



Taam Koeega

Bulletin trimestriel interne d'information et de communication

Juillet-Août-Sept. 2006 n° 002

Editorial

Mme Marceline Ouédraogo
Fondatrice de l'ASY

"Se former, s'informer pour être toujours plus efficace".

C'est le credo qu'a fait sienne l'Association Songtaab-Yalgré et ce au niveau de tous ses membres (membre à la base ou instance de direction).

En effet après avoir former ses membres en zone rurale au maniement de l'ordinateur et de la souris pour préparer le lancement de ses Maisons d'Information et de Promotion du karité (MIPROKA), ce qui est effectif depuis Mai 2006, l'ASY est encore à pied d'oeuvre pour mettre ses membres au diapason des NTICs. Le tour est aujourd'hui à la formation des femmes en zone rurale à l'utilisation du GPS (Global Position System). C'est le même souci d'efficacité qui a conduit ASY à inscrire la responsable des MIPROKA à la formation PLC (Programme de Leadership pour le Changement) initiée par la SNV (Coopération Néerlandaise).



Si ASY reçoit, elle donne aussi. En effet elle a partagé son expérience du karité bio en Août 2006 au Nigéria lors du Forum "Shea 2006 : Exporting quality and Quantity".

C'est dans cette même lancée que l'ASY a brillamment participé aux USA au salon d'exposition de produits de beauté dénommé "INSIDE BEAUTY".

Nous vous souhaitons donc du plaisir à feuilleter ce troisième numéro de Taam Koeega.

SOMMAIRE

	Page
Éditorial	1
ACTUALITE	
Les femmes au coeur du GPS	2
L'ASY au Nigéria	3
Les femmes se forment pour rendre attrayant les MIPROKA	4
ASY aux USA	6
La SNV forme les leaders	8

Les femmes rurales au coeur du GPS

S'entraider largement tel est la signification de Songtaab-Yalgré en langue nationale Mooré. Pour relever ce défi, l'association Songtaab-Yalgré créée en 1998 a décidé de miser sur le Karité. Depuis 2002, le leitmotiv de l'association est "plus de karité bio grâce aux technologies de l'information et de la communication pour un mieux être des femmes rurales." La production du beurre de karité biologique par l'association Songtaab-Yalgré repose sur le "global position system" GPS.

Le GPS comment ça marche ?

Le "global position system" s'appuie sur un réseau de satellites et de récepteurs calculant les coordonnées terrestres. Souvent associé à un produit, le GPS désigne en réalité une technologie. Le Global Position System permet d'obtenir la position d'un objet à tout moment que ce soit sur la terre, en mer ou dans les airs. Il s'appuie sur un réseau de satellites créé et développé par le gouvernement américain, initialement à des fins militaires. L'ouverture à une utilisation civile en 1993, a entraîné l'apparition de services exploitant le GPS : géo-localisation, gestion de flotte de véhicules, navigation routière assistée. Aujourd'hui,

des femmes ASY ont bénéficié d'une formation à l'utilisation du GPS. La formation a été assurée par un expert venu de d'Europe. Grâce au GPS, l'association connaît les limites de ces champs, les superficies et le nombre de pied de karité. Elle a aussi déterminée des champs biologiques. Il s'agit de champs localisés dans les 6 villages que sont Bousé, Boulsin, Saponé, Siglé, Gampéla, et Kombissiri. Ces villages sont situés en moyenne à une centaine de kilomètre de Ouagadougou, la capitale politique. Ils ont le statut de territoire biologique. Ce statut découle du fait que dans ces régions, on y trouve que des cultures vivrières sans substances artificielles. Les arbres de karités sont présents dans les champs ou sont cultivées ces cultures vivrières. Ils poussent donc au contact de l'humus naturel (défections de troupeaux, feuilles mortes...) La certification a été établi par des experts de Ecocert après trois ans d'observation.

La traçabilité signe de qualité.

A partir du code parcelle et du code producteur, en cas de problème, on peut identifier l'origine des noix de karités contaminés. En effet le concept de karité biologique renferme la notion de la traçabilité. Cette traçabilité fait référence à toutes les informations archivées et

disponibles concernant les étapes de récolte et transformation du produit. A partir d'un numéro de lot sur l'étiquette du produit final, on peut remonter jusqu'à la parcelle d'origine des amandes de karité. Par le biais du GPS on peut déterminer et constater l'environnement écologique de la matière première. Aussi pendant le ramassage des noix de karité, les femmes remplissent des fiches de collectes. Pour encourager les femmes à respecter les normes et à remplir correctement les fiches de collecte des noix, elles sont payées à 50f CFA par fiche.

La qualité au meilleur prix.

Le kilogramme du beurre de karité biologique est à 2500 f CFA. Celui du karité conventionnel est de 1000f CFA. Songtaab-Yalgré mensuellement produit 30 à 50 tonnes de bio et environ 60 tonnes de conventionnel. Les noix de karité biologique sont vendues le kilogramme à 500f CFA aux acheteurs. Pour le karité conventionnel, le prix est de 200f CFA. Cette différence de prix pousse les femmes à s'adonner au bio. Cela leur permet d'avoir des gains plus importants. Des 3017 femmes de l'association plus de 800 sont dans le projet bio.

Roukiattou Ouédraogo

L'expérience du beurre de karité biologique de l'ASY présentée au NIGERIA

Du 16 au 19 Août 2006, l'Association Songtaab-Yalgré a pris part dans la capitale nigérienne à un forum sous le thème «Shea 2006: Exporting quality and quantity» en d'autres termes "karité 2006: Exportez en qualité et en quantité". La rencontre était organisée par l'agence des Etats-Unis pour le développement international (USAID) et le centre pour le commerce en Afrique de l'ouest WATH (West Africa Trade hub). Elle a regroupé des promoteurs de la filière karité de huit (8) pays d'Afrique, d'Asie et des Etats-Unis. L'Afrique était présente à travers le Burkina- Faso, le Ghana, le Mali, le Nigeria et le Bénin, l'Asie par l'Inde et la Chine, et enfin les Etats-Unis. C'est l'association Songtaab-Yalgré spécialisé dans la production et la transformation cosmétique et alimentaire du beurre de karité et promoteur du beurre de karité biologique qui a représenté le Burkina Faso. La délégation était composé de madame Marcelline Ouédraogo présidente de Association Songtab-Yalgré (ASY) et mme Noëlie Ouédraogo responsable des Maisons d'Information et de Promotion du Karité (MIPROKA) de ASY. A Abuja nous avons eu l'opportunité de rencontrer les différents acteurs de la filière karité du marché mondial c'est-à-dire des structure de collectes et traitement, des acheteurs, des transformateurs, des insdustriels de la cosmétique et du chocolat. Ensemble nous avons discutés des normes de qualité et des possibilités de partenariats affirme Noëlie Ouédraogo.

Partage d'expérience Karité

Aussi Songtaab-Yalgré a été invité pour partager avec les autres son expérience dans la production, la certification et l'exportation du beurre de karité biologique.



Depuis 2002, Songtaab-yalgré a obtenu les labels Bio-Ecocert et Bio-Nop. Les deux labels, garantissant un produit 100/% naturel permettent donc a l'association d'exporter ces produits en Europe et aux Etats-Unis. Ce fut une occasion pour les responsables de ASY de faire connaître leur association, leurs activités, leurs procédure du traitement du Karité, les produits finis. Dans sa communication Madame Marceline Ouédraogo a situé les différents partenaires sur la procédure du traitement du karité au sein de son association. De la collecte des noix à la transformation en beurre de karité, Songtaaba veille sur le respect des normes de conservation et l'hygiène. Toute chose qui concoure à un produit fini de bonne qualité qu'on peut conserver longtemps. Nous nous sommes rendus compte pendant ce forum qu'il y a encore des acteurs de la filière karité qui continue par exemple de frire les noix de karité ou de les conserver dans des jarres d'eau. Ce qui donne un beurre de moindre qualité. La plupart aussi ignorait les procédures de certification. Ils ont donc beaucoup appris de l'expérience de notre association nous confie la présidente de l'ASY.

Noëlie Ouédraogo a aussi eu l'occasion de les entretenir du projet MIPROKA. Elle a insisté sur l'importance des TIC dans la promotion de la filière karité au niveau local comme au niveau international. Avec l'intégration des TIC dans nos activités nous avons à mieux travailler avec les populations à la base. Aussi dans les MIPROKA elle s'informe sur l'évolution de la filière note t-elle. Nous avons saisis cette opportunité pour lancer un plaidoyer en faveur de l'uniformisation des procédures de fabrication du beurre de karité. Aussi on a souligné le fait que nous devrions mettre l'accent sur la transformation locale en produits finis au lieu d'exporter les noix de karité. C' est a ce prix qu'on pourra atteindre notre objectif, une femme un revenu ajoute t-elle.



Visite d'un magasin de stockage de noix de karité à Abuja

Roukiattou et Noëlie Ouédraogo

Les femmes se forment pour rendre attrayant les MIPROKA

Ne vous est-il jamais arrivé d'entrer dans un magasin, de trouver le produit que vous vouliez et de ne pas l'acheter ? Inversement combien de fois avez-vous acheté un produit dont vous n'aviez pas besoin ? Dans un cas comme dans l'autre, c'est le vendeur qui transforme la méfiance naturelle du client en une confiance fondée sur des qualités de conseil et de communication. C'est pour inscrire ces actions de vulgarisation des produits liés au Karité dans cette dynamique de conviction que l'Association SONGTAAB-YALGRE (A.S.Y) a décidé de jouer sur les compétences communicationnelles de ses membres et sur la promotion de ses produits via les média de proximité. Toute chose qui a motivé, la formation des principales actrices du projet MIPROKA (Maisons d'Information et de promotion du karité) en technique de communication et de préparation d'émissions radiophoniques. En rappel, les MIPROKA se veulent des portes d'accès à l'information sur la

filière karité et la promotion des produits à base du karité. Cette formation s'est tenu du 25 au 29 juillet 2006 au siège de l'association à Ouagadougou. Selon les responsable du projet, cette formation devrait permettre aux femmes de terrain d'acquérir des compétences

techniques pour faire connaître leurs activités, promouvoir le beurre de karité biologique et ses dérivés. Toute chose qui pourrait entraîner une plus grande consommation des produits à base du karité, l'or vert des femmes burkinabé dans notre pays. Durant ces cinq jours, sous la coupe de Mme



Les participantes suivent les explications avec intérêt

Taam Koεεga

Trimestriel interne d'information
et de communication
de l'Association Songtaab Yalgré (ASY)
Récépissé n° 4011/06//CA-GI/OUA/P.F

Directrice de publication

Mme Marcelline Ouédraogo

Coordination des rédactions

N'Dembé Noélie

Tondé Blandine

Saisie et Montage

Nomguierma Valérie Josiane

Photos

Alexandra Redgrave

Association Songtaab Yalgré

*Lisez et faites lire
Taam Koεεga*

Annick OUEDRAOGO, consultante en communication, les quatoze (14) femmes de Songtab-yalgré se sont familiarisées aux concepts de communication, de marketing et à la préparation d'émissions radiophoniques. Il s'agissait des responsables de projet, des membres de l'équipe de gestion, des animatrices, des vendeuses et agent commercial de l'association.. D'entrée de jeu, la formatrice a demandé aux femmes d'exprimer leurs attentes et leurs craintes. Leurs attentes sont entre autres connaître la préparation d'émission, avoir la capacité de développer un thème précis et pouvoir l'expliquer, utiliser un français souple et léger et mieux vendre leurs produits. Leurs craintes sont de ne pas pouvoir être à la hauteur malgré la formation, que le contenu du thème soit lourd. Après ce tour de table, les participantes ont été réparties en trois groupes de travail. Pour la première journée les apprenantes se sont appesanties sur le concept de communication. Il a été demandé à chaque groupe de travail en partant de leurs expériences de terrain de dire ce qu'il entend par information, communication, la différence entre informer et communiquer et les difficultés qu'il rencontre en situation de communication. Il ressort de cet échange que la communication est un processus par lequel une source partage un élément de connaissance avec un destinataire. Annick Ouédraogo apprendra aux stagiaires que pour qu'il y ait communication il faut fondamentalement trois éléments : un émetteur (la source de l'information) c'est à dire la personne qui informe, un élément de connaissance qui est le message

qu'on veut transmettre et enfin un récepteur, celui qui reçoit l'information. Elle notera aussi qu'au delà de ces aspects théoriques, l'initiateur de la communication doit tout mettre en œuvre pour susciter l'intérêt de son interlocuteur pour faire passer son message. Pour cela, il doit tenir compte des préoccupations de ce dernier. Comme on le dit souvent *"toute action de l'homme est guidée par ses intérêts"* dira t-elle.

Pour la seconde journée de formation, les participantes se sont penchées sur



**Mme Annick Ouédraogo,
consultante en communication**

la situation des MIPROKA. Elles se sont interrogées sur les raisons possibles qui font que la population ne fréquentent pas les MIPROKA. Partant de cela, elles ont ensemble identifié des pistes de solutions. Pour que la population s'intéresse au MIPROKA retiendront-elles, il faut bien accueillir les clients, doubler d'effort en communication, les animatrices devraient être dynamiques et bien faire le marketing, veiller sur leur hygiène corporelle, vestimentaire, des lieux, des produits, être ordonné et bien présenter les produits.

La formatrice abordera pour la troisième journée le thème "Gestion de la communication et marketing

direct" pour permettre aux apprenantes d'avoir des compétences pour répondre à ces exigences. Cette présentation a permis aux femmes de se familiariser aux concepts du marketing, de comprendre ses principes et d'acquérir des compétences techniques pour convaincre le client à acheter. . Madame Ouédraogo a insisté sur le fait que, pour bien vendre, les animatrices doivent connaître les caractéristiques des différents produits de l'ASY, connaître le procédé de fabrication, les caractéristiques, le prix en rapport avec la qualité. Ce qui lui permet d'avoir confiance à son entreprise et à ses produits pour mieux les vendre. Les deux derniers jours, les apprenantes ont passé au crible la préparation d'émissions radiophoniques. Qu'est-ce qu'une émission radiophonique et pourquoi l'étape de sa préparation est si importante ? En effet, avant de passer à l'antenne pour diffuser une information ou

débattre d'un sujet, l'orateur doit choisir un thème et le documenter. A l'antenne il doit présenter le sujet, décrire ses éléments et expliquer le thème. Expliquez pourquoi le thème est important et pourquoi le public doit vous écouter, dira la formatrice. Sans ambages, la formatrice a enseigné ces concepts aux femmes, avec pour optique, l'acquisition par ces dernières d'un solide savoir-faire adapté à leurs préoccupations quotidiennes de promotion de la filière karité. Cette formation a pris fin sur une note de satisfaction générale.

**Noëlie Ouédraogo &
Roukiattou Ouédraogo**

Carnet de route : Songtaab-yalgré aux Etats-Unis

Dans le cadre de l'African Growth and Opportunity Act (AGOA) auquel le pays des hommes intègres a été admis en décembre 2004 Songtaab Yalgré va à la conquête du marché américain. L'AGOA, est aujourd'hui la pierre angulaire de la politique du gouvernement américain en matière de commerce et d'investissement en direction de l'Afrique subsaharienne. Elle a pour objectif de promouvoir une économie de marché, d'accroître les échanges et des investissements entre les États-unis d'Amérique et l'Afrique, stimuler la croissance économique ainsi que l'intégration de l'Afrique subsaharienne dans l'économie mondiale. Au sortir de la rencontre sous régionale à ABUJA, organisée par le West African Strade Hub (WATH) et USAID, l'Association songtaab-yalgré (ASY) a été invité au salon d'exposition de produits de beauté dénommé « INSIDE BEAUTY ». Ce salon s'est tenu du 08 au 16 septembre 2006. A Jacob Javit's Center à New York. Ce salon a regroupé plusieurs compagnies de différents pays du monde. Noëllie Ouédraogo qui a effectué le déplacement nous conduits sur les traces de son voyage. Suivez son regard...

Le 08 septembre c'est le jour du départ. Mon trajet était Ouaga- Paris-New York avec Air France. RAS jusqu'à l'arrivée le voyage s'est bien déroulé. Pas de difficulté majeure.

09-sept-06 Arrivée à NEW YORK

Je suis bien arrivée à l'aéroport de New York. Un jeune homme nommé ABA est venu me chercher en taxi. Nous avons fait le trajet jusqu'à l'appartement de Fatima. C'est une dame qui travail à ALBANY mais a un appartement à BRONX. Elle a bien voulu me céder son appartement pour

que je l'utilise durant tout mon séjour. Malheureusement, la porte s'est coincée et la clé n'arrivait pas à ouvrir la porte. ABA (Frère de Fatima) m'a ensuite hébergé une nuit chez sa sœur ami ou j'ai passé une nuit avant de rejoindre le domicile de Fatima le lendemain. La journée était agréable avec une température de 21°C. Le soleil brillait à l'horizon, et le vent soufflait une fraîche qui donnait la joie de vivre.

Un premier rendez-vous avorté

Selon le programme de WATH, toute



Stand d'exposition

la délégation invité à participer au Salon, devait se retrouver le lundi 10 sept 2006 à l'hôtel Pennsylvania, afin d'avoir une rencontre avec Charlie. Malheureusement, j'étais la seule à aller au lieu du rendez-vous. Charlie et moi avons patienté de 10h jusqu'à 15H. Personne d'autre n'est venue hors mit charlotte ASHUMA qui devait assister la délégation du Nigeria qui n'a malheureusement pas pu effectuée le déplacement. Alors je suis repartie chez moi et rien n'a été faite ce jour là.

J'ai demandé à Charlie de WATH d'annuler la réservation fait par WATH à mon nom à l'hôtel PENNSYLVANIA; mais selon Charlie il parait que cela est possible pour les autres jours, mais

pas pour celui du 09 septembre 2006 car la journée à été consommée. Je dois donc payer à Casey TROY qui s'est chargée de la réservation et avait payé la première nuit, un montant de 150 dollars pour la réservation du 09 septembre 06.

11-sept-06 en marge de la commémoration des Attentats du 11 septembre 2001 nous procédions à la décoration de nos stands.

Aujourd'hui, c'est le jour de l'installation des comptoirs et décoration des stands. Charlie et Casey sont là pour nous aider. Charlie a mis à notre disposition des supports de présentation classique. L'ouverture officielle est prévue pour le lendemain 12 septembre. Tous les participants des autres pays ont également effectués le déplacement afin de décorer leurs stands. Songtaab-Yalgré avait le stand n°2721 de la catégorie des produits naturels « NATURALS » et des produits d'entretien de la peau « SKIN CARE ». J'ai apporté des

échantillons du beurre de karité conventionnel dénommé « KARIPUR » ; le beurre de karité biologique dénommé « KARIBIO » ; le savon KARIPUR , le savon SAKAMIEL, le savon Aseptique dénommé « KARILUXE » ; le savon à l'huile de NEEM, le savon à l'argile. Tous ces produits sont à base de beurre de karité 100% naturel. J'ai aussi apporté nos catalogues en version anglaise française afin d'informer les visiteurs sur l'usage de chaque produit. J'avais aussi un ordinateur portable afin de démontrer à travers les images numériques, le procédé de collecte des amandes par les femmes au village, jusqu'à la production du beurre de karité. Après l'installation des produits je suis repartie à BRONX

en attendant le lendemain pour l'exposition.

Le grand jour

L'ouverture officielle du salon d'exposition des produits de beauté a eu lieu le 12 septembre à 10h. Les visiteurs ne se sont pas faits priés pour visiter les stands. Nombreux sont ceux qui ont visités le stand de Songtaaba. J'ai eu la visite de cosméticiens, des amateur /trices de beurre de karité. Il en avait également qui n'ont jamais vu le beurre de karité et ne savent pas non plus à quoi il sert. J'ai donc fait défiler rapidement quelques images en guise de démonstration de toute les étapes (de la collecte des noix jusqu'à l'extraction du beurre de karité).

Les gens ont beaucoup appréciés et à la fin de la journée je me suis retrouvée avec une trentaine de cartes de visite et d'affaires. Il faut reconnaître que les besoins n'étaient pas les mêmes. Il avait les uns qui étaient intéressés à payer le beurre en petites quantités avec des revendeurs au USA, d'autres se proposent d'être distributeurs. Les gros acheteurs promettent d'envoyer des mails afin de lancer leur commande de beurre après analyse du beurre. A la clôture, j'ai remis toutes les cartes d'affaires à Casey qui a bien voulu me les scanner et me les a ensuite retourner. Cette première journée était très intéressante pour Songtaaba, de faire découvrir le beurre de karité biologique (avec la copie du certificat biologique à l'appui).

L'exposition bat son plein

Le 13 septembre, l'exposition a démarré à 10h et a pris fin à 17H30. Nous avons encore reçu la visite de plusieurs personnes intéressées par le beurre de karité certifié biologique

ainsi que les savons à base de beurre de karité à l'argile. Des intensions d'achats ont été exprimées et des échantillons ont été distribués aux visiteurs. La majorité ont appréciés le beurre de karité à la cire d'abeille et s'intéresse de prêt à cette pommade naturelle. Compte tenu que la majorité s'intéresse à acheter le beurre de karité biologique en petite quantité, nous les avons recommandé à notre partenaire et distributeur du beurre de karité bio au CANADA. Les visiteurs affluaient à tel enseigne que je n'ai pas eu le temps de m'éclipser un moment pour visite d'autres stands voisins. La journée

présentation des étapes de collectes, de traitement des amandes de karités jusqu'à l'obtention du beurre de karité, il a beaucoup apprécié, mais m'a cependant conseillé de ne pas appelé les noix de karité « NUTS » en anglais, mais de plutôt dire « KERNEL », parce que les américains sont traumatisé par le mot « NUT » depuis les dégâts causé par les noix d'arachide (PEANUT) sur la santé de la population américaine. Il n'a pas exprimé son intension d'acheter, mais il a beaucoup apprécié le beurre naturel bio.

Quelques dollars empochés

Les visiteurs ont voulu payer certains de nos échantillons de beurre de karité et les savons afin de les utiliser. J'ai obtenu \$74 USD de la vente de quelques échantillons. En fin de journée je n'avais plus rien à mains pour montrer. J'ai distribué plus d'échantillon que j'en ai vendu.

J'ai également entendu plusieurs intensions d'achat, mais aucun ne s'est exprimé avec beaucoup de précisions. La journée s'est bien achevée. J'ai été invité par une société américaine dénommée SWISS JARDIN a visité leur boutique, malheureusement le dernier jour j'étais tellement envahi

par des visiteurs intéressés à savoir la composition de chaque catégorie de nos produits, que je n'ai pas pu détacher à temps pour aller à la visite. En plus de cela, comme s'était le dernier jour, il avait beaucoup plus d'opportunités à ne pas rater.

Le 15-sept-06 je reprends mon avion pour le Burkina-Faso. Je peux dire que nous avons beaucoup fait la promotion de nos produits. Nous allons poursuivre les échanges commerciaux par Internet afin de relancer nos produits et susciter des commandes par les grossistes.

Noellie Ouédraogo
envoyée spéciale de ASY aux USA



Noëlie Ouédraogo, chef du projet MIPROKA

s'est bien achevée dans une bonne ambiance.

Déjà fini

Aujourd'hui c'est le dernier jour de la foire. J'ai encore reçu la visite de personnes qui s'intéresse a notre savon et désire commander en grande quantité et mettre leur propre logo sur l'emballage. J'ai reçu la visite de frères africains vivant aux Etats-Unis, qui sont aussi intéressés au beurre de karité. Charlie m'a présenté à un homme d'affaire américain, président d'une des plus grosse société américaine. Ce monsieur s'intéresse au beurre de karité qu'il exporte déjà, mais surtout à notre beurre certifié biologique. Lorsque j'ai procédé à la

La SNV prépare des leaders compétents

Dans le cadre du renforcement des capacités des collectivités territoriales et des organisations de la société civile et la nécessité de pérenniser ces actions d'appui conseil, la SNV a mis en place un programme de formation en leadership (formation action).

Cette formation qui se décline en trois phases s'adresse aux responsables issus du milieu associatif et des collectivités locales partenaires de la SNV. Ce programme de formation vise à contribuer à un meilleur leadership au sein de ces organisations partenaires et créer un cadre d'échange d'expériences en constituant un réseau de leaders efficaces et efficaces.

Comme objectifs spécifiques il s'agira d'amener le leader à prendre conscience de ses propres forces et faiblesses. Aussi il doit comprendre celles des autres et à en tenir compte dans l'exercice de son leadership. Un accent particulier est mis également sur la nécessité de développer sa vision personnelle et à appréhender les stratégies de gestion de changement (OMD, Genre, approche multi-acteurs) pour un impact significatif de son organisation.

La SNV renforce les acquis des organisations de base en vision

Du 25 au 29 septembre 2006, l'hôtel de l'amitié de Ouahigouya a abrité le deuxième atelier du programme de formation en leadership de la SNV. Cette phase II vient en complément de la première qui s'est tenue à Bobo-Dioulasso du 19 au 23 juin 2006 sous la conduite des conseiller(ère)s de la SNV. Au cours de cette phase II du Programme de Leadership pour le Changement (PLC), on s'est appesanti sur le plan de renforcement de l'organisation. L'atelier de cinq jours a débuté par un bilan de la première session qui a eu lieu en juin 2006 à Bobo-Dioulasso.

Le leader efficace c'est celui qui sait gérer le temps

Parmi les questions abordées au cours de du premier atelier de formation en leadership, figure « la gestion du temps ». Ne dit-on pas que : « perdre son temps c'est gâcher sa vie. Maîtriser son temps, c'est maîtriser sa vie ». Il a donc recommandé aux apprenants d'agissez sur le temps. Pour y arriver il faut : Proposer des règles du jeu plutôt que de



L'équipe des leaders du programme PLCSNV

subir celles des autres, Négocier les mandants au lieu de vous les faire imposer ; Exprimer vos attentes ; Préciser le temps dont vous disposez....

Nous avons échangé autour des qualités et compétences du leader. Une stratégie de changement personnel a été élaborée par chaque leader. Il ressort de la communication du premier module, qu'il n'y a pas de recette magique pour être un bon leader. Seul la volonté et la détermination compte : Le leadership se cultive il n'est pas forcément inné. Pour y arriver le respect d'un certain nombre de principes s'impose. Au cours de l'atelier 2 du programme PLC de la SNV on a échangé autour de cinq grands thèmes. Il s'agit de l'effet paradigme ; de la valeur et de la culture ; la vision et le projet de changement ; le leadership proactif et la communication à l'externe ; le projet de changement à l'externe.

La maîtrise des paradigmes a leur utilité car il nous montre ce qui est important ce qui ne l'est pas. Selon ce concept, le monde a toujours résisté au changement. lorsqu'un paradigme change, tous retournent au point

zéro. Raison pour laquelle le leader doit être capable d'identifier ses paradigmes actuels pour les conformer au futur. en ce qui concerne la valeur et la culture, on a pu faire la différence entre un fait de valeur et un fait culturel. Comme le dit bien ce proverbe " il n'y a pas de vent favorable pour celui qui ne sait pas où il va ". Tout bon leader doit avoir une vision et un projet de changement pour son organisation. Sans vision pas de résultat. La vision permet de planifier des activités cohérentes en vue d'atteindre un objectif. Une vision sans action n'est qu'un rêve. Vision et action conjuguées peuvent changer la face du monde. La vision doit être ambitieuse, stimulante, motivante, et crédible pour motiver le changement. Il y a une nécessité de fixer un cadre pour mieux orienter les hommes et les femmes dans l'organisation. Il faut donc une bonne organisation et une bonne communication. Il ressort qu'il faut prendre en compte toujours les aspects environnementaux (externe et interne) pour tout processus de développement. A la fin de cette présentation nous avons procédé

à des exercices pratiques. On a ensemble identifié et partagé des cas individuels de paradigmes vécus. On a aussi échangé sur les paradigmes qui bloquent l'innovation au sein de leurs organisations respectives. Ensemble des pistes de solutions ont été dégagées pour les surmonter.



Les administrateurs locaux en pleine réflexion

Rédigé par **Noelie Ouédraogo**
Membre de l'équipe PCL 1
Bénéficiaire Direct