



Organisation des Nations Unies
pour l'alimentation
et l'agriculture



La question de l'après récolte dans la pêche et l'aquaculture

Écoles pratiques d'agriculture et de vie pour Jeunes (JFFLS)
— Guide de l'animateur

Photo de couverture: © FAO / J. Villamora

Module: La question de l'après récolte dans la pêche et l'aquaculture

Écoles pratiques d'agriculture et de vie pour Jeunes (JFFLS) – Guide de l'animateur

Les appellations employées dans ce produit d'information et la présentation des données qui y figurent n'impliquent aucune prise de position de la part de l'Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture (FAO) quant au statut juridique ou au stade de développement des pays, territoires, villes ou zones ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites. La mention de sociétés spécifiques ou de produits de fabricants, qu'ils soient ou non brevetés, n'entraîne, de la part de la FAO, aucune approbation ou recommandation desdits produits de préférence à d'autres de nature analogue qui ne sont pas cités.

Les opinions exprimées dans la présente publication sont celles du/des auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement celles de la FAO.

ISBN 978-92-5-108158-7 (papier)

E-ISBN 978-92-5-108159-4 (PDF)

© FAO, 2015

Toutes demandes concernant la traduction ou les droits d'adaptation, de même que les droits d'utilisation à des fins de revente ou autre usage commercial doivent être faites sur www.fao.org/contact-us/licence-request ou adressées à copyright@fao.org.

Les produits d'information de la FAO sont disponibles sur le site de la FAO (www.fao.org/publications) et peuvent être achetées via publications-sales@fao.org.

TABLE DES MATIÈRES

Remerciements	iv
Introduction	1
Mise en route	3
S'initier au système de pêche	6
EXERCICE 1: Chaîne d'approvisionnement et chaîne de valeur	7
NOTES DE L'ANIMATEUR	7
Valeur de l'organisation et de la collaboration	9
EXERCICE 1: Seul ou ensemble?	10
EXERCICE 2: Types d'organisations	10
NOTES DE L'ANIMATEUR	11
Quels sont les différents types de produits piscicoles?	13
EXERCICE 1: Enquête communautaire	14
EXERCICE 2: Aller plus loin dans la transformation du poisson	15
NOTES DE L'ANIMATEUR	15
La qualité des produits	18
EXERCICE 1: Quel est le problème avec cette image?	19
NOTES DE L'ANIMATEUR	21
L'économie du poisson	25
EXERCICE 1: Que savez-vous bien faire?	26
NOTES DE L'ANIMATEUR	26
EXERCICE 2: Choisir une entreprise	27
NOTES DE L'ANIMATEUR	28
EXERCICE 3: Est-ce faisable?	29
NOTES DE L'ANIMATEUR	31
EXERCICE 4: Etudes de cas	32
Vendre votre produit	34
EXERCICE 1: Vendre votre produit sur le marché	35
NOTES DE L'ANIMATEUR	36
EXERCICE 2: Quand avez-vous besoin d'un intermédiaire?	37
EXERCICE 3: Affiner votre message	38
CLOSING ACTIVITY: Rêvez-le!	39
Références	40

REMERCIEMENTS

Ce guide du formateur sur La Question de l'après récolte dans la pêche et l'aquaculture est un complément aux nombreux Guides du formateur des Écoles pratiques d'agriculture et de vie pour Jeunes (JFFLS) existants sur d'autres sujets (disponibles sur: www.fao-ilo.org/fao-ilo-youth/fao-ilo-jffls/en/). Ce document est une production conjointe des Département des pêches et de l'aquaculture, Département du Développement Économique et Social, et Département de la Gestion des Ressources Naturelles et Environnement de la FAO, bénéficiant du soutien financier de la Suède via le Mécanisme d'appui aux programmes multidonateurs de la FAO (FMM). Il a été préparé par Dr. Kathleen Castro, Laura Skrobe, Barbara Somers et Christopher Parkins de Fisheries Specialists sous la supervision de Nicole Franz et Daniela Kalikoski dans le cadre des projets de formation à destination des jeunes du Département des pêches et de l'aquaculture. Le personnel de l'ONUAA des départements suscités a offert des contributions et retours précieux au document de travail. Nous tenons à remercier particulièrement Francesca Dalla Valle, Yvette Diei-Ouadi, Katrien Holvoet, John Ryder, Reuben Sessa, Susanna Siar et Tamara van't Wout.

Le soutien constant de Jan Peter Johnson, Olga Navarro et Emily Rodriguez dans le développement de cette publication est particulièrement apprécié.

Fabrizio Puzzilli a élaboré la conception graphique du Guide de l'animateur sur la question de l'après récolte dans la pêche et l'aquaculture en collaboration avec Ilaria Perlini, Emily Donegan nous a fourni les illustrations. Suzanne Redfern a élaboré la mise en page du Guide de l'animateur sur la question de l'après récolte dans la pêche et l'aquaculture en français.

Nous tenons également à remercier Vanina Leonardi pour la traduction et Fulvio Cenci pour avoir révisé la traduction. En outre, un merci spécial aux Volontaires des Nations Unies, www.onlinevolunteering.org.



Module: La Question de l'après récolte dans la pêche et l'aquaculture

INTRODUCTION

En plus de constituer une précieuse source de protéines et de nutriments pour de nombreuses personnes dans le monde, le poisson fournit également un revenu aux personnes impliquées dans toute la filière (du transport jusqu'au consommateur). De nombreuses personnes sont impliquées dans les systèmes de pêche et les débouchés commerciaux sont nombreux. Il faut toutefois veiller à adopter de bonnes pratiques commerciales durables, car il s'agit d'un produit hautement périssable.

La récolte du poisson (sauvage ou d'élevage) est le point de départ de toute une chaîne d'activités. La chaîne d'approvisionnement du poisson débute sur le lieu de pêche, en mer, dans les eaux intérieures ou sur le site d'aquaculture et se termine avec le consommateur local ou international. La chaîne d'approvisionnement associe un réseau de collecteurs, détaillants, distributeurs, transporteurs, lieux de stockage et fournisseurs qui travaillent tous ensemble pour produire, livrer et vendre le produit au consommateur. La chaîne de valeur dans le secteur des pêches décrit la manière dont de la valeur est ajoutée au poisson au fur et à mesure qu'il franchit les différentes étapes du système, pour arriver au consommateur. Il peut s'agir, par exemple, de transformer le poisson en produit séché, fumé, ou tout autre type de produit conditionné. Les chaînes d'approvisionnement et de valeur du poisson sont affectées par des nombreux facteurs: la demande du produit, le matériel de transformation disponible, les réglementations, l'accès aux marchés et la concurrence. Le changement climatique et les catastrophes naturelles peuvent également affecter les chaînes d'approvisionnement et de valeur du poisson. Il est donc important de comprendre les relations entre les différents acteurs et de tenir compte de la manière dont les pêcheurs et les producteurs peuvent réagir et s'adapter aux fluctuations de l'approvisionnement en poisson et aux évolutions des environnements de marché.

A la fin de ce module, les participants:

1. connaîtront les différents types de produits aquacoles
2. auront une meilleure compréhension des questions relatives à la qualité et la sécurité
3. développeront une approche commerciale des activités post-récolte
4. comprendront le rôle des organisations
5. comprendront ce qu'est une chaîne de valeur

Le but de ce module est de fournir des conseils, en mettant à disposition différents exercices que les formateurs pourront utiliser tels quels, ou adapter si nécessaire aux contextes socio-économiques et culturels et aux besoins propres à chaque groupe et pays cible dans lesquels ce module sera utilisé. Ce module des Écoles pratiques d'agriculture et de vie pour Jeunes (JFFLS) est complémentaire d'autres modules des JFFLS, notamment Aquaculture et Pêches de Capture, et peut être combiné avec ceux-ci pour offrir davantage de débouchés économiques.

➤ MISE EN ROUTE

OBJECTIF:

Apprendre à se connaître, aider un groupe d'individus à se transformer en une équipe collaborative, et les aider à se sentir à l'aise ensemble.

DURÉE:

Environ 30 minutes.

MATÉRIEL:

Balle ou autre objet qui peut être jeté, grands morceaux de papier sur lesquels sont inscrits ou dessinés différents éléments du système de pêche (voir figure 1 des notes de l'animateur).

ÉTAPES:

1. Demander à chaque participant de choisir un morceau de papier dans la pile.
2. Demander à tous les participants de former un cercle et de montrer leur morceau de papier.
3. Lancer la balle / l'objet à un(e) participant(e) et lui demander de donner son nom et son rôle dans le système de pêche.
4. Inviter le/la participant(e) à lancer la balle à un(e) autre participant(e), qui devra également donner son nom et son rôle dans le système de pêche. Continuer jusqu'à ce que tous les participants aient reçu la balle.
5. Briser le cercle et aider les participants à se replacer en fonction de leur rôle dans le système, de l'habitat au consommateur.



Exercise



S'INITIER AU SYSTEME DE PECHE

La pêche est un système. Le système de la pêche de capture est différent de celui de l'aquaculture, mais ils se rejoignent au moment où le poisson est présenté au consommateur. Le système débute avec le poisson dans son habitat, et les interactions qui s'y produisent. Une fois que le poisson est récolté, il passe du bateau ou de la ferme aquacole aux centres de transformations, marchés et finalement aux consommateurs. Un changement dans une partie du système aura un effet sur toutes les parties du système.

exercice 1

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ET CHAÎNE DE VALEUR

OBJECTIF:

Introduire les concepts de chaîne d'approvisionnement et chaîne de valeur.

DURÉE:

1 heure.

MATÉRIEL:

Schéma du système (voir les notes de l'animateur).

ÉTAPES:

1. Introduire brièvement le schéma du système et ses différents éléments.
2. Choisir avec les participants une espèce de poisson locale et leur demander d'identifier les différents éléments de la chaîne d'approvisionnement pour celle-ci.
3. Une fois tous les éléments identifiés, discuter de:
 - Qu'arriverait-il si l'un des éléments de la chaîne disparaissait?
 - Qui sont les différents acteurs de la chaîne? S'agit-il d'hommes, de femmes, d'enfants, de membres de la communauté locale, d'autres personnes?
4. Introduire la différence entre chaîne d'approvisionnement et chaîne de valeur. Inviter les participants à réfléchir aux moyens nécessaires à chaque étape pour produire et transformer un produit. Par exemple, de quoi les pêcheurs ont-ils besoin pour attraper le poisson? De quoi les pisciculteurs ont-ils besoin? Quels types de traitements sont effectués et quel matériel est nécessaire pour le faire? Quels sont les principaux coûts engendrés? S'agit-il de dépenses ponctuelles (comme l'achat d'un bateau) ou récurrentes (comme le carburant)?

notes de l'animateur

Chaîne d'approvisionnement: La chaîne d'approvisionnement inclut l'ensemble des maillons depuis le point de production (lieu de pêche ou ferme dans le cas de l'aquaculture) jusqu'à l'utilisateur ou consommateur final. La chaîne d'approvisionnement relative aux poissons et produits de la pêche peut impliquer un grand nombre de personnes entre le pêcheur ou pisciculteur et le consommateur final.

L'offre de poissons et produits de la pêche est affectée par des facteurs tels que: la demande, les prix, la saisonnalité, les conditions climatiques, les dynamiques de populations, la situation économique, le prix du carburant, l'environnement politique et juridique. La nature périssable du poisson nécessite une attention particulière portée à

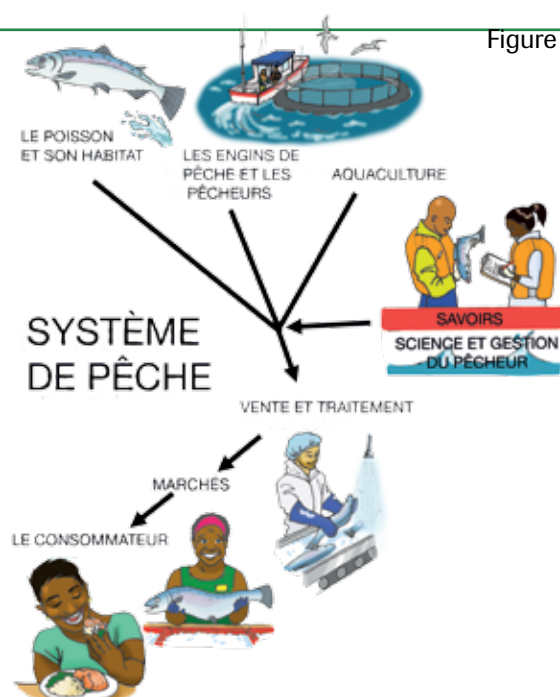
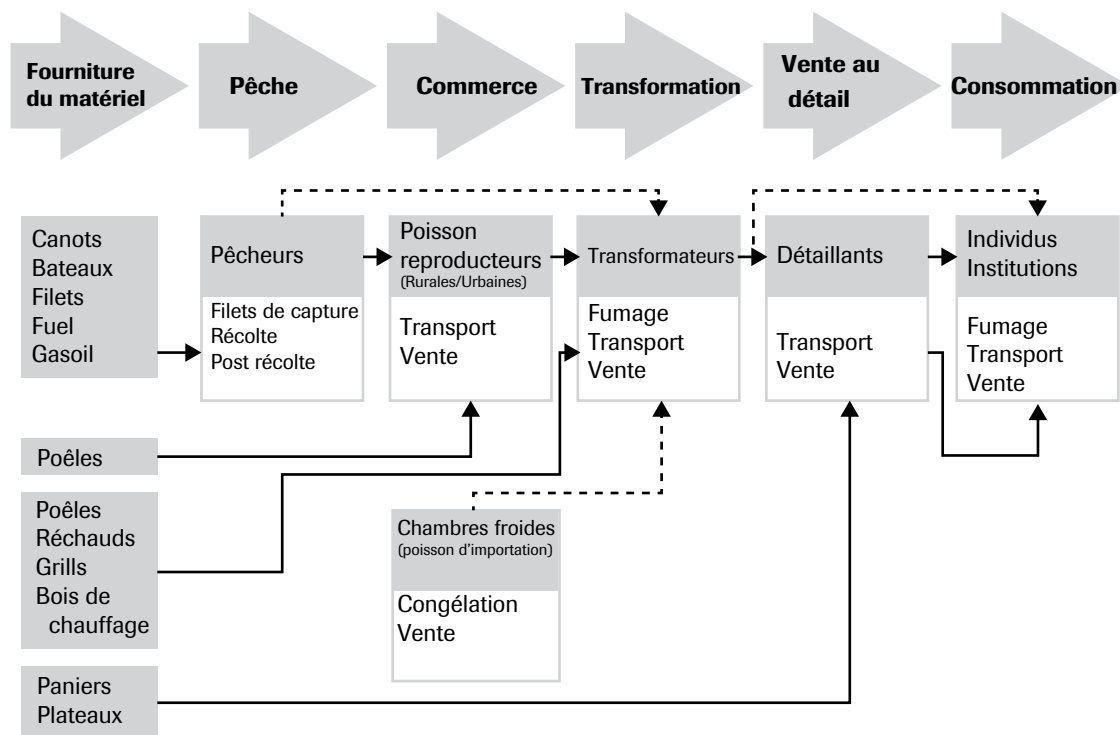


Figure 1

sa manipulation, son calibrage et son conditionnement, et le prix du marché dépend généralement de la qualité du poisson (bien que cela ne soit pas toujours vrai lorsque la demande ne correspond pas à l'offre). Les chaînes d'approvisionnement se concentrent sur les délais de commercialisation du produit. Les principaux objectifs de la gestion des chaînes d'approvisionnement sont de réduire le nombre de maillons, les goulots d'étranglement, les coûts engendrés, les délais de commercialisation, etc. Une bonne gestion de la chaîne d'approvisionnement est essentielle pour développer une chaîne de valeur.

Chaîne de Valeur: Une chaîne de valeur est une chaîne d'approvisionnement dans laquelle de la valeur est ajoutée à chaque étape, au fur et à mesure que le produit passe du site de production ou de débarquement à sa consommation. Le produit gagne de la valeur, par exemple, via sa transformation ou son conditionnement. Les chaînes de valeur s'intéressent à ce que le marché paiera pour un bien ou un service proposé à la vente. Les conditions du marché diffèrent d'un pays à l'autre, d'une région à l'autre, et sont étroitement liées aux habitudes alimentaires et aux modes de consommation. Les objectifs principaux de la gestion de la chaîne de valeur sont de maximiser le profit et la viabilité à long terme.

Exemple de chaîne d'approvisionnement et chaîne de valeur pour le poisson fumé au Ghana:



Source: Gordon, Pulis and Owusu-Adjei (2011).



VALEUR DE L'ORGANISATION ET DE LA COLLABORATION

Il existe de nombreux types d'organisations en pêche et en aquaculture. Certaines sont formées pour représenter des groupes de pêcheurs et leur permettre de faire entendre leur voix dans les décisions de gestion; certaines sont formées pour commercialiser leurs produits en commun; d'autres servent de centres de production et de distribution conjointe. La nécessité de créer une organisation sera basée sur de nombreux facteurs, tels que: le type d'activité; les relations de pouvoir le long de la filière; la possibilité d'accéder aux moyens de production, notamment le capital; la capacité à faire face au changement climatique et aux désastres; et la disponibilité des infrastructures de transport et de distribution ainsi que des équipements et infrastructures de transformation.

Il y a de nombreux avantages à travailler ensemble - être plus fort, plus visible et le fait de pouvoir faire entendre sa voix augmente le pouvoir de négociation. Si vous travaillez en groupe, vous pouvez obtenir de meilleurs prix pour vos intrants, ce qui réduit les coûts de production. Vous pouvez également obtenir de meilleurs prix quand vous pouvez produire des quantités plus importantes et stables. En tant que groupe, il est également plus facile d'acheter de plus grandes quantités d'intrants à meilleur prix, d'optimiser le transport pour réduire les frais de fonctionnement, d'accéder au crédit et de mettre en œuvre un plan d'épargne, de partager des idées, des informations et des expériences et de s'entraider. Comme le résume d'un proverbe africain populaire: Si tu veux arriver vite, marche seul, si tu veux arriver loin, marche avec les autres!

🔗 exercice 1

SEUL OU ENSEMBLE?

OBJECTIF:

Démontrer comment une organisation peut être utile à chacun de ses membres.

DURÉE:

1 heure.

MATÉRIEL:

Puzzles faits à la main (i.e. découper une image dans un magazine ou faire un dessin à la main et la/le découper en pièces de différentes formes et tailles).

ÉTAPES:

1. Donner un puzzle à chaque participant et leur demander de le reconstituer. Accorder 15 minutes à cette activité, en fonction de la difficulté du puzzle.
2. Demander aux participants s'ils ont fini leur puzzle. Était-ce difficile et pourquoi? Ont-ils trouvé cela amusant?
3. Répéter l'exercice en rassemblant les participants par groupes de trois, mixtes de préférence. Poser les mêmes questions. Qu'ont-ils appris sur la valeur du travail en commun?

🔗 exercice 2

TYPES D'ORGANISATIONS

OBJECTIF:

Familiariser les participants avec les différents types d'organisations.

DURÉE:

Au moins 3 heures.

MATÉRIEL:

Schéma du système de pêche (Figure 1), études de cas liées au contexte local (voir les exemples dans les notes de l'animateur).

ÉTAPES:

1. Demander aux participants d'examiner le schéma représentant le système de pêche. A quels endroits les organisations peuvent-elles aider les individus? Comment peuvent-elles aider à résoudre les problèmes?
2. S'interroger sur les points suivants: Y a-t-il déjà des organisations dans leur communauté? Quels sont les avantages/inconvénients? Y a-t-il des groupes de jeunes? Les participants sont-ils en contact avec eux? Est-ce que des groupes de jeunes peuvent être établis au sein des organisations de pêche de la communauté?
3. Diviser les participants en groupes plus petits, idéalement équilibrés entre les sexes, et leur fournir une étude de cas. Leur demander de répondre aux questions suivantes, en fonction de leurs propres valeurs et expériences:
 - Est-ce une bonne façon d'utiliser l'organisation?
 - Quels facteurs détermineront le succès de cette entreprise pour l'individu et pour

l'organisation?

- Quels facteurs pourraient entraîner leur échec?
- De combien et de quel genre d'aide extérieure auront-ils besoin?

4. Demander à chacun des petits groupes de préparer une brève représentation des scénarios possibles pour leur étude de cas, qui montrent la valeur des organisations et qu'ils présenteront à l'ensemble du groupe à la fin.

notes de l'animateur

Voici une liste des différents types d'organisations et des avantages qu'elles représentent pour leurs membres.

Organisme de gestion:

- Obtenir un meilleur accès aux ressources halieutiques.
- Protéger les pêcheries de la surexploitation, par exemple grâce à la surveillance et au suivi participatifs.
- Rendre plus aisée l'obtention d'un soutien extérieur, de cours de formation, de services de vulgarisation, d'aide financière, d'assistance technique, de construction des installations, d'accès à l'assurance.
- Assurer une représentation politique et une meilleure reconnaissance sociale.
- Offrir de l'aide aux membres du groupe.

Organisations de producteurs / de fourniture d'intrants:

- Apporter un avantage pour l'achat de fournitures, puisqu'il est généralement moins cher d'acheter en gros qu'au détail.
- Pouvoir disposer d'un magasin destiné à approvisionner les pêcheurs / pisciculteurs en fournitures essentielles à coûts réduits.
- Pouvoir être en mesure d'octroyer un crédit.
- Faciliter l'obtention d'un crédit auprès d'une autre source.
- Pouvoir exploiter leurs propres installations, comme une usine à glace.

Organisme de distribution:

- Gérer les installations du marché au poisson ou des centres de débarquement en respectant les normes d'hygiène.
- Agir comme intermédiaire financier pour les pêcheurs et commerçants, afin d'améliorer leurs flux de trésorerie.
- Améliorer la qualité du poisson et réduire les ventes précipitées de surplus de poisson en mettant à disposition des lieux de stockage.
- Développer les installations de transformation du poisson telles que la congélation, le fumage, la mise en conserve.
- Mettre en place un service de marketing et de distribution, ouvrant à de nouveaux marchés et fournissant des informations sur le marché (par exemple grâce à des messages sur téléphone portable).

EXEMPLES D'ÉTUDE DE CAS POUR L'EXERCICE 2

ÉTUDE DE CAS 1: L'AQUACULTURE DU TILAPIA EN OUGANDA

Michael est un petit pêcheur et travaille à partir de son canot à voile sur le lac Victoria. Il existe une organisation non-gouvernementale (ONG) qui promeut l'aquaculture en cage du tilapia. Michael est intéressé par essayer cette technique car les captures de tilapia ont diminué récemment. Il pourrait continuer à pêcher pendant que sa femme et ses enfants s'occupent des cages et de nourrir les

poissons. L'Unité de gestion des plages de son village parle de mettre en place une coopérative afin d'avoir un meilleur accès aux intrants aquacoles tels qu'alevins et nourriture pour poissons; de fournir une formation sur la tenue des registres et les questions techniques; et de développer un système de transport pour la livraison des produits à l'acheteur régional. Michael aurait à partager une partie de ses bénéfices avec la coopérative. Doit-il rejoindre le groupe?

ÉTUDE DE CAS 2: ORGANISATION OSTRÉICOLE EN GAMBIE

Fatou est chef de famille à Lamin, petit village de la mangrove gambienne. Son mari est mort et elle a trois enfants à charge. Elle ne sait ni lire ni écrire et n'a pas été scolarisée. Elle s'inquiète de devoir payer les frais de scolarité de ses enfants et a décidé de se rendre dans la mangrove pour récolter des huîtres. Elle ira ensuite les vendre sur le bord de la route après les avoir cuisinées. On lui a parlé d'une organisation appelée TRY qui aide de nombreuses femmes du village. TRY a pu fournir aux femmes des gants et des bottes, leur a fabriqué des uniformes à porter lorsqu'elles vendent, a mis en place des unités de réfrigération pour stocker les huîtres invendues, et TRY donne même aux femmes des cours sur la couture et la façon de gérer leur argent. TRY facilite également la participation de ses membres dans les prises de décisions concernant la gestion de la ressource ostréicole, notamment, par exemple, l'accord sur les périodes de fermeture et les tailles minimales. Fatou aurait à payer une petite taxe annuelle et à respecter les normes de qualité élaborées par les membres de TRY. Doit-elle se joindre à eux?

ÉTUDE DE CAS 3: COOPÉRATIVES DE RÉCOLTE AU CHILI

Manuel est un pêcheur loco ormeau au nord du Chili (c'est un mollusque marin comestible du genre Palourde, aussi présent en Afrique du Sud). La ressource a été surexploitée et il essaie de trouver un moyen de l'aider à se reconstituer tout en continuant à pêcher. Dans le village d'à côté, il existe un droit territorial d'exploitation par les pêcheurs (TURF). Le TURF est géré par un groupe de pêcheurs qui ont formé une coopérative et fournit des droits exclusifs sur la zone située en face de leur village. La ressource située dans le TURF est en bonne santé, et il existe même une zone close réservée à la reproduction ainsi qu'une taille minimale convenue pour la récolte des ormeaux. Les pêcheurs travaillent avec le gouvernement pour déterminer les quantités qu'ils peuvent récolter et qui est autorisé à pêcher. Ils ont développé une relation avec un exportateur qui payera un bon prix pour les produits les plus grands. Manuel devrait payer un droit d'entrée, adhérer à des règles plus strictes que celles qu'il suit maintenant et effectuer plusieurs heures de travail bénévole pour soutenir la coopérative. Manuel devrait-il intégrer la coopérative?

Se référer au module Entrepreneuriat des JFFIS (www.fao-ilo.org/?id=20904) pour certains de ces principes (notamment la planification, le marketing, les ventes et la comptabilité).



QUELS SONT LES DIFFERENTS TYPES DE PRODUITS PISCICOLES?

Les poissons peuvent être vendus sous de nombreuses formes. La forme la plus simple est le poisson entier frais. Toutefois, de nombreux moyens de transformation ont été développés afin d'augmenter l'attractivité du produit (par exemple, les filets) ou sa durée de conservation (par exemple, le séchage, le salage, le fumage, la congélation). Certaines techniques sont basées sur le contrôle de la température. Elles incluent le glaçage, la réfrigération ou la congélation du poisson. D'autres techniques utilisent l'élimination de l'eau contenue dans le poisson. Il s'agit notamment du séchage, du salage et du fumage. Le choix de la méthode de traitement dépend du type de poisson, du matériel de transformation et des sources d'énergie (bois, électricité, carburant, soleil, etc.) disponibles, des installations de stockage et des coûts de chaque méthode ainsi que des traditions et de la demande du marché. Il est extrêmement important de manipuler et transformer le poisson correctement afin d'assurer que le produit final soit sûr, nutritif et bon à manger.

🗎 exercice 1

ENQUETE COMMUNAUTAIRE

OBJECTIF:

Concevoir et mener une enquête pour recueillir des informations sur les différents types de méthodes de transformation.

DURÉE:

4 heures.

MATÉRIEL:

Papier, crayons, une carte approximative dessinée à la main de la zone de marché.

PREPARATION:

Faire une visite au marché pour identifier les commerçants et leur expliquer ce que vous préparez. Vérifier également que la zone est sûre pour les participants et identifier un point de rencontre.

ÉTAPES:

1. Expliquer aux participants qu'ils vont faire une enquête sur le marché local pour recueillir des informations sur les différents types de méthodes de transformation, de techniques et de produits créés par la communauté locale.
2. Avec le groupe, préparer une carte de la zone à visiter et décider d'une route à suivre à travers la zone de marché / de transformation pour la visite.
3. Former des groupes de 5-6 personnes équilibrés entre les sexes et leur demander de préparer quelques questions pour leur enquête. Ils devraient au minimum:
 - déterminer les espèces de poisson les plus courantes sur le marché;
 - identifier les différentes méthodes de transformation;
 - en apprendre davantage sur chaque méthode, ainsi que les limites et les avantages de chacune d'elles; pour une espèce / un type de transformation particulier;
 - Qui opère quelle activité? Quel est le rôle des femmes? Celui des hommes? Les enfants sont-ils impliqués?
4. Sur le marché, les groupes doivent suivre l'itinéraire prévu tracé sur la carte, mais discuter avec différents commerçants. Tous les membres d'une équipe doivent rester ensemble et se réunir au bout d'1h30 au point de rencontre convenu.
5. A leur retour, demander à chaque groupe de désigner un membre chargé de rendre compte de leur expérience à l'ensemble du groupe.
6. Pour finir, avoir une discussion avec l'ensemble du groupe: Quels sont les avantages d'avoir fait cette enquête? Existe-t-il des organisations qui utilisent ce genre d'enquêtes? Pouvez-vous penser à d'autres situations dans lesquelles vous utiliseriez cette enquête? Pensez-vous que cette enquête sera utile pour une utilisation future - et si oui, comment?

🔄 exercice 2

ALLER PLUS LOIN DANS LA TRANSFORMATION DU POISSON

OBJECTIF:

Fournir des informations plus détaillées sur la transformation.

DURÉE:

3 heures.

MATÉRIEL:

Papier, stylo, poisson frais provenant des marchés locaux, sel.

PRÉPARATION:

Inviter des membres de la communauté impliqués dans les différentes activités de transformation du poisson à venir expliquer et montrer aux participants comment ils font leur travail et quel genre de choses peuvent mal tourner. A défaut, demander si les participants peuvent leur rendre visite sur leur lieu de travail.

ÉTAPES:

1. Introduire le sujet en demandant aux participants quelles sont les méthodes de transformation du poisson utilisées actuellement ou de manière traditionnelle par eux, leurs familles, leurs parents ou leurs amis.
2. Inviter les transformateurs de poisson à se présenter et à expliquer leur activité.
3. Ouvrir la discussion entre les participants et les transformateurs, en encourageant les participants à demander davantage de détails sur les étapes du processus, à identifier les vulnérabilités (par exemple l'impact des ravageurs, la chaleur, les questions d'hygiène, les déchets, l'accès à l'eau potable, les effets du changement climatique sous la forme d'un excès de pluie ou de chaleur, les changements dans la production forestière dus à l'utilisation du bois pour le fumage, le travail des enfants).
4. Amener la discussion vers la réduction des vulnérabilités au cours de la transformation (comme l'utilisation d'une simple analyse des risques et de maîtrise des points critiques [HACCP: Hazard Analysis and Critical Control Points plan]).
5. Pour conclure, demander aux participants de prendre les poissons frais et d'en recouvrir complètement deux de sel. Placer un poisson salé et un poisson frais normal dans un endroit ombragé à l'abri, et un poisson salé et un poisson normal dans un endroit ensoleillé mais protégé. Observer et discuter de l'évolution des poissons sur une semaine.

📝 notes de l'animateur

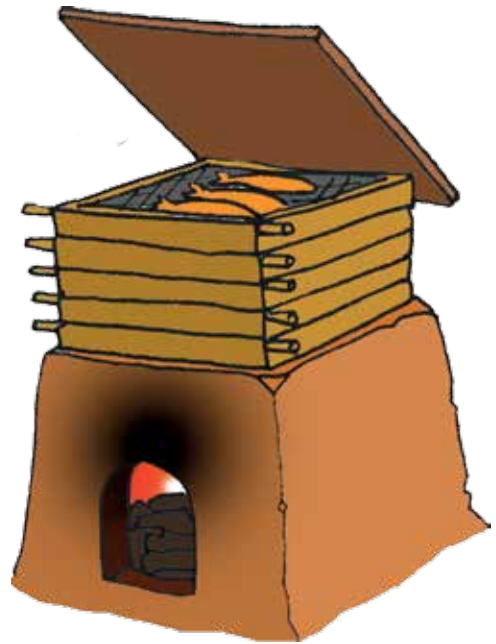
Le poisson pêché en eau non polluée est généralement sain et sa chair est prête pour la consommation. Le problème commence lorsqu'une manipulation brutale, un manque d'hygiène, ou un mauvais contrôle du temps / de la température permet la contamination. La réfrigération du poisson peut être obtenue par glaçage (qui peut être effectué dans des conteneurs contenant de la glace), avec de l'eau de mer réfrigérée ou encore en faisant circuler de l'air froid autour du poisson. La congélation du poisson tend à être une technique très coûteuse qui utilise beaucoup d'énergie. Toutefois, elle préserve au mieux la valeur nutritionnelle du poisson et augmente sa durée de conservation.



Le salage à sec est une technique qui permet d'extraire les sucs du poisson. Il peut être effectué à peu près n'importe où, toutefois le poisson ne doit pas être étalé à même le sol mais sur des supports aérés pour être séché. Les couches de poissons doivent être séparées par des couches de sel. Cette méthode est peu coûteuse, ne nécessite aucune source d'énergie, augmente la durée de conservation et maintient une valeur nutritionnelle raisonnable.

Lors de la conservation du poisson par fumage, le processus réel est le retrait de l'humidité ou séchage.

Le fumage est, avec d'autres techniques telles que le salage et le séchage, l'une des plus anciennes méthodes de conservation. Le fumage expose la nourriture à la fumée et la chaleur dans un environnement contrôlé. Divers éléments sont libérés pendant le fumage. Certains d'entre eux agissent comme agents de conservation, certains apportent du goût, tandis que d'autres peuvent être toxiques pour les humains et peuvent avoir des effets néfastes sur la santé. La température utilisée pour le fumage est une variable importante; plus les températures sont basses, meilleur c'est, tant qu'elles sont suffisamment hautes pour préserver le poisson avant que la chair ne commence à se détériorer. Il est important d'avoir en tête que le fumage nécessite de grosses quantités de bois et peut contribuer à la déforestation. Le fumage du poisson se fait généralement dans des fours entourés de murs afin d'en améliorer l'efficacité. Cela rend toutefois l'environnement de travail difficile et malsain pour les transformateurs eux-mêmes. Certains fours plus modernes ont été développés, dont le premier s'appelle le four Chorkor.¹ Il est économe en carburant et sans risque pour le transformateur. Le Chorkor se compose d'une chambre de combustion et d'une unité de fumage comportant un ensemble de claies. La chambre de combustion est rectangulaire et généralement faite de boue et comporte des ouvertures d'alimentation permettant de faire entrer le bois et de contrôler le tirage. Il peut contenir un ensemble de 5 à 15 claies en fonction du poisson à fumer; les claies sont en bois avec un treillis métallique.



La fermentation du poisson est une façon de transformer et conserver le poisson en favorisant le développement de bactéries bénéfiques. Dans ce procédé, le développement d'une saveur particulière est à la fois le résultat et le principal objectif. La fermentation est souvent associée au salage et / ou au séchage, car la fermentation rend souvent la chair du poisson plus molle et fragile. Le produit final est souvent utilisé comme condiment ou dans la préparation de sauces.

La mise en conserve est une technique de transformation du poisson relativement moderne. Les poissons sont conservés dans un récipient de stockage pendant de longues périodes - de quelques mois à plusieurs années. Le poisson est généralement étêté, vidé, nettoyé et découpé, puis pré-transformé par salage, saumurage, séchage, fumage, cuisson ou une combinaison de ces techniques. La mise sous vide est une autre méthode de conditionnement du poisson déjà transformé. Dans ce procédé, l'air est complètement retiré de l'emballage avant que celui-ci soit scellé, prolongeant ainsi la durée de conservation.

¹ Pour plus d'informations sur le four Chorkor: <http://tcdc2.undp.org/GSSDAcademy/SIE/Docs/Vol5/improved.pdf>

La cuisson permet une conservation à court terme. Il existe diverses méthodes pour cuire le poisson. Les méthodes de base comprennent l'ébullition ou le frémissement dans lesquels le poisson est cuit dans de l'eau chaude. La friture du poisson utilise de l'huile chaude. D'autres méthodes incluent la cuisson au four, la chapelure, etc. Généralement, le poisson cuit doit être consommé immédiatement. Toutefois, en utilisant certaines des techniques de conditionnement mentionnées plus haut, la durée de conservation peut être prolongée.

Les changements climatiques affectent la transformation du poisson, en particulier le séchage. Cela est particulièrement vrai pour les endroits où le poisson est séché au soleil. En raison des changements climatiques, il peut aujourd'hui pleuvoir pendant les mois où il ne pleuvait jamais et y avoir du soleil pendant ce qui était habituellement la saison des pluies (schémas météorologiques imprévisibles). Dans certaines régions, il n'existe plus de saison des pluies et de saison sèche marquées. Le changement des conditions météorologiques peut également réduire la quantité de poisson disponible pour être transformé.

Dans de nombreux pays, les femmes sont en charge de la transformation du poisson et, dans certaines communautés, il s'agit de leur principale activité économique. Dans bien des cas, elles sont aussi responsables de la vente du poisson et sont les financiers des pêcheurs. Des efforts sont mis en œuvre pour développer et promouvoir des systèmes de séchage privilégiant les énergies renouvelables pour le processus de séchage.

Il est important de planifier afin de réduire les vulnérabilités. Un plan d'analyse de risques et de maîtrise des points critiques (HACCP) peut aider à réduire les vulnérabilités liées à la transformation. Pour effectuer une analyse des risques, il est nécessaire d'analyser les besoins de la chaîne d'approvisionnement alimentaire afin de déterminer où peuvent résider les dangers biologiques, chimiques et physiques. Ensuite, il faut identifier les points de contrôle critiques (CCPs) comme étant les derniers points contrôlables de la chaîne, où ces risques pour la salubrité des aliments peuvent être évités. A ces points de contrôle, il convient d'établir des seuils critiques (par exemple température et durée maximum / minimum) que le CCP doit respecter afin d'éviter / réduire les risques. L'ensemble du système doit être contrôlé par des procédures utilisant des outils appropriés qui vous avertissent des problèmes liés à la sécurité sanitaire des aliments lorsque les seuils critiques sont atteints. Si cela se produit, des mesures correctives préalablement établies doivent être prises. L'ensemble de ces procédures devrait être documenté de manière à prouver que les aliments sont manipulés et préparés en toute sécurité. Le plan doit être vérifié régulièrement pour confirmer que les CCP et seuils critiques ainsi que le système de contrôle et les mesures correctives sont adéquats. Le système HACCP n'est pas destiné aux seuls sites de transformation. Même un vendeur de poisson peut avoir un plan HACCP simple, tout comme un pêcheur ou un aquaculteur.

Les enfants peuvent parfois être impliqués dans la chaîne de valeur du poisson. Si les tâches qu'ils effectuent les empêchent d'aller à l'école ou nuisent à leur santé et leur développement, cela est considéré comme du travail des enfants au sens de l'Organisation Internationale du Travail, qui est inacceptable. Il existe des normes internationales établies par l'Organisation Internationale du Travail destinées à protéger les enfants et à éliminer le travail des enfants.

Plus d'informations à ce sujet peuvent être trouvées dans le module des JFFLS sur La prévention du travail des enfants en agriculture (disponible sur: www.fao.org/docrep/013/i1897e/i1897e.pdf).



LA QUALITE DES PRODUITS

Afin d'assurer la meilleure qualité de produits de la mer pour le consommateur, un soin particulier doit être apporté du moment où le poisson est pêché jusqu'au moment où il arrive au consommateur. Le poisson perd très facilement sa valeur nutritionnelle car il peut s'abîmer rapidement et il existe de nombreux points au sein de la chaîne d'approvisionnement où il est exposé à des risques.

exercice 1

QUEL EST LE PROBLEME AVEC CETTE IMAGE?

OBJECTIF:

Améliorer la capacité à identifier le risque de pertes post-récolte à divers points de la chaîne d'approvisionnement et comprendre comment réduire ces risques.

DURÉE:

30 minutes.

MATÉRIEL:

Séries d'images ou dessins représentant des scénarios de pertes post-récolte, papier et stylos.

ÉTAPES:

1. Demander aux participants de former des groupes de 5-6 participants équilibrés entre les sexes.
2. Donner à chaque groupe une série d'images, du papier et un stylo.
3. Discuter des types de perte qui peuvent arriver au cours des différentes étapes des chaînes d'approvisionnement et de valeur du poisson, par exemple lors de la production aquacole, la pêche, le stockage du poisson à bord, le déchargement des prises, la commercialisation du poisson frais, la transformation et le conditionnement ou le stockage.
4. Donner dix minutes à chaque groupe pour regarder leurs images et identifier à quel endroit se produit la perte post-récolte et de quelle type elle est. Après les dix minutes, demander à chaque groupe de présenter aux autres ce qu'il a trouvé.
5. Discuter avec l'ensemble du groupe des solutions possibles pour éviter ces pertes.

Documents: (peuvent être remplacés par des photos ou des dessins locaux)

1. Site aquacole



<http://en.wikipedia.org/wiki/Mariculture>



<http://en.wikipedia.org/wiki/Mariculture>

2. 2 Pendant la pêche



www.fish2fork.com



www.fish2fork.com

3. Stockage du poisson à bord



© FAO/Giulio Napolitano



© FAO/Jim Holmes

4. Déchargement des prises



© University of Rhode island



© FAO/Pietro Canini

5. Commercialisation du poisson frais



© FAO/Rosetta Messori



© FAO/J.Micaud

6. Transformation et emballage



© Paul Siegel, WWF



© University of Rhode island

7. Stockage



© FAO/T.Fenyves



© University of Rhode Island

8. Distribution



© FAO/K. Dunn



© University of Rhode Island

notes de l'animateur

Les pertes post-récolte peuvent être physiques (par exemple les poissons jetés, mangés par les insectes ou impropres à la consommation humaine) ou qualitatives (par exemple un prix relativement faible pour un produit en raison d'une perte de qualité). Les deux sont directement liés à une perte de revenu et à une perte du poisson en tant que nourriture.

- Le temps, la température et la manipulation influencent le taux de détérioration du poisson frais.
- Des méthodes de transformation inappropriées peuvent endommager le poisson et diminuer sa valeur.
- Laisser le poisson être contaminé par les insectes ou être mangé par des animaux diminue sa valeur.
- Le conditionnement, le transport et le stockage peuvent influencer la qualité du produit avant qu'il n'atteigne le marché.

Les photos ci-dessus illustrent certaines situations dans lesquelles des pertes peuvent se produire.

Sur le site aquacole: La photo de gauche montre comment le défrichement de la mangrove pour la construction de sites de production aquacole réduit la biodiversité, ainsi que la protection contre les changements climatiques potentiels et les catastrophes naturelles. La photo sur la droite fait référence aux fortes densités d'élevage, qui peuvent entraîner des pertes physiques dues à une mortalité plus élevée en raison de maladies ou d'un manque d'oxygène.

Pendant la pêche: Si filets ne sont pas vérifiés et nettoyés régulièrement, il existe un risque de perte de qualité dû à la détérioration ou au pourrissement du poisson. Il y a aussi un risque de perte physique dû à la prédation par d'autres poissons. Si le poisson n'est pas pêché avec soin, sa chair peut être endommagée (par exemple écrasée, déchirée).

Stockage du poisson à bord: Si le poisson est conservé sans glace et non éviscéré, il va s'abîmer très rapidement, en particulier sous des températures élevées et dans des récipients de stockage inappropriés. Les poissons stockés en fond de cale risquent d'être piétinés.

Déchargement des prises: Des processus de marchandage et des temps de déchargement longs sous des températures élevées peuvent faire avarier le produit s'il n'est pas correctement conservé sur de la glace. Les poissons risquent également de tomber des paniers ou d'être volés par la foule.

Commercialisation du poisson frais: Manquer de glace ou de contenants appropriés a un impact négatif sur la qualité du poisson. Si le poisson est présenté sur le sol, il risque d'être contaminé par la saleté et les insectes.

Transformation et conditionnement: La qualité du poisson sera affectée si la transformation est effectuée dans un environnement inapproprié (par exemple sur le sol) et sans les mesures d'hygiène appropriées (par exemple utiliser de l'eau propre, ne pas fumer pendant la transformation).

Stockage: Si les conteneurs de stockage ne sont pas utilisés correctement (par exemple, s'ils ne sont pas bien fermés), ils ne protègent pas le poisson des températures élevées, des insectes et de l'exposition à d'autres sources de contamination.

Distribution: Transporter le poisson frais dans le coffre d'une voiture ou sur d'autres supports (par exemple, sur un âne ou un vélo) sans glace et sans un emballage approprié, l'expose à des températures élevées et au risque de contamination par la saleté et les insectes.



Bonnes pratiques pour prévenir les pertes de poissons:

- Veillez à ce que vous-même ainsi que les outils que vous utilisez et votre environnement de travail restent propres afin d'éviter que les poissons soient contaminés.
- Gardez le poisson au frais, stockez-le de manière adéquate, gardez-le propre, gardez-le en mouvement (vivant si possible), manipulez-le avec précaution et commencez à le préserver dès la récolte.

Sur le bateau, voici certains des éléments qui peuvent aider à conserver la bonne qualité du poisson:

- Utilisez un équipement et des méthodes de pêche appropriés. Adaptez-vous à l'évolution des conditions météorologiques, des saisons, de la distance du rivage (temps de trajet) afin d'empêcher le poisson de s'avarier une fois sorti de l'eau.
- Manipulez le poisson délicatement.
- Ayez de bonnes pratiques sanitaires. Par exemple, lavez-vous les mains et utilisez des gants propres.
- Stockez le poisson dans un récipient propre avec un couvercle et de la glace.
- Ne laissez pas les poissons en fond de cale, où ils risquent d'être piétinés ou de tremper dans le carburant du moteur.
- Ôtez si possible les têtes, les branchies et les viscères.
- Si possible, saignez le poisson et placez-le dans une solution de saumure froide (eau salée avec de la glace non contaminée).
- N'entrez pas le poisson ou ne le lavez pas avec de l'eau contaminée (par exemple de l'eau de mer).
- Si possible, gardez les poissons vivants.

A la ferme aquacole:

- N'utilisez que des produits approuvés pour l'alimentation et la manipulation, et soyez prudents si vous utilisez des antibiotiques et d'autres additifs.
- Ayez de bonnes pratiques sanitaires.
- Lavez-vous les mains et utilisez des gants propres.
- Conservez les poissons récoltés dans des récipients propres avec un couvercle et de la glace.
- N'entrez pas le poisson ou ne le lavez pas avec de l'eau contaminée.
- Si possible, gardez les poissons vivants jusqu'à ce qu'ils commencent à être transformés.

Sur le site de débarquement:

- Débarquez le poisson de manière adéquate, en évitant le gaspillage.
- Déplacez-vous rapidement du bateau à la zone de transformation ou de vente.
- Si le poisson n'a pas été nettoyé à bord, faites-le dès que possible. Lavez-le avec de l'eau propre et enlevez les branchies et les viscères.
- Veillez à ce que tout soit propre. Ne rangez pas vos boîtes près des latrines ou d'autres zones contaminées.
- Empêchez les mouches et autres insectes et les animaux de s'approcher du poisson.
- Glacez ou réfrigérez le poisson et conservez-le dans des récipients propres.
- Lavez-vous les mains fréquemment et utilisez des gants propres.

Sur le site de transformation ou de vente:

- Présentez le poisson sur de la glace ou dans des glacières avec une protection contre les mouches et autres insectes.
- Affichez la date de pêche sur le produit. Si vous le gardez plusieurs jours, assurez-vous qu'il soit conservé au froid.
- Ne laissez pas les clients ou d'autres personnes manipuler les poissons.
- Assurez-vous que toutes les personnes chargées de la transformation fassent attention à leur hygiène et leur santé.

- Evitez la contamination croisée entre le poisson prétraité / ébarbé / traité et le poisson cru.
- Si vous faites cuire, frire, sécher ou utilisez toute autre technique de transformation, assurez-vous que tous les outils et produits utilisés (par exemple, casseroles, ustensiles et huile) soient propres.
- Pour vendre les produits, enveloppez-les dans du matériel d'emballage de qualité alimentaire.
- Les éléments ajoutés pour la transformation tels que le sel et l'huile doivent être propres et de bonne qualité.
- Si le poisson est séché et /ou salé, assurez-vous qu'il est protégé contre les mouches et autres insectes.
- Aucun poisson ou produits de la pêche ne doit être placé sur le sol.
- Les caissons de séchage et de salage ainsi que toute autre installation de traitement doivent être propres et exempts de débris.
- Les installations de fumage doivent être exemptes d'insectes et les débris.
- Le bois utilisé pour le fumage doit être sans danger pour la consommation humaine. Par exemple, aucun bois peint ou traité ne doit être utilisé pour fumer le poisson car les pigments de l'encre et de la peinture de même que les autres produits chimiques peuvent générer des fumées toxiques.
- Mettez en place et contrôlez un processus «premier entré, premier sorti» pour déposer et retirer les produits.
- Un plan HACCP devrait être élaboré et appliqué. Si possible, demandez l'aide des services d'inspection du poisson et / ou de vulgarisation. Les plans HACCP peuvent être simples et peuvent s'appliquer aux petites opérations: Identifier où les produits de la mer peuvent être contaminés, puis concevoir et appliquer un plan pour réduire le risque et surveiller le résultat. Un plan HACCP devrait également être appliqué au stade de la récolte. Une bonne tenue des registres est essentielle.

Techniques de préparation et de cuisson à la maison:

- Planifiez votre achat et gérez-le bien.
- Acheter du poisson de bonne qualité.
- Les poissons doivent être conservés dans un réfrigérateur ou sur de la glace, ou au minimum maintenus humides à l'ombre et cuits dès que possible.
- Empêcher les mouches et les insectes de s'approcher des poissons et de tout produit alimentaire.
- Evitez la contamination croisée entre les produits transformés et les produits crus.
- Lavez-vous les mains avant de manipuler le produit.
- Si vous avez le moindre doute sur le fait que le poisson soit avarié, jetez-le. Ne le mangez pas!

Aucun type de manipulation, transformation ou commercialisation du poisson ne devrait impliquer d'enfants d'une manière qui nuise à leur développement ou interfère avec leur scolarité. Consultez le module des JFFLS sur La prévention du travail des enfants en agriculture (disponible sur: www.fao.org/docrep/013/i1897e/i1897e.pdf) pour plus d'informations.



L'ÉCONOMIE DU POISSON

Peut-être avez-vous un projet d'entreprise lié au poisson. Toutefois, pour réussir, vous devez évaluer l'intérêt de démarrer une entreprise. Par exemple, vous devez vous demander si tous les moyens de production nécessaires sont disponibles ou accessibles pour faire fonctionner votre entreprise. Quel sera le coût de production de votre produit final? Il est très important de fixer le prix au bon niveau. Est-ce que le prix auquel vous voulez vendre suffira à couvrir vos frais sans être trop élevé pour l'acheteur final? Existe-t-il un acheteur final intéressé par votre produit? Les entreprises qui réussissent sauront faire correspondre les compétences et ressources du groupe d'entrepreneurs ou de producteurs avec les besoins des clients. Qui d'autre produit un produit similaire et pourrait être un concurrent? Pour bien fonctionner sur la durée, une entreprise devra apprendre à gérer les risques, y compris la concurrence et l'évolution du contexte. Une manière de réduire le risque est de se mettre en relation avec d'autres personnes pour former un groupe. Quand les gens s'unissent, ils apportent des compétences et des ressources variées et davantage d'options pour réduire les risques. Un groupe a également une voix qui aura plus de poids sur le marché.

🔄 exercice 1:

QUE SAVEZ-VOUS BIEN FAIRE?

OBJECTIF:

Sensibiliser sur les compétences de base en gestion d'entreprise et les différents débouchés commerciaux.

MATÉRIEL:

Morceaux de papier (petits et grands), stylos.

DURÉE:

1 heure.

ÉTAPES:

1. Avec le groupe, parler des différences entre les gens et de ce qu'ils aiment faire. Demandez-leur de donner des exemples à leur sujet (par exemple, certaines personnes aiment le travail manuel; certaines aiment être à l'intérieur; d'autres préfèrent les activités en plein air; certaines aiment résoudre des énigmes). Examiner avec le groupe si, quand ils aiment faire quelque chose, ils ont tendance à le faire mieux et à vouloir en savoir davantage sur le sujet.
2. Demander à chaque participant d'écrire sur un bout de papier deux choses qu'il/elle aime faire. Lister toutes ces compétences sur un grand morceau de papier.
3. Discuter avec le groupe: Certaines compétences sont-elles liées au sexe des personnes?
4. Inviter les participants à réfléchir aux compétences nécessaires pour gérer une entreprise. Leur demander de penser à quelqu'un dans leur communauté qui dirige une entreprise prospère. Quelle est la différence entre un homme/une femme d'affaires et un(e) vendeur/se?
5. Réfléchir ensemble à la façon dont différentes compétences peuvent soutenir le fonctionnement d'une entreprise. Par exemple, quelqu'un qui aime les chiffres pourrait aimer tenir les registres; quelqu'un qui négocie bien pourrait être doué pour acheter et vendre le poisson. Demander au groupe: qu'arriverait-il si vous essayiez de faire quelque chose qui ne vous intéresse pas ou pour lequel vous n'êtes pas très bon?

📝 notes de l'animateur

En tant qu'entrepreneurs/ses, vous devez avoir une vue d'ensemble. Un homme/une femme d'affaires est plus qu'un simple vendeur. Il/elle doit connaître tous les aspects de l'entreprise, en particulier la planification. Vous devez être en mesure d'identifier les opportunités, d'accéder au financement, de recruter de bons employés, et d'obtenir toutes les informations nécessaires pour diriger une entreprise prospère. Prenez en compte les principes suivants lorsque vous vous lancez dans une affaire:

- Croyez en votre propre capacité à faire bouger les choses.
- Prenez des décisions fondées sur une planification minutieuse.
- Comprenez l'environnement dans lequel vous travaillez - utilisez une analyse «SWOT» (forces, faiblesses, opportunités, menaces).
- Soyez en mesure d'accepter l'échec comme faisant partie du cycle d'apprentissage et assurez-vous d'en tirer des leçons.
- Travaillez avec une vision de l'avenir.
- Gérez votre temps.
- Soyez réaliste.

Compétences utiles en affaires:

- Se présenter comme une personne organisée et déterminée.
- Savoir négocier.
- Communiquer clairement.
- Bien tenir ses registres.
- Développer des compétences en marketing.
- Être flexible.

Les exercices ci-dessous permettent de mettre en pratique certaines de ces compétences. Le module Entrepreneuriat des JFFLS fournit davantage de contexte (www.fao-ilo.org/?id=20904).

exercice 2

CHOISIR UNE ENTREPRISE

OBJECTIF:

Évaluer la faisabilité de créer une nouvelle entreprise.

MATÉRIEL:

Papier, stylos.

DURÉE:

3 heures.

ÉTAPES:

1. Rappeler que dans l'enquête communautaire (Exercice 1, «Quels sont les différents types de produits piscicoles?»), les participants ont pu observer ce qui est actuellement vendu sur le marché local. Maintenant, leur tâche est d'identifier quel type de produit est absent, et que les gens pourraient vouloir acheter.
2. Réfléchir avec l'ensemble du groupe: Qu'est-ce qui fait qu'une entreprise réussit? (Par exemple, vendre votre produit, faire un profit, mettre de côté une partie des recettes pour couvrir les dépenses et réinvestir dans l'entreprise, avoir assez pour couvrir les besoins personnels de base et autres dépenses).
3. Diviser les participants en groupes de 5-6 personnes équilibrés entre les sexes. Leur demander de choisir une idée d'entreprise (espèces, type de produit et marché) qui semble bénéficier d'une demande forte. Ils doivent discuter ensemble des questions suivantes:
 - Que vendraient-ils?
 - Où / auprès de qui l'obtiendraient-ils?
 - A qui le vendraient-ils?
 - Où le vendraient-ils?
 - Comment le vendraient-ils?
4. Les faire présenter leur idée à l'ensemble du groupe et retenir deux idées (si possible, une idée réalisable et une qui semble moins susceptible de fonctionner).
5. Pour ces deux idées, répondre aux questions suivantes avec l'ensemble du groupe:
 - Quelles sont les forces internes à l'entreprise proposée?
 - Quelles sont les faiblesses internes à l'entreprise?
 - Quelles sont les opportunités externes à l'entreprise?

- Quelles sont les menaces externes à l'entreprise?
- Cela ferait-il une différence si l'entreprise était dirigée par un homme ou par une femme?

6. Noter les résultats dans le tableau suivant et les comparer:

FACTEURS INTERNES À L'ENTREPRISE			
Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
FACTEURS EXTERNES À L'ENTREPRISE			
Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces

7. Poursuivre la réflexion avec le groupe:

- Quelles informations nous manque-t-il?
- Y a-t-il plus de forces que de faiblesses?
- Les menaces sont-elles trop importantes pour y faire face?
- Existe-t-il une discrimination fondée sur le sexe?
- Le marché ciblé est-il influencé par l'évolution des marchés mondiaux?
- Ne pas oublier d'inclure les changements climatiques dans cette catégorie!

8. Choisir l'idée d'entreprise la plus susceptible de fonctionner et concevoir une chaîne d'approvisionnement et de valeur plausible pour cette entreprise. Conclure en discutant de:

- Quels sont les coûts de fonctionnement?
- A quel prix pouvez-vous vendre le produit?
- Est-ce une entreprise risquée? Quels changements peuvent l'affecter?

notes de l'animateur

La planification est essentielle pour la création d'une entreprise prospère. Le nouvel entrepreneur doit comprendre l'environnement dans lequel il pénètre avec son entreprise. L'analyse «SWOT» est un outil qui peut être utilisé pour développer le projet d'entreprise, prendre des décisions, résoudre des problèmes, et développer une stratégie marketing.

❏ exercice 3

EST-CE FAISABLE?²

OBJECTIF:

Évaluer la faisabilité d'un projet d'entreprise.

MATÉRIEL:

Papier, stylos.

DURÉE:

5 heures.

ÉTAPES:

1. En partant du cas réalisable de l'exercice précédent, discuter avec le groupe de ce qui reste à être pris en compte pour leur projet d'entreprise. Le groupe doit maintenant penser en détail à tout ce dont l'entreprise aura besoin. Lancer la discussion avec le groupe en leur faisant vivre une journée dans la vie de l'entreprise: C'est le matin et vous allez à la plage, sur le site aquacole ou la zone de transformation. Où se trouve la plage, le site aquacole ou la zone de transformation et comment allez-vous vous y rendre? Une fois que vous y êtes, qu'allez-vous faire en premier (par exemple vérifier le poisson: est-il frais?)? De quoi avez-vous besoin pour transporter votre produit? Qui d'autre va travailler avec vous? Etc.
2. Le groupe doit lister sur un morceau de papier toutes les choses qu'ils mentionnent.
3. Poser d'autres questions au groupe pour tenter de s'assurer que rien n'a été oublié. La liste des moyens de production nécessaires pour l'entreprise devrait inclure: les matières premières (par exemple, le poisson, le sel, le bois, la glace), la main d'œuvre, les compétences, l'équipement (par exemple, un four / des racks de séchage, des couteaux), le temps, les locaux (par exemple, des zones de transformation), le terrain, le transport, les permis et exigences réglementaires, les services publics (par exemple, de l'eau propre). Les questions suivantes peuvent être utiles:
 - D'où les moyens de production vont-ils venir? Sont-ils tous disponibles sur place?
 - L'approvisionnement est-il fiable? Est-il fiable tout au long de l'année ou seulement durant une partie de celle-ci?
 - La qualité des moyens de production est-elle suffisamment bonne?
 - Qui d'autre utilise ces ressources? Est-ce que cela implique une concurrence pour les mêmes ressources?
 - Est-ce que l'entrepreneur / le groupe possède déjà le terrain ou les locaux? Combien cela coûterait-il de les louer?
 - Des services y sont-ils déjà installés (eau et électricité)? Si ce n'est pas le cas, combien cela coûterait-il de leur installer?
 - Comment les moyens de production seront-ils transportés? Nécessiteront-ils un lieu de stockage?
 - Qu'en est-il du matériel? Quand est-ce que l'entretien et les réparations seront effectués? Par qui?
 - Si un permis est nécessaire, où peut-on l'obtenir? Combien cela coûtera-t-il?
 - Combien de personnes seront nécessaires pour faire fonctionner l'entreprise? Qui sont-elles? Existe-t-il déjà un groupe rassemblant les membres nécessaires ou d'autres personnes sont nécessaires?
 - Disposent-ils déjà des compétences nécessaires ou peuvent-elles être apprises? Comment, où et quand?
 - Si des plans ou d'autres informations techniques sont nécessaires, d'où vont-ils venir?

2 Adapté du module Entrepreneuriat des JFFLS (disponible sur www.fao-ilo.org/?id=20904).

4. Avec le groupe, estimer ce que chaque chose va coûter. À côté de chaque élément de la liste, écrivez une estimation du coût. Certains de ces coûts seront assez facilement estimés grâce à l'expérience des participants. Pour d'autres, il faudra se renseigner auprès d'autres personnes. Les chiffres n'ont pas besoin d'être exacts; l'idée à ce stade est simplement d'estimer de façon grossière si l'entreprise est réalisable ou pas.
 - Si des compétences doivent être apprises, cela coûtera-t-il quelque chose de les apprendre?
 - Si de la main d'œuvre supplémentaire est nécessaire, qu'est-ce que cela va coûter?
 - Qu'en est-il des équipements ou outils?
 - Quels seront les coûts de fonctionnement quotidiens pour les matériaux, le transport, etc.?
5. Discuter de qui va tenir les registres et faire les comptes de l'entreprise pour cet exercice. Peut-être y a-t-il au sein du groupe quelqu'un qui a déjà une certaine expérience dans la tenue des registres. Il peut y avoir un membre qui est doué avec les chiffres et serait prêt à essayer. Une fois que le groupe a mis un chiffre en face de tous les éléments dont il aura besoin pour l'entreprise, expliquer la différence entre les différents types de coûts (coûts fixes et coûts variables).
 - Prendre l'exemple d'une boulangerie. Certains coûts ne changeront pas, que la boulangerie produise peu ou beaucoup de pains. Le loyer, l'électricité, le transport pour se rendre au marché pour y vendre le produit seront toujours présents indépendamment du nombre de pains produits. Ces coûts sont appelés coûts fixes. D'autres coûts vont changer en fonction du nombre de pains que la boulangerie produit. La farine, le sel, la levure et les autres ingrédients vont varier en fonction du nombre de pains réalisés. Ces coûts sont appelés coûts variables.
6. Demander au groupe de diviser leur liste de coûts en deux catégories, coûts fixes et coûts variables. Cela aidera le groupe à la fois à surveiller l'entreprise et à établir le niveau de production le plus rentable.
7. Fixer le prix: Demander au groupe si des produits identiques ou similaires sont déjà disponibles dans la région ou dans les régions voisines. Combien coûtent-ils? Discuter avec le groupe de combien eux-mêmes seraient prêts à payer.
 - Remarque: Bien que le prix dépendra de ce que les gens sont prêts à payer pour le produit, le groupe devra vérifier qu'il couvre au moins leurs frais. Si le prix que les gens sont prêts à payer est inférieur au coût de production, l'augmentation du prix n'est pas la solution. Cela signifie peut-être simplement que personne n'achètera le produit. Inviter le groupe à revoir les coûts, fixes comme variables, pour voir s'il est possible de réduire certains d'entre eux. Cependant, la réduction des coûts ne doit pas entraîner une diminution de la qualité du produit. Si cela arrivait, moins de gens voudraient l'acheter.
8. Financement: D'où viendra l'argent pour démarrer l'entreprise? Jusqu'à ce que quelque chose ait été produit et vendu, l'argent sort mais aucun ne rentre. Toutes les entreprises ont besoin que de l'argent soit investi avant de pouvoir en encaisser. Si le groupe veut élever des poulets, ils vont devoir payer pour les poussins, leur alimentation, et du fil de fer afin de construire un poulailler pour y garder les poulets. Il faudra payer tout cela avant de pouvoir commencer à vendre les poulets adultes. Idéalement, ce fonds de démarrage devrait venir de l'entrepreneur. Laisser le groupe discuter des options: Est-ce plus facile si il / elle fait partie d'un groupe qui dispose de ses propres économies. Cela sera-t-il suffisant pour couvrir les coûts jusqu'à ce que l'argent commence à rentrer? Si non, où l'argent pourrait-il être trouvé? Est-ce que le groupe pourrait contribuer davantage? Est-ce que l'argent pourrait être emprunté à de la famille? Existe-t-il d'autres sources? Peut-être qu'il serait possible d'emprunter certaines choses pour commencer au lieu de les acheter, ou d'utiliser des locaux plus petits.

- Remarque: Quel que soit le soin avec lequel le groupe prépare le projet, les choses peuvent malgré tout mal tourner. Les prix des moyens de production peuvent augmenter de façon inattendue ou quelque chose pourraient se casser et nécessiter une réparation. Le groupe devrait garder un peu d'argent de côté dans un fonds de réserve pour couvrir ce genre de dépenses imprévues. Environ 5-10 % des coûts de démarrage d'une entreprise constitue un montant raisonnable pour le fonds de réserve.
- Si un entrepreneur / un groupe ne se sent pas suffisamment sûr de son projet d'entreprise pour risquer son propre argent, il ne doit pas envisager d'en emprunter. Un prêt doit être remboursé et doit être considéré de la même manière que s'il s'agissait de fonds propres. Les banques et autres sources de financement sont souvent peu disposées à prêter aux petits entrepreneurs ou groupes à moins que ceux-ci aient investi une partie de leurs propres ressources ou économies dans l'entreprise.

9. Étude de marché: Une fois le produit identifié, le groupe doit répondre aux questions suivantes:

- Qui sont les gens à qui vous espérez vendre le produit? S'agit-il d'hommes, de femmes, d'enfants, d'entreprises, de ménages?
- Où vivent-ils?
- Que font-ils?
- Qu'est-ce qui les intéresse le plus?
- Combien le groupe pense-t-il qu'il pourrait y avoir de clients dans la communauté? Y en a-t-il suffisamment pour faire fonctionner l'entreprise? Prendre aussi en compte la demande potentielle des institutions et entreprises locales (par exemple, de combien de poissons l'hôtel le plus proche aurait-il besoin par semaine?)
- Y a-t-il davantage de clients potentiels dans les villages voisins? Combien? Le produit pourrait-il être vendu là-bas? Le groupe pourrait-il transporter le produit là-bas? Y a-t-il déjà quelqu'un qui en vend là-bas?

10. Concurrence: Laisser le groupe discuter de quel produit ou service leur ferait concurrence. Cela ne signifie pas uniquement est-ce que quelqu'un d'autre fournit ce produit ou non, mais qu'est-ce que les clients achèteraient à la place s'il n'y en avait pas à vendre. Par exemple, si le groupe faisait de la limonade fraîche, ils ne seraient pas seulement en concurrence avec d'autres vendeurs de limonade mais avec tout vendeur de boissons non alcoolisées. La vente de kérosène peut être en concurrence avec la vente de bois de chauffage. Discuter de cette idée avec le groupe et les aider à réfléchir à qui sont leurs concurrents. Est-il facile de copier leur entreprise? Si c'est très facile, il est possible que dès que d'autres personnes verront le groupe lancer l'idée, ils la copient. Poser au groupe les questions suivantes:

- Y a-t-il suffisamment de clients pour tous ceux qui pourraient vouloir entrer dans sur le marché?
- Si non, y a-t-il quelque chose que le groupe pourrait faire et qui leur donnerait un avantage sur les autres? Une meilleure position dans la communauté, un produit de meilleure qualité, un service plus rapide, un meilleur conditionnement ou étiquetage?
- Qu'est-ce que le groupe ferait s'il n'y avait pas assez de clients à la fois pour eux et leurs concurrents?
- Pourraient-ils facilement modifier leur produit ou service pour offrir autre chose de manière à maintenir l'entreprise?

Remarque: A ce stade, le groupe devrait avoir une idée claire de tout ce qui est nécessaire pour faire fonctionner l'entreprise et savoir s'ils veulent toujours continuer. Il est possible que, même s'ils sont prêts à démarrer une entreprise en groupe, ils décident que l'idée choisie n'est pas réalisable ou trop ambitieuse pour une raison quelconque. Si c'est le cas, il peut être utile de revenir à la liste initiale des suggestions de projets d'entreprises et d'en choisir un autre. Avant de passer au chapitre suivant, la même étude de faisabilité doit alors être réalisée pour la nouvelle idée.

notes de l'animateur

Une fois l'idée d'un projet d'entreprise formée, il est important d'évaluer la possibilité réelle de produire le produit ou le service donné. Trop de gens commencent une nouvelle entreprise, aveuglés

par l'attractivité du produit ou par ce qui semble être un marché attractif, mais échouent rapidement à gagner leur vie. Cela arrive parce que la plupart des petits entrepreneurs ne planifient pas correctement ou ne prennent pas en compte l'ensemble des coûts liés au fonctionnement de l'entreprise, et ne font pas d'étude de marché pour savoir ce que les clients veulent acheter et à quel prix.

Il existe différents risques dans la production halieutique tels que les variations d'abondance, les changements environnementaux, les intempéries et le vol. Les risques peuvent également être liés à une mauvaise gestion des revenus (argent qui rentre dans l'entreprise) et des dépenses (argent qui sort de l'entreprise). Les risques liés à la production peuvent aussi provenir d'une panne de l'équipement ou de l'endommagement des produits. Les risques liés au marché peuvent être dus à une évolution de ce que les clients veulent. S'il y a trop de vendeurs d'un même produit en même temps, les prix peuvent s'effondrer. Travailler de concert avec d'autres personnes par le biais d'une association peut rendre le groupe plus fort et mieux armé pour faire face à l'un de ces risques.

Une étude de faisabilité doit nous montrer les meilleures façons de produire, de commercialiser et de vendre un produit. Les résultats d'une étude de faisabilité doivent indiquer la meilleure solution pour réaliser un profit compte tenu de ses compétences, des ressources disponibles, et des opportunités de marché.

() exercice 4

ETUDES DE CAS

OBJECTIF:

Mettre en pratique les enseignements tirés des exercices précédents.

MATÉRIEL:

Deux études de cas d'entreprise, l'un positif et l'autre négatif (idéalement, adaptées au contexte local, sinon utiliser les exemples ci-dessous).

DURÉE:

2 heures.

ÉTAPES:

1. Présenter l'étude de cas 1 au groupe et faire ensemble la liste des mesures mises en place pour créer l'entreprise.
2. Identifier quels facteurs expliquent les résultats.
3. Présenter l'étude de cas 2 et identifier à nouveau les mesures mises en place pour créer l'entreprise.
4. Expliquer pourquoi celle-ci a échoué.

ÉTUDE DE CAS 1: LE POISSON SÉCHÉ D'ELIZABETH

Elizabeth possède un espace en face de sa maison près de la plage, qu'elle peut utiliser. Ses deux parents sont décédés. Elle a un frère et une sœur plus jeunes qu'elle. Depuis que ses parents sont morts il y a trois ans, elle travaille dans une poissonnerie locale où elle aide à nettoyer le poisson et n'a pas fait de bénéfices convenables.

Avant de décider quel type d'entreprise établir, elle a visité le marché plusieurs fois afin de savoir quels types de produits de la pêche sont très populaires (sont demandés) et lesquels sont vendus pour le prix le plus haut. Elle s'est même rendue sur un marché de la ville voisine, le marché de son village étant relativement petit. Elle a découvert que la sole séchée se vendait à un prix très élevé et

que beaucoup de gens voulaient l'acheter (la demande est forte), en particulier dans les hôtels.

Son cousin vit dans la ville voisine, et elle est allée lui rendre visite car elle savait qu'il faisait de la sole séchée. Elle l'a interrogé en détail sur la façon dont le séchage est réalisé. Heureusement, grâce à son cousin, elle a entendu parler d'un atelier de formation dans un village voisin sur le séchage du poisson ainsi que d'autres produits. Bien qu'elle ait eu à demander à quelqu'un de s'occuper de ses jeunes frère et sœur et qu'elle ait dû marcher une très longue distance, elle a participé à l'atelier.

L'atelier ne ressemblait pas à l'école ni à rien de ce qu'elle avait connu auparavant. Il comportait des démonstrations, et les participants à l'atelier ont réellement eu à effectuer certaines opérations de traitement et de séchage. Elizabeth a appris à sélectionner le meilleur poisson, le nettoyer, y ajouter du sel, construire des séchoirs et éloigner les mouches et autres insectes nuisibles du produit fini. Elle a également appris à effectuer de jolis emballages et à fixer les prix.

Elizabeth possédait seulement 100 (monnaie locale). Elle est donc retournée voir son cousin pour lui demander un prêt de 100 (monnaie) à ajouter à ce qu'elle avait déjà. Elle s'est ensuite rendue au marché et s'est mise à la recherche de vendeurs à qui acheter le poisson qu'elle allait produire. Elle a trouvé certains marchands qui se sont dits prêts à lui vendre du poisson.

Elizabeth a commencé à construire des séchoirs sur son terrain. Elle a suivi ce qu'elle avait appris au cours de l'atelier. Elle a également consigné tout l'argent dépensé pour acheter le poisson (coûts de production). Au bout de trois mois, elle a commencé à le vendre à ses acheteurs. Elle a mis par écrit tout ce qu'elle a vendu, en enregistrant ses ventes. Ses ventes totales se sont élevées à 500 (monnaie). Elle a réalisé un bénéfice de 200. Sur ce bénéfice, elle a remboursé son prêt de 100 à son cousin plus un petit supplément (l'intérêt). Elle a réinvesti une partie du bénéfice restant dans son activité de séchage en embauchant un assistant.

ÉTUDE DE CAS 2: LE PROJET DE MARY

Marie a 17 ans et vit avec ses deux jeunes frères. Elle a réfléchi à des façons de gagner de l'argent pour permettre à ses frères de continuer à aller à l'école.

Elle a appris de gens qui viennent souvent dans son village qu'ils sont à la recherche de poisson à manger à la maison. Beaucoup de poissons sont débarqués dans son village et beaucoup de gens viennent en acheter. Elle a demandé à sa sœur aînée qui travaillait auparavant dans une usine de transformation comment faire sécher le poisson.

Elle a obtenu un prêt de son cousin et a investi toutes ses économies pour démarrer l'entreprise. Elle a choisi le poisson le moins cher à acheter et à sécher. Sur l'ensemble de la saison, elle a seulement réussi à vendre une petite quantité de poissons. Elle a appris plus tard qu'il existait des différences de prix en fonction de la qualité du produit.

Elle n'a pas été en mesure de récupérer l'ensemble de l'argent qu'elle avait investi dans l'entreprise. Son cousin est de plus en plus irrité contre elle parce qu'elle ne lui rembourse pas l'argent emprunté.



VENDRE VOTRE PRODUIT

“Quel est le poisson que le marché veut?” est une question que toutes les entreprises doivent se poser. La question de “comment commercialiser” nécessite beaucoup de réflexion. Vous devez faire correspondre votre produit avec la meilleure approche du marché. Par exemple, un pêcheur peut rapporter des poissons de haute qualité. Toutefois, la commercialisation de ce poisson peut être extrêmement compétitive si d’autres pêcheurs proposent le même produit sur le marché local. Le marketing est la façon de promouvoir votre poisson pour le rendre attractif pour le client. Comment, où et à quel prix votre produit est proposé est important et, par conséquent, il est très important d’avoir un plan marketing pour votre activité. Il existe de nombreux outils et idées pour vous aider à concevoir vos stratégies marketing, depuis la façon d’aborder les acheteurs jusqu’à l’emballage.

exercice 1

VENDRE VOTRE PRODUIT SUR LE MARCHÉ

OBJECTIF:

Créer une méthode efficace pour identifier et atteindre vos clients grâce à un jeu de rôle.

DURÉE:

1 heure.

MATÉRIEL:

Papier, crayons.

ÉTAPES:

1. Former des équipes de trois personnes, mélangeant hommes et femmes. Leur expliquer qu'ils vont jouer une saynète (sur la base des scénarios ci-dessous ou de scénarios similaires), et que chacun d'eux aura un rôle spécifique: l'un sera le vendeur, un autre l'acheteur, et le dernier un conseiller du vendeur.
2. Distribuer les scénarios.
3. Utiliser les questions ci-dessous pour aider les équipes à préparer leurs saynètes.
 - Pensez à ce que vous envisagez de vendre et comment vous allez le promouvoir.
 - Préparez une stratégie:
 - Qu'avez-vous besoin de savoir sur vos concurrents?
 - Quels obstacles voyez-vous?
 - Comment allez-vous présenter ces informations?
 - Quelles questions allez-vous poser?
4. Tous les membres de l'équipe doivent ensuite discuter ensemble de la meilleure façon de présenter leurs rôles.
5. Chaque équipe présente son scénario à l'ensemble du groupe.
6. Avec l'ensemble du groupe, discuter les différentes stratégies marketing et trouver des idées alternatives pour conclure la vente avec l'acheteur final.

Scénarios

Vendeur: Vous présentez et vendez des poissons-chats fumés. Vous essayez de pousser les clients à voir qu'ils sont de qualité supérieure et à les acheter. Vous êtes très sympathique, de bonne humeur et vous souriez beaucoup. Vous essayez de convaincre une personne à l'air triste qui passe devant vous de vous acheter du poisson.

Acheteur: Vous êtes triste parce que votre mère est malade. Vous n'êtes pas vraiment intéressé par acheter du poisson, mais un vendeur très sympathique s'approche de vous. Peut-être que le poisson aiderait votre mère à retrouver le sourire? Cependant, vous n'avez pas beaucoup d'argent.

Vendeur: Vous vendez du poisson séché que vous produisez vous-même. Vous voulez montrer à quel point il est bon pour préparer le déjeuner. Vous approchez un client. Il / elle s'inquiète de la qualité du poisson.

Acheteur: Quelqu'un essaie de vous vendre du poisson séché. Vous craignez qu'il ne soit pas de bonne qualité et qu'il puisse vous rendre malade.

Vendeur: Vous avez développé un produit de poisson frit, et vous le vendez sur le marché. Comment pouvez-vous attirer les clients sur votre stand? Vous devez montrer que c'est un bon produit et que le poisson est frais. Vous voulez montrer à quel point il est savoureux.

Acheteur: Vous avez faim. Il y a un stand qui vend du poisson cuit. Vous n'êtes pas sûr que ce poisson soit frais ou non. En outre, vous n'êtes pas certain des autres ingrédients utilisés pour le préparer. Finalement, vous goûtez et aimez.

Vendeur: Vous avez des poissons vivants frais à vendre (un grand et deux plus petits), qui sont frétilants quand vous les sortez de l'eau pour les montrer aux clients. Vous voulez vendre le gros poisson, mais le client semble vouloir acheter les deux petits poissons pour une très petite somme.

Acheteur: Vous voulez acheter deux poissons plus petits pour le prix du plus gros. Vous devez négocier avec le vendeur. Le vendeur veut vendre le gros poisson.

notes de l'animateur

Le jeu de rôle est une méthode de formation de vente efficace qui fournit une expérience pratique. La clef pour rendre l'expérience amusante et marquante est d'y apporter humour et exagération. Les participants peuvent tour à tour jouer le rôle du vendeur et celui du client.

Le marketing consiste à comprendre les habitudes d'achat de vos clients et les persuader d'acheter vos produits plutôt que ceux d'un concurrent. Il nécessite d'identifier, anticiper, satisfaire et même dépasser les besoins de vos clients. Le marketing inclut toutes les activités qui peuvent contribuer à vendre un produit ou service à un meilleur prix.

Le marketing inclut:

- Trouver ce que veulent les clients.
- Faire un produit qui réponde à leurs besoins.
- Fixer un prix approprié pour le produit.
- Le distribuer là où se trouvent les clients.
- Le promouvoir par de la publicité appropriée.

Le marketing nécessite de la créativité. Certaines approches marketing, cependant, peuvent affecter la santé et la sécurité du vendeur. Par exemple, il arrive que des femmes échangent des faveurs sexuelles en échange de poisson quand elles n'ont pas assez d'argent pour acheter du poisson à vendre ou à transformer. Ce comportement aggrave leur vulnérabilité et peut entraîner une augmentation des taux de transmission du VIH / sida.

exercice 2

QUAND AVEZ-VOUS BESOIN D'UN INTERMEDIAIRE?

OBJECTIF:

Comprendre le rôle d'un intermédiaire.

DURÉE:

1 heure.

MATÉRIEL:

Aucun.

ÉTAPES:

1. Discussion préliminaire sur:
 - Est-ce que les participants pensent que les intermédiaires et le système de distribution sont nécessaires pour tous les produits;
 - Quand et pour quels produits sont-ils nécessaires;
 - Quand et pour quels produits ne sont-ils pas nécessaires.
2. Orienter la discussion de façon à mettre en évidence les cas où les intermédiaires sont utiles:

Remarque: Les intermédiaires sont importants quand les marchés sont éloignés ou quand il est nécessaire d'avoir rapidement de l'argent pour couvrir les coûts de fonctionnement. Les intermédiaires sont moins nécessaires lorsqu'il s'agit de productions de petites quantités et susceptibles d'être consommées sur place, ou encore lorsque de grandes quantités sont produites et que les marchés ne sont pas trop éloignés (à condition que des moyens de transport soient disponibles pour arriver sur le marché dans les temps et revenir à intervalles réguliers). Ils sont également moins utiles si les producteurs sont capables d'accéder aux services financiers pour faire face aux charges d'exploitation.

3. Discuter des caractéristiques d'un bon intermédiaire. Par exemple:
 - une personne locale avec une situation financière claire;
 - prêt à conserver des stocks de produits et équipé pour le faire;
 - capable de créer une demande constante pour le produit;
 - bon communicateur/trice (qui explique les besoins du marché au producteur et l'aide à produire ce dont le marché a besoin);
 - qui paie un prix équitable au producteur et ne l'exploite pas.
4. Demander des exemples de la façon dont de bons intermédiaires ont aidé des producteurs dans la communauté locale.
5. Discuter: Vous est-il possible de trouver des intermédiaires qui pourraient vous aider à établir votre propre activité? Ou vous est-il possible de vous assurer les services d'un intermédiaire dans votre communauté?

🗂️ exercice 3

AFFINER VOTRE MESSAGE

OBJECTIF:

Développer des techniques simples d'étude de marché.

DURÉE:

1 heure.

MATÉRIEL:

Aucun.

ÉTAPES:

1. Demander au groupe ce qu'ils ont besoin de savoir de leurs clients s'ils veulent créer une entreprise. Ils doivent prendre en compte les points suivants:
 - Qui sont les clients?
 - Où sont-ils situés?
 - Quels sont leurs besoins?
 - A quelle fréquence achètent-ils? Y a-t-il des rythmes saisonniers?
 - Quand achètent-ils?
 - Combien sont-ils prêts à payer?
 - Comment le produit va-t-il arriver jusqu'à eux? Existe-t-il des contraintes saisonnières en ce qui concerne le transport?
 - Qui sont les concurrents?
2. Leur demander comment ils peuvent obtenir ces informations (par exemple, grâce à des enquêtes auprès des clients, des informations trouvées dans les médias [radio, presse, TV] sur des produits similaires, l'observation des concurrents, des tests de marché avec des échantillons gratuits).
3. Introduire les quatre «P» du marketing:
 - Produit: Haute qualité, attractif, moderne et diversifié.
 - Prix: Définir le juste prix (qu'il permette de dégager un profit, mais sans être élevé au point que vos clients ne puissent pas l'acheter)
 - Place: Vous devez vendre au bon endroit. Il doit être propre, sûr et attractif.
 - Publicité: Comment faites-vous votre publicité? Utilisez des technologies facilement disponibles. Parfois, le bouche à oreille peut être efficace; envisagez l'utilisation de technologies de l'information et de la communication (par exemple, les téléphones portables).
4. La valeur d'une marque ou d'une étiquette: Demandez aux participants s'ils préféreraient acheter le produit d'un groupe local plutôt que de quelqu'un qu'ils ne connaissent pas. Comment mettre cela à profit pour augmenter les ventes? Est-ce que leurs clients préfèrent les produits locaux aux produits importés? Seraient-ils plus susceptibles d'acheter du poisson qui a été produit de manière durable (si ce point faisait l'objet d'une communication adéquate, par exemple via un écolabel)? Préfèrent-ils les poissons issus de la pêche ou de l'aquaculture?

activité de clôture

RÊVEZ-LE!

OBJECTIF:

Permettre aux participants de goûter à la sensation d'une entreprise prospère.

DURÉE:

1 heure.

MATÉRIEL:

Musique paisible, cadre confortable, stylos, papier.

ÉTAPES:

1. Faire s'asseoir les participants confortablement en cercle, sur le sol ou sur des chaises confortables.
2. Leur demander de fermer les yeux et les aider à visualiser leur vie dans 10 ans – leur demander d'imaginer les résultats d'une entreprise prospère.
3. Comment se sentent-ils? Que possèdent-ils? Que peuvent-ils voir? Entendre? Sentir?
4. Leur demander de choisir une scène préférée et, quand ils ouvrent leurs yeux, de la dessiner sur une feuille de papier.
5. Leur demander de partager leur vision avec les autres.

RÉFÉRENCES

- **Dickson, M.W.** 2010. *Improved planning and management of artisanal fisheries organizations*. EU ACP Strengthening Fishery Products Programme. Brussels. 27 p.
- **Dalla Valle, F.** (forthcoming). *Entrepreneurship for youth employment module*.
- **Diei-Ouadi, Y. & Mgawe, Y.I.** 2011. *Post-harvest fish loss assessment in small-scale fisheries: a guide for the extension officer*. FAO Fisheries and Aquaculture Technical Paper No. 559. Rome, FAO. 93 p. (also available at www.fao.org/docrep/014/i2241e/i2241e.pdf).
- **FAO.** 2005. *Fisheries and Aquaculture Topics. Preservation Techniques. Topics Fact Sheets*. Text by L. Ababouch. (available at www.fao.org/fishery/topic/12322/en).
- **FAO.** 2013. *Good practice policies to eliminate gender inequalities in fish value chains* (available at www.fao.org/docrep/019/i3553e/i3553e.pdf).
- **Gordon, A., Pulis, A. & Owusu-Adjei, E.** 2011. *Smoked marine fish from Western Region, Ghana: a value chain assessment*. USAID Integrated Coastal and Fisheries Governance Initiative for the Western Region, Ghana. WorldFish Center. 46 p.
- **Graham, J., Charles, A. & Bull, A.** 2006. *Community fisheries management handbook*. Gorsebrook Research Institute for Atlantic Canada. 135 p.
- **Government of Malawi.** 2012. *Community trainers handbook on sustainable fisheries management and business skills*. Lilongwe, Department of Fisheries, Ministry of Agriculture, Irrigation and Water Development. 108 p.
- **Iceada: Ministry of Gender, Labour and Social Development.** (undated). *Business skills for BMUs*. Learners Reader Books 1 and 2.
- **Richardson, L.** 2008. *Perfect selling*. McGraw-Hill Publishers. 176 p.
- **Tropical Development and Research Institute (TDRI).** *Fish handling, preservation and processing in the tropics: Part 2 (NRI)* [available at www.nzdl.org/gsdImod?e=d-00000-00--off-0fnl2.2--00-0----0-10-0---0---0direct-10---4-----0-11--11-en-50---20-about---00-0-1-00-0--4---0-0-11-10-0utfZz-8-10&a=d&c=fnl2.2&cl=CL3.44&d=HASH7ac30d9b35422de1ae5029.11].
- **Ziglar, Z.** 2004. *Secrets of closing a sale*. Revell Publishers. 432 p.

For more information, consult:

- www.kent.ac.uk/careers/interviews/role-play-interviews.htm
- www.salestalentinc.com/sales_situation_interview.php

Parrainé par



**Organisation des Nations Unies
pour l'alimentation
et l'agriculture**

Viale delle Terme di Caracalla
00153 Rome, Italie
Téléphone: +39 0657051
www.fao.org