



FORMATION EN FABRICATION DE CONSERVE DE POISSON ET D'AUTRES PRODUITS DE LA PÊCHE AU PROFIT DES FEMMES DU RAFEP

L'UNITE DE TRANSFORMATION ARTISANALE DU POISSON A CAYAR (SENEGAL):

Un pari réussi de la conquête des marchés régionaux et internationaux

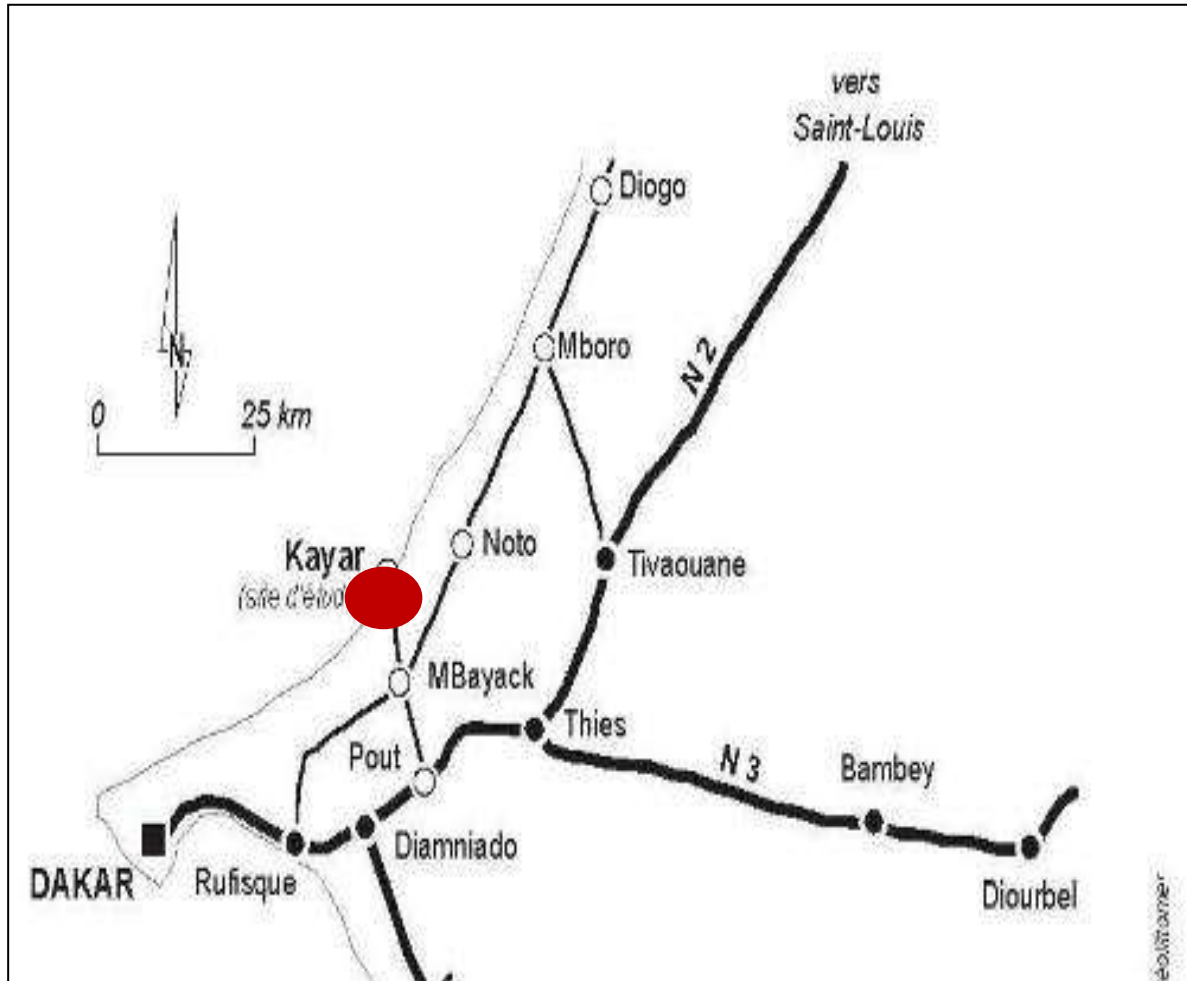


Par Aminata MBENGUE

Agadir, Maroc

22 et 23 février 2019

LOCALISATION DE L'UNITE



CAYAR

Situé sur la partie Sud de la Grande Côte Nord Du littoral Sénégalais

Troisième port de pêche du Sénégal en termes de volumes débarquements de produits halieutiques

Développement d'activités économiques tels que le mareyage et la transformation artisanale du poisson

La transformation artisanale essentiellement exercée par les femmes à Cayar ; elle mobilise près de 60 % de la population féminine active

LES FACTEURS DE SUCCES DE L'UNITE MODERNE DE TRANSFORMATION

Unité de transformation de Cayar

Aménager un site répondant aux normes

Amélioration des conditions de travail des femmes

Obtention un agrément pour exporter le produit issu de l'unité

Renforcer les femmes

Amélioration des techniques de transformation

Adoption un code de conduite sur l'hygiène et la qualité

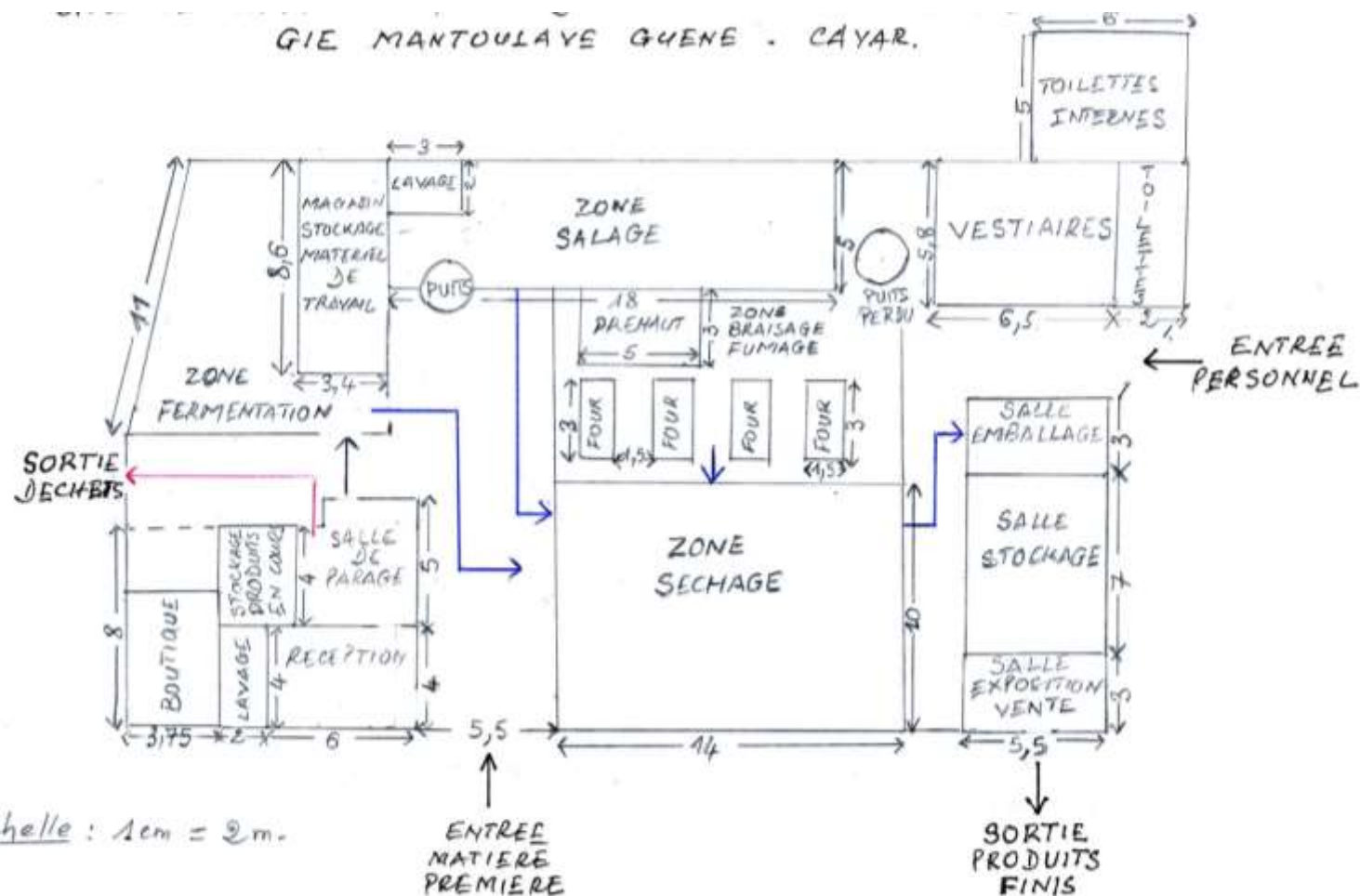
Développer la commercialisation

Conquête des marchés régionaux et internationaux



L'AMENAGEMENT: LA BASE DU SUCCES

AMENAGEMENT PARTICIPATIF



Obtention de l'agrément aussitôt l'unité agréé sous régional et international un an après son ouverture

Développement d'une stratégie de marketing, d'un plan de gestion administrative et financière

Développement de partenariats avec les mareyeurs pour l'accès facile au poisson

Veiller à la conservation de l'agrément

DES EQUIPEMENTS ET INFRASTRUCTURES APPROPRIES

Balance



Matériel de parage approprié tenue de travail adéquate



Bacs de fermentation



Bacs de manutention



Chariots



Claies de séchage



Four FTT



Claie de séchage solaire



LA CONQUETE DES MARCHES



Une équipe de nettoyage
et d'entretien des
équipements

La sélection d'une
matière première de
qualité



Une qualitiennne pour
surveiller toute la chaîne
de production



La rigueur dans la
production / respect des
normes sanitaires

Chiffre
d'affaires



75
millions

LA CONQUETE DES MARCHES (suite)

LE MARCHE DE L'UNITE: SALE SACHE ET FUME



LES ENSEIGNEMENTS TIRES DE CETTE UNITE

- ❖ **La mise en place d'aménagements** répondant aux normes de production facilite l'application des règles d'hygiène;
- ❖ Le milieu aménagé est un outil d'apprentissage et facilite l'assimilation des bonnes pratiques;
- ❖ L'hygiène et la qualité ont des « coûts » qu'on doit toujours intégrer dans le processus de traitement du poisson ;
- ❖ L'hygiène et la qualité, des étapes qu'il faut **obligatoirement** franchir pour développer la commercialisation des produits ;
- ❖ La formation continue pour répondre aux exigences des marchés;
- ❖ La production (l'offre) doit toujours s'adapter à la demande pour diversifier les canaux de commercialisation ;
- ❖ L'encadrement rapproché est nécessaire pour les femmes pour la pérennité de l'action.

DES RECOMPENSES POUR MAGNIFIER LES EFFORTS DES FEMMES

**Prix Initiative
Climat COP 22**

**Nominé Prix
Initiative Equateur**

Prix GoWamer

LE CAS DE L'UNITE DE FADIOUTH (JOAL – SENEGAL)

LA VALORISATION DES COQUILLAGES PAR LES CONSREVES

Murex



Cymbium



Huître



Arche



- ✓ Collectés dans les mangroves;
- ✓ **Traités dans une unité aménagée selon les normes;**
- ✓ Utiliser d'équipements appropriés;
- ✓ **Mis dans des bocaux en verre;**
- ✓ Se conservent au moins 6 mois dans les bocaux.



LA PRODUITS OBTENUS



Un projet pertinent à l'origine

Il conciliait préservation et valorisation de la mangrove (beaucoup d'initiatives de gestion engagées)

Des produits pertinents face à la rareté de la ressource et à la dégradation des mangroves

Beaucoup plus rentables que les produits séchés et les techniques sont maîtrisés

Gain de temps dans la production et amélioration des conditions de travail

UNE INITIATIVE QUITARDE À DÉCOLLER

❖ L'unité est à l'arrêt;

❖ Absence de **marché** pour les produits (les produits séchés étant toujours plus prisés sur les marchés);

❖ Absence d'une **stratégie de marketing** pur les produits (publicité, dégustation gratuite);

❖ Manque de **leadership des femmes** pour booster **la commercialisation** des produits ;



QUELQUES LEÇONS APPRISES

❖ Une telle initiative est pertinente mais sa réussite est conditionnée par un bon écoulement des produits;

❖ La passivité des femmes (manque de dynamisme) est un facteur freinant ;

❖ Le manque d'initiatives des femmes pour maintenir fonctionnel l'unité;

*Merci
Pour votre
Attention*

*Vive le RAFEP,
Vive les femmes actives dans la pêche
artisanale
Nous sommes la force vitale de la pêche
artisanale*

