

**REPUBLIQUE DU SENEGAL
MINISTERE DE LA FORMATION
PROFESSIONNELLE, DE L'APPRENTISSAGE
ET L'ARTISANAT
DIRECTION DE L'ARTISANAT**

**PROJET POUR
LA PROMOTION DE L'ARTISANAT
A TRAVERS LE PROGRAMME ONE
VILLAGE ONE PRODUCT /
UN VILLAGE UN PRODUIT (OVOP)**

**RAPPORT DE FIN DE PROJET
RAPPORT DE SYNTHÈSE**

MAI 2014

Agence Japonaise de Coopération Internationale (JICA)

Nippon Koei Co., Ltd.

KRI International Corp.

SN
JR
14 - 010

**REPUBLIQUE DU SENEGAL
MINISTERE DE LA FORMATION
PROFESSIONNELLE, DE L'APPRENTISSAGE
ET L'ARTISANAT
DIRECTION DE L'ARTISANAT**

**PROJET POUR
LA PROMOTION DE L'ARTISANAT
A TRAVERS LE PROGRAMME ONE
VILLAGE ONE PRODUCT /
UN VILLAGE UN PRODUIT (OVOP)**

**RAPPORT DE FIN DE PROJET
RAPPORT DE SYNTHÈSE**

MAI 2014

Agence Japonaise de Coopération Internationale (JICA)

Nippon Koei Co., Ltd.

KRI International Corp.



PLAN DE LOCALISATION

ABREVIATIONS

ANCAR	–	Agence Nationale de Conseil Agricole et Rural
ARD	–	Agence Régionale de Développement
ASEPEX	–	Agence Sénégalaise de Promotion des Exportations
C.C.C.	–	Comité Conjoint de Coordination
CIDA	–	Canadian International Development Agency (Agence canadienne de développement international)
CLP	–	Cadre Logique du Projet
CRCR	–	Cadre Régional de Concertation des Ruraux
CRETEF	–	Centre Régional d'Enseignement Technique Féminin
DPES	–	Document de Politique Economique et Sociale
DRDR	–	Division Régionale du Développement Rural
DSRP	–	Document de Stratégie de Réduction de la Pauvreté
FCFA	–	Franc CFA
FFOM	–	Forces Faiblesses, Opportunités, Menaces
FIDAK	–	Foire Internationale de Dakar
FOREF	–	Foire Régionale de Fatick
FOREKA	–	Foire Régionale de Kaolack
FRA	–	Autorisation de Fabrication et de Mise en vente
GIE	–	Groupement d'Intérêt Économique
GIZ	–	Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (Société allemande pour la coopération international)
ISRA	–	Institut Sénégalais de Recherche Agricole
ITA	–	Institut de Technologie Alimentaire
JICA	–	Japan International Cooperation Agency (Agence Japonaise de Coopération Internationale)
MECAF	–	Mutuelle d'Epargne et de Crédit des Artisans de Fatick
ONG	–	Organisation non-gouvernementale
OMC	–	Organisation Mondiale du Commerce
OVOP	–	One Village One Product (Un Village Un Produit)
PAFA	–	Programme d'Appui aux Filières Agricoles
PO	–	Plan d'Opération
PROMER	–	Projet de Promotion de l'Entreprenariat Rural
TICAD	–	Tokyo International Conference on African Development (Conférence Internationale de Tokyo sur le Développement de l'Afrique)
UNCM	–	Union Nationale des Chambres de Métiers

République du Sénégal

Projet pour la Promotion de l'Artisanat à travers le Programme One Village One Product / Un Village Un Produit (OVOP)

Rapport de Fin de Projet (Rapport de Synthèse)

Table des Matieres

Plan de localisation

Abréviations

	Page
CHAPITRE 1 INTRODUCTION.....	1
1.1 Contexte du Projet.....	1
1.2 Grandes lignes du Projet	2
1.3 Trois principes du mouvement OVOP	2
CHAPITRE 2 MISE EN OEUVRE DU PROJET ET CALENDRIER DES ACTIVITES	4
2.1 Cadre institutionnel du Programme OVOP	4
2.2 Structure d'exécution de l'équipe du Projet de la JICA et le Secrétariat OVOP	4
2.3 Programme global de travail	5
CHAPITRE 3 ACTIVITES EXECUTEES	7
3.1 Grandes lignes du Programme	7
3.2 Sélection des produits OVOP (Découverte et Identification)	8
3.3 Renforcement de capacités des groupements de producteurs OVOP.....	17
3.4 Appuis dans le cadre de la commercialisation	21
3.5 Activités de relations publiques du Programme OVOP	26
3.6 Manuel de Procédures OVOP	30
CHAPITRE 4 DISPOSITIONS POUR LE FUTUR.....	31
4.1 Séminaire National OVOP	31
4.2 Etude sur les filières locales.....	31
4.3 Séminaire de diffusion du Programme OVOP	32
CHAPITRE 5 RECOMMANDATIONS.....	34

Tableaux

Tableau 1 Membres de l'équipe du Projet de la JICA	5
Tableau 2 Homologues sénégalais	5
Tableau 3 Résumé des Séminaires de promotion OVOP 2012 du 2ème cycle.....	9
Tableau 4 Récapitulatif de la 1ère sélection.....	10
Tableau 5 Récapitulatif de la 2ème sélection.....	11
Tableau 6 Récapitulatif de la 3ème sélection.....	12
Tableau 7 Liste des résultats de la sélection du 1er cycle	13
Tableau 8 Liste des résultats de la sélection du 2ème cycle	15
Tableau 9 Plan de l'atelier sur le plan d'affaires.....	17
Tableau 10 Récapitulatif de l'atelier en plan d'actions.....	18
Tableau 11 Appui technique fourni aux producteurs « Excellent OVOP »	25
Tableau 12 Utilisation du logo OVOP	26
Tableau 13 Plan du site web OVOP.....	29
Tableau 14 Commentaires de la Direction de l'artisanat sur l'étude sur les filières locales	32

Figures

Figure 1 Cadre institutionnel du Programme OVOP	4
Figure 2 Déroulement des activités du Projet	6
Figure 3 Canevas de mise en œuvre.....	8
Figure 4 Logo du Programme OVOP au Sénégal.....	26
Figure 5 Prospectus du Projet	27
Figure 6 Revue pour l'introduction des groupements de producteurs et de leurs produits	27
Figure 7 Page de couverture du 1er Bulletin.....	30

CHAPITRE I : INTRODUCTION

1.1 Contexte du Projet

Le Document de Stratégie pour la Réduction de la Pauvreté ou DSRP (2006-2010) du Sénégal révèle qu'à partir de 2005, plus de la moitié de la population (57%) vit dans la pauvreté. Le DSRP définit « la création de richesse », « l'accès aux services sociaux de base », « la protection ainsi que la gestion des risques auxquels les populations vulnérables sont exposées », et « la bonne gouvernance » comme étant ses quatre (4) piliers. Dans le but de parvenir à la « création de richesse », la création d'emplois non-agricoles est considérée essentielle surtout en milieu rural. En conséquent, le secteur de l'Artisanat y compris la transformation des produits agroalimentaires s'avère être l'un des secteurs les plus importants. La « Lettre de Politique de Développement du Secteur de l'Artisanat » identifie la création d'emploi, la revitalisation du système d'amélioration et de distribution des revenus comme étant des tâches urgentes, et à cet égard, définit le renforcement des chaînes de fabrication / distribution, l'augmentation de l'appui en termes de finance et de technologie, et l'organisation des producteurs comme étant prioritaires. Le Ministère de l'Artisanat, du Tourisme et des Relations avec le Secteur Privé et le Secteur Informel (actuel Ministère de la Formation Professionnelle, de l'Apprentissage et de l'Artisanat) avait soumis au Gouvernement du Japon une requête de projet de coopération technique axé sur le « Renforcement des Micro Entreprises et le Développement de l'Entrepreneuriat en Milieu Rural » dans le but d'améliorer les aspects susmentionnés.

Le gouvernement du Japon avait, à l'occasion de la 6ème Conférence Ministérielle de l'OMC de décembre 2005, pris l'initiative d'aider à la réalisation d'un cycle positif de développement croissant et de libres échanges. A cet égard, il a annoncé qu'il allait appuyer les pays en voie de développement en promouvant le mouvement « un Village Un Produit [One Village One Product] (OVOP) lancé à Oita en vue d'encourager l'utilisation active des ressources et l'autonomisation des communautés locales. Le « Plan d'Action de Yokohama », adopté durant la 4ième Conférence Internationale de Tokyo sur le Développement de l'Afrique (TICAD IV), met aussi l'accent sur la promotion du mouvement OVOP en Afrique. C'est dans ce même ordre d'idées que le Gouvernement du Japon a annoncé son soutien à la promotion du mouvement OVOP dans 12 pays africains.

Ainsi, la JICA a mené une étude d'élaboration d'un projet de développement des secteurs d'activités locaux au Sénégal en juillet 2007, qui a conduit à la planification d'une coopération axée sur le mouvement OVOP, en réponse à la requête du Gouvernement du Sénégal.

Sur la base des recommandations de cette étude de formulation de projet, une étude d'établissement d'un plan détaillé a été menée en juillet 2010 et les autorités japonaises ont décidé de mettre en œuvre un projet de coopération technique dénommé « Un Village, Un produit » ou OVOP, en ciblant les régions de Kaolack et de Fatik. La partie japonaise s'est accordée avec le Directeur de la Direction de l'artisanat du Ministère de l'Artisanat, du Tourisme et des Relations avec le Secteur Privé et le Secteur Informel (Actuel: Ministère de la Formation professionnelle, l'Apprentissage et l'Artisanat) sur la teneur du Projet (Cadre logique du projet, CLP), le calendrier d'exécution (Plan d'Opération, PO), le processus d'exécution du Projet et le manuel de procédures OVOP. Par ailleurs, le nom du Projet est devenu « Projet pour la Promotion de l'Artisanat à travers le Programme One Village One Product / Un Village Un Produit (OVOP) », afin d'indiquer clairement que la coopération se place dans la perspective du mouvement OVOP. En novembre 2011, le procès-verbal des discussions basé sur les résultats des études susmentionnées a été conclu et il a été décidé d'exécuter le Projet.

1.2 Grandes lignes du Projet

Période du Projet	mars 2011 - avril 2014 (38 mois)
Objectif du Projet	Un modèle de programme OVOP visant la promotion des activités génératrices de revenus des producteurs locaux par la promotion des ressources locales fonctionne dans les régions cibles.
Résultats Attendus	Résultat 1: Une structure pour la mise en œuvre du programme OVOP est mise en place. Résultat 2: Le mécanisme d'identification des groupements OVOP fonctionne. Résultat 3: Le mécanisme d'appui aux groupements OVOP pour le renforcement de leurs capacités fonctionne. Résultat 4: Les activités des groupements OVOP pour la commercialisation de leurs produits sont renforcées
Sites Cibles	Régions de Kaolack et de Fatick *Le Sénégal se compose des 14 régions.
Groupes cibles	Les producteurs OVOP comprennent les GIE (Groupements d'Intérêt Economiques), les S.A.R.L (micro-entreprises), les coopératives, les associations et les petites entités commerciales. Les individus ne sont pas inclus dans les groupes cibles. Les produits cibles comprennent les produits artisanaux et les produits transformés. Les produits agricoles non-transformés et les services (le tourisme compris) sont exclus.
Organisme de mise en œuvre	Direction de l'Artisanat, Ministère de la Formation professionnelle, l'Apprentissage et l'Artisanat
Structure de gestion	1) Secrétariat OVOP : Direction de l'Artisanat, Ministère de la Formation professionnelle, l'Apprentissage et l'Artisanat : Acteur principal du Programme OVOP au Sénégal 2) Comité National OVOP: les structures concernées au niveau central Donner des conseils sur l'amélioration des activités dans le cadre du Programme OVOP à travers le partage d'informations et d'opinions avec le Secrétariat OVOP; appuyer les producteurs basés sur la demande du Secrétariat OVOP, 3) Comités Régionaux OVOP : les structures étatiques régionales concernées autour de la Chambre de Métiers La Chambre de Métiers aide à la gestion du Secrétariat OVOP en contactant directement les producteurs. Les autres structures partagent les informations avec le Secrétariat OVOP et donnent des conseils par apport à la mise en œuvre des activités. De plus, en se basant sur la demande du Secrétariat OVOP, ils appuient directement les producteurs.

Source: Equipe du Projet de la JICA

1.3 Trois principes du mouvement OVOP

(1) Dans le cadre du principe « Local pourtant global », l'accent est mis sur le renforcement des liens entre « le lien local » et la « portée globale ». Le « Lien local » implique la reconsidération de la valeur des ressources existantes à l'intérieur et aux alentours de la communauté, tandis que la « Portée globale » laisse penser une possibilité d'un produit OVOP fait à partir des ressources locales et que ces dernières parviennent à obtenir une reconnaissance au niveau des marchés urbains et internationaux. Les populations d'une communauté devraient apprendre à ajouter de la créativité pour améliorer la qualité et le design des produits OVOP, afin de répondre aux besoins des marchés urbains et internationaux.

(2) « L'autosuffisance et la créativité » réitère l'importance des initiatives communautaires concertées dans l'identification et l'utilisation des ressources locales et dans la promotion et la commercialisation des produits OVOP. Ce faisant, différentes parties d'une communauté, y compris les producteurs OVOP, devraient comprendre l'importance de l'autosuffisance d'une communauté dans la gestion de ces ressources au profit de la communauté.

(3) « Le Développement des ressources humaines » est un élément crucial du mouvement OVOP. Ce principe souligne l'importance de stimuler les capacités des ressources humaines pour qu'elles acquièrent des connaissances et compétences afin de renforcer les liens entre le « lien local » et la « portée globale ».

Le mouvement OVOP inclut différents éléments nécessaires au développement rural tels que : la

génération de revenu, l'accroissement des opportunités d'emploi et l'autonomisation des populations rurales à travers le développement des ressources humaines des producteurs en milieu rural.

C'est la raison pour laquelle le mouvement OVOP peut contribuer à la réduction de la pauvreté en milieu rural. Par ailleurs, le mouvement OVOP devrait promouvoir les filières locales et encourager la micro et petite entreprise dans la zone. La promotion des filières locales à travers le mouvement OVOP est hautement prioritaire en ce sens qu'elle pourrait être une solution efficace aux questions urgentes du Sénégal.

CHAPITRE II : MISE EN OEUVRE DU PROJET ET CALENDRIER DES ACTIVITES

2.1 Cadre institutionnel du Programme OVOP

Ce Projet d'assistance technique de la JICA est mis en œuvre par la Direction de l'Artisanat sous la tutelle du Ministère de la Formation Professionnelle, de l'Apprentissage et de l'Artisanat du Sénégal. Le Secrétariat OVOP est placé à la Direction de l'Artisanat et les membres du Secrétariat OVOP se composent du personnel de la Direction de l'Artisanat et des Chambres de Métiers des régions cibles.

Le cadre institutionnel du Programme OVOP au Sénégal inclut le Secrétariat OVOP et le Comité National OVOP établis au niveau central, et les Comités régionaux au niveau régional (Cf. Figure 1).

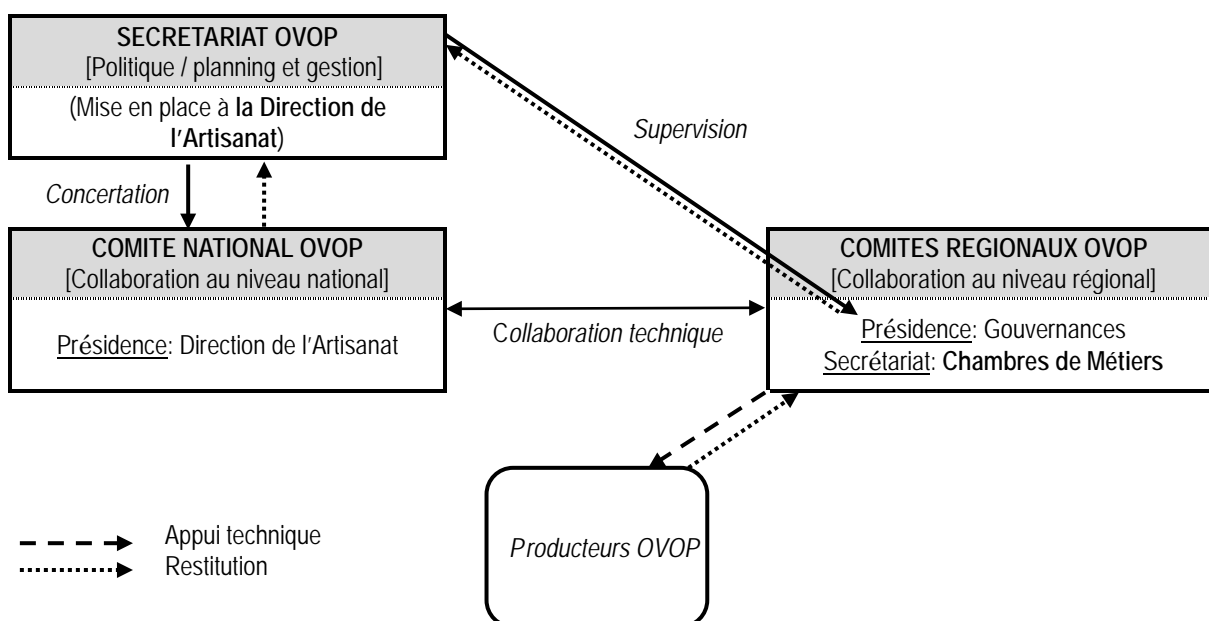


Figure 1 Cadre institutionnel du Programme OVOP

Source: Equipe du Projet de la JICA

2.2 Structure d'exécution de l'équipe du Projet de la JICA et le Secrétariat OVOP

La JICA a eu à envoyer huit experts en tant qu'Equipe du Projet de la JICA à partir du mois d'avril 2011.

Tableau 1 Membres de l'équipe du Projet de la JICA

Nom	Expertises
M. Yoshihiko OGATA	Conseiller Principal / Promotion OVOP (gestion opérationnelle)
Mme. Rika FUJIOKA	Conseillère Principale Adjointe / Promotion OVOP (développement institutionnel)
	Promotion OVOP (développement institutionnel)
M. Lalith Kalyana DEVASIRI	Gestion des micro-entreprises I
M. Masahiko TANIGUCHI	Gestion des micro-entreprises II /RP /Développement de la chaîne de valeurs
	Conseiller Principal Adjoint / Gestion des micro-entreprises II /RP /Développement de la chaîne de valeurs
Mme. Mayu SHIMIZU	Commercialisation
M. Koh KITAZAWA	Commercialisation II / Commerce équitable
M. Hideki MARUYAMA	Coordinateur du Projet /Assistant RP
Mme. Yukari SHIIMOTO	Coordinatrice du Projet /Promotion des Filières Locales/ RP II

Source: Equipe du Projet de la JICA

En outre, comme indiqué ci-dessous, les personnes sont affectées au Secrétariat OVOP mis en place au niveau de la Direction de l'Artisanat et des Chambres de Métiers des régions cibles.

Tableau 2 Homologues sénégalais

Rubrique	Réalisations
Affectation d'homologues	<p>[Direction de l'artisanat] : 5 personnes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Coordinateur du Projet - Homologue en chef - Responsable de la promotion, du marketing et des relations publiques - Responsable des finances et de la gestion de la Boutique OVOP - Responsable adjointe de la promotion et de la gestion de la boutique OVOP <p>[Chambres des métiers] : 2 personnes</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chargé du Projet OVOP pour la région de Kaolack - Chargé du Projet OVOP pour la région de Fatick <p>7 personnes au total</p>

Source: Equipe du Projet de la JICA

2.3 Programme global de travail

La durée du Projet fut de 38 mois à compter du mois de mars 2011 jusqu'en avril 2014. Le déroulement des activités du Projet est présenté dans la figure 2 ci-dessous. Pendant cette période, les activités planifiées étaient annuellement répétées.

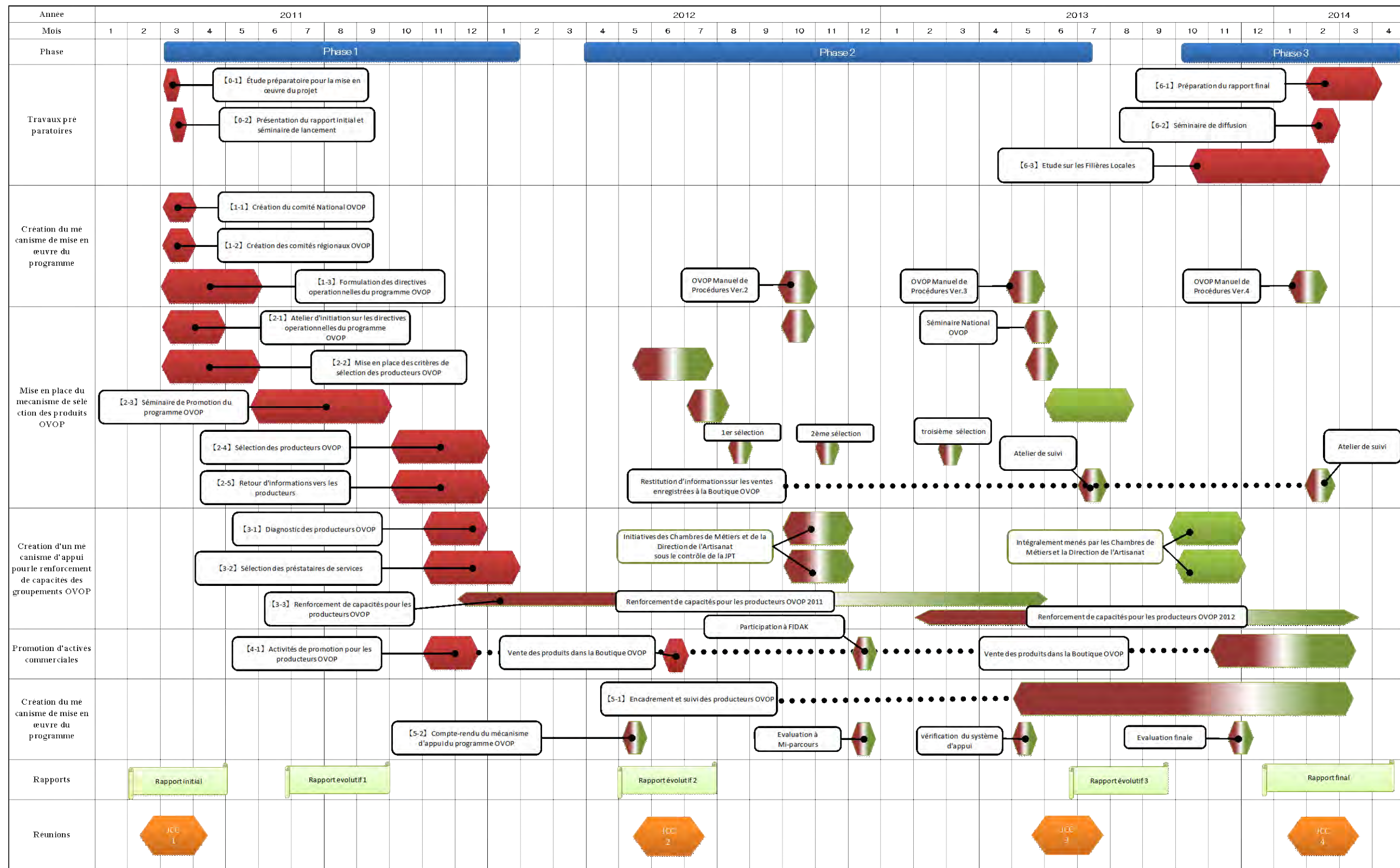


Figure 2 Déroulement des activités du Projet

Source: Equipe du Projet de la JICA

CHAPITRE III : ACTIVITES EXECUTEES

Lors de la mise en place du système d'exécution; l'objectif visé était qu'après les trois années, à la fin du Projet, que les homologues sénégalais puissent promouvoir et diffuser le mouvement OVOP par eux-mêmes par la compréhension du concept du mouvement OVOP. Afin de réaliser cet objectif, il a été mis l'accent sur trois points dans le Projet; 1. Renforcement de Capacités par le biais du transfert de technologie de chaque expert aux homologues, 2. Elaboration de Manuels et de Manuels de Procédures pour exécuter le mouvement OVOP facilement et 3. Accumulation d'expériences et de capacités techniques à travers les activités. Ces activités ont coïncidé avec la philosophie même du mouvement OVOP; "Le Développement des ressources humaines" et "L'autosuffisance et la créativité". Le prochain chapitre décrit les activités dans la mise en place du système d'exécution d'OVOP avec les leçons apprises.

3.1 Grandes lignes du Programme

Comme décrit dans la Figure 3 ci-dessous, la mise en œuvre du Programme OVOP au Sénégal s'articule principalement en quatre phases: (1) Exploration d'OVOP; (2) Identification d'OVOP; (3) Valorisation de Ressources Humaines d'OVOP; et (4) Suivi et Evaluation. Un intérêt particulier est porté au renforcement et au transfert de compétences aux autorités concernées, organisations privées et de recherche, afin d'entreprendre les activités d'appui d'une manière systématique et efficace.

Dans le cadre du Programme OVOP au Sénégal, les trois étapes (les Produits OVOP se divisent en trois statuts: à-savoir, Excellent OVOP, OVOP et Candidat OVOP) du système de sélection ont été mises en place. Le but du système est de contribuer à l'amélioration de production à l'avenir par le fait que les producteurs prennent conscience de l'importance de la qualité du produit, des dispositions de production et la valeur de Plan d'affaires etc. dans le processus de compétitivité entre les producteurs. C'est-à-dire, la sélection et le développement de capacités se sont unifiés dans un seul système, ceci est donc une caractéristique du Programme OVOP au Sénégal.

ETAPES	ACTIVITES						
EXPLORATION D'OVOP	* Campagne de Relations Publiques * Séminaire de Promotion OVOP * Candidature						
↓							
IDENTIFICATION D'OVOP	* Sélection <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; border: 1px dashed black;">1^{ère} sélection (sur formulaire, produit)</td> <td style="width: 50%; border: 1px dashed black;">Candidat OVOP (30 par région⁽¹⁾)</td> </tr> <tr> <td style="border: 1px dashed black;">2^{ème} sélection (sur plan d'affaires, inspection de site)</td> <td style="border: 1px dashed black;">OVOP (15 par région), sont sélectionnés parmi les Candidat OVOP</td> </tr> <tr> <td style="border: 1px dashed black;">3^{ème} sélection (sur plan d'actions)</td> <td style="border: 1px dashed black;">Excellent OVOP (5 par région), sont sélectionnés parmi les OVOP</td> </tr> </table>	1 ^{ère} sélection (sur formulaire, produit)	Candidat OVOP (30 par région ⁽¹⁾)	2 ^{ème} sélection (sur plan d'affaires, inspection de site)	OVOP (15 par région), sont sélectionnés parmi les Candidat OVOP	3 ^{ème} sélection (sur plan d'actions)	Excellent OVOP (5 par région), sont sélectionnés parmi les OVOP
1 ^{ère} sélection (sur formulaire, produit)	Candidat OVOP (30 par région ⁽¹⁾)						
2 ^{ème} sélection (sur plan d'affaires, inspection de site)	OVOP (15 par région), sont sélectionnés parmi les Candidat OVOP						
3 ^{ème} sélection (sur plan d'actions)	Excellent OVOP (5 par région), sont sélectionnés parmi les OVOP						
↓							
VALORISATION DES RESSOURCES HUMAINES D'OVOP	<p style="text-align: center;"><i>Remarque - RC: Renforcement de capacités / M: Marketing / RP: Relations publiques</i></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%; border: 1px dashed black;">Excellent OVOP</td> <td style="width: 33%; border: 1px dashed black;">Excellent OVOP / OVOP</td> <td style="width: 33%; border: 1px dashed black;">Excellent OVOP / OVOP / Candidat OVOP</td> </tr> <tr> <td style="border: 1px dashed black;">* Appui individuel incluant des équipements, une formation technique sur le produit, etc. selon le cas (RC)</td> <td style="border: 1px dashed black;">* Atelier sur le plan d'actions (RC) * Atelier de suivi (RC) * Foire commerciale à Dakar (M) * Atelier sur le Marketing (RC / M) * Espace de vente à Dakar (M) * Assistance pour l'Autorisation FRA (M) * Revue OVOP (RP)</td> <td style="border: 1px dashed black;">* Atelier de restitution (RC) * Atelier sur le plan d'affaires (RC) * Foire régionale commerciale (M)</td> </tr> </table>	Excellent OVOP	Excellent OVOP / OVOP	Excellent OVOP / OVOP / Candidat OVOP	* Appui individuel incluant des équipements, une formation technique sur le produit, etc. selon le cas (RC)	* Atelier sur le plan d'actions (RC) * Atelier de suivi (RC) * Foire commerciale à Dakar (M) * Atelier sur le Marketing (RC / M) * Espace de vente à Dakar (M) * Assistance pour l'Autorisation FRA (M) * Revue OVOP (RP)	* Atelier de restitution (RC) * Atelier sur le plan d'affaires (RC) * Foire régionale commerciale (M)
Excellent OVOP	Excellent OVOP / OVOP	Excellent OVOP / OVOP / Candidat OVOP					
* Appui individuel incluant des équipements, une formation technique sur le produit, etc. selon le cas (RC)	* Atelier sur le plan d'actions (RC) * Atelier de suivi (RC) * Foire commerciale à Dakar (M) * Atelier sur le Marketing (RC / M) * Espace de vente à Dakar (M) * Assistance pour l'Autorisation FRA (M) * Revue OVOP (RP)	* Atelier de restitution (RC) * Atelier sur le plan d'affaires (RC) * Foire régionale commerciale (M)					
↓							
SUIVI & EVALUATION	- Réunion d'Evaluation - Révision du Manuel de Procédures OVOP						

Figure 3 Canevas de mise en œuvre

Source: Equipe du Projet de la JICA

3.2 Sélection des produits OVOP (Découverte et Identification)

Voici les critères et le processus de sélection.

(1) Critères d'admissibilité de la sélection OVOP

Les points suivants décrivent les critères d'admissibilité fixés pour l'inclusion dans le processus de sélection, concernant le point de vente, le producteur et le produit etc.:

- Les ressources locales (naturelles, humaines, intellectuelles, etc.) sont principalement utilisées dans la production
- Le produit appartient aux catégories de produits suivants: (1) aliments et boissons (transformés); (2) arômes /savons et autres produits cosmétiques; (3) tissus /vêtements; (4) produits d'artisanat (bois, métal, etc.)
- Le site de production est situé à l'intérieur des limites de la région respective
- Les groupements de producteurs doivent remplir toutes les conditions suivantes : (1) Être de nationalité sénégalaise, (2) GIE ou micro/petite entreprise avec un chiffre d'affaires annuel de

moins de 50 millions FCFA , (3) Comprend plus de 5 membres (GIE) ou membres du conseil d'administration (micro/petites entreprises) et (4) Affilié à la Chambre de Métiers respective.

* Les groupements de producteurs non qualifiés (1) composés de moins de cinq membres (en cas de GIE) / composé des membres du bureau (en cas de petite entreprise), (2) Excellent OVOP du cycle précédent

(2) Processus de sélection OVOP

Pendant la période du Projet, les premier et deuxième cycles des activités ont été exécutés. A partir de là, les activités du deuxième cycle qui seront la base du Programme OVOP du Sénégal à l'avenir sont principalement mentionnées.

A) Séminaire de promotion OVOP

Lors du 1er cycle du Projet, le Séminaire de Promotion OVOP fut organisé comme une étape préliminaire de la sélection OVOP. Les formulaires de candidature ont été recueillis des personnes intéressées à y participer. Sur la base des points attribués à chaque postulant, 50 personnes ont été sélectionnées comme participants au Séminaire organisé les 21 et 22 septembre 2011 à Kaolack et à Fatick respectivement. Lors du 2^{ème} cycle, afin de faire savoir aux producteurs le concept OVOP autant que possible, le séminaire de promotion OVOP du 2^{ème} cycle a été organisé dans chaque département des deux régions cibles, à-savoir, six fois au total.

Les grandes lignes du séminaire de promotion du 2^{ème} cycle sont décrites ci-dessous.

Tableau 3 Résumé des Séminaires de promotion OVOP 2012 du 2ème cycle

Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> · Approfondir la compréhension des producteurs du concept et du programme OVOP; · Présenter le nouveau processus de sélection et le plan d'appui que le programme OVOP proposait aux producteurs.; et · Motiver les producteurs à participer à la sélection OVOP. 		
Date et lieu	Date	Région de Fatick	Région de Kaolack
	31 juillet	Chambre de Métiers (Département de Fatick)	Chambre de Métiers (Département de Kaolack.)
	1er août	Mairie (Département de Gossas)	CASEG (Département de Guinguineo)
	2 août	Case-Foyer (Département Foundiounge)	Complexe culturel (Département de Nioro)
Agenda	Horaire	Contenu	
	9:00-9:30	Inscription	
	9:30-10:00	Discours de bienvenue & introduction du Séminaire de promotion	
	10:00-10:30	Aperçu du "Programme OVOP"	
	10:30-11:00	Présentation du processus de sélection	
	11:00-11:30	Questions & Réponses	
	11:30-12:00	Clôture	



Source: Equipe du Projet de la JICA

B) 1^{ère} Sélection OVOP (Sélectionner 30 produits OVOP dans chaque région, Statut OVOP : Candidat OVOP)

Après les séminaires de promotion, la première sélection qui décide des Candidats OVOP qui seront les cibles de l'appui du Projet a été exécutée. Voici le résumé.

Tableau 4 Récapitulatif de la 1ère sélection

Date (Lieu)	<ul style="list-style-type: none"> • Région de Fatick: 22 août 2012 (Chambre de Métiers de Fatick) • Région de Kaolack: 23 août 2012 (Chambre de Métiers de Kaolack)
Evaluateurs	<ul style="list-style-type: none"> • Direction de l'Artisanat : 5 personnes • Chambre de Métiers de Fatick : 3 personnes • Chambre de Métiers de Kaolack : 3 personnes <p>L'Equipe du Projet s'était consacrée à l'appui et les Homologues prirent l'initiative de toute l'évaluation.</p>
Méthodologie de la sélection	<p>Les participants soumièrent à chaque de Chambre de Métiers leurs formulaires de candidature et les échantillons de produits à l'avance.</p> <p>Les formulaires de candidature et les échantillons de produits furent évalués lors de la sélection. En conformité avec le nombre total de points, les premiers 30 groupements de producteurs/produits de chaque région furent sélectionnés.</p>
Nombre de candidats	<ul style="list-style-type: none"> • Région de Fatick: 84 produits • Région de Kaolack: 64 produits

Source: Equipe du Projet de la JICA

Parmi les 84 candidatures reçues à Fatick et les 64 à Kaolack, 30 produits ont été retenus dans chaque région, à-savoir, 60 produits sont retenus comme Candidat OVOP.

C) 2^{ème} sélection OVOP (Sélectionner 15 produits OVOP dans chaque région, Statut : OVOP)

Trente producteurs dans chaque région, qui étaient sortis de la 1^{ère} sélection OVOP, eurent à bénéficier d'une formation en plan d'affaires organisée par le projet, et ces producteurs ont eu à élaborer leur propre plan d'affaires. Ces plans d'affaires ont été évalués lors de la 2^{ème} sélection pour retenir finalement quinze produits dans chaque région.

Voici les Grandes Lignes de la 2^{ème} Sélection OVOP.

Tableau 5 Récapitulatif de la 2^{ème} sélection

Date / Lieu	<ul style="list-style-type: none"> • Séance de briefing : 18 octobre, 2012/ Direction de l'Artisanat • Evaluation : 30 et 31 octobre / Boutique OVOP
Evaluateurs	<ul style="list-style-type: none"> • Direction de l'Artisanat: 2 personnes • Chambre de Métiers : 2 personnes (1 personne de chaque région) • Formateurs en planification d'affaires : 2 personnes
Méthode d'évaluation	Le comité d'évaluation fut divisé en deux sous-comités et chaque sous-comité fut en charge d'une région. Les Plans d'affaires furent évalués sur la base des critères d'évaluation autour d'une table afin de permettre des discussions sur les questions problématiques ouvertement et arriver à des conclusions consensuelles. 15 groupements de producteurs de chaque région furent sélectionnés pour la prochaine 3 ^{ème} sélection.

Source: Equipe du Projet de la JICA

Photos de la 2^{ème} sélection OVOP



Source: Equipe du Projet de la JICA

D) 3^{ème} sélection OVOP (Sélectionner 5 produits dans chaque région, Statut : Excellent OVOP)

L'Atelier en Plan d'action fut exécuté pour tous les 15 premiers producteurs de chaque région sélectionnés dans la 2^{ème} sélection. Sur la base de plans d'action élaborés lors de l'atelier et de l'étude de diagnostic conduite sur le terrain, cinq groupements de producteurs/produits de chaque région furent finalement sélectionnés comme Excellent OVOP.

Tableau 6 Récapitulatif de la 3ème sélection

Date / Lieu	<ul style="list-style-type: none">• Etude de diagnostic : Du 11 février 2013 au 16 février 2013, 20 et 21 février 2013(8 jours au total)• Séance de briefing : 27 février 2013/ Direction de l'Artisanat• Evaluation : 28 février 2013 et 1 mars 2013 / Direction de l'Artisanat
Evaluateurs	<ul style="list-style-type: none">• Direction de l'Artisanat : 2 personnes• Chambre de Métiers : 2 personnes (1 personne de chaque région) Formateurs en planification d'affaires : 2 personnes
Méthode d'évaluation	Le comité d'évaluation fut divisé en deux sous-comités et chaque sous-comité responsable d'une région. Le plan d'action fut évalué sur la base des critères d'évaluation autour d'une table afin de permettre de discussions ouvertes sur les questions problématiques et arriver à des conclusions consensuelles. 5 groupements de producteurs de chaque région furent sélectionnés comme Excellent OVOP.

Source: Equipe du Projet de la JICA

Dans tout le processus de sélection, la Direction de l'Artisanat et les Chambres de Métiers ont pris les rôles majeurs. De cette manière, les personnes en charge ont compris profondément le processus de sélection. Il fut jugé que les homologues étaient en mesure d'exécuter toute la sélection par leur propre initiative à l'avenir.

E) Résultats de la sélection du 1^{er} et 2^{ème} cycle

Liste des résultats de la sélection du 1^{er} cycle

Les résultats de la sélection dans chaque région sont présentés ci-dessous. Lors du 1^{er} cycle, les produits sélectionnés furent catégorisés en 5 produits Excellent OVOP, 15 produits OVOP et 10 produits Candidat OVOP.

Tableau 7 Liste des résultats de la sélection du 1er cycle

Région de Fatick

		Produits	Producteur	Département		
Candidat OVOP	OVOP	Excellent OVOP	Noix de cajou	GIE Bokk Diom	Foundiougne	1
			Cuir tanné	GIE des Tanneuses de Gossas	Gossas	2
			Sirop de bissap	GIE Sine Zénith	Fatick	3
			Miel de mangrove Sangako	GIE Mboga Yiff	Foundiougne	4
			Produits halieutiques	GIE Gnassemane	Foundiougne	5
		Produits à base de bissap	GIE Waag Pasile	Foundiougne	6	
		Noix de cajou	GIE Keur Jaraaf de Santamba	Foundiougne	7	
		Noix de cajou	GIE Keur Tamsir Khodia	Foundiougne	8	
		Coiffures	Association Régionale des coiffeuses de Fatick	Fatick	9	
		Noix de cajou	GIE Ber sa dara	Foundiougne	10	
		Noix de cajou	Fédn. des Planteurs et Producteurs d'Anacarde	Foundiougne	11	
		Ouvrages métalliques	Entreprise de Construction Métallique Alu	Foundiougne	12	
		Noix de cajou	GIE Drame Mapathe	Foundiougne	13	
		Poisson séché	GIE Mbog Yaye	Foundiougne	14	
		Miel	GIE Youm Thioossane	Foundiougne	15	
		Sirop de bissap	UGAO	Gossas	16	
		Pagnes tissés	GIE Sopp Nabi	Fatick	17	
		Produits à base de baobab	GIE Mounia Guene	Fatick	18	
		Noix de cajou	GIE Daan Sa Doolé de Sokone	Foundiougne	19	
		Produits halieutiques	Femmes Transformartices Felogie de Dionewar	Foundiougne	20	
		Savon	GIE Case Populaire du Sine	Fatick	21	
		Mil brisé	Fédération des GIE d'Unité de Transformation	Gossas	22	
		Sel iodé de Fayil	GIE de Fayil	Fatick	23	
		Mil brisé	Asson. des Jeunes Femmes de Ndiaye Ndiaye	Fatick	24	
		Tissus teints	GIE Bakhe Yaye	Fatick	25	
		Sel iodé	GIE Dial Jek	Fatick	26	
		Produits laitiers	GPF Dioubo Neranemé	Fatick	27	
		Produits halieutiques	GIE Garcal Djrinda	Foundiougne	28	
		Noix de cajou	GIE Takku Liquey II	Foundiougne	29	
		Sel	GIE Saf Sel	Fatick	30	

Source: Equipe du Projet de la JICA

Région de Kaolack

		Produit	Producteur	Département			
Candidat OVOP	OVOP	Excellent OVOP	Produits à base de bissap bio	GIE Q.AB.COO	Kaolack	1	
			Yaourt	Association DIRFEL	Kaolack	2	
			Pâte d'arachide	GIE Wack Ngouna II	Nioro	3	
			Sel iodé	GIE Entente des Producteurs de Sel	Guinguineo	4	
			Couscous de mil	GIE Takku Ligguey	Kaolack	5	
				Produits à base d'arachide	GIE Bokk Ligey	Kaolack	6
				Produits à base de moringa	GIE Baboc Pressing Multiservices	Kaolack	7
				Produits à base de bissap	GIE SAFNA III	Kaolack	8
				Farine enrichie à base de mil	Etablissement Keur Yaye Aby Ndao	Kaolack	9
				Ratt broyé (plante locale)	GIE Katama	Kaolack	10
				Jus de baobab	GIE Neex Te Sell	Kaolack	11
				Sirop de bissap	GIE Neexna Jus	Kaolack	12
				Produits à base de gombo	Groupement de Thiamène Bambara	Kaolack	13
				Sirop de bissap	GIE SAFNA+	Kaolack	14
				Savon à base de neem	GIE Daan Doolé de Sibassor	Kaolack	15
				Mil brisé	GIE Japoo Ligguey	Guinguineo	16
				Cuir tanné	Association des dames maures de Sibassor	Kaolack	17
				Couscous de mil	GIE Japoo Nekk Been de Keur Soce	Kaolack	18
				Savon à base de neem	GIE Daan Doolé	Kaolack	19
				Tenues	APCK	Kaolack	20
				Cocktail de fruits	GIE Mossma	Kaolack	21
				Couscous de maïs	GIE Bok Jom de Sarandiougary	Kaolack	22
				Mil brisé	GIE Bokk Diom	Kaolack	23
				Tenues	ACK	Kaolack	24
				Savon antiseptique	GIE Daan Doolé de Kaolack	Kaolack	25
				Huile miracle	GIE des Femmes Catholiques Marguértie Bongré	Kaolack	26
				Granulés de tamarin	GIE Soxna Diarra Bousso	Kaolack	27
				Produits à base d'arachide	GIE Suxali Djiguène Yi	Nioro	28
				Pâte d'arachide	GIE EBA de Keur Ali Samba	Nioro	29
				Produits à base de bissap	GIE Yoon-Njalik	Guinguineo	30

Source: Equipe du Projet de la JICA

Liste des résultats de la sélection du 2^{ème} cycle

Les résultats de la sélection dans chaque région sont présentés ci-dessous. Ces groupements de producteurs et produits sélectionnés dans la 1^{ère} sélection sont classifiés comme Candidat OVOP, ceux retenus dans la 2^{ème} sélection comme OVOP et ceux de la troisième 3^{ème} sélection comme Excellent OVOP.

Tableau 8 Liste des résultats de la sélection du 2ème cycle

Région de Fatick					
	Produit	Producteur	Département		
Candidat OVOP	OVOP	Murex	GIE Ngodane	Foundiougne	1
		Chemise	GIE Sope Nabi	Fatick	2
		Sac toile de jute	GIE Espace Beauté Yagora	Fatick	3
		Sirop de gingembre	Union Communale Femmes FGNE	Foundiougne	4
		Sirop d'hibiscus (bissap)	GIE / Association UGAO (Union des Groupements)	Gossas	5
		Huîtres	Union Locale Mounde	Foundiougne	6
		Sirop de gingembre	GIE Waag Passil	Foundiougne	7
		Sel mixte	GIE Diamano Takku Kiguey	Fatick	8
		Robe	GIE Mokko Book Khalat	Fatick	9
		Poudre d'hibiscus (bissap)	Fédération FED Femmes travailleuses Sokone	Foundiougne	10
		Chemise Africa	GIE Bok Liguey	Fatick	11
		Miel de mangrove	GIE MAS	Foundiougne	12
		Sirop de soumpe	GIE Diagor Yacine	Fatick	13
		Noix de cajou	Comité Reservé de Sokone	Foundiougne	14
		Couscous de mil	GIE Baracuda	Foundiougne	15
	Robe	GIE Bokk Dole	Foundiougne	16	
	Sérigraphie	GIE Ass Maison Fam Rurale	Fatick	17	
	Noix grillées d'acajou	GIE Dan Sa Dole	Foundiougne	18	
	Sirop de gingembre	GIE Bakh Yaye	Fatick	19	
	Noix grillées d'acajou	GIE Ber Sa Dara	Foundiougne	20	
	Savon	GIE Dabakh Malick	Fatick	21	
	Crevettes séchées	GIE Takku Ligeey	Foundiougne	22	
	Poupée	GIE Wa Keur Mame Diarra	Fatick	23	
	Huîtres	GIE Mbog Yaay	Foundiougne	24	
	Maïs brisé	Union des Artisans FK	Fatick	25	
	Lait caillé	GIE Mame Mindiss	Fatick	26	
	Chemise wax	GIE Le Ndiayene	Gossas	27	
	Sirop de baobab	GIE Mun a Gen	Fatick	28	
	Pâte d'arachide	GIE Mbellokoroum	Foundiougne	29	
	Mil brisé	Consortium des OCB Gossass Sankal	Gossas	30	

Source: Equipe du Projet de la JICA

Région de Kaolack

	Produit	Producteur	Département		
Candidat OVOP	OVOP Excellent OVOP	Thé d'hibiscus (bissap)	GIE KATAMA	Kaolack	1
		Poudre de moringa	GIE Baboc Pressing	Kaolack	2
		Savon antiseptique	GIE Dan Doole Sibassor	Kaolack	3
		Beurre d'arachide	GIPA	Nioro	4
		Mil brisé	GIE Jappo Ligueye	Guinguinée	5
		Farine enrichie	EKYAND	Kaolack	6
		Granulés d'hibiscus (bissap)	GIE Sante Yalla	Kaolack	7
		Galettes de baobab	GIE Suxali Jigeen	Kaolack	8
		Couscous de mil	GIE Diappo Nek Benn	Kaolack	9
		Sirop de citron	Neexna Jus	Kaolack	10
		Poudre de gombo	GIE Benkhadi de Koylal	Kaolack	11
		Mil brisé	GIE BA et Soeurs	Guinguinée	12
		Farine enrichie	GIE Bok Diom-Sara	Kaolack	13
		Savon à base de miel	GIE Dane Doley	Kaolack	14
		Farine de mil cuit à la vapeur	GIE Book Diam – Ngane Allasane	Kaolack	15
		Nappe de table et accessoires	GIE Ndiané Couture	Kaolack	16
		Mango jam	GIE Safna III	Kaolack	17
		Sirop de soump	Entreprise Hamathy	Kaolack	18
		Sirop de tamarin	Safna +	Kaolack	19
		Granulés de céréales	GIE Etoile Maram Mboudaye	Kaolack	20
		Table et chaise carte d'Afrique	Ets Saloum Meuble S.A.	Kaolack	21
		Fourneau Diambar	GIE Mame Diarra Bousso	Kaolack	22
		Sirop de Saba senegalensis (mad)	GIE Bok Diom I	Kaolack	23
		Savon Nourou	GIE Fyene Savonnerie	Kaolack	24
		Taille basse et jupe pagne	APCK (Association des Professionnels de Couture de Kaolack)	Kaolack	25
		Sac d'écolier et trousse	GIE Réseau des femmes du CEDAF	Nioro	26
		Demi-saison manche longue	GIE PCS	Kaolack	27
		Grille métallique	De Kandoo	Nioro	28
		Caroube séchée (Nététou)	GIE Santhiou Aliou Mbaye	Kaolack	29
		Pâte d'arachide	GIE Bokk Liggey de Latmingué	Kaolack	30

Source: Equipe du Projet de la JICA

3.3 Renforcement de capacités des groupements de producteurs OVOP

(1) Principes fondamentaux du renforcement de capacités

Le Programme OVOP au Sénégal a développé son système se composant des points suivants sur la base des principes OVOP; 1.Exploration des produits de bonne qualité, 2. Favorisation de l'amélioration des produits et de la production, 3. Exploration de nouvelles opportunités d'activités commerciales des produits, 4. Restitution des cas à succès aux producteurs.

En ce qui concernait le renforcement de capacités et l'amélioration de la qualité des produits, le système suivant fut introduit. Les produits qui avaient besoin de moins d'entrée pour l'appui et la possibilité d'amélioration et où des efforts d'autosuffisance étaient réalistes furent sélectionnés. Après la sélection, les produits retenus étaient à commercialiser et examiner par les marchés et consommateurs. Les producteurs reçurent la restitution des résultats. Avec ce processus décrit ci-haut, les producteurs par eux-mêmes purent améliorer leurs produits.

(2) Atelier sur le plan d'affaires/ plan d'actions

Le plan d'affaires qui sert de schéma directeur de l'entreprise, est communément considéré comme outil essentiel à l'entreprise. Cependant, il a été noté une insuffisance parmi les producteurs pour la préparation de plans d'affaires; cette situation serait causée par un manque ou insuffisance de reconnaissances et de compétences de base des groupements de producteurs ; d'où la décision d'inclure la formation sur le plan d'affaires parmi les besoins majeurs de formation devant figurer dans le programme de renforcement de capacités.

A cet égard, il a été décidé que le système de sélection OVOP du 2ème cycle intégrerait les compétences potentielles de gestion d'entreprise des groupements de producteurs comme critère de sélection. Tous les groupements de producteurs OVOP reçurent une formation en plan d'affaires et chacun d'entre eux préparera son plan d'affaires ; ainsi la deuxième sélection OVOP de 2012 consistait à l'évaluation et la notation de ces plans d'affaires.

En outre, l'atelier en plan d'action pour élaborer le plan d'activité pour l'année à venir a été mis en œuvre pour tous les groupements de producteurs retenus dans la 2ème sélection. De ce fait, les Excellent OVOP furent sélectionnés sur la base du plan d'actions élaboré et de l'enquête de diagnostic à travers les visites de terrain dans la 3ème sélection.



A) Atelier sur le plan d'affaires

L'Atelier sur le Plan d'Affaires a été exécuté pour tous les soixante groupements de producteurs qui sont passés lors de la 1^{ère} sélection. Le plan de l'Atelier sur le Plan d'affaires est résumé comme suit.

Tableau 9 Plan de l'atelier sur le plan d'affaires

Objectif de l'Atelier	Pour transmettre des connaissances et compétences de base aux producteurs afin de leur permettre de préparer des plans d'affaires simples (plan de développement à mi terme) qui leur sont propres et de rationaliser les opérations commerciales, ainsi que pour servir de document de base pour le deuxième cycle du processus de sélection OVOP.
Résultats attendus	Les producteurs OVOP peuvent préparer leurs propres plans d'affaires en mettant en pratique les connaissances et les compétences acquises lors de la formation.
Cibles	Les producteurs certifiés « Excellent OVOP », « OVOP » et « Candidat OVOP » en 2011 et en 2012

Contenu de la formation		
Modules	Durée	Objectifs
(1) Analyse FFOM	1 jour	Acquérir des connaissances sur l'outil d'Analyse FFOM Acquérir des compétences sur l'autodiagnostic pour pouvoir faire une analyse de l'entreprise à partir de l'outil d'Analyse FFOM. Renforcer l'idée de projet
(2) Plan de commercialisation	3 jours	Susciter l'esprit de marketing Entreprendre une procédure d'analyse de marché Comprendre le positionnement du produit et élaborer des stratégies commerciales
(3) Planification technique et financière	4 jours	Identifier et évaluer les besoins d'investissement et les coûts Reconnaître les besoins en personnel Quantifier les besoins en fonds de roulement Maintenir un compte d'exploitation Établir un plan de financement
(4) Elaboration de plan d'affaires	2 jours	Initier à l'élaboration de plans d'affaires

 <p>Cours à l'Atelier par le formateur</p>	 <p>Discussions entre producteurs pour le remplissage des formulaires de plan d'affaires</p>
--	---

Source: Equipe du Projet de la JICA

B) Atelier sur le plan d'actions

Suite à l'Atelier sur le plan d'affaires cité ci-dessus, une série d'Ateliers sur le plan d'actions est prévue et exécutée pour les groupements de producteurs sélectionnés (OVOP) dans la 2^{ème} sélection. Le plan d'actions est un résumé des activités commerciales annuelles établi et déclaré par les producteurs sélectionnés. Il fut ainsi évalué et noté pendant la 3^{ème} sélection (Excellent OVOP).

Tous les groupements de producteurs OVOP (15 groupements de chaque région) retenus dans la 2^{ème} sélection de 2012 ont suivi l'atelier sur le Plan d'actions résumé comme suit.

Tableau 10 Récapitulatif de l'atelier en plan d'actions

Objectif de l'atelier	Pour former les producteurs sur les connaissances et techniques de base nécessaires afin qu'ils soient en mesure d'élaborer un plan d'activité détaillé d'une année (Plan d'Action)
Participants	Les groupements de producteurs retenus dans la 2 ^{ème} sélection (15 groupements de chaque région) 2 personnes de chaque groupement de producteur participèrent à l'atelier.
Période	Région de Fatick: 19 février 2013, un jour de formation les 23, 24 et 25 du mois de février (formation individuelle) Région de Kaolack: 18 février 2013, un jour de formation les 20, 21 et 22 février (formation individuelle)

Contenu et période de l'atelier : Du 18 au 25 février 2013		
Nom du Module	Période	Contenu
Introduction du Plan d'Actions	1 jour	-Révision sur le plan d'affaires élaboré par les groupements de producteurs -Promotion de la compréhension sur les mérites et contenus du Plan d'action en utilisant les études de cas -Introduction du canevas du Plan d'actions
Elaboration du Plan d'Actions (formation individuelle)	1 jour	-Conseils des formateurs sur le Plan d'actions élaboré par chaque groupement de producteurs -Finalisation du Plan d'actions à travers les discussions avec les formateurs.

Source: Equipe du Projet de la JICA

C) Activités de suivi

Les activités de suivi se composaient de trois activités. A) Suivi sur l'avancement du Plan d'actions et du Plan d'affaires élaborés par les groupements de producteurs. B) Suivi des objectifs de ventes fixés par les groupements de producteurs C) Suivi des activités de production journalières et réclamations et son traitement à travers les activités de ventes.

Eu égard à "A) Dans le suivi sur l'avancement du Plan d'actions et du Plan d'affaires élaborés par les groupements de producteurs, le plan d'affaires élaboré par chaque groupement de producteurs", le plan d'affaires élaboré par chaque groupement de producteurs fut décrit et il était efficace pour la gestion des objectifs commerciaux. Chaque trimestre, les groupements de producteurs se devaient de reconsidérer les prochaines activités trimestrielles en prenant en compte les activités passées et les causes des écarts entre les objectifs et les activités réelles.

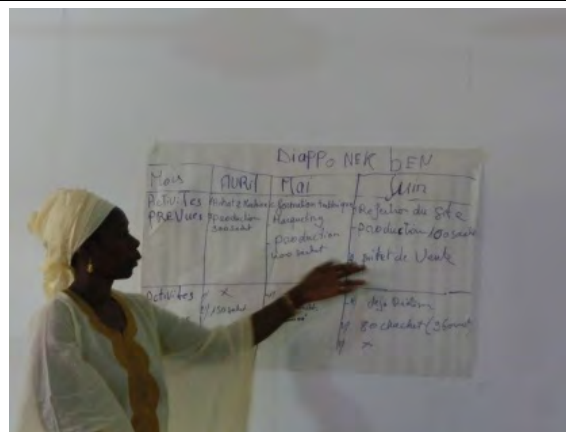
Concernant "B) Dans le suivi des objectifs de ventes fixés par les groupements de producteurs", en encourageant la tenue du journal comptable, il était escompté que chaque groupement de producteurs comprenne la condition réelle de production et les activités de ventes et les gains. De cette façon, il était escompté que chaque groupement de producteurs pourrait fixer les prix adéquat et réduire le coût.

Eu égard à "C) Les activités de production journalière des groupements de producteurs et les réclamations et le traitement des activités de ventes", c'était un point directement connecté pour les groupements de producteurs. Les réclamations sur les produits et leurs traitements à la Boutique OVOP aussi bien que l'information obtenue à travers les activités journalières des groupements de producteurs étaient enregistrées dans une fiche de réclamation et permettaient d'accumuler d'utiles informations et leçons.

Concernant A) et B), la majorité des groupements de producteurs soutenus par la Projet n'avait pas d'expérience en gestion et même un registre comptable journalier n'était pas bien traité. Cependant, la tenue du journal (registre) par groupements de producteurs était essentielle pour évaluer les activités de chaque groupement. En prenant en compte ces circonstances, l'atelier sur le suivi et l'atelier sur la tenue du journal étaient effectués en commençant à faire le suivi des groupements de producteurs sur la base du manuel du suivi.



Orientation individuelle par le formateur



Révision du Plan d'Actions
(Présentation d'un producteur)

D) Activités de restitution

A travers les deux sélections et les ventes des produits à la Boutique OVOP (à partir du mois de juin 2012), de nombreuses leçons étant utiles pour les groupements de producteurs ont été accumulées. Surtout, les expériences qu'on a pu obtenir dans les activités à la Boutique OVOP transmettaient des idées qui amélioreraient leurs produits directement. Certains problèmes étaient identiques à ceux dont des autres étaient confrontés, et beaucoup d'entre eux ne nécessitaient pas un énorme investissement pour l'amélioration. C'est-à-dire, en obtenant les informations, il était bien possible que les groupements de producteurs puissent améliorer leurs produits eux-mêmes.

De ce point de vue, y compris la sélection du produit, le Projet a eu à organiser un Atelier de restitutions rendant les informations et réclamations obtenues concernant l'amélioration de la qualité de produit et la rentabilité jusqu'à présent pour donner une opportunité aux producteurs de réfléchir sur les différentes manières d'améliorer leurs produits.

A travers cet Atelier, les groupements de producteurs ont connu le sens des questionnaires de la sélection et de l'évaluation. De plus, ils ont eu l'opportunité de se projeter comme si les réclamations concernant la qualité du produit dans la gestion de la Boutique OVOP leur étaient directement destinées. Surtout, dans la session de discussions en groupe où la règle établie était qu'il fallait chercher ce qu'ils pouvaient faire, les différentes idées, et les producteurs ressentirent qu'il y avait des choses faisables par eux-mêmes.

De plus, les groupements de producteurs eux-mêmes continuaient la tenue du journal à travers l'Atelier de suivi qui renforce la capacité des producteurs à tenir le registre journalier. Pendant ledit Atelier, le Projet a pu reconnaître les résultats et qu'il y avait valeur à continuer ces activités au futur.



Producteurs fixant les yeux sur la présentation
(Expériences de la Boutique OVOP)



Discussion en groupe
thème : Trouvons les choses que nous pouvons faire par nous-mêmes dès demain.

3.4 Appuis dans le cadre de la commercialisation

(1) Offre d'opportunité de vente à la Boutique OVOP pour les groupements OVOP

La commercialisation à travers le Programme OVOP a été principalement faite en prenant avantage de la Boutique OVOP comme point d'incubation. A travers la gestion de la Boutique OVOP, l'objectif recherché a été de saisir les besoins de consommateurs de chaque produit, et d'utiliser ces derniers pour l'amélioration des produits concernés.

La Boutique OVOP commercialise principalement les produits Excellent OVOP et OVOP de 2011 et de 2012. C'est-à-dire, il est souhaité que la Boutique fonctionne comme lieu d'appui dans la vente où le Secrétariat OVOP s'assure que les produits se vendront bien et où le Secrétariat recueille les avis des consommateurs concernant le produit en ciblant les groupements de producteurs ayant le potentiel et qui ont la difficulté d'améliorer le produit ou leur organisation par eux-mêmes.

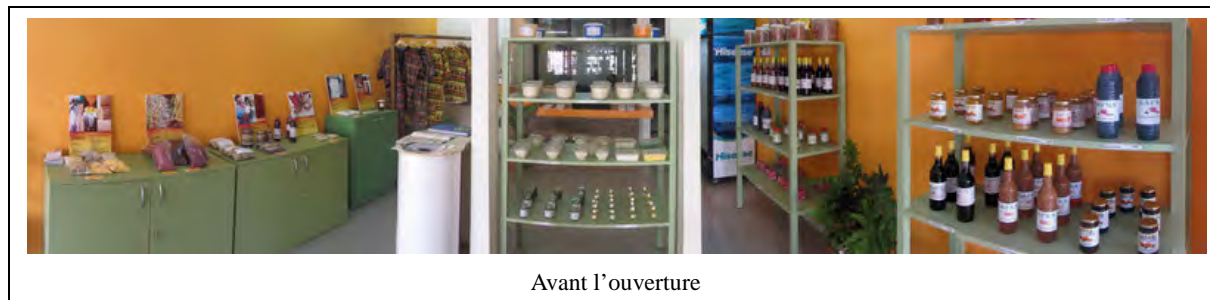
La Boutique OVOP fut ouverte au mois de juin 2012. Au départ, la Boutique OVOP a été principalement gérée par l'équipe du Projet, mais progressivement, la gestion fut transmise à la Direction de l'Artisanat et c'est pendant le transfert que les homologues commencèrent par exemple à discuter sérieusement sur la situation financière de la Boutique OVOP. C'est ainsi que la conscience d'appropriation de la Boutique OVOP fut créée. Les divers coûts pour gérer la Boutique OVOP sont déjà assurés dans le budget de la Direction de l'Artisanat et la Boutique est continuellement gérée par la Direction depuis la clôture du Projet.



Cérémonie de l'ouverture de la Boutique OVOP



Apparence de la Boutique OVOP



Avant l'ouverture

(2) Participation à la FIDAK (Offre d'opportunité de participation aux expositions et manifestations pour les groupements OVOP)

Dans le cadre du développement de la capacité de commercialisation des groupements de producteurs de Fatick et Kaolack, également pour promouvoir la reconnaissance du Projet OVOP et faire connaître davantage la Boutique OVOP, il y a eu trois participations à cette foire pendant ces trois années du Projet, en ayant loué un stand uniquement pour le Projet OVOP. Durant la période de la FIDAK, un cours de formation en marketing a été organisé. En outre, une formation sur site a été conduite à la FIDAK pour que les producteurs apprennent les techniques de présentation du produit.

Il y a eu une participation de sept groupements de producteurs Excellent OVOP du premier cycle (autre que le producteur du sel, cuir et miel), tous les groupements de producteurs Excellent OVOP (dix groupements) du deuxième cycle à l'Atelier sur la commercialisation.

Deux jours de formation en commercialisation pour chaque cycle (premier et deuxième) ont été organisés et les formateurs ont été externalisés. Le contenu de l'Atelier a principalement porté sur : la révision des outils appris, comment les utiliser et les résultats, le partage des difficultés parmi les groupements de producteurs pour trouver une solution en discutant entre eux. L'Atelier a été fait en forme de groupe. Cet Atelier sur la commercialisation a donné une bonne occasion aux groupements de producteurs de connaître la situation des autres producteurs, les obstacles auxquels d'autres producteurs étaient confrontés dans le domaine de la commercialisation.



Stand OVOP (vue complète)



Producteurs présentant les produits Excellent OVOP

	
<p align="center">Stand OVOP (vue complète)</p> <p>Photographies de producteurs en milieu rural, sites de production et les zones rurales ont attirés les visiteurs</p>	<p align="center">Stand OVOP (intérieur)</p> <p>Un espace suffisant a été aménagé dans le stand pour expliquer le Projet OVOP et les produits OVOP aux visiteurs.</p>
	
<p align="center">Activité de Ventes de produits par le groupement</p> <p>Le producteur qui fait la tenue du journal. Ce fut un des impacts de l'Atelier sur la tenue du journal.</p>	<p align="center">Amélioration, idée pour l'emballage découlant des commentaires des clients</p> <p>Concernant la poudre de Moringa, un client étranger a dit : « Les bocaux se cassent. Il est préférable d'emballer dans un sachet plastique ». Le producteur a pris initiative de diversifier l'emballage comme montré dans la photo. (Photo : à droite)</p>

Concernant le nombre de visiteurs ayant visité le stand OVOP, il a été enregistré un nombre de 3.500 en 2011, 4.500 en 2012 et en 2013, cela a été monté jusqu'à 6.500 personnes.

La FIDAK est une foire internationale ayant la réputation d'avoir trois cent mille visiteurs (données en 2012), et qui est une des plus grandes foires dans la région de l'Afrique de l'Ouest. Par conséquent, la FIDAK est une occasion très importante pour développer les canaux de ventes. Il y a eu trois participations à la FIDAK pendant la période du Projet, et cela a contribué au développement de nouveaux acheteurs et à la promotion du Projet (Programme) OVOP. Les groupements de producteurs sélectionnés dans le cadre du Projet insistent également sur l'importance de cette opportunité de ventes à la FIDAK. Par conséquent, il est conseillé de continuer à participer à la FIDAK même après la clôture du Projet tout en envisageant d'assurer un coin dans le stand du Ministère de l'Artisanat ou bien de la région.

La FIDAK est également importante en tant qu'opportunité de commercialisation et de formation de service à la clientèle, telle que la promotion des ventes. Le Projet a demandé aux groupements de producteurs de partager le contenu de la formation dans le groupement et également avec les

groupements de producteurs de leur voisinage. En outre, comme la FIDAK a fonctionné à ce que les groupements de producteurs qui s'activent dans les lieux différents se soient réunis dans un même endroit pour discuter et échanger, la participation à la FIDAK est jugée importante.

(3) Appui au développement des canaux de ventes pour les groupements de producteurs OVOP

A) Développement des canaux de ventes au niveau domestique

Ce sont la FIDAK et la Boutique OVOP qui ont contribué les plus au développement de ventes des produits des groupements de producteurs. Surtout, l'importance de la Boutique OVOP a été reconnue par le fait qu'il y a eu des cas où le commerçant a commencé à s'approvisionner directement auprès du groupement de producteurs par l'intermédiaire de la Boutique. Au départ, il a été escompté que la Boutique OVOP joue un rôle de point de ventes, d'un canal de ventes en gros. Cependant, à travers la gestion de la Boutique OVOP jusqu'à présent, il est devenu clair que les activités OVOP sont durables quand la Boutique OVOP se concentre sur le rôle d'intermédiaire entre le groupement de producteurs et le commerçant quant à la négociation commerciale.

B) Développement des canaux de ventes à l'étranger

La FIDAK a beaucoup aidé dans le développement de canaux de ventes à l'extérieur comme les commerçants internationaux des certains pays y visitent. Il y a eu quelques groupements de producteurs qui ont fait des négociations commerciales concernant l'exportation malgré le fait qu'elles n'ont pas été encore concrétisées. De plus, il y a eu une tendance d'augmentation de demandes extérieures par l'intermédiaire du site web OVOP. Le fait que le site web soit publié en trois langues a pu contribuer à cet effet.

FANCL, une société japonaise est un exemple pouvant être cité pour parler du développement des canaux de ventes à l'international de groupement de producteurs OVOP, appuyés par le Projet. Il est un cas remarquable que le sel produit par un groupement local au Sénégal puisse arriver à être vendu par une grande société japonaise même si la vente n'est juste quelques centaines de kilogrammes comme chiffre d'affaires pour le moment.

C) Appui à l'acquisition de l'autorisation FRA

Pour vendre les produits alimentaires à la Boutique OVOP, il est nécessaire d'avoir l'Autorisation FRA qui est une norme de ventes des produits alimentaires au Sénégal. L'obtention du FRA peut durer plus de six mois et est composée de deux étapes à passer à savoir la visite d'inspection des locaux de production et l'analyse d'échantillons au laboratoire. Cependant, avec le suivi consécutif par la Direction de l'artisanat et l'arrangement de visite de sites de production adéquat par les Chambres de Métiers, beaucoup de producteurs ont pu l'obtenir en moins de trois mois dans le cadre des activités du Projet. De plus, l'obtention de l'Autorisation FRA nécessite la collaboration de plusieurs services étatiques. Egalement grâce aux efforts de la Direction de l'Artisanat et les Chambres de Métiers, de bonnes collaborations sont promues et les services étatiques efficaces sont offerts. L'obtention de l'autorisation FRA est indispensable pour la vente en déplacement chez les hôtels réputés à Dakar, ce qui est espéré à être réalisé.

(4) Appui individuel aux groupements de producteurs OVOP pour l'amélioration technique

Dans le cadre de ce projet, des équipements et formations techniques pour l'amélioration de la production ont été seulement fournis aux groupements Excellent OVOP. Le tableau suivant décrit le contenu de l'appui individuel (équipement) aux groupements Excellent OVOP. Après la livraison et l'installation des équipements, une formation individuelle sur l'utilisation des équipements fut mise en œuvre.

Tableau 11 Appui technique fourni aux producteurs « Excellent OVOP »

Produit	Producteur	Equipements fournis
Excellent OVOP 2011		
Cuir tanné	GIE des Tanneuses de Gossas	Réservoirs d'eau, Bacs en ciment, Formation sur les techniques de reboisement du Nep Nep
Sirop de Bissap	GIE Sine Zénith	Réfrigérateur à porte transparente, Consommables pour l'amélioration de la productivité, Peinture et décoration de la boutique du groupement
Coques	GIE Gnassemane	Pirogue et moteur hors-bord, caisses de collecte de coques, gilets de sauvetage
Miel de Mangrove	GIE Mboga Yiff	Ruches, combinaison d'apiculteurs, feuilles de cire gaufrées, formation sur les techniques modernes d'apiculture.
Noix de cajou	GIE Bokk Diom	Système solaire générateur d'énergie pour les panneaux solaires, Four électrique, Torrefacteur
Bissap biologique	GIE Q.AB.COO	Claies de séchage pour éviter la contamination par le sable et la poussière, décapsuleurs, tamis et autres outils pour la récolte du Bissap.
Pâte d'arachide	GIE Wack Ngouna II	Tables en bois, Broyeuse, Dépelliculeuse.
Céréales	GIE Takku Ligguey	Tables en bois, Tamis calibreur, Dépelliculeuse Poly-céréales.
Yaourt	Association DIRFEL	Congélateur, groupe électrogène, Conception d'un nouvel emballage, Bicyclettes pour la promotion des produits
Sel	GIE Entente des Producteurs de Sel	Machine à laver le sel, Broyeuse pour sel, Motopompe
Excellent OVOP 2012		
Murex	GIE Ngodane	Pirogue de pêche artisanale, moteur hors-bord, cageots en plastique,
Chemise	GIE Sope Nabi	Machine à coudre surfileuse à 3 fils, machine à coudre brodeuse
Sac toile en jute	GIE Espace Beauté Yagora	Ensemble fourneau et fût en métal pour la teinture, machine à coudre tapissière, Kit complet d'accessoires de couture,
Sirop de gingembre	Union Communale des Femmes à FGNE	Broyeuse en acier inoxydable, groupe électrogène, Congélateur vertical, Refractomètre et PH-mètre, Extincteur de Classe A
Sirop d'hibiscus (bissap)	GIE/Association UGAO	Fourneaux équipés de brûleurs à gaz, Congélateur vertical, glacières de 100 L, Marmites double-fond
Thé de bissap	GIE KATAMA	Broyeuse pour le Bissap et le Kinkéliba, Tricycle motorisé.
Poudre de moringa	GIE Badoc Pressing	Broyeuse pour les feuilles de Moringa, claies de séchage (6 niveaux), Balance électronique, réservoir d'eau 1000 litres,
Savon antiseptique	GIE Dan Doole de Sibassor	Fourneau équipé de brûleur à gaz, Malaxeur en acier inoxydable, Table de coupe avec moules, Claies de séchage en bois, Fûts en plastique, Formation technique en savonnerie
Beurre d'arachide	GIPA	Malaxeur en acier inoxydable, Trieuse d'arachide
Mil brisé	GIE Jappo Ligueye	Fourneau équipé de brûleur à gaz, Moulin à céréales, dépelliculeuse de céréales avec système de séparation du son,

Source: Equipe du Projet de la JICA

En ce qui concerne ces fournitures d'équipements et les formations techniques respectives dispensées pour l'amélioration de la production, elles ont été exécutées conformément au plan d'appui de chaque groupement, basé sur le résultat de diagnostic de production.

Au 1^{er} cycle, l'étude de diagnostic fut mise en œuvre en novembre 2011 par la Direction de l'Artisanat, les Chambres de Métiers et l'Equipe du Projet (des experts supplémentaires de structures apparentées, au besoin). Les cibles de l'étude de diagnostic étaient les 10 groupements Excellent OVOP (5 groupements Excellent OVOP de chaque région). Sur la base de l'étude de diagnostic, les plans d'appui pour chaque groupement furent élaborés.

Lors du 2^{ème} cycle, les cibles de l'étude de diagnostic à travers des visites de sites étaient tous les 30 groupements OVOP retenus dans la 2^{ème} sélection du 2^{ème} cycle. L'étude de diagnostic était basée sur des questionnaires standards. Dans la 3^{ème} sélection, les résultats de l'étude de diagnostic étaient évalués de manière quantitative en conformité avec les critères d'évaluation. Les plans d'appui sont préparés juste pour les groupements Excellent OVOP.

3.5 Activités de relations publiques du Programme OVOP

(1) Création et Utilisation du logo OVOP

A) Création du logo du Programme OVOP

La création d'un logo offre différents avantages aux produits et services tels que le fait de forger une image de marque, la différenciation entre les produits similaires, etc. En outre, il renforce l'engagement des acteurs. Ainsi, le Projet a créé un logo original du Programme OVOP au Sénégal en étroite collaboration avec les personnes concernées.

Le drapeau national du Sénégal entoure le logo et le mot OVOP est clairement mentionné au centre du logo. "Un Village Un Produit (One Village One Product en français)" est la traduction littérale du terme OVOP. Un baobab se trouvant dans la partie supérieure est le symbole du Sénégal et l'ombre des villages dans la partie inférieure indique les produits du village. La couleur jaune symbolisant le soleil levant exprime l'espoir que les produits OVOP du Sénégal seront introduits partout dans le monde dans l'avenir.



B) Utilisation du logo

Le logo a été utilisé comme suit.

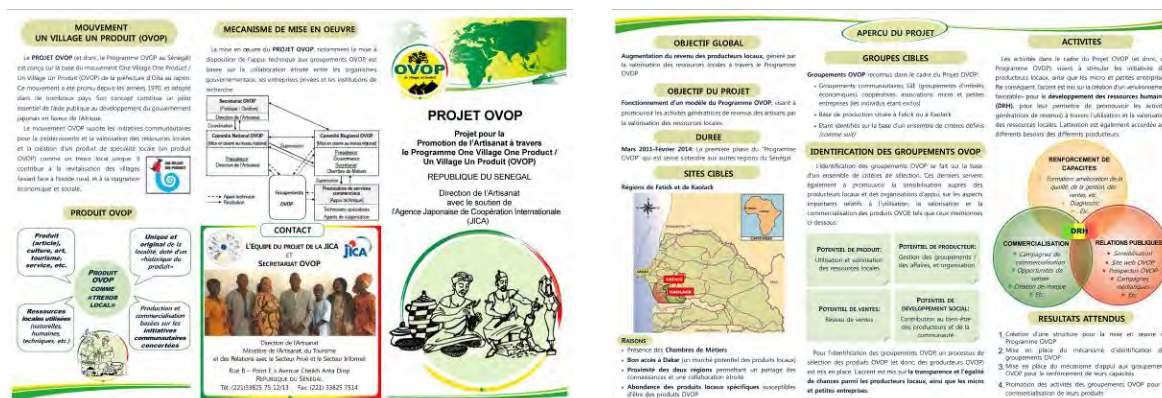
Tableau 12 Utilisation du logo OVOP

Rubrique	Utilisation
Relations Publiques sur le Programme OVOP	Le logo OVOP a été utilisé dans diverses occasions telles que: sur tous les documents et matériels, produits de la Boutique OVOP, Véhicules du Projet de la JICA etc. afin que le logo OVOP puisse capturer l'attention des consommateurs et des producteurs.
Garantie du Produit OVOP	Le logo OVOP a été apposé sur tous les produits de la Boutique OVOP comme gage de produit de haute qualité produit par les producteurs locaux.

Source: Equipe du Projet de la JICA

(2) Préparation de Prospectus

Dans le cadre des relations publiques du Projet, le prospectus a été élaboré pour présenter le Projet. Ceci est dû au fait que le prospectus est destiné aux fonctionnaires de l'Etat du Sénégal et aux bailleurs de fonds qui pourraient être fortement impliqués.



Recto du prospectus

Verso du prospectus

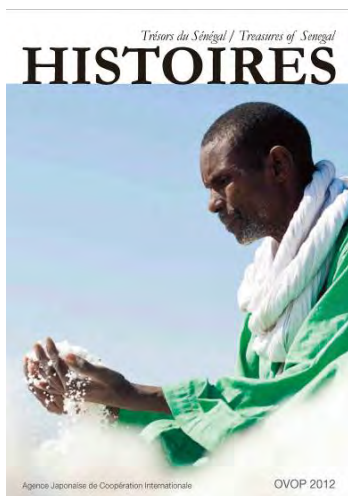
Figure 5 Prospectus du Projet

Source: Equipe du Projet de la JICA

(3) Introduction de produits OVOP

La Revue fut conçue avec pour objectif les relations publiques du Projet OVOP et l'introduction des groupements de producteurs et de leurs produits sélectionnés dans les régions de Fatick et Kaolack dans le cadre du Projet. Le nom de la Revue est « HISTOIRES ». Le contenu de la Revue « HISTOIRES 2012 » se composait des groupements de producteurs Excellent OVOP et de leurs produits sélectionnés dans le 1^{er} cycle. Le contenu de la Revue « HISTOIRES 2013 » se composait des groupements de producteurs Excellent OVOP et OVOP et de leurs produits sélectionnés dans le 1^{er} et 2^{ème} cycle.

Des exemplaires furent distribués aux parties prenantes apparentées lors des séminaires. En outre, ils furent distribués en général aux consommateurs qui visitaient la Boutique OVOP afin d'informer sur le Projet de manière plus large. Quelques exemplaires furent remis aux groupements de producteurs se trouvant dans la Revue afin qu'ils puissent promouvoir leurs produits par eux-mêmes. Les groupements de producteurs étaient très fiers d'être introduits dans la revue et la revue fut aussi utilisée pour gagner la confiance des autres boutiques. En plus d'utiliser la revue pour introduire leurs propres produits, ils introduisaient aussi les produits des autres groupements. Cette coopération mutuelle fut aussi un impact de la Revue « HISTOIRES ».



HISTOIRES 2012



HISTOIRES 2013

Figure 6 Revue pour l'introduction des groupements de producteurs et de leurs produits

Source: Equipe du Projet de la JICA


(4) Site Web OVOP

La Direction de l'Artisanat dispose d'un site web. Toutefois, il a été précisé qu'il faudrait beaucoup de temps et de dépenses pour mettre en place un site web du Projet OVOP directement relié à celui de la Direction de l'Artisanat. Bien que les utilisateurs d'internet au Sénégal soient limités, le savoir-faire en matière de marketing, de la promotion, de la publicité via internet doit être accumulé non seulement par le Projet OVOP mais aussi par la Direction de l'Artisanat.

- 1) Pour impliquer plus de partenaires dans les activités du programme OVOP à travers une diffusion des principes et des activités menées dans le cadre dudit programme au Sénégal ; et dans d'autres pays ayant déjà accueilli le Programme OVOP.
- 2) Pour établir des opportunités de rapprochement entre les producteurs OVOP et des partenaires commerciaux potentiels par la présentation des produits OVOP sur ledit site.
- 3) Pour faire acquérir à la Direction de l'Artisanat une expérience sur la gestion de site web, pour l'adoption à l'avenir d'une politique de relations publiques axée sur le site web, par une mise à jour régulière des informations.

Le plan du site web est décrit comme suit.

Tableau 13 Plan du site web OVOP

URL	http://ovop.sn
Langues	Français, Anglais et Japonais
Page d'accueil du site web.	
Accueil	Actualités sur le Projet et la Boutique OVOP
OVOP	Plan du Projet OVOP, introduction au processus de sélection OVOP, etc.
Produits	Présentation des produits sélectionnés dans le Projet OVOP.
Partenaires	Partenaires du Projet OVOP tels que les structures gouvernementales, les bailleurs, ONG, entreprises privées, etc. (conception en cours)
Contacts	Adresse et contacts du Secrétariat OVOP et de la Boutique OVOP

Source: Equipe du Projet de la JICA

Après la mise en ligne du site web en juillet 2012, plus de 5.000 visiteurs au total visitèrent le site web. Le nombre total de pages s'élevait approximativement à 20.000 de 137 pays comme le Sénégal, le Japon, la France, les Etats Unis, la Thaïlande etc. En outre, plus de 30 demandes de renseignements sur la commercialisation de produits OVOP furent envoyées. Ces demandes de renseignements furent partagées avec les groupements de producteurs et pour certaines demandes les groupements répondirent directement.

En plus, la page Facebook officielle de la Direction de l'Artisanat fut ouverte en janvier 2014. La page Facebook est facile à mettre à jour et la maintenance et le cout de fonctionnement gratuits. Les informations sont à transférer du site web à la page Facebook et à mettre à jour par la Direction de l'Artisanat.

(5) Bulletin d'informations OVOP

La Direction de l'Artisanat entendait promouvoir à l'avenir le Programme OVOP sur toute l'étendue du territoire Sénégalais. A cet effet, la publication d'un Bulletin d'informations OVOP a été faite en octobre 2012. Ses principaux thèmes concernaient les activités du Projet. En outre, il y fut décrit le cadre et le plan du programme.

Les publics ciblés à travers la publication de ce bulletin d'informations, en dehors des membres du Comité National et des Comités régionaux de Fatick et de Kaolack, sont les bailleurs, les autres structures gouvernementales et les Chambres de Métiers des autres régions. Durant le Projet, le Bulletin fut publié à quatre reprises au total.

3.6 Manuel de Procédures OVOP

Le Manuel décrit des actions concrètes pour mettre en œuvre le Programme OVOP au Sénégal. Le Manuel de Procédures était ouvert à aux modifications jugées appropriées, pour refléter les situations locales aussi bien que les besoins de ceux impliqués dans le Projet OVOP.

Ce Manuel a été élaboré durant le Projet et toutes les activités planifiées furent menées. La Direction de l'Artisanat a eu à accumuler beaucoup d'expériences relatives à ces activités. Pour un fonctionnement plus efficace et plus efficient du Programme OVOP, des discussions continues furent tenues depuis Mai 2012 pour la révision du Manuel de Procédures OVOP.

A travers les expériences des activités du Projet et de la vérification de la réalisation du Projet par l'Equipe d'Evaluation Finale, il devint clair que le Manuel de Procédures OVOP devait être révisé. La révision du Manuel de Procédures devait être prise en compte avec les points suivants afin que la Direction de l'Artisanat puisse continuer les activités futures; 1. Points considérables dans le processus de sélection, 2. Mise en place d'une marque OVOP et d'un groupe principal, 3. Continuation du suivi des groupements de producteurs appuyés par le Projet, 4. Obtention d'un budget afin de continuer les opérations de la Boutique OVOP et 5. Continuation à la participation à la FIDAK. Ajouté à ces points ci-dessus, il devait être pris en considération que le Manuel de Procédures OVOP pourrait être utilisé à l'avenir afin d'étendre le Programme OVOP en tant que souhait exprimé par le gouvernement du Sénégal.

En visant l'extension future du Programme OVOP dans tout le Sénégal, le Manuel de Procédures OVOP fut révisé et élaboré en tant que Ver. 4 en février 2014 tout en tenant compte des observations de la mission de l'évaluation finale. Les principales parties du Manuel de Procédures étaient axées sur le calendrier de l'ensemble des activités et du budget des activités et chaque activité en détail fut présenté dans l'Annexe.



Figure 7 Page de couverture du 1er Bulletin

Source: Equipe du Projet de la JICA

CHAPITRE IV : DISPOSITIONS POUR LE FUTUR

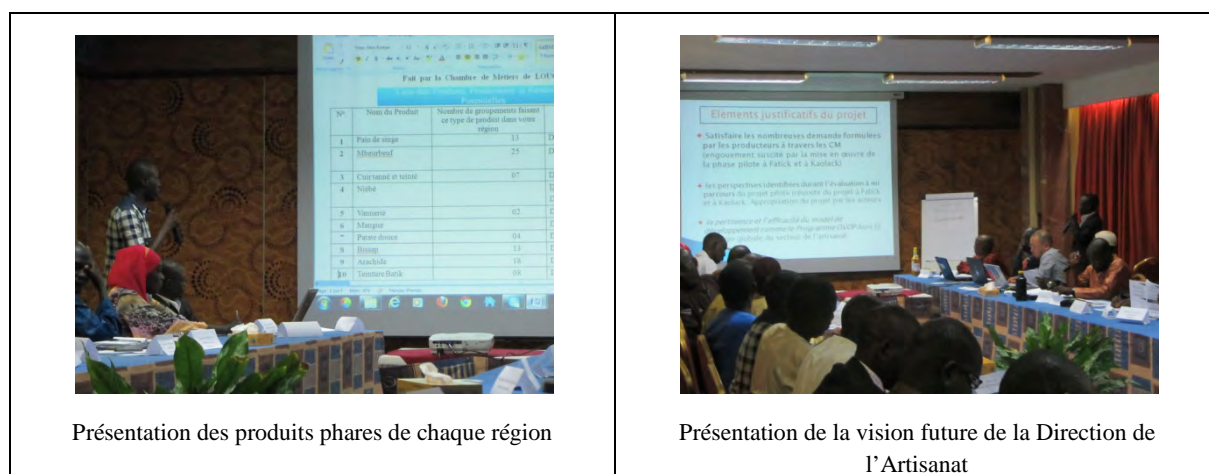
4.1 Séminaire National OVOP

Le Séminaire National a été organisé dans le but de partager les activités du Projet OVOP et de démarrer les préparatifs de l'extension du Programme OVOP dans les autres régions. Le 1^{er} Atelier a été tenu le 29 mai et le 2^{ème}, le 25 juin 2013.

Lors du Séminaire National OVOP, la satisfaction sur les réalisations des activités du Programme OVOP et l'espoir d'une extension du Programme dans les autres régions ont été exprimés. Au second Séminaire National OVOP, chaque Chambre de Métiers a fait l'exposé des produits locaux uniques de leur région respective. L'expansion des zones cibles a été prise en considération pour un impact positif sur la promotion des ventes à la Boutique OVOP.

En outre, la vision future sur l'extension du Programme OVOP a été partagée avec tous les participants. Le plan de la Direction de l'Artisanat était d'étendre les activités du Programme à travers le zonage. Selon la perspective de ce zonage, toutes les régions seront divisées en quatre zones conformément aux caractéristiques régionales et chaque zone devra jouer le rôle actuel de la Direction de l'Artisanat.

Etant donné que la Direction de l'Artisanat considère comme meilleure stratégie l'exécution des mêmes activités que celles actuelles du Projet OVOP, elle est en train de préparer progressivement et concrètement pour réaliser l'extension du Programme OVOP en se basant sur cette stratégie.



4.2 Etude sur les filières locales

En prenant en compte l'extension du Programme OVOP, d'amples informations sur les principaux produits locaux et les organismes apparentés étaient essentiels. De ce fait, des recherches supplémentaires sur les filières locales et la capacité des organismes apparentés ont été mises en œuvre afin de prendre en considération les problèmes et mesures de l'extension du Programme OVOP.

Les résultats de cette étude ont été partagés avec la Direction de l'Artisanat à travers une présentation. La présentation était axée sur l'extension et une utilisation efficace du budget actuel. Les commentaires de la Direction de l'Artisanat après la présentation sont résumés comme suit.

Tableau 14 Commentaires de la Direction de l'artisanat sur l'étude sur les filières locales

Point	Commentaire
Stratégies pour l'extension	Il était clair que la tenue des formations dans les Chambres de Métiers était raisonnable. Cependant, l'allocation d'une somme pour le déjeuner et le per diem aux producteurs serait nécessaire. A l'occasion de la FIDAK, l'allocation d'une somme pour le déjeuner et le per diem aux producteurs ne serait pas nécessaire vu qu'ils vont récolter des recettes à partir de leurs ventes.
	Une des stratégies proposée est "Cycle de trois ans". Dans cette optique, le succès du premier groupe est essentiel. Si le premier groupe n'enregistre pas de bons résultats, la méthodologie devra être reconsidérée.
Budget	Lors de la présentation, la réduction du budget était le sujet principal. Cependant, l'attention sur d'autres sources de budget s'avèrerait être une autre option.
	Il était clair que le budget actuel de 50 millions F CFA n'était pas suffisant. Au cas où les mêmes activités sont prévues, l'appui de bailleurs serait nécessaire. Sur la base de cette proposition, l'extension serait progressivement exécutée.

Source: Equipe du Projet de la JICA

La Direction de l'Artisanat a décliné sa position en prenant en considération à la fois sa propre proposition et celle de l'Equipe du Projet de la JICA dans la planification des concrètes futures activités. Dans un futur proche, la Direction de l'Artisanat a pris l'engagement de consolider le Programme OVOP dans les régions de Fatick et Kaolack afin que ces dernières puissent par elles-mêmes exécuter toutes les activités. Sur la base des expériences et du savoir de ces deux régions, l'extension du Programme OVOP va continuer.

La position principale de la Direction est d'exécuter les mêmes activités avec la même échelle budgétaire que celles actuelles du Projet OVOP.

La Direction de l'Artisanat n'avait pas de budget pour ce Projet au début, en 2013 (de janvier à décembre 2013), la Direction de l'artisanat s'est vue attribuer un budget pour la participation des homologues. La Direction de l'Artisanat veut bien continuer ce programme OVOP à l'avenir et elle va demander le budget pour le programme OVOP chaque année. Bien que les impacts directs au niveau institutionnel et politique ne soient pas encore vu, la volonté de la Direction de l'Artisanat de continuer le Programme OVOP a été clairement remarquée. La promotion et le renforcement des industries locales au Sénégal sont positionnés comme l'une des stratégies des plans en amont tels que le Document de politique économique et sociale (DPES), la Lettre de politique de développement du secteur de l'artisanat, etc. Si l'approche OVOP était officiellement mentionné dans le document politique, il pourrait y avoir plus d'impacte.

Les résultats de l'étude ont été utilisés pour prendre en considération la vision future du Programme OVOP qui a été présentée à l'occasion du Séminaire de Diffusion.

4.3 Séminaire de diffusion du Programme OVOP

Le Séminaire de Diffusion a été organisé dans le but de partager les activités, la méthodologie et les leçons du Projet OVOP et de préparer un plan concret de l'extension du Programme OVOP.

Au Séminaire de Diffusion, les Chambres de Métiers des autres régions et autres acteurs ont exprimé leur satisfaction quant aux réalisations des activités du Programme OVOP. Ajouté à cela, les autres Chambres de Métiers s'attendaient à l'extension du Programme OVOP.

En outre, la vision future sur l'extension du Programme OVOP a été partagée par la Direction de l'Artisanat. La Direction de l'Artisanat a concrètement commencé à élaborer un plan d'actions pour une extension progressive du Programme OVOP. En termes de budget, la Direction de l'Artisanat escompte

l'appui de structures nationales et d'autres bailleurs, la Direction a commencé à étudier la réduction du coût des activités en tant que l'une des possibilités, ce qui représenterait une étape réaliste pour l'extension du Programme OVOP. Des remarques ont été faites par les participants au séminaire, comment assurer la durabilité, comment avoir l'effet de synergie tout en impliquant les acteurs nationaux, régionaux, les bailleurs du fonds et les ONG etc. Et l'importance sur ces deux derniers a été également soulignée.

CHAPITRE V: RECOMMANDATIONS

(1) Considérations à prendre en compte dans la sélection des produits

Il faudra du temps pour que le programme Un Village, Un Produit (OVOP) soit largement reconnu à travers le Sénégal comme étant une activité de groupements de production qui contribue au développement régional. Il est important que le gouvernement du Sénégal initie la sélection continue des produits ou des groupements de production pendant la période du Projet OVOP. Dans ce processus de sélection, la sélection proprement dite n'est pas importante ; il serait crucial de soutenir les produits ou groupements de producteurs sélectionnés de manière spécifique. En d'autres termes, pour ce qui est des produits sélectionnés, la manière d'améliorer leur qualité, de soutenir les ventes et de mettre en place ce système devrait d'être prise en considération. Pour les groupements de producteurs sélectionnés, l'appui nécessaire pour renforcer la capacité des groupements de producteurs devrait être considéré.

Prenant en compte ces considérations, pour déterminer les groupements de producteurs et les produits devant être soutenus, une attention particulière doit être accordée à la capacité des structures d'appui (par exemple, les prestataires de services offrant des services en termes de formation et d'amélioration de l'emballage du produit), à la nature et au volume de l'appui et au budget mis en place par le gouvernement du Sénégal.

Si le nombre des groupements de producteurs à sélectionner devra être limité, des concertations plus spécifiques pourraient être entreprises avec chaque groupement de producteurs. Il sera ainsi possible de rechercher l'appui dont chaque groupement de producteurs a besoin le plus et d'y répondre de manière plus appropriée. Pour fournir les mêmes appuis aux groupements de producteurs dans l'avenir, le nombre d'individus à soutenir devra être débattu de fond en comble. Cependant, pour créer un cas de réussite, il faudrait avoir un nombre réduit de groupements de producteurs.

Ce faisant, alors que le nombre des activités devrait être maintenu, une attention particulière doit être accordée à la façon de déterminer le nombre d'individus cibles à appuyer et aux ressources à allouer.

(2) L'importance de sélectionner les ateliers pour les groupements de production et un bon prestataire de services commercial

Beaucoup de personnes interrogées lors des entretiens avec les groupements de producteurs OVOP dans le cadre de l'évaluation finale du Projet ont soutenu que les ateliers sur la gestion et le suivi furent les plus utiles parmi les appuis fournis dans le cadre du Projet. Le même prestataire de services commercial privé a animé une série d'ateliers dans le cadre du Projet et chaque groupement de producteurs y ayant participé a fortement apprécié ses services. Certains groupements ont fait savoir que ces ateliers ont été les plus utiles comparés à ceux auxquels ils ont participé antérieurement. Il faudra reconnaître dans l'avenir, que la sélection des programmes de formation pour les groupements de producteurs et celle d'un bon prestataire de services commercial demeurent cruciales.

Comme il a été décrit ci-dessus, il a été noté que la mise à disposition d'ateliers de formation de bonne qualité a joué un rôle majeur dans la cohérence et la capacité organisationnelles des groupements de producteurs. Il convient, toutefois de souligner qu'il était difficile pour les groupements de prendre en charge eux mêmes les coûts des ateliers vu qu'ils gèrent de petites entreprises. Les coûts requis pour la tenue des ateliers furent couverts par la JICA durant la période du projet. Il faudra, cependant, bien réfléchir sur les coûts nécessaires pour les bénéficiaires ainsi que le budget disponible à la Direction de l'Artisanat pour que le programme OVOP soit entièrement pris en charge par le gouvernement du Sénégal à l'avenir.

(3) Création de la marque d'OVOP et de groupements leaders.

Pour que le programme Un Village Un Produit (OVOP) s'enracine au Sénégal, il faudra construire la marque d'OVOP (l'image d'OVOP) créée par les groupements de producteurs qui ont connu le succès en accroissant les ventes de leurs produits grâce à l'appui qu'ils ont reçu et à la qualité des produits sélectionnés. Ce faisant, pour utiliser avec efficacité les ressources limitées et le budget du gouvernement, il faudra tenir en compte la capacité des groupements de producteurs et le nombre de groupements à cibler.

(4) Continuation et renforcement du suivi des groupements des producteurs appuyés dans le cadre du Projet

Pour que le gouvernement du Sénégal injecte de façon stratégique le montant approprié en termes de ressources et de budget, il faudra continuer à suivre les groupements de producteurs ayant bénéficié d'appui dans le cadre du Projet. Un tel suivi pourrait s'avérer efficace grâce à l'utilisation continue de la fiche de suivi des activités des producteurs élaborée en mai 2013, et que les deux véhicules fournis par la JICA soient affectés à la Direction de l'Artisanat afin de continuer à suivre les activités du projet. En outre, un nouveau mécanisme du système de suivi devrait être envisagé dans le but de promouvoir la collaboration entre les groupements de production ayant reçu des appuis dans le projet et d'assurer le transfert des compétences acquises aux autres groupements.

(5) Gestion de la Boutique OVOP

1) Assurer des ressources financières pour maintenir la boutique

La Boutique OVOP joue un grand rôle non seulement en tant que centre de ventes à Dakar mais également comme point de collecte d'informations utiles pour l'amélioration des produits à travers la prise en compte des avis des clients. La gestion continue de la Boutique OVOP requiert une réflexion sur l'assurance des ressources stables permettant la couverture des charges d'exploitation. De façon plus particulière, il serait nécessaire de penser à la délocaliser vers des zones dont le loyer est moins cher tout en introduisant un système de couverture des charges par les groupements de producteurs (système de prise en charge des coûts par les usagers). Il convient également de réfléchir à la manière de trouver des sources de revenu supplémentaires pour compenser les charges requises.

2) Sélection du personnel

On peut affirmer que l'ouverture de la Boutique OVOP a permis aux producteurs de bien comprendre les besoins des consommateurs et les problèmes auxquels les groupements de producteurs eux-mêmes sont confrontés. Ceci a été rendu possible grâce au contact établi avec les consommateurs durant leurs activités commerciales. Les informations collectées à travers les activités commerciales comprennent les informations directes, telles que les caractéristiques des marchés au Sénégal, les préférences des consommateurs, et les différents coûts de main d'œuvre, de distribution, d'achat de stock et de matières premières. Pour obtenir ces informations utiles, il serait important de sélectionner des individus qui comprennent le Projet et le rôle important que la Boutique OVOP joue dans les activités commerciales des producteurs. Il serait également important de désigner des individus pour la collecte régulière d'informations commerciales tout en assurant le travail de restitution à l'équipe du Projet et aux homologues.

3) Prix

Il a été révélé que la plupart des producteurs n'ont fixé que des prix de détail et pas des prix en gros. Il a été illustré qu'une certaine échelle d'économie n'avait pas fonctionné dû au fait que les membres des groupements de production ne maîtrisaient pas les coûts et le seuil de rentabilité ou faisaient une production à faible échelle. Par conséquent, ils ont obtenu de petites marges bénéficiaires et maintenu des mécanismes de production et de gestion qui ne permettent pas la vente en gros. Prenant en compte

ces conditions, pour améliorer les capacités des groupements de production, le Projet a mis à disposition une série d'appuis au renforcement de capacités et de la commercialisation.

Bien que les membres de beaucoup de groupements de producteurs aient affirmé qu'environ 90% des prix de détail ont été le résultat des négociations relatives aux ventes à la Boutique OVOP, il est généralement très difficile de trouver un acheteur en gros se procurant cette proportion. L'amélioration de la qualité est sans doute abordée par rapport aux produits. Cependant, il est important de fixer un prix approprié pour les acheteurs et pour un certain volume d'affaires afin de garantir la rentabilité au sein des groupements de producteurs.

(6) Participation continue à la FIDAK

Les impacts de la Boutique OVOP et de la FIDAK ont été notés sur l'accroissement des canaux de ventes et du volume de ces dernières lors de l'évaluation finale du Projet. Il est souhaitable de continuer à servir les produits OVOP sélectionnés à la FIDAK. Néanmoins, servir ces produits ne devrait pas se limiter aux expositions d'OVOP. Cela doit se faire lors d'expositions dans chaque Etat tout en tenant compte de l'efficience. Ainsi, la Direction de l'Artisanat devra discuter avec chaque Etat et entreprendre des actions. Il faudra également estampiller les produits OVOP avec le logo OVOP pour qu'ils se distinguent des autres produits durant les expositions dans n'importe quel pays.

(7) Utilisation des connaissances accumulées dans le cadre de l'étude sur les filières locales

La faisabilité de la diffusion du programme OVOP à travers le pays a été remarquée lors de l'Etude sur les Filières Locales. Il a été également démontré que l'extension du programme OVOP aux autres régions serait réalisable si sa mise en œuvre serait faite pas à pas sur la base de la version 4 du Manuel de Procédures OVOP, même avec le volume du budget et les ressources humaines actuellement disponibles. Il a été suggéré que pour une diffusion du programme OVOP à l'échelle nationale, le gouvernement du Sénégal devrait envisager et mettre en œuvre les cinq stratégies suivantes, qui ont été élaborées sur la base des conclusions de l'Etude sur les Filières Locales:

1. Etendre le programme à travers le pays sur trois ans, comme étant un cycle,
2. Organiser des formations sous la houlette de la Direction de l'Artisanat,
3. Mettre en œuvre le programme OVOP sur l'initiative de la Direction de l'Artisanat,
4. S'assurer de la couverture des coûts par les bénéficiaires parmi les groupements de producteurs, et
5. Mettre en place progressivement un comité OVOP.

(8) Activités recherchées pour une extension à l'échelle nationale

La couverture des coûts par le gouvernement du Sénégal et les groupements de producteurs OVOP a fait l'objet de discussions. Il semble évident, d'après les résultats du Séminaire National OVOP, que le gouvernement du Sénégal sera sollicité pour offrir les mêmes services aux autres régions dans un futur proche. Pour étendre le programme OVOP à l'échelle nationale, en termes de budget, la Direction de l'Artisanat devra continuer à l'obtenir du gouvernement pour le déroulement des activités. Relativement aux compétences et aux questions pratiques, le Manuel de Procédures a été révisé pour prendre en compte l'extension à l'échelle nationale, et des recommandations ont été formulées pour l'extension future du Projet au niveau national. Il a été suggéré que le gouvernement du Sénégal devrait utiliser ces ressources de façon efficace et étendre le programme à travers tout le pays de manière plus adéquate.

La Direction de l'Artisanat, en tant que siège d'OVOP, a été stable sans aucun changement en termes de ressources humaines depuis le début du Projet. On peut s'attendre de fort belle manière au maintien du programme OVOP avec le même personnel à la fin du Projet, et également au maintien du même

siège pour abriter le programme Un Village, Un Produit (OVOP). Par ailleurs, il est prévu que les activités comme la sélection du troisième cycle du programme OVOP en 2014 seront maintenues dans les deux régions (Fatick et Kaolack) après la fin du Projet. Il est également prévu que les activités seront progressivement étendues aux autres régions après 2015. La Direction de l'Artisanat devrait gérer l'ensemble du programme en tant que siège d'OVOP et déléguer de façon appropriée une partie de ses fonctions aux Chambres de Métiers de chaque région.