

ANSD
Agence Nationale de
la Statistique et de la Démographie

N^o 0183 /MEFP/ANSD

Dakar, le 04 JUIL 2014

Le Directeur Général

Objet : Mise en place du comité de pilotage

Monsieur/Madame,

La diffusion des téléphones mobiles en Afrique offre aujourd'hui de nouvelles possibilités de collecte de données sur les conditions de vie des populations. En collaboration avec la Banque Mondiale, l'Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie est en train de mettre en place un dispositif de collecte qui permet de combiner une enquête de référence et des entretiens téléphoniques des ménages à l'aide de téléphone portable. Cette approche a été mise en place pour produire des données représentatives de bonne qualité, avec une démarche souple rapide et à moindre coût. Si elle est bien menée, elle peut satisfaire les besoins pressants de données pour les décideurs et fournir un suivi plus rapproché des projets et programmes de développement.

Je vous prie de bien vouloir prendre part ou de vous faire représenter à la réunion de mise en place du comité de pilotage du projet d'enquête « A l'écoute du Sénégal » prévue le vendredi 19 septembre 2014 à partir de 9H 30 à l'ANSD, sise à la Rode Fann-Bel Air Colobane, en face du Siège de la Caisse de Sécurité Sociale.

Je vous prie d'agréer, Monsieur/Madame, l'assurance de ma considération distinguée.

PJ (1) : Termes de référence de la réunion et Agenda

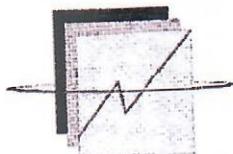
Aboubakar Seneh Beye
Directeur Général

Destinataires :

- M. le Directeur de l'Agence de régulation des télécommunications et des postes, ARTP ;
- M. le Directeur de la Microfinance, DMF ;
- M. le Directeur de la prévision et des études économiques, DPEE ;
- Mme. la Déléguée Générale à la Protection Sociale et à la Solidarité nationale,
- M. le Coordonnateur du Programme National de Développement Local, PNDL ;
- M. le Coordonnateur du Programme d'Eau Potable et Assainissement pour le Millénaire, PEPAM ;
- M. le Directeur de Agence Sénégalaise d'Electrification rurale;
- M. le Coordonnateur de l'Unité de Suivi et de Coordination de la Politique ; Economique, USCPE;
- M. le Coordonnateur de la Cellule de Suivi du Ministère du Développement Social ;
- M. le Directeur nationale en charge de la planification ;
- M. le Directeur de l'Emploi ;
- M. le Directeur de la Planification pour la Réforme de l'Education, DPRE ;
- M. le Chef de Service National pour l'Information Sanitaire, SNIS

REPUBLIQUE DU SENEGAL
Un peuple - Un but - Une foi

**MINISTRE DE L'ECONOMIE DES FINANCES
ET DU PLAN**



ANSD
Agence Nationale de
la Statistique et de la Démographie

TERMES DE REFERENCE

**POUR LA MISE EN PLACE DU COMITE DE PILOTAGE DU
PROJET « Listening to Senegal » L2S**

Enquête par téléphone mobile

1. CONTEXTE ET JUSTIFICATIF

L'Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie (ANSD) en collaboration avec la Banque Mondiale envisage d'organiser une enquête auprès des ménages en utilisant les nouvelles technologies mobiles pour la collecte de données.

La mise en œuvre de cette enquête qui se fera par téléphone mobile sera axée sur une nouvelle approche développée par la Banque mondiale en Afrique. Elle consiste à dérouler une enquête de base selon la méthode classique puis, de mettre en place un Call Center ou centre d'appel qui sera utilisé pour la collecte de données par téléphone mobile selon une fréquence mensuelle sur une période de deux ans.

Des téléphones et frais de communication seront ainsi mis à la disposition des ménages sélectionnés.

En effet, la propagation des téléphones mobiles en Afrique offre de nouvelles possibilités pour la collecte de données socioéconomiques. Cette approche permet de générer des données représentatives de bonne qualité, d'une manière souple, rapide et peu coûteuse. Si bien exécutée, elle est en mesure de répondre aux besoins urgents en données des décideurs politiques et de fournir une rétroaction régulière sur les programmes de grande envergure. Cette enquête innovante faciliterait le suivi des conditions de vie des ménages et l'évaluation des programmes de développement initiés par le Sénégal.

Ainsi, pour un meilleur suivi des activités du projet, l'ANSD souhaite mettre en place un Comité de Pilotage (CP) en collaboration avec les autres démembrés de l'Etat.

2. OBJECTIF

Le Comité de Pilotage sert de cadre de discussions et d'échanges sur des mesures favorables à une bonne exécution et à la réalisation des objectifs du projet en se fondant sur les principes d'aide à la décision mais aussi d'amélioration des conditions de vie des ménages .

A ce titre, il a la fonction de guide stratégique et de supervision des activités du Projet. Il est chargé aussi de veiller à la cohérence des activités à retenir avec les objectifs du projet.

3. ORGANISATION

Le CP doit:

- Valider les thématiques mensuelles choisies pour l'enquête mobile ;
- Approuver la chronologie de la collecte thématique à partir des modules mensuels, il a la latitude de changer l'ordre séquentiel préalablement retenu ou de proposer d'autres thématiques d'actualité, au besoin ;
- Examiner et approuver les rapports techniques ;
- Examiner la cohérence des initiatives pour l'atteinte des objectifs du projet ;
- Veiller à la dissémination et la publication des résultats issus des différentes phases de collecte.

Le CP se réunit, en séance ordinaire, deux fois par an et, en séance extraordinaire convoquée sur demande de ses membres en cas de besoin.

4. La présidence

L'ANSD en tant que structure d'ancrage assure la présidence du comité de pilotage et convoque toutes les réunions du comité de pilotage.

5. Les membres

- 1- Agence de régulation des télécommunications et des postes, ARTP ;
- 2- Direction de la Microfinance, DMF ;
- 3- Direction de la prévision et des études économiques, DPEE ;
- 4- Délégation Générale à la Protection Sociale et à la Solidarité nationale, DGPSSN ;
- 5- Programme National de Développement Local, PNDL ;
- 6- Programme d'Eau Potable et Assainissement pour le Millénaire, PEPAM ;
- 7- Agence Sénégalaise d'Electrification rurale, ASER ;
- 8- Unité de Suivi et de Coordination de la Politique Economique et Sociale du Ministère de l'Economie, des Finances et du Plan, USCPE/MEFP ;
- 9- Cellule de Suivi du Ministère du Développement Social, CSO/MDS ;
- 10- Direction nationale en charge de la planification ;
- 11- Direction de l'Emploi, DE ;
- 12- Direction de la Planification pour la Réforme de l'Education, DPRE ;
- 13- Service National pour l'Information Sanitaire, SNIS.

Ces structures et programmes constituant les membres du CP sont ciblés de par leur implication dans le dispositif national de suivi des conditions de vie des ménages à travers la lutte contre la pauvreté et les exclusions sociales.

6. Agenda de la réunion du 19 septembre

Horaires	Activités	Responsables
09 H 30 mn – 10 H 00mn	Mise en place	1- ANSD
10 H 00mn – 10 H 30 mn	Allocutions	- DG ANSD - Représentant BM
10 H 30 mn – 11 H 00	Pause	2- Organismes
11 H 00 mn – 11 H 20 mn	Présentation des Objectifs de L2S et des différents modules thématiques	3- ANSD
11H20 mn - 11H35	Présentation du dispositif de collecte	4- ANSD
11 H 35 mn – 12 H 05 mn	Discussions	5- Participants
12H 05 mn – 12 H 45 mn	Synthèse des recommandations et clôture	6- Président de séance

1.- PRESENTATION DU PROMOTEUR

Le GIE bénéficiaire du projet est dénommée GIE ABBASSE ; elle est créée en 2008 par les promoteurs. Elle a comme objectifs de:

- rassembler les membres animés d'un même idéal et créer entre eux des liens d'entente et de solidarité ;
- contribuer à l'émancipation sociale et à la formation civique de la population.
- Lutter contre l'analphabétisme et la pauvreté.

L'association a 06ans d'expériences et a pu bénéficier de partenariat et de relation qui l'a permis de réaliser un certain nombre d'activités.

Les activités réalisées sont :

- L'activité principale de l'organisation depuis sa création demeure la pisciculture en cages.

En plus des activités le GIE tienne à chaque moment des réunions pour sensibiliser et informer les membres qui se trouvent dans les villages environnants des activités réalisées et le niveau de réalisation des actions prévues.

Le GIE a son siège social à ARAM dans la commune de madina ndiathbe.

2.- DESCRIPTION DU PROJET

Le projet sera localisé à Aram dans la commune de Madina Ndiathbe. L'objectif visé est de réduire significativement la pauvreté en offrant des sources de revenus intéressantes par une implication directe des ruraux dans la production aquacole.

Les objectifs spécifiques visés par le projet sont:

- Assurer l'approvisionnement en Tilapia du marché local,
- Augmenter les sources de revenus,
- Assurer l'autosuffisance alimentaire.
- Promouvoir la pisciculture dans le Podor.

21.- Résultats attendus

- Amélioration de la disponibilité en poissons dans la zone de Podor ;
- Connaissance par les membres du GIE les principes de base de la pisciculture ;
- Renforcement de la sécurité alimentaire ;
- Création d'emplois ;
- Amélioration des niveaux de vie des membres du GIE.

22.- Localisation du projet

- Région : Saint louis.
- Département : de Podor
- Commune : de madina ndiathbe
- Quartier/Village : aram

23.- Problématique

La population de Aram s'active principalement dans la pisciculture depuis des années. Mais depuis quelques temps notre activité est au ralenti du fait de l'insuffisance des moyens financiers pour le déroulement continu de l'activité dans la zone. En plus de ce manque de moyens financiers les jeunes membres ont des difficultés de maîtrise des techniques de l'activité piscicole. La zone présente beaucoup d'opportunités favorables à l'activité piscicole mais qui reste inexploitées. C'est à ce titre que nous sollicitons le PRODES pour le financement de l'activité économique principale de l'association qui s'effrite de plus en plus. En plus notre organisation dispose des terres pour l'agriculture. C'est la raison pour laquelle nous sollicitons en plus du PRODES, d'autres partenaires pour l'aménagement de ces terres. Pour atteindre nos objectifs énumérés.

24.- Objectifs du projet

- Réduire la pauvreté
- Augmenter les sources de revenus des membres du GIE
- Assurer l'autosuffisance alimentaire
- Promouvoir la pisciculture dans le PODOR
- Insertion des jeunes dans le tissu économique et social
- Améliorer les emplois des jeunes

25.- Activités du projet

Objectifs	Activités prévues pour atteindre l'objectif
Objectif 1 : Réduire la pauvreté	A1.1 : créer beaucoup d'activités économiques A1.2 : créer des emplois salariés A1.3 : Formation des acteurs
Objectif 2 : assurer l'approvisionnement En tilapia du marché local	A2.1 : élargir les étangs A2.2 : augmenter la production A2.3 : Formation des acteurs dans le domaine
Objectif 3 : augmenter les sources de revenu	A3.1 : vendre beaucoup A3.2 : créer des activités génératrices de revenus A3.3 : formation des acteurs dans le domaine
Objectif 4 : assurer l'autosuffisance alimentaire	A4.1 : élargir la pisciculture dans le Podor A4.2 : augmenter la capacité des étangs A4.3 : formation des acteurs

26.- Organisation de la mise en œuvre du projet

Nous comptons d'abord mettre en place 5 grands étangs dont 2 étangs de 200 m² ; 2 autres étangs de 400 m² et 1 grand étang de 1000 m². Ces étangs seront aménagés au niveau du site de production de l'association en tenant en compte les normes techniques. Les exploitations seront gérées comme pour toujours par un comité restreint qui est créé uniquement pour gérer l'activité. Les membres du comité seront bien outillés en organisation et gestion pour bien conduire l'activité et seront renforcés techniquement pour avoir des résultats satisfaisants.

Le suivi et le contrôle des activités seront faits par les autres membres du GIE qui ont cette responsabilité pour toujours.

27.- Bénéficiaires et nombre d'emplois créés

Les bénéficiaires directs du projet sont les membres du GIE abbasse qui sont membres de la fédération du lao situé dans le département de Podor. Le nombre d'emploi envisagé dans ce projet est 3 employés permanents. Mais d'autres employés temporaires pourront être utilisés au cas des besoins et seront rémunérés à la tâche.

3.- ETUDE DE MARCHÉ

Par définition le marché est un lieu fictif ou réel où se rencontre l'offre et la demande d'un produit ou d'un service bien déterminé. Dans le cadre de notre projet il s'agira du marché du tilapia *Oreochromis niloticus* qui servira d'apport à une demande croissante de cette espèce. De surcroît, le tilapia est une denrée alimentaire très prisée au Sénégal. Pour ce projet le marché du poisson tilapia existe et se trouve au niveau des ménages des villages et villes environnants, au niveau des marchés hebdomadaires de Dodel, de Ndioum, Aéré-Lao et tant d'autres marchés des villes du Département. En ville les restaurants, les hôtels et auberges de NDioum sont les véritables clients du projet.

31.- Présentation de votre Produit

Le Tilapia du Nil ou *Oreochromis niloticus* est une espèce piscicole typiquement africaine, présent à l'état naturel dans presque tous les fleuves et lacs du continent. D'un élevage très simple avec un régime alimentaire très souple et un fort taux de croissance, cette espèce a été introduite avec succès dans pratiquement tous les continents de la zone intertropicale. Le conditionnement du produit est fait sur place avec des emballages sous formes de sacs aérés ou l'espèce pourrait à frais continuer à vivre aussi longtemps que possible et peser et vendu par kilogramme de poids. Le poisson est conservé pas trop longtemps à l'air libre est prisé et na pas besoin de rester trop longtemps sans vente.

32.- Analyse de la demande et de l'offre

L'offre :

La pêche artisanale représente un marché important avec une dimension socio- économique non négligeable. La plupart des produits vendus sur le marché proviennent de Saint Louis et sont constitués de « yaboy ». Les rares produits issus du fleuve Sénégal et du Doué font l'objet de convoitise. Ainsi la mise en place des projets piscicole pourrait contribuer à résoudre le déficit en poisson de qualité et augmenter le revenu du promoteur.

La demande

Dans la zone du projet, le poisson est largement utilisé dans la consommation des ménages. La demande émane surtout des salariés et de la famille des immigrants. Les « louma » de Mboumba, Galoya, Madina - Ndiathbé, NDIIOUM et DODEL constituent aussi un marché potentiel pour l'écoulement du produit.

33.- Stratégie de marketing

-Cibles de l'activité/Clients

Pour la réussite des activités du projet, le label de qualité sera la principale force du promoteur. Le promoteur s'efforcera de développer des relations de partenariat avec les bana-banas ; les familles des immigrés ; les salariés et les marchés hebdomadaires pour faciliter l'écoulement des produits. A cet effet des prix préférentiels seront accordés à ces derniers. Le tilapia étant riche en protéine les enfants de 0 à 5ans sont aussi ciblés.

-Concurrence

Comment se présente la concurrence dans le secteur dans lequel vous souhaitez entreprendre : concurrents directe, indirecte, le niveau de concurrence, provenance, leadership, forces, faiblesses, stratégie commerciale ... ?

Les concurrents sont les rares pêcheurs de la localité qui ont une faible prise de poisson par jour épuisé très rapidement.

Les autres principaux concurrents sont les frigos qui transportent de la sardinelle (yaboy) de saint louis qui est loin de concurrencer le tilapia par rapport à la qualité qui n'est pas la même chose. Le yaboy n'est pas bien vendu. Le tilapia est rapidement vendu puisque la plupart des clients déposent même leurs argents en attendant les prises. Donc le poisson du tilapia est bien vendu dans cette zone.

-La stratégie du produit

Le choix de l'espèce Tilapia (*Oreochromis niloticus*) se justifie par sa résistance aux maladies, sa croissance rapide. C'est aussi une espèce facile à élever. Le tilapia et Clarias acceptent de se nourrir d'une grande variété de produits agricoles. Il peut se nourrir d'aliment artificiel contenant environ 25% de protéine comme les sons, les résidus des récoltes, les aliments vendus sur le marché ; bref le cout et la disponibilité de l'aliment de ce spéculation nous incite à s'investir dans ce domaine. Mais aussi la maîtrise de la technique de production du tilapia nous conduit à porter notre choix sur la spéculation.

-Distribution du produit

Comment vous allez procéder pour organiser la distribution des produits ? : Direct, détail/par unité, en gros, Force de ventes, etc. (proposez votre innovation en la matière)

Où est ce que vous allez vendre vos produits : lieux de vente, où se trouvent les clients ? où font-ils leurs achats ? Etc. (proposez votre innovation en la matière)

La distribution se fera sur place à la demande directement de la clientèle sur place. La vente se fera surtout en détails avec les ménages, mais aussi parfois en gros avec les bana banas et intermédiaires

au niveau des marchés locaux et hebdomadaires. Elle se fera à l'aide des charrettes qui vont assurer le transport des produits vers les centres commerciaux et marchés hebdomadaires.

-Lieux de commercialisation : dans les marchés hebdomadaires et marchés locaux. Les clients se trouvent dans les marchés et dans les villages d'environ et plus tard dans les grandes villes.

-Prix des produits ou services

A quels prix vous allez vendre vos produits ou services : prix de vente de la concurrence, prix souhaité par la cible potentielle (prix planché, prix plafond), rapport qualité/ prix, rapport quantité/prix, y a-t-il des périodes de l'année où les prix montent ou baissent ?

Les prix varient entre 750 à 1000 FCFA le kilogramme de poisson vendu en détail et en gros le kilogramme sera vendu à 650 FCFA le kilogramme. En période de forte production notamment en hivernage les prix baissent ; par contre en saison sèche ou les poissons se font rares les prix augmentent rapidement peuvent atteindre le kilogramme à 1200 FCFA.

-Quantité et prix des intrants à acheter et leur périodicité

Quelles sont les quantités achetées (prix et volume) à chaque acte d'achat, par jour, par mois, ..., par an, à une période spéciale (baptême, fête, évènement spécial, ...), y a-t-il des moments de l'année où la demande est forte ou en baisse ? Etc.

La quantité des intrants est de 7 200kg d'aliments à 250fcfa le kg soit d'un montant de 1 800 000FCFA pour une durée de six mois.

La période de sécheresse de crue la demande est trop forte en ce moment les poissons devient rares dans les fleuves et la période de décrue hivernale les prises de poissons sont en grande quantité la demande baisse.

-Analyse de la concurrence

Les concurrents n'ont pas les moyens surtout en période de crue pour attraper beaucoup de poissons.

Par contre les prix proposés par le projet seront encore moins cher que le prix des concurrents.

-Stratégie de communication

Quelle est la manière la plus efficace de communiquer avec la cible, comment est-il informé de ce qui se passe dans sa localité ? Comment lui faire connaître le produit/service ? La stratégie à appliquer pour mieux l'appâter ? Etc.

La manière la plus efficace de communication est de faire de la publicité dans les radios communautaires. Ensuite les promoteurs se déplaceront au niveau des marchés hebdomadaires pour chercher des clients. Donner des numéros de téléphone etc .

L'information se passera par internet ; par les radios communautaire et bouche à bouche.

-Perspective de croissance du secteur

La croissance du secteur se présente ainsi le marché local est visé au début 5 à 10ans les marchés départemental et national sont visé.

4.- ETUDE DE FAISABILITE TECHNIQUE ET ECONOMIQUE DU PROJET

41.- Produits proposés

Nous comptons élever des tilapias dans des bassins pendant six mois et mettre au marché.

42.- Le processus de production

Une densité de 04 individus au mètre carré sera appliquée, Pour 1000 m² de bassin, 4000 fingerlings seront nécessaires.

L'alimentation des alevins se fera à base d'un aliment industriel fabriqué par les moulins sentenac, qui constitue un aliment complet.

Pour les besoins de la récolte, chaque étang est vidangé tous les six mois.

Synthèse de la présentation technique dans le tableau ci-dessous)

Opérations techniques	Moyens/matériels (nom) nécessaires pour mener à bien l'opération technique
Creuser les étangs	Location d'une pelle chargeuse
Planage des étangs	Location d'une niveleuse
Préparation irrigation étangs	Conduite PVC Ø200 PN10
Préparation irrigation étangs	Conduite PVC Ø110 PN10
Préparation irrigation étangs	Coude 1/4 Ø110
Préparation irrigation étangs	Coude 1/4 Ø200
Protection des étangs pour les déprédateurs	filet anti-varant Ø10-14 rouleau de 500m nilon
Protection des étangs pour les déprédateurs	filet anti-aviaire en rouleaux de 50m en mailles de 25mm
Irrigation étangs	Moto pompe 1 cylindre
Irrigation étangs	Tuyaux en rouleau

43.- L'évaluation technique et économique de l'activité

L'étape de suivi évaluation est très importante dans le processus d'exécution du projet ; à cet effet nous devons effectuer des missions de suivi et d'évaluation du projet à mi parcours et en fin de projet. Elle sera interne et externe avec l'utilisation des personnes externes.

44.- Les moyens durables (les investissements)

Désignation	Caractéristiques des bassins	Quantité	Coût unitaire	Coût total
Constructions infrastructures d'élevage alevins	200m ²	2	458 500	917 000
	400m ²	2	458 500	917 000
	1000m ²	1	619 500	619 500
Total infrastructures				2 453 500
matériels élevage				100 000
Moto pompe 1cylindre		1	200000	200000
Tuyau en rouleau	100m	1	20000	20 000
Total matériels				320 000
Total investissement				2 773 500

45.- Les biens consommables

Désignation	Quantité	Coût unitaire	Coût total
Aliments	7 200	250	1 800 000
Alevins	20 000	20	400 000
Carburant			20 000
Entretien			6 500
Total			2 226 500

46.- Les moyens humains

Les employés seront payés après vente

Désignation	Quantité	Coût unitaire	Coût total
Ouvriers (payable après vente des produits)	2	25 000	50 000
Gardien	1	25 000	25 000
Total			75 000

5.- ETUDE DE FAISABILITE FINANCIERE

51.- Le cout du projet

Montant des investissements	2 773 500
Montant du fonds de roulement	2 226 500
Cout total du projet	5 000 000

52.- Le plan de financement du projet

(Le FDEL du PRODES subventionne à hauteur de 100% les investissements et finance à crédit à hauteur de 95% le fonds de roulement. Tenir compte de ces paramètres pour calculer les montants des financements sollicités.

Coût du projet		Montant
% montant subvention investissement sollicité au PRODES	100%	2 773 500
% montant fonds de roulement sollicité à crédit au PRODES	95%	2 115 175
% Apport propre du promoteur	5% (du fonds de roulement)	105 758

53.- Amortissement des investissements

Investissements	Valeur initiale	Durée de vie	Année 1	Année 2	Année 3	Valeur résiduelle
Infrastructures	2 773 500	10	277 350	277 350	277 350	
Petit matériels	100.000	5	20 000	20 000	20 000	
Moto pompe 1cylindre – tuyaux	220 000	5	44 000	44 000	44 000	
Total	3 093 500		341 350	341 350	341 350	0

54.- Compte d'exploitation

Projection de chiffre d'affaire (par cycle)

	Nombre d'alevins	Prix de vente unitaire	Chiffre d'affaire du mois en F Cfa
1 ^{er} semaine	3 600 (900kg)	1000	900 000
2eme semaine	3 600 (900kg)	1 000	900 000
3eme semaine	3 600 (900kg)	1 000	900 000
4eme semaine	3 600(900kg)	1 000	900 000
5eme semaine	3 600(900kg)	1 000	900 000
Total			4 500 000

-Déterminez les charges d'exploitation prévisionnelle

-Compte de résultat

Dans l'année nous produisons 2 fois. Sur les 20 000 alevins élevés par cycle on peut estimer qu'on peut avoir 4500kg d'alevins soit 10% d'alevins de mortalités.

Postes	Année 1	Année 2	Année 3
Recettes brutes (1000fcfa /kg)	9 000 000	9 000 000	9 000 000
(Désigner la recette et reporter le montant annuel)			
Charge d'exploitation	2 226 500	2 226 500	2 226 500
Autres Charges externe	2 220 000	2 220 000	2 220 000
-Eau			
-Electricité			
-Transport			
-Entretien	6 500	6 500	6 500
-Matériel			
-Fourniture			
-Réparation			
Etc.			
Valeur ajoutée			
Charge de personnel	900 000	900 000	900 000
Marge brute d'exploitation	5 873 500	5 873 500	5 873 500
Dotations aux amortissements	341 350	341 350	341 350
Résultat avant impôts			
Impôts			
Résultat net comptable	5 532 150	5 532 150	5 532 150

55.- Analyse financière

Taux de Rentabilité Interne du projet (TRI) : 404,2%

56.- Plan de décaissement

Décaissement	1 ^{er} Décaissement	2 ^{ème} Décaissement	3 ^{ème} Décaissement	Observations
Activités (Investissements, BFR)				
Exemple : construction unité de transformation	2 453 500			
Acquisition des machines et du petit matériel d'exploitation				
Acquisition du matériel d'exploitation		320 000		
Mise en place Fonds de roulement			2 226 500	

6. ACCOMPAGNEMENT

6.1. Besoins en renforcement des capacités

6.1.1. Besoins en formation technique

6.1.2 Mise en place outils de gestion financière, comptable et administrative

6.2. Appui à la formalisation

6.3.- Appui à la promotion

OUI à l'ensemble des besoins d'accompagnement.

7.- LES EFFETS ET IMPACTS DU PROJET

• Analyse environnementale :

L'environnement est très favorable pour la tenue des activités de production, de transformation et de commercialisation des alevins du fait de la disponibilité des surfaces pour l'aménagement des étangs, de l'eau pour l'irrigation des étangs et l'abreuvement des poissons mais aussi de, la technicité et des compétences techniques, managériales et marketing.

L'existence de marchés hebdomadaires, des loumas de Dodel, de Ndioum, Agnam, Aeré-lao, Médina Ndiathbé etc, des hôtels et auberges comme SAMASSA et Mbathior, restaurants, et de nombreux ménages etc) sont des opportunités favorables aux productions halieutiques.

Indicateurs de performance :

L'évaluation finale sera participative. Il sera nécessaire de mesurer l'amélioration du degré de performance au niveau des productions aspect organisationnel et productivité).

- Respect des dispositions des contrats de crédit et remboursement
- Capacité des bénéficiaires à remplir les différentes fiches de suivi
- Respect du calendrier d'exécution des campagnes de commercialisation des alevins
- Amélioration de la capacité d'autofinancement du promoteur
- Cash Flow des bénéficiaires relevées etc.

La modernisation et l'intensification des productions halieutiques constituent un souci majeur du gouvernement Sénégalais raison à la quelle tous les programmes mis en œuvre actuellement par l'Etat s'inscrit dans cette logique de production et de productivité intense des spéculations. C'est dans ce cadre que les promoteurs s'inscrivent dans cet objectif en mettant en place des étangs aux bénéfices de ses membres. Les spéculations produites occupent une part très importante sur le marché national du fait de la demande forte de la clientèle locale et même nationale à travers les marchés hebdomadaires, autres points de vente.

Certes les produits peuvent être disponibles sur le marché local en grande quantité mais cela ne constitue pas un risque pour la commercialisation et à la concurrence. Ainsi les promoteurs, pour éviter des problèmes de gestion, de suivi, et de coordination du programme comptent mettre en place des comités de gestion, de pilotage et de suivi qui seront en permanence sur les sites de production et de commercialisation des alevins.