ciblent des résultats spécifiques tels que la formalisation des unités de production informelles, l'amélioration des performances des entreprises informelles et la baisse de la vulnérabilité des clients. Ce faisant, la microfinance, vêtue d'un rôle social, émerge comme un outil de politique publique pour adresser des thématiques importantes comme celles de la migration de l'économie informelle.

#### 4.2.2 Plateformes de Commerce de Proximité (PCP) au Maroc

Les autorités locales de *Sidi Bernoussi* dans la cité de Casablanca ont en

collaboration avec certaines organisations non gouvernementales œuvrant dans le développement des espaces publics, lancé en mi-2015 le concept de plateforme de commerce de proximité (PCP) pour réduire l'ampleur des activités des marchands/ambulants. L'idée de base était de lutter contre l'informel et l'occupation anarchique du domaine public par les vendeurs ambulants. Un recensement de ces opérateurs a été réalisé et il était question de sortir ces derniers de la rue pour les installer dans les PCP. Des critères d'intégration ont été définis et la priorité a été donnée aux acteurs résidents de l'unité administrative concernée. Les principes de base du concept sont présentés dans l'encadré suivant.

#### Encadré 1 : Principe de base des PCP

**La proximité:** Un choix du site qui répond aux besoins d'approvisionnement des habitants

**L'externalisation:** Un opérateur privé se charge de l'aménagement, de l'équipement et la gestion de la PCP

**La non-propriété:** L'assiette foncière de la PCP relève du domaine public et les équipements acquis par l'opérateur demeurent sa propriété

**L'égalité des chances:** Traitement de tous les commerçants de proximité sur le même pied d'égalité à travers un système de rotation des stands

**La non-gratuité:** Paiement des droits d'exploitation des espaces de vente

**L'inaliénabilité:** L'exercice de cette activité ne peut être transféré à une tierce personne

**La territorialité:** La priorité aux marchands ambulants résidant au niveau du territoire concerné

**La responsabilité:** Le commerçant de proximité doit adhérer au nouveau concept et observer les règles de bonne conduite.



Selon les promoteurs de cette initiative, le concept a connu du succès au point où d'autres préfectures du pays se sont montrées intéressées par la recette en vue de sa duplication. En six mois, le bilan faisait état d'un demi-millier de vendeurs ambulants sortis de l'informel. Le concept a accru son contenu en devenant un « package urbain » comprenant divers services : le commerce, les aires de jeux, les fast food, etc. Cette expérience des PCP de *Sidi Bernoussi*, qui permet de réapproprier les espaces publics, utiles pour la modernisation des villes tout en favorisant la réduction de l'économie informelle, est prévue se généraliser à Casablanca et dans les autres villes du Royaume du Maroc. Cette expérience mériterait d'être suivie pour en dégager des enseignements.

#### 4.2.3 Association des Employeurs du Ghana

L'Association des Employeurs du Ghana (GEA) joue un rôle de premier plan dans la transition de l'économie informelle vers l'économie formelle au Ghana. Elle a étendu l'adhésion à l'Organisation, aux PME et aux associations d'opérateurs de l'économie informelle et augmenté la représentativité des PE à deux sièges au niveau du Conseil de direction. Les représentants des TPE/PE devaient apporter des éclairages pour une connaissance des besoins des entreprises du secteur informel ainsi que des propositions pour la structuration des opérateurs de ce secteur. Grâce aux associations du secteur informel sus mentionnées dont elle a accompagné la constitution, la GEA a fourni des services

aux opérateurs du secteur informel (mise en relation entre les acteurs, plaidoyer auprès des autorités locales, information, etc.). Elle a également assisté les microentreprises à négocier des accords entre elles et avec les pouvoirs publics locaux sur les questions qui affectent le bon fonctionnement de leurs activités, telles que la fiscalité, l'enregistrement des entreprises et l'obtention de certificats/licences/permis/autorisations nécessaires pour l'exercice des activités réglementées.

#### 4.2.4 Fédération des Employeurs du Kenya

La Fédération des Employeurs du Kenya a mis en œuvre deux ans après s'être ouverte aux petites activités informelles en 1989 une stratégie pour les petites entreprises visant à développer des relations et des accords de sous-traitance entre les petits producteurs et les grandes entreprises, membres de la Fédération. Les relations professionnelles ainsi favorisées ont permis à un grand nombre de petites entreprises d'accéder à des commandes. La Fédération des Employeurs du Kenya a développé une offre de formation sur la productivité en direction des PME et des micro entreprises informelles. Grâce à son programme de sensibilisation aux PME et aux opérateurs de l'économie informelle, il a notamment soutenu les liens d'affaires entre les grandes entreprises agricoles, membres de la Fédération, et les unités de production du secteur informel. Cette démarche a permis de sortir plusieurs microentreprises de l'économie informelle.

## Chapitre 5 : Stratégie de migration des unités informelles vers le secteur formel

Le présent chapitre propose et analyse les choix stratégiques pour le GICAM dans son engagement social de jouer un rôle de premier plan dans la migration des UPI vers le secteur formel, en les incitant à se formaliser et devenir membres du groupement. Pour cela, il revisite les parties précédentes qui ont entre autres permis d'avoir un aperçu global du secteur informel au Cameroun, pour en dégager les principaux problèmes et défis à relever par le Groupement, analyse la capacité du groupement à relever lesdits défis.

### 5.1 Synthèse de l'aperçu global et du diagnostic

Cette section présente un bref aperçu du diagnostic du secteur informel au Cameroun. Elle rappelle les éléments caractéristiques saillant du secteur informel qui sont déterminants dans l'élaboration de la stratégie en faveur de la migration des entreprises de ce secteur vers le secteur formel.

#### ***Caractéristiques du secteur informel au Cameroun***

L'informel non agricole au Cameroun, se recrute presque à parts égales dans les secteurs de l'industrie, du commerce et des services. C'est un secteur essentiellement dominé par les entreprises unipersonnelles (86%). Très peu d'emplois dans ce secteur sont régis par un contrat de travail : un employé sur deux ne possède pas de contrat de travail

et près de 40% d'employés ne possèdent qu'un contrat verbal.

Suivant le type de local d'exercice de l'activité, moins du quart des UPI possèdent un local adapté ; le tiers des entreprises produisent à domicile et les autres ne disposent pas de local.

La longévité moyenne des UPI en activité au Cameroun en 2010 se situait à environ 7,5 ans avec des disparités importantes : 11% ont été créées avant 1994, soit au moins 16 années d'existence ; 51% ont été créées après 2005, soit moins de 5 ans d'âge et ; 29% ont été créées depuis au moins une dizaine d'années.

L'on note également que très peu d'UPI (10%) font partie d'une association professionnelle. De plus, suivant le niveau d'instruction, les promoteurs d'UPI au Cameroun se repartissent comme suit : 46% ont un niveau primaire, 49% un niveau secondaire et 5% un niveau supérieur.

Suivant la taille (appréciée par le chiffre d'affaires annuel), il y a deux catégories d'entreprises informelles, les *petits informels* dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 50 millions de francs et les *gros informels* dont le chiffre d'affaires est supérieur à 50 millions. Les petits informels représentent 99,1% de l'effectif et les gros informels 0,9%.

Concernant la conformité à l'égard de la réglementation, 8,5% des promoteurs d'UPI non agricoles possèdent une carte de contribuable, 2% sont inscrits au registre de commerce et 0,1% ont des employés affiliés à la CNPS. Selon la branche d'activité, la proportion d'UPI enregistrée est plus élevée dans les transports (39%), la réparation (17,5%) et la confection (13,4%).



Les UPI font face à de nombreuses difficultés qui entravent leur développement. Elles ont trait entre autres, par ordre d'importance, au manque de liquidité, au manque de clientèle, l'excès de concurrence, au manque de matières premières, au manque de machines/équipements, aux problèmes techniques de fabrication, à l'excès de réglementation/impôts/taxes, aux tracasseries des agents publics et la saisonnalité des activités.

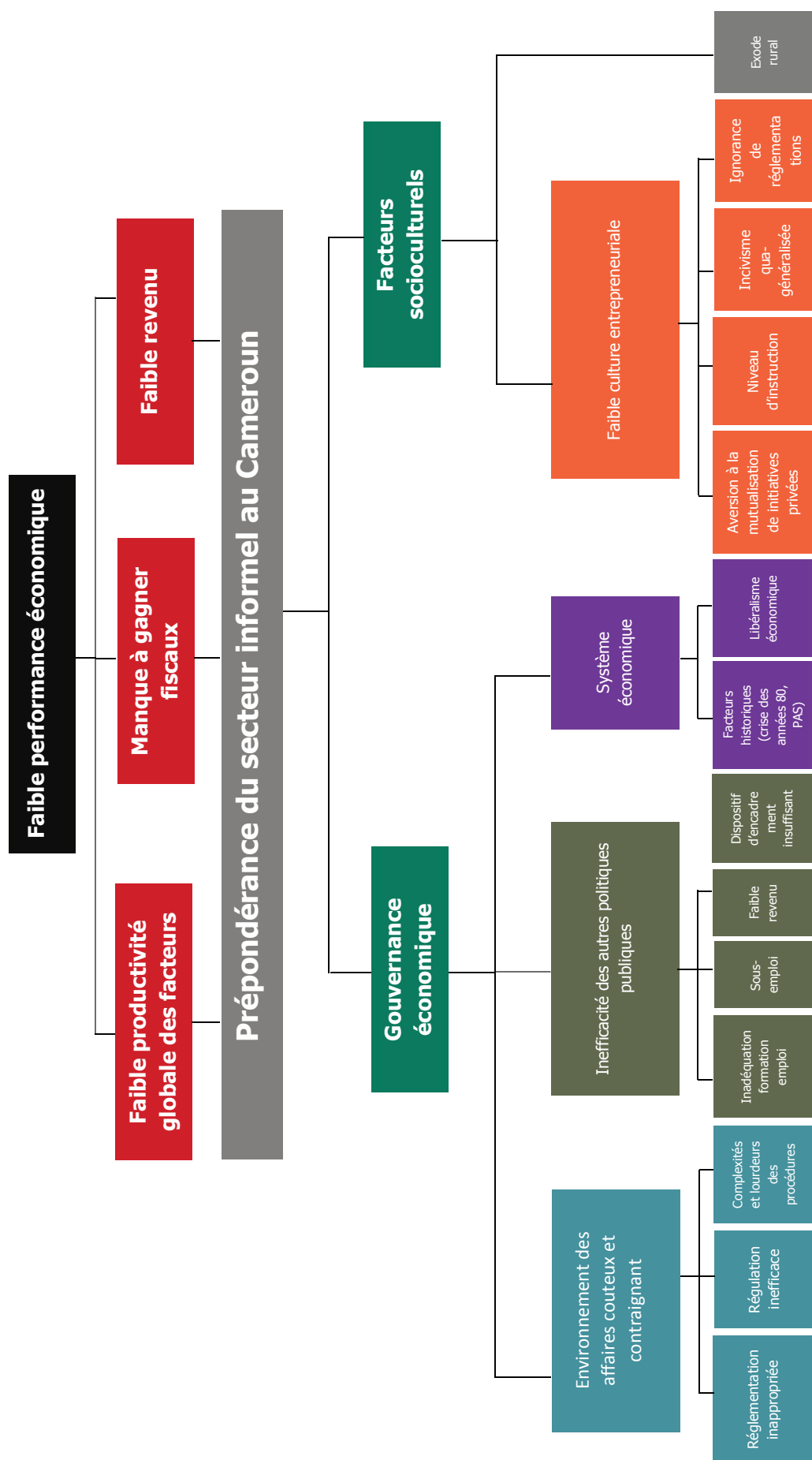
Leurs besoins portent généralement sur : la facilitation de l'accès à des grosses commandes. L'accès au crédit intervient au second rang des besoins exprimés, suivi par l'accès à l'information sur les marchés, la formation technique et l'assistance pour les approvisionnements.

### ***Déterminants du secteur informel***

L'extension/expansion du secteur informel au Cameroun s'explique entre autres par :

(i) la régulation inefficace, caractérisée notamment par les pratiques telles que la tolérance, le laxisme dans l'application des réglementations ; (ii) la complexité et les lourdeurs des procédures administratives ; (iii) l'environnement des affaires jugé inadéquat par les opérateurs économiques. Le manque de transparence, la qualité médiocre du service public et la neutralité douteuse de l'Etat, sont entre autres facteurs, qui maintiennent une frange importante des unités de production dans le secteur informel, voire suscite chez certaines entreprises formelles des intentions de migrer vers l'informel.

Les facteurs entretenant le secteur informel au Cameroun peuvent être organisés autour de l'arbre à problèmes ci-après :





### ***Incidences du secteur informel***

Le secteur informel a des implications au moins à trois niveaux à savoir : sur l'activité des entreprises formelles, sur la société dans son ensemble et sur l'efficacité des politiques publiques. Les UPI entretiennent des relations de coopération, de complémentarité et de concurrence avec les entreprises formelles.

Le secteur informel apparaît comme un amortisseur social et constitue un facteur d'intégration et de solidarité qui ne cesse d'être lié à sa logique productive de survie. Il assure la survie à de nombreuses populations du fait des revenus de survie qu'il offre face à l'incapacité du secteur formel à absorber les demandeurs d'emploi. De plus, le secteur informel est très flexible car, il s'adapte rapidement aux besoins du marché et aux changements de la demande et la faible capitalisation qui le caractérise le met à l'abri de certaines contraintes administrative (le coût d'opportunité d'éventuelles poursuites en justice est par exemple faible). De même, la création d'emplois dans le secteur informel n'est entravée par aucune barrière réglementaire. En outre, il y a plus de facilité d'entrée dans le secteur informel pour les promoteurs d'entreprises. Enfin, Le secteur informel offre généralement des biens et services à des prix compatibles au faible pouvoir d'achat de la majorité des citoyens.

Les aspects négatifs du secteur informel sont nombreux. Son expansion est généralement source de désordre urbain en même temps qu'il entretient la pauvreté du fait des très faibles niveaux de rémunération des emplois proposés qui, par ailleurs sont très précaires. Il est à l'origine d'un manque à gagner en recettes fiscales l'Etat. L'implantation des activités informelles peut constituer une menace

pour les populations riveraines dans la mesure où elles affectent négativement leur cadre de vie. La consommation de certains biens (agroalimentaire, pharmaceutique, etc.) offerts par les UPI tels que les médicaments et les produits alimentaires, constitue des risques sanitaires élevés, en raison de leur qualité et origine douteuses. Ces biens ne répondent généralement pas aux normes établies et les méthodes de conservation ne sont pas toujours appropriées.

### ***Initiatives en faveur de la migration de l'informel vers le formel***

Plusieurs initiatives gouvernementales ont été mises en œuvre au Cameroun au fil du temps avec l'accompagnement des partenaires au développement pour mener le secteur informel vers la modernisation. Le constat qui peut être fait est celui de la persistance du développement des activités informelles au Cameroun. Tout semble indiquer donc que ces initiatives produisent peu de résultats. Le problème se situerait aussi bien au niveau de la mise en œuvre de ces initiatives qu'au niveau de leur pertinence.

De plus, *il ne suffit pas d'amener les promoteurs d'entreprises à formaliser leurs activités, il faut que celles-ci puissent se développer de manière à faire face sans difficultés aux coûts d'opérationnalisation dans le secteur formel.* D'où la nécessité de promouvoir des Services de Développement des Entreprises (SDE). Le GICAM, en tant qu'Organisation d'Employeurs la plus importante du Cameroun se dote d'un plan d'actions à cet effet.

Le tableau ci-dessous présente les avantages et les coûts pour une entreprise suivant qu'elle exerce dans le secteur informel ou dans le secteur formel.

**Tableau 17 : avantages et inconvénients du secteur formel et du secteur informel**

| Secteur Formel                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                               | Secteur Informel                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Avantages                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Inconvénients                                                                                                                                                                                 | Avantages                                                                                                                                                                                                                                                                            | Inconvénients                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Statut reconnu</li> <li>- Possibilité de répondre aux appels d'offre publics</li> <li>- Accès relativement aisé aux infrastructures et services publics</li> <li>- Accès aux programmes gouvernementaux de promotion du secteur privé</li> <li>- Appartenance possible aux organisations patronales</li> <li>- Protection sociale et droits de propriétés reconnus</li> <li>- Accès aux services financiers formels</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Coûts d'enregistrement</li> <li>- Contraintes administratives et réglementaires</li> <li>- Charges fixes importantes</li> <li>- Fiscalité</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Facilité d'entrée</li> <li>- Peu de contraintes administratives</li> <li>- Avantages concurrentiels</li> <li>- Charges fixes et autres charges réduites</li> <li>- Solidarité des réseaux</li> <li>- Flexibilité et adaptabilité</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Coût élevé du capital</li> <li>- Coût élevé d'autres facteurs de production tels que le transport</li> <li>- Plus d'instabilité de l'activité</li> <li>- Absence de capital et autres</li> <li>- Difficultés à établir des contrats commerciaux juridiquement stables</li> <li>- Absence de statut et pouvoir de négociation très limitée</li> <li>- Tracasseries administratives</li> <li>- Inaccessibilité à certains programmes/projets d'appuis gouvernementaux au secteur privé</li> </ul> |

## 5.2 Présentation du Groupement Inter-Patronal du Cameroun (GICAM)

Le Groupement Inter-Patronal du Cameroun (GICAM) est l'organisation patronale la plus importante au Cameroun. Créé en 1957, il rassemble actuellement des centaines de membres (entreprises et associations sectorielles) en affiliation directe et indirecte pour un poids économique d'environ 68% du PIB formel et une proportion importante des recettes fiscales du Cameroun.

La stratégie actuelle du Groupement consiste à *mobiliser l'ensemble des acteurs économiques autour de l'objectif de l'accélération de la croissance au Cameroun*. Il est membre de la quasi-totalité des instances bipartites ou

multipartites traitant des problèmes de l'entreprise dans le cadre du dialogue public/privé.

Les missions du GICAM sont de trois ordres :

- La représentation et la défense du secteur privé, moteur de la croissance ;
- Les services aux membres ;
- La promotion de l'espace économique camerounais.

Elles se déclinent de manière spécifique entre autres ainsi qu'il suit :

- Représentation du patronat camerounais auprès des pouvoirs publics, des syndicats des travailleurs, des chambres



- consulaires, des patronats étrangers, des organismes internationaux à caractère économique, financier ou social, de la société civile ;
- (ii) représentation et défense des intérêts des entreprises auprès des différentes instances du Cameroun ;
- (iii) contribution à l'instauration des conditions nécessaires aux *exigences de la transparence, de la libre concurrence, de l'instauration de la justice fiscale, et à la lutte contre les pratiques qui nuisent à la stabilité et au développement des affaires* ;
- (iv) *contribution à un dialogue social constructif dans les entreprises et les organisations professionnelles* ;
- (v) *réalisation des études sur les problèmes économiques, juridiques et/ou sociaux du Cameroun et de la sous-région Afrique Centrale afin d'inspirer une politique de progrès économiques et social bénéfique à tous les intérêts en cause* ;
- (vi) *l'information permanente des membres sur les questions économiques et veiller à la cohésion et à la bonne entente entre les membres* ;
- (vii) *offres aux entreprises et associations professionnelles des services d'assistance technique, de conseils spécialisés, d'information, de formation et des services pour le développement de l'entreprise* ;
- (viii) facilitation des règlements des différends commerciaux à travers des modes alternatifs de règlement des conflits ;

- (ix) prise de toute mesure à même de contribuer à améliorer l'environnement général de l'entreprise afin de permettre l'émergence d'une entreprise camerounaise moderne et compétitive.

Les membres du groupement peuvent être des personnes morales établies au Cameroun, soient des groupements associatifs professionnels d'entreprises, des groupements de professions libérales à caractère associatif. Toutefois, le Groupement peut accueillir en qualité de membre associé des personnes morales établies hors du Cameroun sous certaines conditions précisées dans ses statuts. L'adhésion au GICAM est ouverte aux entreprises de tous les secteurs d'activités indépendamment de leur localisation, de leur taille et de l'origine de leurs capitaux.

Au plan international, le GICAM est membre fondateur de l'UNIPACE (Union des Patronats d'Afrique Centrale) ; membre de la Confédération Panafricaine des Employeurs (CPE) ; membre de l'OIE (Organisation Internationale des Employeurs) et représentant des employeurs du Cameroun à la Conférence Internationale du Travail de l'Organisation Internationale du Travail (OIT).

Le GICAM comprend 319 entreprises et associations. Les associations représentent 4,8% des membres tandis que les Grandes Entreprises, plus nombreuses sont au nombre de 178, soit 55,8%. Les Moyennes Entreprises et les Petites entreprises représentent respectivement 33,2% et 6,2%. On y note clairement une sous-représentation des Petites Entreprises et une absence des Très petites Entreprises.

Suivant le secteur d'activité, il y a, à l'image de l'économie camerounaise, une forte prédominance du secteur tertiaire avec 70,8% des membres, le secteur secondaire suit avec 25% des adhérents tandis que le secteur primaire est représenté à hauteur de 4% seulement.

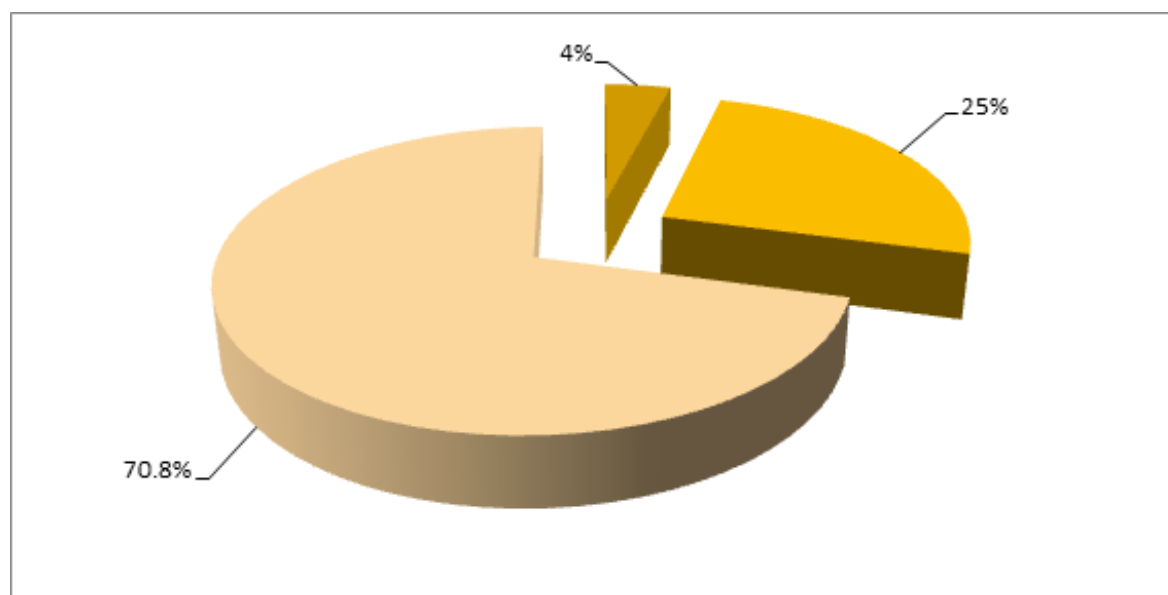
S'agissant des Très Petites Entreprises (TPE) et des Petites Entreprises (PE), le GICAM promeut en son sein depuis 2010, des regroupements organisés par filières, qui peuvent y adhérer lorsqu'elles sont légalement constituées.

**Tableau 18 : Répartition des membres du GICAM selon la taille**

| Taille                    | Part (%) |
|---------------------------|----------|
| Petites Entreprises(PE)   | 6,2      |
| Moyennes entreprises (ME) | 33,2     |
| Grandes entreprises (GE)  | 55,8     |
| Associations              | 4,8      |
| Total                     | 100      |

Source : GICAM

**Graphique 14 : Répartition sectorielle des adhérents du GICAM**



Source : GICAM



### Encadré 3 : Organisation interne du GICAM

Les organes de gouvernance du Groupement Inter-Patronal du Cameroun sont :

- L'Assemblée Générale
- Le Conseil exécutif
- Le Conseil de stratégie

**L'Assemblée Générale** : L'Assemblée Générale se prononce sur toutes les questions intéressant le GICAM. Elle a notamment le pouvoir de : (i) statuer sur toute modification des statuts du Groupement ; (ii) élire les membres du Conseil Exécutif ; (iii) statuer sur le rapport de gestion du Conseil Exécutif ; (iv) Statuer sur les états financiers de synthèse ; (v) Décider de l'affectation des résultats ; (vi) Nommer les commissaires aux comptes et fixer leur rémunération ; (vii) Prendre acte des admissions et des radiations décidées par le Conseil Exécutif.

**Le Conseil Exécutif** : Le Conseil Exécutif dirige le Groupement. Il est le garant de la philosophie et de la vision du Groupement, il définit la politique générale de l'organisation dans les divers domaines de sa compétence et prend les décisions correspondantes, notamment : (i) Il arrête le règlement intérieur et les règles de fonctionnement des Commissions ; (ii) Il élit le Président du Conseil Exécutif ; (iii) Il élit sur proposition du Président, les Vice-présidents, les responsables de toutes les autres instances opérationnelles, les Présidents et membres honoraires ainsi que les membres d'honneur ; (iv) Il nomme sur proposition du Président, le Secrétaire Exécutif et le(s) Secrétaire(s) Exécutif(s) Adjoint(s) ; (v) Il fixe le taux des cotisations, arrête le budget annuel et valide le rapport financier à présenter à l'Assemblée Générale ; (vi) Il statue sur l'aliénation du patrimoine immobilier du Groupement ; (v) Il statue sur les admissions, suspensions et radiations des membres et informe l'Assemblée Générale.

Le Conseil Exécutif se compose de douze (12) à 18 personnes physiques représentant les membres élus par l'Assemblée Générale Elective au suffrage universel direct par scrutin majoritaire de liste pour un mandat de cinq (05) ans. Il se compose d'un (01) Président, deux (02) Vice-présidents et de Conseillers exécutifs ayant chacun un domaine de compétence stratégique tel que précisé dans le Règlement Intérieur. Sur les membres du Conseil, quatre (04) membres au moins le sont en représentation d'organisations professionnelles.

**Le Conseil de Stratégie** : Le Conseil de Stratégie est un organe de réflexion et de proposition sur la stratégie du Groupement. Il appuie le Conseil Exécutif dans les actions de lobbying. Le Conseil de Stratégie est constitué par les membres du Conseil Exécutif ; les anciens membres de l'organe dirigeant du Groupement (Bureau Exécutif ou Conseil Exécutif) ; les présidents et membres honoraires, et les membres d'honneur ; les présidents des organisations professionnelles membres du GICAM.

### 5.3 Capacité du GICAM à impulser la formalisation des UPI

Le Groupement Inter-Patronal est la plus importante Organisation des Employeurs au Cameroun, et est membre de l'Organisation Internationale des Employeurs. A ce titre, il reçoit l'assistance du BIT dans la mise en œuvre d'un certain nombre de recommandations adoptées à l'échelon international par la Conférence Internationale du Travail, et pourrait engager des partenariats avec d'autres organisations. Il est partie à des conventions bipartites avec plusieurs administrations camerounaises, et est membre fondateur de l'Union des Patronats d'Afrique Centrale (UNIPACE).

Les avantages propres pour le GICAM s'inscrivent en grande partie dans le moyen et long terme. L'élargissement de son memberships devra concourir à asseoir davantage sa notoriété en tant qu'organisation des employeurs. Ce qui lui donnera plus d'arguments pour réaliser des projets d'intérêt public, et mobiliser les acteurs pour l'accélération de la croissance et la création des emplois décents. La capacité financière peut également se renforcer sous l'hypothèse de l'expansion des activités des nouveaux membres autrefois dans le secteur informel via les cotisations, les frais d'adhésion et autres contributions..

#### 5.3.1 Analyse des points forts

De par sa notoriété et son importance, ce groupement s'est de plus en plus investi dans des missions de responsabilité sociale et a pris de nombreuses initiatives notamment en matière de lutte contre la

contrefaçon, la promotion du dialogue public-privé et privé-privé, la promotion de l'éthique et les bonnes pratiques dans les affaires, la promotion des investissements et la mobilisation des acteurs privés pour l'accélération de la croissance. Les forces sont présentées ci-dessous.

#### ***L'Existence d'un Business Advisory Services (BAS)***

Le Business Advisory Services (BAS) participe du souci du GICAM de contribuer au renforcement des capacités du secteur privé. En l'occurrence, le BAS constitue un organe d'appui aux PME/PMI dans les domaines qui leur font le plus défaut : le management, les normes et la qualité, l'accès au financement, l'accès à l'information sur les marchés. Le BAS est une œuvre à l'Appui et l'Assistance aux Petites et Moyennes Entreprises. Ses axes d'interventions sont les suivants :

- *L'accès à l'information* : à travers la mise à disposition de bases de données économiques et financières accessibles sur supports papier et électronique ;
- *Le conseil et l'assistance par l'offre des prestations de conseil et d'assistance en matière de Contrôles administratifs* (impôts, douanes, CNPS, etc.), montage de projets (Business-Plan, études de faisabilité, études de marchés, etc.) et la recherche de financements et de partenariats ;
- *L'animation des réseaux interentreprises* par le biais de l'organisation des rencontres d'échanges et la facilitation d'interconnexions entre les PME/PMI et les grandes entreprises locales ;



- La formation par le renforcement des capacités managériales des cadres et dirigeants des PME-PMI dans les domaines suivants de la qualité et organisation, du management des projets / Management d'équipes, de la production, maintenance, sécurité et logistique.
- la formation en alternance, réservée aux étudiants, axée sur la synchronisation entre l'enseignement théorique et l'enseignement en milieu professionnel ;
- la formation continue ou la formation en alternance pour les personnes à la recherche d'un emploi.

### ***L'Ecole de l'Entreprise du GICAM***

Le GICAM a obtenu l'autorisation du Ministre de l'Enseignement Supérieur pour lancer le projet d'Institut Supérieur de formation en management : l'Ecole de l'Entreprise du GICAM (EEG). Cette initiative vise à répondre à : l'absence ou le mauvais fonctionnement de certaines institutions de formation aux métiers spécifiques ; la formation insuffisante en ressources humaines ; la normalisation et la qualité peu développées.

Le renforcement du capital humain qui fait partie des axes d'action privilégiés par les pouvoirs publics pour accélérer et consolider la croissance est également l'une des raisons d'être de ce projet inspiré dès le départ par les attentes exprimées par les entreprises adhérentes au GICAM en matière de formation.

L'Ecole de l'Entreprise du GICAM a pour mission d'améliorer la qualité du capital humain au sein des entreprises camerounaises, de former et accompagner dans le développement personnel et professionnel des femmes et des hommes à fort potentiel à travers :

- la formation continue, réservée aux salariés ayant été déjà formés dans une spécialité pour laquelle ils possèdent une qualification en vue d'un approfondissement des connaissances professionnelles ;
- L'Ecole fournit aux apprenants des formations qui les rendent capables de développer les performances des entreprises de toutes tailles par leur capacité d'innovation et leurs compétences.
- L'orientation de l'Ecole de l'entreprise sur l'apprentissage actif et l'alternance permet aux chefs d'entreprise :
- d'avoir une réponse par rapport aux compétences et savoirs qu'ils attendent des collaborateurs ;
- d'anticiper leurs besoins en personnel qualifié ;
- de disposer d'étudiants sélectionnés qui s'impliquent, au même titre que les salariés, dans le fonctionnement des entreprises ;
- d'embaucher les étudiants à la fin de leur formation.

### ***Coopération avec des Partenaires Techniques***

Le GICAM est membre de l'Organisation Internationale des Employeurs (OIE). Il bénéficie des programmes d'assistance technique tels que ceux du BIT. Le groupement a notamment reçu un appui technique et financier de ACT/

EMP et de l'EAT/BP Yaoundé pour l'organisation des sessions de formation des femmes entrepreneurs et d'évaluer leurs attentes pour ce qui est du rôle futur de l'organisation patronale dans cette thématique. Les apprenantes ont par la suite mis en place la Cameroon Women Entrepreneurs Network (CWEN). Par ailleurs, le GICAM s'est dotée d'une Commission « Entrepreneuriat féminin » chargée de promouvoir les femmes entrepreneurs au Cameroun. Ceci peut constituer une amorce pour la migration de l'informel vers le formel à travers la structuration des microentrepreneurs.

### ***Autres éléments de force***

Le groupement dispose d'un personnel qualifié et dévoué, volontaire et déterminé à mobiliser les acteurs économiques pour l'accélération de la croissance. L'intérêt de plus en plus croissant du GICAM pour les PME traduit dans sa politique par l'existence d'une commission dynamique dédiée à l'accompagnement des PME constitue une force indéniable pour la mise en œuvre de sa stratégie pour attirer les entreprises informelles vers lui, via la formalisation.

Par ailleurs, le GICAM étudie depuis quelques années, des projets de mise en place d'un Fonds de garantie Multi-métiers (FOGAMU) et d'un fonds d'investissement, qui contribueront assurément à la levée des contraintes de financement qui maintiennent certains promoteurs d'entreprises dans le secteur informel ou les amènent à informaliser une partie ou totalement leurs activités. Il est également partie prenante au projet de construction de deux centres de formation professionnelle sectoriels (CFPS) ; les Conventions y afférentes ont été signées

avec le Ministère de l'Emploi et de la Formation professionnelle (MINEFOP).

### **5.3.2 Analyse des atouts**

La stratégie pour le GICAM intervient dans un environnement favorable au niveau politique. En effet, le gouvernement camerounais a engagé des réformes importantes pour faciliter la création des entreprises. Le ministère camerounais des petites et moyennes entreprises, de l'économie sociale et de l'artisanat, est entre autres, chargé de l'élaboration et de la mise en œuvre d'une politique nationale de migration du secteur informel vers l'économie formelle, de la mise en cohérence, en liaison avec les partenaires et administrations concernées, des programmes en faveur de la migration des activités informelle.

La notoriété du GICAM prédispose ce groupement à développer des partenariats avec des entités qui opèrent dans l'accompagnement du secteur informel. Plusieurs organisations appuient des projets de structuration et d'accompagnement des acteurs informels telles que l'Organisation Néerlandaise de Développement, l'Institut Européen de Coopération et Développement, des administrations (ministères en charge des PME, en charge de l'agriculture, en charge de l'élevage et pêche, en charge de l'économie, en charge de l'autonomie économique des femmes, etc.), et certaines grandes entreprises

En outre, la volonté manifeste du GICAM d'ouvrir davantage l'adhésion aux TPE est une donnée considérable qui tend à soutenir la thèse d'un leadership solide pour la conduite d'un projet de formalisation des UPI.



### 5.3.3 Analyse des points faibles du GICAM

En rapport avec la thématique de la migration vers l'économie formelle, le groupement a une couverture géographique relativement insuffisante. En dehors des bureaux de Douala, le groupement dispose d'une Antenne à Yaoundé, et pas de présence dans les autres régions du pays. Dans un tel contexte, des milliers d'opérateurs du secteur informel ne pourront être atteints qu'au moyen d'importantes dépenses relatives aux déplacements vers les régions concernées.

Les ressources financières du GICAM peuvent s'avérer très limitées par rapport ses ambitions de contribution à la transition de l'économie informelle vers l'économie formelle. Les sources de financement du groupement sont composées des paiements des droits d'adhésion, des cotisations annuelles des membres, des produits des prestations aux membres, etc.

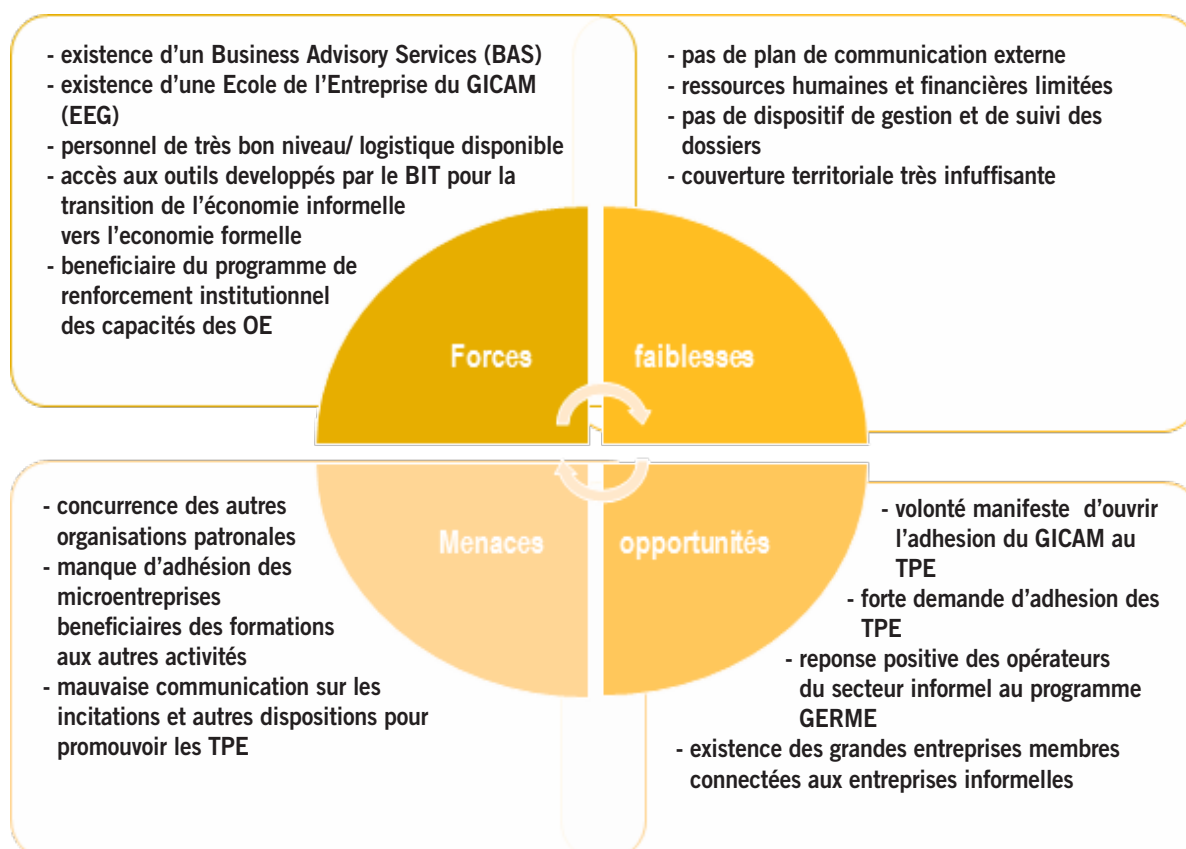
Une certaine frange des grandes entreprises peut ne pas percevoir l'importance du projet et hésiter à contribuer à sa mise en œuvre. Cette catégorie peut indifféremment concerner celles qui opèrent déjà en partenariat avec les informels ou informalisent des pans de leur activité, et celles qui n'ont aucun impact des activités informelles sur la croissance soutenue de leurs affaires.

### 5.3.4 Analyse des menaces

L'une des menaces importantes possibles porte sur le manque d'adhésion des organisations des acteurs du secteur informel. La concurrence est perceptible depuis quelques années dans le paysage des organisations patronales camerounaises. Cette concurrence pourrait induire à un certain horizon une relative contestation du leadership du GICAM dans la mesure où, les opérateurs informels enclins à la migration vers le formel se voient proposer plusieurs choix d'adhésion à l'une des organisations dans un contexte où certaines des concurrents ont clairement communiqué sur leur positionnement dans la catégorie des PME. Ce qui n'était pas le cas pour le GICAM jusqu'à des dates récentes. L'organisation ne s'est ouverte que récemment et les grandes entreprises sont plus représentées au sein des instances dirigeantes.

De l'analyse précédente, il en résulte que le GICAM jouit d'un environnement opportun et favorable à la mise en œuvre de la stratégie en matière de migration des UPI vers le secteur formel. De même, il dispose des forces importantes pour réaliser de manière satisfaisante cette stratégie. Toutefois, le GICAM présente quelques points de faiblesse qui pourraient mitiger l'impact de ses actions sur le terrain notamment sa non représentativité dans certaines régions du pays.

La synthèse de cette analyse est reprise dans le schéma suivant.



## 5.4 Orientations et Objectifs de la stratégie

### 5.4.1 Orientations

Les orientations stratégiques s'articulent autour la mobilisation de tous les acteurs pour l'accélération de la croissance. Cette option prend largement en compte les acteurs du secteur informel, qui contribuent à 50% à la richesse du pays; et tire sa substance du DSCE qui prescrit notamment « l'accompagnement des acteurs du secteur informel pour organiser leurs activités en très petites entreprises (TPE) à travers:

- (i) une réglementation souple sur la fiscalité;
- (ii) la facilitation de l'enregistrement administratif y compris la sécurité sociale;
- (iii) la formation dans le but d'aider ces acteurs à mieux suivre leurs activités par la tenue d'une comptabilité légère; et
- (iv) l'aide à l'installation et aux financements ».



Le secteur des Unités de Production Informelles sont perçues du côté du GICAM comme un réservoir de potentiels membres, dont l'accompagnement à la formalisation et leur adhésion permettra de renforcer sa contribution à l'atteinte des objectifs<sup>21</sup> nationaux assignés au secteur privé tels que la réalisation d'une croissance forte et durable.

### 5.4.2 Objectifs

L'**objectif global** de la stratégie est de permettre au GICAM de contribuer efficacement à la migration des acteurs du secteur informel vers le secteur formel. L'**objectif stratégique** est d'accroître la représentativité des Petites Entreprises (PE) et des Très Petites Entreprises (TPE) au sein du GICAM. Or, la majorité de ces TPE sont du secteur informel, ce qui impose une étape préalable qui est celle de la formalisation. Cette démarche s'inscrit dans une ambition globale dont le fil d'Ariane est la mobilisation des acteurs pour l'accélération de la croissance.

L'objectif stratégique ci-dessus se décline en **objectifs intermédiaires** qui sont :

- inciter les micro entreprises informelles à se formaliser ;
- attirer les microentreprises informelles vers le Club TPE du GICAM ;
- retenir durablement ces nouveaux adhérents dans le Club TPE du GICAM.

<sup>21</sup> Le DSCE considère le secteur privé comme le moteur de la croissance créatrice d'emplois décents. Cette considération forte interpelle au premier chef le GICAM, en tant que principale Organisation des Employeurs au Cameroun

### 5.4.3 Voies de connexion entre les OE et le secteur informel

Pour atteindre les objectifs sus mentionnés, le GICAM devra se rapprocher des UPI en fonction des critères de ciblage des futurs membres. Les organisations d'employeurs peuvent se connecter au secteur informel par plusieurs canaux.

- il y a un canal qui porte sur les grandes entreprises membres qui sont des acteurs clés des chaînes de valeurs où des regroupements des unités informelles sont des acteurs intervenant à un niveau donné de la filière notamment dans le maillon de l'approvisionnement en matières premières ou dans certaines prestations. De cette position, il y a une forte probabilité que celles-ci collaborent (cf. tab 12) déjà avec des Unités de Production Informelles.
- le partenariat avec les associations d'entreprises informelles constitue un autre canal que les OE peuvent envisager lorsqu'elles veulent développer des relations avec les UPI. Elles peuvent en effet, y faire passer des informations utiles pour les membres, en même temps qu'elles peuvent recevoir des arguments dans le sens de les amener à adhérer à l'OE. Les entretiens avec les quelques organisations d'UPI rencontrées tendent à confirmer un besoin de partenariat qui permettrait d'assurer l'accompagnement à la croissance des micro entreprises membres, la plupart de ces associations ne disposant pas des capacités pour répondre aux besoins en services.

- d'autres canaux sont à relever, il s'agit du développement des partenariats avec les Collectivités Territoriales Décentralisées (CTD) dans le cadre de leurs missions de promotion du secteur privé local ; et la collaboration avec les Etablissements de Microfinance (EMF), dans la perspective de l'enrôlement de leurs clients UPI dans les rangs de l'organisation patronale.

## 5.5 Proposition des axes stratégiques d'intervention pour le GICAM

### 5.5.1 Propositions des axes

Les axes stratégiques d'intervention du GICAM en faveur de la migration des UPI vers le secteur formel découlent d'une part, de l'état des lieux et du diagnostic élaborés dans les chapitres précédents et d'autre part, des expériences d'autres pays.

Les constats de terrain et la revue documentaire ont mis en exergue des obstacles criards liés à la formalisation des entreprises au Cameroun. Promouvoir le développement du secteur formel passe nécessairement par la levée de ces obstacles. Le GICAM, en tant que principale organisation d'employeurs, peut exercer un lobbying auprès du gouvernement en adressant des requêtes du secteur privé relatives notamment à la facilitation de création des entreprises formelles, à l'amélioration des conditions de leurs activités et aux procédures pour l'opérationnalisation des entreprises. Cette voie constitue le premier axe de cette stratégie et s'intitule : « **Plaidoyer du GICAM** ».

le deuxième chapitre a mis en exergue le fait que les facteurs socioculturels sont des éléments caractéristiques de la culture ou de l'histoire, qui expliquent en partie la prédominance de l'informel au Cameroun. De plus, la méconnaissance par les promoteurs d'UPI, des avantages/ bénéfices liés à la formalisation de leurs activités, explique aussi dans une certaine mesure le développement de l'informel au Cameroun. A cet effet, l'éducation, la sensibilisation et la communication, peuvent être des options à privilégier dans la présente stratégie. Tel le sens à donner au deuxième axe, qui s'intitule : « **Éducation/ sensibilisation/ communication des acteurs du secteur informel les opportunités de la migration vers le formel** »

Les expériences internationales ont permis de relever que pour promouvoir la migration vers le secteur formel, les organisations d'employeurs proposent en général des services d'appuis aux entreprises informelles, en vue de les inciter à la formalisation en les assurant de satisfaire durablement leurs besoins. L'offre de services à destination du secteur informel, doit répondre à leurs principaux besoins et soutenir durablement le développement de leurs activités. En se référant à l'état de lieux des contraintes et des besoins soulevés par les UPI au Cameroun, le GICAM pourrait également axer son intervention sur l'offre de services attractifs aux UPI/ les associations d'UPI, pour les encourager à migrer vers le secteur formel. Dans le même ordre d'idées, les services complémentaires devront être développés pour les amener à intégrer le Club TPE du GICAM. Tel est le sens du troisième axe stratégique qui s'intitule : « **Offre de services attractifs aux UPI, à leurs Coopératives et associations** ».



La revue des initiatives en matière de promotion du secteur formel au Cameroun a permis de relever que certains programmes d'appuis au secteur productif, contribuaient de manière incidente à la formalisation des entreprises informelles. En effet, dans bien de cas, l'entrepreneur informel qui souhaite bénéficier des appuis de ces programmes/projets, doit se constituer en entreprise formelle ou alors se mettre au côté d'autres microentreprises pour former une coopérative. La revue a également relevé la multitude d'initiatives d'appuis aux acteurs du secteur informel notamment dans la restructuration et le renforcement des capacités. En outre, l'introduction du statut de l'entrepreneur par le droit OHADA qui permet aux entrepreneurs individuels (artisans notamment) de s'enregistrer auprès des CTD, offre une opportunité au GICAM d'entrevoir des partenariats avec les municipalités du pays dans le sens de l'accompagnement des artisans après l'étape d'enregistrement. Le groupement exploiterait ainsi la proximité qu'ont les Communes avec les artisans de leur ressort territoriale, en vue de les attirer vers le Club. Ce dernier axe s'intitule : « **Mobilisation des partenariats** ».

### 5.5.2 Analyse des axes stratégiques

#### *Axe 1 : Développement des Plaidoyers*

Il s'agit pour le GICAM de développer des arguments à travers la production des évidences à présenter aux différentes parties concernées par la question de la migration du secteur informel au secteur formel. Les cibles de la plaidoirie sont le parlement, le gouvernement et les collectivités décentralisées.

A l'égard du gouvernement, le plaidoyer du Groupement ciblera des actions visant à assainir davantage l'environnement des affaires au niveau des différentes phases du cycle de vie des entreprises. A cet effet, la participation aux différents cadres de concertations public-privé, sa participation au niveau des conseils d'administration de certaines structures publiques stratégiques et l'existence des conventions avec certaines administrations seront des atouts à capitaliser pour passer des messages en faveur de la simplification des procédures administratives pendant les phases de création et d'opérationnalisation des entreprises.

Ce qui peut se faire en soutenant l'idée de l'extension de l'implantation des guichets uniques de création d'entreprises dans les départements ou les communes, ou de l'exonération des taxes communales au cours des premières années suivant la migration des UPI.

Le plaidoyer devra également aller dans le sens de l'application effective des réformes adoptées aux bénéfices du secteur privé, en s'appuyant par exemple sur des témoignages des entrepreneurs sous forme de produits d'information divers (audiovisuels, plaquettes, notes synthétiques, etc.).

Au parlement, le GICAM pourrait exercer un lobbying pour l'application effective des lois et réglementations à caractère économique telles que la loi régissant l'activité commerciale, et l'initiation de nouvelles dispositions législatives qui peuvent avoir une portée positive pour la communauté des affaires à l'instar de la résolution de la question des délais

de paiement au PME. Les commissions spécialisées (économique, finances, etc.) du parlement pourront être les premiers interlocuteurs du groupement à ce propos.

## *Axe 2 : Education/ sensibilisation/ communication*

L'éducation, la sensibilisation et la communication sont nécessaires dans une stratégie de transition de l'économie informelle vers l'économie formelle pour permettre de passer des messages suffisamment attractifs et susceptibles d'entraîner un mouvement important vers la formalisation. L'idée de base de cet axe stratégique est de montrer aux UPI et leurs associations que les avantages potentiels de la formalisation sont importants pour elles, en les sensibilisant sur les bénéfices nets qu'ils gagneraient en migrant vers le secteur formel.

Il s'agit donc de mener des actions visant à vaincre la perception négative qu'ont la majorité des UPI de la formalisation, à travers une offre de service d'information pertinente. En effet, les différentes UPI rencontrées ont exprimé une forte réticence à aller vers la formalisation de leurs activités. Cette réticence est essentiellement motivée par le poids réel ou supposé de la fiscalité, mais également par deux autres facteurs récurrents: le manque de confiance dans une administration publique considérée par une masse importante d'entrepreneurs informels comme globalement corrompue et la crainte de sa liberté d'action du fait d'une régulation administrative parfois lourde et contraignante.

L'objectif de cet axe est d'éduquer et de sensibiliser les opérateurs du secteur informel sur les avantages de la formalisation ; et communiquer suffisamment sur les procédures et étapes nécessaires à cet effet ; et enfin, informer de l'option prise par le Groupement d'ouvrir l'adhésion aux TPE.

Pour cela, le GICAM devra élaborer un ensemble de produits de communication. Il s'agira entre autres produits, des fiches d'information sur les avantages de migrer dans le secteur formel, et les limitations pour les entrepreneurs de continuer à demeurer dans le secteur informel.

Dans cet ordre, une campagne de sensibilisation pourrait être organisée à travers des émissions radios/ télévisions, sites web, journaux, médias sociaux, tenue des journées sur le secteur informel dans les différentes régions du pays avec des objectifs précis de faire participer les opérateurs informels aux activités ciblées du GICAM, et faire connaître les coûts de l'informalisation pour les unités informelles. Ces campagnes seront menées en collaboration avec les réseaux et organisations des unités de production informelles.

Il est attendu comme résultats que les opérateurs du secteur informel soient suffisamment informés des offres de services du GICAM, aient connaissance de l'existence du Club des TPE-GICAM, et connaissent les avantages d'opérer dans le secteur formel. Tout ceci devrait se traduire par une augmentation de la demande des services et d'adhésion au GICAM.



### *Axe 3 : Développement des services d'appuis aux entreprises informelles (en vue de les inciter à la formalisation et de satisfaire durablement leurs besoins)*

Le succès d'une stratégie destinée à attirer et faire migrer les entreprises du secteur informel vers le secteur formel en se plaçant du côté des OE, passe également par une offre de services répondant aux besoins exprimés par le secteur informel et qui soutiendra le développement de leurs activités. Comme les opérateurs de ce secteur ont généralement des ressources financières limitées qui ne peuvent les permettre d'accéder aux services au prix du marché, il sera question pour le GICAM de le faire à un prix moindre et encourager en retour les bénéficiaires à migrer vers le secteur informel et intégrer l'OE.

L'analyse des caractéristiques a révélé une très forte hétérogénéité des unités du secteur informel, ce qui invite à adresser les réponses aux contraintes et besoins suivant les groupes considérés. Le champ de services à offrir devra varier en fonction des caractéristiques spécifiques des UPI. Par exemple, les UPI qui ont des besoins en termes d'accomplissement des procédures pour se formaliser seront traitées différemment que celles ayant un degré d'informalité très faible, c'est-à-dire disposant déjà d'une carte de contribuable/régime d'imposition/enregistrement auprès d'une administration locale.

Cet axe stratégique est soutenu par les objectifs spécifiques que sont :

### ***Encourager/inciter les UPI ou les regroupements des UPI à participer aux activités de l'OE et d'accéder aux services***

Il s'agira entre autres d'accompagner les plus petites UPI à s'organiser en associations et les donner ensuite la possibilité de prendre part aux activités du GICAM telles que les séances d'information, les conférences, les diner-débat<sup>22</sup>, l'espace ou la location d'équipement. Les entreprises informelles pourraient s'informer sur la législation régissant les relations entre les employeurs et l'Etat, et entre les employés et les employeurs. Elles s'imprégneraient de la démarche pour la respecter ou se conformer, et recevoir des services en gestion administrative de la paie et d'assistance dans la préparation des dossiers pour réunir les documents nécessaires à l'enregistrement et dans l'accomplissement des démarches de formalisation et des obligations fiscales. Ceci peut se faire via des prix réduits ou des programmes financés par les partenaires.

### ***Renforcer les capacités des UPI en gestion d'entreprises***

Cela peut se faire à travers des sessions de formation sur des thématiques critiques pour le développement des UPI et la formalisation. Il s'agit d'offrir des formations individuelles à la gestion d'entreprise, comprenant notamment des notions de la comptabilité, du marketing, de l'amélioration de la productivité, etc. le Groupement pourrait envisager les

<sup>22</sup> Des sujets spécifiques sur la transition de l'économie informelle vers l'économie formelle doivent être organisés en collaboration avec les associations des unités informelles

possibilités de mise en place des Centres de Gestions Agréées et des incubateurs d'entreprises.

### ***Faciliter l'accès des UPI aux marchés***

Selon l'INS (2010), l'accès à des commandes était le premier type d'aides exprimé par les UPI, et le manque de clientèle la deuxième principale difficulté entravant le développement des microentreprises informelles. Le GICAM pourrait envisager plusieurs options d'interventions non exclusives. S'agissant des marchés publics, conformément à la législation nationale, y compris la législation du travail, l'on peut dispenser des formations et des conseils sur la participation aux appels d'offres publics concomitamment aux actions de plaidoiries visant à réserver des quotas de ces marchés à des *UPI formalisées au cours des cinq dernières années* et à un plus grand ajustement des procédures au volume du marché.

Des séances d'informations sur un extrait des journaux des projets publics ainsi que des rencontres entre les responsables des projets nécessitant de la sous-traitance pourraient être organisées à l'intention des microentreprises en tenant compte du caractère sectoriel. S'agissant des autres marchés à accès relativement plus libre, *un observatoire des marchés peut être mise en place permettant de centraliser/réaliser des études sur les opportunités commerciales, donner l'occasion aux TPE d'accéder à des informations économiques* ; l'on peut également envisager l'organisation des rencontres de mise en relations entre les TPE, et entre elles et les Grandes Entreprises, la

création d'un marché virtuel numérique permettant de faciliter les rencontres entre les offreurs et demandeurs des biens et services ; de connecter les organisations sectorielles des TPE à la Bourse de Sous-traitance et d'apporter une formation sur les techniques marketing et de vente.

### ***Faciliter l'accès des UPI aux services financiers***

Le manque de financement a été relevé comme la première difficulté pouvant freiner l'expansion des TPE et la deuxième sollicitation des TPE (INS, 2010). Aussi, le GICAM devra offrir des services permettant aux futurs membres du Club TPE de pouvoir accéder au capital. Cela peut se faire de plusieurs manières dont :

- la mise en place d'un fonds d'investissements en identifiant des contributeurs membres du groupement pour le financement des UPI agricoles, qui se formaliseraient en retour. A coupler avec une formation des acteurs bénéficiaires au sein du CGA/BAS/Incubateur notamment ; -
- l'initiation d'un programme conjoint (GICAM, BCE PME, BIT, etc.) pour faciliter l'accès au crédit. Les partenaires au développement et/ou l'Etat, pouvant intervenir pour garantir une partie de l'emprunt. Cette action devra être couplée à la formation et le suivi des entrepreneurs bénéficiaires. Un consultant pourrait être identifié pour l'accompagnement de l'exercice ;
- l'information sur les différentes sources de financement ;



- la collaboration avec les EMF pour aider les microentreprises informelles à accéder au crédit en couplant à des formations en gestion d'entreprises, en aptitude à tenir un journal de caisse/comptabilité, et en les apportant une assistance dans la démarche vers la formalisation.

### ***Faciliter l'accès des TPE/PE aux technologies***

Il est question d'encourager les TPE à recevoir des stagiaires ressortissants des écoles d'ingénieurs éventuellement dans le cadre de leurs travaux académiques, pour les aider à améliorer leurs processus de production. Ceci peut déboucher sur des mini-projets touchant un large éventail d'activités telles que la transformation du bois, les agroalimentaires (boulangeries, production des jus, ...), le transport, l'élevage et la chimie. Une collaboration entre le GICAM et les écoles spécialisées (ENSIAAC, polytechnique, IUT, École d'Hôtellerie et de Tourisme, Centres de formation du bois, etc.) via des partenariats avec l'Etat ou ses démembrements (FNE, APME, etc.).

### ***Faciliter l'accès des TPE/PE aux équipements modernes***

La plupart des TPE/PE ont des difficultés criardes d'accès aux outils de production moderne. La mise en relation de cette catégorie d'entrepreneurs avec les grands fournisseurs d'équipements, membres du GICAM, permettrait, au moyen du leasing par exemple, aux microentreprises de moderniser leur appareil de production.

### ***Axe 4: Mobilisation des partenariats***

Dans la quête de l'amélioration de la représentativité des TPE au sein d'une OE comme le GICAM, il est intéressant d'envisager des partenariats avec certains acteurs qui sont en contact direct avec le secteur informel. En effet, via de telles collaborations, le groupement peut atteindre une population assez variée de potentiels membres. La démarche devra varier suivant le type de partenaires (grandes entreprises membres, programmes/projets d'appui au secteur productif, EMF, partenaires au développement, collectivités territoriales décentralisées, etc.) et la sous-population des UPI concernée.

L'objectif est de développer des partenariats divers pour amener les UPI clientes de certaines initiatives/fournisseurs à s'intéresser aux services du GICAM et à se formaliser par la suite. Ces partenariats visent dans certains cas la structuration des acteurs dans une formule gagnante-gagnante. C'est par exemple le cas des CTD (avec des possibilités de promotion des coopératives et autres entreprises d'économie sociale) ou des EMF (à travers un couplage des formations appropriées à l'offre de crédits). Plusieurs partenariats pourront ainsi envisager. Ci-après sont présentés et analysés les propositions.

### ***Partenariats avec les programmes et projets d'appui au secteur productif***

L'ensemble des initiatives à travers des programmes/projets présentés au (chapitre 4) seraient davantage porteurs d'évolution qualitative et quantitative en terme de hausse des productivités globales et des emplois décents. Bon

nombre d'unités économiques qui sont attirées vers le formel pour pouvoir bénéficier des programmes arrêtent souvent leurs activités dès la clôture du projet. Des services d'accompagnement appropriés à ces opérateurs permettraient à celles-ci de pouvoir s'accroître et se maintenir dans le secteur moderne. Le GICAM pourrait se positionner sur ce segment pour assurer un encadrement en réponse à cette préoccupation afin de limiter la disparition ou le retour dans le secteur informel. Beaucoup de ces programmes/projets relèvent du secteur agricole où des coopératives et des véritables entrepreneurs agricoles peuvent émerger.

Parallèlement, le GICAM pourrait œuvrer pour un changement dans l'approche de certains programmes/projets d'appui au secteur productif via des exigences que les bénéficiaires, en échange de l'assistance qu'ils reçoivent, évoluent progressivement vers la formalisation. Des offres de services d'accompagnement vers la formalisation pourront alors être développées par le groupement en direction de ces derniers.

### ***Partenariat avec les Collectivités Territoriales Décentralisées***

Les politiques de décentralisation sont en cours de mise en œuvre depuis quelques années au Cameroun et des compétences sont progressivement transférées aux Collectivités Territoriales Décentralisées (CTD). Mais, il n'est pas certain que les CTD, plus proches des entreprises du secteur informel, soient capables d'assumer ses compétences supplémentaires et qu'elles connaissent et/ou sont conscientes de leurs différents besoins. L'OE pourrait intervenir au travers d'un partenariat avec les CTD

pour apporter leurs concours ou négocier des soutiens à des programmes de renforcement de capacités des autorités locales dans le développement des services aux micros entreprises pour leur croissance et leur formalisation.

Dans cette démarche, il importera de faire comprendre aux autorités locales que l'approche est porteuse d'augmentation future des ressources propres des municipalités afin que celles-ci ne perçoivent pas les entreprises informelles uniquement sous le prisme d'une source de revenus, mais également et surtout comme des acteurs susceptibles d'être mobilisés pour le développement économique local.

Par ailleurs, adressant la problématique de la migration des UPI vers le secteur formel, l'OHADA a introduit en 2010 le statut de l'entrepreneur pour offrir un statut simplifié aux micros et petites entreprises informelles. Suivant l'acte uniforme OHADA, l'entrepreneur est un(e) entrepreneur(e) individuel(le) en devenir, personne physique qui mène une activité commerciale, mais ne dispose pas d'un fonds de commerce consistant et a un chiffre d'affaires faible. Ces caractéristiques les excluaient de la classification dans l'une des catégories juridiques classiques prévues par le droit OHADA. Au Cameroun, en attendant les textes internalisant cette réforme communautaire, des registres sont ouverts dans les bureaux communaux pour l'enregistrement à ce statut. Il y a là une possibilité de proposer des services d'accompagnement à ses acteurs économiques au moment de leurs enregistrements. Une collaboration entre les OE et les Communes peut ainsi contribuer à la migration.



Cette démarche permet d'accompagner une structuration par branche d'activités des opérateurs informels qui recevront ensuite des formations appropriées. Le GICAM pourrait initier et accompagner l'émergence des associations ou coopératives des artisans de la confection textile, ou des coiffeurs ou des prestataires de services de transport par motocycles.

Pour ce faire, il serait intéressant d'envisager des études évaluatives de la capacité des CTD à mettre en œuvre des mesures visant à réduire les obstacles à la formalisation et à l'amélioration des performances des micro entreprises, de manière à dégager des mesures pour combler l'écart entre les politiques décidées au niveau national et les capacités au niveau local.

### ***Partenariat avec les Etablissements de Microfinance (EMF)***

L'un des enseignements tirés des expériences internationales en matière de transition de l'économie informelle vers l'économie formelle est la considération des EMF comme un outil utilisable pour faciliter la formalisation. En effet, il est largement partagé que pour se stabiliser et se développer, les TPE et les PE doivent avoir accès à la fois au financement et aux services pour le développement des entreprises. Aussi, une aide pour l'accès à une palette de services au profit des clients des EMF peut leur être proposée.

Un partenariat entre le GICAM et un pool de microfinances membres ou non du groupement avec l'appui technique de l'Association Nationale des Établissements de Microcrédits du Cameroun (ANEMCAM) pourrait être envisagé à cette fin. La formalisation des UPI clientes des EMF, consistera

pour le GICAM à leur offrir des services de formation leur permettant d'améliorer leurs performances, ce qui pourrait réduire le défaut de remboursement. Les partenariats devront indiquer clairement les avantages des EMF à être parties prenantes et déclinier un plan d'accompagnement, post obtention des microcrédits ou crédit.

Dans un autre sens, le GICAM pourrait aider les UPI en quête de micro financement en les aidant<sup>23</sup> à préparer leurs dossiers de prêt, à élaborer des business plans, à obtenir des permis professionnels, à préparer des nantissements (par exemple, titre foncier). L'accompagnement s'étendrait également aux conseils et appuis pour l'accès aux marchés. A cet effet, un score pourrait être attribué à chaque micro entreprise ayant participé aux formations en gestion d'entreprise du Groupement, en vue de faciliter la décision d'offre de crédit au niveau des EMF partenaires.

### ***Partenariat avec les organisations du secteur informel***

Le GICAM gagnerait à développer davantage des partenariats avec les organisations du secteur informel. Ces partenariats permettront de mieux comprendre le secteur informel et de pouvoir travailler à elles pour passer des messages en faveur la formalisation, et d'atteindre des cibles souhaitées pour une offre de services attractives. Plusieurs associations du secteur informel rencontrées se sont montrées ouvertes à ce type de partenariat. Parmi les associations des UPI, l'on notera la

<sup>23</sup> Cette démarche est proche de celle qui a été développée en Indonésie par SWISSCONTACT en coopération avec une banque locale (Bank Indonesia) (

Confédération Nationale des Artisans du Cameroun, l'Association Nationale des Opérateurs du Secteur Informel pour la Lutte contre la Pauvreté (ANOSPIL), l'association GIC AFATEX, le SYCODEW (Syndicat des Commerçants du Wouri).

### ***Partenariat avec les grandes entreprises acteurs principaux des chaînes de valeurs***

Des grandes entreprises formelles entretiennent des relations<sup>24</sup> d'affaires avec les entreprises informelles, en particulier, celles qui sont des détenteurs d'enjeux au sein de certaines filières agricoles. Selon le BIT, certaines entreprises multinationales prennent également de plus en plus de mesures via les accords-cadres avec les syndicats mondiaux, via les initiatives de responsabilité sociale, les partenariats avec les initiatives éthiques ou équitables, afin d'assurer la transparence et le travail décent sur leurs chaînes logistiques. Les OE peuvent saisir ces occasions pour promouvoir la formalisation à travers des entreprises/associations membres qui, à leur tour, conditionnerait la collaboration d'affaires avec les UPI par la nécessité d'effectuer la transition vers le secteur formel à titre individuel ou via des regroupements le cas échéant.

Des expériences de relations d'affaires entre les entreprises multinationales ou locales et les UPI sont légions dans la plupart des pays où le secteur informel est prédominant. Au Cameroun par exemple, Le Groupe italien FERRERO, qui opère dans la transformation du cacao entretient des liens avec un réseau des producteurs

fournisseurs de matière premières (cacao), et contribue à l'amélioration de la qualité de leur produit par des formations pour l'adoption des bonnes pratiques en matière de traitement et de séchage du cacao. Le GICAM disposant en son sein des grandes entreprises du pays, ce schéma pourrait se mettre en place avec la collaboration desdites entreprises.

L'on pourrait bien envisager un schéma où un gros importateur des automobiles ou motocycles, membre du GICAM interviennent comme un pont pour la migration des opérateurs/transporteurs via la structuration de ces derniers en associations. A ces acteurs informels constitués en association, une offre de services tels que la facilitation de l'accès aux équipements (acquisition des motocycles par exemple) à travers le leasing peut les être proposé en échange de leur adhésion à une association<sup>25</sup> dont les membres recevront par la suite d'autres services dans le cadre des activités de formation du GICAM. Les associations ainsi créées seront incitées par les grandes entreprises partenaires à adhérer au Club des TPE du GICAM.

### ***Partenariat avec des partenaires au développement***

Plusieurs organisations internationales gouvernementales ou non, interviennent dans la promotion du secteur privé au Cameroun. Certaines développent des projets avec pour cibles principales les unités du secteur informel.

L'Institut Européen de Coopération et Développement (IECD) est un organisme français d'aide au développement qui

24 L'entreprise agroindustrielle SODECOTON entretient des relations étroites avec les petits producteurs de coton dans le nord-Cameroun via notamment des financements des campagnes agricoles et les rachats des productions.

25 On pourrait voir naître formellement des associations des transporteurs par mototaxis au sein d'une commune par exemple

opère au Cameroun au travers de plusieurs programmes, dans l'appui aux très petits entreprises, d'incubation d'entreprises agroalimentaires et de renforcement des filières maraichères notamment. Il a lancé ces dernières années : un projet de structuration des filières maraichères, - un projet d'incubateur de petites et moyennes entreprises dans le secteur agroalimentaire et -un programme d'appui aux TPE. Les bénéficiaires directs de tous ces projets sont des acteurs du secteur informel. Le GICAM pourrait ainsi, dans un partenariat avec cette organisation et selon le projet, se positionner sur les segments d'offre de services qu'elle ne fournit pas. Le groupement devra en outre faire valoir dans ce cadre des arguments pour que les actions visant à améliorer la situation des microentrepreneurs informels ne réduisent pas les incitations à intégrer l'économie formelle.

Lancé au Cameroun au début de la décennie 2000, le Programme d'appui aux TPE vise à former et accompagner des micros et petits entrepreneurs urbains, de tous secteurs d'activité, leur permettant de renforcer leurs compétences en gestion, et consolider ou développer leur activité professionnelle. Dans le cadre ce programme, l'IECD accompagne son partenaire local dans la pérennisation de cinq Centres de Gestion et de Services (centres où ont lieu les formations ainsi que les autres activités développées pour les entrepreneurs) et le déploiement de nouvelles offres de formation aux entreprises. Plusieurs bénéficiaires de ce programme ont indiqué des ambitions de voir leurs microentreprises s'agrandir<sup>26</sup>. Ces ambitions manifestées peuvent être

le point de départ d'une intervention du GICAM à travers notamment des propositions des options de regroupement ou par une offre de services qui pourrait les permettre d'accroître leurs activités.

Le projet de structuration des filières maraichères, démarré en 2014, a pour objectif de contribuer à l'amélioration des conditions de vie des producteurs agricoles de la région de l'Ouest Cameroun par la mise en place d'une filière végétale. Pour cela, le projet développe une approche s'appuyant simultanément sur des activités d'ordre commercial, technique (formation/ accompagnement des différents acteurs des filières: producteurs, transporteurs, vanniers, transformateurs...) et social (soutien à l'école primaire locale). Les regroupements des acteurs peuvent recevoir divers offres de services d'accompagnement du GICAM à l'instar des mises en relations, soutien à l'obtention de financement, etc.

D'autres initiatives sont portées par des organisations de développement avec lesquelles des partenariats sont envisageables telles que la GIZ (Coopération Internationale Allemande) qui met en œuvre plusieurs programmes dont le Programme d'Appui à la Décentralisation et au Développement Local (PADDL), le Programme d'appui aux cacaoculteurs appelé « Sustainable Cocoa Business »<sup>27</sup> et le Programme «

<sup>27</sup> Ce programme, démarré en 2009, couvre les régions du Centre, du Sud et du Sud-Ouest du Cameroun. À juin 2013, 32 562 producteurs de cacao avaient été formés dont 25% de femmes. Ces derniers opèrent déjà en véritables entrepreneurs agricoles. Ces producteurs ont notamment appris à ouvrir des comptes bancaires ; à planifier la production ; à enregistrer les dépenses et les recettes ; à mesurer la superficie de leurs exploitations.

<sup>26</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=eNYOS1lyTEM>

Promotion des Initiatives Locales » (PIL). Il y a également le programme « Métiers-Cameroun » financé par la coopération française et le Programme « Projet d'appui aux artisans du secteur non structuré de la ville de Yaoundé » (PAASSY) du COOPI (Cooperazione Internazionale) financé par une ONG italienne.

### 5.5.3 Considérations clés pour la mise en œuvre de la stratégie

Il est nécessaire de relever quelques considérations clés pour la mise en œuvre de la stratégie. En premier lieu, il y a lieu de lui donner un phasage à travers l'élaboration des plans d'actions pluriannuels. Le premier plan pourra couvrir la période 2017-2019 qui correspond au reste de la période de mise en œuvre de la stratégie pour la croissance et l'emploi. Secundo, il y a lieu de conjecturer à priori sur les potentiels UPI sur lesquelles les premières actions se concentreraient.

#### 5.5.3.1 Potentiels UPI cibles de la stratégie

Le secteur informel non agricole camerounais est composé de plus de 2,5 millions d'UPI en 2009 (EESI, 2010). Ce chiffre est probablement plus élevé en 2016. L'essentiel des acteurs du secteur agricole opère dans le secteur informel.

L'analyse des caractéristiques des UPI au Cameroun a permis de mettre en exergue celles qui ont une forte propension à migrer vers le secteur formel. Le ciblage pourrait s'appesantir sur les UPI présentant ces caractéristiques afin d'optimiser le déploiement du GICAM.

Dans cette optique, l'on pourrait privilégier les TPE ayant déjà sollicité une adhésion au GICAM. Ces dernières

sont certainement plus convaincues que les gains nets encourus dans le secteur formel. Il s'agira d'encourager et d'accompagner celles qui ont des chiffres d'affaires inférieur à 50 millions à structurer en associations des opérateurs d'un même secteur d'activité, d'une même filière ou d'un même corps de métiers. Pour celles qui ont un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions, en fonction du caractère licite ou légal de leur activité, elles devront être admises au club TPE.

De même, le ciblage devrait prioritairement toucher les femmes entrepreneurs formées dans le cadre du Programme « Gérez Mieux Votre Entreprise » (GERME). Celles-ci, représentent plus de la moitié de la population camerounaise et 54,4% des chefs d'UPI. Ce qui permettrait d'exploiter le fort potentiel d'entrepreneuriat dans la sous population des femmes.

En s'appuyant sur les fichiers des opérateurs informels (individuels ou constitués en associations / coopératives) ayant bénéficié ou bénéficiaires des programme/projets étatiques ou des partenaires au développement, le GICAM pourrait inciter lesdits opérateurs à migrer vers le secteur formel. Car le fait que ces opérateurs ont entretenu des relations étroites avec des entités publiques, les rendraient plus favorable à une perspective de migration vers le secteur formel.

Aussi, d'autres cibles sont à privilégier notamment, les entreprises ayant bénéficié du guichet « initiative-jeunes », les promoteurs d'entreprises informelles clients des EMF qui répondront favorablement à un partenariat avec le GICAM.



Enfin, les UPI présentant les caractéristiques ci-après devront également être ciblées : (i) celles exerçant leur activité au sein d'un local adapté ; (ii) celles dont la taille est d'au moins trois employés et ; celles qui adhèrent à une association professionnelle.

#### **Encadré 4 : Bref aperçu du programme GERME**

Germe est un programme de formation basé sur des matériels à l'intention des entrepreneurs qui souhaitent améliorer les méthodes de gestion de leur entreprise. La formation est modulaire afin de satisfaire les besoins spécifiques des groupes cibles. Germe est basé sur des méthodologies avancées de formation des adultes. L'objectif de la formation Germe est de permettre aux chefs de micro et de petites entreprises de mettre en place un système de base de gestion d'entreprise. A la fin de la formation, ces entrepreneurs seront à même d'adopter des méthodes standard d'approvisionnement, de gestion de stock, de comptabilité, de calcul de coûts, de planification financière et de marketing et des méthodes pour accroître la productivité grâce à des pratiques améliorées sur le lieu de travail.

La formation Germe est donnée aux hommes et femmes chefs de micro et petites entreprises ayant au maximum dix employés. Pour bénéficier de la formation Germe, ces entrepreneurs doivent être à même de lire et d'écrire. En outre, ils doivent avoir une expérience d'au moins six mois en matière de gestion de micro entreprise avant la formation. La formation Germe est conçue aussi bien pour les hommes que pour les femmes en zones rurale comme urbaine, qu'ils soient jeunes ou d'un certain âge. La formation Germe est conçue pour aider les chefs de micro et petites entreprises à :

- Commercialiser les produits avec plus d'efficacité ;
- Mettre en place des procédures d'approvisionnement ;
- Mettre en place un système de gestion de stock ;
- Faire un plan des ventes et des coûts, et de la trésorerie produire des bilans et estimer les bénéfices et pertes ;
- Estimer les coûts des biens et services ;
- Assurer la comptabilité ;
- Accroître la productivité grâce à des pratiques améliorées sur le lieu du travail.

Les matériels de formation Germe comprennent sept manuels Germe. De plus, différentes régions ont fait des adaptations par rapport à des secteurs tels que la construction, la pêche et l'agriculture. Elles ont également ajouté des modules pertinents comme des Fiches d'Information au VIH/SIDA en Afrique. Les manuels Germe sont utilisés lors des formations et servent de documents de référence aux entrepreneurs après la formation. Chaque manuel est consacré à un concept de base en gestion d'entreprise et explique étape par étape comment mettre en place des procédures systématiques de gestion. Des explications sont données dans un langage facile à comprendre ; de nombreuses illustrations sont utilisées pour expliquer les concepts et les solutions de manière aussi claire que possible. Des exercices et exemples pertinents sont des éléments importants du manuel et permettent au lecteur d'appliquer immédiatement les acquis théoriques et de compléter étape par étape la section correspondante dans le livret de plan d'affaire. Il y a également un jeu d'entreprise GERME/SIYB. Ce jeu d'entreprise GERME/SIYB permet aux entrepreneurs potentiels de simuler une petite entreprise. Cette version avancée du jeu permet aux entrepreneurs d'expérimenter les défis liés à la

#### 5.5.3.2 Stratégie d'implémentation

Pour le succès de la stratégie, il importe d'élaborer le chemin critique à suivre. Pour cela, un plan d'actions est proposé. Celui-ci, qui porte sur la période 2017-2019, décline les différentes actions et activités dont la mise en œuvre devra permettre d'atteindre les objectifs de la stratégie. Ce plan d'actions fixe des objectifs chiffrés et propose des indicateurs de suivi et d'évaluation.

Pour ce qui est des partenariats, il conviendra de procéder à un recensement des différentes entités avec lesquelles des collaborations sont envisageables, et engager ensuite des échanges à cet effet. D'ores et déjà, l'administration en charge du secteur informel serait disposée à la collaboration, de même que certains projets tels que le PIDMA et des organisations du secteur informel à l'instar de GIC AFATEX et SYCODEW. Au niveau des administrations locales,

une plateforme de collaboration avec la l'Association des Communes et Villes Unies du Cameroun (CVUC) devra être sollicitée en vue du démarrage des activités dans certaines communes pilotes.

Pour certains services de formation tels que l'amélioration de la productivité, un appel à manifestation d'intérêt devra être lancé pour sélectionner les participants. La sélection devra être basée sur des critères précis validés par une équipe mise en place le GICAM, éventuellement en partenariat avec d'autres entités (administrations publiques centrales ou locales).

Dans la mise en œuvre de la stratégie, le GICAM devra faire appel à une assistance technique composée essentiellement des missions de court terme pour des petites études d'approfondissement et des interventions en accompagnement à certaines activités. De plus, il est



impératif de designer/recruter un responsable chargé exclusivement du suivi de la mise en œuvre des plans d'actions qui découleront de la stratégie. Le mandat de ce dernier consistera entre autres, à assurer le secrétariat technique du Comité de pilotage de la stratégie, à mettre en place, à affiner les critères d'éligibilité des microentreprises au Club des TPE du GICAM, à identifier les UPI devant bénéficier des services d'accompagnement à la formalisation et de développement, de préparer les documents de négociations dans le cadre de la recherche de partenariats, de l'identification des formateurs et experts nécessaires pour l'accomplissement des tâches spécifiques et le suivi des activités du plan. Il devra rendre compte à l'exécutif du GICAM.

Le *responsable du secteur informel* à recruter devrait avoir effectué au minimum quatre années de formation universitaire ou dans une grande école sanctionnée par un diplôme dans le domaine de la gestion d'entreprises, de l'économie, de la finance ou dans tout autre domaine connexe. Il doit justifier d'une parfaite connaissance de la problématique de la transition de l'économie informelle vers l'économie formelle, d'une bonne connaissance des organisations intermédiaires du secteur privé, des qualités avérées en matière de facilitation des rencontres et concertations, d'une bonne connaissance des problèmes des micro et petites entreprises et des politiques de développement des entreprises, d'une bonne connaissance des mécanismes de dialogue public-privé, et démontrer des capacités à travailler avec les organisations de la société civile.

Le Comité de Pilotage (COPIL) de la mise en œuvre de la stratégie pourrait avoir une configuration tripartite et composer du GICAM, du secteur public et des organisations du secteur informel. Il est proposé que sa présidence soit assurée par le Président du GICAM, et composé de 10 membres dont trois représentants des administrations publiques (MINPMEESA, MINEPAT, MINADER), quatre représentants du GICAM (les présidents des commissions pertinentes, le Secrétaire Exécutif), trois représentants des organisations du secteur informel (une à vocation agricole, le PLANOPAC, et une à vocation non agricole, la Confédération Nationale des Artisans du Cameroun). Le COPIL devra tenir au moins une réunion par semestre.

Le président du COPIL devra avoir toute la latitude d'inviter toute autre personne (représentants des bailleurs de fonds de la stratégie par exemple) à participer aux réunions du Comité de pilotage. Ce COPIL sera soutenu par un comité technique interne au GICAM composé de tous les départements opérationnels du groupement et coordonner par le Secrétaire Exécutif. Ce comité devra se réunir au moins une fois par mois pour entre autres faire le point sur l'état d'avancement de la mise en œuvre de la stratégie.

## Chapitre 6 : Proposition d'un plan d'actions

L'objectif visé dans ce chapitre est d'établir un plan d'actions en relation avec la stratégie élaborée au chapitre précédent. Il précise les objectifs, la cible, la durée de mise en œuvre, les indicateurs de chaque activité. Par ailleurs, ce plan d'actions prend en compte le caractère hétérogène du secteur informel et discute des hypothèses et risques attachées à son implémentation.

### 6.1 Objectifs du plan d'actions

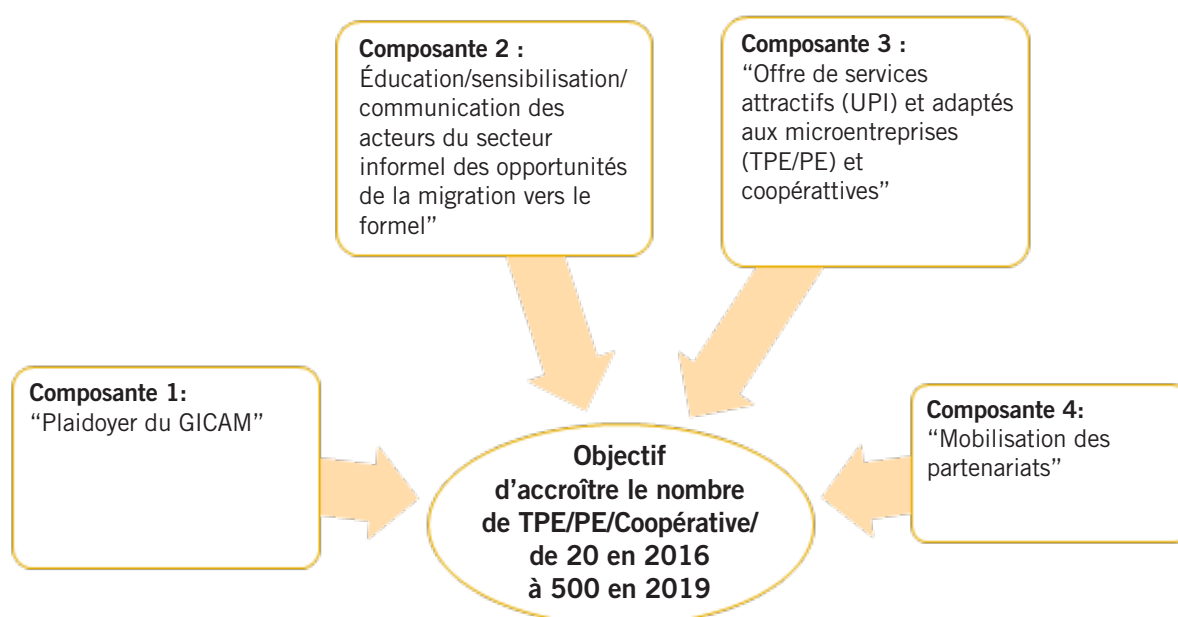
Le plan d'actions proposé vise à accroître la représentativité des associations des TPE/PE/coopératives au sein du GICAM pour la faire passer de 20 en 2016 à 500 en 2019. Sur le plan sectoriel, la répartition envisagée se compose ainsi qu'il suit : Primaire 30%, Industrie 40%, Tertiaire 20% et Associations (10%). L'approche genre devra être considérée compte tenu de l'importance des femmes

parmi les chefs d'entreprises dans le secteur informel. En ce qui concerne la programmation, les objectifs d'attrait des TPE/PE/Coopératives au sein du GICAM sont respectivement de 100, 200, et 200 respectivement en 2017, 2018 et 2019.

En s'ouvrant ainsi au TPE/PE/Coopératives, la mise en œuvre satisfaisante de ce plan permettra assurément au GICAM de conforter sa position de leader dans l'écosystème des organisations patronales au Cameroun. Pour y parvenir, un moyen d'actions regroupées en composantes a été identifié.

### 6.2 Composantes du plan d'actions

Conformément aux axes stratégiques déclinés dans le chapitre précédent, il est proposé d'organiser les interventions en quatre composantes dont les synergies entre elles permettront d'atteindre l'objectif ci-dessus indiqué, tel que l'illustre le schéma relationnel ci-après.





La première composante (plaidoyer du GICAM au Gouvernement pour la promotion d'un environnement propice aux affaires), a pour but de contribuer à la levée des obstacles à la formalisation des UPI et à la réduction des coûts de conformité à la réglementation des TPE/PE au Cameroun à travers notamment les lobbyings pour un système d'enregistrement et d'autorisation d'activité plus allégé. De même, le plaidoyer vise à faire respecter la réglementation afin d'empêcher l'exercice d'activités dans les secteurs présentant des risques sur la sécurité et la santé des consommateurs.

Le volet éducation/sensibilisation/communication, constitutif de la deuxième composante est orienté vers les actions telles que : (i) l'élaboration des supports d'informations relatives aux avantages potentiels de la formalisation ; (ii) l'organisation des campagnes de sensibilisation des UPI sur les enjeux de la migration vers le secteur formel ; (iii) l'éducation des promoteurs d'entreprise de l'importance d'exercer leur activité dans le secteur formel et ; (iv) l'élaboration d'un plan de communication sur le Club TPE du GICAM. L'objectif poursuivi à travers ces actions est d'informer suffisamment les opérateurs du secteur informel des avantages d'opérer dans le secteur formel ainsi que des offres de services du GICAM qu'ils peuvent bénéficier en adhérant.

La troisième composante qui porte sur l'offre de services, a pour but de développer des services à destination des UPI pour les attirer et les inciter à se formaliser et les intégrer dans le Club des TPE du GICAM. En outre, cette composante vise à fournir des services

complémentaires et appropriés aux TPE/PE/Coopératives déjà membres du Club, répondant à leurs besoins pour les retenir au sein du Club, ce d'autant plus que l'environnement des organisations patronales au Cameroun est de plus en plus concurrentiel. Ses actions portent entre autres sur les services de formation, de facilitation et d'information sur l'accès au financement et aux marchés.

Enfin, la dernière composante est relative aux partenariats entre le GICAM et un certain nombre d'entité telles que les CTD, les programmes/projets d'appui au secteur productif, les organisations du secteur informel (agricole et non agricole) et les microfinances. Ces partenariats s'inscrivent dans la perspective d'intéresser les bénéficiaires des programmes/projets (UPI/TPE/Coopératives) à intégrer le GICAM.

Les différentes actions retenues dans chaque composante sont présentées ci-après assorties de leurs objectifs ainsi que les indicateurs de suivi.

| Axe 1 : Plaidoyer pour la promotion d'un environnement propice aux affaires<br>Vision : Recenser et adresser au Gouvernement sous forme d'un plaidoyer, l'ensemble des contraintes liées à la création d'entreprises et au démarrage des activités |                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                               |                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Actions                                                                                                                                                                                                                                            | Objectifs                                                                                                                                   | Activités                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Extrants                                                                                                                                                      | Indicateurs                                                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                             | Rédaction des bulletins d'information et note de synthèses en faveur de la levée des obstacles à la création diligente d'entreprise (ces documents seront destinés au parlement, aux gouvernements et aux médias, et serviront par ailleurs comme document de base pour des discussions lors des rencontres)                                                                                                | Les bulletins d'information et les notes de synthèse sont produits                                                                                            | Nombre de bulletins d'information et de notes de synthèse produites                                                |
| Lobbying pour un système d'enregistrement des entreprises plus efficace                                                                                                                                                                            | Réduire les obstacles et les barrières à la formalisation des entreprises                                                                   | Convincer le Gouvernement à faire appliquer les dispositions du droit OHADA qui fixent le capital minimal de création d'une SARL à 100 000 au lieu de 1 000 000 FCFA                                                                                                                                                                                                                                        | La note de plaidoyer est produite                                                                                                                             | Nombre de rencontres suscitées avec le Gouvernement                                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                             | Production des documentaires audiovisuels qui soulèvent les principales contraintes liées à la formalisation des entreprises au Cameroun                                                                                                                                                                                                                                                                    | Les documentaires audiovisuels sont produits                                                                                                                  | Nombre de documentaires audiovisuels produits ;<br>Nombre de passage sur les ondes et chaîne de télévision         |
|                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                             | Etude pour l'inventaire des licences/autorisations d'exploitation/agrément et évaluer les contraintes liées à leur obtention                                                                                                                                                                                                                                                                                | Rapport d'étude disponible                                                                                                                                    | Nombre de rapports d'études produites                                                                              |
| Lobbying pour le respect et la conformité de la réglementation relative à l'opérationnalisation des entreprises                                                                                                                                    | Réduire les coûts de conformité à la réglementation en améliorant la gouvernance et la responsabilité des institutions publiques concernées | Rédaction des bulletins d'information et notes de synthèse en faveur de la facilitation/simplification des procédures/coûts/délais d'obtention des autorisations/licences/agrément de l'opérationnalisation des entreprises créées (ces documents seront destinés au parlement, aux gouvernements et aux médias, et serviront par ailleurs comme document de base pour des discussions lors des rencontres) | Les bulletins d'information et les notes de synthèse sont produits                                                                                            | Nombre de bulletins d'information et de notes de synthèse produites                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                             | Organisation des événements médiatiques d'envergure (conférences/débats, prises de parole des experts) pour inciter à soutenir les petites entreprises à travers la promotion des politiques adaptées en faveur de ces dernières (O1 par an)                                                                                                                                                                | Evénements médiatiques organisés                                                                                                                              | Nombre d'événements médiatiques organisés                                                                          |
| Lobbying pour la « tolérance zéro » pour l'exercice des activités à risque                                                                                                                                                                         | Contribuer à la mise en application effective des réglementations d'exercice des activités                                                  | Etude pour l'identification des branches d'activité à risque (sanitaire, sécuritaire, environnemental, etc.) pour le pays                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Rapport d'étude disponible                                                                                                                                    | Nombre de rapports d'étude                                                                                         |
|                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                             | Rédaction des notes synthétiques d'information en faveur de l'application stricte des réglementations d'exercice des activités jugées risquées                                                                                                                                                                                                                                                              | Les notes synthétiques d'information sont rédigées                                                                                                            | Nombre de notes synthétiques d'information rédigée                                                                 |
| Lobbying auprès des grands donneurs d'ordre privés pour le paiement des factures des TPE/PE assez tôt                                                                                                                                              | Faciliter le recouvrement des créances des TPE/PE auprès des grandes entreprises ; et la croissance de cette catégorie d'acteurs            | Etude sur l'impact des délais de paiement des prestations sur les PME camerounaises<br>Elaboration d'une note synthétique sur les inconvénients pour les grandes entreprises de ne pas effectuer le règlement des prestations des TPE/PE                                                                                                                                                                    | Rapport d'étude disponible<br>Une note synthétique est élaborée                                                                                               | Nombre de rapports d'étude<br>Nombre de notes synthétiques rédigées                                                |
| Lobbying pour l'application effective des lois et réglementation en matière d'exercice des activités commerciales, ainsi que leurs suivis                                                                                                          | Contribuer à l'application effective des lois et réglementations                                                                            | Recensement et analyse critique des différents textes législatifs et réglementaire des activités économiques (par secteur d'activité)<br>Produire les éléments de plaidoyer sur différents domaines tels que les importations                                                                                                                                                                               | Document recensant l'ensemble des textes de lois et de réglementations disponible<br>Rapport d'analyse critique<br>Notes synthétiques par domaine disponibles | Rapport de recensement et d'analyse critique (pour un groupe de secteur)<br>Nombre de notes synthétiques réalisées |

Pertinence : forte  
Niveau de priorité : élevé  
Responsable : département économie

Pertinence : faible  
Priorité : faible  
Responsable : département économie/consultant

Pertinence : forte  
Priorité : forte  
Responsable : consultants à recruter par le GICAM

| Axe 2 : Éducation/sensibilisation/communication des acteurs du secteur informel des opportunités de la migration vers le formel<br>Vision : Informer suffisamment les opérateurs du secteur informel des avantages d'opérer dans le secteur formel |                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                    |                                                                                         |                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Actions                                                                                                                                                                                                                                            | Objectifs                                                                                                                | Activités                                                                                                                                                                                                                                                        | Extrants                                                           | Indicateurs                                                                             | Observations                                                                                        |
| Élaboration des supports d'informations relatives aux avantages potentiels de la formalisation                                                                                                                                                     | Informer les UPI des bénéfices nets de la formalisation                                                                  | Conception des dépliant présentant l'ensemble des incitations en faveur du développement des activités formelles au Cameroun                                                                                                                                     | Les déliants sont produits                                         | Nombre de déliants                                                                      | Pertinence : très élevée<br>Priorité : très élevée<br>Responsable : département économie/consultant |
|                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                          | Production des supports d'information sur le Business Advisory Service (BAS) du GICAM                                                                                                                                                                            | Les déliants sont produits                                         |                                                                                         |                                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                          | Regroupement sous forme de tableau de l'ensemble des documents requis pour créer une entreprise formelle au Cameroun, assorti des coûts et délais réglementaires y relatifs                                                                                      | Les tableaux sont disponibles                                      | Nombre de tableaux produits                                                             |                                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                          | Recensement et présentations sous forme de fiches de l'ensemble des risques liés au développement des activités informelles                                                                                                                                      | Les fiches sont produites                                          | Nombre de fiches produites                                                              |                                                                                                     |
| Organisation des campagnes de sensibilisation des UPI sur les enjeux de la migration vers le secteur formel                                                                                                                                        | Vaincre la perception négative des UPI à l'égard de la formalisation                                                     | Sensibilisation à travers des rencontres sectorielles, des affiches, des communiqués, des émissions radio/télévisées des promoteurs d'UPI afin qu'ils considèrent les agents publics comme des partenaires pouvant les orienter efficacement dans leurs affaires | Les UPI sont sensibilisées                                         | Nombre d'UPI sensibilisé                                                                | Pertinence : très élevée<br>Priorité : très élevée<br>Responsable : département économie            |
|                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                          | Organisation des descentes sur le terrain au moins une fois l'an, avec l'autorité administrative et traditionnelle, afin de sensibiliser les promoteurs d'entreprises de créer des unités de production formelles                                                | Les descentes sur le terrain sont organisées                       | Nombre de descentes effectués                                                           |                                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                          | Organisation des jeux concours annuels à l'effet de primer les meilleurs opérateurs informels qui ont réussi à formaliser leur entreprise                                                                                                                        | Les jeux concours sont organisés                                   | Nombre de jeux organisés et des lots distribués                                         |                                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                          | Organisation des émissions radiophoniques et audiovisuelles sur l'importance et le rôle de l'impôt et autres taxes                                                                                                                                               | Les jeux concours sont organisés                                   | Nombre d'émission radiophoniques et télévisées organisées                               |                                                                                                     |
| Education des promoteurs d'entreprise sur l'importance d'exercer leur activité dans le secteur formel                                                                                                                                              | Accroître la prise de conscience des promoteurs d'entreprise de l'intérêt d'exercer leur activité dans le secteur formel | Création des portails Web, des publications dans les journaux et autres masses médias, expliquant la nécessité de créer et développer les activités formelles                                                                                                    | Les portails web sont créés ;<br>Les publications sont effectuées. | Nombre de portail web créé et actualisé<br>Nombre de publications dans les masses média | Pertinence : élevée<br>Priorité : élevée<br>Responsable : département économie/consultant           |
|                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                          | Organisation des journées du secteur informel (JSI) dans les principales localités du pays (au moins deux par an) à l'effet de susciter l'engouement des promoteurs d'entreprises informelles à migrer vers le secteur formel                                    | Les journées du secteur informel sont organisées                   | Nombre de journées du secteur informel organisé                                         |                                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                          | Concertation avec les établissements d'enseignement pour éduquer les apprenants (surtout les futurs créateurs d'entreprise) sur l'importance d'exercer dans le secteur formel                                                                                    | Les concertations sont organisées                                  | Nombre de concertation organisé                                                         |                                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                          | Organisation des conférences/débats/table ronde sur les activités du Club TPE du GICAM                                                                                                                                                                           | Les conférences/débats/tables rondes sont organisées               | Nombre conférences/débats/tables rondes organisé                                        |                                                                                                     |
| Elaboration d'un plan de communication sur le Club TPE du GICAM                                                                                                                                                                                    | Communiquer sur les différents services offerts <sup>28</sup> par le Club TPE du GICAM                                   | Elaboration des supports de communication sur l'offre de service du Club TPE                                                                                                                                                                                     | Les supports de communication sont élaborés                        | Nombre de supports produits                                                             |                                                                                                     |

28 Ces différents services sont décrits à l'axe stratégique suivant.

| <b>Axe 3 : Offre de services adaptés aux micro entreprises</b>                                                                                                        |                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                              |                                                                                                               |                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Vision : Développer des services à destination des UPI pour les inciter à se formaliser et des services aux TPE formelles, pour les attirer à adhérer au GICAM</b> |                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                              |                                                                                                               |                                                                                                                           |
| <b>Actions</b>                                                                                                                                                        | <b>Objectifs</b>                                                                                                     | <b>Activités</b>                                                                                                                                                                                                                                       | <b>Extrants</b>                                                                                                              | <b>Indicateurs</b>                                                                                            | <b>Observations</b>                                                                                                       |
| Services de formation                                                                                                                                                 | Offrir des formations aux UPI/TPE/coopératives, nécessaires au bon fonctionnement de leurs activités                 | Organisation des sessions de formations sur des thématiques diverses (comptabilité, élaboration des business plan, gestion, perfectionnement technique, formation à la mobilisation des financements etc.)                                             | Des sessions d'informations sont organisées                                                                                  | Nombre de session organisé ;<br>Nombre de participants aux sessions.                                          | Pertinence : très élevée                                                                                                  |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                      | Création d'un incubateur d'entreprise au GICAM                                                                                                                                                                                                         | L'incubateur est créé                                                                                                        | Nombre d'incubateur créé                                                                                      | Priorité : très élevée                                                                                                    |
| Services d'information                                                                                                                                                | Mettre à la disposition des entreprises toutes les informations nécessaires au bon fonctionnement de leurs activités | Organisation des sessions de formations dédiées à aider les membres à l'obtention d'autorisation et de documents administratifs nécessaires à leurs activités économiques                                                                              | Des sessions d'informations sont organisées                                                                                  | Nombre de session organisé ;<br>Nombre de participants aux sessions.                                          | Responsable : département économie/consultant                                                                             |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                      | Création des points d'informations dédiés aux UPI                                                                                                                                                                                                      | Les points d'information sont créés                                                                                          | Nombre de points d'information créés                                                                          | Pertinence : élevée                                                                                                       |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                      | Développement des produits d'information (dépliants, etc.) sur les dispositifs (gouvernementaux et bailleurs de fonds) d'appuis au secteur privé                                                                                                       | Les points d'information sont disponibles                                                                                    | Nombre de produits d'information développés                                                                   | Priorité : élevée                                                                                                         |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                      | Organisation des sessions d'information sur la législation régissant les relations entre les employeurs et les employés d'une part, et entre les employeurs et les administrations d'autre part.                                                       | Les sessions d'information sont organisées                                                                                   | Nombre de sessions d'information organisées                                                                   | Responsable : département économie                                                                                        |
| Service de facilitation d'accès au financement                                                                                                                        | Faciliter l'accès au financement des TPE/PE/coopératives                                                             | Accompagnement à la composition des dossiers de demande de crédit des TPE/PE/coopératives                                                                                                                                                              | Les TPE/PE/coopératives sont accompagnés à la constitution de leur dossier de demande de crédit                              | Nombre de TPE/PE/coopératives accompagné                                                                      | Pertinence : très élevée<br>Priorité : très élevée<br>Responsable : département économie/consultant/département juridique |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                      | Développement des crédits commerciaux/fournisseurs entre les TPE/PE et les Grands Entreprises                                                                                                                                                          | Des crédits commerciaux sont développés entre les membres du club TPE et les grandes entreprises                             | Volume des crédits commerciaux                                                                                |                                                                                                                           |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                      | Contribution à l'élaboration et adoption d'une réglementation en matière de délais de paiement des contrats privés entre TPE/PE et les grandes entreprises                                                                                             | Un avant-projet de texte réglementaire est élaboré                                                                           | Nombre de textes réglementaire élaborés                                                                       |                                                                                                                           |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                      | Négociation des programmes de financement des TPE/PE/coopératives auprès des bailleurs et partenaires au développement                                                                                                                                 | Les programmes et projet sont négociés                                                                                       | Nombre de programmes/projets négocié                                                                          |                                                                                                                           |
| Service de facilitation d'accès au marché                                                                                                                             | Faciliter l'accès au marché des UPI/TPE/coopératives                                                                 | Mise en place d'un fonds d'investissements dédié aux financements des microentreprises intervenant dans les filières contrôlées par les grandes entreprises membres du GICAM                                                                           | Rapport de l'étude de faisabilité du fonds disponible un fond d'investissement est créé                                      | Nombre de fonds d'investissement créés                                                                        | Pertinence : très élevée<br>Priorité : très élevée<br>Responsable : département économie/consultant/département juridique |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                      | Facilitation des accompagnages et des participations aux foires, salons communaux, nationaux et internationaux des TPE adhérentes du GICAM                                                                                                             | Les rencontres de compagnonnage sont organisées                                                                              | Nombre de rencontres organisé<br>Nombre d'entreprises participant aux foires                                  |                                                                                                                           |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                      | Mise en place d'un observatoire de marché et promotion des TIC (partenariat pour des coûts réduits avec les opérateurs de téléphonie mobile membres du GICAM) pour la diffusion des informations auprès des membres du Club TPE                        | Les informations sur les marchés sont diffusées via mobile phone<br>Un observatoire des marchés est créé et est opérationnel | Nombre d'observatoire des marchés créé                                                                        |                                                                                                                           |
|                                                                                                                                                                       |                                                                                                                      | Promotion des relations entre UPI/TPE/coopératives entre elles d'une part, et entre les UPI/TPE/coopératives et les grandes entreprises (organisation des rencontres sectorielles et intersectorielles)                                                | Les relations entre UPI/TPE/coopératives et les grandes entreprises sont établies                                            | Nombre de relation entre UPI/TPE/coopératives et les grands établis<br>Nombre de contrats commerciaux établis |                                                                                                                           |
| Service de facilitation d'accès au marché                                                                                                                             |                                                                                                                      | Elaboration et distribution aux UPI/TPE/coopératives, des supports d'information périodiques sur les marchés d'approvisionnements des matières premières et d'écoulement des produits, ainsi que sur les normes et qualités en vigueur sur ces marchés | Les supports d'information périodiques sont élaborés et distribués                                                           | Nombre de supports d'information périodiques sont élaborés et distribués                                      |                                                                                                                           |



# ETUDE SUR LA MIGRATION DE L'ECONOMIE INFORMELLE VERS L'ECONOMIE FORMELLE: PROPOSITION DE STRATEGIE POUR LE GROUPEMENT INTER-PATRONAL DU CAMEROUN

| Axe 4 : Développement des partenariats                                                                                                     |                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                |                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| Vision : Développement des partenariats avec les CTD, les microfinances, les différents programmes et projets d'appui au secteur productif |                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                |                                                                       |
| Actions                                                                                                                                    | Objectifs                                                                                                                                          | Activités                                                                                                                                                                                                                         | Extrants                                                                                       | Indicateurs                                                           |
| Établissement des partenariats entre le GICAM et les CTD                                                                                   | Renforcer les capacités des autorités locales dans le développement des services aux micros entreprises pour leur croissance et leur formalisation | Réalisation d'une étude évaluative des capacités des CTD à mettre en œuvre des mesures visant à réduire les obstacles liés à la formalisation et à l'amélioration des performances des microentreprises.                          | Rapport de l'Etude évaluative réalisée                                                         | Nombre d'études évaluative réalisées                                  |
|                                                                                                                                            |                                                                                                                                                    | Organisation/structuration des acteurs locaux (coopératives, UPI, etc.) du secteur informel                                                                                                                                       | Les acteurs locaux sont organisés et mieux structurés                                          | Nombre d'organisation d'UPI structuré par CTD                         |
|                                                                                                                                            |                                                                                                                                                    | Identification des besoins des UPI locales y compris ceux de formalisation                                                                                                                                                        | Les besoins spécifiques des UPI sont identifiés au niveau local                                | Nombre des rapports d'identification produits                         |
|                                                                                                                                            |                                                                                                                                                    | Contribution à la mise en place des plateformes de dialogue public-privé au niveau local pour adresser les questions de l'informel                                                                                                | Une plateforme de dialogue public-privé est mise sur pied au niveau local                      | Nombre de plateforme mis sur pied                                     |
|                                                                                                                                            |                                                                                                                                                    | Incitation à la création des espaces aménagés spécifiques pour le développement des activités économiques locales (PPP envisageables avec les communes)                                                                           | Les espaces aménagés au développement des activités économiques locales sont créés             | Nombre d'espaces aménagés                                             |
|                                                                                                                                            |                                                                                                                                                    | Mise en place d'un kiosque d'informations (sur les marchés, les prix, les clients, les fournisseurs, réglementations simplifiées, etc.) dans les mairies, que peuvent exploiter les entreprises et associations professionnelles. | des kiosques d'informations sont ouverts dans les communes                                     | Nombre de kiosques d'informations ouvert                              |
| Établissement des partenariats entre le GICAM et les programmes/projets d'appui au secteur productif informel                              | Attirer vers le GICAM les bénéficiaires des programmes/projets d'appui au secteur productif informel                                               | Recension et caractérisation des programmes et projets (études) d'appui au secteur productif                                                                                                                                      | Rapport du recensement des programmes et projets d'appui au secteur productif                  | Nombre de programmes et projets d'appui au secteur productif recensés |
|                                                                                                                                            |                                                                                                                                                    | Mise en place d'une plateforme de collaboration entre le GICAM et les unités de coordination de certains programmes et projets                                                                                                    | La plateforme de collaboration est créée                                                       | Nombre de plateformes de collaboration fonctionnelle                  |
|                                                                                                                                            |                                                                                                                                                    | Développement des offres de services susceptibles d'assurer entre autres, la pérennisation des activités des bénéficiaires (notamment les informels) des programmes et projets d'appui au secteur productif (cf axe 3)            | Les bénéficiaires des programmes et projets d'appui au secteur productif ont reçu les services | Nombre de bénéficiaire ayant reçu les services du GICAM               |
| Établissement des partenariats entre le GICAM et les organisations du secteur informel (agricole et non agricole)                          | Etablir des plateformes pour la formalisation et l'adhésion au GICAM des UPI/TPE ainsi que leurs organisations                                     | recensement des organisations du secteur informel et structuration du secteur informel                                                                                                                                            | Rapport du recensement des organisations du secteur informel                                   | Nombre d'acteurs du secteur informel structuré                        |
|                                                                                                                                            |                                                                                                                                                    | Mise sur pied des plateformes de collaboration avec lesdites organisations                                                                                                                                                        | Les plateformes de collaboration sont créées                                                   | Nombre de plateformes collaboratives fonctionnelles                   |
|                                                                                                                                            |                                                                                                                                                    | Offre des services attractifs aux membres desdites organisations, subordonnée par leur migration et adhésion au GICAM (cf. axe 3)                                                                                                 | Les membres des organisations partenaires des plateformes reçoivent les services attractifs    | Nombre de membres ayant reçu des services attractifs                  |
|                                                                                                                                            |                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                | Pertinence : très élevée                                              |
|                                                                                                                                            |                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                | Priorité : très élevée                                                |
|                                                                                                                                            |                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                | Responsable : département économie/consultant                         |

| Axe 4 : Développement des partenariats<br>Vision : Développement des partenariats avec les CTD, les microfinances, les différents programmes et projets d'appui au secteur productif |                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Actions                                                                                                                                                                              | Objectifs                                                                                       | Activités                                                                                                                                                                                                                     | Extrants                                                                                                                                         | Indicateurs                                                                                                                                                                    |
| Établissement des partenariats entre le GICAM et les microfinances                                                                                                                   | Accroître les membership du GICAM via les partenariats avec les établissements de microfinances | Sélection des EMF, en collaboration avec l'ANEMCAM, ou par appel d'offre pour des partenariats avec le GICAM                                                                                                                  | Les EMF potentiels partie prenantes à des conventions avec le GICAM sont connus                                                                  | Nombre de microfinances identifiées                                                                                                                                            |
|                                                                                                                                                                                      |                                                                                                 | Réalisation d'une étude sur les besoins des clients des EMF en services non financiers (UPI et très petites entreprises formelles)                                                                                            | Le rapport de l'étude est disponible                                                                                                             | Nombre de rapports d'étude réalisés                                                                                                                                            |
|                                                                                                                                                                                      |                                                                                                 | Mise en place d'une plateforme de collaboration entre le GICAM et les EMF retenues                                                                                                                                            | La plateforme de collaboration est mise sur pied                                                                                                 | Nombre de plateformes mises sur pieds                                                                                                                                          |
|                                                                                                                                                                                      |                                                                                                 | Facilitation de l'accès aux crédits des UPI inscrites dans une démarche de formalisation et de développement (programme GERME, incubateurs d'entreprises notamment), auprès des EMF partenaires à coûts relativement réduits. | Les UPI/TPE inscrites dans la démarche de formalisation et potentiellement adhérentes au club des TPE-GICAM ont reçu des crédits à moindre coûts | Nombre d'UPI inscrites dans a démarche de formalisation ayant reçu des crédits<br>Volume de crédits octroyés aux UPI coûts de crédit pratiques aux UPI par les EMF partenaires |
| Partenariat avec les Partenaires au développement                                                                                                                                    | Mobiliser les financements pour la mise en œuvre des actions de formalisation des UPI           | Développement d'une offre de services (formation, formalisation, etc.) à destination des microentreprises déjà clientes des EMF partenaires.                                                                                  | Les microentreprises clientes des EMF partenaires ont reçu des services pour leur formalisation et leur développement                            | Nombre de microentreprises ayant reçu des services                                                                                                                             |
|                                                                                                                                                                                      |                                                                                                 | Inventaire des partenaires au développement intervenant dans le domaine du secteur privé ;<br>Prise de contact avec les partenaires et présentation du projet                                                                 | Des partenaires au développement sont engagés au côté du GICAM pour l'attrait des UPI vers le formel                                             | Nombre de partenaires au développement mobilisés pour la contribution à la transition de l'informel vers le formel<br>volume de financement mobilisé                           |
|                                                                                                                                                                                      |                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                  | Pertinence : très élevée<br>Priorité : très élevée<br>Responsable : département économie/consultant                                                                            |



### 6.3 Mécanisme de suivi/ évaluation

Afin de garantir le succès de ce plan d'actions, il importe de concentrer une équipe du GICAM à sa mise en œuvre auquel devrait être associés des collaborateurs externes/consultants. Il importe également d'accorder une importance au suivi et à l'évaluation de la mise en œuvre de ce plan d'actions, ce qui permettra, entre autres, d'apporter progressivement des éventuels ajustements à son implémentation. Les indicateurs de suivi globaux ont été indiqués par activité et devront servir de base pour le suivi des actions. Un effort important devra être fait pour la collecte des informations nécessaires et la réalisation d'une évaluation périodique.

### 6.4 Financement du plan d'actions

#### 6.4.1 Coût de la mise en œuvre du plan

Les estimations sommaires chiffrent les ressources nécessaires pour la mise en œuvre du plan à **1,6 milliards de FCFA** sur une période de trois ans. Ce coût intègre les charges relatives au recrutement d'un spécialiste de la migration du secteur informel vers le secteur formel ainsi que les coûts de construction/location des bâtiments devant abriter les antennes régionales du Groupement. Il se décompose suivant le tableau ci-après.

**Tableau 19: Décomposition des coûts de la mise en œuvre du plan**

| Composantes                                                                                              | Coût (millions FCFA) |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| Développement de plaidoyer                                                                               | 140                  |
| Sensibilisation/communication                                                                            | 438                  |
| Offre de services                                                                                        | 385                  |
| Mobilisation des partenariats                                                                            | 386                  |
| Fonctionnement des organes de mise en œuvre (COPIL, Comité technique, responsable secteur informel, ...) | 150                  |
| Autres/imprévus                                                                                          | 101                  |
| <b>Total</b>                                                                                             | <b>1600</b>          |

Les activités les plus coûteuses sont entre autres l'organisation des journées du secteur informel (300 millions), l'organisation des sessions de formation des UPI avec une cible de 500 opérateurs formés (150 millions), la structuration des microentreprises informelles (100 millions), la mise en place d'un incubateur d'entreprises (50 millions FCFA) et la réalisation des études spécifiques sur certains aspects visant à apporter des éclairages au staff décisionnel du groupement patronal.

#### 6.4.2 Sources de financement

Les principaux bénéficiaires directs de la migration du secteur informel vers le secteur formel sont l'Etat et ses démembrements locaux à travers l'élargissement de l'assiette fiscale, la réduction du désordre urbain et des perspectives plus intéressantes en matière d'emplois décents; les entreprises formelles et particulièrement les grandes qui pourront voir la pression fiscale baissée et être sujettes à moins de concurrence déloyale. Le financement devrait prioritairement reposer sur ces entités.

Toutefois, en raison de l'ampleur des activités pour orchestrer le mouvement de migration, il y a lieu d'aller au-delà de ces sources de financement. Ainsi, de manière plus détaillée, celles présentées ci-après sont envisageables. Il s'agit:

- des appels de fonds avec pour cibles les membres/grandes entreprises ;
- du partenariat public-privé (GICAM-gouvernement, GICAM-CTD);

- du partenariat avec certains organismes tels que l'IECD, la GIZ et la SNV qui mènent des actions dans le secteur informel ;
- des partenaires au Développement tels que l'OIT, l'AFD, l'ONU-FEMMES ;
- des contributions des acteurs informels ;
- des subventions et dons.

Par ailleurs, un projet de migration du secteur informel vers le secteur formel pourrait être envisagé dans le cadre du Programme Indicatif National 11<sup>ème</sup> FED dans le cadre des composantes « gouvernance » et « développement rural ».

Dans une perspective de long terme, une option serait de lancer la réflexion pour la mise en place d'un fonds à frais partagé pour la transition de l'économie informelle vers l'économie formelle. En outre, pour renforcer ses capacités d'intervention, le groupement devra développer des offres services à valeur ajoutée en multipliant notamment les espaces à louer aussi bien à Douala, Yaoundé que dans les autres régions du pays, et les mises en relation entre investisseurs. Les services porteraient sur les salles de conférences, les salles de réunion, des salles de formation, etc. et un pourcentage des ressources pourront servir à soutenir des actions de migration.



## Conclusion générale

L'analyse préliminaire du secteur informel camerounais a relevé des résultats intéressants qui doivent aider toute politique ou stratégie visant à accompagner les acteurs de ce secteur et faciliter la migration de ceux disposant des capacités vers le secteur formel. Ce secteur est extrêmement hétérogène et fragmenté à plusieurs égards : suivant le lieu et le type de local d'exercice de l'activité, le nombre d'employés, le capital de démarrage de l'activité, le niveau d'instruction du promoteur, le niveau d'informalité. Quelques organisations des UPI existent, mais ne représentent qu'une portion minime de l'ensemble des opérateurs économiques de ce secteur.

Du point de vue de la taille (chiffre d'affaires), on distinguerait des « petits » opérateurs du secteur informel et les « gros » qui ont la capacité d'opérer dans le secteur formel. Pour ce dernier groupe, il importe d'examiner dans quelle mesure aucune tolérance ne devrait être observée par l'Etat, qui par ailleurs, doit se donner les réelles capacités de mise en application des réglementations.

Le diagnostic a également révélé que les UPI font face à de nombreuses difficultés qui sont susceptibles de les maintenir dans l'informel. Parmi celles-ci, il y a le manque de liquidité, le manque de clientèle, l'excès de concurrence, le manque de matières premières, le manque de machines/équipements, les problèmes techniques de fabrication, l'excès de réglementation/impôts/taxes, les tracasseries des agents publics et le déficit d'information sur les débouchés ; l'accès difficile aux services d'appui aux entreprises : (financement, information, formation, conseils etc.).

Ces difficultés compromettent l'exercice, par les UPI, des fonctions liées à leurs activités, et les empêchent de devenir des structures économiquement, financièrement et socialement fortes et autonomes, et aptes à migrer vers le secteur structuré.

La stratégie du GICAM pour la formalisation et l'accroissement de son membership prend appui sur ces difficultés et propose des orientations visant à inciter les entreprises informelles ou les associations à se formaliser et à intégrer le GICAM où elles pourront bénéficier d'une offre de services susceptibles de les permettre de se développer et se maintenir dans le secteur formel.

La mise en œuvre de la stratégie se décline pour le triennat 2017-2019 en un plan d'actions à quatre composantes que sont :

- la plaidoirie en direction de l'administration et des grandes entreprises ;
- l'éducation/sensibilisation/communication des acteurs du secteur informel sur les opportunités du secteur formel ;
- l'offre de services attractifs (UPI) et adaptés aux microentreprises (TPE/PE) et coopératives/associations des UPI ;
- le développement des partenariats.
- La mise en œuvre du plan nécessite la mobilisation d'une somme de 1,6 milliards de FCFA.

## Bibliographie

**Ahmadou, A. M. (2014).** *Secteur informel, emplois et transformation structurelle : Recommandations opérationnelles pour une politique efficace envers le secteur informel (Document préparé pour l'Organisation internationale de la Francophonie).*

**Alexandra, M. et Mary, M.** *Programme de développement des petites entreprises de l'Organisation internationale du travail : actualisation des SDE.*

**Benjamin N., and A. Mbaye. (2012a).** *The Informal Sector in Francophone Africa : Firm Size, Productivity and Institutions. Washington, DC : World Bank.*

**BIT. (2002).** *Résolution et conclusions concernant le travail décent et l'économie informelle. Conférence internationale du Travail, 90e session. Suisse, Genève.*

**BIT. (2012).** *Profil national du travail décent, Cameroun. Genève, Suisse.*

**BIT. (2014).** *La transition de l'économie informelle vers l'économie formelle, Rapport V(1), CIT, 103<sup>ème</sup> session. Genève, Suisse.*

**BIT. (2002).** *Travail décent et économie informelle, Rapport VI, Conférence internationale du Travail, 90<sup>ème</sup> session. Genève, Suisse.*

**BRIOD, P. (2011).** *Les déficiences du secteur informel camerounais, Travail de séminaire, 19 p.*

**Chiang Mai. (2004).** *Cinquième séminaire annuel sur les SDE. Thaïlande.*

**GICAM (2016) : Bulletins du GICAM N°66**

**MINEPAT/PASAPE. (2012).** *Guide de l'entrepreneur dans les centres de gestions agréés. Yaoundé, Cameroun.*

**MINPMEESA (2014).** *Recueil commenté des textes juridiques sur les PME et l'Artisanat*

<http://dx.doi.org/10.1787/9789264024809-8-fr>

<http://leconomiste.com/article/972755-casablancacommerce-comment-se-reappropriier-l-espace-public>

<http://www.fao.org/3/a-x6985f.pdf>

<http://www.leconomiste.com/article/982891-casablanca500-vendeurs-ambulants-sortis-de-l-informel> (Edition N°:4685 Le 13/01/2016)

**INS (2011).** *Rapports thématiques du Recensement Général des entreprises. Yaoundé, Cameroun.*

**INS. (2005).** *Rapport principal de l'enquête sur l'emploi et le secteur informel au Cameroun, phase 1. Yaoundé, Cameroun.*

**INS. (2005).** *Rapport principal de l'enquête sur l'emploi et le secteur informel au Cameroun, phase 2. Yaoundé, Cameroun.*

**AFD. (2010)** *Étude d'identification des PME dans les secteurs agricole, agroalimentaire et agro-industriel au Cameroun. Yaoundé, Cameroun.*

**BIT. (2015).** *La Microfinance pour le Travail Décent : Améliorer l'impact de la microfinance : Données recueillies par un programme d'action-recherche. Genève, Suisse.*



**LO/FTF Council. (2015).** *Paving the way for formalisation of the informal economy: Experiences and Perspectives from ITUC-Africa and Trade Unions across Africa.*

**LOI N°2010/001 DU 13 AVRIL 2010**  
**portant promotion des petites et moyennes entreprises au Cameroun**

**BIT.** *Nouvelles approches et bonnes pratiques (brochure 5.2), rôle des organisations d'employeurs et des Associations de petites entreprises.*  
**Genève, Suisse.**

**OCDE. (2008).** Élimination des obstacles à l'intégration dans l'économie formelle », dans **Vers une croissance pro-pauvres : Orientations à l'intention des donateurs**, Éditions OCDE.

**OIT/ITC (2015).** Rapport de l'atelier sous régional de partage d'expériences sur la transition vers l'économie formelle – Afrique francophone, Yaoundé, Cameroun.

## Annexes

### Liste des personnes rencontrées

| N   | Entités                                                                                                          | Personnes                                                       |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| 1.  | OIT-Yaoundé                                                                                                      | LASSINA Traore                                                  |
| 2.  | OIT-Yaoundé                                                                                                      | MVOLO Benjamin                                                  |
| 3.  | GICAM                                                                                                            | BATONGUE Alain Blaise                                           |
| 4.  | GICAM                                                                                                            | KOUETE Vincent                                                  |
| 5.  | GICAM                                                                                                            | KEMBOU Simplicie                                                |
| 6.  | GICAM                                                                                                            | NGO SAMNICK Armelle                                             |
| 7.  | Hôtel Déborah                                                                                                    | M. Mbouyom Brice, Responsable du département de la comptabilité |
| 8.  | Alliance des Entreprises Prestataires de Services du Cameroun (AEPRESCAM)                                        | M. Mohamadoul Aminou, Président de l'AEPRESCAM                  |
| 9.  | Syndicat des Commerçants du Wouri (SYCODEW)                                                                      | Mme Alice Maguedjio, Présidente du Syndicat                     |
| 10. | Plate-Forme Nationale des Organisations Professionnelles Agro-Sylvo Pastorales du Cameroun (PLANOPAC)            | M. Gilbert Konango, Président Littoral                          |
| 11. | Syndicat Patronal des Industries, de l'Hôtellerie et Tourisme                                                    | M. Bitbo N Bertrand, Secrétaire Permanent du Bureau National    |
| 12. | Consulting Engineering SA                                                                                        | Mme Sandrine Liliane MBELEG, Attachée de Direction et Comptable |
| 13. | Union Départementale des O.P. de Tubercules et Racines du Wouri (UDOPTURA)                                       | Mme NYEMBY Anne                                                 |
| 14. | GIC pour l'Agriculture et le Commerce (GIC – AGRICO)                                                             | M. SACK Simon                                                   |
| 15. | Ferme Agricole, Avicole, Porcine et Piscicole (GIC – FAAPP)                                                      | M. KENGNI Maurice                                               |
| 16. | Réseau des Sécheurs de Fruits et Légumes du Cameroun (RESEC)/ Production et transformation des fruits et légumes | M. TANKWA Théophile                                             |
| 17. | GIC AFATEX INTERNATIONAL – Yaoundé                                                                               | TIENTCHEU Jacqueline                                            |



| N   | Entités                           | Personnes              |
|-----|-----------------------------------|------------------------|
| 18. | GIC AFATEX INTERNATIONAL – Douala | TCHATCHOUANG Colette   |
| 19. | SKY CONSTRUCTION                  | Achille Rodrigue YOSSA |
| 20. | PMEA                              | MFETIE                 |
| 21. | ALBA CONSULTING                   | BAGUEKA ASSOBO A.      |
| 22. | GPMECAM/ANAPROC                   | NKENFACK Michel        |
| 23. | PIAASI                            | Valère KISSOGOLE       |
| 24. | PACA                              | TOUSSI Albert          |
| 25. | PACA                              | Dr BOURDANNE           |
| 26. | PIDMA                             | NKAPEMIN Felix         |
| 27. | PIDMA                             | KENGNE                 |
| 28. | PIDMA                             | KOUEMOU Christian      |
| 29. | PIDMA                             | MBAIRANODJI André      |



**Equipe d'appui technique de l'OIT au travail  
décent pour l'Afrique centrale et Bureau de  
pays de l'OIT pour le Cameroun, la Guinée  
Équatoriale et Sao Tomé-et-Principe**

Rue Nkol-Eton - BP: 13  
Yaoundé, Cameroun  
Courriel: [yaounde@ilo.org](mailto:yaounde@ilo.org)  
Site web: [www.ilo.org/yaounde](http://www.ilo.org/yaounde)