



FORMATION DES LEADER SUR L'ANALYSE ET DÉVELOPPEMENT DES MARCHES (ADM) DES PRODUITS FORESTIERS NON LIGNEUX (PFNL)

DU 07 AU 11 MAI 2012 à LOMIE / EST-CAMEROUN

RAPPORT DE FORMATION



Par **SEIBOU BOUBA ALEXIS** Expert en ADM
Tel 99 53 18 36 e mail seibalex@yahoo.fr

Assisté de **IYASSA MOSUA SEBASTIAN**
Sous la supervision de **NGUENANG GUY MERLIN**

Coopération Germano – Camerounaise

Ministère des Forêts et de la Faune (MINFOF)
Ministère de l'Environnement et de la Protection de la Nature et du Développement durable (MINEPDeD)
Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

German – Cameroonian Cooperation

Ministry of Forestry and Wildlife (MINFOF)
Ministry of Environment and Nature Protection (MINEP)
Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Bureau GIZ
BP 7814 Yaoundé
Cameroun

T: (+237) 22 21 94 57 / 22 21 06 51 /
22 21 06 52
F: (+237) 22 21 26 89
E: info@cameroun-foret.com
I: www.cameroun-foret.com

Programme N°: 2010.2033.8
Durée : 01.2011 à 12.2015
Coordinatrice : Mme Kirsten Hegener

TABLE DES MATIERES

Pages

I – Introduction.....	6
II – Contexte et justification.....	7
III - Rappel des Objectifs et des Résultats attendus de la formation.....	7
IV – Méthodologie utilisée.....	8
V - Résultats de la Formation / Points saillants.....	8
VI – Conclusion.....	15
VII - Recommandations.....	16
Annexes.....	17

LISTE DES ABREVIATIONS

ADM : Analyse **et** Développement **des** Marchés

MIFOF : Ministère des forêts et de la faune

MINADER : Ministère de l'agriculture et du développement rural

ProPSFE : Programme **G**ermano- **C**amerounais d'appui au Programme **S**écial Forêt et **E**nvironnement.

PFNL : Produit **F**orestiers **N**on **L**igneux

LISTE DES ANNEXES

Annexe 1 : Terme des Références (TdR)

Annexe 2 : Programme de l'Atelier

Annexe 3 : Canevas calendrier de production et des prix en fonction des marchés

Annexe 4 : Fiche récapitulative des informations dans les 5 dossiers

Annexe 5 : Fiche de collecte des données à partir des 5 dossiers

Annexe 6 : Canevas élaboration/montage PDE

Annexe 7 : Liste des participants

I – Introduction

Dans son ensemble les formations se sont bien déroulées malgré quelques petits problèmes au niveau organisationnel qui ont très vite trouvés des solutions.

Je remercie sincèrement tout le personnel de la GIZ antenne de l'Est, les leaders des groupes de femmes, point focal PFNL (DRFOF) et d'autres acteurs pour leur enthousiasme, leur participation active et leur bonne humeur qui ont permis à la formation de se dérouler dans les meilleures conditions et d'atteindre ses objectifs.

Le suivi des travaux de groupe, les évaluations journalières et en fin de formation ont montré que les participants ont compris l'approche ADM dans son processus, ses concepts et principes de base, les étapes de la phase 3 et 4. Plus précisément ils savent :

- Construire un circuit/une chaîne de commercialisation d'un produit forestier non ligneux (PFNL) avec les prix de vente/achat à chaque maillon de la chaîne et chaque type d'acteurs ;

- Elaborer un calendrier de production annuel d'un PFNL en fonction d'une zone, des marchés et des prix ;

- Comment créer ou redynamiser un groupe qui se veut structurer, organiser, fonctionnel, dynamique et professionnel;

- Déterminer l'objectif financier d'un groupe et la quantité à produire pour atteindre cet objectif en opérant par des choix stratégiques;

- Compiler ces informations pour élaborer un PDE réaliste, le mettre en œuvre et le suivre.

Au regard de ces observations, les participants à la formation seront capables d'utiliser leurs nouvelles compétences pour aider, à leur niveau respectif, d'autres groupes d'intérêt à développer des petites entreprises basées sur l'utilisation durable des PFNL.

II – Contexte et justification

La valorisation des produits forestiers non ligneux (PFNL) afin qu'ils contribuent davantage à l'amélioration du niveau de vie des populations locales, constitue une des préoccupations importantes relevés dans le document du programme sectoriel forêt environnement (PSFE). Cette préoccupation est également bien prise en compte dans la stratégie d'appui au PSFE par le partenaire GIZ-ProPSFE.

L'une des activités phare de ce programme est la formation des 'leader' sur l'analyse et le développement des marchés ceci dans le but de rendre les leader des groupes de femmes, point focal PFNL (DRFOF) et d'autre acteurs capables de maîtriser le système des marchés pour faciliter un bon accompagnement des groupes de femmes afin de leur permettre de profiter davantage sur la production et de la commercialisation de ces produits. C'est dans ce cadre que la GIZ antenne de l'Est /ProPSFE a organisé cette formation.

III - Rappel des Objectifs et des Résultats attendus de la formation

Objectifs : Former les facilitateurs terrains à l'approche Analyse et développement des Marchés « ADM » pour leurs permettre d'être mieux outiller et capable d'aider les populations à mettre sur pied des petites entreprises forestières durable. Précisément, il s'agira de :

Pour faciliter cette formation, quelques objectifs ont été fixés à savoir :

- Présenter l'approche **ADM** dans ses grandes lignes, ses objectifs/but, ses concepts et principes, ses différentes phases ;
- Présenter en grande ligne les partie de l'approche c'est-à-dire les phases 1, 2, 3 et 4 du processus ;
- Partager, échanger sur les outils des phases **3** et **4** de l'approche **ADM**
- Aider les participants à élaborer un plan d'action de mise en œuvre des acquis de la formation sur le terrain ;
- Elaborer un rapport de formation ;

Ces objectifs pour les résultats suivant :

- Les participants connaissent l'approche ADM dans son ensemble, le processus et ses différentes phases, ses principes de base, concepts, et quelques définitions clés ;
- Le processus ADM dans ses phases 1, 2, 3 et 4 sont connues et les participants sont capables d'utilisés les différents outils pour aider les futurs entrepreneurs ;
- Chaque participant à un plan d'action réaliste pour la mise en œuvre des acquis de la formation ;
- Un rapport de formation ressortant les grandes lignes de la formation est rédigé par le formateur et transmis à la GIZ.

IV – Méthodologie utilisée

Pour une meilleure appropriation et par souci de durabilité des acquis de la formation, l'approche participative à été utilisée avec un accent sur le faire faire et non faire à la place des bénéficiaires. Des échanges avec des personnes ressources, les exposés, les travaux en groupes, les restitutions des travaux en plénière, échanges/débats/discussions, les boîtes à image pour mieux expliquer certains concepts, des jeux de rôles/simulations ont aussi été mis à profit. Une descente dans un marché de la place pour une enquête simplifiée à été organisée. Les réunions d'évaluations les soirs après chaque journée de formation nous ont permis d'apprécier le niveau d'avancement, de recentrer certains points, de préparer la journée suivante. Aussi des évaluations de la formation par les participants, la coordination et le formateur ont été faites.

Cette mission de formation s'est effectuée en deux (02) grandes phases: La phase préparatoire et la phase des formations proprement dites.

La phase préparatoire consistait à : i) organiser une réunion avec la coordination GIZ antenne de l'Est afin de leur donner une idée générale du contenu de l'approche ADM et comment la formation devait se dérouler sur le terrain ; ii) échanger sur ce qui été déjà fait avec leaders à la base en terme d'activité/accompagnement question de faire un rapprochement avec les phases 1 et 2 de l'approche « ADM » surtout que la présente formation l'accent à été mis sur les phases 3 et 4. iii) apprécier le niveau de préparation en terme de matériel didactique, invitation des participants, la logistique ; iv) organiser et planifier la descente sur le site de formation.

En ce qui concerne la phase des formations proprement dites, celle-ci à été faite dans l'un des sites du projet LOMIE à 240 km environ de Bertoua du 07 au 11 Mai 2012.

V - Résultats de la Formation / Points saillants

Les participants

Dix huit personnes au total venant de deux régions (Est et Sud – Ouest) précisément des zones de Mbang, Batouri, Lomié, Dimako, Djoum, Messondo, Bertoua et Manfé ont pris part à cette formation donc onze femmes (voir liste des participants en annexe). Des 18 participants, deux sont les partenaires du MINFOF et les autres les leaders des groupements féminin pour la plupart exploitant les produits forestiers non ligneux « PFNL ». La mangue sauvage, l'huile de moabi, les feuilles de gnetum, le djansang sont pour le moment les PFNL les plus commercialisés par ces leaders dans ces zones.

Zone	Femmes	Hommes	Total
LOMIE	4	0	4
BATOURI	0	2	2
MBANG	2	0	2
DIMAKO	2	0	2
DJOURM	0	1	1
MESSONDO	1	0	1
BERTOUA	1	1	2
MANFE	1	3	4

TOTAL	11	7	18
--------------	-----------	----------	-----------

V. 3 - Contenu des formations et leur déroulement

Afin de répondre aux attentes des participants qui voulaient une formation pragmatique basée sur les cas concrets, la formation s'est déroulée selon les étapes suivantes:

- Introduction générale de la formation
- Présentation des participants et identification des PFNL phares dans chaque zone,
- Présentation de l'approche ADM, les grandes lignes, quelques concepts, les principes de base
- Construction d'un circuit/chaîne de commercialisation
- Elaboration d'un calendrier de production et des prix d'un PFNL en fonction des marchés
- Interventions de certaines structures (ministère de l'agriculture et du développement rural « MINADER », des Forêts et des faunes « MINFOF ») ;
- Notion de groupe
- Détermination de l'objectif financier d'un groupe ;
- Détermination de la quantité à produire pour atteindre ou dépasser l'objectif financier du groupe /Détermination de la taille et/ou limite de l'entreprise;
- Quelques calculs simplifiés pour une projection financière facilement utilisable par les bénéficiaires;
- Gestion du bénéfice;
- Estimation des besoins en renforcement des capacités pour mieux produire et atteindre facilement les résultats ;
- Elaboration d'un PDE ;
- Mise en œuvre et suivi d'un PDE.

V.3. 1 - Introduction générale de la formation

Il fallait expliquer aux participants en guise de rappel ce pourquoi nous sommes là en présentant les objectifs du projet, de la formation, les résultats attendus et le processus de déroulement de l'atelier.

V.3. 2 - Présentations des participants et identification des PFNL phares dans chaque site

L'objectif pour aborder ce point consistait à distribuer aux participants des fiches d'identification contenant entre autres les éléments suivants: nom, zone de provenance, appartenance ou non à un groupe, description des activités menées sur les PFNL, identification des PFNL les plus importants dans le village, énumération des attentes de la formation. Le but ici était de mettre en confiance les participants, de créer une ambiance de travail gaie, d'apprécier le niveau des participants, de mieux comprendre ce qu'ils mènent comme activités, et avoir une idée des PFNL phares existant dans leurs sites pour faire un rapprochement avec ceux retenus par le projet. Après avoir expliqué/défini ce qu'on entend par PFNL, les participants se mettaient en duo afin d'échanger sur le contenu de leurs fiches d'identification et se sont présentés mutuellement (dans le duo, un présente l'autre et vice versa) en plénière. Cette partie a permis d'avoir certaines informations sur les participants (voir les statistiques et les listes sur les participants ci-dessus), N'ayant encore aucune notion sur l'approche ADM, les participants ont cité ces PFNL sur la base d'une analyse rapide en utilisant les critères de marché et d'abondance du produit dans la zone. Ainsi, les produits qui revenaient le plus dans chaque site, ont été finalement retenus comme exemples tout le long de la formation (Amande mangue sauvage, feuilles de gnetum, l'huile de moabi, djansang etc). Les PFNL phares cités et retenus par les participants confirment presque ceux qui font l'objet des préoccupations du ProPSFE.

V.3. 3 - Présentation de l'approche ADM, les grandes lignes, quelques concepts, les principes de base

L'objectif de cette partie était de familiariser les participants avec l'approche ADM. Il était question de définir cette approche, d'expliquer son utilisation dans le cadre du projet GCP/RAF441/GER, de présenter ses 4 dossiers d'analyse (social/institutionnel, Marché/économie, Technologie/science, Environnement), de décrire comment et à quel moment utiliser cette approche, de définir les concepts (ressource/produit, vendre/commercialiser, entreprise etc. ...) et présenter ses principes de base.

Un jeu de rôles a été simulé en intégrant l'aspect marché à plusieurs niveaux (local, les grands marchés etc.) dans lesquels on retrouve les acheteurs et vendeurs qui spéculent au tour des produits (PFNL). Au niveau du village, on retrouve les PFNL à la fois dans les champs de case, les jachères, les forêts secondaires, les forêts primaires qui font l'objet de récolte/cueillette/collecte/ramassage par la population pour vendre aux grossistes venant des marchés semi-urbains et urbains et ayant fait des commandes au préalable. Egalement au niveau du village les PFNL sont vendus aux consommateurs et/ ou revendeurs. Nous avons aussi intégré des PFNL qui peuvent être un tabou dans un village mais très bien commercialisés dans un autre. L'aspect prix, quantité et forme à laquelle un produit est commercialisé à un endroit précis avec les personnes qui font des transactions ont permis aux participants d'aborder facilement la notion de circuit de commercialisation.

V.3. 4 - Construction d'un circuit/chaîne de commercialisation

L'objectif ici était de permettre aux participants d'avoir des éléments de réponses aux questions suivantes : quelles sont les destinations de leurs PFNL? Qui sont les principaux acheteurs ? Sous quelles formes sont vendus ces produits ? Quelles sont les quantités vendues ? Quels sont les prix de vente ? Quelles sont les périodes de vente de ces produits ? Comment les produits sont transportés et à quels coûts?

Une fois répondu à ces questions, et en se référant au jeu de rôle précédent, les participants ont facilement construit le circuit de commercialisation de plusieurs PFNL. Cet exercice leur a aussi permis de mieux comprendre ce que c'est qu'un circuit/chaine de commercialisation, les acteurs directs/acteurs indirects, vendeurs/acheteurs/détaillants/grossistes/semi grossistes (voir un exemple en annexe).

V.3. 5 - Elaboration d'un calendrier de production et des prix d'un PFNL en fonction des marchés

Ici il était question à travers un tableau d'amener les participants à déterminer la ou les périodes où le produit peut être disponible (produit brute, par exemple les feuilles de *Gnetum* spp, les noix de karité...), les variations des prix de ce produit et des quantités/mesures en fonction des marchés et des périodes. Ce tableau est chiffré et mué, il faut faire une analyse, une interprétation, un commentaire de chaque partie du calendrier pour mieux le comprendre (Voir un exemple en annexe 8 point 9). A la fin de l'élaboration de ce calendrier, il sera utilisé comme un document de prise de décision de la future entreprise pour répondre aux questions suivantes : Quand produire (cela peut être la collecte/cueillette/ramassage, la transformation...)? Où et quand vendre ? A qui et à quel prix ?(voir un exemple en annexe).

V.3. 6 - Interventions de certaines structures (acteurs indirects)

L'objectif premier dans cette rubrique était de permettre aux participants d'obtenir des informations utiles susceptibles de favoriser la création d'une entreprise viable et dynamique. Ces échanges directs ont permis aux participants non seulement de poser les questions aux différents représentants des structures en tenant compte des réalités du terrain, mais aussi de se familiariser avec les termes ou expressions utilisés par chaque structure. Le choix des structures s'est fait en fonction du type d'activités que mènent (ou veulent mener) les bénéficiaires et l'orientation qui a été donnée aux formations. Les structures suivantes ont été invitées:

Les représentants des MINPMEES et Les établissements de micro finance (EMF) n'ont pas pu être là pour des raisons organisationnelles et d'indisponibilité malheureusement. Ils devraient nous entretenir sur leurs produits (généralement épargne et crédit), les modalités

d'accès au crédit, les avantages, les zones d'interventions etc.... Ces exposés devraient permettre aux participants d'avoir une idée de comment gérer leurs revenus (en épargnant par exemple une partie) et avoir l'accès au crédit (fond de roulement pour transport, équipement par exemple). Néanmoins beaucoup d'explications ont été apportées par le formateur (Consultant ADM) pour permettre aux participants de comprendre l'utilité des établissements de micro finance dans le développement des petites et moyennes entreprises. .

Le représentant du MINADER (le délégué d'arrondissement de Lomé) à entretenu les participants sur les différentes formes/modes de regroupement qu'on trouve dans le pays, et ceux dont le ministère soutien la promotion. L'avantage d'être en groupe, les procédures de création des groupements, les documents juridiques nécessaires, et les procédures de légalisation ont été présentés. La différence entre une association et un groupement à caractère économique a été clairement expliquée. En effet une association ne peut mener une activité à but lucratif et les membres travaillent pour aider les autres et non eux-mêmes. Ce qui cadre très peu avec les PME envisagées par les futurs entrepreneurs. Pour le représentant, compte tenu du fait que la plupart des participants sont encore à leur début, il serait mieux de commencer par la plus petite entité ayant un caractère économique susceptible d'aider la population (GIC par exemple) et grandir par la suite.

Les représentants du ministère des forêts et de la faune ont entretenu les participants sur le cadre légal qui régit le secteur des PFNL en se focalisant sur les conditions d'exploitation, de taxation des PFNL d'origine végétale, l'importance de préserver la ressource, l'application des bonnes techniques de cueillette/récolte, le reboisement. Les sanctions pour les déviants ont aussi été évoquées, les abus des agents des eaux et forêts lors des contrôles au niveau des barrières. Le problème des conditions d'exploitation des PFNL sortis des plantations privées a aussi fait l'objet d'un grand débat. Dans le code forestier, rien n'a encore été prévu pour ces PFNL. Néanmoins, les certificats d'origines sont pour le moment utilisés pour faciliter la circulation des produits PFNL dans le pays.

De manière générale, les échanges avec les différents intervenants ont permis d'enrichir les connaissances des participants, de créer des liens de partenariat (pistes de partenariat), de faire comprendre aux différents représentants (intervenants) qu'ils y a de futures entreprises qui sont en création dans le domaine des PFNL. Cette rubrique a permis aux participants de mieux comprendre et de mettre en œuvre l'un des principes de base de l'approche ADM (les Alliances stratégiques pour un partenariat porteur/constructif).

V.3. 7 - Notion de groupe

Tous les intervenants ont chacun mis l'accent sur l'importance de travailler en groupe car il a plus d'avantages que d'inconvénients. Mais la question est de savoir comment faire pour avoir un groupe dynamique? C'est tout un processus avec une progression logique que les participants devraient comprendre.

V.3.7.1 - Comment se crée un bon groupe ?

Tout part de cette question, c'est la porte d'entrée quand on veut travailler sur la dynamique de groupe. Un groupe a toutes les chances d'être bon si dès le départ les membres:

- Ont un même centre d'intérêt (objectifs communs, mènent une même activité, ont une vision commune etc....);
- Se font mutuellement confiance, acceptent de travailler ensemble, sont solidaires;
- Sont engagés avec une volonté de faire avancer les activités du groupe; ont l'esprit de groupe;
- Sont ouverts aux innovations etc.

Une fois que les membres remplissent ce minimum, ils vont s'asseoir pour réfléchir sur comment structurer le groupe?

V.3.7.2 - Un groupe structuré

Sur la base de ce que les membres du groupe comptent faire ensemble, ils discutent sur comment cela va se passer de la manière la plus efficace et réaliste possible, la forme de

regroupement qui semble la plus appropriée pour atteindre les objectifs du groupe, la manière dont le bureau sera organisé (sa composition), la clarification des tâches/rôles de chaque poste avant de penser à qui va l'occuper. . Après cette étape, le résultat de ce travail sera consigné dans un document pour en faire les textes de base (Statuts et règlement intérieur du groupe). Une fois que le groupe a ses textes de base et un bureau désigné par ses membres, on peut dire qu'on a affaire à un groupe structuré. Cependant un groupe peut être structuré mais pas encore organisé.

V.3.7.3 - Un groupe organisé

Un groupe peut avoir des membres qui ont les mêmes centres d'intérêts, se font mutuellement confiance, possède les textes de base mais n'ont pas développé des stratégies pour mener à bien leurs activités. On peut dire que le groupe est organisé lorsque les membres sauront pourquoi le groupe a porté son choix sur tel ou tel PFNL et non l'autre? Pour le ou les PFNL choisis, il faut savoir qui fera quoi ? Quand ? Comment ? Pour quelle quantité ? Pour quel marché ? Avec quel moyen et avec qui (partenaires) ? Combien le groupe pourra gagner à la fin et les membres par la suite ? Comment seront gérés les bénéfices ?

L'élaboration d'un PDE avec l'approche ADM dans son processus répond aisément à toutes ces questions. Certes un groupe peut être organisé avec son PDE mais ne fonctionne pas.

V.3.7.4 - Un groupe fonctionnel

Les membres du groupe peuvent bien savoir ce qu'ils veulent faire (le qui, comment, quand, avec qui, avec quel moyens, pour quel marché...), mais cela ne suffit pas. Il va falloir mettre en œuvre ce qui a été décidé pour avoir les résultats recherchés (escomptés) et atteindre les objectifs fixés par le groupe. Là on peut déjà dire que le groupe fonctionne. Maintenant tout va dépendre de la fréquence de la production, le niveau de mise en œuvre des activités, la progression de la taille de l'entreprise, le niveau de visibilité de l'entreprise, le degré de satisfaction des membres du groupe, le niveau de transparence dans la gestion des affaires du groupe/la bonne gouvernance, la capacité du groupe à prévenir et s'adapter au changement des prix sur les marchés, à respecter les contrats pour apprécier le dynamisme du groupe.

V.3.7.5 - Un groupe dynamique

Le niveau de fonctionnement du groupe permet d'apprécier son dynamisme. On pourra dire que, tel groupe est plus dynamique qu'un autre en fonction de quelques critères appréciations (fréquence de la production, le niveau de mise en œuvre des activités, le niveau de visibilité de l'entreprise etc....).

La règle d'or ici est de toujours mettre en avant les principes de base de l'approche ADM surtout ceux de la participation et des alliances stratégiques.

La finalité c'est le souhait d'avoir des groupes avec des membres engagés, des groupes structurés, organisés qui fonctionnent de manière continue et non occasionnelle, qui sont enthousiastes, et se rendent visibles par leur dynamisme. Le schéma ci-dessous est un outil d'évaluation d'un groupe. Cet outil peut permettre à un moment donné (X) d'apprécier à quel niveau se trouve le groupe et d'envisager des actions concrètes à mener.

Création d'un groupe

Groupe Structuré

Groupe Organisé

Groupe Fonctionnel

Groupe Dynamique

OK pour le ProPSFE

Source : Conception et Adaptation de Mr SEIBOU BOUBA ALEXIS

V.3. 8 - Détermination de l'objectif financier d'un groupe

Dans les familles rurales, les besoins primaires sont généralement nombreux (nourriture, santé, éducation, habillement, logement etc...). Une partie de ces besoins sont pour la plupart du temps couverts directement en nature par les produits provenant de l'agriculture, de l'élevage, de la pêche, de la chasse, et de la cueillette; l'autre partie est couverte en mobilisant des moyens financiers (argent qu'il va falloir chercher). Les questions qui se posent sont :

Où trouver l'argent et comment, pour satisfaire (entièrement ou en partie) les besoins de la famille?

Dans notre environnement, quelle est l'activité qu'on peut mener (individuellement ou en groupe) pour avoir un produit qu'on peut vendre/commercialiser et avoir de l'argent qui peut aider la famille?

Combien aura-t-on besoin en termes d'argent? Pour le savoir, il faut faire une évaluation monétaire des besoins annuels nécessaires de la famille d'une taille moyenne (X) d'abord en ce moment précis (dans les conditions actuelles de vie où la recherche de l'argent se fait), ensuite dans la situation souhaitée/désirée tout en étant très réaliste, enfin faire la différence pour connaître le montant générale à combler pour que la famille puisse améliorer ses conditions de vie. Mais en réalité, l'activité que vous voulez mener ne peut tout de suite résoudre tous vos problèmes d'argent. Une fois les besoins généraux nécessaires de la famille évalués, il faut apprécier le niveau de contribution de l'activité (PFNL) dans la couverture de ceux-ci (par la méthode de proportion en utilisant des cailloux, des calculs de pourcentages, et le montant correspondant). Le montant correspondant au niveau de la contribution de l'activité aux besoins essentiels de la famille dans le cadre de ce travail est appelé objectif financier d'un membre du groupe par an. L'accent est mis sur le membre d'un groupe parce que les participants ont été au préalable convaincus de la nécessité de travailler en groupe. Pour trouver donc l'objectif financier d'un groupe, il suffira de multiplier l'objectif financier d'un membre par le nombre total des membres. Au-delà du montant à rechercher pour l'ensemble des membres, le groupe aura aussi besoin de l'argent pour son fonctionnement et autres. Dans ce cas en fonction des capacités du groupe à produire, ce dernier pourra aller au-delà de l'objectif financier du groupe préalablement fixé tout en

gardant à l'esprit le montant total des besoins immédiats des membres (voir exemple PDE en annexe 8).

Cet exercice se fait en utilisant une boîte à image qui ressort des besoins familiaux nécessaires, argent recherché, la notion d'entreprise ou mener une activité qui peut rapporter de l'argent (Produit/Argent), vendre/commercialiser, les moyens (matériels, humains, financiers etc...). En fonction du niveau des participants à pouvoir effectuer des calculs, les cailloux pour la notion des proportions, les pourcentages, la règle de trois ont été aussi utilisés dans les travaux.

V.3. 9 - Détermination de la quantité à produire pour atteindre ou dépasser l'objectif financier du groupe /Détermination de la taille et/ou limite de l'entreprise.

Le montant financier recherché par le groupe étant connu, il faut après déterminer la quantité correspondante de PFNL à produire/récolter par le groupe pour atteindre l'objectif financier fixé par ce groupe. Il faut préciser que l'objectif financier fixé ici par le groupe sera couvert par l'ensemble des bénéfices que dégagera/générera la quantité totale de PFNL à produire par le groupe. Pour cela, il faut d'abord chercher le bénéfice dégagé par une unité de production, ensuite prendre l'objectif financier du groupe et le diviser par le bénéfice dégagé par une unité de production pour trouver la quantité totale à produire par le groupe; enfin il faut s'assurer de la capacité du groupe à pouvoir produire cette quantité et à quelle fréquence, ainsi que la capacité de chaque membre à pouvoir produire une certaine quantité.

Cet exercice a des préalables qui sont : où (l'endroit/marché), sous quelle forme (unité) et à quel prix vendre son produit, ceci à partir de la première analyse du calendrier de production et des prix en fonction des marchés porteurs.

V.3. 10 - Quelques calculs simplifiés pour une projection financière facilement utilisable par les bénéficiaires

A ce stade, la quantité totale à produire par le groupe est connue, mais le montant des dépenses quelle va occasionner et le bénéfice quelle va réellement générer ne sont pas connus. Compte tenu du niveau des participants dans les différentes formations, nous avons beaucoup simplifié les choses dans cette rubrique en se limitant sur la notion des calculs des dépenses, des recettes et des bénéfices brutes. Et pour un début, dans le souci de mieux apprécier le niveau d'engagement des membres du groupe, ceux-ci vont utiliser leurs propres matériels (pas d'achat d'équipement), pas de crédit à contracter pour un début (certains groupes pourront utiliser les cotisations des membres dans un premier temps). Néanmoins en fonction des cas, le projet pourra mettre à la disposition de certains groupes un fonds remboursable pour l'achat de gros équipements (Cas du site de Bossangoa pour l'achat d'une machine pour la transformation du beurre de karité, la disponibilité de ruches améliorées pour la production d'un miel de qualité).

On aura donc le canevas/schéma suivant :

PFNL (x) Quantité totale à produire (Y) Fréquence de production de la quantité (Y):

Dépenses

Total dépenses= somme de toutes les dépenses

Recettes = (Quantité totale à produire x Prix unitaire)

Total recettes= somme de toutes les recettes

Bénéfices = Total recettes– Total dépenses

Avec cette façon de procéder, les participants ont mieux compris et internalisé l'approche. La prochaine étape porte sur la gestion des bénéfices.

V.3. 11 - Gestion du bénéfice

Une partie sera dégagée pour couvrir les besoins des membres en fonction de l'objectif financier préalablement fixé à partir du besoin d'un membre du groupe; Une partie servira au fonctionnement du groupe.

Une autre partie servira à l'épargne du groupe dans un établissement de micro finance de la place ou servir au remboursement des crédits contractés par le groupe. Tout dépendra de la décision des membres du groupe.

Tout ceci pouvait se résumer dans un tableau plus complet mais difficilement exploitable par nos groupements. C'est la raison pour laquelle le tableau a été simplifié.

V.3. 12 - Estimation des besoins en renforcement des capacités pour mieux produire et atteindre facilement les résultats.

Pour mener à bien les activités de manière efficace, un diagnostic des groupes a été fait pour apprécier les capacités à pouvoir les mettre en œuvre, déceler les faiblesses et estimer les besoins en renforcement des capacités (comptabilité simplifier, marketing, gestion des informations/variation des prix sur les marchés, techniques de production/cueillette/récolte améliorées, techniques d'animation et gestion d'un groupe, recherche et gestion du partenariat etc.)

V.3. 13 - Elaboration d'un PDE

L'élaboration du PDE n'est que la compilation dans un ordre logique des informations recueillies tout le long de l'atelier. Un canevas a été présenté et expliqué à cet effet (Voir en annexe 7). Des exemples de PDE déjà élaborés dans d'autres pays (Nord Cameroun) ont été présentés. Cela a permis aux participants, répartis en groupes dès le départ en fonction des PFNL, à élaborer des PDE à titre d'exercice avec des exemples réels.

V.3. 14 - Mise en œuvre d'un PDE

Comme le titre l'indique, c'est l'exécution des activités telles que prévues par les membres et inscrites dans le PDE avec un mécanisme de suivi et évaluation de ce qui se fait ou devrait se faire.

VI - Conclusions

De façon générale, la formation s'est bien déroulée, malgré quelques petits problèmes sur le plan organisationnel et le retard de certains participants pour le début des journées. Cela a légèrement affecté le programme général. Il est vrai que le programme de la mission était très juste, très peu flexible, avec une très petite marge de manœuvre mais l'esprit d'équipe (la coordination de la GIZ, les points focaux et le consultant), la patience des participants ont contribué positivement à la réussite et à l'atteinte des objectifs.

Les participants, ainsi que les coordinations y compris les points focaux ont eu une idée de l'approche ADM de façon générale, se sont familiarisés avec les concepts, les principes de base, le processus et les différentes étapes, les méthodes et quelques outils. L'approche utilisée a permis aux participants d'aborder facilement l'ensemble des exercices et de présenter beaucoup de cas pratiques réels. Le niveau d'implication des participants lors de l'application de l'ensemble des exercices leur a permis d'aborder l'étape de l'élaboration des PDE avec beaucoup d'enthousiasme. Les PDE élaborés lors de ces formations à Lomé, à été fait à titre d'exemples sur les PFNL phares retenus par les participants. Les PDE des groupes réels ne seront pas très différents de ceux qui ont été élaborés, parce que les groupes créés lors de la formation étaient faits sur la base de la provenance d'une même zone ou secteur. A la fin de la formation, lors de l'évaluation, chaque participant a pris l'engagement une fois rentré au village, d'organiser une réunion de restitution pour partager les acquis.

Lors de l'élaboration des PDE dans les sites du projet quelques problèmes majeurs des futurs entrepreneurs ont été évoqués à savoir:

- L'accès à l'équipement pour booster une production de qualité. C'est le cas des producteurs d'amandes de mangue sauvage où; la disponibilité de la machine pour fendre les noyaux de mangue sauvage s'avèrent nécessaires;
- Un fond pour la constitution d'un grand stock de PFNL pendant la période de production,

Recommandations

Pour permettre d'améliorer le travail qui a été fait et mieux valoriser les acquis, quelques recommandations ont été faites en l'endroit de la coordination du projet et les participants.

Aux participants

- Faire une restitution aux autres membres du/ou des groupes qui n'ont pas eu la chance de participer à cette formation en reprenant progressivement tout ce qui à été fait pendant les 5 jours ;
- Vraiment s'appliquer avec beaucoup de sérieux et réalisme surtout que cette fois vous êtes en situation réelle, si non sa sera du temps perdu ;
- Bien s'organiser en mettant l'accent sur les explications de la dynamique de groupe discuté longuement lors de la formation à Lomié. Car c'est la clé du succès pour un groupe qui veut réussir.
- Il faut beaucoup s'informer sur le produit que vous voulez commercialiser avant de faire des essais en même temps créer des alliances stratégiques,
- se servir des supports / fiches exemples fourni lors de la formation à Lomié
- se rapproché de la GIZ antenne de l'Est en cas de difficultés majeurs.

A la coordination du projet.

- A partir des informations collectées sur le terrain, la coordination doit déjà concevoir une base des données pour le projet (un premier travail à été déjà fait par le consultant et les données brutes ont été transmises à la coordination avec photos);
- Organiser une mission de suivi pour un appui à l'élaboration des PDE basés sur des faits réels, concrets pour faciliter/booster les premières actions de commercialisation avec beaucoup de confiance.
- Mettre à la disposition des leaders/participants les exemples des PDE élaborés en salle si possible la version brute et une version saisie arrangée sous forme de petit document.
- Continuer à suivre l'évolution des actions que vont mener ces leaders après cette formation ceci de façon permanente même par téléphone pour permettre de maintenir la flamme allumé.

ANNEXES

Annexe 1 : Termes de références (TdR)

I/Contexte et justification de la formation

La valorisation des produits forestiers non ligneux (PFNL) afin qu'ils contribuent davantage à l'amélioration du niveau de vie des populations locales, constitue une des préoccupations importantes relevés dans le document du programme sectoriel forêt environnement (PSFE). Cette préoccupation est également bien prise en compte dans la stratégie d'appui au PSFE par le partenaire GIZ-ProPSFE.

L'une des activités phare de ce programme est la formation des 'leader' sur l'analyse et le développement des marchés ceci dans le but de rendre les leader des groupes de femmes, point focal PFNL (DRFOF) et d'autre acteurs capables de maîtriser le système des marchés pour faciliter un bon accompagnement des groupes de femmes afin de leur permettre de profiter davantage sur la production et de la commercialisation de ces produits. C'est dans ce cadre qu'à été organisé cette formation.

II / Objectif de la formation : Former les leaders des groupes de femmes, point focal PFNL (DRFOF) et d'autre acteurs à l'approche Analyse et développement des Marchés « ADM » pour leur permettre d'être mieux outillé et capable d'aider les populations à mettre sur pied des petites entreprises forestières durable.

Précisément, il s'agira de :

- Présenter l'approche **ADM** dans ses grandes lignes, ses objectifs/but, ses concepts et principes, ses différentes phases ;
- Dérouler la première grande partie de l'approche c'est-à-dire les phases 1 et 2 du processus ;
- Partager, échanger sur les outils des phases **1** et **2** de l'approche **ADM**
- Aider les participants à élaborer un plan d'action de mise en œuvre des acquis de la formation sur le terrain ;
- Elaborer un rapport de formation ;

III / Résultats attendus de la formation

- Les participants connaissent l'approche ADM dans son ensemble, le processus et ses différentes phases, ses principes de base, concepts, et quelques définitions clés ;
- Le processus ADM dans ses phases 1, 2, 3 et 4 sont connues et les participants sont capables d'utilisés les différents outils pour aider les futurs entrepreneurs ;
- Chaque participant à un plan d'action réaliste pour la mise en œuvre des acquis de la formation ;
- Un rapport de formation ressortant les grandes lignes de la formation est rédigé par le formateur et transmis à la GIZ.

IV / Bénéficiaires/Groupes Cibles

Les leaders des groupements et certains partenaires

V / Méthodologies

VI / Période / Durée Pour une meilleure appropriation et par souci de durabilité des acquis de la formation, l'approche participative sera utilisée avec un accent sur le faire faire et non faire à la place des bénéficiaires. Des échanges avec des personnes ressources, les exposés, les travaux en groupes, les restitutions des travaux en plénière, échanges/débats/discussions, les boîtes à image pour mieux expliquer certains concepts, des jeux de rôles/simulations seront mis à profit. Une descente dans un marché de la place pour une enquête simplifiée sera organisée. Les réunions d'évaluations seront organisées tous les soirs après chaque journée de formation pour nous permettre d'apprécier le niveau d'avancement, de recentrer certains points si nécessaire et de préparer la journée suivante.

- **Période** : Du 07 au 11 Mai 2012
- **Durée** : Préparation 2 jours + Formation proprement dite 5 jours + Rapportage 1 jours = 08 jours (voir ci-dessous les détails dans la présentation sommaire du contenu de l'approche ADM)

VII / Lieu de la formation : Lomié / région de l'Est

IX / Coût : (Voir contrat)

Annexe 2 : Programme de l'atelier

HORAIRE	CONTENU
JOURNEE DU 07 MAI 2012	
9h – 11h	<ul style="list-style-type: none"> • Cérémonie d'ouverture <p><u>Module 0</u> : Introduction</p> <ul style="list-style-type: none"> • Présentation des participants • Proposition de programme et validation • Recueil et nivellement des attentes des participants • Organisation et Modalités pratiques de la formation • Présentation des objectifs du projet /GIZ (ProPSFE) • Présentation des objectifs de la formation
11h – 11h30	PAUSE CAFE
11h30 - 13h	<p><u>Module 1</u> : L'approche ADM en générale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Processus ADM • Concepts • Principes de base • Etapes • Méthodes/Outils • Quelques définitions clés (Ressources, produits, commerce, entreprendre, entreprise...)

13h – 14 h	PAUSE DEJEUNER
14h – 16h	<p><u>Module 1</u> : Suite</p> <p><u>Module 2</u> : Elaboration/Construction d'une chaîne de commercialisation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboration/construction d'une chaîne de commercialisation sous la base des connaissances des participants regroupés en fonction des produits retenus/validés • Restitution et Commentaire Définition chaîne/circuit de commercialisation • Recueils des informations manquantes
JOURNEE DU 08 MAI 2012	
8h – 10h	<p>➤ Feed back de la journée précédente</p> <p><u>Module 2</u> : suite</p> <ul style="list-style-type: none"> • Descente sur un marché de la place (Techniques de collecte des données manquante).
10h – 10h30	PAUSE CAFE
10h30 - 12h30	<ul style="list-style-type: none"> • Restitution et commentaire
12h30 – 14 h	PAUSE DEJEUNER
14h – 16h	<p><u>Module 2</u> ; suite</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboration des calendriers de production et la variation des prix des produits retenus • Restitution et Commentaire • Recueils des informations manquantes
JOURNEE DU 09 MAI 2012	
8h – 10h	<p>➤ Feed back de la journée précédente</p> <p><u>Module 3</u> :Interventions de quelques partenaires</p> <ul style="list-style-type: none"> • Intervention des commerçants sur les prix d'achat/vente des PFNL, les normes de qualité etc (Un grossiste et un détaillant) • Intervention d'un représentant d'un établissement de micro finance (EMF) sur leurs produits. • Intervention du représentant du ministère de l'agriculture sur les formes de regroupements (association, GIC, GIE, ONG, etc). • Intervention du représentant du ministère des PME sur les catégories de ces entités et les dispositions prises par le gouvernement pour leur développement • Intervention du représentant du ministère des forêts sur le cadre légal régissant le secteur des PFNL
10h – 10h30	PAUSE CAFE
10h30 - 12h30	<u>Module 4</u> : Notion de groupe

	<ul style="list-style-type: none"> • Pourquoi travailler en groupe, pour quels avantages ? • Forme de regroupement appropriée dans notre contexte actuel • Groupe Organisé /fonctionnel/dynamique (Objectif, moyens et résultats) • Groupe légalement reconnu
12h30 – 14 h	PAUSE DEJEUNER
14h – 16h	Module 5 : Détermination de l'objectif financier <ul style="list-style-type: none"> • Place des PFNL dans l'économie familiale par rapport aux autres sources de revenus
JOURNEE DU 10 MAI 2012	
8h – 10h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Feed back de la journée précédente Module 5 : suite <ul style="list-style-type: none"> • Détermination des besoins annuels d'un ménage • Détermination des besoins annuels d'un groupe
10h – 10h30	PAUSE CAFE
10h30 - 12h30	Module 6 : Détermination de la taille/limite de l'entreprise <ul style="list-style-type: none"> • Détermination de la quantité à produire pour atteindre l'objectif financier fixé par le groupe • Choix stratégiques des options de production et des alliances
12h30 – 14 h	PAUSE DEJEUNER
14h – 16h	Module 7 : Calculs nécessaires pour l'élaboration des PDE <ul style="list-style-type: none"> • Calcul des investissements fixes • Calcul des coûts fixes • Calcul des coûts variables • Calcul des revenus
JOURNEE DU 11 MAI 2012	
8h – 10h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Feed back de la journée précédente Module 7 suite : Elaboration des PDE proprement dit <ul style="list-style-type: none"> • Combinaison logique des informations / des éléments construits
10h – 10h30	PAUSE CAFE
10h30 - 12h30	Suite
12h30 – 14 h	PAUSE DEJEUNER
14h – 16h	Module 8 : Elaboration des plans d'actions <ul style="list-style-type: none"> • Elaboration d'un plan d'action opérationnel à partir des acquis de la formation sur la phase 3 et 4 de l'ADM • Evaluation de l'atelier par les participants <p style="text-align: center;">Fin</p>



Annexe 3 :
marchés



Canevas



calendrier de production et des prix en fonction des

CALENDRIER DE PRODUCTION ET DES PRIX D'UN PRODUIT (Ex : Amandes de pomme sauvage) EN FONCTION DES MARCHES/ZONES

NB : Préciser l'unité de mesure utilisée pour la commercialisation (exemple Kg)

Xxx = **Elevé**, xx = **Moyen**, x = **Faible**

Marchés	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	septembre	Octobre	Novembre	Décembre
Période de Production						X	XXX	XXX	XX	X		
Période de transformation									X			
Période de Vente (et variation des prix en fonction des marchés)	XXX							X	X	XX	XX	XX
Marche AZOVE												
Marché kloékanè								/		/	/	/

EXPLIQUER LE TABLEAU (car un tableau ou schéma sans explication est muét)

Autres questions

1. **Décrire** le processus de production ou de transformation de votre produit
2. **Quels sont les problèmes rencontrés lors de ce travail ?**
3. Dans ce travail qu'est ce que vous ne connaissez pas et que vous souhaiteriez connaître pour que votre travail s'améliore ?
4. **Quelques propositions de solutions**

Annexe 4 : Fiche récapitulative des informations dans les 5 dossiers

Produit

retenu :

Collecte des informations dans les 5 domaines/dossiers de développement d'entreprise

Domaines	Avantages ou Atouts qui peuvent encourager la commercialisation du produit retenu ceci en fonction des chaque domaine.	Problèmes ou contraintes que pose le produit retenu ceci en fonction de chaque domaine.	Proposition de solutions aux différents problèmes ou contraintes soulevés
Marché /Economie			
Gestion de la Ressource / Environnement			
Science / Technologie			
Social / Culturel			
Institutionnel / Juridique			



**Annexe 5 : Fiche
données à partir**



**de collecte des
des 5 dossiers**



FICHE D'ENQUETE (Phase 2)

N.B : A l'attention des enquêteurs !!!

Toute information complémentaire devra être consignée au verso tout en indiquant le numéro de la question.

I. INFORMATIONS GENERALES

Date:.....Enquêteur:.....Site:.....N°:.....

Village..... Arrondissement :.....

Commune :.....

Produit enquêté:.....Ressource:.....

Nom du groupe.....Date de création.....

Contact.....

Nombre de Membre Total() Femme () Homme ()

Le groupe est-il légalisé ? : Oui Non Si oui en quelle année et sous quelle forme ?.....

Quelle est la taille moyenne de la famille de chaque membre du groupe ()

Activités en rapport avec les PFNL : Producteur/Cueilleur/ramasseur

Collecteurs Commerçant

Transformateur Transporteur Vendeur détaillant Consommateur

Pourquoi êtes-vous ensemble ou alors quels sont les activités qui vous réunissent.....

II. INFORMATIONS SUR LES DOSSIERS

DOSSIER 1. MARCHE/ECONOMIE

Module 1. DEMANDE (pour chaque produit)

1°. Quels sont les types des consommateurs ? Ménages

locaux Passagers Revendeurs Autoconsommation

2°. Quel est le volume du produit vendu par le groupe ou individuellement ?

Quotidiennement :..... Mensuellement :..... Selon la

saison :..... Annuellement :.....

3°. - Quels sont l'unité et le prix de vente votre produit ?

Litre Tas Autres (à préciser l'unité de mesure et le

prix):.....

Quelles sont les marges bénéficiaires ? Réalisez-vous des bénéfices ?

Oui lesquels..... Non

4°. Réalisez-vous des pertes ? (Si non, allez directement à la question 7) Oui Non

5°. Si oui, quelle quantité ou

volume ? :.....

6°. Quelles sont les causes de ces pertes ? Détérioration Mévente Autres (à préciser).....

7°. Payez-vous des taxes: Oui combien..... Non (Si non, allez directement à la question 10)

8 Quel genre de

taxe ?.....

9. Quels sont les différents frais que vous engagez en dehors des taxes?.....

10. Vous arrive-t-il d'enregistrer des demandes ou offres insatisfaites ? Oui (quel volume)..... Non

11. Quelles sont les causes ?.....

Module 2. CONCURRENTS ((pour chaque produit)

1. Dans votre zone combien d'autres personnes sont aussi impliquées dans cette activité que vous ? (Une estimation / nombre) :

Production:.....Transformation:

Commercialisation:.....

2. Les prix reçus/offerts sont-ils les mêmes Plus Moins (cocher la bonne réponse)

Justifier la réponse

cochée.....

3. Y aura t- il dans les tendances futures plus/moins de concurrence ?.....

4. Existe-t-il des produits de substitution dans le milieu ?

Oui lesquels

Non

5. Pourquoi ?.....

Module 3. INFRASTRUCTURE (Qualité des infrastructures locales de production)

1. Quelles sont les infrastructures locales de production ou de transformation que vous avez ?.....

2. Quel est le moyen de transport que vous utilisez pour évacuer vos produits et à quel coût/prix ?

3. Quelles sont les principales sources d'informations de chacun des acteurs directs sur le marché (Par quel canal apprenez-vous les informations sur votre produit) ?

Module 4. DISTRIBUTION

1-Où sont vendus vos produits ?.....

2-Quelles sont les destinations de vos produits ?

3-Quel est le temps mis pour le transport de vos produits du lieu de production ou de transformation vers les consommateurs

4. Combien d'acteurs directs sont-ils impliqués dans la circulation du produit ? (Acteurs à préciser)

Module 5. ACCES AUX APPUIS (pour chaque produit)

1. Indiquez les appuis que vous avez eus par rapport à vos activités de collecte, de production, transformation et de commercialisation

Types	De qui ?	Activité	Reçu en tant qu'individu ou membre du groupe	Quand ?
Formation				
Crédit				
Matériels				
subvention				
Autres (à préciser)				

2. De quoi avez-vous besoin pour faire avancer vos activités de collecte, de production, de transformation et de commercialisation ?

.....
.....
.....

Module 6. POSITIONNEMENT SUR LE MARCHÉ

1. Qui sont les consommateurs du produit ? Hommes Femmes Malades Enfants Autres (à préciser)

2. Etes -vous conscient des préférences des consommateurs ? Oui Non

3. Si oui, lesquels ?

.....

4. Le produit est-il vendu sous forme transformée ou à l'état brut ?

5.

Pourquoi ?.....
.....

DOSSIER 2. GESTION DES RESSOURCES/ENVIRONNEMENT

I. EVALUATION DE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL

1. Comment faites-vous la récolte/collecte du produit ?.....

2. Est-ce que cette façon de récolter/collecter a d'impact négatif sur :

a). Les ressources/l'arbre (forêts) : Oui Non

Si oui quels sont les problèmes (les impacts négatifs) qui peuvent en découler ?.....

b). L'écosystème : Oui Non

Si oui quels sont les problèmes (les impacts négatifs) qui peuvent en découler ?.....

II. EVALUATION DE LA DURABILITE DE L'APPROVISIONNEMENT

1. Pouvez-vous estimer le volume/quantité de ressource (arbre)/du produit dans vos forêts ou savanes : Suffisant Insuffisant

2. Si il est suffisant, pensez-vous qu'avec n'importe quelle quantité récoltée/collectée, il n'y aurait pas de dommages : a). Sur Les ressources/arbres (forêts) Oui Non

b). Sur L'écosystème Oui Non

3. Si oui, que faire ? (Tant sur les ressources/les arbres que l'écosystème).....
.....

4. Selon vous, quelle quantité estimez-vous qu'un récolteur/collecteur peut récolter/collecter pour éviter les dommages sur les ressources/arbres et ou l'écosystème ?.....

5. Si il est insuffisant, quelles sont les causes ?.....

III. EXPERIENCES ET MODELES DE GESTION DES RESSOURCES

Quelle (s) est (sont) la (les) solution (s) ou que peut-on préconiser pour minimiser ou éliminer l'impact négatif lié à la récolte/production du produit ?.

.....
.....

DOSSIER 3. VOLET SOCIAL/CULTUREL

Module 1. CONTROLE SUR LE PRODUIT

	Hommes	Femmes	Enfants
Qui consacre son temps à la production ?			
Qui occupe son temps à la transformation ?			
Qui consacre son temps à la commercialisation ?			
Qui reçoit l'argent de la vente ?			
Qui décide de l'utilisation de ce revenu ?			

Y a-t-il des tabous (des interdits religieux ou culturels quand à l'exploitation de ce produit) ?.....Si oui lesquels ?.....

DOSSIER 4. VOLET INSTITUTIONNEL/JURIDIQUE OU LEGAL

Module 1. ROLE DES INSTITUTIONS ET ORGANISATIONS LOCALES

Existe-t-il des institutions dans votre localité qui aident dans la production, transformation, commercialisation... ?

Institutions	Production	Transformation	Commercialisation
Groupes de travail (Associations culturelles, professionnelles, tontines, manutentionnairesetc.)			
ONG			
Confessions religieuses (Musulmans, chrétiens...)			
Agences gouvernementales (FNE, PIASSI, MINPMEESA, MINFOF, MINEP et autres services de l'Etat)			
Autres (à préciser)			

Module 2. ACCES AUX RESSOURCES

1. Les producteurs/collecteurs ont-ils des droits légaux d'accès aux ressources ? Oui Non
2. Si non, quel peut être l'impact dans l'avenir de l'absence de droits légaux sur la collecte/la production du produit ?.....
3. Est-ce que les femmes ont aussi accès à la ressource ? Oui Non
4. Si non, pourquoi ?.....

DOSSIER 5. SCIENCE ET TECHNOLOGIE

TECHNOLOGIE LOCALE

Niveau de compétences et options techniques locales disponibles

1. Qui s'occupe des activités ci-dessous ?

ACTIVITES	Hommes	Femmes
Extraction/récolte		
Opérations post-récolte (ne pas oublier le stockage)		
Transformation		
Commercialisation		

N.B : Mentionner si il existe ou non en mettant une croix dans la case y correspondant.

2. Comment les technologies locales et les compétences des hommes et des femmes peuvent-elles être améliorées de manière à répondre aux exigences de nouveaux marchés ?.....

.....

3. Les services d'appuis / d'assistantes techniques sont-ils disponibles ? Oui Non
Si oui lesquels et dans quels domaines ?

.....

Merci et bonne journée

Annexe 6 : Canevas élaboration/montage PDE

PLAN DE DEVELOPPEMENT D'ENTREPRISE (PDE)

1. Nom du groupe
2. Lieu
3. Groupe (forme de regroupement : GIC, Coopérative, Association...)
4. Nom des partenaires (Ceux qui vous encadrent, ceux qui vous aident....)
5. Noms des membres du bureau du GIC et leurs fonctions

N°	Nom des membres du bureau	Fonction
1		
2		
3		
4		
5		
6		

6. Nombre total des membres (?) hommes (?) et femmes (?)
7. Date de démarrage (où de création du groupe)
8. Votre groupe est-il légalisé ? si oui quand ? quel est son numéro de récépissé ?
9. Description générale de l'entreprise (Activités)
 - Description du produit/PFNL
 - Qui sont les membres (ont-ils déjà fait ce type d'activité)
 - Impact sur l'environnement et sur le village (méthodes de récolte, revenus dans le ménage et dans le village).
 - Quantité que le groupe a décidé de produire et qui tient compte de leur capacité.
 - Description du marché pour le produit retenu. Marché sélectionné. Qui sont les concurrents (Exemple : marché local, kayes, pointe noire etc) (mettre le calendrier de production et des prix dans chaque marché pour illustrer)

- Profit a plein régime (ou Bénéfice générer par la quantité que le groupe a décidé de produire cette année)
- Besoins en liquidités la première année (besoin du crédit de tel montant). Si le groupe n'a pas besoin préciser le dite comment vous allez vous si prendre pour un début).

10. Objectifs de l'entreprise :

- Décrire ce qui sera produit par année, quelle sera votre stratégie (Exemple : telle quantité de PFNL par mois, puis par an, etc.) ?
- D'où viendra la matière première/PFNL (forêt du village)
- Description du processus de fabrication, besoins en emballage (exemple pour le gnetum : petits paquets de gnetum bien attachés et mis dans les sacs en jute soit 150 paquets par sac).
- Description de la chaine de commercialisation. Quantités produites et achetées dans les différents types de marchés.
- Moyens de transport jusqu'au marché (Ex : moto taxi etc.)
- Information sur le prêt si nécessaire.

11. Stratégies pour atteindre les objectifs

- Gestion de la ressource / Environnement (techniques de récolte, etc.)
- Marché/ Economie (stratégie pour atteindre le marché choisi)
- Science / Technologie (Matériel utilisé pour faire la récolte, la transformation, la conservation, etc.)
- Social/ Cultuel
- Institutionnel/Juridique
- Besoin en formation (Renforcement des capacités) pour les membres du groupe (Ex : Techniques de récolte, techniques de conservation/stockage, gestion en comptabilité simplifié...)

12. Projections financières

Tableau :

- des dépenses
- des recettes
- Bénéfices.
- Comment le groupe compte gérer le bénéfice

13. Plan détaillé de mise en place pour la première année

- Activités par mois pour un an

Annexe 7 :liste des participants

N°	NOM	REGION	ZONE	SEXE	OBSERVATIONS
1	SOUGA SYLVIE HORTENSE		LOMIE	F	
2	ADJOWA RUFINE			F	
3	AMANE NKOM COLETTE			F	
4	MENGONG MADELEINE			F	
5	MEH PASCAL			M	

6	MAMADOU JEAN CLAUDE	EST	BATOURI	M	
7	MIREILLE ZEBRA		MBANG	F	
8	EPONG EDITH RAFAMGA			F	
9	ZOGA MARIE CHANTALIE		DIMAKO	F	
10	MAHONDO COLETTE			F	
11	LISSOUK MARC		DJOUM	M	
12	EGONBI PAULINE		MESSONDO	F	
13	NTAMEKENE MARIE LAURE		BERTOUA	F	MINFOF
14	MBOLO BODO THEODORE	M			
15	ARREY THOMAS AYUK	SUD -OUEST	MANFE	M	
16	ATEM TABE AGBOR NDAKAW			M	
17	AGBOR DELPHINE AGBORNEREM			F	
18	TAMBI SULLIVAN T			M	