

SUMBALA - L'entrepreneuriat des femmes rurales pour des systèmes alimentaires locaux innovants

RAPPORT FINAL



Septembre 2024

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	3
1. PRESENTATION DES OBJECTIFS ET RESULTATS ATTENDUS	3
2.1. Objectifs de la formation.....	3
2.2. Les résultats attendus de l'atelier	3
2. METHODOLOGIE, CIBLES ET ACTEURS	4
3.1. Méthodologie.....	4
3.2. Cibles et acteurs de mise en œuvre du projet	5
3. ACTIVITES DE RENFORCEMENT DES CAPACITES REALISEES	7
5.1. Analyse participative des besoins de formation des coopératives.....	7
5.2. Atelier 1 : Planification des activités de formation	8
5.3. Atelier 2 : Capacitation des coopératives de transformation des Produits Forestiers Non Ligneux.....	9
5.4. Organisation d'une mission de suivi-évaluation participatives des actions des coopératives.....	12
5.5. Organisation d'un atelier d'évaluation et de renforcement des acquis des sociétés coopératives bénéficiaires du projet	14
4. MISE EN ŒUVRE DU PLAN D'INVESTISSEMENT DU PROJET	19
5. ANALYSE DE L'IMPACT DES FORMATIONS SUR LA VIE DES COOPERATIVES	22
5.1. Amélioration de la gouvernance et du management et des coopératives	22
5.2. Augmentation de l'accès au marché et de la visibilité des entreprises	22
5.3. Renforcement du réseautage et de la collaboration.....	22
5.4. Renforcement des capacités des acteurs dans la recherche du financement.....	23
5.5. Impact de la mise en œuvre du plan d'investissement du projet	23
6. PERSPECTIVES DE DURABILITE DE PROJET	23
CONCLUSION.....	25

INTRODUCTION

Le Burkina Faso fait partie de l'une des pays de l'Afrique les plus vulnérables au changement climatique. Une vulnérabilité liée à la dépendance de sa population rurale à une agriculture pluviale fragilisée par de multiples contraintes structurelles, notamment la variabilité interannuelle et inter saisonnière des précipitations, l'érosion de la fertilité du sol et les difficultés d'accès aux intrants et services agricoles. (Albert et Springer 2004). Les cultures vivrières, piliers de la sécurité alimentaire des ménages ruraux, voient leur productivité déjà très faible, baisser davantage sous l'effet de l'exacerbation de certains phénomènes climatiques extrêmes. Afin, de réduire cette vulnérabilité, des entreprises locales sont construites autour de l'exploitation des Produits Forestiers Non ligneux (PFNL). Cette nouvelle chaîne de valeur occupe essentiellement des Femmes rurales qui impulse un nouveau type de leadership au niveau des communautés locales.

Cependant, malgré la volonté manifeste des actrices de cette chaîne de valeur, l'impact socio-économique des activités de d'exploitation et de transformation reste en deçà des attentes. Cet état de fait est tributaire à l'incapacité des acteurs locaux à intégrer des innovations techniques, économique et organisationnelle au sein de leurs entreprises. Dans ce sens, des actions visant à promouvoir un renforcement de capacité des acteurs des entreprises locales suivant les objectifs d'amélioration des performances sont essentielles. C'est dans ce contexte que le Réseau MARP-Burkina et l'Université Libre d'Amsterdam œuvrent à la capacitation des sociétés coopératives de transformation des Produits Forestiers Non Ligneux (PFNL). Ces initiatives sont développées dans le cadre du programme Orange OKP TMT+. Ainsi, en 2022, la mise en œuvre du projet OKP TMT+ "Vers une sécurité alimentaire et nutritionnelle des femmes rurales et de leurs familles au Burkina Faso" a été mise en œuvre et a donné des résultats satisfaisants. En 2023, sur la base des acquis de ce dernier, une nouvelle proposition a été approuvée par le partenaire technique et financier Nuffic : le projet SUMBALA « L'entrepreneuriat des femmes rurales pour des systèmes alimentaires locaux innovants ».

Le présent rapport final fait le point des réalisations majeures du projet et leurs impacts sur la vie des coopératives bénéficiaires.

1. PRESENTATION DES OBJECTIFS ET RESULTATS ATTENDUS

2.1. Objectifs de la formation

Le projet vise à combler les lacunes en matière de connaissances et de compétences liées à l'esprit d'entreprise et aux modèles d'entreprises durables des coopératives des régions du Nord et du Centre Ouest du Burkina Faso. Cela est nécessaire pour renforcer le leadership des femmes, le développement de stratégies locales pertinentes pour construire des chaînes de valeur résilientes, et l'utilisation des TIC pour améliorer la productivité et la commercialisation des produits locaux. Aussi, le projet ambitionne de fournir aux coopératives des connaissances sur la manière de créer des liens efficaces entre les entrepreneurs et les technologues, les investisseurs potentiels et les diverses sources et initiatives de financement.

2.2. Les résultats attendus de l'atelier

Les principaux résultats attendus de la formation sont les suivants :

- Le leadership des responsables des coopératives bénéficiaires est renforcé
- Les coopératives sont capables de développer des stratégies locales pertinentes pour construire des chaînes de valeur résistantes,
- Les coopératives utilisent les TIC et la numérisation pour améliorer la productivité et la commercialisation des produits locaux.
- Les coopératives maîtrisent les approches de communication efficace et les compétences de coordination et le positionnement des produits locaux
- Les coopératives comprennent les alternatives pour l'accès au financement et à d'autres ressources.

2. METHODOLOGIE, CIBLES ET ACTEURS

3.1. Méthodologie

La méthodologie développée au cours de la mise en œuvre de ce renforcement des compétences était constructive, dynamique, et inclusive. Elle a suivi les étapes ci-après :

1. Analyse participative des problèmes par le biais d'une mission organisée par le Réseau MARP pour échanger avec chaque coopérative. Ces visites aux sociétés coopératives bénéficiaires du projet a permis d'apprécier le niveau de réinvestissement des acquis des formations précédents, d'évaluer les besoins en capacitation et de définir des orientations pertinentes pour le premier atelier de formation.
2. L'organisation d'un premier atelier de formation à Tamalé au Ghana avec pour objectif (1) le renforcement des capacités du personnel du réseau MARP et des premiers responsables des sociétés coopératives sur les outils innovants de promotion de leurs activités et (2) la planification des activités prévues dans le cadre du projet. Ce premier atelier a été organisé au Ghana en raison de la situation sécuritaire au Burkina qui ne permettait pas aux experts de l'Université Libre d'Amsterdam de séjourner au Burkina Faso.
3. L'organisation d'un deuxième atelier de formation au Burkina Faso (à Réo) animé par divers experts mobilisés par le Réseau MARP en présentiel et les Experts de l'Université Libre d'Amsterdam en ligne. Ce deuxième atelier avait également pour objectif le renforcement des capacités entrepreneuriales des responsables des coopératives des femmes dans la gestion des coopératives PFNL. Il a permis une représentation plus large des coopératives.
4. A la suite des deux ateliers, après plusieurs mois de réinvestissement des acquis de ces formations par les coopératives et en préparation d'un troisième atelier, le Réseau MARP a effectué une mission d'évaluation auprès des coopératives pour : (i) Evaluer les activités réalisées par les coopératives sur la base des connaissances acquises lors des ateliers précédents, (ii) Apprécier les effets et impacts de la mise en œuvre du plan d'investissement, (iii) Evaluer les contraintes rencontrées par les acteurs, (iv) Analyser les besoins en capacitation pour le prochain atelier et (v) Co-réfléchir sur les stratégies de durabilité des acquis de la formation.

5. L'organisation d'un troisième et dernier atelier pour apprécier avec l'ensemble des acteurs et des bénéficiaires les acquis des activités entreprises dans le cadre de ce projet et d'autre part, et faire un recyclage des bénéficiaires sur les thématiques non encore suffisamment maîtrisés par les coopératives.

La méthodologie développée était aussi active. L'approche de la formation et le matériel d'étude de cas concernaient spécifiquement les problèmes des agricultrices locales et des groupes d'agricultrices. L'objectif ultime de ces formations était de mettre l'accent sur les petites productrices, car elles sont essentielles à la sécurité alimentaire et à l'alimentation de leurs familles. Elles sont vulnérables et particulièrement exposées à l'analphabétisme et au manque d'éducation.

Notre objectif commun est de contribuer à l'ODD 4 sur l'éducation inclusive en créant une opportunité d'apprentissage pour les productrices locales, ce qui les aidera à mieux gérer leurs entreprises. Cette approche a permis une interaction dynamique entre les apprenants et les experts dans une dynamique du donné et du recevoir. Au cours des deux derniers ateliers de formation, les différentes thématiques ont été développées principalement par des experts locaux avec l'appui technique et méthodologique des partenaires de l'Université libre d'Amsterdam.

3.2. Cibles et acteurs de mise en œuvre du projet

Le projet a bénéficié en premier lieu aux personnels du Réseau MARP-Burkina qui ont vu leurs capacités renforcées en matière d'organisation et d'animation de formation au profit de coopératives intervenant dans le secteur des PFNL et aussi en matière d'accompagnement de ces coopératives à long terme.

Les coopératives de transformation des Produits Forestiers non Ligneux, partenaires locaux du Réseau MARP Burkina, ont été les cibles privilégiées de cette action. Les participants aux formations sont en majorité des représentants des coopératives de femmes évoluant dans les différents secteurs de PFNL dont la production et transformation du beurre de karité, des feuilles et poudre de moringa, des produits phytosanitaires biologiques, du soubala, de l'huile et du savon à base de PFNL.

Liste et activités des 17 coopérations cibles :

N°	Coopérative	Principales activités
Province du Passoré		
1	Union Zemstaaba de Gomponsom	• Production du beurre de karité • Production d'huile de Neem • Achat/ vente des amendes de Karité
2	Association Lagem-Taaba des Femmes d'Arbollé	• Production de beurre de karité et d'huile de balanités • Production de savon de beurre de karité, de balanités et de Neem.
3	Coopérative SONGTAABA YARSI	• Production de beurre de karité • Production du Soubala

4	Coopérative Kiswendesida de Loungo	• Production de beurre de karité • Production de miel • Production de pépinière
5	Groupeement TEEGA-WENDE de Yako	• Production de savon à base d'huile de néré • Production de savon à base de beurre de Karité
Province du Zondoma		
6	Société coopérative NAAMZOODNOMA de Gourcy	• Transformation de beurre de karité en savon • Transformation de l'huile de Neem et balanités en savon
7	Société coopérative WENDLAPANGA de Gourcy	• Gestion d'un Kiosque de vente de PFNL • Transformation et commercialisation de Zamnè, Tisane, Moringa • Production de jus de balanités
8	Société coopérative ZOODNOMA de Gourcy	• Production de pommade à base de PFNL • Production de savon liquide et en boule
9	Société coopérative NABONSWENDE de Gourcy	• Production du Soumbala • Production de beurre de karité • Production de farine infantile à base de produits locaux • Production de Zamnè
10	Société coopérative SOMKIETA de Gourcy	• Transformation et commercialisation du Zamnè • Transformation de l'acacia précuit
Province du Sanguié		
11	UGF /CDN - Filière Karité de Réo	• Collecte des amendes de karité/ Transformation beurre de karité / Commercialisation du beurre de karité Biologique
12	Société coopérative SONO NYEE de Kyon	• Production de beurre de karité / Production de Soumbala / Promotion de jardins nutritifs
13	UGF /CDN - Filière Moringa de Réo	• Promotion de jardin de Moringa / vente des feuilles de Moringa / vente poudre de Moringa
14	Société coopérative de ZHE NA NYE de Didyr	• Promotion de jardin de Moringa / Production des feuilles de Moringa/ Production et vente de poudre de Moringa
15	Société coopérative de UCP/PFNL de Dassa	• Production de l'huile de balanites / Collecte et vente de feuille de balanités/ Production de savon à base de balanités
16	UGF/CDN - Filière Soumbala de Réo	• Production et commercialisation du Soumbala en boule Soumbala en cube
17	Société coopérative de SONO NYEE de Kyon	• Production et commercialisation du Soumbala en boule

3. ACTIVITES DE RENFORCEMENT DES CAPACITES REALISEES

5.1. Analyse participative des besoins de formation des coopératives

Dans le cadre de la préparation de la mise en œuvre des activités du projet SUMBALA, l'équipe du Réseau MARP Burkina a effectué, du 16 au 29 octobre 2023, une mission d'évaluation auprès de chacune des dix-sept (17) coopératives cibles du projet (cinq (05) coopératives dans la province du Zondoma, cinq (05) coopératives dans la province du Passoré et sept coopératives dans la province du Sanguié)

L'objectif général de ces visites était d'apprécier le niveau de réinvestissement des acquis des formations réalisées dans le cadre du projet OKP TMT "Vers la sécurité alimentaire et nutritionnelle des femmes rurales et de leurs familles au Burkina Faso" en 2022 et d'évaluer les nouveaux besoins à prendre en compte dans la mise en œuvre du projet Sumbala.

En termes d'impact, il ressort que le projet OKP TMT "Vers la sécurité alimentaire et nutritionnelle des femmes rurales et de leurs familles au Burkina Faso" a eu des impacts positifs de plusieurs ordres sur les coopératives bénéficiaires :

- Une meilleure compréhension de l'intérêt d'élaborer des plans d'actions et une bonne connaissance de la méthodologie d'élaboration ;
- Une nette amélioration de la visibilité des coopératives et leurs produits grâce à l'utilisation des réseaux sociaux et des radios locales ;
- De nouvelles relations partenariales entre les coopératives et au-delà un réseautage ;
- Une diversification des activités/productions grâce au partage d'expériences entre des coopératives évoluant dans plusieurs secteurs des PFNL ;
- Une amélioration de l'accès au marché à travers les mini foires organisées et le développement de différentes stratégies de vente ;
- Une meilleure connaissance de différentes opportunités de financement qui s'offre aux coopératives au niveau locales.

En termes de besoins à prendre en compte dans la mise en œuvre du projet SUMBALA, les entretiens avec les coopératives ont permis de dégager des perspectives suivantes de renforcement de leurs capacités :

- L'approche filière : Les filières des PFNL, les acteurs et leurs rôles, les opportunités et contraintes du marché, le mécanisme de fixation des prix afin de mieux s'investir dans la collecte et les ventes groupées des PFNL, l'équité dans la filière ;
- Le partenariats multi acteurs dans le domaine des PFNL ;
- Le renforcement des capacités en marketing digital ;
- Le renforcement des capacités en gestion administrative et financière ;
- Le renforcement du réseautage et des échanges entre les coopératives et entre elles et les acheteurs et fournisseurs ;
- Le montage de micro-projets et la recherche de partenariat ;
- L'appui à la réalisation d'émissions radio ;
- L'appui à l'organisation des Foires PFNL en marge des ateliers de formation ;

- Le renforcement de leur niveau d'équipement : on note une disparité des équipements des coopératives, en fonction de la nature de la production et du niveau d'évolution ; Les coopératives qui ont déjà bénéficié d'un appui ont un niveau d'équipement plus élevé.



5.2. Atelier 1 : Planification des activités de formation

Pour lancer la mise en œuvre du projet SUMBALA, les parties prenantes du projet se sont réunis du 13 au 18 Novembre 2023 à Tamalé au Ghana pour un atelier de planification des activités du projet. Cet atelier a réuni le personnel du Réseau MARP-Burkina, les membres des coopératives, les experts locaux du Burkina Faso, du Mali et du Ghana ainsi que les partenaires de l'Université Libre d'Amsterdam et de Nuffic.

Cet atelier a permis de peaufiner le plan de travail et le budget des activités, de réfléchir sur les stratégies innovantes de communication et de réaliser le plan d'investissement du projet. Les rencontres initiées en marge de cet atelier à l'Université de Développement de Tamalé et au Coopératives de production de beurre de Karité ont permis l'apprentissage mutuel et une mise en relation entre les coopératives du Burkina et du Ghana.

5.3. Atelier 2 : Capacitation des coopératives de transformation des Produits Forestiers Non Ligneux



Cet atelier de formation a eu lieu du 13 au 16 Décembre 2023 dans la commune de Réo (province du Sanguié). L'objectif de cet atelier était le renforcement des capacités entrepreneuriales des responsables des coopératives. De façon spécifique, l'atelier a consisté à former les participants sur les thématiques suivants :

- L'esprit d'entreprise ;
- Echanges sur les réussites des coopératives cibles ;
- Commercialisation et marketing des PFNL ;
- L'utilisation des technologies (numériques) pour booster les performances de leurs entreprises.
- Amélioration/création de partenariats et des réseaux entre coopératives PFNL.

Cet atelier a réuni différents groupes d'acteurs dont : Les représentants des coopératives (PFNL) des provinces du Sanguié, du Passoré et du Zondoma, le personnel et les membres du Bureau Exécutif (BE) du Réseau MARP-Burkina, les autorités de la province du Sanguié pour l'ouverture de l'atelier, les acteurs de la communication des trois provinces d'intervention, les experts locaux et ceux de L'université libre d'Amsterdam.



Au cours de cet atelier six (06) centres d'intérêt ont été abordés avec les participants :

Session 1 : Gestion administrative et financière d'une coopérative des PFNL

Au cours de la session, les participants ont bénéficié des connaissances sur la gestion réussie d'une coopérative de PFNL, les avantages de la planification des actions de la coopérative ainsi que les outils et les approche de planification des actions. Elle a été animée par M. Issiaka SAWADOGO, Président du Réseau MARP-Burkina. De façon spécifique, cette session a abordé les aspects suivants :

- Gestion administrative d'une coopérative
- Planification budgétaire et technique des activités d'une coopérative
- Elaboration du bilan d'une coopérative

- Gestion comptable simplifiée d'une coopérative
- L'élaboration d'un compte d'exploitation

Cette session a été ponctuée d'exercice pratique en travaux de groupe et des exposés en plénière. Toutes choses qui ont permis une meilleure appropriation du contenu par les participants.

Session 2 : Promotion des PFNL et gestion de l'environnement

Ce module avait pour objectif de renforcer le leadership des femmes sur la gouvernance des ressources naturelles afin d'allier exploitation des PFNL et gestion de l'environnement pour une pérennité de leurs activités. La session a été animée par Monsieur Adama Kalmogo, Directeur provincial en charge de l'environnement et commandant des eaux et forêts du Sanguié. Ce panel a aussi bénéficié de l'appui technique de l'Expert local, M. Mathieu OUEDRAOGO. Lors de ce panel plusieurs points ont été abordés dont :

- L'importance des PFNL au plan alimentaire, économique et social
- Un aperçu des PFNL et leurs modes d'exploitation
- Les bonnes pratiques d'exploitation des PFNL afin d'assurer la protection et la régénération de l'environnement
- Les bonnes actions à engager pour une bonne gouvernance des ressources forestières.

Cette session a été animée par des cas concrets de gestion réussie de l'environnement. Les coopératives ont aussi saisi l'occasion pour présenter leurs expériences en matière de gestion des ressources naturelles. Des échanges ont aussi eu lieu sur les mécanismes de renforcement de la collaboration des coopératives avec les services techniques de l'environnement.



Session 3 : Formation des coopératives sur Les filières des PFNL, les acteurs de la chaîne de valeur et les normes de transformation des PFNL.

Le développement de ce module a été assuré par M. BAHIOU BATIONON, Coordonnateur de l'UGF/CDN. Au cours de sa présentation, le formateur a tout d'abord souligné que l'accès au marché au niveau local, national et international, est fonction du respect des normes de qualité dans les différentes chaînes de production des PFNL. Ainsi lors de cette présentation les différents acteurs qui interviennent dans les différentes chaînes de valeur des PFNL ont été présentés. Les différents rôles de chaque acteur ont été présentés et discutés avec les participants. Aussi, cette session s'est

appesantie sur les bonnes pratiques de collecte et de traitement des produits forestiers non ligneux et en particulier les noix de karité. En outre, une description des circuits de distribution a fait longuement l'objet de discussion avec les participants. Enfin lors de cette séance, un film documentaire sur les différentes étapes et les normes de production du beurre de karité a été présenté. Ce film a été très bien apprécié par les participants du fait des multiples leçons tirées.

Session 4 : Marketing digital et accès au marché pour la promotion des PFNL

Cette session avait pour objectif d'initier ou/de renforcer les capacités pratiques des participants sur (i) l'importance de la présence en ligne pour la promotion des PFNL, (ii) la création d'une page Facebook, (iii) la configuration WhatsApp business, (iv) utiliser efficacement Facebook et WhatsApp pour promouvoir les produits et (v) poster du contenu sur les différentes plateformes digitales.

Regrouper en travaux de groupe, les participants se sont familiarisés à la création d'une page Facebook professionnel avec les noms de leurs coopératives. Ensuite les participantes ont bénéficié d'un appui pratique pour l'animation de ces pages Facebook et surtout de l'interaction qu'il pourrait faire avec les clients. Après cette étape les participants ont été formés sur la création et l'animation d'un compte WhatsApp Business et sa mise en relation avec le compte Facebook professionnel.

Session 5 : Opportunités et contraintes du marché, le mécanisme de fixation des prix et l'organisation des ventes groupées des PFNL

Le développement de ce module a été assuré par M. YAMEOGO Basile (Economiste-planificateur). Au cours de sa présentation, le formateur a tout d'abord abordé les contraintes de financement de la chaîne de valeur des PFNL. En outre, une description des PFNL, des principaux acteurs des PFNL et des circuits de distribution ont été les sujets d'échanges avec les participants. Aussi les critères et paramètre à prendre en compte pour la fixation des prix des produits et l'organisation des ventes groupées des produits PFNL ont longuement été discuté avec les participants. Ce fut un temps riche en partage d'expérience et d'enrichissement mutuel. Enfin cette présentation a fait le point des potentielles opportunités de financement des PFNL dans les trois provinces respectives.

Session 6 : Communication radios et accès au marché des PFNL

Ce module a été animé par Monsieur Jean Arnaud SAWADOGO, Directeur de la radio « Femmes et développement » de Arbollé. Au cours de la session, l'animateur a échangé avec les participants sur la contribution des radios communautaires dans la visibilité de leurs actions et la promotion des produits. Aussi, cette session a permis aux coopératives des trois localités de cerner les différents types d'émissions radios, les mécanismes de partenariats avec les radios et les outils d'animation d'une émission radios.

Des différentes interventions, on retient que cette session a constitué réellement un cadre de partage d'expérience en matière de communication radio. Afin de concilier la théorie et la pratique, une séance d'enregistrement d'émissions radio a été réalisée par provinces. Au total trois (03) émissions radios ont ainsi été enregistrées lors de l'atelier et permettront aux acteurs locaux de présenter leurs groupements, et leurs produits. Ces enregistrements seront diffusés dans les provinces d'intervention.

Elaboration d'un plan d'action de chaque coopérative

Afin de favoriser un réinvestissement des acquis de la formation dans les différents secteurs d'activité des coopératives, des travaux de groupe ont été organisés pour que chaque coopérative élabore son plan d'action trimestriel. Cette séance a été aussi un temps d'approfondissement des réflexions sur les actions à entreprendre dans les prochains mois.

Il est important de noter que les Experts de l'Université Libre d'Amsterdam ont participé de bout en bout à la formation par visioconférence et ont ainsi pu apporter de précieuses contributions aux échanges sur les différentes thématiques abordées.

L'évaluation de la formation fait ressortir une grande satisfaction des participants. En effet, les résultats de cette évaluation montrent que la formation a atteint largement ces objectifs et a permis de combler réellement un manque au niveau des actrices. On note également une grande satisfaction de la qualité de l'organisation et surtout de la pertinence des thématiques développées en lien avec les préoccupations des coopératives.

5.4. Organisation d'une mission de suivi-évaluation participatives des actions des coopératives

Afin de s'assurer de la valorisation effective des acquis de la formation et apporter un accompagnement aux coopératives dans la mise en œuvre de leurs activités en lien avec les thématiques abordées

pendant la formation, une mission de suivi évaluation a été réalisée par le Réseau MARP auprès des bénéficiaires de la formation. Cette mission, qui a eu lieu du 17 au 22 juin 2024, avait pour objectif général d'apprécier le niveau de réinvestissement des acquis de l'atelier de capacitation



des sociétés coopératives et définir des orientations pour le dernier atelier de bilan et de capitalisation. De façon spécifique, cette mission a permis de :

- Apprécier le niveau de réalisation des plans d'actions réalisés à la suite de l'atelier ;
- Analyser les impacts ou changements induits ;
- Evaluer le processus de mise en œuvre du plan d'investissement ;



- Echanger sur les contraintes et perspectives des coopératives.
- Préparer le dernier atelier consacré au bilan et à la capitalisation des activités du projet.

Constituée du Président et du Directeur Technique du Réseau MARP Burkina cette mission a rencontré sur le terrain les responsables des Radio- communautaires, les animateurs chargés de la communication digitale et les membres des dix-sept (17) coopératives.

Les principaux enseignements issus de cette mission de suivi-évaluation et d'accompagnement sont les suivants :

↳ **En matière de réinvestissements des acquis des ateliers de formations :**

Sur la gestion administrative et financière des coopératives :

- Organisation de rencontres de restitution des contenus des ateliers aux autres membres des coopératives (88 % soit 15 scoops sur 17) ;
- La tenue d'une réunion de planification des activités annuelles (94 % soit 16 scoops sur 17%) ;
- La révision des statuts et règlement intérieur de la coopérative et régularisation de la situation juridique (66 % soit 4 scoops sur 06) ;
- Renouvellement des instances dirigeantes de la scoop (87% soit 7 scoops sur 8) ;
- Elaboration d'un plan de travail et de budget annuel (64 % soit 11 scoops sur 17) ;
- Collaboration avec d'autres coopératives pour le partage d'information entre les acteurs PFNL (52 % soit 09 scoops sur 17)

Sur le plan de la communication et visibilité des actions :

- Réalisation et rediffusion de programmes radios sur la présentation des coopératives, la promotion des produits, la sensibilisation des communautés locales sur les PFNL (100% soit 17 scoops sur 17) ;
- Création de comptes Facebook et WhatsApp des scoops (100 % soit 17 scoops sur 17) ;
- Animation (au moins une publication par semaine) des pages Facebook et WhatsApp des scoops (76 % soit 13 scoops sur 17) ;
- Confection des cartes de visites (88 % soit 15 scoops sur 17).

Sur le plan de la présentation des produits

- Acquisition d'emballage des produits ((100 % soit 17 scoops sur 17)
- Amélioration des conditions de production, de conditionnement et respect des normes d'hygiène (100 % soit 17 scoops sur 17)
- Installation d'un kiosque PFNL pour la présentation des produits (3 vitrine mise en place à Gourcy, Gomponsom et Arbollé)

Sur le plan de la recherche de marché

- Organisation ou participation à des foires aux Produits Forestiers Non Ligneux (58 % soit 10 scoops sur 17) ;
- Mise en place d'au moins deux points de vente des produits (58 % soit 10 scoops sur 17) ;
- Collaboration avec la Mairie pour l'installation des vitrines de PFNL ; (Trois vitrines installées) ;

- Formation au profit des acteurs locaux (41 % soit 7 scoops sur 17).

Sur le plan du renforcement du partenariat et de la recherche des financements

- Partage et apprentissage mutuelle entre les coopératives ;
- Renforcement de la fourniture de la matière première entre les coopératives ;
- Appui mutuelle des coopératives dans l'élan de diversification des activités ;
- Echanges avec les autorités administratives et les Points focaux PFNL des différentes localités (Direction de l'environnement).

E matière de renforcement des lacunes constatées dans la perspective du dernier atelier

Recyclage des participants sur :

- La Gestion administrative et financière d'une coopérative des PFNL ;
- Le Marketing digital et accès au marché pour la promotion des PFNL ;
- La gestion de la relation Client (GRC)

Facilitation des cadres d'échanges entre les représentants des coopératives et les acheteurs ;

Appui des coopératives pour l'amélioration des instruments de gouvernance ;

Appui des coopératives pour le montage de projets liées au PFNL ;

Montage d'un projet d'investissement et la recherche de partenariat au profit des coopératives.

5.5. Organisation d'un atelier d'évaluation et de renforcement des acquis des sociétés coopératives bénéficiaires du projet

Cet atelier multi acteurs d'évaluation et de renforcement des acquis des ateliers précédents a eu



lieu du 17 au 19 juillet 2024 dans la commune de Réo (Province du Sanguié). Il a vu la participation des autorités administratives de la province du Sanguié (lors de l'ouverture de l'atelier), des partenaires de l'université libre d'Amsterdam, des Représentants des coopératives de la province du Sanguié, du Passoré et du Zondoma, du personnel du Réseau MARP-Burkina et des acteurs de la communication radio et du digital des trois provinces d'intervention.

L'objectif général de cet atelier était (i) d'apprécier avec l'ensemble des acteurs et des bénéficiaires les acquis des activités entreprises dans le cadre de ce projet et (ii) un temps de recyclage des bénéficiaires sur les thématiques clés en lien avec la gestion de leur entreprises et l'accès au marché. De façon spécifique, l'atelier s'était assigné pour objectifs de :

- Apprécier l'impact des précédents ateliers sur le fonctionnement des coopératives ;
- Evaluer le processus de mise en œuvre du plan d'investissement et son impact sur le dynamisme des coopératives bénéficiaires ;
- Recycler les participants sur la gestion administrative et financière des coopératives ;
- Renforcer les capacités des actrices sur la gestion de la relation Client (GRC) ;
- Animer un cadre de marketing digital avec les participants ;
- Analyser les contraintes et perspectives de durabilité des acquis des formations.



L'atelier s'est déroulé en plusieurs sessions comme suit :

Session 1 : Présentation des réalisations du projet

Cette session avait pour principal objectif de faire le point des activités menées dans le cadre du projet et d'analyser de façon participative les impacts potentiels des activités sur la vie des coopératives. Pour ce faire, le Directeur technique du Réseau MARP-Burkina a donc fait le point des activités menées et les responsables des coopératives ont été invités à présenter les impacts potentiels sur leurs structures. Des interventions des responsables, il ressort que les formations reçues au cours des ateliers précédents ont permis une meilleure compréhension de l'entrepreneuriat, les mécanismes de son fonctionnement d'une coopérative et les stratégies nécessaires pour construire des entreprises durables axés vers l'autonomisation socio-économique des femmes et l'amélioration des conditions de vie des ménages ruraux du Burkina Faso.

Session 2 : Collaboration des coopératives PFNL avec les radios locales

Dans le cadre de la mise en œuvre du plan d'investissement du projet, des programmes radios ont été initiées au profit des coopératives bénéficiaires. Cette session avait pour but de permettre aux acteurs des trois radios partenaires du projet de partager leurs expériences en matière de conception de programmes radios avec les coopératives bénéficiaires du projet. Au cours donc de cette session, les acteurs des trois radios ont chacun présenté le bilan de mise en œuvre des programmes radio, les avantages, les leçons apprises en matière de communication radio avec les coopératives de PFNL. Aussi les défis et contraintes de collaboration ont été abordés.

Les membres des coopératives ont apprécié positivement cette collaboration avec les radios et



leurs impacts sur leurs coopératives. Ces programmes radios ont permis la croissance de la visibilité des actions des coopératives, et la promotion de leurs produits. Lors de cette animation, les meilleurs cas de succès de communication radio ont été partagés entre les participants et les acteurs des radios.

A la suite de cette session, Marie Lou David a été invité à partager une application développée dans le cadre de ce projet afin de faciliter la communication entre les acteurs. Cette session a été marquée par une présentation de l'application, ces avantages et le processus d'animation de cette application. Les participants ont tous apprécié cette innovation.

Session 3 : Animation du panel sur la Gestion administrative et financière d'une coopérative des PFNL

Ce module a été animé Monsieur Issiaka SAWADOGO, Président du Réseau MARP-Burkina. Il a été de nouveau sollicité par les membres des coopératives afin d'approfondir leurs connaissances et leur leadership dans le management de leurs entreprises. Au cours de la session, les participants ont bénéficié des connaissances sur la gestion réussie d'une coopérative de PFNL, les avantages de la planification des actions de la coopérative ainsi que les outils et approche de planification des actions d'une coopérative.

De façon spécifique cette session a abordé les aspects suivants :

- Gestion administrative d'une coopérative
- Planification budgétaire et technique des coopératives
- Elaboration du bilan d'une coopérative
- Elaboration et gestion des Journaux de caisse et de banque
- L'élaboration d'un compte d'exploitation



La session a été ponctuée d'exercices pratiques en travaux de groupe et des présentations en plénières. Toutes choses qui ont permis une meilleure appropriation du contenu par les participants. Cette formation permet donc aux coopératives de mieux peaufiner leur plan d'action et de budget pour une gestion réussie de leurs coopératives.



Session 4 : Collaboration des coopératives en matière de Marketing digital

Cette session a eu un pour objectif de partager les expériences de collaboration entre les prestataires locaux chargés de l'appui des coopératives en marketing digital. Au cours de la session, les trois prestataires ont fait le bilan de leur collaboration avec les coopératives. Ainsi, on note qu'à travers leurs appuis les coopératives ont beaucoup amélioré leur compréhension du marketing digital. Des pages Facebook et WhatsApp business ont été configuré sur leur smartphone. Des séances ont été animées dans chaque coopératives afin de faciliter l'utilisation efficace de ces plateformes pour promouvoir les produits. Cette session s'est poursuivie avec une animation des différentes plateformes. Ce moment d'apprentissage a été fortement appuyé, à distance, par les membres de l'équipe de l'université libre d'Amsterdam qui ont su à travers des outils très bien adaptés inculqué aux participants l'amour de l'utilisation des TIC dans la promotion de leurs produits.

Session 5 : Animation d'un panel sur la Gestion de la Relation Clients (GRC)

Cette session a été animé par la responsable de la Coopérative Teega-Wende de Yako, Mme Awa Dianda. Elle avait pour but de sensibiliser les acteurs des coopératives aux stratégies de mobilisation de la clientèle et sa fidélisation. Au cours de sa présentation qui était principalement axés sur des images, l'animatrice a noté que la gestion de la relation client (GRC) est une approche globale visant à entretenir et améliorer la relation entre une entreprise et ses clients. Elle a souligné au cours de son intervention que la gestion de la relation client regroupe un ensemble de dispositifs mis en œuvre à chaque étape du cycle de vente et à chaque point de contact entre les clients et l'entreprise. **« Le client est la raison d'être de toute entreprise. En effet, sans client, il n'y a pas d'entreprise. C'est pourquoi il est crucial de toujours mettre le client au centre de vos efforts marketing et commerciaux »**

La gestion de la relation client présente de nombreux avantages dont :

- L'amélioration de la qualité de service ;
- La diminution des coûts de production ;
- La fidélisation de la clientèle ;
- L'augmentation des ventes, du chiffre d'affaires et la performance commerciale ;
- La croissance de l'entreprise.

L'animation de cette session a été ponctuée de plusieurs interventions pour des partages d'expérience. Cette session a permis aux participants de mieux comprendre la nature des clients afin de mieux répondre à leurs besoins. Cette session va aider également les membres des coopératives à améliorer leur rentabilité en stimulant les ventes et en réduisant les coûts.



4. MISE EN ŒUVRE DU PLAN D'INVESTISSEMENT DU PROJET

Dans le cadre de la mise en œuvre de cette action, il était prévu au titre des activités, le financement des plans d'investissement des coopératives bénéficiaires du projet afin de lever les contraintes de production et de commercialisation de leurs produits. De façon spécifique, cette activité visait à :

- Doter les dix-sept (17) coopératives de (17) smartphones pour leurs activités de marketing digital et d'accès aux plateformes de promotion des Produits Forestiers Non ligneux (PFNL) ;
- Renforcer les compétences des coopératives bénéficiaires en marketing digital pour la promotion de leurs produits ;
- Appuyer les 17 coopératives dans la conception et la diffusion de microprogrammes radiophoniques ;
- Doter les dix-sept (17) coopératives en matériel d'emballage et étiquetages ;
- Renforcer les capacités des dix-sept (17) coopératives en de équipements de transformation.

Ainsi les activités suivantes ont été réalisées :

Renforcement des moyens de communication des coopératives

Une commande groupée de dix-sept smartphones (Caractéristiques : Marque Infinix hot 30i, capacité : 128 giga de Ram) a été faite par le Réseau MARP-Burkina Faso. La remise de ces outils de communication a été faite lors de la mission de suivi évaluation auprès des coopératives. Chaque coopérative a été invitée à une bonne utilisation de cet outil de communication dans le cadre des actions de publicité et la vente en ligne de ces produits.



Formation continue des membres des coopératives bénéficiaires en marketing digitale

Après l'acquisition et la dotation des coopératives en outils de communication digitale, une stratégie d'assistance continue des coopératives en marketing digital a été initiée. A cet effet, trois (3) experts locaux dont un (1) par province ont été identifiés et chargés d'appuyer les coopératives sur la base d'un contrat d'objectifs. Cette formation continue des coopératives a consisté à :

- La création pour chacune des dix-sept (17) coopératives, un page Facebook au nom de leurs coopératives et un compte WhatsApp relié à la page Facebook ;
- La coréalisation de publications au profit de chaque coopérative (au moins deux (02) fois par mois pour une durée de cinq mois – Mars à juillet 2024) ;
- La formation des membres des coopératives sur les prises d'images et de vidéos avec les smartphones ;
- Le renforcement des capacités des responsables des coopératives sur le marketing digital afin de leur rendre autonome après le projet.

Réalisation de programmes radiophoniques au profit des coopératives

L'objectif de ces programmes radiophoniques était de favoriser un marché local dynamique et durable pour les PFNL des coopératives. Pour ce faire, trois radios (03) de proximité ont été identifiées dans les trois provinces d'intervention. Il s'agit de la radio « Savane FM Nord » à Gourcy, dans la province du Zondoma, la Radio « Femme et Développement » à Arbollé, dans la province du Passoré et la Radio « La Voix de l'Espoir du Sanguié » à Réo dans la province du Sanguié. Un protocole de collaboration a ensuite été signé entre le Réseau MARP-Burkina et chaque direction de radio pour préciser, entre autres, les différents programmes à développer ainsi que les modalités pratiques de leur mise en œuvre. Ainsi, les activités radiophoniques suivantes ont été réalisées :

- Dix-sept (17) microprogrammes radio d'une heure chacune, soit un par coopérative ;
- Soixante-quinze (75) diffusions et rediffusions des microprogrammes entre Mars et juillet 2024, soit en moyenne cinq (05) diffusions/rediffusions par coopératives ;
- Trente-quatre (34) spots radio commerciaux soit deux par coopérative (un (01) spot en langue locale et un (01) spot en français) ;
- Six cent quatre-vingt (680) diffusions des spots radios commerciaux de Mars à juillet 2024 ; soit en moyenne quarante (40) diffusion pour chaque coopérative ;
- Dix-sept (17) émissions interactives dont une émission pour chaque coopérative.

Dotation des coopératives en matériels d'emballage

L'accessibilité des emballages et à moindre coût handicape les actions des coopératives en matière de conservation et de présentation des PFNL. Afin de remédier à cette contrainte, le projet SUMBALA a intégré dans son plan investissement, l'acquisition d'emballages et d'étiquettes pour les dix-sept coopératives bénéficiaires. Pour la mise en œuvre de cette activité, les coopératives ont d'abord exprimé leur besoin en emballages et en étiquettes, puis le réseau MARP-Burkina en a fait la synthèse.

Compte tenu de la spécificité et de la diversité des différents types d'emballage, une allocation financière a été donné à chaque coopératives pour procéder elle-même à l'acquisition des emballages correspondants à ces besoins spécifiques. Au total mille sept cent (1 700) emballages de 62 types ont été acquis.

Pour ce qui concerne les étiquettes, une commande groupée a été faite auprès d'un seul prestataire, ce qui a permis d'avoir des étiquettes à des prix compétitifs. Aussi cette commande a permis la mise en relations du réseau des coopératives avec un concepteur d'étiquettes et de cartes de visites très qualifié avec qui une collaboration pourra se poursuivre. Cette acquisition a eu aussi pour impact, une meilleure qualité des produits et le renforcement des capacités des coopératives à renouveler et accroître durablement le stock d'étiquettes pour les différents produits, Au total quatorze mille quatre cent cinquante (14 450) étiquettes et cartes de visites ont été livrées aux dix-sept (17) coopératives.

Renforcement des capacités des coopératives en équipements de transformations

La qualité des produits étant intrinsèquement liée à la disponibilité du matériel de production, il a été prévu dans le cadre du projet SUMBALA, une dotation des coopératives de transformation des PFNL en matériels et équipements de transformation.

La mise en œuvre de l'activité a commencé par une évaluation des besoins spécifiques de chaque coopérative, tenant compte d'un budget indicatif communiqué à celles-ci. Il s'agit de matériels qui sont en lien avec les activités des coopératives et qui peuvent participer à l'amélioration des conditions de production. Une synthèse des besoins a ensuite été faite et l'acquisition a été effectuée par le Réseau MARP Burkina à travers une commande groupée afin de faire une économie d'échelle sur les prix de ces équipements.

Au total 16 150 matériels et équipements de diverses natures ont été acquis et mis à la disposition des coopératives. Cet appui a permis aux coopératives d'améliorer et de diversifier les activités de transformation.



5. ANALYSE DE L'IMPACT DES FORMATIONS SUR LA VIE DES COOPERATIVES

5.1. Amélioration de la gouvernance et du management et des coopératives

La formation sur cette thématique, réalisée dans le cadre du projet OKP TMT, puis du projet SUMBALA, a contribué largement à l'amélioration du mode de gestion et de gouvernance des coopératives bénéficiaires. En effet, elle a permis aux membres des coopératives : (1) de mieux comprendre les valeurs, les principes et les outils principaux de gestion d'une coopérative, (2) d'intégrer les valeurs comme la participation, la démocratie, l'engagement des membres et l'inter-coopération au sein de leur entreprise, (3) de comprendre l'intérêt et la méthodologie de l'élaboration de plans d'actions et de budgets, (4) d'améliorer leur compréhension sur les exigences juridiques et administratives des coopératives. *« De fois, des partenaires nous ont demandé nos plans d'action et de budget. Mais malheureusement nous n'avons pas pu fournir car nous ne savions pas ce que s'était. Mais à l'issu de cette formation, nous avons compris l'intérêt de ces outils pour le bon fonctionnement de nos coopératives, le suivi de nos activités et la recherche de partenariat. »* Mme Francine SAVADOGO. (Scoop Wend-La-PANGA/ Gourcy).

5.2. Augmentation de l'accès au marché et de la visibilité des entreprises

A travers la formation et l'appui des coopératives en outils de communication, la projet SUMBALA a favorisé un renforcement de capacités de leurs membres de ces entreprises notamment sur : (1) la présentation de leurs coopératives, la promotion des produits et la sensibilisation des communautés locales sur les PFNL au niveau des plateformes digitales dont Facebook et WhatsApp et (2) l'importance des réseaux sociaux, des radios locales dans l'amélioration de la visibilité des actions des coopératives.

Il ressort de la mission de suivi évaluation que la formation a eu un impact visible sur la vie des coopératives bénéficiaires qui se traduit par (1) une meilleure visibilité des coopératives et de leurs produits, (3) une nette amélioration de leurs chiffres d'affaires, leur permet d'autofinancer des programmes radios à partir des bénéfices de vente des produits et (3) une amélioration de l'accès au marché à travers les mini foires organisées en marge de chaque atelier de formation.

« Le projet a permis de comprendre l'importance des réseaux sociaux et la dotation des smartphones nous a permis de mettre en œuvre ce que nous avons appris et d'améliorer la visibilité et l'accès au marché de nos coopératives. Nous disons un grand Merci à tous les partenaires de ce projet ». Mme Marcelline ZIDA (scoops Gomponsom, Province du Passoré). Enfin ce projet a permis.

5.3. Renforcement du réseautage et de la collaboration

Le projet SUMBALA a permis d'encourager les entreprises à collaborer afin de mutualiser leurs savoir-faire et d'optimiser leurs performances. Cette collaboration prend différentes formes dont : (1) la commande groupée d'équipement, de matières premières, d'étiquettes, etc. qui leur permet d'avoir de meilleurs prix et des articles de qualité, (2) les échanges/ventes de matières premières et de produits entre coopératives, (3) la co-construction de projets communs, (4) le partage d'outils et de ressources, (5) l'entraide technique et administrative. La promotion de cette approche collaborative a favorisé également l'innovation, dans la mesure où elle permet aux membres des entreprises d'échanger sur leurs pratiques, leurs idées et leurs problèmes. Il en résulte une dynamique d'émulation qui stimule la créativité et l'innovation au sein des coopératives. Comme le

témoigne Mme Fati ILBOUDO (Scoops UGF/CDN Soumbala) : « *La collaboration avec les autres coopératives m'a permis de repenser mon attitude envers les autres coopératives. Avant je pensais que nous étions en concurrence mais à travers les différents ateliers j'ai constaté que nous sommes complémentaires et qu'unis nous serons davantage fortes* ». 0

A travers le projet, est né également un partenariat entre les coopératives et des prestataires locaux dans les domaines du digital (pour l'accompagnement dans l'utilisation des réseaux sociaux) et de la bureautique (pour les commandes d'étiquettes).

5.4. Renforcement des capacités des acteurs dans la recherche du financement

Le projet SUMBALA, a contribué à une meilleure compréhension du processus d'accès au financement pour les coopératives. En effet, lors des ateliers, les opportunités de financement des PFNL ont fait l'objet d'échanges qui ont permis d'approfondissement les réflexions sur l'accès aux financements et les différentes précautions à prendre lors des négociations de prêts auprès des institutions financières.

5.5. Impact de la mise en œuvre du plan d'investissement du projet

La mise en œuvre du plan d'investissement a eu les effets ci-après sur la vie des coopératives : (1) un renforcement de l'utilisation des plateformes digitales (Facebook et WhatsApp) et les radios locales pour améliorer leur visibilité, promouvoir et vendre les produits, (2) une meilleure présentation des produits à travers l'utilisation de plusieurs types d'emballages et des étiquettes plus esthétiques et (3) une amélioration des capacités de production ainsi que les conditions de production et de stockage, grâce à l'acquisition de matériels et équipements.

6. PERSPECTIVES DE DURABILITE DE PROJET

Les acquis du projet SUMBALA devraient perdurer dans le temps pour une meilleure performance des coopératives bénéficiaires. A cet effet, les coopératives ont été amenées à réfléchir sur des perspectives de durabilité de ces acquis. Ainsi, il a été demandé aux coopératives, regroupées par province, de planifier, sur la base des formations reçues, les activités qu'elles pourront continuer à mettre en œuvre après le projet. Les propositions suivantes sont sorties des travaux des trois (3) groupes constitués à cet effet :

Actions planifiées	Province concernée		
	Passoré	Sanguié	Zondoma
Axe 1 : Gestion administrative et financière			
Elaboration des plans d'action et de budget annuels	X	X	X
Elaboration des documents de gestion des coopératives (règlement intérieurs, statuts, récépissé, plan d'affaire, comptabilité, compte d'exploitation)	X	X	X
Tenue des rencontres trimestres et annuels des coopératives	X	X	X
Mobilisation des cotisations des membres des coopératives	X		X
Elaboration des bilans narratifs et financier des coopératives	X	X	X
Création de cadre de rencontre et de partage d'information entre les acteurs	X	X	

des PFNL			
Axe 2 : Au plan du renforcement du partenariat et de la recherche des financements			
Organisation de visites d'échanges et de partage d'expériences entre les coopératives	X	X	X
Partage d'information sur les prix des produits et la disponibilité de la matière première entre les coopératives	X	X	X
Echanges avec les points focaux PFNL des Directions provinciale de l'environnement sur les opportunités de financement et de réseautage	X	X	X
Collaboration avec les associations locales et les ONGs	X	X	X
Négociation avec les institutions financières locales.	X	X	X
Axe 3 : Au plan de la recherche de marché			
Organisation de tournées de présentation des produits	X		X
Organisation de journées porte ouverte		X	
Organisation/participation de foires au Produit Forestier Non Ligneux.	X		X
Organisation de session de sensibilisation des populations sur la consommation des PFNL ;	X	X	
Formation des membres des coopératives sur l'animation et la sensibilisation des communautés locales ;	X	X	
Organisation des journées de ventes promotionnelles des produits		X	X
Organisation de voyages d'étude	X	X	
Créations d'un groupe d'échanges entre les coopératives au niveau provincial		X	
Axe 4 : Communication et visibilité			
Réalisation de spots radio sur les différents produits	X	X	X
Publications sur Facebook et WhatsApp pour faire la promotion des produits	X	X	X
Vente des produits via les réseaux sociaux	X	X	X
Rediffusion des émissions radios enregistrées	X	X	X
Réalisation de nouvelles émissions radio sur les produits des coopératives	X	X	X
Réalisation de publicité au niveau local à travers un crieur public	X	X	X
Animation au niveau des vitrine PFNL	X	X	X
Conception de banderoles, affiches, plaques indicatives, dépliants, cartes de visites	X	X	X

CONCLUSION

De l'avis unanime des acteurs impliqués, le projet SUMBALA a donné de grandes satisfactions eue égard aux résultats atteints. Il a mis en évidence le rôle déterminant d'un partenariat autour d'objectifs partagés entre plusieurs acteurs et l'importance de la mobilisation d'un capital de production des coopératives. Le développement des coopératives de PFNL ne peut être effective qu'en renforçant leur connaissance du marché, et leurs capacités à y accéder. Il était donc du devoir des structures d'appui comme le Réseau MARP Burkina, d'agir à tous les niveaux de la chaîne de valeur.

Le changement d'échelle observé à la fin de sa mise en œuvre s'est traduit par une nette amélioration de la compétitivité des coopératives qui estiment que le projet a comblé un manque réel au niveau de leurs entreprises. *« Le projet SUMBALA nous a beaucoup aidé. Les formations que nous avons reçues étaient ciblées sur la résolution de nos principales difficultés. Pour nous, le projet ne s'achève pas car les acquis que nous avons obtenus seront réinvestis durablement pour la prospérité de nos entreprises »* Mme Catherine Kanko, Président de L'Union des Groupement Féminin (UGF/CDN).

Pour le Réseau MARP Burkina *« le projet SUMBALA a promu une dynamique de professionnalisation des sociétés coopératives afin de les rendre encore plus compétitives au niveau local et national. Il a également contribué au renforcement des capacités de l'équipe du Réseau MARP Burkina dans l'accompagnement des organisations de femmes actives dans la filière des PFNL »*. Issiaka SAWADOGO, Président du Réseau MARP-Burkina Faso.

Les autorités de la province du Sanguié affirment que ce projet est venu à point nommé pour permettre aux actrices des chaînes de valeurs des PFNL de s'approprier des méthodes et outils de gestion efficaces et efficients de leurs coopératives pour plus de professionnalisme, gage d'une accélération du développement socio-économique local.

Le projet SUMBALA a donc apporter sa participation à la construction d'entreprises performantes. Il a été réellement un cadre de renforcement des capacités sur des thématiques en lien avec la professionnalisation de ces sociétés coopératives, à travers une formation des participants à la gestion administrative et financière des coopératives, au marketing digital, aux stratégies d'optimisation de la communication digitale et radiodiffusée, en opportunités d'affaires de marchés, à la mobilisation de financements locaux.