

**Fiches conseil au facilitateur
de terrain:
Analyser la situation existante**

MODULE 1



Fiches conseil au facilitateur
de terrain:
Analyser la situation existante

MODULE 1



Les appellations employées dans ce produit d'information et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) aucune prise de position 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 déterminées 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 ce produit d'information sont celles du/des auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement celles de la FAO.

Tous droits réservés. La FAO encourage la reproduction et la diffusion des informations figurant dans ce produit d'information. Les utilisations à des fins non commerciales seront autorisées à titre gracieux sur demande. La reproduction pour la revente ou à d'autres fins commerciales, y compris à des fins didactiques, pourra être soumise à des frais. Les demandes d'autorisation de reproduction ou de diffusion de matériel dont les droits d'auteur sont détenus par la FAO et toute autre requête concernant les droits et les licences sont à adresser par courriel à l'adresse copyright@fao.org ou au Chef de la Sous-Division des politiques et de l'appui en matière de publications, Bureau de l'échange des connaissances, de la recherche et de la vulgarisation, FAO, Viale delle Terme di Caracalla, 00153 Rome, Italie.

Table des matières

Symboles qui seront utilisés à travers tous les FCFT	iii
--	-----

PHASE 1: ANALYSER LA SITUATION EXISTANTE

ÉTAPE 1:

Le facilitateur et la communauté identifient les entrepreneurs potentiels	3
Organisez votre session de formation sur “Identifier des entrepreneurs potentiels”	6

ÉTAPE 2:

Les entrepreneurs potentiels évaluent leurs propres capacités à devenir entrepreneurs.	9
Organisez votre session sur “Évaluer les capacités des participants à devenir entrepreneurs”	11

ÉTAPE 3:

Les entrepreneurs potentiels font la liste des ressources et des produits locaux	13
Organisez votre session de formation sur “Faire la liste des produits et ressources locaux”	14

ÉTAPE 4:

Les entrepreneurs potentiels identifient les contraintes principales du système de marché.	16
Organisez votre session de formation sur “Identifier les contraintes principales du système de marché”	17

ÉTAPE 5:

Les entrepreneurs potentiels font une présélection des produits pouvant intéresser leur entreprise	19
Organisez votre session sur “La présélection de produits potentiels”	20

ÉTAPE 6:

Les entrepreneurs potentiels reconnaissent les avantages de travailler en groupe	22
Organisez votre session de formation sur “Reconnaître les avantages de travailler en groupe”	23

CONCLURE LA PHASE 1	25
--------------------------------------	----

OUTILS POUR FACILITER LES SESSIONS	26
---	----

Outil 1 – Les objectifs du projet et les critères qui lui sont liés	28
---	----

Outil 2 – Liste de contrôle des compétences et des attitudes d’un bon entrepreneur	29
--	----

Outil 3 – Liste de contrôle des conditions que les groupes existants doivent remplir pour être considérés comme des entrepreneurs potentiels	30
--	----

Outil 4 – Modèle et exemple de classification des entrepreneurs potentiels selon leur niveau de richesse	31
Outil 5 – Résultats agrégés du classement par niveau de richesse des ménages (M) issus du groupe d'entrepreneurs potentiels	32
Outil 6 – Exemples d'éléments à inclure dans la liste de référence sur les ressources et les produits potentiels	33
Outil 7 – Liste des produits et des ressources existants	34
Outil 8 – Exemple de carte des ressources	35
Outil 9 – Liste des critères potentiels d'élimination des produits durant la Phase 1, des informations nécessaires à l'évaluation de ces critères et sources possibles d'informations	36
Outil 10 – Exemples de formulaires pour l'enregistrement de données collectées auprès des informateurs	41
Outil 11 – Exemple 1: déterminer quels produits doivent être éliminés	42
Outil 12 – Exemple 2: déterminer quels produits doivent être éliminés	43
Outil 13 – L'expérience des participants qui ont appartenu à des groupes	44
Outil 14 – Exercice: les avantages associés aux entreprises fondées sur des groupes	45
Outil 15 – Analyse institutionnelle	46
Outil 16 – Revoir les résultats de la Phase 1	47

Symboles qui seront utilisés à travers tous les FCFT:



Informations essentielles que le formateur doit bien connaître avant de faciliter la session de formation



Instructions détaillées sur la façon d'organiser une session de formation



Objectifs d'apprentissage d'un atelier



Matériel de formation nécessaire à la session
(à préparer et à adapter à partir des outils de formation)



Outils de formation disponibles dans la section 'outils' des FCFT et nécessaires à la session



Quelques suggestions pour la facilitation



Informations et conseils utiles



Référence aux Fiches conseil au facilitateur de terrain



Référence au manuel ADM



Formulaire de terrain que devront utiliser les entrepreneurs
et que commentera le facilitateur durant l'atelier ou les réunions



Outils utilisés par le facilitateur durant l'atelier ou les réunions



Information théorique sur des sujets traités durant les ateliers
ou les réunions



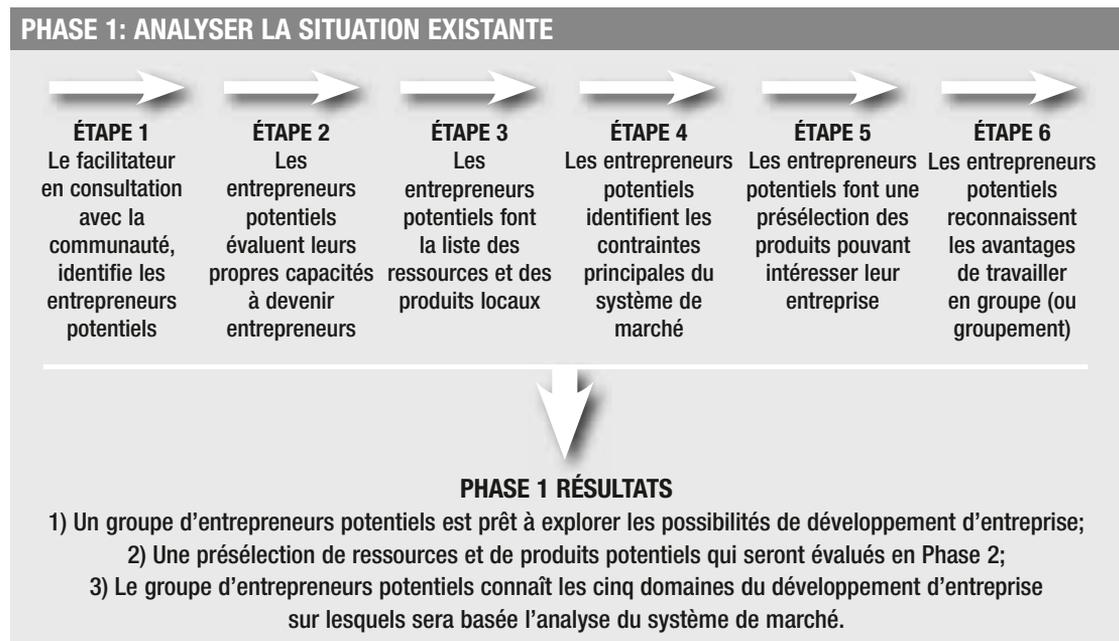
Activité qui encouragera l'équilibre des genres

PHASE 1: ANALYSER LA SITUATION EXISTANTE

Introduction

Les Phases 1 et 2 sont des phases de diagnostic et servent à évaluer les opportunités et motiver les membres de la communauté. L'objectif de la Phase 3 est de développer les plans d'entreprise, tandis que la Phase 4 appuie la mise en place des entreprises.

L'objectif principal de la Phase 1 est d'analyser la situation existante afin d'identifier les entrepreneurs potentiels et de présélectionner des ressources et des produits potentiels qui seront évalués ultérieurement durant la phase suivante. En Phase 1, les facilitateurs prennent connaissance des stratégies de survie de la communauté concernée, identifient un groupe d'entrepreneurs potentiels au sein de cette communauté, obtiennent une vue d'ensemble des ressources naturelles et des produits disponibles, décrivent les défis et les opportunités pour développer des entreprises, et effectuent une première présélection d'un éventail de produits. Cette phase est divisée en six étapes.



Durant la Phase 1 qui est exploratoire, vous devrez en tant que facilitateur, comprendre le contexte et les circonstances de la situation existante. Pour cela, vous devrez répondre aux questions suivantes:

- Qui sont les entrepreneurs potentiels et quelles sont leurs attentes?
- Quels produits et ressources sont disponibles?
- Quelles sont les opportunités et contraintes au sein des filières existantes et du système de marché?

La Phase 1, à la lumière de facteurs tels que les financements disponibles, la demande du marché et les investisseurs potentiels, vous fournira les premières indications sur les possibilités et sur l'échelle potentielle des futures entreprises.

L'approche ADM tire parti des marchés existants en tenant compte des produits qui sont déjà vendus et qui fournissent des revenus aux entrepreneurs potentiels. L'approche ADM analyse également les opportunités qui se présentent pour ajouter de la valeur aux produits existants ou pour en introduire de nouveaux. Les entrepreneurs potentiels analyseront leurs expériences dans le domaine de la production, de la transformation, et du commerce des ressources naturelles en considérant les questions suivantes:

- Quels sont les produits qu'ils cueillent en forêt?
- À quel moment de l'année cueillent-ils ces produits?
- Quels sont les revenus qu'ils obtiennent de ces produits?
- Où vendent-ils ces produits?
- Reçoivent-ils de l'aide du bureau de vulgarisation local?

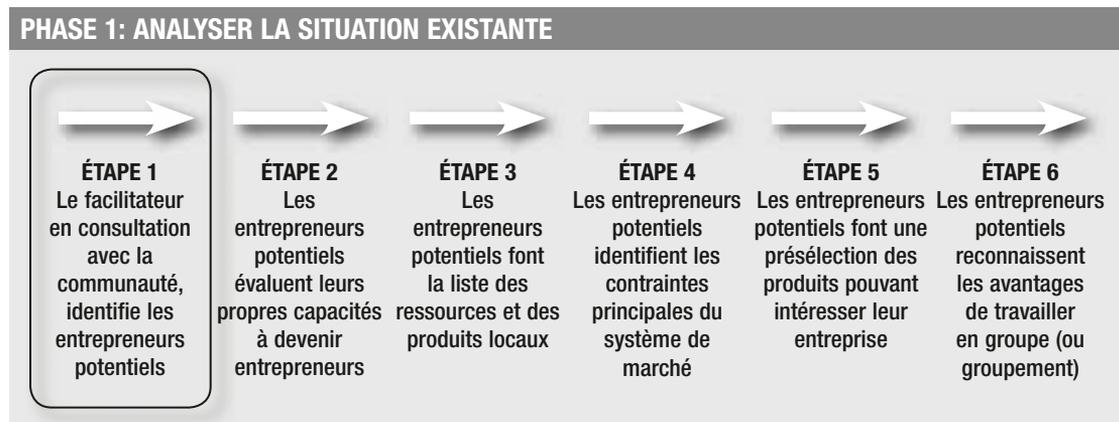
Votre objectif en tant que facilitateur sera d'aider les villageois à découvrir des produits viables qui correspondent à leurs attentes économiques et qui leur offrent des possibilités d'expansion ainsi qu'une utilisation durable à long terme. Afin de garantir que les entreprises soient viables, et pour réduire les risques, vous les guiderez lors de l'évaluation des concepts d'entreprise, en tenant toujours compte des aspects sociaux, environnementaux, institutionnels, technologiques et commerciaux d'un produit.

La Phase 1 du processusADM produira des informations très similaires à celles obtenues lors de la conduite d'une enquête de référence. Cette enquête fournit un tableau de la situation à un moment donné. Ces informations, particulièrement importantes pour le suivi et l'évaluation des activités, permettent de mesurer l'impact du projet et justifient que des ressources soient destinées à une enquête de référence qui pourra être conduite soit avant la conception de la composante développement d'entreprise du projet, soit durant la première phase du processusADM. Cette dernière option est préférable pour des projets dont le calendrier et les ressources sont limités. Ce point sera développé ultérieurement dans cette section.

L'analyse des moyens d'existence fournit une première description des capacités, des actifs et des activités qui permettent aux populations de couvrir leurs besoins essentiels, et de renforcer leur bien-être. Elle montre également quelles relations celles-ci entretiennent avec leur environnement, leur contexte politique, économique et culturel. Cette analyse consistera à rassembler des données, à évaluer l'état actuel de l'économie domestique ainsi que le contexte social et environnemental afin de pouvoir mesurer les changements futurs.

Les informations obtenues en combinant les données collectées durant les Étapes 2 à 4 de la Phase 1, avec l'analyse des moyens d'existence, peuvent fournir toutes les informations nécessaires à une enquête de référence. L'Outil 9 présente une liste d'exemples d'informations à collecter lors des Étapes 2 à 4 de la Phase 1. Pour ajouter une analyse des aspects des moyens d'existence d'une communauté, le facilitateur devra se familiariser avec les outils spécifiques aux analyses des moyens d'existence et les appliquer à l'échantillon de membres de la communauté tels qu'ils ont été identifiés à la suite de l'Étape 1 de la Phase 1 (voir les informations disponibles sur les sites Web, par exemple celles qui sont gérées par Eldis: <http://www.eldis.org/go/topics/dossiers/livelihoods-connect/what-are-livelihoods-approaches/training-and-learning-materials>).

ÉTAPE 1: Le facilitateur en consultation avec la communauté, identifie les entrepreneurs potentiels



En tant que facilitateur à qui a été attribué un site d'intervention, vous devrez connaître les objectifs du projet. La première étape consistera à identifier les entrepreneurs potentiels parmi la population, et pour cela, vous devrez avoir une idée claire de ce que vous recherchez.

Rappelez-vous tout d'abord que:

- il est possible que l'équipe du projet désire que vous vous concentriez sur une partie spécifique de la population pour les activités de développement d'entreprise;
- les membres de la communauté de votre site n'auront pas tous les qualités ni même le désir de devenir des entrepreneurs.

Les principaux stades de l'Étape 1, Phase 1, sont décrits ci-dessous.

1. Vérifier si le projet se concentre sur un groupe spécifique de la population

Référez-vous aux objectifs du projet afin de savoir si le projet se concentre sur un groupe particulier de la population (par exemple, les femmes dans des régions éloignées, des individus vivant dans la zone tampon d'une aire protégée, les pauvres et les groupes défavorisés des régions forestières en montagne, etc.) et identifiez ces personnes dans votre site.

Il existe plusieurs méthodes pour identifier les entrepreneurs potentiels. Elles varient en fonction des objectifs du projet:

- Si le projet se concentre sur un ou plusieurs groupes marginalisés, vous pourriez avoir besoin d'outils tels que la classification selon le niveau de richesse ou d'une méthode d'analyse rapide et de planification participative (MARF), pour identifier les individus qui pourraient faire partie de la catégorie des groupes

marginalisés. Vous trouverez également des informations utiles dans les rapports sur la situation socioéconomique des familles de la communauté. Ces informations ont sans doute été recueillies à l'occasion d'enquêtes conduites par le projet, ou pourraient être disponibles dans les bureaux du gouvernement local. Si ces sources de données secondaires ne vous fournissent pas les informations nécessaires, vous devrez interviewer des personnes ressources, telles que les autorités locales (aux niveaux du village et de la communauté) et le personnel du projet sur le terrain.

- Une autre option consiste à conduire une analyse institutionnelle en utilisant un diagramme de Venn (voir Outil 15). Cet outil peut aider à identifier les entrepreneurs dans et hors du village, et peut permettre aux entrepreneurs potentiels d'avoir une vision claire des opportunités et des contraintes inhérentes au projet de développement d'entreprise.
- Si le projet se concentre sur des individus qui travaillent avec des ressources ou des produits ligneux et non ligneux, les rapports disponibles dans les bureaux gouvernementaux ou dans la documentation du projet peuvent s'avérer utiles. Des entretiens directs avec les autorités locales, les représentants de la communauté et le personnel de terrain du projet peuvent également être utiles.

2. Identifier les membres de la communauté possédant les compétences et l'esprit d'entreprise

Discutez des compétences et des attitudes nécessaires à un entrepreneur et expliquez l'approche ADM aux membres intéressés de la communauté. Avec ces informations, les membres de la communauté pourront déterminer s'ils désirent ou non participer aux activités du projet.

L'outil 2 présente une liste de contrôle détaillée décrivant les compétences et les attitudes d'un bon entrepreneur.

Il est fort probable que les personnes avec les compétences ou l'esprit d'entreprise soient déjà impliquées d'une manière ou d'une autre dans une activité commerciale ou dans une entreprise. Essayez d'identifier les membres de la communauté qui participent déjà à la production, à la fabrication, au transport ou au marketing des produits à base de ressources naturelles ou qui travaillent dans les sous-secteurs auxquels s'intéresse le projet.

3. Introduire l'approche ADM

Il arrive parfois que des individus à l'esprit d'entreprise n'acceptent pas le type d'approche adoptée par le projet ou risquent de considérer le projet comme une occasion d'obtenir un appui financier direct. Dans ce cas, vous devrez expliquer les différences entre l'approche traditionnelle du développement des moyens d'existence et celle du développement d'entreprise, afin qu'ils comprennent pleinement les implications du projet avant de décider d'y participer. Avant d'entamer le processus de développement d'entreprise, il est important que les entrepreneurs potentiels aient une idée claire de ce qu'implique le processus ADM, et plus particulièrement qu'ils sachent dans quelle mesure il diffère de l'approche traditionnelle des moyens d'existence à travers laquelle ils pourraient s'attendre à bénéficier d'équipements tels que des bicyclettes, des ruches, des puits, etc. Les communautés doivent

savoir que dans le cadre d'un projet de développement d'entreprise, ils devront assumer des responsabilités et investir leurs propres ressources humaines et financières dans leurs entreprises. Une mauvaise perception pourrait miner les activités du projet et compromettre la réalisation des objectifs.

Consulter le Module de introduction des Fiches conseil au facilitateur de terrain pour la mise en œuvre de l'approche ADM, Outil 1 – Les différences entre l'approche traditionnelle du développement des moyens d'existence et l'approche développement d'entreprise.

4. Promouvoir la parité hommes-femmes

Lors de l'identification des entrepreneurs, il est crucial de garantir que les femmes et les hommes aient les mêmes chances de participer au processus ADM. Invitez les hommes de la communauté à réfléchir à la façon dont ils pourraient offrir aux femmes de plus larges possibilités de participation aux activités de l'entreprise. Il faudra également encourager les femmes à participer activement aux réunions de l'Étape 1. En tant que facilitateur, vous pouvez contribuer à favoriser la participation des femmes en programmant des réunions dans des plages horaires qui permettent à tous les individus intéressés, y compris aux femmes, d'y participer. Vous pouvez également, pour garantir que les points de vue des femmes soient écoutés, séparer les groupes par genre lorsque vous menez des enquêtes ou que vous organisez des exercices durant les ateliers de formation.

5. Choisir des groupes existants pour l'approche développement d'entreprise

Si l'on vous demande d'appuyer des groupes existants d'utilisateurs de la forêt (GUF) pour le développement d'entreprises, il est important que vous sachiez que dans ce cas, un certain nombre de conditions devront être remplies. L'Outil 3 présente ces conditions en détail. Vous devez toujours suggérer que ces groupes nomment un certain nombre d'individus qui seront responsables de la mise en œuvre de l'approche, sur la base de critères de participation convenus.

6. Conclusion de l'Étape 1

Au terme de l'Étape 1, vous aurez identifié un groupe d'entrepreneurs potentiels qui correspondra aux critères imposés par le projet. Ces entrepreneurs participent sans doute déjà à la production, à la fabrication, au transport et au marketing des ressources naturelles. Ils possèdent les compétences entrepreneuriales nécessaires et comprennent et acceptent les paramètres de l'approche ADM.

Ce groupe passera à l'Étape 2. Il est probable que la composition du groupe variera et évoluera tout au long du processus. Dans certains cas, des individus initialement intéressés abandonneront le groupe, alors que d'autres s'y joindront ultérieurement, car l'approche les intéresse ou/et ils travaillent dans le sous-secteur concerné.



Organisez votre session de formation sur “Identifier des entrepreneurs potentiels”

	<p>3-5 heures:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une courte réunion avec les principaux informateurs locaux (1-2 heures) • Une réunion de sensibilisation avec la communauté locale (2-3 heures)
<p>Objectifs d'apprentissage</p>	<p>À la fin de la session, le facilitateur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • comprendra comment la Phase 1 s'insère dans l'ensemble du processus ADM; • saura comment faciliter la sélection des entrepreneurs potentiels; • aura identifié un groupe d'entrepreneurs potentiels à partir du/des site(s) sélectionné(s) du projet.
<p>Documents didactiques pour la session</p>	<ul style="list-style-type: none"> • le schéma ADM reproduit sur une feuille du tableau, avec la Phase 1 mise en exergue; • des exemplaires du diagramme du filtre ADM à remettre aux participants; • la définition du terme 'entrepreneur' écrite sur une feuille du tableau (voir le glossaire); • la liste des objectifs du projet inscrite sur une feuille du tableau (voir Outil 1); • un tableau vierge, tracé sur une feuille du tableau, qui sera rempli avec les compétences et les attitudes que doit posséder un bon entrepreneur (voir Outil 2); • un tableau, sur une feuille du tableau, qui sera rempli avec les principales différences entre l'approche traditionnelle du développement des moyens d'existence et celle du développement d'entreprise (présentées dans le Module de présentation, Outil 1 – Les différences entre l'approche traditionnelle au développement des moyens d'existence et celle du développement d'entreprise); • des exemplaires de la liste de contrôle énumérant les conditions que les groupes existants doivent remplir pour être considérés comme des entrepreneurs potentiels pour le développement d'entreprise (voir Outil 3).
<p>Outils de formation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Module de introduction, Outil 1 – Les différences entre l'approche traditionnelle du développement des moyens d'existence et celle du développement d'entreprise; • Outil 1 – Les objectifs du projet et les critères qui lui sont liés; • Outil 2 – Liste de contrôle des compétences et des attitudes qu'un bon entrepreneur doit posséder; • Outil 3 – Liste de contrôle des conditions que les groupes existants doivent remplir pour être considérés comme de possibles entrepreneurs potentiels; • Facultatif: Outil 1 des FCFT 3 Préparer le plan de développement de l'entreprise – le jeu des acheteurs et des vendeurs.

Facilitation de la session

1. Avant de vous rendre sur le terrain, spécifiez clairement avec l'équipe de gestion du projet quels sont les objectifs du projet, en particulier quelles sont les populations que le projet a l'intention d'aider par la composante sur le développement d'entreprise. Accordez-vous sur les critères qui serviront à cibler des groupes spécifiques dans la communauté.

Suite page suivante

2. Si le projet se concentre sur des groupes existants, organisez une réunion avec ces groupes et facilitez une discussion pour évaluer s'ils remplissent les conditions établies pour devenir un groupe d'entreprises. Pour cela utilisez, la liste de contrôle des conditions s'appliquant aux groupes existants, Outil 3.

Si le groupe d'entrepreneurs potentiels n'a pas encore été défini par le projet, organisez une réunion avec les informateurs clés (autorités locales et représentants des communautés). Durant cette réunion vous:

- Présentez le projet, ainsi que le concept et les objectifs du développement d'entreprise, en mentionnant les difficultés à résoudre qui ont été identifiées par les communautés durant la formulation initiale du projet.
- Obtiendrez des principaux informateurs qu'ils vous indiquent quelles personnes pourraient remplir les critères de participation à la composante du projet sur le développement d'entreprise, comme les «personnes travaillant avec le bois et/ou les produits forestiers», «les populations défavorisées» et «les entrepreneurs existants».
- Contrôlerez les informations qui vous ont été fournies par les autorités locales au sujet de ceux qui remplissent les critères leur permettant de participer au projet en interviewant certains des foyers indiqués.
- Demanderez aux autorités locales d'organiser aussi rapidement que possible, une réunion avec les personnes indiquées comme pouvant participer aux activités de développement d'entreprise.

3. Facilitez une première réunion avec les entrepreneurs potentiels afin de les sensibiliser aux objectifs du développement d'entreprise. Au cours de cette réunion vous:

- Présentez la composante développement d'entreprise du projet.
- Introduisez le concept de développement d'entreprise. Vous pourrez avoir recours au théâtre, à la musique ou à tout autre outil pour présenter le projet et attirer l'attention de la communauté. Vous pouvez choisir l'alternative de jouer le Jeu des acheteurs et des vendeurs pour introduire le sujet (voir FCFT Module 3, Outil 1 – Préparer le Plan de développement d'entreprise).
- Présentez la définition du terme 'entrepreneur' et débattrez des caractéristiques nécessaires au développement d'entreprise:
 - Lors d'une discussion plénière, demandez aux participants de dresser la liste des compétences et des attitudes requises pour devenir un bon entrepreneur. (Voir liste de contrôle, Outil 2).
 - Vous pouvez également, afficher une feuille du tableau, avec le mot «D'accord» à une extrémité de la pièce, et une autre feuille avec l'expression «Pas d'accord» à une autre extrémité de la pièce. Demandez aux participants de se placer entre les deux feuilles. Lisez l'énoncé des compétences et des attitudes nécessaires à un entrepreneur et demandez aux participants de choisir l'option qui selon eux est juste. Puis demandez à chaque groupe d'expliquer son choix.
 - Soulignez que ce n'est pas au facilitateur de sélectionner les entrepreneurs potentiels. Les participants doivent décider par eux-mêmes s'ils possèdent les compétences et les attitudes appropriées et s'ils désirent participer.
- Facilitez une discussion sur les occasions qu'ont les femmes de participer aux activités d'entreprise.
 - Demandez aux participants de considérer les facteurs empêchant les femmes de se lancer dans le développement d'entreprise et d'en bénéficier (limitations temporelles, difficultés physiques, contrôle limité au niveau des ménages sur le revenu tiré des ventes, faible niveau d'alphabétisation et/ou de capacité à faire des calculs, etc.).
 - Demander aux participants de suggérer comment ces restrictions pourraient être surmontées.
- Spécifiez clairement quelles sont les différences entre l'approche traditionnelle des moyens d'existence et l'approche ADM du développement d'entreprise.
 - Subdivisez les participants en petits groupes.
 - Demandez à chaque groupe de dresser la liste des différences entre l'approche traditionnelle des moyens d'existence et l'approche ADM du développement d'entreprise.
 - Demandez aux petits groupes de présenter leurs conclusions au groupe et de remplir la liste de contrôle avec ces différences (voir Outil 1 dans le module de présentation des FCFT).



Suite page suivante

**Suggestions pour
la facilitation**

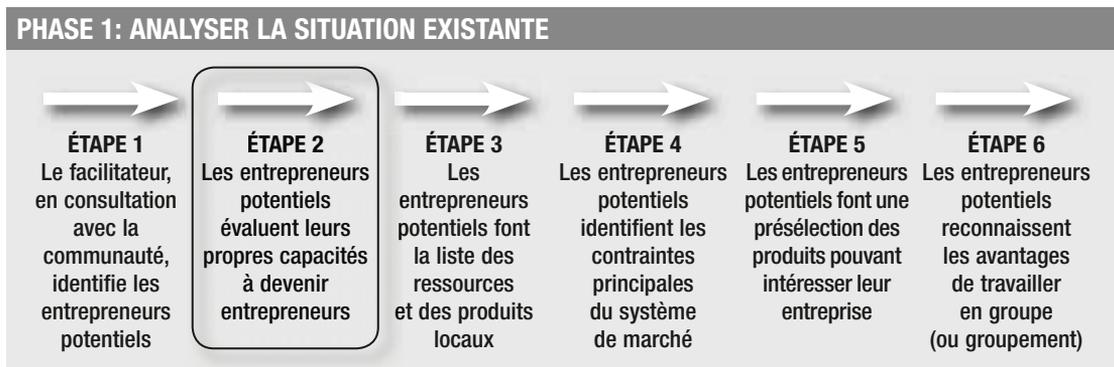


- Programmez des réunions à des moments opportuns afin de permettre à tous les individus intéressés d'y participer.



- Assurez-vous que tous les points de vue soient écoutés. Demandez aux femmes et aux hommes d'exprimer leurs points de vue séparément avant d'en débattre en groupe.

ÉTAPE 2: Les entrepreneurs potentiels évaluent leurs propres capacités à devenir entrepreneurs



Les entrepreneurs potentiels ont été identifiés en Étape 1. Vous devrez maintenant les aider à évaluer leurs capacités à devenir réellement des entrepreneurs.

Vos objectifs à l'Étape 2 consistent à:

- comprendre le profil socioéconomique des entrepreneurs potentiels, notamment les données sur leurs moyens d'existence et l'importance des produits forestiers au sein de leur économie familiale;
- aider le groupe d'entrepreneurs potentiels à:
 - comprendre et exprimer pourquoi ils désirent se lancer dans la création d'entreprises;
 - évaluer leurs disponibilités temporelles, leur expérience, leurs compétences en terme de production, de transformation et de commerce des produits forestiers, ainsi que ses capacités d'investissements.

À l'Étape 2, vous identifierez les différences sociales qui peuvent exister entre les entrepreneurs potentiels. Vous aiderez également les entrepreneurs potentiels à reconnaître leurs besoins et leurs capacités, facilitant ainsi la création d'entreprises correspondant à leurs particularités.

1. Comprendre le profil socioéconomique des entrepreneurs potentiels

Pour atteindre le premier objectif de l'Étape 2 (comprendre le profil socioéconomique des entrepreneurs potentiels, notamment les données sur leurs moyens d'existence et l'importance des produits forestiers au sein de leur économie familiale), vous devez comprendre si la richesse, l'équilibre entre les genres et les activités économiques des entrepreneurs sont hétérogènes, et vous devrez identifier les différents sous-groupes dans le groupe d'entrepreneurs potentiels (tels que les femmes et les sans terres).

Il faudra tenir compte de la diversité sociale afin que les sous-groupes puissent mettre au point des stratégies d'entreprise correspondant à leurs besoins, conditions et capacités. Par exemple, les membres d'un sous-groupe 'pauvre' risquent de choisir des produits différents de ceux d'un sous-groupe plus 'riche'. Néanmoins, le processus de sélection des produits et de détermination de la stratégie d'entreprise sera le même pour tous. Le classement selon le niveau de richesse, peut être utilisé pour élaborer le profil socioéconomique des entrepreneurs potentiels. (Voir Outil 4 – Modèle et exemple de classification des entrepreneurs selon leur niveau de richesse.) Utilisez cet outil pour vous faire une idée générale des différents sous-groupes socioéconomiques, tels que ceux composés de femmes ou d'individus sans terre.

2. Aider les groupes à évaluer leurs motivations et leurs ressources

Pour atteindre le second objectif de l'Étape 2 (aider les entrepreneurs potentiels à évaluer leurs motivations à créer des entreprises, leur disponibilité temporelle, leur expérience, leurs compétences en termes de production, de transformation et de commercialisation de produits forestiers, tout autant que leurs capacités d'investissement), vous devrez:

- sélectionner des informateurs qui appartiennent à des niveaux de richesse différents;
- aider ces individus à évaluer leurs besoins de revenus, les raisons pour lesquelles ils désirent se lancer dans une entreprise, leur disponibilité temporelle, leur expérience et leurs compétences en termes de production, de transformation et de commercialisation de produits forestiers, ainsi que leurs capacités d'investissement.

Cette étape est cruciale pour le succès et la durabilité de l'entreprise, car elle peut contribuer à réduire les risques sur le long terme.

3. Sélectionner les informateurs

En utilisant les résultats de la classification selon le niveau de richesse, vous pouvez sélectionner des informateurs provenant de différents sous-groupes socioéconomiques. Le nombre d'informateurs que vous choisirez dépendra du temps dont vous disposerez, de la taille du groupe d'entrepreneurs potentiels et de la possibilité qu'auront les agents locaux de vulgarisation de vous aider.

Souvenez-vous que les projets ADM ont pour objet principal de hausser le niveau de vie économique de tout le groupe d'entrepreneurs potentiels, y compris des ménages les plus pauvres. Il est donc nécessaire que le groupe d'informateurs sélectionnés représente toutes les catégories.



Organisez votre session sur “Évaluer les capacités des participants à devenir entrepreneurs”

	<p>Environ 2 heures:</p> <ul style="list-style-type: none"> • cette session de formation peut constituer la seconde partie du premier (Phase 1) atelier.
<p>Objectifs d'apprentissage</p>	<p>À la fin de la session:</p> <ul style="list-style-type: none"> • le facilitateur connaîtra le profil socioéconomique du groupe d'entrepreneurs potentiels; • les participants auront évalué leurs motivations à se lancer dans la création d'une entreprise, leur disponibilité temporelle, leurs expériences et compétences, ainsi que leurs capacités d'investissement.
<p>Documents didactiques pour la session</p>	<ul style="list-style-type: none"> • formulaire de classement selon le niveau de richesse; • un exemple du formulaire compilé du classement selon le niveau de richesse.
<p>Outils de formation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Outil 4 – Formulaire et exemple de classement des entrepreneurs potentiels selon leur niveau de richesse; • Outil 5 – Résultats agrégés du classement selon le niveau de richesse, par nombre de ménages (M) dans le groupe d'entrepreneurs potentiels; • Outil 15 – Analyse institutionnelle.

Facilitation de la session

Le classement selon le niveau de richesse est un outil qui peut être utilisé pour mieux connaître le profil socioéconomique des entrepreneurs potentiels.

Dans votre bureau

1. Identifiez les différents groupes de richesse parmi les entrepreneurs potentiels en étudiant les données secondaires (par exemple, les résultats d'une analyse rapide rurale participative), si elles sont disponibles. Si le classement selon le niveau de richesse n'a pas encore été effectué, demandez aux informateurs locaux les plus importants de vous aider à identifier les différentes couches socioéconomiques, ainsi que les familles qui font partie de ces couches. Contrairement à la plupart des exercices ADM, il vaut mieux par délicatesse, ne pas impliquer les participants dans ce classement des richesses.

- Sélectionnez les informateurs après avoir analysé les résultats du classement selon le niveau de richesse. Comme cela a été mentionné précédemment, le nombre d'informateurs sélectionnés dans chaque groupe de richesse dépendra du temps dont vous disposerez, de la taille du groupe d'entrepreneurs potentiels et de la capacité qu'auront les agents de vulgarisation locaux de vous fournir de l'aide.

Suite page suivante

Pendant la session de formation

2. Organisez des groupes de réflexion de 5-8 informateurs provenant des mêmes couches socioéconomiques et facilitez des discussions au sein de chaque groupe. Le but est d'évaluer la motivation, le temps disponible, l'expérience, les compétences et les capacités d'investissement des membres du groupe.

Structurez la discussion de la manière suivante:

- Demandez aux participants de noter sur des fiches blanches, les raisons pour lesquelles ils désirent créer une entreprise.
- Rassemblez les cartes et transférez les informations sur une feuille du tableau.
- Organisez un exercice de cartographie des revenus pour aider les participants à avoir une vue d'ensemble de leurs revenus, dépenses et capacités d'investissement.
- Résumez les revenus et les dépenses mensuels.
- Discutez des raisons qui expliquent la pénurie de revenus et le besoin d'un accroissement des revenus.
- Demandez aux participants comment ils utiliseraient tout revenu supplémentaire acquis grâce aux activités d'une nouvelle entreprise:
 - Les réponses peuvent ne pas être réalistes, mais cet exercice permet d'engager un processus de réflexion.
 - Les participants peuvent dessiner, écrire sur leurs fiches vierges ou discuter de leurs réponses avec les autres.
- Demandez aux participants de dessiner un calendrier qui ventile leurs activités par saison:
 - Aidez-les à analyser leur calendrier, ainsi que l'impact qu'il a sur leurs vies, puis montrez les changements qu'apporteraient les nouvelles activités entrepreneuriales.
 - Discutez des contraintes et des problèmes majeurs qui risqueraient de surgir à certains moments de l'année.
- Demandez aux participants de dessiner un diagramme de Venn (voir Outil 15) qui cartographie tous les groupes et les institutions locaux, formels et informels qu'ils connaissent en signalant également leur importance respective.
 - Facilitez une discussion sur les groupes et institutions locaux qui sont en quelque sorte liés au sous-secteur concerné du projet.
 - Aidez les participants à savoir s'ils ont réellement besoin ou non d'une nouvelle approche du développement d'entreprise.
 - Le diagramme de Venn permet également d'analyser les atouts et les faiblesses des institutions existantes, leurs contributions potentielles et les contraintes qu'elles risquent de faire peser sur le développement des entreprises.

Dans votre bureau

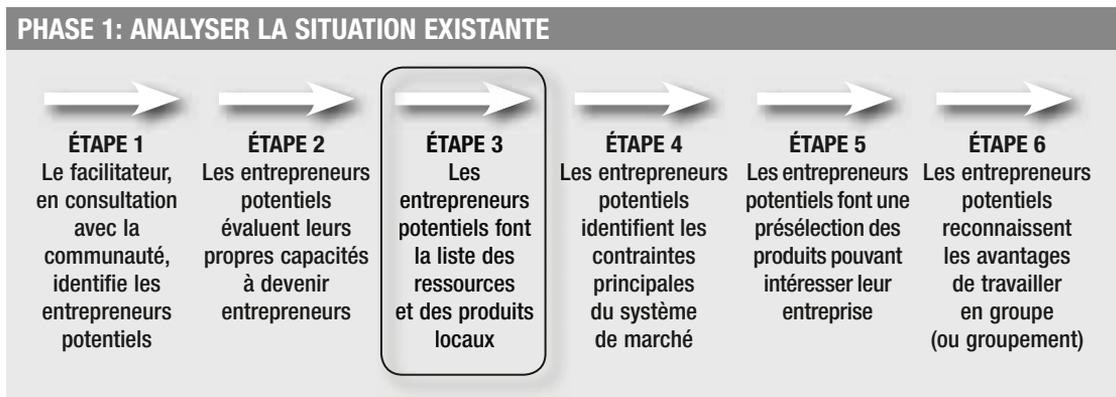
3. Étudiez, complétez et compilez les résultats des exercices effectués durant la session de formation.

Suggestion pour la facilitation



- Assurez-vous que les hommes, les femmes et autres sous-groupes soient adéquatement représentés et qu'ils ont suffisamment d'espace pour contribuer pleinement aux discussions.

ÉTAPE 3: Les entrepreneurs potentiels font la liste des ressources et des produits locaux



L'objectif de l'Étape 3 est d'aider les entrepreneurs potentiels à mettre au point une liste de ressources et de produits existants qui pourraient faire partie des projets de développement d'entreprise. Les entrepreneurs risquent d'entretenir des préjugés opiniâtres au sujet des ressources qu'ils aimeraient commercialiser, et ils ne verront pas l'utilité de dresser la liste de toutes les ressources possibles. Expliquez-leur qu'il est important d'étudier les opportunités de marché pour tous les produits et ressources possibles avant de les éliminer.



Certaines des informations nécessaires à l'Étape 3 peuvent être obtenues à partir de sources secondaires qui pourront vous être fournies par les bureaux locaux techniques, forestiers, agricoles ou chargés du développement. La plus grande partie des informations aura été collectée à travers l'observation et les entretiens directs avec les informateurs, durant l'Étape 2 du processus ADM. À l'Étape 3, il faudra principalement se concentrer sur les informations liées aux produits forestiers. Vous devrez utiliser des outils de base des méthodes d'analyse rapide et de planification participative (MARP) tels que la cartographie des ressources, les graphiques de tendances, les calendriers saisonniers. Les outils de la MARP utilisés dans le processus ADM sont adaptés au point de vue axé sur le marketing, et il n'est généralement pas nécessaire qu'ils soient aussi détaillés que les outils MARP normalement utilisés.



Assurez-vous que les hommes tout comme les femmes aient la possibilité d'exprimer leurs opinions, car souvent leurs connaissances des produits forestiers divergeront.



Organisez votre session de formation sur “Faire la liste des produits et ressources locaux”

	<p>Environ 2 heures:</p> <ul style="list-style-type: none"> la session de formation de l'Étape 3 peut constituer la troisième section du premier atelier de la Phase 1.
<p>Objectifs d'apprentissage</p>	<p>À la fin de la session les participants auront:</p> <ul style="list-style-type: none"> fait la liste des ressources et produits potentiels; effectué une estimation générale des quantités de produits et de ressources actuellement disponibles et vendues.
<p>Documents didactiques pour la session</p>	<ul style="list-style-type: none"> les objectifs du projet sont énumérés sur une feuille du tableau; plusieurs exemplaires de la liste de contrôle des ressources et produits locaux disponibles; plusieurs exemplaires du feuillet à distribuer où sont énumérés les principaux produits forestiers de la région.
<p>Outils de formation</p>	<ul style="list-style-type: none"> Outil 6 – Exemple d'éléments à inclure dans la liste de référence des ressources et produits potentiels; Outil 7 – Liste des ressources et produits existants; Outil 8 – Exemple de carte des ressources.

Facilitation de la session

Dans votre bureau

1. Préparez une liste de référence des ressources et produits qui existent dans la région. L'objectif est de garantir qu'aucune ressource ou qu'aucun produit important ne sera négligé durant la session de formation.

Durant la session de formation

2. Aidez les groupes de réflexion (tels qu'ils sont été identifiés à l'Étape 2) à établir leur propre liste de ressources et de produits existants.
 - Assurez-vous que tous les produits, ressources et services (tels que l'écotourisme) sont inclus dans la liste.
 - Utilisez la liste de référence de produits forestiers potentiels pour être sûr qu'aucun produit ou ressource n'a été négligé. Notez que:
 - Parfois les participants ne connaissent pas l'utilisation potentielle ou la valeur commerciale de certaines ressources, car ils n'ont pas accès aux informations sur le marché.
 - Les ressources qui ne sont pas actuellement utilisées doivent être prises en considération si dans le passé elles ont constitué une source de revenus.
 - Les ressources récoltées dans d'autres régions avec des écosystèmes similaires doivent être incluses dans l'inventaire.

Suite page suivante

3. Demandez au groupe d'estimer la quantité de ressources disponibles et essayez de collecter des informations sur les ventes actuelles.

- Vous pouvez utiliser des outils MARP tels que la cartographie des ressources (Outil 8) ou des graphiques de tendances qui montrent la disponibilité et l'utilisation des ressources et produits traditionnels.
- Débattre des nouveaux produits et technologies potentiels.
- Vérifier avec les participants si le commerce de ces ressources et produits est légal.

À ce stade, vous pourrez parler des barrières et des débouchés commerciaux qui se présentent pour plusieurs produits ou ressources identifiés durant l'enquête initiale, pour que les participants soient pleinement informés et conscients de tous leurs choix.

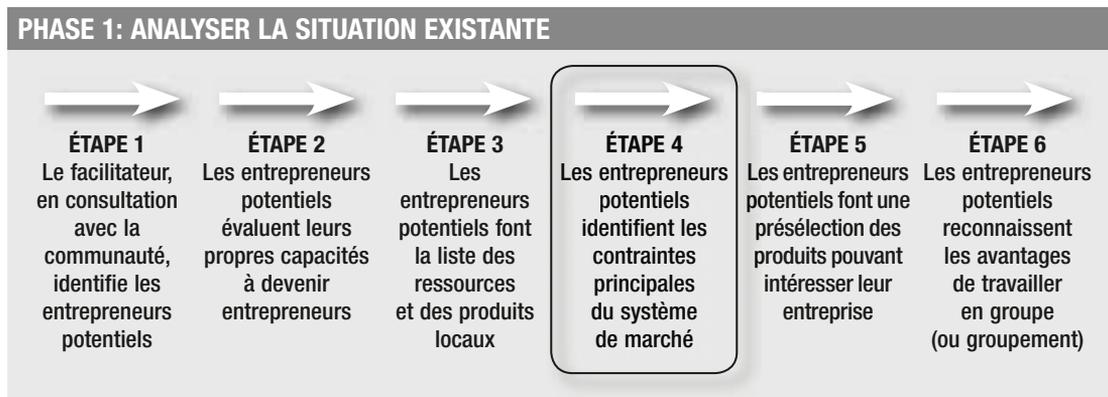
- Demandez aux participants de dessiner une carte des ressources de toutes les espèces qu'ils vendent le plus.
- Dans certains cas, vous devrez faire vérifier la liste compilée par le groupe de réflexion en la soumettant à d'autres informateurs bien documentés. Vous pouvez choisir l'alternative de demander à un expert d'aider le groupe de réflexion à faire la liste des ressources locales.
- Une fois que la liste aura été établie, parlez-en avec les participants. Consultez les exemples de liste dans les Outils 6 et 7.

Suggestions pour la facilitation



- Vous pouvez stimuler la mémoire des participants, en faisant des observations et en les encourageant à évoquer des connaissances oubliées ou qu'ils n'osent pas évoquer.

ÉTAPE 4: Les entrepreneurs potentiels identifient les contraintes principales du système de marché



Les entrepreneurs potentiels qui ont maintenant une idée claire des ressources et des produits qui pourraient être à la base d'une entreprise doivent étudier le système de marché dans leur région (Étape 4) afin de pouvoir choisir les ressources et les produits les plus prometteurs sur le marché (Étape 5).

L'Étape 4 a pour objectif de collecter des informations qui peuvent aider les entrepreneurs à présélectionner les ressources et les produits qui ont le meilleur potentiel en termes de marketing. Il suffit de peu d'informations pour identifier les contraintes les plus importantes, éliminer un produit et économiser ainsi du temps et des ressources financières.

Le système de marché au sein duquel les entrepreneurs potentiels évoluent dépend d'un ensemble de facteurs sociaux, juridiques, environnementaux, techniques et commerciaux étroitement liés. L'analyse systématique de tous ces facteurs peut être effectuée grâce à une méthode de filtrage ou de sélection minutieuse des produits et en les confrontant aux cinq domaines du développement d'entreprise. La méthode de sélection minutieuse, qui se base sur l'expérience de terrain permet d'identifier les produits dont le risque d'échec est le plus élevé.

À ce stade, il sera opportun d'organiser, au niveau du district ou de la province, un atelier rassemblant tous les acteurs s'occupant des produits en question, afin de remédier aux pénuries d'informations sur l'environnement commercial, le contexte économique et les principaux acteurs aux niveaux local, du district, de la province et national. Les dimensions internationales du marketing des produits seront étudiées en Phase 2.

La Phase 1 qui a pour objectif principal de fournir une idée générale du contexte dans lequel les entreprises opéreront ne requiert pas la collecte d'informations abondantes et détaillées. Par contre en Phase 2, les analyses devront être plus détaillées, car c'est durant cette Phase que toutes les informations nécessaires à la préparation d'un Plan de développement d'entreprise devront être collectées.



Organisez votre session de formation sur “Identifier les contraintes principales du système de marché”

	<p>Environ 2.5 heures:</p> <ul style="list-style-type: none"> la session de formation sur l'Étape 4 peut constituer la quatrième partie du premier atelier de la Phase 1. <p>Les autres activités exigeront:</p> <ul style="list-style-type: none"> une demi-journée pour une réunion de parties prenantes; une journée pour que les entrepreneurs potentiels collectent de nouvelles informations locales (facultatif); 1.5 heures pour une courte réunion avec les entrepreneurs potentiels afin qu'ils surmontent les divergences qui existent entre la présélection générale des parties prenantes et la leur.
<p>Objectifs d'apprentissage</p> 	<p>À la fin de la session, les participants:</p> <ul style="list-style-type: none"> comprendront à quel point il est important d'évaluer les produits pour la présélection en utilisant des critères spécifiques; auront évalué les contraintes principales du système de marché dans les cinq domaines du développement d'entreprise.
<p>Documents didactiques pour la session</p> 	<ul style="list-style-type: none"> plusieurs exemplaires du diagramme du filtre; les résultats de l'enquête provinciale effectuée par l'équipe du projet avant le démarrage du processus ADM; une feuille du tableau avec la liste des ressources et des produits; une feuille du tableau et des feuillets à distribuer avec la liste des critères possibles de présélection des ressources.
<p>Outils de formation</p> 	<ul style="list-style-type: none"> Outil 9 – Liste des critères d'élimination potentiels des produits durant la Phase 1, les informations nécessaires à l'évaluation des critères et les sources possibles de ces informations. Outil 10 – Exemples de formulaires d'enregistrement des données collectées auprès des informateurs.

Facilitation de la session

- Une fois que la liste de ressources et de produits existants (Étape 3) aura été établie, demandez aux participants d'examiner le filtre ADM et de montrer comment le filtre de l'Étape 4 peut servir à identifier les ressources ou les produits qui ne conviendront pas au développement d'entreprise, en utilisant les critères des cinq domaines du développement d'entreprise.
- Examiner les contraintes des cinq domaines du développement d'entreprise:
 - Demandez aux participants de considérer la liste établie à l'Étape 3, de choisir un produit d'un domaine qu'ils connaissent bien et de réfléchir aux raisons qui expliqueraient son échec.
 - Demandez-leur de donner les raisons de cet échec en les classant selon les cinq domaines du développement d'entreprise.

Suite page suivante

- Les participants par le biais de cet exercice simple trouveront les contraintes associées au marketing de certains produits.
- Répétez cette même procédure avec un produit qu'ils ne connaissent pas.
- Gardez à l'esprit le fait que cet exercice ne sert pas à trouver des solutions, mais plutôt à identifier les contraintes potentielles.

3. Critères utilisés pour évaluer les produits:

- Sur une feuille du tableau, faites la liste des critères utilisés pour déterminer si les produits sont prometteurs pour le marché (utilisez la liste de contrôle, Outil 9).
- La liste des critères doit être considérée comme indicative, et devra être adaptée aux priorités des entrepreneurs potentiels et aux objectifs du projet. La liste est censée couvrir un vaste éventail de situations potentielles, mais les critères ne correspondront pas tous à chaque situation.
- Partagez avec les participants les informations dont vous disposez sur les marchés nationaux et provinciaux. Vous pourrez par exemple, savoir que la demande du marché pour certains produits est inexistante, ou que leurs prix sont bas, qu'il existe des restrictions réglementaires sur leur récolte ou leur commerce, ou être au fait d'expériences négatives concernant le crédit ou la domestication, autant de critères qui détermineront si un produit doit être éliminé à ce stade.

4. Les cinq domaines du développement d'entreprise:

- Les participants devront être subdivisés en cinq groupes.
- Chaque groupe travaillera sur un domaine spécifique du développement d'entreprise.
- Chaque groupe devra lire les critères spécifiques qui correspondent au domaine du développement d'entreprise dont ils s'occuperont. Puis, sur des feuilles de tableau différentes, ils devront dresser la liste des informations qu'ils possèdent déjà et qui les aideront à évaluer ces critères et à prendre conscience des informations qui leur manquent.
- Les participants devront considérer les questions suivantes:
 - Est-il possible de rassembler les informations qui manquent au niveau du village? Dans le cas contraire, pourquoi est-ce impossible? Existe-t-il un autre endroit où ces informations peuvent être obtenues?
 - À qui peuvent-ils parler dans le village pour collecter les informations dont ils ont besoin? Est-ce que tout le monde dans le village partagerait la même opinion? Dans le cas contraire, pourquoi les opinions divergent-elles? Comment les participants peuvent-ils aplanir ces différences?
 - Utilisez les formulaires de l'Outil 10 pour signaler les informations qui manquent.
 - Au bout de 45 minutes, chaque groupe devrait présenter ses conclusions. Les participants peuvent conclure qu'ils ont besoin de nouvelles informations pour pouvoir décider s'ils peuvent ou non présélectionner un produit.

5. À ce stade, les participants commenceront à prioriser les produits (Étape 5). S'ils pensent qu'ils ont besoin d'autres informations pour guider leurs décisions, expliquez-leur que vous les obtiendrez vous-même et que vous leur transmettez ces informations durant le prochain atelier de la Phase 1.

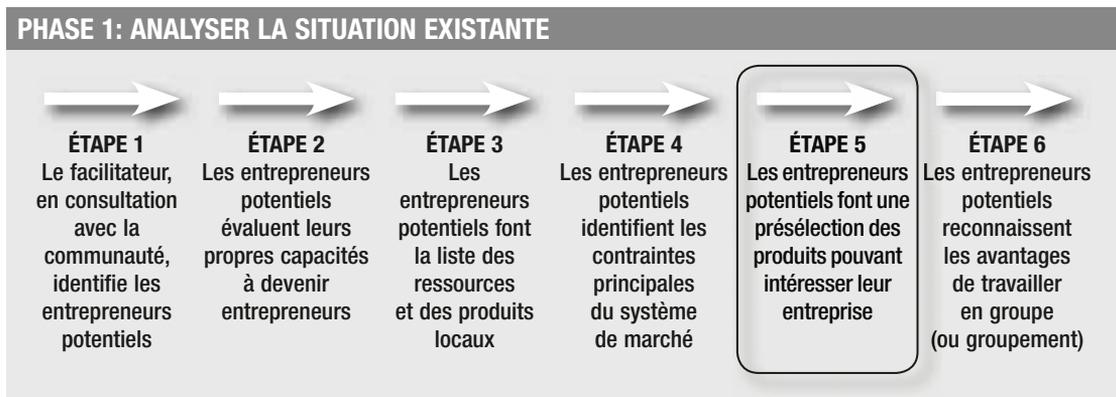
- Il serait souhaitable de tenir une réunion avec les acteurs directs et indirects des sous-secteurs concernés afin d'analyser les atouts et les faiblesses des produits et ressources locales, et pour discuter des opportunités potentielles du marché. Ces informations seront partagées avec les participants au terme de la Phase 1.

Suggestions pour la facilitation



- Les Étapes 1, 2, 3, 4 peuvent être traitées à l'occasion d'un unique atelier de participants.

ÉTAPE 5: Les entrepreneurs potentiels font une présélection des produits pouvant intéresser leur entreprise



Les participants ont désormais une idée claire des ressources et des produits dont ils disposent (Étape 3). Ils reconnaissent les contraintes liées à leurs circonstances et aux produits disponibles (Étape 4). Ils peuvent dorénavant éliminer les produits qui sont de toute évidence trop risqués pour leurs entreprises.

L'objectif de l'Étape 5 consiste à aider les entrepreneurs potentiels à réduire l'éventail de produits envisagés, en éliminant ceux qui ne sont manifestement pas viables. Les produits qui peuvent passer à travers le premier 'filtre' seront examinés ultérieurement en Phase 2.

L'Étape 5 exige du temps pour agréger les données pertinentes, telles que les prix moyens, les volumes produits, les volumes vendus, le niveau des revenus, et autres facteurs dans chaque groupe, village et communauté. En se basant sur le critère d'élimination de l'Étape 4, les participants pourront choisir d'abandonner plusieurs produits non viables. Les entrepreneurs potentiels devraient également pouvoir évaluer la valeur d'un produit, non seulement en termes de valeur commerciale, mais aussi en relation à ses avantages comparatifs par rapport à d'autres sources de revenus, telles que l'agriculture. Il arrive fréquemment que des groupes d'entrepreneurs rejettent les plantes médicinales, car ils les utilisent pour leur propre consommation et qu'ils les trouvent plus difficiles à exploiter que d'autres sources de revenus, comme la pisciculture.

La 'présélection' de produits se base sur la situation au moment de l'atelier. Une ressource qui n'a pas été choisie lors du premier tri pourra être reconsidérée ultérieurement pour une exploitation éventuelle.

L'Étape 5, se concentre sur les contraintes plutôt que sur les opportunités. Cet exercice devrait aider les entrepreneurs potentiels à tirer leurs conclusions sur les produits qui devraient être abandonnés immédiatement et les raisons qui expliquent ces décisions.

Les produits conservés dans la présélection au terme de cet exercice, constitueront la base de la recherche conduite en Phase 2.



Organisez votre session sur “La présélection de produits potentiels”

	<p>Une journée:</p> <p>Le temps à disposition sera utilisé pour agréger:</p> <ul style="list-style-type: none"> • les résultats des précédents ateliers obtenus au niveau du village et lors de la réunion au niveau de la province qui a rassemblé des personnes ressources; • les résultats des enquêtes locales conduites par les entrepreneurs potentiels; • les résultats de l'enquête initiale menée avant le lancement du processus ADM. <p>2 heures pour faciliter l'exercice d'élimination. Cet exercice constituera la première partie du deuxième atelier pour les entrepreneurs potentiels.</p>
<p>Objectifs d'apprentissage</p> 	<p>À la fin de la session, les participants auront:</p> <ul style="list-style-type: none"> • analysé les informations rassemblées en Phase 1, Étapes 2-4; • éliminé les produits non viables et proposé une présélection de produits à reconsidérer en Phase 2.
<p>Documents didactiques pour la session</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • les ressources et les produits sélectionnés à l'Étape 3 sont énumérés sur une feuille du tableau; • les critères de présélection des produits, tels qu'ils sont définis à l'Étape 4, sont énumérés sur une feuille du tableau; <ul style="list-style-type: none"> – les données collectées pour évaluer ces critères: les résultats produits par le précédent atelier au niveau du village et la réunion provinciale avec les personnes ressources; – les résultats des enquêtes locales conduites par les entrepreneurs potentiels; – les résultats de l'enquête initiale menée avant le lancement du processus ADM.
<p>Outils de formation</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Outil 11 – Exemple 1: déterminer quels produits doivent être éliminés; • Outil 12 – Exemple 2: déterminer quels produits doivent être éliminés.

Facilitation de la session

Dans votre bureau ou sur le terrain (selon le contexte)

1. Agrégez les informations collectées à travers la recherche secondaire, les ateliers et les réunions, en utilisant les formulaires fournis à l'Étape 4. Les données peuvent provenir de:

- premier atelier de la première Phase 1 – l'enquête locale conduite par les entrepreneurs potentiels;
- l'enquête initiale faisant partie du projet;
- la réunion provinciale des personnes ressources organisée durant l'Étape 4;

Lorsque les informations seront disponibles pour plusieurs produits dans chaque communauté, vous devrez identifier les liens entre les résultats des différents bordereaux et les présenter dans un format facilement consultable. Par exemple, vous devrez synthétiser plusieurs tableaux en un seul. Vous devrez mettre au point le format qui correspond le mieux à votre projet.

Suite page suivante

Pendant la session de formation

Organisez un atelier avec les entrepreneurs potentiels qui ont été identifiés durant l'exercice de classement selon le niveau de richesse:

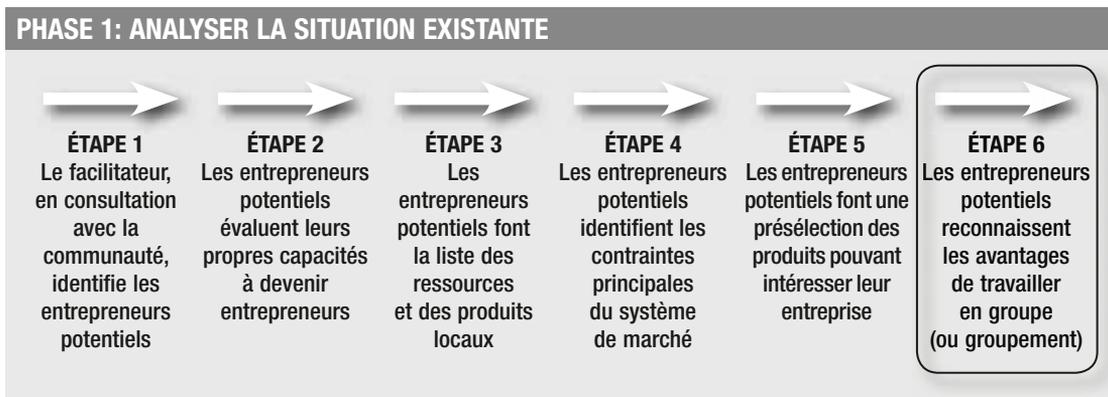
- Affichez au mur la liste des ressources et des produits préparée à l'Étape 3.
- Affichez au mur la liste des critères identifiés à l'Étape 4.
- Facilitez une discussion sur la liste des critères d'élimination des produits non viables, afin de l'affiner. Éliminez les critères non pertinents et ajoutez-en de nouveaux qui sont considérés comme pertinents pour les sous-groupes.
- Confrontez chaque ressource ou produit à la liste des critères d'élimination fournie à l'Étape 4, en utilisant le formulaire d'élimination des produits proposés par les Outils 11 et 12. Si l'évaluation n'est pas évidente, ou si les participants ne peuvent s'accorder, référez-vous aux résultats de l'Étape 4.
- Invitez les participants à rejeter les produits qui ne correspondent pas à leurs priorités locales.
- Les participants devront durant le processus de sélection, débattre entre eux de leurs points de vue.
- Encouragez les participants à reconnaître les produits pour lesquels ils auraient besoin de plus d'informations avant de les éliminer.
- Les produits qui auront été conservés à la suite de cet exercice constitueront la base de la recherche conduite en Phase 2.
- Étudiez les informations qui manquent encore, discutez de leur importance et décidez comment vous vous procurerez ces informations en Phase 2.

Suggestions pour la facilitation

- Les participants de cet atelier devraient inclure les entrepreneurs potentiels provenant des différentes strates du classement selon le niveau de richesse, notamment les membres des sous-groupes, tels que les femmes et les très pauvres.
- Organisez le(s) atelier(s) à une date qui conviendra aux femmes. Contactez les groupes locaux, sociaux afin d'encourager les femmes à se rendre à l'atelier. Pendant l'atelier, assurez-vous que les femmes aient la possibilité d'exprimer leurs opinions.
- Impliquez les entrepreneurs potentiels dans l'agrégation des informations, même si cette activité retarde le processus. Cet exercice permettra aux entrepreneurs potentiels d'apprendre à agréger les informations par eux-mêmes.
- Adaptez vos outils et votre style de facilitation au niveau d'alphabétisation.
- Faites preuve de créativité! La liste de critères est indicative et devra être adaptée aux priorités et aux objectifs du groupe.



ÉTAPE 6: Les entrepreneurs potentiels reconnaissent les avantages de travailler en groupe



L'Étape 6 a pour objectif de faire connaître les avantages de travailler en groupe. Une fois que les entrepreneurs potentiels auront établi la nature de leurs activités commerciales, ils auront besoin d'un l'appui pour mettre sur pied leur entreprise. Étant donné que dans le contexte d'un projet, il n'est pas envisageable d'appuyer individuellement les entrepreneurs, il est crucial que ceux-ci œuvrent au sein d'une structure organisationnelle, quelle soit formelle ou informelle.

En tant que facilitateur, vous devrez démontrer comment la vente, la fourniture de matières premières et la fixation des prix, effectuées en groupe peuvent renforcer la position des entrepreneurs sur le marché et engendrer des entreprises plus performantes. L'Étape 6, marquera le début d'un processus de réflexion sur les différentes possibilités de groupements, qui s'intensifiera en Phases 2 et 3.

Pendant l'atelier, on demandera aux participants de penser au développement de leurs entreprises, soit individuellement, soit en s'organisant en groupes. On leur demandera également d'identifier les options juridiques qui se présentent pour la mise en place de leur entreprise.



Organisez votre session de formation sur “Reconnaître les avantages de travailler en groupe”

	<p>1.5 heures:</p> <ul style="list-style-type: none"> • cet exercice constituera la seconde partie du deuxième atelier tenu durant la Phase 1 avec les entrepreneurs potentiels.
<p>Objectifs d'apprentissage</p>	<p>À la fin de la session les participants:</p> <ul style="list-style-type: none"> • sauront que leur présence sur le marché devra être solide; • auront réfléchi aux différentes possibilités de regroupement et aux options juridiques qui leurs sont associées; • auront compris que l'appui au développement d'entreprise sera accordé à des groupes organisés plutôt qu'à des individus.
<p>Documents didactiques pour la session</p>	<ul style="list-style-type: none"> • une liste de types ou de formes de statuts juridiques possibles pour les petites entreprises, préparée par l'équipe du projet.
<p>Outils de formation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Outil 13 – L'expérience des participants qui ont appartenu à des groupes; • Outil 14 – Exercice: les avantages des entreprises fondées sur des groupes; • Outil 15 – Analyse institutionnelle; • Outil 16 – Étude des résultats de la Phase 1.
<p>Facilitation de la session</p> <p>1. Réfléchissez au développement d'entreprises fondées sur des individus ou des groupes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rapportez-vous à l'Outil 13. • Demandez aux participants de décrire leur expérience professionnelle avec ou dans des groupes organisés. • Demandez aux participants de faire la liste des avantages dont ils tireraient profit s'ils s'organisaient en groupes. • Préparez un tableau qui comparera les avantages du travail en groupe à ceux du travail individuel. • Demandez aux participants de décrire leur façon traditionnelle de former des groupes, et les règles qu'ils fixent pour leur fonctionnement (taille, responsabilité, création et formalisation des groupes, rôles de leurs représentants, etc.). Cet exercice aidera les participants à comprendre les avantages de la collaboration. <p>Note: Si vous vivez dans un pays qui a une tradition de travail en groupe et de solidarité, vous pourrez sauter l'exercice précédent.</p> <p>2. Avantages des entreprises fondées sur des groupes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Subdivisez les participants en petits groupes. • Demandez aux groupes de faire la liste des avantages dont ils bénéficieraient s'ils travaillaient en groupe sur des projets de développement d'entreprise. 	

Suite page suivante

- Demandez à chaque petit groupe de présenter leurs résultats à l'ensemble du groupe.
- Résumez toutes les informations dans un tableau.
- Discutez de tous les différents points et complétez la liste, si nécessaire (voir Outil 14).

3. Réfléchissez aux différents types ou formes de statuts juridiques possibles:

- Organisez une session de brainstorming sur les sujets suivants:
 - l'expérience des participants qui se sont enregistrés ou ont appartenu à un groupe;
 - les différents types ou formes de statuts juridiques qui peuvent être accordés aux entreprises dans le pays.
- Distribuez la liste des différents types ou formes de statuts juridiques pouvant être accordés aux petites entreprises dans le pays, telle qu'elle a été préparée par l'équipe du projet durant les activités préliminaires.

4. Étudiez les résultats de la Phase 1, Outil 16.



À travers ces exercices, les participants pourraient faire ressortir des aspects fondamentaux de leur contexte socioculturel, comme leurs liens sociaux spécifiques et, leurs domaines de cohésion. Cela pourrait les conduire à identifier les formes de groupements appropriées qui pourront servir de fondement aux activités ultérieures du processus ADM.

**Suggestions pour
la facilitation**



- Invitez les représentants des groupements professionnels existants (coopératives ou fédérations de producteurs, etc.) pour leur expliquer les avantages de travailler en groupement;
- Lorsque vous faciliterez les sessions avec les communautés, respectez les principes suivants:
 - ne cachez, ni n'ignorez aucune déclaration, même si elles ne sont pas pertinentes au sujet (d'autre part, ne permettez pas de longues discussions sur ces sujets, reconnaissez-les simplement);
 - entretenez le niveau de présence aux réunions en appliquant des techniques appropriées, en posant des questions, en ayant recours à l'humour et aux plaisanteries, en racontant des histoires, en organisant des jeux de rôles et à travers d'autres outils innovants et attrayants;
 - assurez-vous que les agents d'encadrement du projet et les autorités locales soient informés des problèmes qui surgissent, et facilitez le dialogue pour aborder ces problèmes.

Conclure la Phase 1

Pour conclure la Phase 1 vous devrez:

- revoir les principaux résultats, y compris l'éventail de produits potentiels et le besoin de recherches ultérieures sur les marchés potentiels;
- identifier les entrepreneurs potentiels désireux de poursuivre la formation en Phase 2;
- réunir une équipe d'entrepreneurs représentatifs qui sont prêts à participer aux enquêtes de la Phase 2 au profit de tout le groupe d'entrepreneurs potentiels.

L'équipe de la Phase 2 devrait être composée de représentants des différents sous-groupes et ses membres devront participer activement à la production, au commerce ou à la transformation d'un ou plusieurs produits présélectionnés durant la Phase 1. Les membres de cette équipe serviront de collecteurs d'informations durant la Phase 2.

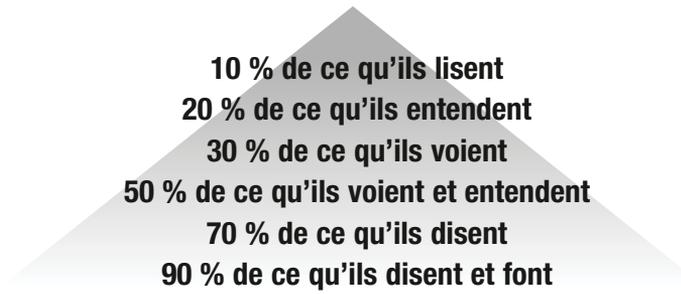


Conclure la Phase 1

- Concluez l'atelier en résumant les principaux résultats (Outil 16 – Revoir les résultats de la Phase 1).
- Demandez aux participants s'ils sont intéressés par une participation à la Phase 2.
- De retour dans votre bureau, revoyez le travail effectué en Phase 1 en remplissant le rapport modèle pour la Phase 1 fourni par le Projet. Cela vous sera utile si vous avez à répéter le processus autre part, et cela vous servira également de base pour planifier la Phase 2.

Outils utiles pour faciliter la session de formation¹

LES ÉLÈVES SE SOUVIENNENT DE:



10 % de ce qu'ils lisent
20 % de ce qu'ils entendent
30 % de ce qu'ils voient
50 % de ce qu'ils voient et entendent
70 % de ce qu'ils disent
90 % de ce qu'ils disent et font

¹ Les outils doivent toujours être adaptés au contexte local et aux besoins du projet.



Outil 1 – Les objectifs du projet et les critères qui lui sont liés

OBJECTIFS DU PROJET

CRITÈRES QUI SERVENT À IDENTIFIER LE GROUPE D'ENTREPRENEURS POTENTIELS



Outil 2 – Liste de contrôle des compétences et des attitudes d'un bon entrepreneur

Un bon entrepreneur:

- prend des initiatives et ose prendre des risques;
- saisit les opportunités;
- tire des leçons de ses précédentes expériences;
- recherche des informations;
- se préoccupe de la qualité du travail;
- respecte les contrats de travail;
- est efficace;
- est tenace;
- est un planificateur systématique;
- résout les problèmes;
- est sûr de lui;
- est convainquant;
- sait exercer une influence.

En règle générale, les entrepreneurs qui réussissent ont une forte propension à la réalisation de leurs objectifs, à la résolution des problèmes, à l'influence et à la gestion.

Adapté de Thomas Fricke, 1993.



Outil 3 – Liste de contrôle des conditions que les groupes existants doivent remplir pour être considérés comme des entrepreneurs potentiels

Au cas où l'on vous demanderait d'aider des GUF existants à se lancer dans le développement d'entreprise, vous devez d'abord vérifier si ces groupes remplissent les conditions suivantes:

1. Tous les membres du groupe ont envie d'augmenter leurs revenus pour compléter ceux qu'ils tirent de leurs activités de conservation des forêts.
2. Tous les membres acceptent d'ajouter un élément 'génération de revenus' comme objectif de leurs activités de groupe et acceptent que leur groupe actuel agisse également en tant que groupe entrepreneurial.
3. Ce groupe est juridiquement autorisé à tirer des bénéfices des ressources naturelles.
4. Le groupe est composé de suffisamment de personnes ayant les compétences et les attitudes entrepreneuriales adéquates.
5. Le groupe est structuré et organisé pour gérer de façon efficace les opérations d'une entreprise et les bénéfices obtenus des ventes.
6. Le groupe est disposé à, et capable de modifier sa constitution pour intégrer le développement d'entreprise et des activités rémunératrices à ses activités de conservation des forêts.

Si le projet n'exige pas que le groupe agisse en tant qu'entreprise, mais permet à quelques membres du groupe de développer des activités rémunératrices, les conditions suivantes qui devront être remplies:

1. Un ou plusieurs individus ou sous-groupes du GUF qui se sont formés autour de l'objectif de conservation des forêts désirent augmenter leurs revenus ainsi que les revenus du GUF.
2. Les individus ou les sous-groupes que la création d'une entreprise intéresse, ont les compétences et les attitudes entrepreneuriales requises.
3. Ces individus ou sous-groupes peuvent bénéficier d'un statut juridique approprié, leur permettant de faire des bénéfices, tout en appartenant aux GUF.
4. Le GUF accepte que les individus ou les sous-groupes utilisent les ressources de la zone du GUF, à condition qu'ils partagent une partie de leurs bénéfices avec le GUF (conformément aux conditions convenues entre le GUF et les individus et sous-groupes concernés).

Des conditions similaires s'appliqueront à d'autres types de groupes existants.



Outil 4 – Modèle et exemple de classification des entrepreneurs potentiels selon leur niveau de richesse

Classification des groupes selon leur niveau de richesse	Critères de classification
Très riche	
Riche	
Moyen	
Pauvre	

Exemple: critères utilisés pour classer les ménages dans les groupes de richesse

Classification des groupes selon leur niveau de richesse	Critères de classification
Très riche	<ul style="list-style-type: none"> • A suffisamment de nourriture tout au long de l'année, accumule de l'épargne et des surplus.
Riche	<ul style="list-style-type: none"> • Possède un téléviseur, une radio, des buffles et une bicyclette • Possède suffisamment de terre à cultiver
Moyen	<ul style="list-style-type: none"> • Souffre de pénurie de nourriture de un à trois mois par an • Ne possède qu'un ou deux buffles • Possède suffisamment de terre à cultiver
Pauvre	<ul style="list-style-type: none"> • Souffre de pénurie de nourriture pendant plus de trois mois par an • Connaît des pénuries d'électricité • N'a pas suffisamment de terre à cultiver



Outil 5 – Résultats agrégés du classement par niveau de richesse des ménages (M) issus du groupe d'entrepreneurs potentiels

District:..... Village:.....

Classement	Village 1		Village 2		Village 3		Village 4		Total	
	Nombre de M	%*	Nombre de M	%						
Très riche										
Riche										
Moyen										
Pauvre										
Total										

* Pourcentage du groupe total d'entrepreneurs potentiels.



Outil 6 – Exemples d'éléments à inclure dans la liste de référence sur les ressources et les produits potentiels

- **Fibres et soies**

Exemples: bambou pour le mobilier, artisanat et cure-dents; rotin pour le mobilier et l'artisanat

- **Produits comestibles**

Exemples: fruits, noix, champignons, feuilles pour les thés, épices, produits animaux (comme les chauves-souris et les serpents)

- **Extraits et exsudats**

Résine et gommés

Exemples: oléorésine de pin pour l'industrie chimique; Damar (*Dipterocarpus* spp); benjoin (*Styrax tonkinensis*) pour les parfums

Tanins et colorants

Exemples: Plantes de la forêt telles que le majhito (*Rubia cordifolia*) et le chutro (*Berberis aristata*), utilisés pour les pigments naturels lors de la teinture des tissus

- **Huiles industrielles**

Exemples: huile de tung (*Aleurites montana*) pour le vernis

Huiles essentielles

Exemples: huile de vétiver (*Vetiveria zizanioides*) et huile d'eucalyptus pour les parfums et l'industrie; huile de cannelle et anis étoilé (*Illicium verum*) pour l'industrie alimentaire et les boissons

Insecticides

Exemples: sassafras (*Cinnamomum parthenoxylon*); margousier (*Azadirachta indica*)

- **Plantes médicinales**

Plantes médicinales à usage familial et commercial

- **Plantes ornementales**

Exemples: orchidées, lianes

- **Produits animaux**

Exemples: miel; cornes; os; plumes à utiliser médicalement; laque (laccifer lacca) qui s'ajoute aux peintures, vernis, colorants et pour l'isolation électrique; vers à soie.



Outil 8 – Exemple de carte des ressources

La création d'une carte des ressources peut être effectuée avec le facilitateur pour connaître l'inventaire des ressources naturelles dont on peut disposer pour le développement d'entreprise et pour évaluer les connaissances des populations locales sur les ressources qui les entourent.



Cartographie des ressources forestières. Éthiopie



Outil 9 – Liste des critères potentiels d'élimination des produits durant la Phase 1, des informations nécessaires à l'évaluation de ces critères et sources possibles d'informations

Veillez noter que la liste de critères doit être adaptée au contexte du projet, en fonction des besoins.

CRITÈRE D'ÉLIMINATION	INFORMATIONS NÉCESSAIRES À L'ÉVALUATION DE CES CRITÈRES	SOURCES POSSIBLES D'INFORMATIONS
DANS LE DOMAINE DU MARCHÉ		
<p>Offre/quantité du produit Le produit ne peut être récolté en quantités suffisantes ou n'est disponible qu'en petites quantités.</p>	<p>Pour chaque produit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quantité extraite et niveau d'extraction possible; • Calendriers de production et de vente; • Tendances des extractions. 	<p>Les cueilleurs locaux et les commerçants villageois fournissent ces informations qui peuvent également être collectées durant l'atelier initial à travers une cartographie participative des ressources.</p>
<p>Demande du marché La demande pour le produit est réduite, ou bien le processus d'amélioration du produit pour qu'il réponde aux standards de la demande est compliqué, coûteux et long.</p>	<p>Pour chaque produit:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quantités et valeurs échangées par les producteurs et les commerçants locaux; • Les types ou les formulations spécifiques des produits échangés par les acteurs directs dans la chaîne de commercialisation/filière, aux niveaux local, du district, provincial et national (et international s'il existe); • Tendance de la demande. 	<p>Ces informations ne peuvent provenir que des commerçants villageois ou d'autres acteurs directs aux niveaux provincial et national. Elles peuvent être rassemblées à l'occasion de l'atelier initial en ayant recours à une enquête locale, ou à travers une enquête ou une réunion des acteurs directs et indirects au niveau provincial.</p>
<p>Qualité du produit Les exigences de qualité du produit ne peuvent être respectées en raison du manque de compétences, ou d'une absence d'opportunités de formation, d'une instruction insuffisante, ou d'un manque d'accès aux matériaux d'emballage, etc. Les améliorations ou les mesures permettant d'améliorer la qualité du produit prennent du temps et sont coûteuses.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les standards de forme et de qualité des produits échangés actuellement au niveau local; • La forme et la qualité des produits demandés par les acteurs à d'autres niveaux de la chaîne de commercialisation / filière. 	<p>Les informations sur la forme et la qualité actuelles des produits peuvent être collectées durant l'atelier initial, tandis que les informations sur la forme et la qualité désirables pourront être obtenues auprès des commerçants du district, provinciaux, nationaux et internationaux.</p>

Suite page suivante

CRITÈRE D'ÉLIMINATION	INFORMATIONS NÉCESSAIRES À L'ÉVALUATION DE CES CRITÈRES	SOURCES POSSIBLES D'INFORMATIONS
DANS LE DOMAINE DU MARCHÉ		
<p>Les coûts de production Les coûts de production du produit sont plus élevés que ceux des mêmes produits fabriqués autre part. Les coûts ne peuvent être réduits suffisamment sans exercer des effets négatifs sur la quantité et la qualité des produits.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les prix et les coûts de production pratiqués actuellement par les producteurs, les fabricants et les commerçants locaux; • Les prix et les coûts de production pratiqués par les producteurs, fabricants et commerçants autre part. 	Les informations sur les prix actuels et les coûts de production peuvent être collectées durant l'atelier initial en aidant les entrepreneurs potentiels à évaluer les coûts d'option et de main-d'œuvre pour les produits, et par commerçants.
<p>Accès au capital Les groupes d'épargne et de crédit locaux n'existent pas ou ne fonctionnent pas, et/ou le producteur, fabricant, transporteur ou commerçant ne peut obtenir un prêt pour démarrer ou gérer une entreprise.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les expériences actuelles des entrepreneurs potentiels en termes de mobilisation de capitaux, informellement ou avec des institutions financières ornelles; • Liste des possibilités locales, au niveau du district/de la province, et du pays auxquelles les entrepreneurs locaux peuvent recourir pour avoir accès au capital. 	Les informations sur les expériences actuelles en termes d'accès au capital formel ou informel peuvent être collectées durant l'atelier initial, tandis que les informations sur la disponibilité du capital formel seront obtenues au niveau du district ou national ou par le biais de l'enquête initiale menée par le projet.
DANS LE DOMAINE DE LA GESTION DES RESSOURCES		
<p>Distribution spatiale et densité Le produit est rare en raison de facteurs tels que le cycle biologique de la plante sur lequel il est basé, la surexploitation et les changements de l'écosystème.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Carte des ressources; • Mode d'extraction; • Tendances et raisons expliquant les changements. 	Ceux qui cueillent les ressources (les cueilleurs) sont les mieux placés pour fournir ce genre d'informations qui peuvent être collectées durant l'atelier initial. Veillez à poser des questions qui concernent non seulement l'offre du produit, mais également la main-d'œuvre nécessaire à la cueillette du produit.
<p>Impact des récoltes sur la survie des espèces La valeur économique d'un produit peut augmenter à la suite du marketing et cela peut aboutir à une surexploitation. Les impacts écologiques des récoltes n'ont pas été évalués et ces évaluations sont trop coûteuses ou trop longues.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les techniques d'exploitation actuelles et leur impact sur le stock de l'espèce; • Techniques alternatives pour réduire les impacts négatifs sur la survie de l'espèce. 	Ces informations peuvent être recueillies auprès des cueilleurs locaux durant l'atelier initial ainsi qu'auprès de personnes ressources durant une enquête ou une réunion au niveau provincial.

Suite page suivante

CRITÈRE D'ÉLIMINATION	INFORMATIONS NÉCESSAIRES À L'ÉVALUATION DE CES CRITÈRES	SOURCES POSSIBLES D'INFORMATIONS
DANS LE DOMAINE DE LA GESTION DES RESSOURCES		
<p>Possibilités de domestication La ressource n'est ou ne peut pas être domestiquée, ou bien la domestication prend du temps, est coûteuse et compliquée.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Expérience locale en matière de domestication de la ressource; • Expérience en matière de domestication de la ressource autre part, et ses résultats, conditions et coûts. 	<p>Ces informations peuvent être recueillies auprès de cueilleurs locaux durant l'atelier initial et auprès des personnes ressources durant l'enquête ou la réunion organisée au niveau de la province. Ce critère ne peut pas être la cause d'une élimination, à moins qu'il soit associé aux deux critères ci-dessus. Si la densité d'un produit est faible et qu'il ne peut être récolté sans avoir un impact négatif, il devra être éliminé, sauf s'il peut être domestiqué.</p>
<p>Potentiel régénératif Le potentiel régénératif d'un produit est très faible ou sa capacité régénérative est incertaine.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cycle de vie de la ressource naturelle; • Existence de recherches ou d'expériences relatives au raccourcissement du cycle de vie ou à la manière d'obtenir des produits plus rapidement. Résultats et coûts de cette recherche. 	<p>Ces informations peuvent être recueillies auprès des cueilleurs locaux durant l'atelier initial et auprès des personnes ressources durant l'enquête ou la réunion au niveau provincial.</p>
CRITÈRE D'ÉLIMINATION	INFORMATIONS NÉCESSAIRES À L'ÉVALUATION DE CES CRITÈRES	SOURCES POSSIBLES D'INFORMATIONS
DANS LE DOMAINE SOCIAL/CULTUREL		
<p>Volonté de participer L'intérêt à l'égard du marketing de ce produit est limité. Les entrepreneurs potentiels doivent faire preuve d'initiative et avoir la volonté d'agir en tant qu'acteurs économiques responsables, et non simplement comme des bénéficiaires.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les entrepreneurs potentiels doivent-ils trouver des activités économiques alternatives pour augmenter leur revenu? • Les entrepreneurs potentiels sont-ils impliqués dans des activités commerciales et sont-ils prêts à devenir des acteurs dans la chaîne de commercialisation/filière? 	<p>Ces informations auront été vérifiées à l'Étape 1 de la Phase 1, mais devront être contrôlées de manière plus approfondie durant l'atelier initial de ce stade.</p>

Suite page suivante

CRITÈRE D'ÉLIMINATION	INFORMATIONS NÉCESSAIRES À L'ÉVALUATION DE CES CRITÈRES	SOURCES POSSIBLES D'INFORMATIONS
DANS LE DOMAINE SOCIAL/CULTUREL		
<p>Restrictions sociales/culturelles Les croyances religieuses et culturelles risquent d'empêcher la communauté d'exploiter certains produits ou d'interdire aux femmes de travailler avec ces produits.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pourquoi certains produits sont-ils échangés autre part, mais pas localement? • Les croyances qui peuvent influencer l'exploitation de certains produits. 	<p>Ces informations peuvent être recueillies auprès des entrepreneurs potentiels locaux durant l'atelier initial.</p>
DANS LE DOMAINE JURIDIQUE/INSTITUTIONNEL		
<p>Contraintes d'ordre réglementaire Il existe des restrictions juridiques sur la collecte, le traitement, le transport et le commerce d'un produit.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Liste des règles et réglementations s'appliquant à la collecte, à la transformation, au transport et au commerce d'un produit; • Mesures de mise en application de ces règles et réglementations; • Le niveau des connaissances et/ou de compréhension des lois existantes et des réglementations chez les entrepreneurs potentiels. 	<p>Ces informations peuvent être recueillies auprès des entrepreneurs potentiels durant l'atelier initial, à travers une enquête locale menée par les membres du GC, ou grâce à une enquête ou à une réunion des acteurs directs et indirects au niveau de la province, ou bien en consultant la littérature des bureaux gouvernementaux (Forêts, ministère de l'Industrie, etc.). Ces informations devront être contrôlées avec une ONG nationale ou avec des experts qui ont une bonne connaissance de l'environnement politique du pays.</p>
DANS LE DOMAINE DE LA TECHNOLOGIE		
<p>Ressources/expertise humaines Le niveau des connaissances et d'expertise nécessaire à l'extraction, à la transformation, au marketing et au développement d'un produit est faible. Améliorer les niveaux de connaissance et d'expertise prend du temps et coûte cher.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ressources humaines actuellement disponibles; compétences; possibilités de formation pour les hommes et les femmes; assistance fournie actuellement par les agences et les institutions; techniques disponibles, équipement et outils; documents de formation; • Types de processus de transformation utilisés et liste d'unités de transformation 	<p>Les informations sur le nombre actuel des individus possédant de l'expérience peuvent être recueillies durant l'atelier initial tandis que les informations sur les individus ayant une expérience spécifique dans la production peuvent être obtenues à travers une courte enquête locale effectuée par les membres du GC, ou à travers une enquête ou une réunion d'acteurs directs et indirects au niveau de la province.</p>

Suite page suivante

CRITÈRE D'ÉLIMINATION	INFORMATIONS NÉCESSAIRES À L'ÉVALUATION DE CES CRITÈRES	SOURCES POSSIBLES D'INFORMATIONS
DANS LE DOMAINE DE LA TECHNOLOGIE		
<p>Infrastructure et communication L'infrastructure physique (routes, rivières, etc.) est inappropriée au transport des biens, ce qui restreint considérablement le potentiel de marketing du produit.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • État actuel des infrastructures; • Praticabilité saisonnière du transport des biens au cours de l'année; • Moyens de transport et coûts; • Infrastructures de télécommunications et de l'Internet et niveau d'expérience en termes de leur utilisation. 	<p>Ces informations peuvent être obtenues auprès des entrepreneurs potentiels durant l'atelier initial.</p>

Quelques principes à suivre durant la collecte d'informations:

- Utilisez le tableau durant l'atelier afin de rassembler des informations générales sur les ressources et les produits disponibles et pour connaître les principales contraintes. À ce stade, il n'est pas nécessaire de recueillir des informations sur les mêmes produits, auprès de nombreux informateurs.
- Souvenez-vous que ces critères sont présentés à titre indicatif et que c'est à vous de juger s'ils sont pertinents ou non à votre cas.
- Tenez compte des questions sociales tout au long du processus ADM. Pendant cette Phase, il est absolument nécessaire d'évaluer l'acceptabilité des entreprises potentielles et d'évaluer leur impact potentiel sur la communauté. Lorsque vous adapterez le tableau ci-dessus à votre propre cas, essayez de connaître les rôles relatifs de chaque sous-groupe (tels que les femmes, les enfants et les plus pauvres), ainsi que le rôle de produits particuliers au sein de chaque groupe.



Outil 10 – Exemples de formulaires pour l'enregistrement de données collectées auprès des informateurs

Exemple de formulaire 1: Données sur la production/commerce

Produits	Durée des voyages entre le lieu d'habitation et le site de production ou de récolte	Quantité produite par jour	Saison de production (faire la liste des mois de l'année)	Durée du stockage entre la production et la vente	Activités de production (% hommes/femmes/enfants)	Lieu de stockage	Méthode traditionnelle de gestion (plantation, rotation, etc.)	Méthode de Protection (contre le vol, les animaux, etc.)

Exemple de formulaire 2: Coûts de production

Produits	Principaux marchés	Temps nécessaire pour atteindre les marchés	Activités de production (% hommes/femmes/enfants)	Moyens de transport	Coûts du transport des biens aux marchés	Nombre de voyages vers les marchés pour vendre les produits	Montants des taxes/frais juridiques payés	Problèmes rencontrés Autres coûts

Exemple de formulaire 3: Les entrepreneurs potentiels et l'obtention de crédit

Source de crédit	Montant	Bénéficiaires (% hommes/femmes)	Groupe de parrainage	Objectif	Termes du crédit	Taux d'intérêt	Remboursement	Autres besoins en termes de crédit



Outil 11 – Exemple 1: déterminer quels produits doivent être éliminés

District:..... Village:.....

Produits/ ressources	Critères d'élimination (x), ou cas où d'autres informations sont nécessaires					Élimination
	Marché/ Économie	Ressource/ Environnement	Social/ Culturel	Juridique/ Institutionnel	Technologie	
 <i>Miel sauvage</i>	x Loin du village	x Diminution rapide	x Pas faisable par les femmes			
 <i>Rotin</i>	x Loin du village	x Appauvrissement de la ressource				
 <i>Gibier sauvage</i>	Forte demande	x Appauvrissement de la ressource		x Interdit/produit dont l'utilisation est illégale		
 <i>Feuilles de palmier</i>	Plus d'informations nécessaires				Plus d'informations nécessaires	
<i>Etc.</i>						



Outil 12 – Exemple 2: déterminer quels produits doivent être éliminés

Ressource/produits	Élimination	Critères d'élimination, ou domaines qui nécessitent plus d'informations				
		Marché/Finance	Gestion des ressources	Social/Cultural	Juridique Institutionnel	Technologie
Miel sauvage						
Fougère arborescente					Plus d'informations nécessaires	
Faune sauvage	X		Interdit			
Bois de feu						
Charbon	X				Restriction juridique	
Outils agricoles en bois		Plus d'informations nécessaires				
Corde en écorce d'arbre	X	Faible valeur				
Poivre long						
Graine d'arbres		Plus d'informations nécessaires				Plus d'informations nécessaires
Lianes (2 types)						
Cardamome forestière						
Café forestier						
Bois	X	Risque d'appauvrissement			Restriction juridique	
Feuilles de palmer						
Nattes en feuilles de palmier		Plus d'informations nécessaires				
Ferment pour la fabrication de la bière						
Ruches d'abeilles	X			Ne profitent qu'à un nombre limité de personnes		
Meule en pierre	X			Ne profitent qu'à un nombre limité de personnes		
Champignons		Plus d'informations nécessaires				
Poisson						

• "X" signifie que le produit a été éliminé.

• "Plus d'informations nécessaires" signifie qu'il faudra obtenir d'autres informations pour déterminer s'il est nécessaire d'éliminer le produit.



Outil 13 – L'expérience des participants qui ont appartenu à des groupes

Village:.....

Activités pour lesquelles vous avez organisé des groupes dans le passé	Répercussions de l'appartenance à des groupes		Effets pour ceux qui travaillent individuellement		Décrivez comment les groupes ont été formés	Décrivez les règles qui régissent les activités de groupe
	Atouts	Faiblesses	Atouts	Faiblesses		



Outil 14 – Exercice: les avantages associés aux entreprises fondées sur des groupes

Subdivisez les participants en groupes et demandez-leur de dresser la liste des avantages possibles liés au travail en groupe.

Vous pourriez recevoir les réponses suivantes:

- Les groupes sont plus efficaces pour la formation et le partage des informations.
- Les groupes ont plus de poids lors des négociations et peuvent trouver de meilleurs marchés.
- Les groupes peuvent fixer des prix communs.
- Le travail en groupe permet d'économiser du temps et les tâches sont distribuées entre les membres.
- Les groupes peuvent négocier des coûts inférieurs avec leurs fournisseurs et réduire les coûts de production (par ex. transport, manutention, etc.).
- Les groupes peuvent produire une plus grande quantité de biens en collaborant.
- Les groupes peuvent obtenir de meilleurs prix (achat et vente).

Un individu peut appartenir à plusieurs groupes d'entreprises, à condition qu'il ou elle ait suffisamment de temps à disposition ou qu'il soit disposé à la faire.

- La participation à un groupe peut être la condition qui permet d'obtenir et de gérer des sources spécifiques de financement.



Outil 15 – Analyse institutionnelle

Objectif:

L'objectif de cet outil consiste à aider les entrepreneurs à étudier et analyser l'environnement institutionnel, dans et hors du village. Il est important de comprendre les différents rôles joués par les institutions dans le village et les alliances qui s'établissent entre elles, pour assurer le bon fonctionnement du projet.

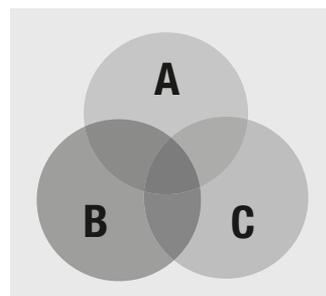
En utilisant le diagramme de Venn, les entrepreneurs potentiels pourront visualiser leurs relations avec les différentes institutions et les relations qui s'établissent entre les institutions.

L'analyse institutionnelle permettra aux participants de:

- avoir une perception plus claire de l'importance relative et de l'influence des institutions locales;
- comprendre qu'ils ne doivent pas créer une nouvelle organisation s'il en existe déjà une;
- considérer les atouts et les faiblesses des institutions locales et leurs contributions (ou contraintes) possibles au développement des entreprises).

Dessiner un diagramme de Venn:

1. Regroupez les participants selon leur intérêt pour des produits similaires ou selon les groupes qui existent déjà.
2. Demandez à chaque groupe de dessiner sur du papier (ou par terre) des cercles qui représenteront chacun d'eux, un groupe local, une organisation et une institution avec qui ils sont en contact:
 - Les tailles des cercles dépendront de l'importance des groupes, organisations ou institutions.
 - Certains cercles qui se chevauchent indiquent qu'il existe des relations formelles (par exemple des contrats) entre certains groupes locaux.
 - Les plus petits cercles peuvent être insérés dans un plus grand cercle si, par exemple, un groupe informel d'entrepreneurs fait partie d'une organisation qui chapeaute d'autres entrepreneurs.
3. Demandez à chaque groupe de présenter leur diagramme à tous les participants et d'expliquer les relations entre les cercles.
4. Facilitez une discussion entre les groupes et analysez quelles relations institutionnelles devraient être développées pour appuyer le développement d'entreprise.





Outil 16 – Revoir les résultats de la Phase 1

Résultats de la Phase 1	Zone d'intervention.....	Zone d'intervention.....	Zone d'intervention.....
Produits présélectionnés			
Principaux domaines dans lesquels il faudra poursuivre les recherches en Phase 2			
Entrepreneurs potentiels qui veulent poursuivre leur formation en Phase 2			

POUR TOUT COMPLÉMENT D'INFORMATION, VEUILLEZ CONTACTER:

Sophie Grouwels

Forestière (développement de petites entreprises)

Division des politiques, économie et produits forestières (FOE)

Département des forêts

Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO)

Viale delle Terme di Caracalla, 00153 Rome, Italie

Tél.: +39 06 5705-5299 • Fax: +39 06 5705-5514

Sophie.Grouwels@fao.org

Site web d'entreprises forestières communautaires:

<http://www.fao.org/forestry/enterprises/fr/>