

RAPPORT DE FORMATION DE 27 FORMATEURS SUR LE MARCHÉ DE LA NOIX DE CAJOU AU BENIN

n'kalô
Service
d'information
et de conseil



Parakou, 03 et 04 Mars 2016

Financé par :
*L'Alliance pour le
Cajou Africain*

Formateur :
SEKONGO Soungari
Consultant Rongead
(00225) 05 69 96 85/(00225) 59 06 92 33

Bénéficiaires
*27 producteurs
leaders au Bénin*

Commanditée par :



AFRICAN
CASHEW
ALLIANCE

Table des matières

| | |
|--|----|
| <u>Introduction</u> | 3 |
| I- <u>Généralités sur la formation</u> | 3 |
| 1.1-Présentation de la FENAPAB | 3 |
| 1.2- <u>Objectifs de la formation</u> | 4 |
| 1.3- <u>Résultats attendus</u> | 4 |
| 1.4- <u>Date et lieu de la formation</u> | 4 |
| 1.5- <u>Présentation des participants</u> | 4 |
| 1.6- <u>Recueil des attentes des participants</u> | 5 |
| 1.7- <u>Programme de la formation</u> | 5 |
| II- <u>Présentation du Projet</u> | |
| 2.1- <u>Zone d'intervention</u> | 7 |
| 2.2- <u>Vue de la zone d'intervention du projet (carte)</u> | 7 |
| 2.3- <u>Perspective</u> | 7 |
| III- <u>Illustration de la formation</u> | 7 |
| 3.1- <u>Formation théorique</u> | 8 |
| 3.1.1-Les enjeux d'une bonne commercialisation de la noix de cajou (La compréhension et l'analyse du marché international de la noix de cajou) | 8 |
| 3.1.2-Ce qui fait bouger les prix de la noix de cajou | 8 |
| 3.1.3-La négociation | 8 |
| 3.1.4-Une campagne de commercialisation de la noix de cajou avec ACA et N'kalô | 9 |
| 3.1.5-Ventes groupées | 9 |
| 3.2- <u>Formation pratique</u> | 9 |
| 4-Evaluation de la formation par les participants | 12 |
| <u>Conclusion</u> | 12 |
| <u>Annexes</u> | 13 |

Introduction

L'Afrique de l'Ouest connaît un développement important de la filière anacarde depuis une vingtaine d'années. Cette évolution correspond à des mouvements observés à l'échelle du marché international. En effet, l'évolution des cultures dans les différentes zones de production, elles-mêmes influencées par les aléas climatiques, les politiques publiques et commerciales des différents pays ou encore par les variations des taux de changes des monnaies impliquées dans les pays producteurs et transformateurs.

La filière béninoise correspond à une production annuelle de plus de 120 000 T selon les sources. Hors mis certains pisteurs et exportateurs de produits bruts et transformés, rares sont les acteurs de la filière qui bénéficient d'une connaissance suffisante sur le fonctionnement du marché de l'anacarde et les influences du marché international sur la formation des prix, ni même des autres facteurs potentiellement influents.

L'absence de connaissances suffisantes au niveau des acteurs locaux est un des facteurs limitant de l'amélioration des revenus des acteurs de la filière.

L'Alliance pour le Cajou Africain a organisé avec l'appui technique de Monsieur SEKONGO Soungari consultant sur les services d'information sur les marchés agricoles une formation des formateurs sur le marché de la noix de cajou au Bénin. Le présent rapport retrace les grandes lignes de cette formation qui s'est déroulée à Parakou du 03 au 04 Mars 2016 avec la participation effective de 27 leaders producteurs et de structure de noix de cajou de venus de la FENAPAB, CSSR/ONS, URCPA/AD.

I- Généralités sur la formation

1.1-Présentation de FENAPAB

FENAPAB (Fédération Nationale des Producteurs d'Anacarde du Bénin) est une **Coopérative** régie conformément à l'Acte Uniforme de l'Organisation pour l'Harmonisation en Afrique des Droits des Affaires (OHADA) relatif au droit des Sociétés Coopératives. En sa qualité d'Organisation Faitière au niveau national, la FENAPAB est constituée de quatre (04) unions régionales des producteurs d'anacarde (URPA) : Atacora-Donga, Borgou-Alibori, Ouémé-Plateau, Zou-Collines, 43 Unions Communales de Producteurs (UCPA) dont 33 actives, 860 Coopératives Villageoises de Producteurs (CVPA) regroupant 200.000 ménages.

La FENAPAB œuvre pour la promotion du développement d'une filière anacarde économique et écologiquement viable au Bénin. A cet effet, elle se doit de :

- Veiller à la bonne gouvernance au sein du réseau.

- Représenter et défendre les intérêts de ses membres au plan national, sous-régional et international auprès des pouvoirs publics et des partenaires ;
- Participer à la définition et à la mise en œuvre de la politique de la promotion de la filière Anacarde ;
- Mettre en œuvre une politique de mobilisation de toutes les ressources nécessaires au profit du réseau ;
- Mettre en œuvre un plan d'information et de communication au sein du Réseau ;
- Renforcer les capacités des producteurs d'anacarde, du personnel techniques et des coopératives membres du réseau ;
- Appuyer la production, la transformation, et la commercialisation des produits anacarde à travers des services aux producteurs et aux coopératives à la base.

Dans cette optique d'ACA a organisé cette formation pour renforcer les capacités des membres de la FENAPAB sur les marchés de la noix de cajou du 3 au 4 Mars à Parakou.

1.2- Objectifs de la formation

Renforcer les capacités techniques de 27 leaders qui seront munis de boîtes à image et devront former chacun 100 producteurs dans leurs zones respectives de retour chez eux.

1.3- Résultats attendus

A l'issus de la formation, les participants sont capables :

- de comprendre le marché international de la noix de cajou ;
- de savoir ce qui fait bouger les prix ;
- de connaître les zones de production, de transformation et de consommation de la noix de cajou dans le monde ;
- de connaître le calendrier de production de la noix de cajou dans le monde ;
- d'analyser les messages SMS reçus et de les comprendre ;
- de connaître les stratégies commerciales (vente groupées, organisations paysannes, négociation) pour avoir un meilleur prix de vente ;
- de restituer la formation reçue aux autres producteurs de retour au village.

1.4- Date et lieu de la formation

La formation s'est déroulée du 03 au 04 2016 à Parakou.

1.5- Présentation des participants

- Les techniciens /animateurs
- Les responsables /des producteurs
- Structure de l'Etat/ONS

Nous avons enregistré la présence effective de vingt-sept (27) producteurs leaders et responsables de structures étatiques venus de 22 localités qui seront chargés de former 100 producteurs chacun. Soit un objectif total visé par l'Alliance pour le Cajou Africain de 2 000 producteurs formés au Bénin en 2016 sur le marché de la noix de cajou.

1.6- Recueil des attentes des participants

- Les déterminants de la variation du marché
- Stratégie de fixation des prix
- Comprendre le marché
- Comment négocier le prix sur le marché
- Qu'est ce qui fait bouger les prix
- Mécanisme d'analyse de prix
- Site d'information des prix sur le marché
- Gestion des contrats dans un environnement de variation de prix
- Comment analyser les messages pour la transmission
- Connaître le marché international
- Connaître les enjeux d'une bonne commercialisation
- Connaître ACA
- Règlementation pour le marché
- Exigences des différents marchés de cajou
- Relation entre prix national et international
- Les incoterm

1.7- Programme de la formation

Le programme de la formation est le suivant :

| Horaires | Activités | Méthodes | Résultats | Responsable |
|--------------------------|---|-----------------|---|---|
| Jeudi 3 Mars 2016 | | | | |
| 8 : 00 | -Accueil et installation des participants -Mot de bienvenue du président de la FENAPAB -Ouverture de l'atelier Présentation des participants Attentes des participants -Présentation du thème et Objectifs de la formation -Présentation du programme de la formation | Echanges | -Echanges de connaissances -Les participants savent les attentes d'ACA | Directeur général ACA Consultant |
| 10 : 30 | Pause-Café | | | |
| 11 :00 | | | | |

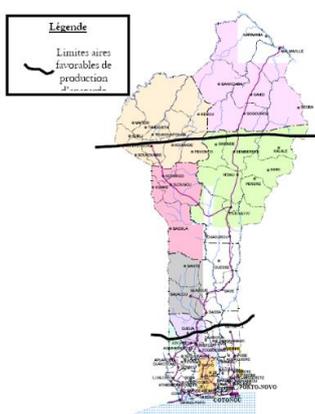
| | | | | |
|-----------------------------|---|--------------------------|--|-----------------------------------|
| | <i>-Module1: Les enjeux d'une bonne commercialisation de l'anacarde</i> | <i>Power point</i> | <i>-les participants savent que le marché de l'anacarde est international -Les participants savent qui consomme, produit et transforme l'anacarde au monde</i> | <i>Consultant</i> |
| <i>13 :00</i> | <i>Pause-déjeuné</i> | | | |
| <i>15 :00</i> | | | | |
| | <i>-Module 2 : Ce qui fait bouger les prix de l'anacarde Module 3 : La négociation</i> | <i>Power point</i> | <i>-Les participants savent ce qui fait bouger les prix de l'anacarde -les participants savent ce qu'il faut pour bien négocier les prix de vente de l'anacarde</i> | <i>Consultant</i> |
| <i>16 :30</i> | <i>Pause-café</i> | | | |
| | <i>-Module 4 : Une campagne de commercialisation avec ACA/N'kalo</i> | <i>Power point</i> | <i>Les participants savent interpréter les messages SMS sur le marché de l'anacarde reçus par téléphone</i> | <i>Consultant</i> |
| <i>18 :00</i> | <i>Fin de la première journée</i> | | | |
| <i>Vendredi 4 Mars 2016</i> | | | | |
| <i>8 : 30</i> | <i>-Pratique, Jeu de Rôles 1 : Campagne fictive de commercialisation de noix de cajou</i> | <i>Exercice pratique</i> | <i>Les participants savent comment interpréter les SMS et négocient de bons prix de vente</i> | <i>Consultant</i> |
| <i>10 :30</i> | <i>Pause-café</i> | | | |
| <i>11 :00</i> | <i>-Module 5 : les ventes groupées</i> | <i>Power point</i> | <i>Les participants savent que c'est en s'unissant qu'ils ont des bons prix de vente</i> | <i>Consultant</i> |
| <i>13 :00</i> | <i>Pause-déjeuné</i> | | | |
| <i>14 :30</i> | <i>Pratique, Jeu de rôles 2 : Prix de l'anacarde à Sokoufi</i> | <i>Exercice pratique</i> | <i>Les participants qu'ils perdent en vendant individuellement</i> | <i>Consultant</i> |
| <i>15 :30</i> | <i>Pause-Café</i> | | | |
| <i>16 : 00</i> | <i>- Pratique, Jeu de rôles 2 (suite) : Prix de l'anacarde à Sokoufi</i> | <i>Exercice pratique</i> | <i>Les participants savent qu'ils perdent en vendant individuellement Consultant</i> | <i>Consultant</i> |
| <i>16 h 30</i> | <i>Synthèse de la formation</i> | <i>Orale</i> | | <i>Consultant</i> |
| <i>17 h 00</i> | <i>Clôture de l'atelier de formation</i> | <i>Orale</i> | | <i>Représentant de la FENAPAB</i> |
| <i>18 : 00</i> | <i>Fin de la deuxième journée</i> | | | |

II – Présentation du projet

2.1- Zones d'intervention

La formation a concerné les producteurs leaders de la zone de production d'anacarde au Bénin.

2.2- Vue des zones de provenance des participants en couleur verte (Carte)



2.3- Perspectives

Le projet ACA (Alliance du Cajou Africain) a pour objectifs au Bénin à l'issue de ces formations :

A court et à moyen terme:

- de former 27 leaders paysans dans les zones de production d'anacarde au Bénin sur la compréhension et l'analyse du marché de la noix de cajou;
- de former 2 000 producteurs de noix de cajou au Bénin sur la compréhension et l'analyse du marché de la noix de cajou;

A long terme :

- d'améliorer les revenus de ces producteurs à travers une limitation du risque à la commercialisation et à travers de bonnes prises de décision de vente de leur anacarde.
- de favoriser l'émergence de l'organisation des producteurs de noix de cajou autour des ventes groupées.

III-Illustration de la formation

3.1-Formation théorique

Elle s'est déroulée en salle et la méthode utilisée pour véhiculer les messages au Bénin fut l'approche participative où l'expérience de chaque participant a été mise à contribution. Le formateur faisait à

chaque fois un récapitulatif pour permettre aux participants de mieux comprendre le sujet. Les modules enseignés fut :

3.1.1-Les enjeux d'une bonne commercialisation de la noix de cajou (La compréhension et l'analyse du marché international de la noix de cajou)

Il a été indiqué aux participants que le Bénin n'est pas le seul pays producteur d'anacarde et l'Afrique n'est pas aussi le seul continent producteur d'anacarde et qu'il existe bien d'autres continents dans l'hémisphère Nord et Sud. Le Bénin produit mais la transformation est très faible et c'est plus tôt en Inde, au Vietnam et au Brésil qu'on transforme beaucoup. Il a été indiqué aux participants dans ce module que l'Afrique ne consomme presque pas les amandes de cajou et que c'est plutôt en Europe, aux USA et en Inde qu'on consomme beaucoup d'anacarde. Pour finir les participants ont été enseignés sur le fait que le marché de l'anacarde est un marché international et les prix de l'anacarde n'étaient pas décidés par le Bénin mais dépendent de plusieurs facteurs.

3.1.2-Ce qui fait bouger les prix de la noix de cajou

Pour permettre aux participants de comprendre les causes de la variation des prix de l'anacarde, ils ont été instruits sur les fondamentaux du marché (lois du marché) que sont :

- L'offre et la demande, les prix sur le marché sont fonction de l'offre et la demande.

En outre, certains facteurs ont aussi une influence sur les prix de l'anacarde :

- Les stocks ont une influence sur les prix ;
- La qualité de l'anacarde a une influence sur les prix ;
- Le consommateur change d'habitude alimentaire quand les prix sont élevés (substitution).
- La parité monétaire entre le CFA et le dollar fait changer les prix au cours de l'année.
- La situation de la filière locale notamment l'organisation des producteurs de la filière peut faire varier les prix, une politique de l'état peut faire varier les prix, les blocages peuvent faire varier les prix ;
- Les conflits peuvent avoir une influence sur les prix.

3.1.3-La négociation

Il a été enseigné aux participants que négocier c'est trouver un compromis entre des personnes ayant des intérêts différents. Et pour bien négocier il faut être bien informé, faire la qualité, connaître le marché, connaître le niveau d'organisation des acteurs et créer la confiance avec les acheteurs.

Ensuite, il faut créer des relations commerciales durables par la connaissance de son interlocuteur, par la création d'une transparence sur les prix.

3.1.4- Une campagne de commercialisation de la noix de cajou avec ACA et N'kalô

Il s'agissait de former les participants à l'analyse et à la compréhension des SMS qu'ils reçoivent au cours de la campagne de commercialisation pour leur permettre de prendre de bonnes décisions d'affaire. Ils ont été instruits sur le fait qu'il faut éviter de créer un manque sur les marchés par la rétention en écoulant progressivement et rationnellement son produit.

3.1.5- Ventes groupées

L'objectif de ce module est de susciter l'organisation des producteurs autour des ventes groupées. Ainsi, les participants ont appris qu'ils font une marge en vendant en groupe leur anacarde plutôt que de vendre individuellement. Aussi, tous les membres du groupe reçoivent le même prix d'achat, ce qui n'est pas le cas pour les ventes individuelles. Par ailleurs, ils devront signer des contrats avec les acheteurs qu'ils doivent respecter afin de créer la confiance avec ces derniers.



3.2- Formation pratique

Afin de permettre aux participants de mieux comprendre les modules enseignés théoriquement, des exercices pratiques ont été réalisés après chaque module. Ainsi, ils ont mis en application :

- **Une campagne fictive de commercialisation de noix de cajou**

L'objectif de cet exercice en application du module « une campagne avec ACA et N'kalô) était d'amener les participants à prendre de bonnes décisions de vente ou non au fur et à mesure qu'ils reçoivent les messages SMS envoyés par ACA/N'kalô sur leur téléphone au cours de cette campagne

fictive. Les participants ont été constitués en 5 groupes de 5 personnes qui représentent 5 familles et chaque famille doit prendre la bonne décision à la réception des messages envoyés par ACA/N'kalô pour faire le maximum de profit à la fin de la campagne tout en tenant compte des contraintes familiales au cours de la campagne.

| Bilan des ventes | | | | | | | |
|----------------------|------|--------|--------|--------|---------|-------|----------------|
| | Jan | Fév | Mars | Avril | Mai | Juin | Total |
| Famille1 | 6400 | 10400 | 128800 | 19200 | 62400 | 22000 | 249 200 |
| Famille 2 | 0 | 16200 | 138000 | 48000 | 20 800 | 0 | 226 000 |
| Famille 3 | 6400 | 21600 | 110400 | 19200 | 83200 | 0 | 240 800 |
| Famille 4 | 0 | 16200 | 138000 | 0 | 124800 | 0 | 279 000 |
| Famille 5 | 0 | 21600 | 55200 | 0 | 176000 | 0 | 252 800 |
| Contraintes cumulées | 0 | 15 000 | 45 000 | 75 000 | 105 000 | 0 | 105 000 |

Analyse des résultats :

La famille 4 a fait des ventes progressives et rationnelles et a fait le meilleur profit parmi les cinq familles dans le village. La famille 3 a vendu à chaque fois qu'elle recevait les messages sans calcul. La famille 2 a eu peur et a vendu au mauvais moment. Les familles 1 et 5 ont vendu progressivement mais n'ont pas choisi le moment opportun pour vendre. En somme, c'est la famille 4 qui a pris les bonnes décisions de ventes au cours de la campagne.

NB : Cet exercice a été bien apprécié par les participants. Selon eux cet exercice a renforcé leur connaissance. Ils disent l'appliquer cette campagne chez eux.



- **Le Jeu de rôle de la vente groupée**

Ici l'assistance est considérée comme un village de deux familles et à la suite d'un différend les deux familles ne se parlent plus et une concurrence s'installe entre les deux familles autour de la vente de

leur anacarde. Chaque famille veut vendre tout son anacarde au seul pisteur qui arrive dans le village pour collecter seulement 20 sacs par voyage dans le village excentré. Le prix proposé par l'une des familles est appliqué à l'autre famille automatiquement et le pisteur ne viendra que 7 fois au cours de la campagne dans le village. Chaque famille à 120 sacs qu'elle voudra vendre à tout prix. On assiste à une concurrence sans pitié entre ces deux familles déjà divisées

| N° | Pas de coopération entre les 2 familles | | Coopération entre les 2 familles | |
|--------------|---|------------------|----------------------------------|------------------|
| | Famille 1 | Famille 2 | Famille 1 | Famille 2 |
| | Ventes | Ventes | Ventes | Ventes |
| 1 | 300 000 | 300 000 | 300 000 | 300 000 |
| 2 | 340 000 | 90 000 | 300 000 | 300 000 |
| 3 | 90 000 | 340 000 | 300 000 | 300 000 |
| 4 | 340 000 | 90 000 | 300 000 | 300 000 |
| 5 | 0 | 100 000 | 300 000 | 300 000 |
| 6 | 30 000 | 190 000 | 300 000 | 300 000 |
| 7 | 190 000 | 30 000 | 300 000 | 300 000 |
| TOTAL | 1 290 000 | 1 140 000 | 2 100 000 | 2 100 000 |

Analyse des résultats :

Les deux familles étant en concurrence ont manqué de coopération quand le pisteur arrivait dans le village et chacun voulait vendre tout son anacarde sans tenir compte de l'autre famille, ce qui était à l'avantage du pisteur. Les deux familles ont refusé de faire la paix et s'unir pour vendre. Si la coopération était bonne, chaque famille gagnerait 2 100 000 FCFA à la fin de la campagne au lieu de 1 290 000 FCFA pour la famille 1 et 1 140 000 FCFA pour la famille 2. A la fin, les deux familles ont perdu et le pisteur fut le gagnant.



4-Evaluation de la formation par les participants

Chaque participant a eu droit à une fiche d'évaluation anonyme à la fin de la formation pour évaluer la formation et les résultats de l'évaluation sont dans le tableau ci-dessous :

| Rubrique | Très bon | Bon | Moyen | Médiocre | Mauvais | Participants |
|---|----------|-----|-------|----------|---------|--------------|
| 1-Supports pédagogiques | 12 | 14 | 1 | 0 | 0 | 27 |
| 2-Présentation de la formation | 11 | 16 | | | | 27 |
| 3-Contenu de la formation | 14 | 12 | 1 | 0 | 0 | 27 |
| 4-Niveau de compréhension des modules enseignés | | | | | | |
| 4.1-Marché international du cajou | 10 | 15 | 2 | 0 | 0 | 27 |
| 4.2-Ce qui fait bouger les prix | 13 | 11 | 3 | 0 | 0 | 27 |
| 4.3- Qui est-ce qui | 7 | 16 | 4 | 0 | 0 | 27 |
| 4.4-La négociation | 9 | 17 | 1 | 0 | 0 | 27 |
| 4.5- Une campagne avec ACA/N'kalô | 6 | 18 | 3 | 0 | 0 | 27 |
| 4.6-Campagne fictive | 16 | 10 | 1 | | | 27 |
| Atteintes des objectifs de la formation | 9 | 17 | 1 | 0 | 0 | 27 |

Conclusion

La volatilité des prix et la complexité du marché de l'anacarde reste une difficulté pour bon nombre des petits producteurs en Afrique en général et en particuliers pour les producteurs béninois. En effet, ces producteurs par manque d'informations et de formations sur le marché de l'anacarde ou par une mauvaise analyse de l'information reçue ne prennent pas de bonnes décisions. Par conséquent, ils voient leurs revenus réduits au cours de l'année et ont de difficultés à réduire leur niveau de pauvreté. C'est à cet effet que l'Alliance pour le Cajou Africain (ACA) soucieux de cet état des petits producteurs en Afrique a commandité ces sessions de formation dont celle sur les marchés de l'anacarde pour permettre à ceux-ci de comprendre le marché de l'anacarde, comprendre les mécanismes de formation des prix et enfin de connaître les stratégies commerciales pour mieux valoriser leur activité de production d'anacarde. A la sortie de ces deux jours de formations, les participants se disent satisfaits et disent avoir été bien instruits sur le marché de l'anacarde (voir résultats de l'évaluation de la formation). Ils se disent capables de comprendre les SMS qui seront envoyés et de prendre de bonnes décisions de ventes. Enfin, ils disent être capables de redonner ce qu'ils ont appris aux autres producteurs de retour chez eux.

Annexes

1-Illustrations de la formation en image :



Figure 1 : Ouverture de l'atelier par le Directeur général de ACA



Figure2 : Formation théorique



Figure 3 : Travaux en groupe



Figure 4 : Directeur général ACA, Consultant Rongead et Président de la FENAPAB



Figure 4 : Photo de famille à la fin de la formation

2-Liste de présence :



AFRICAN
CASHEW
ALLIANCE

n'kalô
Service
d'information
et de conseil



LISTE DE PRESENCE

Date : 04/03/2016

Lieu : Parakou/Bénin

Thème : Formation des formateurs sur le marché de la noix de cajou au Bénin

| N° | Nom et Prénoms | Sexe | Localité | Fonction | Contact | Signature |
|----|----------------------------|------|-----------|-------------------------------|----------------------------|-----------|
| 1 | YOMBO Bio Joseph | M | Bonkoule | Resp. Techniques Animateur | 97 27 77 63 | |
| 2 | TOKORE O.M.S.B. Joseph | M | Parakou | Technicien SEDRAS | 96 06 92 95 | |
| 3 | BODEJO Aklidjo | M | Parakou | Technicien SEDRAS | 96 15 45 51 | |
| 4 | SESSOU M. Constant | M | Glazoue | Technicien URPA Z-C | 95 84 86 16 | |
| 5 | FANOU F. Gervais | M | Akpa-Ewe | Animateur URPA UCPA | 95 22 71 62 | |
| 6 | DOSSOU A. Gertrude | F | Zagnanado | Animatrice/UCPA | 67 71 53 72 | |
| 7 | BARO-CHICH Kamel Jefferson | M | SAVALOU | Animatrice UCPA SAVALOU | 97 89 96 74 95 30 85 79 | |
| 8 | BALOGUN Akinlolu | M | Bante | Animatrice UCPA/Bante | 95 37 83 58 | |
| 9 | YAI Agbachi Zacharie | M | Kikki | Technicien URPA | 95 49 92 20 | |
| 10 | ADOUN Maurice O. | M | Kétou | Président URPA O. Péteu - | 62 01 76 22 | |

| N° | Nom et Prénoms | Sexe | Localité | Fonction | Contact | Signature |
|----|---------------------------|------|------------|---------------------------------|----------------------|-----------|
| 11 | AGBO Régis Loïc | M | Kétou | Technicien URPA-OP | 67-29-10-38 | |
| 12 | OUOROU Adjamoni Florentin | M | Tchaourou | Technicien URPA/BA | 96709365 | |
| 13 | ADJOBO Franck P. | M | Cotonou | CSSR /GN S | 96.00.88.66 | |
| 14 | SANFOU Nou Nou Ni | M | Kouandé | Président | 95-07-51-11 | |
| 15 | BARASSAUNON Adamou | M | Bembéchi | TC/FENAPAB | 94269560 | |
| 16 | BECOUROU Bresso Vincent | M | PEHUNCO | SC/FENAPAB | 95730715 | |
| 17 | KONDANOU Bio Yo | M | Natitingou | Comptable | 96679882 | |
| 18 | ALKARI MAMA Hadi | M | Bussiga | Animatrice URCPA/AD | 97334267 64162691 | |
| 19 | OROW GOURA Amadou | M | Copargo | Animatrice URCPA-AD | 97350731 95854036 | |
| 20 | TOKO Serge Romarie | M | KOUANDE | Superviseur SCI Apparade Biv | 95558742 96065364 | |
| 21 | ATEMI Achade | M | SAVE | PT FENAPAB | 95366538 | |
| 22 | ADJAKKE Bonaventure | M | SAVE | Animateur URPA ZTC | 97748223 | |
| 23 | MOUSSA Issiakou | M | Parakou | SP/FENAPAB | 95158856 | |
| 24 | KOUAZOUNDE Benjamin | M | Kétou | Co-animatrice URPA/BA | 97473337 | |
| 25 | AYEDOUN Bachirou | M | Kalald | Animatrice | 66-47-52-47 | |
| 26 | BALOGUN Fatade Elie | M | Parère | Technicien URPA | 95-15-63-31 | |
| 27 | IDRISSOU O.O.N. Medar | M | Sogbama | Technicien URPA | 9506-1061 | |

| | | | | | | |
|----|-------------------|---|---------------|----------------------|----------------|-------------------|
| 28 | HOUNSINOU Martine | F | Parakou | FD FENAPAB | 97 05 24 74 | Wafang |
| 29 | DAFIA Abiba | F | Parakou | Comptable FENAPAB | 95 85 16 03 | Wafang |
| 30 | SEKON GO SOUNGARI | M | Côte d'Ivoire | Analyste | 00225 59069233 | Wafang |
| | | | | | | |