

**RAPPORT DE L'ATELIER DE FORMATION DE 50 MEMBRES DE 10  
GROUPEMENTS SUR LES TECHNIQUES DE MARKETING ET TECHNIQUES  
D'ÉCOULEMENT DE PRODUITS DU 30 AU 02 DECEMBRE 2015**



*Photo1 : Photo de participants en pleine séance a Kandouma (Kolabunyi) Déc 2015*

**Elaboré par :**

1. **M. Moussa Koulibaly**, Juriste, consultant et Formateur Principal
2. **M. Mamadou Korka Diallo**
3. **M. Mamadou Saliou KANTE**

**Décembre 2015**

## Sommaire

<b>V-LE PUBLIC CIBLE.....</b>	<b>3</b>
<b>VI-LA STRATEGIE DE L'ATELIER .....</b>	<b>4</b>
La valorisation des acquis des participants.....	4
L'adaptation de la formation au rythme et à la compréhension des participants .....	4
La formation par alternance, pour une maîtrise efficace des connaissances dispensées. ....	4
Méthode d'apprentissage dite active.....	4
<b>VII-LES MODULES DE FORMATION .....</b>	<b>5</b>
a) Activités d'ouverture de l'atelier.....	5
b) Présentation des objectifs de l'atelier .....	6
c) Organisation de la Gestion de l'atelier (Rapporteurs journaliers, Chef du village, Normes de l'atelier)...	6
d) Fixation des normes de l'atelier et choix du Chef du village .....	7
e) Recueil d'expériences des participants sur les difficultés et facteurs favorables liés à l'écoulement de leurs produits : .....	7
f) Hiérarchisation des causes des difficultés/faiblesses les plus pertinentes.....	8
g) Contenu possible d'un plan marketing ; .....	8
h) Les « 4 P » Mix Marketing : .....	8
i) Exercices de simulation : .....	8
j) Technique de détermination du prix de vente d'un produit .....	9
k) Les Evaluations journalières.....	10
<b>VIII) EVALUATION DE L'ATELIER :.....</b>	<b>11</b>
<b>IX) CEREMONIES DE CLOTURE.....</b>	<b>11</b>
<b>IX-1) PRESENTATION/VALIDATION DU RAPPORT SYNTHESE DE L'ATELIER :.....</b>	<b>11</b>
<b>IX- 2) MOT DES PARTICIPANTS : .....</b>	<b>11</b>
<b>IX-3) SENTIMENT DES FORMATEURS : .....</b>	<b>12</b>
<b>IX-4) MOT DE CLOTURE DU DIRECTEUR DE CAD : .....</b>	<b>12</b>
<b>IX-5) PRIERES ET BENEDICTIONS : .....</b>	<b>12</b>
<b>X) VIGNETTES DE SUCCES ET RECOMMANDATIONS :.....</b>	<b>12</b>
<b>X-1) QUELQUES VIGNETTES DE SUCCES :.....</b>	<b>12</b>
<b>X-2) RECOMMANDATIONS DES PARTICIPANTS : .....</b>	<b>12</b>
<b>X-3) RECOMMANDATIONS DES FORMATEURS : .....</b>	<b>13</b>

## **I -Introduction**

Dans le cadre de la mise en œuvre de son accord **de coopération avec** la Fondation Américaine pour le Développement en Afrique (USADF), le Centre d'Appui au Développement (CAD) a organisé une formation en marketing et technique d'écoulement des produits au bénéfice de **50 membres de 10 groupements** de production d'huile de palme de la zone de Boké (Kolabunyi et Sangarédi), soit, 5 participants par groupements du 30 Novembre au 02 Décembre 2015 dans 2 sites (Kandouma et Prawol) respectivement dans les Communes Rurales de Kolabunyi et de Sangarédi; conformément à un appel d'offre lancé qui a permis de faire l'adjudication du marché à une équipe de consultants, deux ateliers de formation en parallèle ont été conduits par l'équipe répartie en deux pouls de formateurs sous la houlette du CAD sur les techniques de Marketing et écoulement de produits .

Le présent rapport décrit le processus et le contenu de cette formation et fait des recommandations spécifiques pour la mise en œuvre des résultats de l'atelier sur le terrain.

## **II-Objectif Global de la formation**

Outils suffisamment les membres des groupements sur les stratégies et techniques commerciales pour mieux écouler leurs produits.

## **III-Les Objectifs Spécifiques de la formation**

Au terme de la session de formation, les bénéficiaires auront :

- ✓ Identifié les principales causes de la faiblesse de l'écoulement de leurs produits ;
- ✓ Des compétences renforcées dans les techniques de détermination du prix de vente d'un produit ;
- ✓ Des compétences dans la réalisation des études de marché ;
- ✓ Appréhendé un ensemble de paramètres qui favorisent la promotion commerciale ou le plan marketing, notamment : le « Produit », le « Prix », la « Place », la « Publicité », et la « Personne »;

## **IV-Résultats attendus**

Au terme de la formation, les résultats suivants seront atteints :

Les bénéficiaires participants à l'atelier de formation seront capables :

- D'identifier les principales causes de la faiblesse de l'écoulement de leurs produits ; ;
- Auront des compétences dans la réalisation des études simplifiées de marché ; et dans la détermination des prix de vente de leurs produits ;
- Des connaissances sur les stratégies marketing, notamment les 4P ;

## **V-LE PUBLIC CIBLE**

L'atelier a réuni au total 50 participants dont **26 femmes (16 f/30 participants** pour le site de Kandouma et **10 f/20 participants** pour le site de Parawol issus des 10 groupements (Cf liste participants à l'annexe).

En outre 6 autres personnes dont 3 femmes ont participé à l'atelier en qualité d'observateurs.

## VI-LA STRATEGIE DE L'ATELIER

Durant toute la formation, les formateurs (facilitateur et Co-facilitateur) ont essentiellement communiqué et animé en sousou pour le site de Kandouma et en Pular pour le site de Parawol pour permettre une meilleure compréhension. Ainsi, l'atelier a développé une stratégie basée sur :

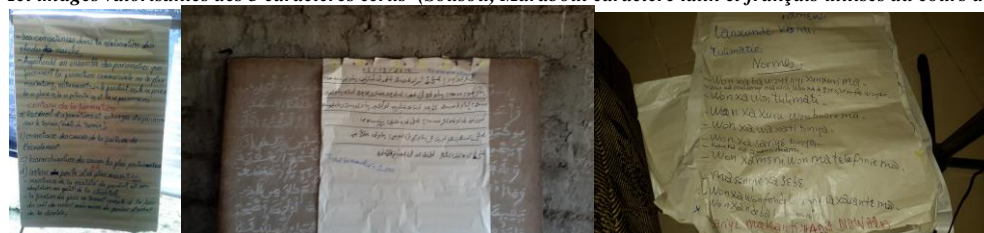
### La valorisation des acquis des participants

Les participants à l'atelier sont les principaux acteurs de leur propre formation. Ils ont été amenés à s'impliquer dans les séances de formation, à travers des brainstormings, des exposés, des études de cas, des historiettes et parfois de leurs vécus pour leur permettre d'échanger leurs expériences et d'acquérir de nouvelles connaissances, le tout sous la conduite des formateurs.

### L'adaptation de la formation au rythme et à la compréhension des participants

En tenant compte du profil le plus souvent hétérogène des participants et de leur niveau d'alphabétisation, la pédagogie de la formation a été adaptée à leur niveau de compréhension et d'assimilation. Un accent particulier a été mis sur les études de cas vécus et les débats. Les idées sont notées en « Susu et en Pular » caractère latin, et quelques fois en Français ou en arabe caractère latin.

*Ici images valorisantes des 3 caractères écrits (Sousou, Marabout caractère latin et français utilisés au cours des 2 ateliers*



### La formation par alternance, pour une maîtrise efficace des connaissances dispensées.

Si la formation a été marquée par d'échanges actifs et participatifs entre participants et facilitateurs, les facilitateurs quant à eux alternaient en fonction des points à débattre. La formation s'est faite par alternance, comprenant des phases théoriques et des cas pratiques, afin de permettre une rapide assimilation des contenus théoriques.

### Méthode d'apprentissage dite active

La méthode utilisée est dite active, elle s'appuie sur des formations qui se réalisent sous forme d'ateliers de réflexion autour de thématiques bien définies, exploitant le vécu quotidien des participants.

Au cours de l'atelier, il s'est agit de :

- Recueillir les attentes des participants pour les intégrer autant que possible dans le programme ;
- Valoriser les acquis et élargir les compétences des participants à travers des inputs spécifiques ;

- Favoriser une animation qui permet des échanges transversaux plutôt que des échanges verticaux ;
- Organiser des travaux pratiques pour favoriser la participation effective de tous ;
- Faire des synthèses appropriées ;
- Mettre en place un dispositif de suivi de l'atelier (mise en place d'un chef de village, notamment pour le respect des Normes et valeurs ;
- Faire des rappels des thèmes débattus la veille au début de chaque journée ;
- Les exercices de détente et des histoires humoristiques pour mettre les participants dans leur meilleur état.

*Vue des Participants repartis en groupe de travail avec la dynamique du groupe*



## VII-LES MODULES DE FORMATION

La formation s'est déroulée autour des modules qui sont déclinés dans le plan ci-après :

### a) **Activités d'ouverture de l'atelier :**

Après l'accueil et l'installation des participants, les formateurs ont procédé à la présentation de la physionomie de la salle ainsi :

**Tableau de Physionomie de la Salle :**

SITES	NOMBRE GROUPEMENTS	PARTICIPATION			OBSERVATEURS	
		H	F	TOTAL	H	F
KANDOUMA	06	14	16	30	03	02
	04	10	10	20	01	00
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>24</b>	<b>26</b>	<b>50</b>	<b>04</b>	<b>02</b>

**Au total, 50 participants dont 36 femmes ; et 06 auditeurs libres dont 4 femmes ont participé à la formation.**

**Ouverture Proprement dite :** Ce thème a été facilité par le CAD (le Directeur pour le site de Kandouma et le Comptable pour le site de...). Dans leur propos, ils ont tout d'abord remercié les participants pour leur mobilisation avant de présenter les facilitateurs aux participants en insistant sur la raison du choix de ceux –ci pour faciliter la présente formation en fonction de leurs compétences, expériences et surtout leur aptitude à pouvoir communiquer aisément dans les langues et langages du terroir. Aussi, avant d'inviter les participants à une participation active, ils dégagé l'objectif et l'intérêt de la formation pour l'émergence de leurs organisations respectives et les facilités qu'ils auront dorénavant dans leurs activités de commercialisation en général, et celle de l'huile de palme en particulier.



*Photos du Directeur et du Comptable du CAD lors de l'ouverture des 2 ateliers*

### **Auto présentation et validation du programme de l'atelier :**

- ❖ Après l'ouverture officielle de l'atelier, un tour de table a été réalisé permettant à chaque participant à se présenter en disant son nom et prénom, nom de son groupement et la fonction qu'il occupe au sein de celle-ci ; ce pour faciliter la connaissance mutuelle entre tous.
- ❖ La proposition de programme présentée par les facilitateurs, a été adoptée sans modification par les participants (cf. fiche programme de l'atelier) ;

b) **Présentation des objectifs de l'atelier :** Les objectifs de l'atelier ont été ainsi présentés aux participants :

#### **Objectif général**

Outiller suffisamment les membres des groupements sur les stratégies et techniques commerciales pour mieux écouler leurs produits.

#### **Objectifs spécifiques**

Au terme de la session de formation, les bénéficiaires auront :

- ✓ Identifié les principales causes de la faiblesse de l'écoulement de leurs produits ;
- ✓ Des compétences renforcées dans les techniques de détermination du prix de vente d'un produit ;
- ✓ Des compétences dans la réalisation des études de marché ;
- ✓ Appréhendé un ensemble de paramètres qui favorisent la promotion commerciale ou le plan marketing, notamment : le « Produit », le « Prix », la « Place », la « Publicité », et la « Personne »;

c) **Organisation de la Gestion de l'atelier (Rapporteurs journaliers, Chef du village, Normes de l'atelier) :**

Au regard des objectifs et le programme présentés un dispositif de gestion efficace de gestion de l'atelier a été mis en place pour favoriser l'atteinte des objectifs :

#### **Choix des rapporteurs :**

Sites	Rapporteurs J1	Rapporteurs J2	Rapporteurs de l'atelier
Kandouma	Ibrahima Amara SYLLA Ibrahima TOURE	Fodé TOURE N'Famara SOLY Mohamed Lamine TOURE	Ibrahima Amara SYLLA Ibrahima TOURE Fodé TOURE N'famara SOLY Mohamed Lamine TOURE
Parawol	Mmadou Saliou DIALLO	Mamadou Mouctar FOINKE	Boubacar DIALLO Satanein NDIAYE

#### d) Fixation des normes de l'atelier et choix du Chef du village :

Par Brainstorming, les normes suivantes ont été proposées par les participants, et le chef du village a été désigné par volontariat :

Normes fixées :

- Eviter le bavardage ;
- Demander toujours la parole, l'obtenir avant de parler ;
- Développer l'écoute active ;
- Etre tolérant ;
- Respecter les horaires de l'atelier ;
- Respecter les normes fixées ;
- Liberté d'opinion ;
- Participation active de toutes et de tous ;
- Mieux gérer les téléphones en les mettant sous mode silence, vibreur ou les éteindre ;
- Noter les idées retenues ;
- Se concentrer sur l'atelier ;
- Eviter des déplacements inutiles ;

#### Chefs du Village :

N°	Sites	Prénoms et NOMS
1	Kandouma	Hadja DIAWARA
2	Parawol	Thierno Abdoul Salam DIALLO

#### e) Recueil d'expériences des participants sur les difficultés et facteurs favorables liés à l'écoulement de leurs produits :

Pour traiter ce thème, les participants ont été répartis en 2 groupes de travail avec des tâches différentes :

**Tache groupe 1 :** Ressortir leurs expériences sur les causes liées aux difficultés d'écoulement de leurs produits sur le marché ;

**Tache groupe 2 :** Ressortir leurs expériences sur les facteurs favorables liées à l'écoulement facile de leurs produits sur le marché ;

#### Synthèse des faiblesses identifiées :

- Mauvaise qualité du produit
- Mal propreté du vendeur
- Point de vente inappropriée (sale, inaccessible)
- Manque de promotion
- Qualité de l'accueil du client
- L'expiration du produit
- surabondance du produit
- Prix très élevé
- Inexistence d'un déboucher
- Manque de fonds de roulement
- Mauvaises conditions de transport altérant le produit

- Choix d'une mauvaise clientèle
- Impatience du vendeur (vente précoce)
- Fluctuation du prix sur le marché
- Non protection de la marchandise
- Venir sur le marché en dehors des heures de pointes (marché hebdomadaires)

**Synthèse des facteurs favorisants identifiés :**

- Bonne qualité du produit
- Prix abordable et raisonnable
- Existence d'un marché à proximité
- Bon accueil des clients
- Vendre à un lieu accessible aux clients
- Faire connaître son produit

**f) Hiérarchisation des causes des difficultés/faiblesses les plus pertinentes :**

1. Mauvaise qualité du produit ;
2. Mal propreté du produit ;
3. Mal propreté du vendeur ;
4. Mal propreté du lieu/place de vente ou d'écoulement du produit ;
5. Surabondance du produit dans le marché ;
6. Inexistence de déboucher ;
7. Mauvaise clientèle ;
8. Conditions de transports ;
9. Fluctuation du prix

**g) Contenu possible d'un plan marketing ;**

L'introduction de ce thème a été faite par des commentaires de la part de facilitateurs. Pour faire le lien, référence a été faite aux idées que les participants ont ressorties dans les groupes de travail au thème précédant (.....).

Cela a permis d'amener les participants à identifier aisément les 4P.

**h) Les « 4 P » Mix Marketing :**

Les 4 P (Produit, Place, Prix et Promotion) ont été développés avec les participants, notamment sur leurs propres activités économiques (production et commercialisation de l'huile de palme ; ou Achat, stockage et commercialisation de l'huile de palme) ;

**i) Exercices de simulation :**

**Deux (02) groupes de simulations ont été constitués :**

**Tache Groupe 1 :**

Présenter une situation mettant en exergue les difficultés liées à la commercialisation de L'huile de palme dans un marché.

**Tache Groupe 2 :**

Présenter une situation mettant en exergue les facteurs favorisant à la commercialisation de l'huile de palme dans un marché.



La présentation et l'exploitation des simulations a permis aux participants de cerner davantage les 4P.

### *Images des Participants en pleines séances de simulation*



#### **j) Technique de détermination du prix de vente d'un produit**

Un exercice pratique a été traité par les groupes de travail constitué à cet effet.

**Groupe 1 :** Production et commercialisation de l'huile de palme ;

**Groupe 2 :** Achat, Stockage et commercialisation de l'huile de palme ;

#### *Image de Présentation d'un groupe de travail sur le thème : Détermination du prix de vente de produits*



#### **Présentation et exploitation travail groupe 1 :**

Détermination du cout de la production :

- Achat de 20 régimes à 2000 fg/régimes = 40 000 ;
- Transport des régimes = 15 000 ;
- Achat de bois morts = 10 000 ;
- Egrappage des régimes = 5 000 ;
- Vannage = 5 000 ;
- Puisage d'eau = 7 500 ;
- Presse = 15 000 ;
- Filtrage = 10 000 ;
- Achat de bidons vides = 10 000 ;
- Amortissement de la machine = 6 000 ;
- Transport de l'huile sur le marché = 10 000 ;
- Cout total Production : 133 500

Prix de vente : 150 000

Bénéfice escompté : 16 500

Des observations ont été faites sur la présentation, notamment des couts qui n'ont pas été cités par le groupe dans l'activité de production d'huile de palme. En suite beaucoup d'échanges ont eu lieu sur l'amortissement.

## Présentation et exploitation travail groupe 2 :

- Achat de 10 bidons vides de 20 l = 100 000 ;
- Achat de 10 bidons de 20 litres à 150 000/bidons = 1 500 000 ;
- Transport des bidons d'huile Missira-Kandouma- Marché Kolabunyi = 50 000 ;
- Transport Aller/retour vendeur = 10 000

Cout de revient de la marchandise : 1 680 000, soit 168 000/bidons ;

Prix de vente : 200 000/ bidons ;

Bénéfice escompté : 32 000

Des observations ont été faites sur la présentation, notamment des couts qui n'ont pas été cités par le groupe dans l'activité d'achat, stockage et commercialisation de l'huile de palme ; notamment la nourriture du vendeur, les frais de stockage, les tickets de vente au marché... En suite beaucoup d'échanges ont eu lieu sur l'amortissement des équipements.

### k) Les Evaluations journalières :

A la fin de chaque journée, les participants ont été amenés à évaluer la journée en exprimant leurs sentiments sur ce qui a été positif, ce qui a été négatif pendant la journée et de formuler des suggestions/recommandations pour le jour suivant.

Ces évaluations journalières ont été ainsi présentées :

JOUR	Aspect Positif	Aspect à améliorer	Suggestions/Recommandations
I	Acquisition de nouvelles expériences ; Travaux de sous groupes qui ont facilité la complémentarité ; Les 4P ; Bonne facilitation ; Compétence du formateur ;	Néant	Poursuivre les thèmes programmés ;
II	Travaux de groupes ; Rôles des acteurs dans la simulation ; Acquisition de nouvelles expériences ; Bonne facilitation ; Savoir comment commercialiser ; Savoir comment utiliser les fonds ;	Néant	

## VIII) EVALUATION DE L'ATELIER :

L'évaluation technique de l'atelier a été faite par les participants en fonction d'une grille préalablement établie et expliquée.

### *Rubriques à évaluer :*

- Lieux de la Formation ;
- Durée de la formation ;
- Pertinence des points et thèmes débattus ;
- Qualité de la prestation des formateurs ;
- Restauration ;

### *Notation des rubriques :*

- 1 = Médiocre ;
- 2 = Passable ;
- 3 = Bien ;
- 4 = Très bien ;
- 5 = Excellent ;

### Résultat des Evaluations :

KANDOUMA		PARAWOL	
Rubriques évaluées	Notation	Rubriques évaluées	Notation
Lieux de la Formation	5	Lieux de la Formation	3/20 ont noté 2 ; 4/20 ont noté 3 ; 8/20 ont noté 4 ; 5/20 ont noté 5
Durée de la formation	5	Durée de la formation	5/20 ont noté 3 ; 7/20 ont noté 4 ; 8/20 ont noté 5
Pertinence des points et thèmes débattus	5	Pertinence des points et thèmes débattus	10/20 ont noté 4 ; 10/20 ont noté 5
Qualité de la prestation des formateurs	5	Qualité de la prestation des formateurs	4/20 ont noté 4 ; 16/20 ont noté 5
Restauration	5	Restauration	8/20 ont noté 4 ; 12/20 ont noté 5

## IX) CEREMONIES DE CLOTURE

### IX-1) PRESENTATION/VALIDATION DU RAPPORT SYNTHESE DE L'ATELIER :

L'équipe de rapportage a procédé à la lecture du rapport/synthèse de l'atelier qui a été apprécié et validé par unanimité.

### IX- 2) MOT DES PARTICIPANTS :

Prononcé par un participant par choisi/site et après les participants, ces derniers ont tout d'abord remercier le CAD à travers son Directeur de leur avoir donné l'opportunité de suivre

la présente information ; ils ont ensuite soulignés vivement la qualité de la prestation des formateurs avant de prendre l'engagement ferme de traduire les connaissances apprises dans leurs actes de tous les jours, ce au bénéfice de leurs groupements respectifs.

### **IX-3) SENTIMENT DES FORMATEURS :**

Ils ont remercié les participants pour leur ponctualité et leur participation active avant de convier à tout un chacun de restituer la formation et de mettre en pratique tous les acquis au sein de leurs organisations tout en souhaitant un bon retour à tout un chacun et surtout des excuses pour les mots déplacés ou pour certains comportements qui ont eu à vexer certains.

### **IX-4) MOT DE CLOTURE DU DIRECTEUR DE CAD :**

Pour ce faire, il a commencé par rappeler quelques l'historique du partenariat de son institution (CAD) avec les communautés en listant quelques acquis avant de recommander le sérieux et l'application réelle des acquis de la présente formation à tous. Il a ensuite prodigué d'utiles conseils à tous les participants en leur remerciant surtout pour leur disponibilité avant de les témoigner la détermination du CAD dans leur appuis a la mise en place et au renforcement de leur structure a dimension communautaire Il a en outre exhorter les participants à observer des règles de transparence et d'objectivité dans le choix des personnes devant être membres de leur structure communautaire . Enfin il n'a pas manqué de féliciter et de louer les compétences en animation des formateurs et de leur sens de l'humour dosé.

### **IX-5) PRIERES ET BENEDICTIONS :**

Si à Parawol, les prières ont été dites par les sages en plénière, à Kandouma, des prières ont été dites à la grande mosquée du village à l'endroit du CAD, de son partenaires, des formateurs, des groupements et des villages abritant ces derniers.

## **X) VIGNETTES DE SUCCES ET RECOMMANDATIONS :**

### **X-1) QUELQUES VIGNETTES DE SUCCES :**

Pendant la formation, les participants ont laissé entendre des déclarations que nous pourrions qualifier de vignettes de succès. Voici entre autres certaines rapportées ainsi :

*« Cette formation nous a permis de renaitre »*

*« Depuis la création de ce village (Kandouma), aucun appui n'a jusque-là été dirigé vers notre village, qu'il soit de l'Etat ou d'une quelconque institution d'appui »*

*« Cette formation nous a ouvert les yeux, car nous dormions ici »*

*« Seul le bon Dieu peut remercier CAD, l'œuvre est gigantesque »*

*« Cet atelier m'a permis de reconnaître mes lacunes dans la commercialisation, activité que je mène pourtant depuis ma naissance »*

### **X-2) RECOMMANDATIONS DES PARTICIPANTS :**

Des recommandations suivantes ont été formulées par les participants :

- Continuer à organiser ce genre de formations ;
- La préférence des formateurs par les participants des 2 sites ;
- Appuyer les groupements dans leur structuration et fonctionnement ;

### X-3) RECOMMANDATIONS DES FORMATEURS :

- Etablir et exécuter un programme de suivi périodique des acquis de la formation avec les formateurs ;
- Doter les groupements tout le matériel et équipement nécessaire a la mise en œuvre de leurs activités
- Continuer à appuyer et à renforcer les groupements.

## ANNEXE

### 1. LISTE DES PARTICIPANTS :

N°	Prénoms et Nom	Fonction	Groupement	Village	Contacts
<b>SITE DE KANDOUMA (KOLABUNYI)</b>					
1	Aboubacar TOURE	Magasinier	Lanfema	Kandouma	655981782
2	Mahawa MARA	Présidente	Lanfema	Kandouma	
3	Ibrahima TOURE	Secrétaire Administratif	Lanfema	Kandouma	664409407
4	Sakhalé DJIKINE	Trésorière	Lanfema	Kandouma	662266900
5	Mamandé DJIKINE	Secret Production	Lanfema	Kandouma	666568848
6	Mamadou CAMARA	Vice président	Sabougnouma	Baya	621919250
7	Alsény SIDIBE	2èm Vice Président	Sabougnouma	Baya	624668411
8	Harouna BAYO	Secrétaire Administratif	Sabougnouma	Baya	664513509
9	Marie CAMARA	Secret Commercialisation	Sabougnouma	Baya	
10	Fatou CAMARA	Secret Production	Sabougnouma	Baya	662022251
11	Djakhoumba KABA	Présidente	Limanya	Kandouma	662873353
12	N'Famara SOLY	Secrétaire Administratif	Limanya	Kandouma	664457392
13	Oumou DJIKINE	Trésorière	Limanya	Kandouma	664640560
14	Mamadou DRAME	Membre	Limanya	Kandouma	664411605
15	Gnama TOURE	Chargé de la vente	Limanya	Kandouma	664660688
16	N'mie DANSOKO	Présidente	Sabougnouma	Kandouma	662068909
17	Touba DIABY	Conseiller	Sabougnouma	Kandouma	664644993
18	Mohamed Lamine TOURE	Secrétaire Administratif	Sabougnouma	Kandouma	664410671
19	Mariama DJIKINE	Membre	Sabougnouma	Kandouma	660577003
20	Diakhabo KABA	Membre	Sabougnouma	Kandouma	622919446
21	Mariama Ciré SQUARE	Présidente	Hèrèmakono	Kandouma	664455562
22	Elhadj Kairaba DIABY	Secrét Administratif	Hèrèmakono	Kandouma	664375634
23	Fodé TOURE	Magasinier	Hèrèmakono	Kandouma	669680171
24	Diakhabo TOURE	Secret Production	Hèrèmakono	Kandouma	664702367
25	Mama TOURE	Vice Présidente	Hèrèmakono	Kandouma	66172880
26	Mariama BANGOURA	Présidente	GPH	Kaléyiré	625070472
27	Binty SYLLA	Trésorière	GPH	Kaléyiré	621916736
28	Abass SYLLA	Secrét Administratif	GPH	Kaléyiré	628340538
29	Kadiatou BANGOURA	Membre	GPH	Kaléyiré	628347504
30	Ibrahima Amara SYLLA	Membre	GPH	Kaléyiré	621918777
<b>SITE DE PARAWOL (SANGAREDI)</b>					
1	Abdourahime TOURE	Membre	Sabou Modho	Parawol	628 15 12 76
2	Amadou Sadio CAMARA	Fondateur	Sabou Modho	Parawol	621 91 71 98
3	Mariama Gnogué CAMARA	Présidente	Sabou Modho	Parawol	624 89 18 26
4	Kouta TOURE	S Comm	Sabou Modho	Parawol	
5	Sira SOW	Censeur	Sabou Modho	Parawol	
6	Kadiatou BAH	Présidente	Awouroulaye	Paragogo	
7	Safiatou FOINKE	S. Comm	Awouroulaye	Paragogo	

8	Ramatoulaye BAH	S. Comm	Awouroulaye	Paragogo	
9	Thierno Abdoul Salam DIALLO	Fondateur	Awouroulaye	Paragogo	624 16 60 92
10	Amadou Mouctar FOINKE	Secrétaire	Awouroulaye	Paragogo	620 82 50 89
11	Adama Hawa MANE	S. Comm	Nafaya	Gnangaba	
12	Mamadou MANE	Trésorié	Nafaya	Gnangaba	
13	Aboubacar DIALLO	S ;Produc	Nafaya	Gnangaba	628 90 80 10
14	Mamadou Saliou DIALLO	Secrétaire	Nafaya	Gnangaba	622 78 67 29
15	Fatoumata CAMARA	Présidente	Nafaya	Gnangaba	
16	Satenin N'DIAYE	Secrétaire	Djokere indhan	Kalinko	628 65 10 43
17	Mariama SOW	Présidente	Djokere indhan	Kalinko	
18	Hawa DIALLO	Comm	Djokere indhan	Kalinko	
19	Satenin CAMARA	Organis	Djokere indhan	Kalinko	
20	Mamadou Bintou N'DIAYE	Membre	Djokere indhan	Kalinko	620 19 00 04
<b>AUDITEURS LIBRES</b>					
1	Fodé TOURE			Kandouma	
2	Kèba TOURE			Kandouma	
3	Mama DRAME			Kandouma	
4	Bobo CISSE			Kandouma	
5	Hawa DIAWARA			Kandouma	
6	Karamady CAMARA	Animateur	CAD	Parawol	