



**- International Fund for Agricultural Development –  
- Repérer et partager l'innovation en Afrique de l'Ouest et du Centre –**

**- Nug tum bonlsé bé yond, micro-entreprises rurales -**

**I- Contexte :**

**1. Nom de l'innovation:**

Organisation des Micro-entreprises rurales du Centre-Est autour du point de vente en Association régionale des Micro-entreprises rurales du Centre-Est « Nug tum bonlsé bé yond »

**2. Pays - Région:**

Burkina Faso – Afrique de l'Ouest

**3. Organisation:** - Projet d'Appui aux Micro-Entreprises Rurales

**4. Qui est l'innovateur?** - l'Antenne Local de Tenkodogo du Projet d'appui aux Micro-Entreprises Rurales (MER)

**5. Acteurs impliqués:**

Les promoteurs des Micro-Entreprises Rurales du Centre-Est

**6. Date de lancement:**

Décembre 2006

**7. Type d'innovation:**

-Institutionnelle

**II- Concepts clé :**

**8. Résumé :**

Les promoteurs des Micro-Entreprises Rurales du Centre-Est appuyés par le PAMER, ont été accompagnés à mettre en place une organisation qui puisse les permettre de se prendre en charge après le projet. Des ateliers ont été organisés par province et pour permettre aux promoteurs de MER d'identifier les avantages et les risques que présentait l'option de s'organiser, d'identifier la forme de l'organisation à mettre en place de proposer un contenu aux textes réglementaires et enfin de choisir les membres dirigeants.

Puis un atelier régional a permis d'adopter la forme de l'organisation, de finaliser les textes règlementaires et d'élire le Bureau Exécutif Régional.

**9. Quels problèmes cette innovation cherche-t-elle à résoudre ?**

Cette organisation vise à :

- améliorer la circulation de l'information entre les MER et avec les partenaires techniques et financiers dont le PAMER ;
- aux MER d'exprimer leurs besoins et difficultés ;
- d'envisager des commandes de matières premières et intrants ainsi que des ventes groupées ;
- aux MER de garder des repères après la clôture du PAMER ;
- aux MER d'échanger leurs expériences et d'améliorer ainsi la qualité de leurs produits;
- aux MERs de prendre en compte les complémentarités qui existent dans leurs activités ;
- d'augmenter les ventes des produits des MER par le biais entre autre du point de vente mais aussi des commandes qu'ils pourront passer entre eux ;

**10. Facteurs de succès pour la réplication:**

- Implication des acteurs dès la base,
- Choix du type de l'organisation par les acteurs,
- Participation des acteurs à l'élaboration des textes fondamentaux,
- Choix du nom de l'association,
- Mise en place des organes de décision sans implication des cadres de l'antenne.

### 11. Principaux résultats:

- Les ventes groupées issues des missions des prospections,
- Les tenues des assemblées provinciales et régionales,
- L'amélioration de la circulation de l'information.

### 12. Groupe cible:

- toutes les Micro-entreprises rurales du Centre-est (des 4 groupes de filières : transformations des produits de l'agriculture, de la pêche et de la cueillette, artisanat, petit commerce, prestation de service),
  - Jeunes, Femmes,
  - Groupe de femme,
  - Hommes.

### 13. Difficultés rencontrées:

### 14. Aspects financiers :

Les charges suivantes ont permis la conduite de cette expérience :

- prise en charge d'un consultant,
- prise en charges des MER pour les ateliers (transport, hébergement et restauration).

Les bénéfices sont :

- les MER se connaissent de plus en plus,
- des ventes groupées sont réalisées par les MER,
- partages d'expérience entre les MER,
- amélioration de la qualité des produits des MER
- organisation de prospection commerciales et de manifestation de promotion commerciale.

## III- Aspects technique :

### 15.

1. Elaboration des TDR
2. Choix d'un consultant
3. Organisation des ateliers provinciaux,
4. Tenue des ateliers provinciaux
5. Rédaction du rapport et des textes fondamentaux
6. Organisation de l'atelier régional
7. Tenue de l'atelier régional
8. Mise en place des organes,

## IV- Suivi :

1. Réunion des bureaux provinciaux
2. Réunions des sections provinciales
3. Réunion du bureau régional
4. Assemblée générale
5. Rencontre périodique du bureau avec les cadres de l'antenne,

### 16. Contacts clé:

| Nom                                     | Organisation  | Email  |
|---|---|--|
| KONKOBO Z Modeste<br>(Cadre commercial) | Projet d'Appui aux Micro-Entreprises<br>Rurale : Antenne de Tenkodogo | <a href="mailto:modeste_konkobo@yahoo.fr">modeste_konkobo@yahoo.fr</a> |
| BILA K Nasser                           | Consultant  | <a href="mailto:bilanasser@yahoo.fr">bilanasser@yahoo.fr</a>           |

### 17. Lien Internet:

-

### 18. Documents clé: (Nom du document + lien ou Contact ou Coordonnées) -