

**LA VALORISATION DE L'IGNAME
POUR LES MARCHÉS URBAINS**

Phase 2 :

Diffusion régionale du système cossette

**Compte-rendu de la première réunion
de coordination du Projet**

Cotonou, 3-6 juin 1998

**Philippe VERNIER
CIRAD - Cultures Annuelles
BENIN**

**COMPTE RENDU DES DECISIONS PRISES AU COURS DE
L'ATELIER DE TRAVAIL SUR LE PROJET IGNAME PHASE 2
3-6 juin 1998**

Séance du Jeudi 4 juin 1998

1. Cadrage du projet (présentation Nicolas Bricas)

- Le projet est financé par le Ministère français de la Coopération (sur une ligne « sécurité alimentaire »). C'est un projet FAC-IG (Intérêt Général) entièrement géré par Paris. Il doit en principe être achevé en avril 2000.
- Le titre du projet reste le même (La valorisation de l'igname pour les marchés urbains), car il s'agit de la continuité du projet phase 1. Ajout d'un sous titre : « phase 2 : diffusion régionale du système cossette ».
- Pays associés : Bénin, Togo, Burkina, Cameroun, Côte d'Ivoire, France.
- Le Ghana pourrait rejoindre le projet (sur un financement de la GTZ).
- Un projet de recherche complémentaire financé par l'U.E. (INCO-DC) permettra d'étudier les technologies de transformation et de conservation de l'igname. Il concerne le Bénin, le Nigeria et la Côte d'Ivoire. Le démarrage est prévu en octobre 98. Joseph Hounhouigan en est le coordinateur scientifique et le CIRAD est associé. Ceci facilitera la coordination entre les deux projets.
- Les missions françaises de coopération dans les pays concernés n'ont pas été directement associées au montage du projet car il est géré par Paris. Il faudra, à l'occasion, les informer.
- Demande d'un financement complémentaire au Ministère de la Coopération pour la valorisation des résultats sous forme de film vidéo.
- Une phase 3 du projet peut être envisagée (au-delà d'avril 2000).

2. Objectifs du projet

- Objectifs du projet :
 - - « diffusion/adaptation » du système cossettes du Bénin vers le Burkina, le Cameroun et la Côte d'Ivoire ;
 - amélioration du procédé au Bénin, diffusion au Bénin et Togo ;
 - formulation et/ou promotion de nouveaux produits à base d'igname : wassa-wassa, couscous d'igname, biscuits, beignets. Avec des objectifs de très large diffusion.

- Le principe d'« adaptation » dans la diffusion du système permet d'envisager d'autres alternatives qui pourraient être également intéressantes (autres variétés locales que kokoro, valorisation de certains produits d'ignames fraîches tel que le couscous, valorisation d'autres plats que l'amala, etc.), tout en gardant à l'esprit que :
 - le système cossette à partir de kokoro est une technologie « éprouvée », adaptée aux conditions des petits producteurs,
 - les objectifs de « sécurité alimentaire » sous jacents au projet nécessitent une préoccupation de large diffusion des produits, à des prix accessibles au consommateur. Il faut viser à terme une évolution visible, à l'échelle macro-économique, de la consommation d'igname en milieu urbain.
- Des diagnostics rapides et ciblés sur les objectifs du projet sont prévus (notamment au Cameroun, Burkina et Côte d'Ivoire). Par exemple, des questions se posent sur la compétitivité des kokoro dans le contexte local, sur ce qui existe actuellement dans le milieu paysan, etc. On peut prévoir de travailler en même temps sur des alternatives et de tester les technologies traditionnelles.

ACTION 1 : INFORMATION ET SELECTION DES OPERATEURS ECONOMIQUES PARTENAIRES DU PROJET

1. Aspects méthodologiques sur la sélection des opérateurs économiques

- Choix des opérateurs selon leur capacité à diffuser. Il est proposé que les groupes identifiés sélectionnent eux même les candidats à la formation. Cela offre plus de garantie sur la retransmission du savoir et du savoir-faire à leur retour de formation.
- Intégrer aussi les commerçants comme partenaires. Ils sont un maillon intermédiaire nécessaire pour la diffusion du produit, notamment la connexion entre producteurs et transformateurs et ce sont eux qui pourront garantir aux producteurs des débouchés pour les cossettes. Les intermédiaires au Burkina ne sont pas nombreux en ce qui concerne l'igname : sensibiliser des commerçants.

Faut-il intégrer aussi des restauratrices rurales, afin que la production de cossettes ne soit pas qu'une culture de rente mais aussi une culture vivrière ? Il semble en tout cas nécessaire d'intégrer aussi, dans les formations des paysans, les aspects de transformation des cossettes en farines et les préparations culinaires (amala ou autre). Les résultats de l'enquête réalisée au Cameroun montrent ainsi que les paysans mettent en avant l'intérêt pour eux de consommer les cossettes avant de les commercialiser.

Qui identifie t-on en milieu rural ? Y-a t-il la même division sexuelle du travail dans toutes les zones ? Faut-il envoyer des hommes, des femmes, les deux ? (Il existe parfois des productions vivrières entièrement assurées par les femmes).

Pour le milieu urbain : les restauratrices sont-elles les seules personnes ressources pour introduire des innovations alimentaires ? Il peut être intéressant de prendre attache avec les

associations de ménagères, ou des structures en relations avec des ménagères (animatrices féminines urbaines).

- Intérêt du choix des partenaires par rapport à leur intégration dans d'autres projets préexistants. Il faut chercher à relayer le projet par d'autres structures pour toucher plus de gens, pour maximiser les chances d'impact. Ces autres structures ou projets peuvent sans doute compléter le financement si nécessaire.

2. Choix des opérateurs

Côte d'Ivoire :

- Producteurs : deux zones :
 - paysans identifiés dans des zones de production liées à un projet de recherche ORSTOM (sur sécurité alimentaire).
 - zone dans laquelle travaille l'AFVP (Dabakala).Possibilité d'ajouter la zone de DIKODOUGOU où l'IDESSA a déjà introduit des kokoro depuis début 1997.
- Restauratrices urbaines : 2 associations à Bouaké et 2 associations à Abidjan, dont une association de femmes béninoises à Abidjan (présidente Jeanne Z.)

Burkina Faso :

- Producteurs : deux zones de production :
 - zone de Léo (Sud-Ouest, dans la Sissilie). Zone où ont été introduites les semences de kokoro. Projet 6ème FED dans cette zone.
 - zone de Banfora (Ouest)

En lien avec les ex-CRPA (Min. Agri) qui encadrent les paysans.

+ éventuellement une zone à l'Est (frontière avec le Bénin).

- Transformateurs :

Deux entreprises qui produisent du couscous d'igname, plus une autre entreprise.

Les restauratrices (du projet AVAL, qui ne commercialisent pas encore beaucoup de produits d'igname).

Cameroun :

- Producteurs : zone de Mbé (province de Ngaoundéré).
- Restauratrices de Ngaoundéré et Garoua, coopérative des boulangers de Garoua, couple d'entrepreneur béninois à Garoua, associations de femmes.

Bénin :

- Producteurs : ils seront identifiés en association avec la FUPROB (Fédération des Unions de Producteurs du Bénin), l'Union des producteurs du Zou, l'Union des producteurs du Borgou, et le Centre d'action pour le développement rural. Contacts avec la Maison familiale rurale : MAFAR (centre de formation alternée) de Kilibo qui pourra accueillir les stagiaires paysans des autres pays.
- Commerçants : association de commerçants de Parakou qui commercialise de l'igname et des cossettes, grossistes du marché de Dantokpa.
- Restauratrices : restauratrices du projet AVAL, et autres restauratrices (productrices de wassa-wassa, etc.).

- Entreprises : une entreprise de farine infantile, et une entreprise de biscuits. Producteurs de wassa-wassa.

Togo :

- Producteurs : Associations de producteurs. Contacts avec des agents de la SOTOCO ou ICAT.
 - Transformateurs : identification d'une boulangerie à Lomé.
 - Commerçants : grossistes du marché d'Anié et de Lomé.
 - Restauratrices : vendeuses d'amala.
 - Ménages : sélection de ménages à Lomé et à l'intérieur du pays (ethnie spécialisée dans la production du wassa-wassa).
- + Une entreprise de fabrication d'équipement.
+ Division de la technologie alimentaire.

3. Aspects méthodologiques sur l'introduction des produits auprès des opérateurs

- Produits testés par présentation aux ménagères : intérêt de présenter différentes formes du produit, cossettes et farines et autres formes, car on ne sait pas encore à quel stade le produit va entrer dans le ménage, et pour quelles utilisations (ragoût, igname frit, couscous, amala, ...).

ACTION 2 : SUPPORTS PEDAGOGIQUES POUR LES ACTIONS DE FORMATION ET DE DIFFUSION

- Sélection des supports pédagogiques selon les opérateurs économiques.
- Le film vidéo : envisagé comme support pédagogique secondaire (complémentaire aux explications des formateurs). Le problème de langue (en français) peut être surmonté si la sélection de l'image est bonne (à inscrire dans les recommandations à Péricop : c'est l'image qui parle).
- Propositions :
Envisager deux montages
 - Support pédagogique complémentaire, sans commentaire, montage très simplifié présentant les opérations dans l'ordre.
 - film de 20 minutes sur les intérêts du système cossettes. Film promotionnel du projet. Les avis de chacun sur le montage sont bienvenus.
 Envisager deux prises de vue, dont une par un technologue avec une vidéo : A voir selon calendriers des uns et des autres.
- Envoyer copie des photos du poster (igname phase 1).
- Fiches pédagogiques :
 - Production des kokoro : conseils techniques pour la vulgarisation
 - Transformation des kokoro en cossettes
 - Transformation des cossettes en farine et stockage
 - Transformation en chips émincés et stockage

- Préparation de la farine en amala
- Préparation de la farine en wassa-wassa.

Fiches sur les nouveaux produits : Ce point nécessite d'abord une négociation avec les entreprises privées. Éléments de négociation : brevet (mais quelle protection réellement ?), contrepartie (mais quelle contre partie : appui technologique, formation nouveaux procédés), ou travail en commun pour la formulation de nouveaux produits contre accord de vulgarisation. Vulgarisation de nouveaux produits rentables et vulgarisables en conditions réelles.

Prévoir la traduction des fiches en langues concernées.

Rq sur Amala : caractériser plus finement le procédé de transformation en amala.

ACTION 3 : DIAGNOSTICS RAPIDES PARTICIPATIFS

1. Méthodologie des diagnostics

- Proposition de méthode MARP (Méthode Accélérée de Recherche Participative) pour des diagnostics rapides (c.f. l'exposé de Francis Akindes).
- Pour le projet igname : importance de la rapidité des diagnostics et du concept « d'ignorance optimale » (accepter une connaissance intermédiaire entre l'ignorance complète et la connaissance approfondie), et de la rétroaction (du terrain vers la recherche),
- Expérience au Burkina :
Avantages : pluridisciplinarité, restitution des résultats, mise en évidence des interactions entre les groupes du village qui ont des répercussions sur l'organisation dans les villages.
Inconvénients : comment mettre le groupe à l'aise (informations filtrées) ?

2. Thèmes des diagnostics du projet

- 1 - Est-ce que « le produit » peut être accepté et à quelles conditions ? Quelles sont les conditions d'acceptabilité des ménages, et pour quels produits : qualité du produit (qualité organoleptique, image du produit, conditionnement, etc.), quels circuits de distribution au consommateur, etc.
Sur le point 3.1. : remplacer « farine de cossette » par « cossette » (pour envisager des utilisations sous d'autres formes que celles passant par la farine).
- 2 - Calcul et conditions de rentabilité des cossettes par rapport aux produits concurrents.
- 3 - Conditions d'introduction de produits intermédiaires de cossettes dans le secteur des micro-entreprises.
- 4 - Question du transfert du milieu rural au milieu urbain : système de transport, système de commercialisation (systèmes d'intermédiation au sens large).
- 5 - Est-ce que le système technique de transformation des ignames en cossettes est réalisable (compatibilité avec les calendriers de travail, les ressources naturelles, etc.) ?
- 6 - Quelles sont les variétés intéressantes pour le système cossette, et à quelles conditions ? Peut-on envisager d'introduire les kokoro ? Quelles autres variétés locales sont adaptées et intéressantes pour le système cossette ?
Est-ce que les variétés kokoro ou d'autres variétés locales peuvent être utilisées et à quelles conditions ?

3. Tests d'acceptabilité des produits (Action 3.1.)

- Après de qui : ménagères, restauratrices, et commerçants ?
- Connaissance des habitudes alimentaires :
Identifier les plats servis dans la restauration, et repérer les restauratrices qui servent des plats à base d'igname.

Lister les plats existants à base d'igname, et les plats qui se rapprochent des produits susceptibles d'être réalisés à partir des cossettes.

- Deux phases de recherche :

- 1) Identifier des innovations de recettes type à base de cossettes en donnant les produits « intermédiaires » (cossettes, farines, morceaux, brisures, etc.) aux ménagères et restauratrices (diversité sociale et professionnelle à envisager dans l'échantillon). Proposer de constituer un « groupe de recherche » composée de ménagères : on se réunit avec elles pour présenter le produit et les objectifs, ensuite elles peuvent repartir chez elles pour créer des recettes. Ensuite on les rassemble et on identifie un certain nombre de plats. L'expérience AVAL indique que le fait de renseigner les ménagères sur les produits qui existent dans d'autres pays ne les empêche pas d'innover. On peut toutefois envisager une première phase (de quelques minutes) pendant laquelle on ne donne pas ces informations pour savoir ce que la ménagère imagine en voyant ce produit pour la première fois (renseignements utiles pour savoir ce que les consommateurs penseraient en voyant ce produit pour la première fois sur le marché).

- 2) Tester ces produits et ces recettes (tests d'acceptabilité).

Relever les conditions organoleptiques d'acceptabilité notamment (couleur, textures, etc.).

4. Calcul des conditions de rentabilité des cossettes par rapport aux produits concurrents (Action 3.2).

- A quel prix les cossettes arrivent sur le marché. A quelle période le prix des cossettes est intéressant ou moins intéressant, comparativement à d'autres produits concurrents.

- Relevés :

Relevé des prix des produits.

Relevé des prix des plats dans la restauration.

- Le produit « igname » doit être distingué selon ses qualités marchandes (critères utilisés par les commerçants). Repérer ces nominations liées à des qualités d'igname pour faire le relevé sur plusieurs catégories d'igname.

5. Système d'intermédiation

Discuter des modes de conservation.

Le stock constitue pour les commerçants une immobilisation de capital : est-ce une contrainte pour eux ? Quel accès au crédit ?

Qui a les capacités de conserver le produit : le commerçant, le producteur, l'entreprise ?

Quels sont les commerçants susceptibles d'être mobilisés par le commerce de cossettes d'ignames.

6. Identification des conditions d'introduction et de diffusion du procédé de transformation des ignames en cossettes (Action 3.4)

Questions : Compatibilité avec les calendriers culturels, gestion de la ressource (le bois notamment), conditions et lieu de séchage, disponibilité de main d'œuvre, organisation du travail, etc.

Disponibilité, adaptation et rentabilité de concasseurs existants ou de moulins. Cela dépend aussi du type de produit intermédiaire vulgarisé (cossettes entières, morceaux, etc.).

7. Quelles variétés locales, quelles conditions d'introduction des kokoro ? (Action 3.3)

- Calendrier cultural.
- Identification des variétés.
- Quelle est la répartition entre les principales variétés (périodes de récoltes, surfaces, succession culturale, arrivée sur défriche ou sur champ, etc.).
- Modes et conditions de commercialisation des ignames par les producteurs, part autoconsommée.
- Identification des maladies présentes sur igname si elles sont importantes.

Prévoir des enquêtes : fin du troisième trimestre (septembre, octobre).

Remarque : compte tenu du calendrier de formations primaires en janvier/février 1999 et des actions à mener avant cela, il peut être envisagé de commencer les tests à partir de cossettes triées achetées ce mois-ci.

Envoyer des cossettes (tubercules entiers et tranchés) au Burkina : pour les entreprises qui produisent du couscous, et pour des restauratrices. Envoyer des cossettes et des tranches (500 kilos).

Au Cameroun : tout envoyer en cossettes (500 kilos).

Pour la Côte d'Ivoire : Francis se renseigne d'abord si on peut en trouver sur place auprès des béninois(es).

ACTION 4 : ADAPTATION ET MODIFICATIONS DU PRODUIT ET DU PROCEDE DE TRANSFORMATION EN COSSETTES ET CONCEPTION DE NOUVEAUX PRODUITS

- L'action 4.1. est très associée à l'action 3.1.
- Action 4.2. : remplacer « un amala » par « un produit final ».
- Deux stagiaires (Akbodoli et un étudiant de Joseph) vont travailler sur le blanchiment de l'amala. Nicolas envoie une liste de références bibliographique. Joseph dispose des travaux réalisés au Nigéria.
- Action 4.3. : concerne le Bénin (demande spécifique des opérateurs béninois).
L'éminçage permettra de réduire le temps de séchage qui avec les cossettes entières peut atteindre jusqu'à 7-8 jours en fonction de l'humidité de l'air.
- Les actions 4.2 et 4.3. s'appelleront « adaptation-optimisation ».

Rq : l'application du système HACCP est envisagée au Burkina Faso.

- Action 4.4. : formulation de nouveaux produits.
Remplacer « formulation » par « expérimentation et formulation »

Concernant le couscous d'igname :
remplacer « broyage grossier de cossettes » par « tubercule précuit »
remplacer « une entreprise » par « deux entreprises »

Les produits mentionnés ne sont pas forcément les produits sur lesquels il faut se focaliser. Le choix des produits est lié aux diagnostics réalisés.

ACTION 5 : ORGANISATION DE FORMATIONS D'OPERATEURS ECONOMIQUES

Action 5.1. : Formations initiales autour de la technologie traditionnelle

Formation des agriculteurs :

Formation d'une semaine pour une quinzaine de personnes (hommes et femmes) par pays : production, transformation, et préparation d'amala. Prévue après le Ramadan (fin janvier-février 1999).

Possibilités matérielles de faire venir les 3 groupes en même temps : à vérifier auprès de la MAFAR de kilibo.

- Prévoir la seconde réunion de coordination en mars-avril 1999 après la formation des paysans.
- Envoi de paysans béninois au moment de la première expérimentation de la transformation en cossettes (janvier 2000). Intérêt aussi pour les paysans béninois d'aller dans les pays après la formation pour constater les adaptations réalisées.
- Proposition de filmer toutes les étapes durant la formation en enregistrant aussi les questions/réponses, avec des moyens légers (simple caméscope) donc peu cher.
- En fin de journée de formation : réunion de groupe des stagiaires pour consigner sur un cahier tout ce qui a été appris.
- Intérêts d'intégrer les agents de vulgarisation (qui accompagneraient les paysans) dans les formations : permet de garantir la transmission de l'information en cas de réticences, et une durabilité de la transmission sur plus long terme, et une extension de la transmission sur une zone plus large. (pour la Côte d'Ivoire cela apparaît moins évident vues les conditions particulières : agents non pérennisés...).
- Problèmes éventuels en ce qui concerne le déplacement des femmes de paysans (absence peut poser des problèmes). Proposition importante : laisser les paysans choisir en toute responsabilité leurs représentants après une bonne explication des exigences de la formation.

Formation des restauratrices :

- Les formations peuvent aussi être faites dans chaque pays par des béninoises résidentes.
- Ces formations en milieu urbain ne sont pas forcément liées à une période particulière (contrairement à celles du milieu rural liées à la période de disponibilité du produit).
- Les entreprises béninoises sont aussi intéressées pour voir ce qui peut se faire ailleurs à partir des cossettes.

Action 5.2. : Formations secondaires

Agriculteurs : il faudrait s'organiser pour que les stagiaires forment les autres agriculteurs dès leur retour pour bénéficier de la disponibilité de variétés locales à transformer. (début 1999.)

Séance du Samedi 6 juin 1998

ACTION 6 : PROMOTION COMMERCIALE DES PRODUITS

- Canaux de promotion potentiels :
 - Travail avec des écoles hôtelières pour des actions de promotions.
 - Emissions culinaires à la Télévision Nationale.
 - Foire alimentaire (en Côte d'Ivoire).
 - Associations de Restauratrices
 - Radio rurale
 - Groupes de théâtre pour le développement (se produisent par exemple en milieu rural).
 - Evénements tels que le Forum national de la Recherche.
 - Pauses café de Réunions dans des organismes préparées par des associations de restauratrices.
 - SPOT publicitaire de 30 secondes environ pour diffusion à la télévision.
 - Journaux ou revues lues par les paysans.

- Prévoir une enquête sondage auprès de la population urbaine en fin de projet pour évaluer l'information transmise (notamment quelle part de la population urbaine connaît ou a entendu parler de ces produits).

- La promotion du produit peut commencer dès le début du projet (exemple : poster du projet phase 1, interviews de journalistes, etc.). Peut-être envisager la création d'un poster du projet Ignose Phase 2 dès le démarrage du projet.

- Article sur le projet pour *Afrique Agriculture*, en précisant avec quelles institutions il faut prendre contacts.

- Bien distinguer la promotion du projet et la promotion commerciale des produits vis à vis des consommateurs (vis à vis des consommateurs, mettre en avant le côté « projet » n'est pas forcément un argument commercial).

- Arguments de promotion du projet dans le contexte ivoirien : améliorer le revenu des paysans, gérer l'environnement, et offre de nouveaux produits à la consommation en milieu urbain (permet de toucher différents Ministères).

- Bailleurs de fonds : intéressés par le fait que le projet ne concerne pas que des institutions de recherche, mais associe complètement des opérateurs économiques dans le projet.

INDICATEURS DU SUIVI

Fin du premier semestre (octobre 1998) :

Les deux derniers points sont remplacés par :

L'adaptation-optimisation des préparations culinaires et du procédé de transformation aux goûts des consommateurs et au contexte local permet d'identifier des solutions à expérimenter avec les opérateurs.

Fin du deuxième semestre (avril 99) :

Envisager aussi les formations secondaires :

Ajouter : « Les premières formations secondaires d'opérateurs du Cameroun, Burkina et Côte d'Ivoire sont réalisées ».

Fin du troisième semestre (octobre 99) :

Premier point : remplacer par « Les premières formations d'opérateurs béninois et togolais aux procédés optimisés sont réalisées ».

Deuxième point : remplacer par « Les formations secondaires d'opérateurs du Cameroun, Burkina et Côte d'Ivoire sont achevées ».

Ajouter : les variétés kokoros ont été essayées dans tous les pays. Evaluation des surfaces et des variétés utilisées pour les cossettes.

Fin du quatrième semestre (avril 99) :

Les résultats sur l'éminçage peuvent intéresser d'autres pays que le Bénin et le Togo, auquel cas un déplacement d'un technologue peut être prévu.

Ajouter : Les taux d'adoption au niveau des producteurs, commerçants, transformateurs et consommateurs sont connus.

Il peut être suggéré à la Coop. d'envisager une évaluation externe du projet.

CALENDRIER DE TRAVAIL

Voir tableau 1.

A très court terme : - envoyer copie des rush du film aux participants (à commencer par les premiers rush sur la production qui sont déjà réalisés).

- envoyer poster techno cossettes

- envoyer photocopies "laser couleur" des photos

- envoi des cossettes

- envoi du questionnaire production (P Vernier aux participants)

- envoi des protocoles de tests d'acceptabilité consommateurs à E.

Cheyns pour circulation aux autres participants et constitution d'une base commune.

Prochaines réunions de coordination : - Deuxième réunion en avril 1999, à Bouaké (3 à 4 jours avec un jour de visite). Possibilité d'associer pour la prochaine réunion de coordination des opérateurs.
- Troisième réunion en mars/avril 2000 au Cameroun

COORDINATION

- Envoi tous les 6 mois d'un rapport d'activité sous forme de compte-rendu synthétique d'activité qui permet de compiler tous les rapports et de les envoyer à la Coop.

VALORISATION DES RESULTATS

- Publications communes d'articles.
- Eventualité de bouquin à la fin du projet : trouver des financements complémentaires.
- Présentation (papiers, poster sur le projet, etc.) lors du Séminaire International sur Racines et Tubercules en Octobre 1998 (à Cotonou).

PROCEDURES

BUDGET :

Il apparaît difficile de faire des reports de postes sur d'autres postes (sauf si somme très minime).

Possibilités de facturer des jours-chercheurs ou des jours-techniciens.

ADMINISTRATIF :

Envoi des annexes avec la façon de présenter les récapitulatifs des dépenses.

Toutes les dépenses doivent être justifiées, comporter un numéro. Ces dépenses avec le numéro sont reportées dans une fiche récapitulative des dépenses, avec l'indication du poste budgétaire concerné.

Envoyer aux dates prévues dans la convention (en fin de semestre) les factures concernant les avances effectuées.

Communiquer les coordonnées bancaires des comptes sur lesquels doit être versé l'argent.

Tableau 1 : Calendrier de travail

	juin-98	juil-98	août-98	sept-98	oct-98	nov-98	déc-98	janv-99	févr-99	mars-99	avr-99
Action 1	■	■	■	■							
Action 2.1 - Film : tournage urbain	■										
Action 2.1 - Film promotionnel prêt				■							
Action 2.2 - Fiches pré pédagogiques prêtes				■							
Action 3 - Envoi des cossettes	■										
Envoi de semences de kokoros								■			
Action 3 - Envoi protocoles test d'accept.(tous pays) pour base commune	■										
Action 3.1 - Test d'acceptabilité		■	■	■	■						
Action 3.2 - Relevés de prix		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Action 3.3 - Enquêtes systèmes de production		■	■	■	■						
Action 3.3 - Envoi questionnaire production (P. Vernier)	■										
Action 3.4 - MARP et sélection des stagiaires				■	■						
Action 4.1	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Action 4.2	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Action 4.3 - Eminçage		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Action 4.3. - Protection produits naturels									■	■	■
Action 4.4. - Formulation nouveaux produits	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Action 5.1. - Formation des opérateurs ruraux								■	■		
Action 5.2. - Formations secondaires ruraux									■	■	

ADRESSE DES PARTICIPANTS

Nom	Institution	Adresse postale	Fax	Windows et Traite de texte	email
1 AKINDES Francis	Université de Bouaké (ORSTOM)	06 BP1245 Abidjan 06	(225) 35-40-15	Win 95, Word 7	akindes@abidjan.orstom.ci
2 AKISSOE Noël	CERNA / UNB	01 BP 526 Cotonou - Bénin	(229) 30-02-76	Win 95, Word 6	aknoh@syfed.bj.refer.org
3 BADA OGUN. Constant	CERNA / BENIN	BP 526 UNB/FSA/NSA Bénin	(229) 30-02-76	Win 95, Word 6	
4 BELEM Jérôme	I.N.E.R.A	01-BP 476 Ouagadougou	(226) 34-02-71	Win 3.1	s/c Diawara dta@fasonet.bf
5 BRICAS Nicolas	CIRAD / AMIS	BP 5035 34032 Montpellier	33.4.67 61 12 23	Win 3.1, Word 6	nicolas.bricas@cirad.fr
6 CHEYNS Emmanuelle	CIRAD	BP 5035 34 032 Montpellier	33.4.67 61 12 23	Win 95, Word 7	emmanuelle.cheyns@cirad.fr
7 DIAWARA Bréhima	IRSAT	BP 7049 Ouagadougou	(226) 31-53-21	Win 95, Word 6	dta@fasonet.bf
FERRE Thierry	IRAD	BP 1217 Garoua Cameroun	(237) 27-32-20	Win 3.1, Wordperfet 5.1	Cirad.garoua@camnet.com
9 FRANCOIS Jérôme	E.N.S.A.I	BP 455 Ngaoundéré Cameroun	(237) 25-27-51	Win 3.1, Word 6	Tel : 25 14 13
10 HOUNHOUIGAN Joseph	CERNA / BENIN	BP 526 UNB/FSA/NSA Bénin	229 30 02 76	Win 95, Word 6	hounjos@syfed.bj.refer.org
11 NDJOUENKEU Robert	E.N.S.A.I	BP 455 Ngaoundéré Cameroun	(237) 25-27-51	Win 3.1, Word 6	
12 N'KPENU K. Etoudo	ITRA	BP 2318 Lomé TOGO	(228) 25-15-59	Win 95, Wordperfet 5.1	itra@cafe.tg
13 SIDI TOURE Samou	ITRA	BP 2318 Lomé TOGO	(228) 25-15-59	Win 95, Wordperfet 5.1	itra@cafe.tg
14 VERNIER Philippe	CIRAD / IITA	IITA 08BP0932 Cotonou BENIN	(229) 35-05-56	Win 95 , Word 8	philippe.vernier@cirad.fr
15 ZOUPOYA Kokou	ITRA	BP 2318 Lomé TOGO	(228) 25-15-59	Win 95, Wordperfet 5.1	itra@cafe.tg