

**Au Burkina, 4 problématiques majeures identifiées par les OP pour la mise en marché de leurs produits!**



Voici un des résultats majeurs de l'atelier co-organisé par Jade Burkina et Inter-réseaux, qui s'est tenu à Ouagadougou du 27 au 30 septembre 2011.

**1. Le compte rendu de l'atelier est disponible !!**

Le compte rendu exhaustif de cet atelier est maintenant disponible et accessible à toutes et tous !

- Téléchargez-le ici (69 pages, 593 Ko) : [http://www.inter-reseaux.org/IMG/pdf/Outil\\_grille\\_vierge\\_d\\_evaluation\\_des\\_problematiques.pdf](http://www.inter-reseaux.org/IMG/pdf/Outil_grille_vierge_d_evaluation_des_problematiques.pdf)

Ainsi, les 4 problématiques majeures auxquelles les acteurs sont confrontés pour la commercialisation de leurs produits agricoles sont :

- la non maîtrise du marché : manque d'information, manque de prospection, non maîtrise de la demande/des prévisions ;
- la non maîtrise des coûts de production et commercialisation ;
- le faible esprit coopératif/non respect des engagements des producteurs ;
- le manque de réseau d'échange sur la commercialisation des produits agricoles.

Un des produits clés de ce compte rendu est **le Planning des activités** que Jade et IR vont faciliter pour avancer avec les participants sur ces problématiques

- Vous pouvez télécharger ce planning des activités ici : [http://www.inter-reseaux.org/IMG/pdf/Planning\\_activites.pdf](http://www.inter-reseaux.org/IMG/pdf/Planning_activites.pdf)

## 2. Une synthèse de ce compte rendu ci-dessous :

### SYNTHESE

En exécution du projet « *renforcer les réseaux et l'animation pour améliorer la commercialisation des produits agricoles* », un atelier multi acteurs a été organisé par Jade Burkina et Inter-Réseaux Développement Rural à Ouagadougou (Burkina Faso) du 27 au 30 septembre 2011. Le projet est financé par le Comité français pour la solidarité internationale, la Fondation de France et SOS Faim.

L'objectif est de coproduire des outils et développer des activités de communication pour améliorer la mise en marché des produits agricoles.

L'atelier a regroupé trois catégories d'acteurs de terrain : des leaders d'organisations paysannes et des représentants de structures d'appui au développement agricole et rural, et aussi des spécialistes en information et en communication.

L'atelier a adopté une démarche participative pour permettre aux participants de partager leurs expériences et faire le point sur les forces et les faiblesses des initiatives mises en place par chacun. Ils ont pu ainsi identifier les problématiques auxquelles sont confrontées les organisations paysannes et autres acteurs des filières agricoles dans la mise en marché de leurs produits. Parmi celles-ci, quatre principales problématiques retiennent l'attention :

- la non maîtrise du marché : manque d'information, manque de prospection, non maîtrise de la demande/des prévisions ;
- la non maîtrise des coûts de production et commercialisation ;
- le faible esprit coopératif/non respect des engagements des producteurs ;
- et le manque de réseau d'échange sur la commercialisation des produits agricoles.

L'atelier a servi de cadre aux participants pour élaborer un plan de communication permettant de définir les stratégies en information /communication pour chacune des problématiques identifiées en vue de lever les obstacles rencontrés. Deux outils ou actions de communication par problématique ont, alors, été choisis pour être testés dans le cadre du projet, courant l'année 2012. Les participants ont échangé sur un plan d'action pour la production et la mise en œuvre de ces outils. Ils relèvent soit de la communication média (émissions radiophoniques), soit de la communication de proximité (bulletin de liaison, débats forains) ou du renforcement des capacités (harmonisation des outils du manuel de suivi technico économique des exploitations).

Enfin, un trombinoscope des participants et un bulletin quotidien de l'atelier dénommé Sugu ([Sugu1](#), [Sugu2](#), [Sugu3](#), [Sugu4](#)) ont été produits au cours de la session qui a duré quatre jours. Des séquences de l'atelier, des interviews de participants sur leurs expériences feront l'objet de petits clips vidéo.

Des liens renvoient à des documents et résultats des travaux de l'atelier pour de plus amples informations.

## 3. Voici le sommaire de ce compte rendu d'atelier

Préambule p3

Synthèse p4

### **Chapitre 1 : Rappel du contexte de l'atelier, de ses objectifs et de la démarche adoptée** p5

I. Présentation du contexte de l'atelier p5

II. Rappel des objectifs et résultats attendus de l'atelier p6

III. La démarche/méthodologie adoptées pour la conduite de l'atelier p7

### **Chapitre 2 : Résultats et synthèse des échanges-débats des différentes sessions de l'atelier** p9

I. La communication pour la commercialisation des produits agricoles (CPA) p9

II.	Revue des problématiques de CPA rencontrées par les participants de l'atelier	p10
III.	Classement des problématiques de CPA des participants de l'atelier	p12
IV.	Introduction au plan de communication : cas pratique sur le problème A de « non maîtrise du marché »	p14
V.	Approfondissement sur « comment analyser une problématique » : la méthode des « 5 pourquoi » à partir de l'exemple du niébé	p18
VI.	Travaux de groupe pour élaborer les 3 autres plans de communication et sélectionner les outils pertinents	p19
VII.	Elaboration de la planification de réalisation des outils choisis	p25
<b>Chapitre 3 : Bilan de l'atelier et modalités d'ouverture p33</b>		
I.	Synthèse de l'évaluation globale de l'atelier	p33
II.	Modalités d'ouverture de ce groupe de travail et liste des participants à inviter	p34
<b>Chapitre 4 : Les autres produits de l'atelier p36</b>		

#### **4. Les participants de l'atelier : une diversité d'OP et d'acteurs du monde rural représentés !**

**41 participants** étaient présents à l'atelier, en comptant les organisateurs/animateurs

- La liste des participants est disponible ici : [http://www.inter-reseaux.org/IMG/pdf/Liste\\_des\\_participants.pdf](http://www.inter-reseaux.org/IMG/pdf/Liste_des_participants.pdf)

Un trombinoscope permet également de visualiser chacun et chacune des personnes ayant participé à la richesse des débats !

- Visionnez-le ici : [http://www.inter-reseaux.org/IMG/pdf/TROMBI\\_ATELIER\\_CFSI\\_reduit-2.pdf](http://www.inter-reseaux.org/IMG/pdf/TROMBI_ATELIER_CFSI_reduit-2.pdf)

#### **5. D'autres produits et outils issus de l'atelier (par ailleurs intégrés au compte rendu) sont disponibles**

##### **\* Une revue d'expériences de CPA des participants**

Cet atelier a permis entre autre à ces acteurs de mettre en commun et de partager leurs expériences en matière de commercialisation, et un tableau récapitule ces expériences :

- Télécharger le tableau ici : [http://www.inter-reseaux.org/IMG/pdf/Initiatives\\_de\\_CPA\\_des\\_participants.pdf](http://www.inter-reseaux.org/IMG/pdf/Initiatives_de_CPA_des_participants.pdf)

##### **\* Des outils et méthodes d'information/communication**

- Une note présentant la communication de Monsieur Zongo sur la « Place de l'information et la communication dans la commercialisation des produits agricoles » : [http://www.inter-reseaux.org/IMG/pdf/Outil\\_place\\_de\\_l\\_info-com\\_dans\\_CPA\\_Zongo.pdf](http://www.inter-reseaux.org/IMG/pdf/Outil_place_de_l_info-com_dans_CPA_Zongo.pdf)
- Un note méthodologique sur « Comment élaborer un plan de communication » avec la grille vierge du Plan de communication : [http://www.inter-reseaux.org/IMG/pdf/Outil\\_Plan\\_de\\_communication\\_et\\_methode.pdf](http://www.inter-reseaux.org/IMG/pdf/Outil_Plan_de_communication_et_methode.pdf)
- La grille vierge à remplir lors d'une démarche d'évaluation et hiérarchisation de problématiques : [http://www.inter-reseaux.org/IMG/pdf/Outil\\_grille\\_vierge\\_d\\_evaluation\\_des\\_problematiques.pdf](http://www.inter-reseaux.org/IMG/pdf/Outil_grille_vierge_d_evaluation_des_problematiques.pdf)