

# PROJET Maison De l'Entrepreneur

## FICHE D'AUTO-EVALUATION

### INTRODUCTION

La Maison De l'Entrepreneur (MDE) veut promouvoir l'entrepreneuriat rural et urbain auprès des populations modestes. La majorité du peuple burundais possède des idées d'entreprendre mais leur faire comprendre comment développer leurs idées devient un grand problème. Il veut souvent gagner beaucoup en travaillant peu. L'esprit d'entreprise veut changer ce comportement et amener les gens à risquer en mettant en place de petites activités génératrices de revenus afin de changer leur niveau de vie.

La première phase du projet avait comme objectif spécifique : **Les populations rurales et urbaines du Burundi développent des activités économiques viables à valeur ajoutée locale.**

Pour y arriver une stratégie d'intervention a été pensée. On a commencé par faire connaître au groupe cible les services que le projet va offrir ; la traduction en kirundi des modules de formation et de son implantation effective. Des séances d'information et de sensibilisation ont eu lieu à Bujumbura et à l'intérieur du pays (à NGOZI et à GITEGA). Tous les participants manifestaient cet engouement de voir un projet qui vient à point nommé pour répondre à leurs préoccupations.

Après chaque séance de sensibilisation, on devrait grouper les entrepreneurs en trois catégories dont les entrepreneurs en activité, les entrepreneurs qui ont connu des difficultés et les candidats entrepreneurs. On tenait des ateliers d'identification des opportunités ou des menaces qui freinent leurs activités. C'est dans ces ateliers qu'on identifie les besoins des uns et des autres en formation.

L'équipe passe alors à la traduction des modules de formation suivant les besoins des entrepreneurs. Ensuite, le processus d'accompagnement se poursuit.

La deuxième phase du projet avait comme objectif spécifique : **Réduire de manière durable la vulnérabilité des populations bénéficiaires dans des zones d'intervention LD au Burundi face à l'insécurité alimentaire et nutritionnelle et à l'instabilité des revenus.**

Pour y arriver, des stratégies pensées pour la première phase ont été améliorées mais en suivant les mêmes services qui sont l'information et la sensibilisation, la formation, l'appui-conseil et la structuration. Au sein de chaque service, le responsable devrait penser des activités qu'ils doivent mener pour atteindre ses résultats. On a travaillé surtout avec les entrepreneurs de Bujumbura mais aussi avec des entrepreneurs provenant des synergies c'est-à-dire avec les entrepreneurs des coopératives suivies par l'ADISCO.

Pour le moment, les résultats atteints sont de l'ordre de :

- ✓ 932 Entrepreneurs sensibilisés
- ✓ 18 Coopératives encadrées
- ✓ 3664 Bénéficiaires des coopératives encadrées et accompagnées
- ✓ 387 Entrepreneurs accompagnés par la MDE
- ✓ 10 Entreprises accompagnés par la MDE provenant du concours d'innovation
- ✓ 40 Petites entreprises accompagnées par la MDE
- ✓ 1.800 Entrepreneurs formés

- ✓ **11** plans d'affaire et business plans approuvés par le comité de sélection

Pour le travail que le responsable de l'information et sensibilisation vient d'effectuer, il s'agit des résultats des interviews menées auprès des bénéficiaires pour évaluer ces services et porter à la connaissance de tous ce qui a bien marché et ce qui n'a pas marché afin de pouvoir rectifier les stratégies futures ou continuer dans le même sens (voir tableau en bas). L'interview a été menée sur un échantillon de ceux qui ont été accompagnés dont les individus, les coopératives et ceux qui ont bénéficié d'un crédit.

N°	Etapas	Qu'est-ce qui a marché ? (Grands succès)	Qu'est-ce qui n'a pas marché ? (Echecs, difficultés et contraintes)	Qu'est-ce qu'il faudrait surtout faire ? (Stratégies à adopter)	Qu'est-ce qu'il faudrait ne plus faire ?
1	Sensibilisation des entrepreneurs, candidats entrepreneurs, entrepreneurs en activité et entrepreneurs en difficulté	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Les communiqués lancés aux différents médias ont fait venir un très grand nombre d'entrepreneurs.</li> <li>-Participation des trois catégories d'entrepreneurs dans les séances de sensibilisation</li> <li>-Présence des membres des autres associations dans les séances de sensibilisation</li> <li>-Participation des trois catégories d'entrepreneurs dans les ateliers d'identification des opportunités à exploiter.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Même si les communiqués invitaient les trois catégories d'entrepreneurs, on a constaté qu'il y avait des personnes démunies.</li> <li>-Les services de la MDE sont des services non financiers alors que la majorité de notre groupe cible a besoin d'un appui financier.</li> <li>-Les membres des associations ont massivement pris part aux séances de sensibilisation mais n'ont pas adhéré en grand nombre.</li> </ul>	Diminuer le groupe cible en identifiant d'abord les entrepreneurs qui sont en activité, après les candidats et ensuite faire un choix des filières prometteuses pour accompagnement.	Avoir des séances de sensibilisation près des lieux publics.
	Centre de documentation	<ul style="list-style-type: none"> <li>-L'achat des livres à la Librairie Saint Paul et chez ATOL a été facile.</li> <li>-Réception des dons des livres par l'entreprise ATOL</li> <li>-Un ordinateur pouvait aider les entrepreneurs à faire des recherches sur internet.</li> <li>-Un trimestriel d'information sur les prix des denrées alimentaires est élaboré et</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Les livres les plus préférés par les lecteurs ne sont pas disponibles dans la librairie Saint Paul.</li> <li>-Les livres commandés sont arrivés tard.</li> <li>-Un seul ordinateur ne suffisait pas car les chercheurs devenaient très nombreux.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Faire une liste des livres dont on aura besoin et passer une commande avant.</li> <li>-Former le responsable sur différentes techniques de fabrication des produits car les demandeurs d'information pensent que le responsable sait tout.</li> </ul>	Implanter un centre de documentation loin des consommateurs de l'information.

N°	Etapas	Qu'est-ce qui a marché ? (Grands succès)	Qu'est-ce qui n'a pas marché ? (Echecs, difficultés et contraintes)	Qu'est-ce qu'il faudrait surtout faire ? (Stratégies à adopter)	Qu'est-ce qu'il faudrait ne plus faire ?
		montre l'évolution des prix sur certains marchés et cela grâce à des synergies de l'ADISCO.	-Les informations sur les prix au niveau de tous les marchés ne nous sont pas connues.	-Equiper la bibliothèque en ordinateurs permettant l'accès à l'information à un grand nombre.  -Engager des animateurs pour récolter les informations nécessaires.	
	-Emission radio	-Création d'un partenariat avec la RTNB pour la diffusion  -Les émissions radios ont été préparées et diffusées tous les lundis à partir de 18H30 et duraient 15 minutes.	-Les émissions étaient diffusées seulement sur les ondes de la radio nationale qui, apparemment était moins chère, alors qu'il ya plus de 7 autres médias privés dont trois les plus écoutés.  -Les fonds alloués à cette activité étaient faibles, ce qui n'a pas permis de diffuser toutes les informations préparées.	-Identifier d'abord les médias les plus écoutés  -Créer des partenariats allant sur une année pour avoir des réductions sur les prix	-Enregistrer les émissions ailleurs que dans le média diffuseur.
	Service questions/réponses	-Création d'un service questions/réponses qui récoltait les doléances des différents entrepreneurs.  -Confection, téléchargement et traduction en Kirundi de certaines fiches techniques dont les entrepreneurs ont besoin.	-Un grand nombre d'entrepreneurs ne sait pas lire et écrire. Il est difficile de tout lire pour eux.  -Les demandeurs d'information sont nombreux et il est difficile de satisfaire tout le monde.	-Insérer des séances d'alphabétisation pour une bonne compréhension	
	Concours d'innovation	-Le concours d'innovation a suscité un esprit compétitif et a diversifié les produits innovants.	Tous ceux qui ont participé aux concours d'innovation n'ont pas reçu de prix.	-Il fallait réserver une certaine motivation pour tous les entrepreneurs qui	

N°	Etapas	Qu'est-ce qui a marché ? (Grands succès)	Qu'est-ce qui n'a pas marché ? (Echecs, difficultés et contraintes)	Qu'est-ce qu'il faudrait surtout faire ? (Stratégies à adopter)	Qu'est-ce qu'il faudrait ne plus faire ?
		<p>-Des commandes auprès de ces entrepreneurs ont été multipliées par n.</p> <p>-La MDE a pu avoir des entrepreneurs à accompagner.</p>		<p>se sont présentés dans la compétition.</p> <p>-Aider les entrepreneurs gagnants dans la protection de leurs innovations (propriété intellectuelle)</p>	
	Participation à des foires d'exposition pour ventes	<p>-Les entrepreneurs accompagnés par la MDE ont participé au moins dans quatre foires (EAC au Musée Vivant ; Foire organisée par CAPAD ; Foire organisée par la Société Civile et celle du Ministère de l'enseignement des métiers)</p> <p>-Chaque entrepreneur possédait une carte qui précisait son activité et son adresse.</p>	-Pour les entrepreneurs qui possèdent des meubles, la MDE assurait le déplacement.	-Les aider surtout pour la traduction : il y a des étrangers qui ont apprécié certains produits mais la discussion n'a pas été aisée.	-Laisser les entrepreneurs se débrouiller quant au transport de leurs produits.
2	-Modules de formation	<p>-La MDE a élaboré des modules et les a adaptés aux besoins de son groupe cible. Les modules sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Créativité et innovation</li> <li>○ Comptabilité simplifiée</li> <li>○ Comprendre le marché</li> <li>○ Gestion des ressources humaines</li> <li>○ Conception et planification des projets</li> <li>○ Gestion des associations de développement</li> </ul> <p>Il y a eu la traduction de ces modules en kirundi pour permettre une bonne compréhension des bénéficiaires.</p>	<p>-Tous les modules ne sont pas traduits en kirundi alors qu'on les dispense en kirundi.</p> <p>- On s'était convenu de ne plus donner les modules à qui que ce soit, mais puisqu'ils sont beaucoup appréciés, les autorités ont pris quelques modules à l'occasion de la Semaine Belge.</p>	<p>-Inclure dans les formations le module sur l'andragogie</p> <p>-Il faudrait seulement présenter le dépliant comprenant tous les modules et le résumé du contenu.</p> <p>-Continuer avec le pré-test et le post-test</p> <p>-Favoriser et renforcer plus l'approche participative.</p>	<p>-Ne plus laisser les apprenants travailler en groupes un long moment car ils s'ennuient alors qu'ils ont des activités à faire chez eux.</p> <p>-Ne plus exposer les modules de formation.</p>

N°	Etapas	Qu'est-ce qui a marché ? (Grands succès)	Qu'est-ce qui n'a pas marché ? (Echecs, difficultés et contraintes)	Qu'est-ce qu'il faudrait surtout faire ? (Stratégies à adopter)	Qu'est-ce qu'il faudrait ne plus faire ?
	-Les modules les plus appréciés	-Formation du formateur à Bukavu et à Turin -Achat d'une licence pour le module « comprendre le marché » -Les trois modules les plus appréciés sont : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Créativité et innovation</li> <li>• Comptabilité simplifiée</li> <li>• Comprendre le marché</li> </ul> -Donner des certificats	-Tous les cadres n'ont pas bénéficié des formations au début pour conduire à bon escient le projet.  -Tous ceux qui ont été formés n'ont pas reçu de certificats.	-Former les cadres au début afin de ne pas les laisser se chercher.	
	-Méthodologie de dispenser ces modules				
	-Les effectifs formés.	Pour chaque formation, on ne devrait pas dépasser un nombre de 20 personnes par séance.	-De ces 20 personnes qui commencent les formations, au moins 16 sont régulières.  -Enseigner des personnes alors qu'on n'a pas de fonds pour acheter de l'eau pour apaiser la soif.	Elaborer un programme des formations et le porter à la connaissance des bénéficiaires un mois avant la séance de formation.	Donner des frais de déplacement pour ceux de la mairie de Bujumbura.
	- Horaire des formations	Les formations débutent toujours 8H00 et se terminent à 12H00.	L'horaire pourrait ne pas être suivi suite aux travaux pratiques effectués en groupes.	Avertir ou présenter des excuses afin de garder de bonnes relations avec les apprenants	Garder les bénéficiaires un bon moment alors qu'on ne donne rien comme frais de déplacement ou de quoi manger.
3	Appui-accompagnement  -Les outils de gestion	-Après les formations, on s'assure que les outils de gestion sont bien maîtrisés.  - Technique de détermination du coût de revient de son entreprise	- Seul les livres de caisse et de banque sont les plus utilisés.  -Peu de gens utilisent les outils de gestion.	-Aider à faire face aux différents défis qu'ils rencontrent (production, visibilité etc)  -identifier les besoins des entrepreneurs à suivre.	

N°	Etapas	Qu'est-ce qui a marché ? (Grands succès)	Qu'est-ce qui n'a pas marché ? (Echecs, difficultés et contraintes)	Qu'est-ce qu'il faudrait surtout faire ? (Stratégies à adopter)	Qu'est-ce qu'il faudrait ne plus faire ?
				-Fidéliser l'entrepreneur avec les outils	
	Les rapports financiers internes périodiques	On préparait le tableau qu'on appelle le 7B (dépenses, libellé, imputation budgétaire, classement, montant, le taux et le montant total en euro) puis, on l'envoie au comptable de LD.			
	-Les visites d'accompagnement	-Les visites étaient régulières soit au moins 3 fois le mois.  -Sensibilisation sur l'esprit d'épargne	-Le suivi des bénéficiaires de l'intérieur  -Le suivi des entrepreneurs qui n'ont pas bénéficié de crédits alors qu'ils se croyaient détenteurs de projets novateurs.  -On n'a pas continué le suivi des anciens bénéficiaires.	-Elaborer des conventions pour mieux suivre les entrepreneurs qui le souhaitent  Fiches de suivi : -Fiche d'analyse de la situation individuelle  -Plan de soutien individuel	Accompagner les bénéficiaires avec qui on n'a pas signé de conventions
	-L'établissement des plans d'affaires.	-Une formation des formateurs dans l'établissement des plans d'affaires a eu lieu.  -Elaboration des comptes d'exploitation			
	La réalisation des plans d'affaires.	-Tous les entrepreneurs qui ont été admis à l'accompagnement ont eu l'occasion d'être appuyés dans l'élaboration des plans d'affaires.	-Les bénéficiaires ne remplissent pas régulièrement les outils de gestion, ce qui fait qu'il y a absence de données chiffrées permettant le remplissage du plan d'affaires.	-Introduire dans le suivi ce qu'on a appelé un « Plan de Soutien Individuel »  -Suivre de vrais entrepreneurs  - Les aider dans l'extension des parts du marché	-Elaborer des business plan à des bénéficiaires qui ne remplissent pas régulièrement les outils de gestion, ce qui biaise les résultats.

N°	Etapas	Qu'est-ce qui a marché ? (Grands succès)	Qu'est-ce qui n'a pas marché ? (Echecs, difficultés et contraintes)	Qu'est-ce qu'il faudrait surtout faire ? (Stratégies à adopter)	Qu'est-ce qu'il faudrait ne plus faire ?
				- Améliorer leurs produits en organisant des formations de perfectionnement	
	-Comité de sélection	-Un comité de sélection a été mis en place et se réunissait chaque fois que de besoin. Ce comité est composé par des personnes de la maison et de l'extérieur de la maison.  - Des critères de sélection ont été arrêtés.	-Les membres du comité de sélection ne se présentaient pas en totalité car les réunions étaient tenues pendant la soirée.		
	-Appui à l'obtention des crédits à la BNDE	-Un partenariat avec la BNDE a été conclu.	- Non paiement du crédit car ils savent que c'est notre garantie	-Apprendre aux bénéficiaires comment négocier les intérêts sur le crédit  -Aider les bénéficiaires du crédit à l'achat du matériel	-Laisser les bénéficiaires planifier eux-mêmes l'utilisation de leurs crédits  -Ne jamais accompagner auprès d'une banque une personne qui n'a pas été accompagnée pour une période d'au moins 6 mois.
	-Taux de remboursement		-Le taux d'intérêt est élevé car se situant entre 18 et 19%.  -La BNDE exige qu'on paye les frais du dossier au lieu de les prélever sur le montant du crédit.  -la BNDE a dévoilé le secret et nous envoie des	-Refaire des conventions avec la BNDE	



N°	Etapas	Qu'est-ce qui a marché ? (Grands succès)	Qu'est-ce qui n'a pas marché ? (Echecs, difficultés et contraintes)	Qu'est-ce qu'il faudrait surtout faire ? (Stratégies à adopter)	Qu'est-ce qu'il faudrait ne plus faire ?
			<p>personnes pour accompagnement alors que nous avons nos stratégies d'accompagnement.</p> <p>-Retard dans le décaissement des fonds ce qui fait que certaines coopératives ratent la campagne.</p>		
4	<p>Structuration</p> <p>-Associations filières</p>	<p>-Structuration des transformateurs agro-alimentaires du Burundi (COTABU) ainsi que les artisans et les cultivateurs de l'oignon (SHIKAKURE)</p>	<p>-Les artisans n'ont jamais évolué.</p> <p>-COTABU a bien évolué et a mis en place une boutique commune mais celle-ci ne fonctionne pas maintenant par manque d'un fonds de roulement.</p> <p>-SHIKAKURE a bien évolué mais le président a volé toutes les parts sociales.</p>	<p>-Structurer en filières ceux qui habitent dans des localités proches et qui se connaissent.</p>	<p>-Laisser les associations structurées se lancer sans fonds de roulement</p>
	<p>-Appui à la constitution des coopératives</p>	<p>-La MDE a accompagné plusieurs coopératives (18) dans le cadre des synergies</p>		<p>-Etude de faisabilité pour comprendre si réellement les bénéficiaires avaient le même problème à résoudre.</p>	
	<p>Appui à la mise en place des organes de la coopérative</p> <p>-Assemblée générale</p>	<p>-Tous les adhérents en règle dans le paiement des parts sociales ont été conviés aux réunions des assemblées générales.</p>			
	<p>-Conseil d'administration</p>	<p>-Appui dans la constitution des organes dirigeants des coopératives soit 4</p>			

N°	Etapes	Qu'est-ce qui a marché ? (Grands succès)	Qu'est-ce qui n'a pas marché ? (Echecs, difficultés et contraintes)	Qu'est-ce qu'il faudrait surtout faire ? (Stratégies à adopter)	Qu'est-ce qu'il faudrait ne plus faire ?
		membres par association avec un mandat de 3 ans)			
	-Comité exécutif	- Appui dans l'élection des présidents, secrétaires, trésoriers et gérants - Pour les gérants, un test a été donné.			
	-Comité de contrôle	- Appui dans l'élection de 3 membres élus par l'Assemblée Générale avec un mandat de 3 ans			
	-Renforcement des capacités des responsables des coopératives  Accompagnement à la BNDE	-MDE renforce les capacités des gérants des coopératives.  -Appui dans l'établissement des bilans et des états financiers.  - Appui dans l'élaboration d'un module de formation des gérants des coopératives	Certains gérants des coopératives s'en vont parce que le salaire n'est pas suffisant.	-Donner un salaire motivant  -Former les personnes relais pour continuer la gestion des coopératives si un gérant part pour d'autres activités.	-Engager des personnes d'un niveau supérieur/universitaire à un poste de gérant avec une faible rémunération
	-Subsides (salaire du gérant, loyer, appareils photos, publicité, (visibilité) déplacement et communication ; équipement)				
	-Négociation et signature des conventions avec l'API	Accompagnement chez le notaire et à l'API de la COTABU et de SHIKAKURE.			
	Certification des produits issus de la transformation agro-alimentaire	-Un audit de qualité dans six (6) unités de transformation agro-alimentaire des membres de la COTABU par un consultant indépendant a conclu que les produits remplissent les normes de qualité du fait que certains produits ont subi une analyse de qualité à la CNTA.	La certification coûte très cher et les entrepreneurs ne sont pas en mesure de payer les frais exigés.	-Sensibiliser le Bureau Burundais de Normalisation (BBN) afin qu'il réduise les prix pour permettre aux transformateurs des produits alimentaires de	

N°	Etapas	Qu'est-ce qui a marché ? (Grands succès)	Qu'est-ce qui n'a pas marché ? (Echecs, difficultés et contraintes)	Qu'est-ce qu'il faudrait surtout faire ? (Stratégies à adopter)	Qu'est-ce qu'il faudrait ne plus faire ?
				livrer sur le marché des aliments de qualité.	

## CONCLUSION

Les différents entrepreneurs rencontrés nous ont confié qu'ils sont satisfaits des services de la MDE. Certains témoignages le confirment comme :

« La MDE est venue à point nommé puisqu'auparavant je ne savais pas que je pouvais fixer mon salaire au sein de ma propre entreprise ! » ;

« Mon épargne à fait que j'achète des planches et faire un stock et la recherche des marchés m'aide à avoir en permanence des commandes. » ;

« La MDE nous a ouvert les yeux. Pour le moment, nous sommes connectés aux IMF et nous pouvons y aller sans le concours de la MDE ».

Les autres entrepreneurs ont apprécié les formations surtout la comptabilité simplifiée dans laquelle ils ont appris comment gérer l'argent qu'ils gagnent et comment affecter les fonds. Certains sont contents de la compétition qui leur a permis de se connaître et d'avoir des connaissances étendues : « La participation dans les foires m'a été très bénéfique. Maintenant, je suis connu et mes clients me téléphonent ou viennent jusque chez moi ».

Néanmoins, même si les services ont été bien pensés, les entrepreneurs relèvent quelques problèmes comme les livres très intéressants mais qui sont en français ; les formations qui ne sont pas toujours sanctionnées par des certificats et l'accompagnement à la BNDE qui dure longtemps alors qu'on a des clients à servir à une période bien déterminée.

Cela étant, les services de la MDE restent une nécessité puisque, en effet, la population burundaise ne peut pas vivre seulement de l'agriculture. Les activités non agricoles s'avèrent très importantes pour donner suite à l'exiguïté des terres cultivables.

Il revient alors aux bailleurs de fonds de bien vouloir saisir cette opportunité pour financer les activités non agricoles puisque les entrepreneurs ont compris que, pour changer leur niveau de vie, il est impératif d'intégrer les activités non agricoles.

## ANNEXES

**ANNEXE 1.**

**Quelques photos des entrepreneurs interviewés**



**SIBONIYO Stéphanie : Coopérative Turamirize**



**KANA Gabriel : Coopérative Tubamurikire**



**Exposition des braseros de Jean –Bosco HAKIZIMANA**



**Exposition des meubles en rotin de madame Diane SIMBIZI**





**KAYOBERA Dieudonné dans son kiosque: Décodage des téléphones**



**Stock de planche appartenant à SIBOMANA Emmanuel**



**Atelier de couture de BARAMBONA Germaine**



**Exposition des produits alimentaires de NIYIMBESHAHO Claude**

## ANNEXE 2.

## Liste des personnes interviewées

N°	Nom et Prénom	LIEU	Activité	Genre		Individuel /association /coopérative	Accès au crédit
				HOMMES	FEMMES		
1	NIMBESHAHO Claude	BUJUMBURA	Fabrication de la farine composée	M		Individuel	Oui
2	SIMBIZI Diane	BUJUMBURA	Fabrication des meubles en rotin		F	Individuel	Non
3	NIZIGIYIMANA Ladislas	RUTEGAMA	Usine à café	M		Coopérative	Oui
4	HAVYARIMANA Jean	RUTEGAMA		M		Coopérative	
5	NIYOYITUNGIRA Josias	RUTEGAMA	Gérant	M		Coopérative	
6	SIBONIYO Stéphanie	RUTEGAMA			F	Coopérative Turamirize	Oui
7	KAYOBERA Dieudonné	BUJUMBURA	Charge batteries et vente des housing	M		Individuel	Oui
8	BARAMBONA Germaine	BUJUMBURA	Haute couture des prêts à porter		F	Association	Non
9	HAKIZIMANA J.Bosco	BUJUMBURA	Brasero	M		Individuel	Oui
10	SIBOMANA Emmanuel	BUJUMBURA	Stock de planche	M		Individuel	Non
11	BIGIRIMANA Pascal	CIBITOKÉ	Usine de café	M		Coopérative Ruziba-Nyamakarabo	Oui
12	NYANDWI Denise	Ruziba-Nyamakarabo	Gérante Usine de café		F	Coopérative Ruziba-Nyamakarabo	
13	KANA Gabriel	NGOZI	Moulin	M		Coopérative Tubamurikire	Oui
14	NDABACEKURE Méthode	NGOZI	Gérant	M		Coopérative Tubamurikire	
15	CIZA Haruna	NGOZI	Animateur	M		Coopérative Tubamurikire	
	TOTAL			11	4		

Réalisé par Pierre-Claver NDAYISHIMIYE