

**Agence Japonaise de Coopération
Internationale**

**Ministère du Développement
Agricole**

**Etude de Développement des Oasis Sahéliennes (EDOS)
en République du Niger**



Poisson fumé avec le four ‘Altona’

Support de Formation sur la conservation du poisson et le marketing

Pour les participants

Mai 2008

Centre International Japonais de Recherche en Sciences Agricoles (JIRCAS)

Elaboré par l'ONG ADA dans un cadre contractuel signé avec EDOS

SOMMAIRE

Pages

Préambule.....	3
Objectifs et résultats attendus du support.....	4
Thème 1 : La qualité et la conservation du poisson.....	4
1.Importance et points d'application de l'hygiène	4
2. Comment reconnaître un poisson frais ?.....	5
3. Pourquoi conserver le poisson ?.....	7
4. Comment fumer le poisson avec le four « Altona ».....	7
Thème 2 : Le marketing.....	9
1. Le concept de marketing.....	9
2. Les techniques de marketing.....	12
3. Quelques conseils pour bien gérer l'entreprise.....	13
4. Le compte d'exploitation prévisionnel de l'entreprise.....	13

Bibliographie

Préambule

Ce support de formation sur la conservation du poisson et le marketing est un outil destiné aux acteurs de la pêche (coopérative, pêcheurs et mareyeurs/euses) pour une plus grande efficacité dans la conduite des opérations de pêche et de commercialisation du poisson.

La pêche et la commercialisation du poisson peuvent constituer des Activités Génératrices de Revenus (AGR) qui procurent des revenus financiers à leurs promoteurs leur permettant de satisfaire des besoins personnels et familiaux. Le poisson étant une denrée très périssable, les acteurs de la pêche doivent disposer de notions techniques sur la conservation du poisson et le marketing afin d'optimiser leurs profits.

I. Objectifs et résultats attendus du support

L'objectif visé par le support de formation sur la conservation du poisson et le marketing est de renforcer les capacités des acteurs de la pêche (coopérative, pêcheurs et mareyeurs/euses) à manipuler, à conserver et à vendre les poissons provenant des retenues d'eau.

Les résultats attendus du support sont:

- Les connaissances des acteurs de la pêche sur la qualité et la conservation du poisson sont améliorées ;
- Les techniques de marketing sont bien comprises par les mareyeurs/euses

Thème 1 : La qualité et la conservation du poisson

1. Importance et points d'application de l'hygiène

L'hygiène est l'ensemble des mesures nécessaires pour garantir la salubrité des denrées alimentaires afin de préserver la santé des consommateurs. Elle s'applique :

*aux équipements : le matériel qui sert à la manipulation du poisson (sceaux, balance, couteaux) doit être toujours bien propre. Si ce matériel n'est pas propre, il va influencer négativement la qualité des poissons,



Laver le sceau au savon et à l'eau propre



Laver les couteaux au savon et à l'eau propre



Laver la table au savon et à l'eau propre



Nettoyer l'espace de travail

* au personnel : le manipulateur du poisson doit être en bonne santé, sans blessure, sans ongles longs, sans bijoux et avec une tenue de travail adapté et propre. Il doit toujours se laver les mains avant la manipulation, après la sortie des toilettes et après avoir touché des objets sales. Lorsqu'on manipule du poisson, il faut respecter certaines consignes comme :



Ne pas manger



Ne pas tousser



Ne pas fumer



Ne pas se gratter

*lors de la manipulation du poisson : éviter les contaminations par utilisation d'outils sales, ne pas manipuler le poisson quand on est malade ou blessé, ne pas mélanger un produit sale ou avarié avec un produit propre ou frais.

L'ensemble de ces bonnes pratiques conduit à un poisson de bonne qualité et à une confiance des consommateurs entraînant un gain important d'argent.

2. Comment reconnaître un poisson frais ?

La satisfaction du consommateur dépend de la qualité du poisson. Aussi, il importe de savoir reconnaître un bon poisson. Pour y parvenir, on se sert des yeux, du nez, des mains, de la langue : c'est le contrôle organoleptique.

Photo d'un poisson frais



Tableau d'évaluation de la fraîcheur d'un poisson

Organes	Bon poisson	Mauvais poisson
L'oeil	Clair, brillant, vif, transparent, bombé	Pupille grise, concave au centre
Les branchies	Rouge sang, humides, brillantes	Décolorées, brunes
L'abdomen	Intact, rigide	Mou
L'anus	Fermé	Ouvert
Les écailles	Brillante, Fortement adhérentes	Ternes, Se détachent facilement
La peau	Tendue, brillante, ferme	Mucus opaque, terne
Le corps	Rigide	Mou
La chair	Souple et ferme à la pression	Molle, flasque
Odeur	Odeur d'algues	Odeur aigre

Le poisson s'altère très vite avec l'action des microbes. Pour réduire l'action des microbes et éviter de transmettre des maladies aux consommateurs, il faut :

- laver le poisson pour éliminer le mucus,
- éliminer aussi vite que possible les viscères,
- enlever les branchies,
- bien laver le poisson, y compris l'intérieur,
- conserver le poisson sous glace ou le fumer ou le frire aussitôt.

La mauvaise manipulation du poisson peut augmenter sa vitesse de dégradation. C'est pour cette raison qu'il ne faut pas :

- *jeter violemment un poisson au sol,
- *marcher sur le poisson,
- *poser le poisson sur le sol ou le mettre sur le sable,
- *traîner le poisson sur le sol,
- *exposer le poisson au soleil,
- *transporter le poisson sur de longues distances sans lui appliquer un moyen de conservation (glace, fumage...).

3. Pourquoi conserver le poisson ?

Le poisson est une des denrées les plus périssables. Pour ne pas être obligé de la brader après sa capture, il serait indiqué de disposer d'un délai suffisant pour le vendre. Pour cela, plusieurs techniques de conservation existent : congélation, séchage, salage, fumage, friture. La forme la plus valorisante et qui soit financièrement et culturellement admissible dans le contexte du milieu rural nigérien est le fumage. Cette option économise du bois et garantit la qualité du produit fini. L'utilisation du four moderne « Altona » est une alternative testée et adaptée au contexte et dans les conditions du Niger.

4. Comment fumer le poisson avec le four « Altona »

- Connaissance du four « Altona »

Le four « Altona » est un four moderne qui dure plus longtemps que le four traditionnel et permet d'avoir du poisson de meilleure qualité et qui consomme trois (3) fois moins de bois que le four traditionnel.



Photo d'un four ALTONA

- Matériaux de construction d'un four « Altona »

Pour construire le four « Altona », il faut avoir des briques en argile, du grillage, de la tôle, des clous, du bois, des barres de fer et une fermeture pour la porte de la chambre de fumage.



Photo des matériaux et matériels pour la construction du four « Altona »

- Où construire le four « Altona » ?

Le four doit être construit dans un endroit où le pêcheur ou le mareyeur peut surveiller le fumage en toute sécurité avec la possibilité de faire d'autres activités.

- Caractéristiques du four « Altona »

Le four doit avoir une longueur de 1,80 m et une largeur de 1,60 m et une fondation de 30 à 40 cm.

- La construction du four « Altona »

Pour construire le four « Altona », il faut :

- disposer dans la fondation une première rangée de briques,
- construire un mur d'un mètre de haut en faisant une ouverture de 45 x 45 cm (2) à même le sol dès la pose de la première rangée de brique,
- laisser sécher le foyer 2 à 3 jours après la construction,
- faire une charpente métallique pour soutenir le grillage afin de donner beaucoup plus de solidité,
- bien tendre le grillage sur la charpente métallique,
- laisser le grillage déborder de 10 cm des parois du mur du foyer,
- continuer à construire jusqu'à hauteur de 1 m au dessus du grillage en faisant une ouverture de 65 x 65 cm après la première rangée de briques posée sur le grillage ; derrière, il faut construire jusqu'à hauteur de 85 cm,
- ouvrir deux trous d'aération sur les côtés latéraux de la chambre de fumage,
- faire une pente à la fin de la construction de la chambre de fumage,
- laisser sécher 2 à 3 jours après la construction de la chambre de fumage,
- bien fixer les traverses en bois solide dans le mur avant de poser la tôle,

- la tôle doit déborder le mur de 10 cm du côté de la pente et doit être solidement fixée aux traverses avec de clous,
- le four peut être fermé avec un toit traditionnel, fait en charpente de bois local et de banco pétri,
- fixer la porte de la chambre de fumage avant de crépir le four (mélange de banco et de paille bien malaxé).

- Différentes étapes pour fumer le poisson avec le four « Altona »

Pour réussir le fumage du poisson et obtenir un produit finit de qualité, il importe de respecter les étapes suivantes :

- éviscérer, laver le poisson, découper les plus gros en 2 ou 3 morceaux puis, égoutter le poisson sur un séchoir (morceau de grillage, secco en paille non souillé, natte propre etc....) pour faire partir l'eau,
- quant le poisson est sec, le disposer sur le grillage de la chambre de fumage,
- laisser des espaces libres sur le grillage de la chambre de fumage,
- laisser des espaces libres aux 4 coins et au milieu du grillage pour que l'air puisse bien circuler et fumer les poissons des deux côtés,
- après avoir mis tous les poissons dans le four, allumer le feu avec du bois épais qui brûle moins vite,
- après avoir mis les poissons à fumer, allumer le feu, fermer la porte de la chambre de fumage et boucher les trous d'aération avec des chiffons. Le fumage dure 2 à 3 heures.

Thème 2 : Le marketing

1. Le concept de marketing

Le marketing est l'ensemble des stratégies faites pour identifier la clientèle et ses besoins. C'est la manière dont on répond aux besoins de la clientèle tout en réalisant un bénéfice en :

- Fournissant les produits ou services dont elle a besoin ;
- Fixant des prix qu'elle pourra payer ;
- Mettant les produits à sa disposition ;
- L'informant et l'attirant pour acheter les produits et services.

En terme de marketing, les éléments suivants doivent être pris en compte par l'entrepreneur s'il veut devenir prospère. Il s'agit de :

- rechercher le produit
- parler aux gens et voir quels sont leurs besoins
- expérimenter les produits, les lieux et les prix
- être un bon vendeur
- faire en sorte que le produit soit attrayant et connu

2 Les techniques de marketing

Pour que la vente du poisson soit rentable, l'entrepreneur (coopérative, pêcheur et mareyeur) doit établir un plan marketing qui consiste à appliquer la règle des quatre (4) "P" à savoir :

- Produit : quel produit vendre ?
- Prix : quel prix fixer ?
- Place : comment et où aller pour atteindre les clients ?
- Promotion : comment informer les clients sur le produit ou service et comment les attirer ?

Le produit est ce que l'on propose à la clientèle. Il convient de décider du type de produit mais aussi, le cas échéant, de la qualité, de la couleur, de la taille etc.

Photo de carpes de taille variée



Exemple : une mareyeuse décide de vendre du poisson frais : le produit c'est le poisson, la qualité c'est du frais, la taille c'est de 250 g à 1 kg

L'entrepreneur doit développer une relation avec le ou les marchés ou avec les clients pour :

- Déterminer quel produit les clients veulent : se focaliser sur un groupe bien ciblé de consommateurs et leur fournir un produit
- Se renseigner sur les produits similaires qui sont déjà vendus : leurs qualités, leurs prix, ce que les consommateurs leur reprochent ou apprécient

- Assurez que son produit est différent et plus attrayant que les autres produits similaires déjà proposés
- Faire connaître son produit auprès des consommateurs
- Trouver de matières premières de qualité à bon prix
- Décider de la quantité de produit qui être fabriqué en un laps de temps défini
- Faire un emballage plus attractif

Le prix est le montant demandé au client pour un produit. Pour fixer le prix il convient de connaître les coûts, le montant que les clients sont prêts à payer et les prix des concurrents.

Exemple : un mareyeur achète du poisson à 750FCFA le kilogramme du poisson frais, les clients sont prêts à acheter le kilo à 850FCFA ; les concurrents vendent le kilo à 1200FCFA : le prix de vente du kilo serait de 1000FCFA.

L'entrepreneur doit développer sa propre politique de prix en :

- Fixant un prix de manière à dégager un profit
- Faisant des recherches sur les prix des concurrents
- Observant si les achats des produits sont basés sur le prix ou sur la qualité du produit
- Etudiant les changements de prix durant les différentes saisons de l'année
- Faisant des prix spéciaux pour des ventes éclairées
- Faisant des prix spéciaux pour attirer les clients

La place est l'endroit choisi pour mener l'activité. Un accès facile aux matières premières peut être important d'où la nécessité d'être à proximité des lieux d'approvisionnement et de ventes des produits. Il est important de savoir comment les concurrents distribuent leurs produits.

Fumage et vente de poisson



Exemple : un mareyeur achète du poisson frais au site de Guidan Bado, qu'il fait fumer sur place dans le four « altona ». Une partie du poisson fumé est vendue sur place aux clients venus des localités environnantes et l'autre partie est vendue sur le marché de Bouza.

L'entrepreneur doit décider sur :

- Où vendre le produit ? : porte à porte, marchés, à domicile, boutique ?
- Qui doit vendre le produit ? : vente directe, par un intermédiaire, un revendeur
- Type de distribution du produit : transporter le produit au marché ou aux clients
- Type de transport : voiture, vélo, charrette, à pied
- Méthodes de stockage et leurs coûts

La promotion consiste à informer et attirer le client pour qu'il achète les produits. Il existe plusieurs moyens de faire la promotion telle :

- La publicité : c'est fournir des informations aux clients pour qu'ils s'intéressent aux produits et les inciter à les acheter :
 - On peut placer des panneaux attractifs, des annonces dans les journaux, à la télévision ou à la radio,

Panneau publicitaire : le poisson c'est bon



- on peut faire de la musique,
- on peut imprimer et distribuer des prospectus pour vanter les produits,
- on peut faire des démonstrations sur la manière d'utiliser le produit,
- on peut servir des rafraîchissements aux clients (eau fraîche ou jus de fruits par exemple),
- on peut inventer un slogan pour le produit ou un nom spécial,

- on peut créer une image du produit avec message qui restera dans l'esprit des consommateurs.
- La promotion des ventes : toutes les astuces pour amener le client à acheter ou à acheter plus : on peut distribuer des échantillon, abaisser le prix du produit sur une période donnée, etc...

3. Quelques conseils pour bien gérer l'entreprise

L'objectif d'une entreprise, c'est de produire et pouvoir vendre très bien les produits. Ainsi un bon produit, un prix concurrentiel et un bon emplacement sont certes importants mais c'est surtout le comportement du vendeur (accueil, négociation, comportement) qui conditionne les garanties de meilleures ventes. Un bon vendeur doit suivre les conseils suivants :

- Ne pas faire attendre les clients
- Ne pas parler au téléphone ou avec des amis et ne pas manger quand il a des clients

Les clients attendent d'être servis alors que la restauratrice discute d'autres choses avec une amie.



Source : EDOS, support de formation sur les activités génératrices de revenus, décembre 2007

- Garder les prix bas
- Diversifier les produits et avoir toujours une spécialité locale dont la demande est forte
- Rendre les choses plus faciles pour le client en lui apportant le produit
- Fidéliser la clientèle afin que les clients satisfaits reviennent et fassent connaître le produit à leurs amis
- Etre accueillant et ouvert
- Rester alerte en ce qui concerne les produits nouveaux
- Avoir un plan marketing qui soit toujours flexible, revu régulièrement et qui s'adaptent aux changements de conditions

4. Le compte d'exploitation prévisionnel de l'entreprise

En planifiant, on fait une prévision. Une prévision renseigne sur les événements futurs.

Exemple : Demain c'est le jour de marché de Bouza. La mareyeuse Assamaou décide de frire 50kg de poisson.

Le compte d'exploitation prévisionnel permet de prévoir :

- Combien l'on va vendre dans la semaine, le mois, l'année etc ;
- Le prix de matières premières que l'on à l'intention d'acheter ;
- La liquidité dont on doit disposer ;
- Les prix à demander aux clients afin de réaliser un bénéfice.

Le compte d'exploitation permet de détailler tous les frais (les charges), l'argent que va rapporter les ventes (produit) et de dégager un profit ou une perte (le résultat). Les prévisions se feront sur une période bien précise (par semaine, par mois ou toute l'année). Deux cas de figure sont envisageables :

- Si la prévision fait apparaître une perte, il faut reprendre pour s'assurer que les frais n'ont pas été surévalués ;
- Si la prévision fait apparaître un profit important, il faut s'assurer que les ventes n'ont pas été surestimées.

On peut ainsi facilement calculer le bénéfice brut :

$$\boxed{\text{VENTE (produit)}} \quad - \quad \boxed{\text{COUTS TOTAUX (charges)}} \quad = \quad \boxed{\text{BENEFICE BRUT}}$$

Le bénéfice brut n'est pas encore de l'argent qu'on peut dépenser comme on le veut. Il y a des taxes qui sont incluses dans cet argent.

$$\boxed{\text{BENEFICE BRUT}} \quad - \quad \boxed{\text{TAXES SUR LE BENEFICE}} \quad = \quad \boxed{\text{BENEFICE NET}}$$

Le plus souvent pour le cas des AGR c'est l'informel qui prévaut. Les taxes sont nulles donc le résultat brut = au résultat net.

- Lorsque le résultat net est positif on (+) on a réalisé un bénéfice ;
- Lorsque le résultat net est négatif (-) c'est une perte.

Exemple de compte d'exploitation pour le démarrage de l'entreprise : vente de poisson (Source de financement : fonds propre)

CHARGES					PRODUIT		RESULTAT
Libellé	Unité	Quantité	Prix unitaire	Montant (en FCFA)	Vente/semaine	Montant (en FCFA)	Bénéfice
Poisson	kg	25	500	12.500	Poisson frit	25.000	
Huile	Litre	3	1000	3.000			
Sel	Emballage	2	25	50			
Piment	Emballage	2	25	50			
Arôme	Unité	2	40	80			
Bois	Tas	2	100	200			
Eau	Seau	2	5	10			
Transport	Aller/retour	2	250	500			
poêle	Unité	1	1500	1500			
Foyer amélioré	Unité	1	1250	1250			
TOTAL				19.140		25.000	+ 5.860

Bénéfice = Prix de vente - Prix de revient

Application numérique : 5.860 F = 25.000 F – 19.140 F

Compte d'exploitation pour la deuxième semaine de l'entreprise : vente de poisson (Source de financement : fonds propre)

CHARGES					PRODUIT		RESULTAT
Libellé	Unité	Quantité	Prix unitaire	Montant (en FCFA)	Vente/semaine	Montant (en FCFA)	Bénéfice
Poisson	kg	25	500	12.500	Poisson frit	25.000	
Huile	Litre	3	1000	3.000			
Sel	Emballage	2	25	50			
Piment	Emballage	2	25	50			
Arôme	Unité	2	40	80			
Bois	Tas	2	100	200			
Eau	Seau	2	5	10			
Transport	Aller/retour	2	250	500			
Amortissement de la poêle	Unité	1	35	35			
Amortissement du Foyer amélioré	Unité	1	30	30			
TOTAL				16.455		25.000	+ 8.545

Bénéfice = Prix de vente - Prix de revient

Application numérique : 8.545 F = 25.000 F CFA – 16.455 F CFA

La poêle et le foyer amélioré seront amortis après 12 mois.

Les charges relatives à l'amortissement des équipements (poêle et foyer amélioré) sont des charges fictives qui sont calculées dans l'unique but de renouveler l'équipement une fois

amorti. Ces frais doivent être retranchés après chaque vente et déposer sous forme d'épargne que l'entrepreneur peut réinvestir dans l'entreprise.

Pour la prévision mensuelle on aura :

Charges : 16.455 F x 4 semaines = 65.820 F CFA

Produits : 25.000 F x 4 semaines = 100.000 F CFA

Résultat : 100.000 F – 65.820 F = 34.180 F CFA

Pour la prévision trimestrielle on aura :

Charges : 65.820 F x 3 mois = 197.460 F CFA

Produits : 100.000 F x 3 mois = 300.000 F CFA

Résultat : 300.000 F – 197.460 F = 102.540 F CFA

Le bénéfice trimestriel est de 102.540 F CFA réalisable par la mareyeuse. Il permettra de couvrir le fonds de roulement et le salaire de la mareyeuse.

Exemple de compte d'exploitation pour le démarrage de l'entreprise : vente de poisson (Source de financement : crédit)

CHARGES					PRODUIT		RESULTAT
Libellé	Unité	Quantité	Prix unitaire	Montant (en FCFA)	Vente/semaine	Montant (en FCFA)	Bénéfice
Poisson	kg	25	500	12.500	Poisson frit	25.000	
Huile	Litre	3	1000	3.000			
Sel	Emballage	2	25	50			
Piment	Emballage	2	25	50			
Arôme	Unité	2	40	80			
Bois	Tas	2	100	200			
Eau	Seau	2	5	10			
Transport	Aller/retour	2	250	500			
Fonds de garantie (20% du crédit demandé)	Unité	1	5000	5000			
poêle	Unité	1	1500	1500			
Foyer amélioré	Unité	1	1250	1250			
TOTAL				24.140		25. 000	+860

Bénéfice = Prix de vente - Prix de revient

Application numérique : 860 F = 25. 000 F – 24.140 F

Compte d'exploitation pour la deuxième semaine de l'entreprise : vente de poisson (Source de financement : crédit)

CHARGES					PRODUIT		RESULTAT
Libellé	Unité	Quantité	Prix unitaire	Montant (en FCFA)	Vente/semaine	Montant (en FCFA)	Bénéfice
Poisson	kg	25	500	12.500	Poisson frit	25.000	
Huile	Litre	3	1000	3.000			
Sel	Emballage	2	25	50			
Piment	Emballage	2	25	50			
Arôme	Unité	2	40	80			
Bois	Tas	2	100	200			
Eau	Seau	2	5	10			
Transport	Aller/retour	2	250	500			
Amortissement de la poêle	Unité	1	35	35			
Amortissement du Foyer amélioré	Unité	1	30	30			
Intérêt du crédit (2% par mois)	Unité	1	125	125			
TOTAL				16.580		25.000	+8.420

Bénéfice = Prix de vente - Prix de revient

Application numérique : **8.420 F = 25.000 F – 16.580 F**

La poêle et le foyer amélioré seront amortis après 12 mois.

Les charges relatives à l'amortissement des équipements (poêle et foyer amélioré) et des intérêts du crédit contracté sont des charges fictives qui sont calculées dans l'unique but de renouveler l'équipement une fois amorti et de rembourser les intérêts du crédit. Ces frais doivent être retranchés après chaque vente et déposer sous forme d'épargne que l'entrepreneur peut réinvestir dans l'entreprise.

Pour la prévision mensuelle on aura :

Charges : 16.580 F x 4 semaines = 66.320 F CFA
Produits : 25.000 F x 4 semaines = 100.000 F CFA
Résultat : 100.000 F – 66.320 F = 33.680 F CFA

Pour la prévision trimestrielle on aura :

Charges : 66.320 F x 3 mois = 198.960 F CFA
Produits : 100.000 F x 3 mois = 300.000 F CFA
Résultat : 300.000 F – 198.960 F = 101.040 F CFA

Le bénéfice trimestriel est de 101.040 F CFA réalisable par la mareyeuse. Il permettra de couvrir le fonds de crédit et le salaire de la mareyeuse.

a.) **L'importance de la planification**

La planification financière est importante et peut contribuer à améliorer l'activité car :

- Elle indique si on peut éventuellement réaliser des bénéfices ;
- Elle indique ce qui nécessite une amélioration dans l'entreprise ;
- Elle indique à la banque ou à la mutuelle d'épargne et de crédit la situation de l'entreprise ;
- Elle indique les entrées et sorties de fonds au niveau de l'entreprise.

Il s'avère alors impératif de faire des plans utiles pour une activité. Celle-ci a surtout besoin de deux plans :

- Le plan des ventes et des coûts : faire une prévision mensuelle, pour l'année des ventes et coûts. Il permet d'obtenir une idée de bénéfice ;
- Le plan de trésorerie : aide à connaître, à l'avance, les entrées et sorties de fonds de chaque mois. Il donne l'assurance de n'avoir jamais de problème de liquidité.

b) **Source de financement de l'entreprise**

Après l'établissement du compte d'exploitation prévisionnel de l'entreprise, il faut trouver les moyens de financer l'activité. Pour ce faire, on peut :

- Utiliser son propre argent : ce sont les fonds propres ;
- Emprunter de l'argent : c'est le fonds de crédit. L'argent peut être obtenu auprès des amis, des parents, des institutions financières de crédit telles les mutuelles et même les prêts spéciaux d'état : le programme spécial du Président de la République ;
- Louer : peut être une alternative si on n'a pas le choix. Il est plus cher que l'achat à long terme.





Source : EDOS, support de formation sur les activités génératrices de revenus, décembre 2007

1. Le financement de l'AGR est acquit à la suite de la tontine de groupe ;
2. Le financement de l'AGR est acquit grâce à emprunt d'argent ;
3. Le financement de l'AGR est acquit grâce au don d'un animal par un parent.

Bibliographie

- Etude de Développement des Oasis Sahéliennes (EDOS) en République du Niger, Décembre 2007, Guide de formation sur les Activités Génératrices de Revenus (AGR)
- Programme Trickle Up, Juillet 2004, Manuel de formation Trickle Up, Partie 2 : compétences commerciales de base
- Ministère de l'économie forestière, des Eaux, de la Pêche et des Parcs Nationaux du Gabon/Agence Japonaise de Coopération Internationale (JICA), Mars 2007, Manuel pour vulgarisateurs : Transformation artisanale des produits de la pêche au Gabon