

# ICT Update

Un bulletin d'alerte pour l'agriculture ACP

Numéro 91  
Mai 2019



agricultur@  
<http://ictupdate.cta.int>

**4/5** Michael Hailu, directeur du CTA, met en lumière l'importance des partenariats et des investissements multisectoriels dans le numérique pour améliorer la productivité et les profits des agriculteurs.

**8/9** De jeunes agripreneurs dévoilent les leviers permettant de mettre en place des stratégies efficaces pour les start-up et les pièges à éviter.

**16/17** Les forfaits de services verts, adaptés aux besoins des agriculteurs, favorisent l'adoption de pratiques climato-intelligentes et renforcent la résilience.



**L'agriculture ACP de nouvelle génération – Les innovations qui marchent**

## Table des matières

- 2 **Éditorial**  
*Peter Ballantyne et Jorge Chavez-Tafur*
- 4 **La digitalisation, une formidable opportunité pour les agriculteurs**  
*Entretien avec Michael Hailu*
- 6 **Le téléphone mobile au service de l'agribusiness : un outil, plusieurs bénéfices**  
*Pierre Ricau, Hermann Tossou, Osseni Senou et Marc Ghislain Bappa Se*
- 8 **Diversifier pour favoriser le développement de l'agriculture numérique**  
*Hamza Rkha Chaham, Brian Bosire et Pierre Ricau*
- 10 **Diffuser une plateforme en ligne de produits agricoles en Afrique de l'Est : retour d'expérience et bonnes pratiques**  
*Samwel Rutto*
- 12 **Le mentorat, un coup de pouce aux jeunes entrepreneures agricoles**  
*Claire Pedrick*
- 14 **L'agriculture biologique, un tremplin pour les femmes entrepreneures**  
*Busani Bafana et Nawsheen Hosenally*
- 16 **Les forfaits de services verts, une ouverture aux pratiques climato-intelligentes**  
*Jemima Afari-Kwarteng et Oluwaseun Adedeji*
- 18 **Investissements climato-intelligents, promesses tenues !**  
*Busani Bafana et Nawsheen Hosenally*
- 20 **Ressources**

## ICT Update



ICT Update est un bulletin imprimé bimestriel, également disponible en ligne (<http://ictupdate.cta.int>) et sous forme de newsletter envoyée par e-mail.

**Directeur de la rédaction :** Chris Addison

**Coordination de la production :** WRENmedia

**Secrétariat de rédaction:** Alexandre Pengloan

**Traduction française :** ISO Translation & Publishing

**Mise en page :** Steers McGillan Eves Design Ltd

**Couverture :** UjuziKilimo

**Éditeur :** Le Centre technique de coopération agricole

et rurale ACP-EU (CTA), Wageningen, Pays-Bas

Nous remercions la FAO pour la distribution d'ICT Update via le site web e-Agriculture ([www.e-agriculture.org](http://www.e-agriculture.org))

<http://ictupdate.cta.int>



This license applies only to the ICT Update issue 86, January 2018.

# L'innovation au service de l'agriculture de nouvelle génération dans les pays ACP

Peter Ballantyne et Jorge Chavez-Tafur

L'innovation est essentielle au succès de l'agriculture dans les pays en développement de la zone ACP. Actuellement, les opportunités – qu'elles soient numériques, techniques ou institutionnelles – se multiplient et encouragent une nouvelle génération de jeunes « agripreneurs » à s'attaquer aux défis du secteur agricole (résilience face au changement climatique, amélioration des moyens de subsistance, etc.).

Ce numéro de ICT Update met en lumière une sélection d'expériences menées par des professionnels de l'agriculture travaillant au plus près du terrain. Leur point commun ? Ils combinent leur savoir-faire et l'innovation pour développer des projets avant-gardistes au bénéfice des petits producteurs, avec l'ambition d'enclencher un changement durable.

Tous ces récits trouvent leur origine dans quatre programmes de « capitalisation d'expérience » menés par le CTA, dont le but était d'identifier et de documenter des connaissances applicables à l'agriculture des pays ACP. Chacune de ces initiatives a été articulée autour d'un atelier incluant le personnel, les partenaires et les collaborateurs du CTA. L'objectif consistait à tirer des enseignements dans quatre domaines d'intervention stratégiques concernant l'agriculture de nouvelle génération au sein des pays ACP :

1. le renforcement des agro-entreprises à travers la digitalisation ;
2. le soutien à l'entrepreneuriat des jeunes et à la création d'emploi ;
3. l'inclusion des femmes ;
4. la promotion des solutions climato-intelligentes.

Le premier atelier avait pour thème l'industrie agro-alimentaire et le numérique. Les participants ont identifié cinq objectifs qui incitent les entreprises à investir dans le digital : la réduction des risques, l'augmentation de la productivité, la recherche d'efficacité, l'amélioration de la prise de décision et l'accessibilité aux marchés. Afin d'évaluer la réussite d'un projet, il a été démontré que l'un des principaux révélateurs résidait dans la stabilité économique des modèles utilisés pour fournir des services et générer de la valeur.

A travers un entretien, Michael Hailu, directeur du CTA, promeut l'idée d'une transformation de l'agriculture par le

numérique, au bénéfice d'exploitants qui pourront accroître leur production comme leurs revenus. Il insiste sur l'importance des partenariats et des investissements multisectoriels qui sont indispensables pour déployer à grande échelle les interventions reconnues comme efficaces.

Trois autres articles explorent les défis rencontrés par les start-up africaines qui mettent en œuvre des initiatives pour appuyer les agriculteurs et producteurs.

La contribution de Pierre Ricau, Hermann Tossou, Ossen Senou et Marc Bappa Se s'intéresse à un système d'information sur les marchés agricoles au Sénégal qui favorise l'autonomisation des agriculteurs. Ce modèle bénéficie à tous les producteurs, clients ou non, dont le pouvoir de négociation se trouve renforcé par l'accès à l'information.

Les modèles d'affaires adaptés aux start-up agricoles numériques sont abordés dans l'article rédigé par Hamza Rkha Chaham, Brian Bosire et Pierre Ricau. S'appuyant sur leur propre expérience, les auteurs estiment que la diversification représente la clé pour répondre à la variété de besoins des clients et des investisseurs.

L'importance de la prise en compte de l'utilisateur dans les modèles d'affaires numériques est au cœur de la réflexion menée par Samwel Rutto. Selon lui, les plateformes de commercialisation en ligne peuvent sensiblement aider les agro-entreprises. Pour cela, elles doivent toutefois être pensées pour les clients cibles – les agriculteurs et leurs représentants – afin que les services proposés correspondent bien à leurs besoins, capacités, possibilités financières et systèmes de production.

Les participants à l'atelier sur le thème de l'entrepreneuriat des jeunes ont identifié sept facteurs capitaux dans la réussite des entreprises rurales et la création d'emploi : l'accès des jeunes à l'investissement et au financement ; des approches et modèles pouvant être aisément déployés à l'échelle ; des environnements politiques favorables aux jeunes ; un secteur agricole attractif pour la jeunesse ; un accès facilité aux marchés pour les jeunes ; des modèles d'affaires efficaces ; et l'accès à un socle de compétences, capacités et connaissances, assorti des moyens nécessaires pour les exploiter.

En se reposant sur les articles du premier atelier évoquant les start-up, Clare Pedrick dévoile l'importance du mentorat dans le développement des connaissances et compétences commerciales nécessaires aux agripreneurs. Elle l'illustre avec plusieurs exemples de jeunes entrepreneurs ayant bénéficié de cette opportunité.

Sept critères de succès ont également été identifiés par les participants à l'atelier « Rendre l'agriculture accessible aux femmes dans les pays ACP » : l'accès à l'investissement et au financement ; l'accès aux marchés ; le renforcement des compétences, le travail en réseau et le développement des capacités ; l'accès à l'information, aux connaissances et à la technologie ; l'accès à la terre ; la suppression des obstacles socioculturels ; et la juste reconnaissance du statut des femmes (dans la société et la politique, à travers des programmes ciblés).

Plusieurs exemples, évoqués dans cet atelier, révèlent le potentiel des marchés de niche pour développer des activités durables qui contribuent à l'émancipation et l'autonomisation des femmes. L'article de Busani Bafana et Nawsheen Hosenally présente ainsi deux projets d'agriculture biologique, aux Samoa et en Jamaïque, ayant trouvé des débouchés à l'international. Ces initiatives permettent aux femmes d'initier un changement au niveau des pratiques locales tout en bénéficiant à l'ensemble de leur environnement.

Les participants à l'atelier sur les solutions d'agriculture intelligente face au climat (AIC) ont, eux, identifié quatre défis fondamentaux : stimuler l'adoption des interventions et solutions ; insister davantage sur l'intérêt d'une approche climato-intelligente auprès des agriculteurs ; promouvoir des processus et cadres appropriés ; et améliorer les flux de communication, d'information et de retours d'expérience qui renforcent le travail de sensibilisation et permettent d'établir un meilleur lien entre les acteurs et les actions menées.

L'adoption et la pérennisation des solutions ayant déjà fait leurs preuves a été un thème central des discussions autour de l'AIC. Par exemple, en Afrique australe, la mise en place de partenariats entre organisations partageant la même vision ou l'élaboration de modèles innovants pour la commercialisation et la fourniture de produits, ont notamment été identifiés comme des approches à reproduire.

Dans le même esprit, l'article de Jemima Afari-Kwarteng et Oluwaseun Adedéji établit que les agriculteurs doivent avoir accès à des offres groupées de produits, centrées sur leurs besoins, pour tirer profit de l'AIC. Des exemples, issus de différents projets, viennent illustrer ce constat.

La conception de ces forfaits implique généralement l'association de plusieurs organismes qui vendent des produits et services complémentaires. Par ailleurs, l'accès au financement devient de plus en plus crucial pour la réalisation de ces projets. Quant au deuxième article de Busani Bafana et Nawsheen Hosenally relayé dans ce numéro, il expose une forme novatrice d'investissement qui mobilise des fonds du secteur privé au profit de l'AIC. Cet « investissement à impact » a pour but de générer des retombées à la fois sociétales et financières, particulièrement en faveur des agriculteurs qui cherchent à renforcer leur capacité de résilience face au changement climatique. ●

#### About the authors



**Peter Ballantyne** est un consultant spécialisé dans la gestion et le partage des connaissances agricoles.  
ballantyne@antenna.nl

**Jorge Chavez-Tafur** travaille au CTA depuis 2016 : il est coordonnateur du projet Capitalisation des expériences, développé en collaboration la FAO, l'IICA et le FIDA.  
chavez-tafur@cta.int

**Série d'entretiens avec les participants aux ateliers** : <https://www.youtube.com/playlist?list=PLv8yRTnf9h7hM3CD0gtgJatMrw56sKFri>  
**Les produits des ateliers de capitalisation sont à retrouver à cette adresse** :  
<https://cgspace.cgiar.org/handle/10568/97710>





# La digitalisation, une formidable opportunité pour les agriculteurs

Entretien avec Michael Hailu, directeur du CTA

Busani Bafana



L'avènement de l'ère numérique a ouvert un monde d'opportunités pour l'agriculture.

Afin de déployer des technologies efficaces au profit des petits exploitants tout en avançant dans une logique de développement durable, les partenariats et investissements multisectoriels sont cependant essentiels, affirme **Michael Hailu**. Le directeur du CTA analyse, au cours de cet entretien, les enjeux actuels de la digitalisation dans le secteur.

## Q Que représente la digitalisation dans le travail du CTA ?

Le CTA met depuis longtemps les technologies de l'information et de la communication (TIC) au service de l'agriculture, à différents niveaux de la chaîne de valeur. Au cours des 20 dernières années, nous avons expérimenté et déployé de nombreuses TIC, depuis les CD-ROM jusqu'aux innovations les plus récentes, comme les applications mobiles et les données satellitaires. Nous testons ces technologies avec les agriculteurs et analysons la façon dont elles peuvent contribuer à l'amélioration de la

productivité et de la rentabilité. Jusqu'à présent, nous sommes intervenus à petite échelle, mais le secteur privé et les gouvernements se montrent de plus en plus intéressés par l'usage des TIC dans le développement agricole. Trouver les solutions afin d'intervenir à plus grande échelle est aujourd'hui une problématique clé. Nous espérons que nos activités, qui permettent la capitalisation d'expérience, nous aideront à y répondre. Nous avons un rôle de catalyseur. Le CTA a déjà facilité l'accès des agriculteurs à ces technologies, mais pour envisager des actions élargies, nous devons maintenant collaborer avec les acteurs majeurs : secteur privé, gouvernements et autres partenaires de développement.

## Q La digitalisation peut-elle aider à diffuser plus largement les technologies utiles aux agriculteurs ?

Absolument. Je suis convaincu que la digitalisation a beaucoup à offrir. Les nouvelles technologies peuvent notamment faciliter l'accès des agriculteurs aux marchés, tout en les aidant à améliorer leur productivité ou à renforcer leurs capacités de résilience. Grâce au numérique, ils deviennent en outre capables d'évaluer

précisément les quantités d'engrais utilisées et de réduire l'usage d'intrants. Les retombées sont évidemment positives avec une amélioration des rendements et, donc, de leurs revenus. La digitalisation ouvre un champ des possibles immense. Nous devons investir de manière stratégique dans les innovations numériques afin de les rendre accessibles à un maximum d'agriculteurs.

## Q Selon vous, dans la région ACP, y a-t-il une volonté politique de soutenir la digitalisation au profit des agriculteurs et du secteur agricole ?

La région ACP, qui regroupe 79 pays, est très vaste. Les politiques diffèrent donc d'un état à l'autre mais, de manière générale, il y a consensus autour de l'idée que la digitalisation représente une technologie de rupture. Aujourd'hui, les cinq plus grosses entreprises au monde viennent du secteur de la technologie. Son importance dans le développement et l'investissement ne peut plus être ignorée. La technologie est source d'opportunités, nous en sommes persuadés : elle peut favoriser l'inclusion et la mise en œuvre d'une



agriculture rentable au bénéfice d'un plus grand nombre d'exploitants. De nombreux pays reconnaissent l'importance de l'agriculture, et la digitalisation représente un levier capable de transformer le secteur en profondeur.

J'ai récemment participé au forum de l'Alliance pour une révolution verte en Afrique (AGRA, Alliance for a Green Revolution in Africa) à Kigali. Le thème de la digitalisation figurait très haut à l'ordre du jour, preuve que le potentiel du numérique dans le secteur agricole est clairement identifié. Il a notamment été précisé qu'il était indispensable de faciliter l'accès des décideurs politiques aux différents types de données sur la production agricole. Plus largement, nous devons utiliser les technologies afin de rendre les données accessibles à un maximum d'utilisateurs.

**Q Parmi toutes les initiatives du CTA liées aux TIC pour l'agriculture, certaines ont-elles échoué ?**

C'est un fait : quand vous expérimentez de nouvelles technologies, le taux d'échec est toujours supérieur au taux de réussite. Plusieurs raisons peuvent expliquer ces revers comme l'utilisation d'une technologie non appropriée,

l'absence de mécanismes de soutien, etc. Les échecs sont constants, mais chaque innovation qui fonctionne dévoile un potentiel significatif. Par exemple, nous avons travaillé avec des partenaires en Ouganda afin d'établir les profils des cultivateurs de thé en recueillant des informations sur leurs exploitations et coopératives à l'aide de drones. A la faveur de ce projet, les exploitants ont doublé leur productivité. L'objectif est désormais de déployer ces succès à plus grande échelle.

**Q Comment les nouvelles stratégies du CTA peuvent-elles renforcer vos activités en rapport avec les TIC ?**

Notre stratégie actuelle s'articule autour de trois grands axes :

- le premier consiste à promouvoir l'entrepreneuriat chez les jeunes et à créer des emplois pour cette génération ;
- le deuxième est notre programme de digitalisation, qui vise à renforcer la productivité et la rentabilité agricoles ;
- le troisième repose sur la promotion des innovations en rapport avec l'agriculture climato-intelligente.

Ces différentes priorités sont étroitement liées. Par exemple, en matière d'entrepreneuriat agricole, les technologies jouent un rôle fondamental car les jeunes affichent un intérêt prononcé pour le numérique. Ainsi, une grande partie de notre travail sur ce sujet consiste à identifier comment les technologies et l'innovation numérique peuvent soutenir les start-up lancées par des jeunes. ●

**L'auteur**



**Busani Bafana** est journaliste spécialisé dans le développement international.  
busani.bafana@gmail.com

# Le téléphone mobile au service de l'agribusiness : un outil, plusieurs bénéficiaires

Pierre Ricau, Hermann Tossou, Ossen Senou et Marc Ghislain Bappa Se

Un service d'information sur le marché via téléphone portable contribue à promouvoir la transparence au Sénégal, en permettant aux agriculteurs – y compris ceux qui ne sont pas abonnés au service – d'obtenir des prix plus justes pour leurs produits.

Lamine Sagna, producteur de noix de cajou dans la région de Sédhiou, au Sud du Sénégal, a appris que savoir, c'est pouvoir. "La clé, c'est d'avoir un pouvoir de négociation, raconte-t-il. Avec ces SMS, nous nous sentons mieux armés et plus confiants. Lorsqu'un bana-bana (intermédiaire) offre un prix inférieur à celui indiqué sur mon téléphone, je dis à tous les autres agriculteurs de ne pas vendre. Je laisse le bana-bana parler et, quand il a terminé, je lui indique que je connais le prix réel."

Lamine est l'un des agriculteurs – de plus en plus nombreux – à s'être abonné à N'kalô, un service d'information sur le marché disponible au Burkina Faso, en Côte d'Ivoire, au Mali et au Sénégal, et qui a bénéficié du soutien du CTA durant sa

phase d'élargissement. Le service envoie aux agriculteurs et aux organisations paysannes des bulletins hebdomadaires par téléphone, qui leur fournissent des informations précieuses sur la situation du marché et les tendances relatives à des cultures en particulier, y compris les prix qu'ils peuvent espérer.

## Une base pour des négociations plus saines

Chaque semaine, l'équipe de N'kalô collecte des informations en téléphonant et en envoyant des e-mails à un vaste réseau d'acteurs privés – agriculteurs, négociants, transformateurs – au niveau local et international, ainsi qu'en discutant avec eux sur WhatsApp. Après avoir analysé la situation du marché et les perspectives, l'équipe envoie des conseils à des milliers d'agriculteurs, principalement par SMS.

« Lorsque je reçois ces messages, je me sens plus fort. Je dis aux intermédiaires : "c'est à prendre ou à laisser. Si vous n'achetez pas, ce sera pour quelqu'un d'autre", et ils n'ont pas d'autre choix que d'accepter », déclare André Sadio, un utilisateur de N'kalô originaire de la région de Ziguinchor, au Sénégal.

N'kalô a permis à tous les agriculteurs, y compris ceux qui ne sont pas abonnés aux bulletins, de faire de meilleures affaires. En effet, les négociants ne peuvent pas deviner quels producteurs reçoivent ou non les SMS. Par conséquent, ils n'osent pas proposer de prix trop bas par crainte de perdre leur crédibilité.

Avant, nous recevions des informations uniquement de la part des intermédiaires, qui fixaient les prix entre eux », explique Karamouko Toure, producteur de noix de cajou de



Image : Pierre Ricau

## N'kalô a permis à tous les agriculteurs, y compris ceux qui ne sont pas abonnés aux bulletins, de faire de meilleures affaires.

la région de Kolda, au Sénégal. « Aujourd'hui, ajoute-t-il, le simple fait que le bana-bana, qui vient ici régulièrement, sache que nous recevons des informations via N'kalô, contribue à garantir qu'il offre un prix plus juste dans tout le village.

De meilleures informations sur le marché font gagner du temps et réduisent les frais de transport, puisque les négociations sont facilitées et plus susceptibles de se conclure favorablement.

« Cela aide à accélérer les choses », affirme Bacary Mangdien, coordinateur de la coopérative de cultivateurs de sésame AJAC, dans la région de Sédhiou. Nous négocions moins et les discussions se déroulent sur une base plus saine.

### Un outil d'éducation et d'aide à la décision

Les messages envoyés via N'kalô incluent des conseils et des prévisions basés sur l'évolution des prix, ce qui aide les agriculteurs et organisations paysannes à peaufiner leurs stratégies de commercialisation à court et moyen terme, et à décider s'il est judicieux d'attendre avant de vendre leurs produits.

La récente décision d'Ibrahima Diop, cultivateur de maïs, de reporter ses ventes en raison de la hausse prévue des prix, en est un parfait exemple. « Cette année, nous avons un petit stock de maïs que nous avons conservé plus longtemps que prévu, parce que nous avons reçu des SMS nous prévenant d'une possible hausse des prix », déclare Ibrahima Diop, trésorier de la coopérative Yachalal, dans la région de Sokone. Il révèle avoir vendu son stock en avril, à un bon prix (210 CFA / kg ou 0,32 € / kg), ce qui a permis à la coopérative de réaliser des profits. La Fédération nationale des producteurs de sésame (FENPROSE) a signé un contrat avec un exportateur étranger pour la saison 2018-2019, stipulant que les prix utilisés pour chaque transaction seront basés sur les chiffres de N'kalô.

De nombreux utilisateurs de N'kalô estiment avoir de meilleures relations avec les clients tout au long de la chaîne de valeur, en raison de la grande disponibilité d'informations fiables et objectives sur le marché. Les dirigeants d'organisations paysannes indiquent que le service les aide à gagner la confiance de leurs membres et à lancer la discussion avec ceux-ci. Globalement, les agriculteurs sénégalais sont d'avis que le service d'informations sur le marché a créé un meilleur climat commercial.

« N'kalô me rappelle le proverbe chinois selon lequel "Quand un homme a faim, mieux vaut lui apprendre à pêcher que de lui donner un poisson" » observe Amath Diouf, cultivateur et négociant en noix de cajou dans la



région de Sokone. En effet, N'kalô apprend aux petits exploitants à comprendre les marchés. Mais le service les aide aussi directement, car les agriculteurs obtiennent souvent des prix plus élevés rien qu'en mentionnant les messages aux acheteurs. ●

*Cet article a été rédigé dans le cadre d'une initiative menée par le CTA visant à documenter et à partager les connaissances exploitables sur les approches agricoles efficaces pour l'agriculture des pays ACP. Il capitalise sur les connaissances, les enseignements et les expériences pratiques afin de documenter et d'orienter la mise en œuvre de projets axés sur l'agriculture pour le développement.*

### Les auteurs



**Pierre Ricau** est un économiste français spécialisé dans les marchés agricoles. Il travaille pour Nitidæ, une ONG qui, avec plusieurs partenaires, a développé le service N'kalô. [p.ricau@nitidae.org](mailto:p.ricau@nitidae.org)

**Hermann S. Tossou** est un expert en entrepreneuriat des jeunes, il est aussi spécialisé dans l'agriculture climato-intelligente. Au cours de ces trois dernières années, il a acquis une expérience considérable dans le domaine des TIC pour l'agriculture. [tshrmann@gmail.com](mailto:tshrmann@gmail.com)

**Senou Osseni** a, en tant que conseiller en développement d'entreprise, collaboré avec plusieurs organisations à but non lucratif, ainsi qu'avec des institutions privées. [senouossenih@hotmail.com](mailto:senouossenih@hotmail.com)

**Marc Ghislain Bappa Se** est consultant au sein de la division Gestion des connaissances, sensibilisation et renforcement des capacités de l'évaluation indépendante (IDEV) de la Banque africaine de développement. [semarc27@gmail.com](mailto:semarc27@gmail.com)

# Diversifier pour favoriser le développement de l'agriculture numérique : entre opportunités et défis

Hamza Rkha Chaham , Brian Bosire et Pierre Ricau

Trois jeunes entrepreneurs travaillant dans le secteur de l'agriculture numérique ont appris à leurs dépens que l'offre de solutions technologiques aux petits exploitants agricoles d'Afrique peut se heurter à des obstacles particuliers. Dans cet article, ils partagent quelques-unes de leurs observations et recommandations, et présentent notamment une stratégie de survie, essentielle selon eux au succès : se diversifier pour ne pas disparaître.

Dans les pays développés, les marchés sont généralement analysés de manière approfondie et bien documentés. Les start-up disposent de données précises pour élaborer leur stratégie commerciale, ce qui leur évite de devoir consacrer trop de temps aux tests et aux études de marché. C'est loin d'être le cas en Afrique, où les start-up doivent faire leur propre étude de marché. Ce travail de prospection augmente les coûts et complique la procédure d'élaboration d'une proposition de valeur et d'un modèle d'affaires unique dès la phase de démarrage. Les start-up africaines ont donc du mal à convaincre des investisseurs potentiels car ceux-ci s'attendent à recevoir



des plans d'affaires détaillés, axés sur un seul produit ou service. Notre expérience montre que de tels plans ne sont pas adaptés aux start-up africaines et que la diversification est un bon moyen pour elles de gagner en efficacité et d'explorer de nouveaux segments.

La création de produits dérivés, imaginés sur une technologie de base identique qui contribue à la proposition de valeur, permet à l'entreprise de gagner en efficacité tout en explorant les marchés interconnectés. Par exemple, si vous utilisez les technologies de télédétection pour conseiller les producteurs de blé sur l'utilisation des engrais, pourquoi ne pas utiliser ces mêmes technologies pour aider les entreprises de production d'engrais à évaluer l'impact des engrais qu'elles vendent ?

Si ce modèle d'affaires diversifié peut aider des start-up africaines à survivre et même à se développer, il comporte cependant des risques en matière de marketing et de communication, risques dont les entrepreneurs numériques devraient tenir compte. Nous nous sommes appuyés sur l'expérience acquise dans la gestion de nos start-up afin d'offrir une série de conseils pour l'orientation vers d'autres activités, en mettant en avant certaines difficultés qui peuvent apparaître pendant ce processus :

## La diversification, une clé pour les start-up numériques africaines...

- Brian Bosire, fondateur d'UjuziKilimo, une start-up qui développe des capteurs de sol au Kenya, a élaboré des propositions de valeur axées sur deux types de clients – les agriculteurs et les entreprises. Il a ainsi exploité les données d'analyse de sol recueillies auprès des agriculteurs pour générer des informations sur les marchés, destinées aux entreprises productrices d'intrants actives dans le secteur de l'agriculture. Bosire n'a en effet pas tardé à se rendre compte que même s'ils n'avaient pas toujours les moyens d'acheter les informations relatives à l'analyse des sols fournies par son entreprise, les agriculteurs fournissent en retour de précieuses informations que les producteurs d'intrants sont prêts à acheter.
- Pour Hamza Rkha Chaham, co-fondateur de SOWIT – une start-up qui développe des outils d'aide à la décision pour les agriculteurs, fondés sur la télédétection – la diversification n'est pas seulement un moyen de concilier les objectifs financiers et stratégiques à court et long terme : elle stimule également l'exploration des marchés. Au Maroc, la production céréalière couvre une superficie de 5 millions ha, avec des engrais qui représentent un tiers des coûts de production. Il y a donc un réel potentiel pour l'agriculture de précision. Toutefois, comme il avait bien compris qu'il devait d'abord évaluer le potentiel commercial des outils d'aide à la décision pour l'épandage d'engrais, Chaham a fait le choix stratégique de la diversification. Tout en développant un outil d'aide à la décision basé sur l'utilisation de drones, destiné aux producteurs de blé, il a donc commencé à vendre le système de drones de SOWIT à d'autres segments du marché – arpentage, exploitation minière et construction – et à organiser des modules de formation au pilotage de drones pour se procurer des revenus à court terme.
- N'kalô est une société prospère de conseil en développement commercial active au Burkina Faso, en Côte d'Ivoire, au Mali et au Sénégal. Son fondateur, Pierre Ricau, s'était toutefois rapidement rendu compte que les cotisations des agriculteurs – 0,18 € par mois par agriculteur – ne suffiraient pas à assurer la viabilité financière de son entreprise. Il a compris que N'kalô allait devoir trouver d'autres sources de revenus et a donc choisi

de diversifier les activités de l'entreprise. Il a aujourd'hui pour stratégie de vendre l'expertise de N'kalô sur le marché par le biais de projets de conseil tout en explorant d'autres solutions, par exemple la promotion publicitaire d'entreprises productrices d'intrants.

Notre expérience montre que la diversification nous a permis d'atténuer le risque lié au revenu, d'améliorer le retour sur investissement en optimisant les actifs et d'explorer de nouveaux segments. Toutefois, ce processus a aussi entraîné une série de difficultés.

### ... qui peut cependant aussi brouiller les cartes

La diversification n'est pas seulement déroutante pour les investisseurs, qui y voient généralement une incapacité à s'implanter sur un marché principal. Elle peut également être une source de confusion pour les clients. Viser différents segments représente un défi sur le plan de la communication. Les ressources des start-up étant limitées, elles n'ont pas toujours intérêt à répartir leur budget marketing sur plusieurs segments, puisqu'il est déjà assez difficile de promouvoir un seul produit ou service.

La plupart des investisseurs que nous avons rencontrés ont préféré investir leur capital dans des modèles d'affaires simples, à l'image de modèles similaires qu'on retrouve dans des économies plus avancées. En outre, beaucoup d'investisseurs ont généralement mis l'accent sur les technologies à la mode, plutôt que sur les solutions. Même les donateurs et les institutions préfèrent s'intéresser à l'intelligence artificielle, aux drones ou à la blockchain plutôt qu'aux solutions visant à diminuer le coût des engrais pour les agriculteurs.

Nous estimons au contraire que la technologie doit permettre de répondre de la façon la plus évolutive et flexible possible aux attentes des agriculteurs, comme apporter une solution à leurs problèmes les plus urgents, liés au manque d'efficacité. Nous répondons aussi aux préoccupations des investisseurs en mettant en place une gestion solide et en dissipant les confusions que peut entraîner la diversification. Nous nous assurons ainsi que chaque produit développé exploite toujours notre technologie ou notre savoir-faire de base et contribue directement à notre proposition de valeur principale. Lorsque nous communiquons avec un marché spécifique, nous traduisons notre proposition de valeur principale pour l'adapter à ce marché afin de nous assurer de bien parler le langage du marché et éviter toute confusion. Enfin, nous mettons en place des processus de gestion du temps et du budget afin d'affecter les ressources de l'entreprise aux différents segments de marché et lever toute ambiguïté.

En tant qu'entrepreneurs, nous devons absolument respecter une discipline rigoureuse d'affectation des ressources. Nous devons aussi accorder toute l'attention nécessaire au renforcement de nos compétences en communication et en gestion, non seulement pour prouver aux investisseurs les avantages d'une diversification « contrôlée », mais aussi pour préserver durablement la proposition de valeur de notre entreprise. ●

*Cet article a été rédigé dans le cadre d'une initiative menée par le CTA visant à documenter et à partager les connaissances exploitables sur les approches agricoles efficaces pour l'agriculture des pays ACP. Il capitalise sur les connaissances, les enseignements et les expériences pratiques afin de documenter et d'orienter la mise en œuvre de projets axés sur l'agriculture pour le développement.*



Image : Ujuzikilimo

### Les auteurs



**Hamza Rkha Chaham** est le co-fondateur de SOWIT, une start-up franco-marocaine qui fournit des systèmes d'aide à la décision aux fermiers d'Afrique. Il est membre fondateur d'AfricaGoesDigital, une association qui regroupe des professionnels de l'agriculture de précision. [hamza.rkha@sowit.fr](mailto:hamza.rkha@sowit.fr)

**Brian Bosire** est le fondateur d'Ujuzikilimo, une start-up kényane qui collecte et analyse des données pour fournir des informations exploitables au secteur agricole. [eric.bosire@ustadi.org](mailto:eric.bosire@ustadi.org)

**Pierre Ricau** est un économiste français spécialisé dans les marchés agricoles. Il travaille pour Nitidæ, une ONG qui, avec plusieurs partenaires, a développé le service N'kalô. [p.ricau@nitidae.org](mailto:p.ricau@nitidae.org)



# Diffuser une plateforme en ligne de produits agricoles en Afrique de l'Est : retour d'expérience et bonnes pratiques

Samwel Rutto

« En gérant la plateforme GSoko, j'ai compris que les plateformes régionales d'échange en ligne doivent être durables et viables sur le plan commercial », insiste **Samwel Rutto**, en sa qualité de directeur régional des systèmes d'échanges structurés au sein de l'organisation Eastern Africa Grain Council (EAGC), est notamment chargé de promouvoir des marchés structurés pour faciliter le commerce et remédier aux problèmes d'efficacité dans l'industrie céréalière. Il partage son expérience, en matière de conception et de gestion d'un système électronique pour le commerce des céréales, afin d'éviter les pièges quand il s'agit de diffuser à plus grande échelle des plateformes de commercialisation pour l'agribusiness.

Les investissements dans des solutions numériques liées à l'industrie agroalimentaire dans la région d'Afrique de l'Est ont considérablement augmenté au cours de la dernière décennie. Cependant, peu de ces investissements se sont avérés viables après la phase pilote ou ont eu un impact durable. Beaucoup sont encore confrontés à des obstacles majeurs qui entravent la croissance. Mon expérience en matière de conception et de gestion d'un système électronique d'échange de céréales – le système GSoko, propriété d'EAGC – m'a appris beaucoup de choses à propos du soutien et de la diffusion des plateformes de commercialisation en ligne dans le secteur de l'agroalimentaire.

La centrale des céréales – qui est intégrée au système GSoko – soutient les agriculteurs en leur fournissant des services de pointe. Par exemple, avant d'investir un marché, les producteurs doivent connaître précisément les besoins de celui-ci. Nous travaillons donc directement avec les acheteurs de céréales afin de savoir quelles variétés ils souhaitent et en quelle quantité. Ensuite, nous communiquons ces informations aux agriculteurs : ils peuvent donc optimiser l'achat de semences et s'adapter au mieux au marché visé.

## Des écueils à surmonter

### Conception du logiciel

La phase de conception et de développement du logiciel est souvent longue – les financements doivent être étalés sur

une période de 5 ans environ. Le développement de GSoko, par exemple, a duré 4 ans, principalement en raison de la nécessité de consulter régulièrement les utilisateurs finaux afin de s'assurer que la solution était facile à utiliser et répondait à leurs besoins de commercialisation. Le système a dû être repensé et amélioré de nombreuses fois. Sans surprise, ce processus finit par coûter cher, ce qui influe sur la diffusion des plateformes à plus grande échelle.

### Taux d'adoption

L'adoption de solutions numériques dans le secteur de l'agroalimentaire joue un rôle crucial pour déterminer la mise à l'échelle et la durabilité d'un projet. Cependant, le taux d'adoption est impacté par les difficultés techniques non prévues et non voulues, comme le manque de maîtrise des technologies de l'information et de la communication (TIC), en particulier chez les agriculteurs. Pendant le déploiement de GSoko, j'ai découvert que certains petits agriculteurs n'avaient jamais utilisé de téléphone portable Android et ne savaient donc pas comment utiliser le système. Les difficultés d'accès à Internet affectent également le fonctionnement des systèmes en ligne. Par exemple, la coopérative agricole ougandaise de Katine exporte des céréales au Kenya via la plateforme GSoko, mais la connexion Internet limitée a empêché ses membres de participer à certaines sessions d'échange en ligne.

### Climat et gouvernance

En gérant la plateforme GSoko, j'ai compris que les plateformes régionales d'échange en ligne doivent être durables et viables sur le plan commercial. Cela implique de se doter d'un modèle économique qui génère des revenus pour compenser les obligations en matière de coûts. D'un autre côté, la génération de revenus dépend de la capacité de traitement du système / de la valeur et du volume des produits de base échangés chaque saison via le système. D'après mon expérience et une analyse des autres plateformes présentes dans la région, les volumes échangés sont parfois trop faibles et irréguliers, tandis que les coûts du développement et d'entretien des systèmes sont extrêmement élevés et dépassent souvent les bénéfices générés. Parmi les principales causes à l'origine d'une baisse des volumes échangés sur les

plateformes en ligne que j'ai moi-même pu observer, il y a notamment les mauvaises conditions météorologiques et les sécheresses – qui font baisser les rendements –, le manque d'entrepôts liés aux agriculteurs pour le regroupement et des problèmes de qualité, comme des niveaux élevés d'aflatoxines, des récoltes de produits pourris, malades ou cassés, des variétés mélangées, etc. J'ai aussi constaté que le caractère saisonnier des cultures influe sur les performances des systèmes, en particulier des systèmes basés sur des cultures annuelles comme le maïs. De plus, les autorités et l'administration des pays d'Afrique de l'Est font souvent obstacle aux plateformes en ligne en imposant des taxes, des droits de douane et des réglementations pour les exportations.

### Séduire les utilisateurs

Les activités de promotion et de marketing jouent un rôle de plus en plus important pour diffuser les plateformes d'échange en ligne à plus grande échelle : elles contribuent à développer la clientèle et à augmenter le volume de produits échangés. Je pense que la gamme de services proposés et les frais facturés aux utilisateurs devraient être abordables, car la plupart des utilisateurs ne sont pas en mesure ou pas disposés à payer des montants élevés. Voilà pourquoi il convient de réaliser une analyse de la rentabilité assortie de consultations approfondies avec les parties prenantes pour fixer des frais raisonnables. Les agriculteurs se sont habitués à bénéficier de services gratuits, offerts par des ONG et des donateurs, ils sont donc réticents à l'idée de mettre eux-mêmes la main à la poche. Tant les agriculteurs que les négociants peuvent refuser d'adopter une plateforme en ligne s'ils ont le sentiment que cette plateforme est trop complexe à utiliser. Enfin, l'existence de diverses plateformes concurrentes qui ciblent les mêmes utilisateurs – en particulier les agriculteurs – peut également avoir une incidence sur l'adoption des solutions numériques.

### La voie à suivre

Je suis convaincu que les plateformes de commercialisation en ligne peuvent contribuer de manière significative à l'amélioration des performances, de la compétitivité et de la rentabilité des agro-entreprises. Cependant, les difficultés liées à la conception de ces systèmes, à leur production de revenus et à leur adoption ont un impact négatif sur leur mise à l'échelle et leur durabilité. C'est pour cette raison qu'il est essentiel, lorsqu'on investit dans des solutions numériques liées à l'agriculture, de réfléchir à des modèles économiques qui présentent un intérêt manifeste pour les utilisateurs. De même, il est crucial d'associer les utilisateurs potentiels au processus de conception afin de développer des solutions faciles à utiliser et de diversifier la gamme de produits agricoles couverts par la plateforme. Négliger l'un de ces aspects risque de compromettre l'avenir à long terme de la plateforme d'échange en ligne elle-même, ainsi que les avantages potentiels pour ses utilisateurs. ●

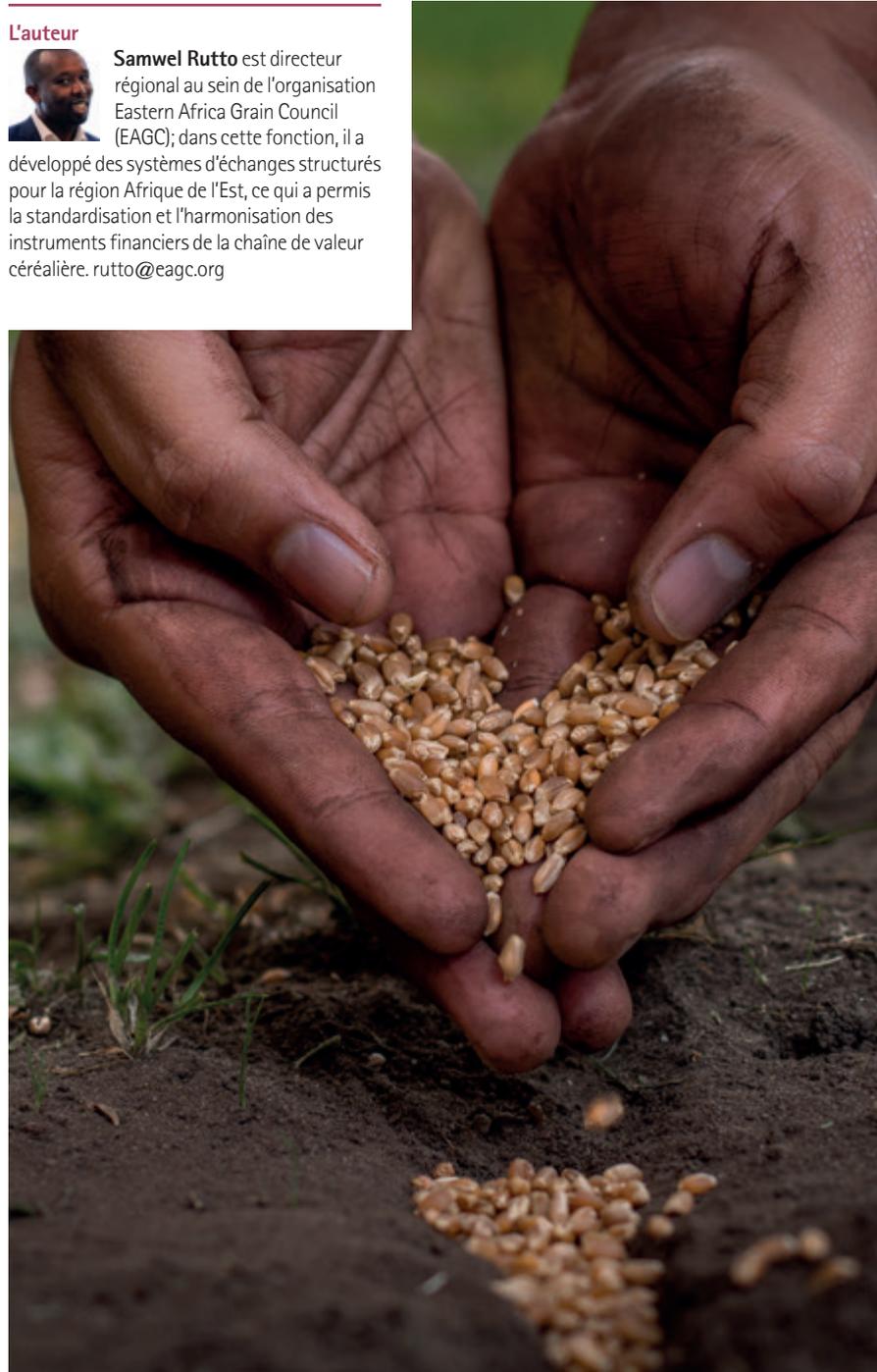
*Cet article a été rédigé dans le cadre d'une initiative menée par le CTA visant à documenter et à partager les connaissances exploitables sur les approches agricoles efficaces pour l'agriculture des pays ACP. Il capitalise sur les connaissances, les enseignements et les expériences pratiques afin de documenter et d'orienter la mise en œuvre de projets axés sur l'agriculture pour le développement.*

*« En gérant la plateforme GSoko, j'ai compris que les plateformes régionales d'échange en ligne doivent être durables et viables sur le plan commercial », insiste Samwell Rutto.*

#### L'auteur



**Samwell Rutto** est directeur régional au sein de l'organisation Eastern Africa Grain Council (EAGC); dans cette fonction, il a développé des systèmes d'échanges structurés pour la région Afrique de l'Est, ce qui a permis la standardisation et l'harmonisation des instruments financiers de la chaîne de valeur céréalière. [rutto@eagc.org](mailto:rutto@eagc.org)



# Le mentorat, un coup de pouce aux jeunes entrepreneurs agricoles

Clare Pedrick



Une idée lumineuse d'agribusiness ? Comment la concrétiser ? Se faire aider et conseiller par quelqu'un qui est passé par là peut être très utile, en particulier pour les jeunes entrepreneurs peu aguerris.

Le mentorat, c'est-à-dire l'accompagnement par un professionnel ou par quelqu'un qui connaît, pour les avoir vécus, les problèmes qui peuvent se poser au moment de la création d'une entreprise, peut faire toute la différence entre la réussite et l'échec pour les jeunes entrepreneurs agricoles – souvent appelés agripreneurs –, en particulier dans les premiers temps.

Les participants à un atelier du CTA ont expliqué comment la supervision et l'accompagnement pouvaient aider les jeunes à acquérir les compétences requises pour créer et gérer un agribusiness rentable, susceptible de créer des emplois pour d'autres par la suite. Le soutien peut porter sur un large éventail de domaines, par exemple l'élaboration d'un business plan, le développement de produits, les aspects financiers et l'accès aux marchés.

« Lancer son entreprise peut être difficile. De nombreux jeunes ont de bonnes idées, mais il faut des compétences particulières pour transformer des idées en une entreprise viable », explique Tony Nsanganira, qui travaille au Ghana dans le cadre du programme de réduction de la pauvreté rurale de la FAO. Ce programme vise en particulier à promouvoir la création d'emplois décents en milieu rural pour les jeunes en Afrique grâce à l'agribusiness. « Il faut suivre une formation pour créer son entreprise, puis être régulièrement conseillé. Il faut non seulement aider les jeunes à gérer leur entreprise et leur trésorerie, mais également les exposer à la réalité des faits pour qu'ils puissent prendre leur envol », poursuit-il.

## Des conseils pratiques pour des résultats concrets

### Kenya

Au Kenya, des mentors professionnels ont aidé, dans le cadre du programme de la FAO, un groupe de jeunes femmes venant de créer leur entreprise d'agrotransformation à concevoir et à peaufiner leur business plan et à accéder au financement et aux marchés. Des conseils allant de la valorisation au conditionnement en passant par l'étiquetage de produits à base de fruits les ont aidées à développer un petit agribusiness rentable.

### Fidji

Idéalement, l'accompagnement devrait se poursuivre, avec des objectifs à atteindre régulièrement, disent celles qui ont reçu cette aide. Litia Kirwin a bénéficié de plusieurs initiatives de mentorat, qui ont contribué à la création de son entreprise de développement durable, Loving Islands, aux Fidji. Cette entreprise vise à garantir que les petites

communautés insulaires puissent commercialiser leurs produits, dont de l'huile biologique de noix de coco, des cosmétiques, des bougies et des tissus.

« Personnellement, j'ai trouvé que le mentorat était réellement important, en particulier à mes débuts, car il m'a aidé à valider mes choix. C'est extrêmement précieux d'être rassuré par des gens plus expérimentés », explique Kirwin. Son entreprise en est à sa deuxième année et a déjà embauché trois personnes, toutes jeunes, et Litia Kirwin est désormais le mentor d'un agriprenneur fidjien, un étudiant qui essaie de créer une petite pépinière à Suva. Le réseau de producteurs The Loving Islands Farmer Enterprise (LIFE) organise des formations en agriculture biologique et apporte un soutien au développement commercial et à l'accès au marché dans les communautés insulaires rurales.

## Un accompagnement de tous les instants

### Kenya

Lilian Mabonga, directrice des programmes de la fondation kenyane Ustadi, qui tire son nom du mot « compétence » en swahili, distingue clairement la formation du mentorat. Cette ONG établie à Nairobi est axée sur le développement des capacités des jeunes et des femmes en milieu rural dans un éventail de chaînes de valeur agricole et propose du mentorat dans quatre domaines essentiels : la planification, le financement, le marketing et le service à la clientèle.

De nombreux jeunes échouent lorsqu'ils créent leur entreprise parce qu'ils n'ont pas bénéficié de mentorat, mais uniquement de formations, explique Lilian Mabonga. La formation ne suffit jamais à elle seule. Il faut un suivi pratique aussi. » Lilian Mabonga tient à rendre visite aux jeunes agripreneurs dans leur magasin ou autre point de vente pour voir comment ils s'y prennent avec leurs clients. Elle les suit aussi lorsqu'ils développent leurs produits, du début à la fin. Grâce à cela, plusieurs milliers de jeunes entrepreneurs ont réussi à financer leur initiative d'agribusiness dans 23 comtés au Kenya, dans diverses filières, notamment le manioc, la noix de cajou, l'ananas et la volaille, ainsi que dans la production d'énergie à base de déchets.

### Global African Agribusiness Accelerator Platform (GAAAP)

Le mentor peut être une personne plus âgée qui a une longue expérience, mais les jeunes entrepreneurs peuvent aussi avoir des connaissances précieuses à partager entre eux, selon Michael Sudarkasa, fondateur de la GAAAP, qui vise à aider des jeunes à créer leur agribusiness dans quatre pays d'Afrique.

« Je crois aux échanges intergénérationnels, mais aussi aux transferts de connaissances intragénérationnels, déclare Sudarkasa. Cela peut par exemple impliquer de réunir de jeunes agripreneurs de différentes régions d'Afrique, que ce soit par l'intermédiaire de Snapchat, d'Instagram ou de WhatsApp, pour qu'ils partagent des solutions qui se sont révélées efficaces », ajoute-t-il. ●

*Cet article a été rédigé dans le cadre d'une initiative menée par le CTA visant à documenter et à partager les connaissances exploitables sur les approches agricoles efficaces pour l'agriculture des pays ACP. Il capitalise sur les connaissances, les enseignements et les expériences pratiques afin de documenter et d'orienter la mise en œuvre de projets axés sur l'agriculture pour le développement.*



Image : CTA

### L'autrice



Clare Pedrick est une journaliste britannique spécialisée dans le développement international et les questions environnementales. [clarepedrick@gmail.com](mailto:clarepedrick@gmail.com)

**Le mentorat par un professionnel des affaires peut faire la différence pour de jeunes agripreneurs en manque de repères.**

# L'agriculture biologique, un tremplin pour les femmes entrepreneures

Busani Bafana et Nawsheen Hosenally

L'agriculture biologique représente une opportunité pour les productrices dans les pays ACP. En effet, elle leur permet d'accéder à des marchés de niche, au niveau mondial, et d'y écouler des produits à forte valeur ajoutée. Amélioration des conditions de vie, levier pour faire évoluer les pratiques au niveau local, impact positif sur l'environnement : deux exemples, aux Samoa et en Jamaïque, vont venir illustrer le potentiel et les séduisants résultats de ces méthodes novatrices.

**A**ux Samoa, pays caractérisé par un accès aux terres limité à cause de l'agriculture extensive, la production d'huile de noix de coco vierge biologique a offert une véritable bouée de sauvetage aux agricultrices grâce au soutien de WIBDI (Women In Business Development Inc.). Cette organisation locale de développement des entreprises à vocation sociale, soutenue par le CTA, aide les femmes – et par extension les autres membres de la famille – à mettre en place des projets rentables. Fondée en 1991, WIBDI propose notamment une formation sur l'amélioration des compétences et des capacités d'encadrement. Elle facilite par ailleurs l'accès des agricultrices à des marchés internationaux centrés sur les produits biologiques haut de gamme. Impliquée dans 183 villages à travers le pays, WIBDI promeut et soutient la certification biologique des entreprises agricoles qui permet aux exploitantes de générer 200 000 € par an.

## Une vision concrétisée à l'international

WIBDI offre aux productrices d'huile de noix de coco vierge les moyens de leurs ambitions (procédés, certification, etc.). Ces actions révèlent l'immense potentiel de l'agriculture biologique pour soutenir l'activité des femmes, explique Taaloga Apa, directrice de programme au sein de l'organisation. « Nous sommes parvenus à introduire l'huile de noix de coco vierge sur les marchés internationaux. La chaîne The Body Shop, au Royaume-Uni, est par exemple l'un de nos principaux intermédiaires sur ce produit », précise-t-elle. La société britannique, spécialisée dans les cosmétiques, les soins de la peau et le parfum, achète l'huile samoane depuis 2008 et les agricultrices perçoivent 80% de la recette des ventes. WIBDI a également permis la mise en place d'un

partenariat marketing avec une chaîne de café haut de gamme en Nouvelle-Zélande, C1Espresso.

« Les dirigeants de The Body Shop ont réalisé qu'ils aidaient les petites exploitantes samoanes à améliorer leur niveau de vie en achetant leur huile vierge, poursuit Mme Apa. Notre huile est assez chère, mais l'enseigne a choisi de privilégier la qualité et de soutenir, en même temps, notre travail avec les agricultrices. »

## Miser sur la qualité, pas la quantité

WIBDI fait la promotion d'autres produits biologiques dans ses programmes de développement, comme les fruits et légumes frais ou le café. Avec le soutien du CTA, l'organisation a pu participer à différentes foires commerciales et réunions politiques autour du monde afin de promouvoir ses actions.

« Le travail de WIBDI avec les agricultrices est exclusivement centré sur le biologique. Pour les petites îles, cette stratégie fonctionne très bien, compte tenu de la concurrence de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande », souligne Isolina Boto, responsable du bureau du CTA à Bruxelles. « Si vous ne pouvez pas rivaliser sur la quantité, vous pouvez par contre miser sur la qualité et la valeur ajoutée. C'est la voie empruntée avec succès par WIBDI, qui a en outre intégré les communautés dans le processus, ajoute-t-elle. L'organisation a, de plus, ouvert aux exploitantes les portes de l'international, tout en opérant en parallèle une diversification de la gamme de produits à valeur ajoutée commercialisés : bananes séchées, fruits et légumes frais, café, savon, objets d'art. »

## Le biologique, ça fonctionne !

Des agricultrices jamaïcaines sont également impliquées dans la production de café biologique, une activité devenue source d'emploi et de revenus. L'une d'entre elles, Dorienne Rowan-Campbell, est propriétaire et gérante de l'entreprise Rowan's Royal Coffee. Elle produit et exporte la célèbre variété de café jamaïcain Blue Mountain, « du grain à la tasse », vers les marchés internationaux, de l'Europe au Japon en passant par l'Amérique du Nord.

« Le biologique est la seule forme d'agriculture régie par des principes d'équité, de justice et de respect de l'environnement. Pour moi, c'est l'aspect le plus fondamental, car cela signifie que vous contribuez à bâtir un avenir durable », déclare Mme Rowan-Campbell, inspectrice spécialisée en agriculture biologique et coordinatrice de la certification pour le JOAM (Jamaica Organic Agriculture Movement), un organisme fondé en 2001 qui a formé 150 femmes originaires de la région Caraïbes depuis sa création. « D'une manière générale, nous constatons un intérêt croissant des gens pour le biologique. Cette tendance incite donc les producteurs de café à s'investir et à respecter les normes. En Jamaïque, les femmes choisissent elles-mêmes de se lancer dans le biologique, y voyant une chance de garantir la bonne santé des communautés, tandis que les hommes y décèlent, eux, de bonnes opportunités commerciales. Le biologique, ça fonctionne ! »

Elle conclut : « J'ai commencé par la café mais, très rapidement, je vais diversifier ma production avec du gingembre et du curcuma. Avec le changement climatique, je redoute les éventuelles conséquences d'un ouragan sur mes plants de café. Il me faut une assurance, que je vais cultiver sous terre. J'encourage les agriculteurs de mon entourage à faire preuve d'initiative, à diversifier leurs activités et à ne plus abattre autant d'arbres. Le café est un produit forestier : il a besoin d'ombre, et de plus en plus à mesure que les journées deviennent plus chaudes et moins pluvieuses. ●





Images : CTA/WIBDI

*Le récent atelier du CTA sur le thème **Rendre l'agriculture accessible aux femmes dans les pays ACP** a identifié 7 critères de succès essentiels pour permettre aux femmes de tirer réellement profit de l'agriculture : l'accès à l'investissement et au financement ; l'accès aux marchés ; le soutien aux compétences ; le travail en réseau et le développement des capacités ; l'accès à l'information, aux connaissances et à la technologie ; l'accès à la terre ; la gestion des problématiques socioculturelles; et la juste reconnaissance du statut des femmes.*

#### Les auteurs



**Busani Bafana** est journaliste spécialisé dans le développement international.  
busani.bafana@gmail.com

**Nawsheen Hosenally** est originaire de l'île Maurice. Elle est la co-fondatrice d'Agribusiness TV, une web TV, basée au Burkina Faso, qui met en lumière les histoires et les réussites des jeunes agripreneurs d'Afrique.  
nawsheen@agence-mediaprod.com

WIBDI promeut et soutient la certification biologique des entreprises agricoles à travers 183 villages des Samoa.

Une membre de WIBDI fait sécher les noix de coco afin de les transformer en huile vierge.



# Les forfaits de services verts, une ouverture aux pratiques climato-intelligentes

Jemima Afari-Kwarteng et Oluwaseun Adedeji

En matière d'agriculture intelligence face au climat (AIC), l'expérience nous a appris une chose : les services verts, lorsqu'ils sont fournis de manière isolée, sont inefficaces et produisent des résultats très décevants. En revanche, quand ils sont regroupés dans des « forfaits » adaptés aux besoins des agriculteurs, ils favorisent davantage l'adoption de pratiques climato-intelligentes. Plusieurs exemples, tirés de projets initiés par le CTA, viennent appuyer ces observations.

**F**atima est une petite exploitante qui vit dans la communauté rurale d'Ayigbe, dans le district de Wenchi, au Ghana. Elle cultive la terre, élève des bêtes et vend sa production sur le marché local. Sa pratique de l'agriculture pluviale est toutefois affectée par l'imprévisibilité croissante des précipitations : il lui devient ainsi difficile de déterminer le meilleur moment pour planter et éviter les pertes dues à la sécheresse.

Manti, producteur de cacao, est confronté à des problèmes similaires. Afin de compléter ses revenus, il s'est lancé dans la production de charbon de bois. Cette source d'énergie, abordable, est prisée dans sa communauté rurale, confrontée au manque d'électricité et au prix élevé du gaz. La

contrepartie est cependant élevée : pour produire du charbon de bois, il faut abattre de nombreux arbres, un procédé qui impacte sévèrement l'environnement en accélérant la déforestation et le réchauffement climatique

## De la nécessité d'une approche holistique

Ces deux histoires illustrent bien la situation de nombreux agriculteurs des pays ACP soumis aux effets du réchauffement climatique. Selon la FAO, la population mondiale approchera le seuil des 9,8 milliards d'individus en 2050. La croissance démographique sera très soutenue dans les pays en développement, des zones particulièrement touchées par les changements environnementaux. Dans ce contexte, l'agriculture climato-intelligente semble une alternative intéressante à explorer. Mais que pensent les agriculteurs de ces pratiques ? Et comment peuvent-ils acquérir les compétences nécessaires à la mise en place de ce type d'agriculture tout en maintenant une rentabilité satisfaisante ?

De plus en plus, il apparaît que les connaissances techniques, seules, ne suffisent pas à stimuler l'adoption des pratiques intelligentes face au climat. L'approche doit être holistique pour fonctionner : on ne peut se contenter de fournir un seul « service vert » sans prendre en considération d'autres paramètres. Par exemple, en aidant Fatima à adopter de bonnes pratiques agronomiques, elle pourrait vraisemblablement améliorer ses rendements. Toutefois, afin de pérenniser son activité, elle aura également besoin d'une aide financière en plus d'un réseau de télécommunications fiable pour profiter des services de vulgarisation. Ces services, devront, en outre, être impérativement adaptés à son environnement pour être réellement efficaces. Enfin, elle devra pouvoir compter sur une ouverture facilitée aux marchés afin de lui assurer un niveau de revenus suffisant, condition sine qua non pour l'inciter à poursuivre dans la voie d'une agriculture climato-intelligente.

## La preuve par le terrain

Les services groupés d'AIC peuvent prendre différentes formes mais doivent être pensés et conçus pour se compléter mutuellement afin de produire les résultats escomptés. Une combinaison d'efforts incluant à la fois le secteur public et le secteur privé n'est ainsi pas à exclure. Le projet initié par le CTA afin de promouvoir la compétitivité des chaînes de valeur agricoles en République dominicaine, en coopération avec ADOPEM, une banque de micro-crédit, est un bon exemple. Les agriculteurs participant au programme ont bénéficié d'un financement, d'une formation sur les pratiques durables et d'un accompagnement tout au long de la chaîne de valeur des tubercules (commercialisation, entreposage, manutention pendant le transport, etc.). L'expérience a été couronnée de succès : le taux de rejet des bananes a baissé de 40 à 30 % alors que le nombre de caisses exportées a connu une augmentation substantielle (de 1080 à 5200). Le projet « Déployer à plus grande échelle des solutions d'agriculture intelligente face au climat pour les agriculteurs d'Afrique australe » est une autre initiative démontrant tout l'intérêt d'opter pour une approche globale. Les agriculteurs bénéficient de forfaits de services qui incluent un accès facilité au crédit, des services de vulgarisation par SMS et des informations sur les pratiques AIC traduites en langues locales. Au Zimbabwe, par exemple, ces forfaits sont fournis par l'Union nationale des agriculteurs pendant que l'opérateur de télécommunications privé Econet la prend en charge la diffusion de l'information et l'enregistrement numérique des personnes. Concrètement, les avantages sont multiples : le projet incite les agriculteurs à souscrire une





assurance fondée sur un indice climatique ; facilite leur accès aux informations concernant les pratiques climato-intelligentes ; améliore la mise en action des interventions techniques pour de meilleurs rendements ; et atténue les risques liés au changement climatique.

Le projet CLI-MARK, initié par le CTA, propose également des services groupés. Son objectif est de développer à plus grande échelle des mécanismes de marché qui augmentent les capacités d'adaptation des éleveurs nomades du nord du Kenya et du sud de l'Éthiopie. Dans cette optique, le CTA s'est associé à des acteurs issus des secteurs public et privé : l'Institut international pour la reconstruction rurale (IIRR), l'Institut international de recherche sur l'élevage (ILRI), des assureurs privés – Takaful Insurance au Kenya et Oromia Insurance en Éthiopie – et l'entreprise de données météorologiques aWhere. Les actions suivantes ont été planifiées :

- la conception et le déploiement d'un système d'information météorologique mixte qui intègre les meilleurs systèmes de connaissances météorologiques scientifiques et autochtones ;
- l'élaboration et la mise en œuvre de mécanismes destinés à promouvoir l'adoption de l'assurance bétail chez les éleveurs nomades ;
- l'établissement d'un plan d'action pour aider les jeunes et les femmes dans l'accès aux marchés, au commerce et à l'entrepreneuriat afin d'améliorer leurs revenus et de les guider sur la voie des pratiques durables.

Grâce à CLI-MARK, des groupes ciblés de productrices sont parvenus à augmenter la production fourragère, permettant ainsi aux éleveurs pastoraux d'acheter des balles de foin à un prix beaucoup moins élevé. Tous les indicateurs démontrent que des actions « mixtes », qui font intervenir des acteurs des secteurs à la fois public et privé, ont bien plus de chances d'influer en profondeur sur les comportements et d'avoir ainsi un impact sur le long terme. ●

*Les services groupés sont conçus pour être complémentaires : une combinaison d'efforts nécessaire pour mieux mettre en valeur les pratiques climato-intelligentes.*

#### Les autrices



**Jemima Afari-Kwarteng** est spécialisée en gestion et en organisation d'entreprise. Elle est actuellement stagiaire au CTA sur les questions agroalimentaires.  
jemima26kwarteng@gmail.com

**Oluwaseun Adedeji** est une militante active pour la participation des femmes et des jeunes au secteur agroalimentaire. Elle travaille actuellement au CTA en tant que stagiaire, où elle apporte un soutien technique au département agribusiness et chaînes de valeur.  
seunadedeji92@gmail.com

# Investissements climato-intelligents, promesses tenues !

Busani Bafana et Nawsheen Hosenally

À la faveur d'investissements climato-intelligents à impact, le secteur privé entend combler les insuffisances de financement du développement agricole. Son but ? Atteindre les objectifs de développement durable tout en soutenant une nouvelle manière de créer et de partager la richesse.

**P**our le secteur privé, l'AIC (agriculture intelligente face au climat) représente une opportunité d'appuyer le développement durable par ses investissements », explique Viktoria Popova, responsable de l'assistance technique chez Incofin Investment Management, une société internationale d'investissement à impact basée à Bruxelles. L'entreprise pilote des investissements et activités de soutien au renforcement des capacités dans les pays émergents afin de favoriser le progrès inclusif.

Face au changement climatique et à ses conséquences – en plus de la prise de conscience des consommateurs qui militent pour un environnement plus sain et se dirigent vers des produits éthiques –, un nombre croissant d'entreprises adaptent leurs stratégies d'investissement. Un virage s'opère : les risques environnementaux, sociaux et de gouvernance sont davantage pris en considération, une tendance qui pousse les investisseurs à se détourner des secteurs dits nuisibles. La notion d'investissement bénéfique devient dès lors très importante dans les choix opérés. La SFI (Société financière internationale) précise que ces investissements à impact consistent à investir dans des entreprises, organisations, véhicules ou fonds dans le but de générer des impacts sociaux, économiques et environnementaux, positifs et mesurables, tout en assurant des retours financiers.

« Nous pensons qu'investir dans des modèles économiques durables est une stratégie judicieuse, et nous sommes convaincus que l'agriculture a un rôle clé à jouer pour doubler la production mondiale, une nécessité afin de nourrir, demain, une population en constante hausse, précise Mme Popova. Considérant sa propension à produire des effets négatifs sur l'environnement et sa vulnérabilité face au climat, l'agriculture doit devenir plus durable sur le plan environnemental. » En collaborant avec des organismes de microfinance, des associations de producteurs et d'autres

acteurs de la chaîne de valeur, Incofin cherche à déployer le potentiel de l'agriculture sur des marchés identifiés comme stratégiques.

## La finance pour appuyer la durabilité et la résilience

Nous parlons d'investissements climato-intelligents car nous comprenons que pour répondre aux défis auxquels font face les agriculteurs, il ne suffit pas d'améliorer la productivité : il faut aussi les aider à renforcer leurs capacités de résilience », indique Mme Popova. En Colombie, par exemple, Incofin a appuyé une coopérative de café afin qu'elle devienne plus intelligente face au climat en finançant la construction d'un broyeur humide centralisé, qui permet d'optimiser le processus de transformation de la production. « Grâce à cet appareil et à son système de gestion améliorée, nous sommes parvenus à réduire de 40 à 4 l la quantité d'eau utilisée pour produire 1 kg de café. En outre, la source d'eau n'est plus contaminée par le processus comme auparavant. Quant aux coques de grains, à la pulpe de café et aux autres déchets, ils servent à alimenter le broyeur. C'est donc un bon exemple d'une initiative positive sur les plans environnemental et social, qui améliore le bien-être des producteurs tout en assurant en même temps un solide retour sur investissement », explique-t-elle.

Pour améliorer la productivité, la qualité de la production et le niveau de revenus, Incofin soutient des organisations de petits exploitants en les aidant à diversifier leurs cultures et à adopter de bonnes pratiques agricoles. La société travaille aussi avec des organismes locaux de microfinance afin de renforcer les capacités de résilience d'une région donnée aux chocs climatiques. Au Nicaragua, cette collaboration a par exemple permis le lancement d'un produit assurantiel basé sur un indice climatique. Les organismes de microfinance jouent ici le rôle de preneur d'assurance et d'agrégateur, pour, et avec leurs clients agriculteurs. Nous sensibilisons également au changement climatique afin de soutenir les actions qui aident les agriculteurs à devenir plus résilients et à mettre en œuvre des pratiques intelligentes face au climat, ajoute Mme Popova.

Depuis 2001, Incofin a investi plus de 1,7 milliard € dans 65 pays, travaillant avec plus de 300 clients, notamment des



institutions financières, des petites organisations de producteurs ou des petites et moyennes entreprises agricoles. Actuellement, Incofin détient quatre fonds actifs et plusieurs structures de conseil, gérant au total 881 millions € d'actifs engagés. Sur le volet de l'assistance technique, la société a, depuis 2010, mobilisé plus de 6 millions € afin de soutenir 90 projets dans 35 pays, y compris en Amérique latine et dans les Caraïbes, en Afrique, en Asie, au Moyen-Orient et en Europe de l'Est.

Les défis rencontrés par les entrepreneurs ruraux et les petits exploitants sont au cœur des objectifs de développement qui, au final, nous concernent tous. En tant qu'entreprise d'investissement à impact, il est de notre devoir de nous impliquer auprès de ces institutions qui peuvent faire avancer les choses et d'investir dans des secteurs dits "à risque". Incofin agit en ce sens en combinant l'appui financier et l'assistance technique », conclut Mme Popova. ●

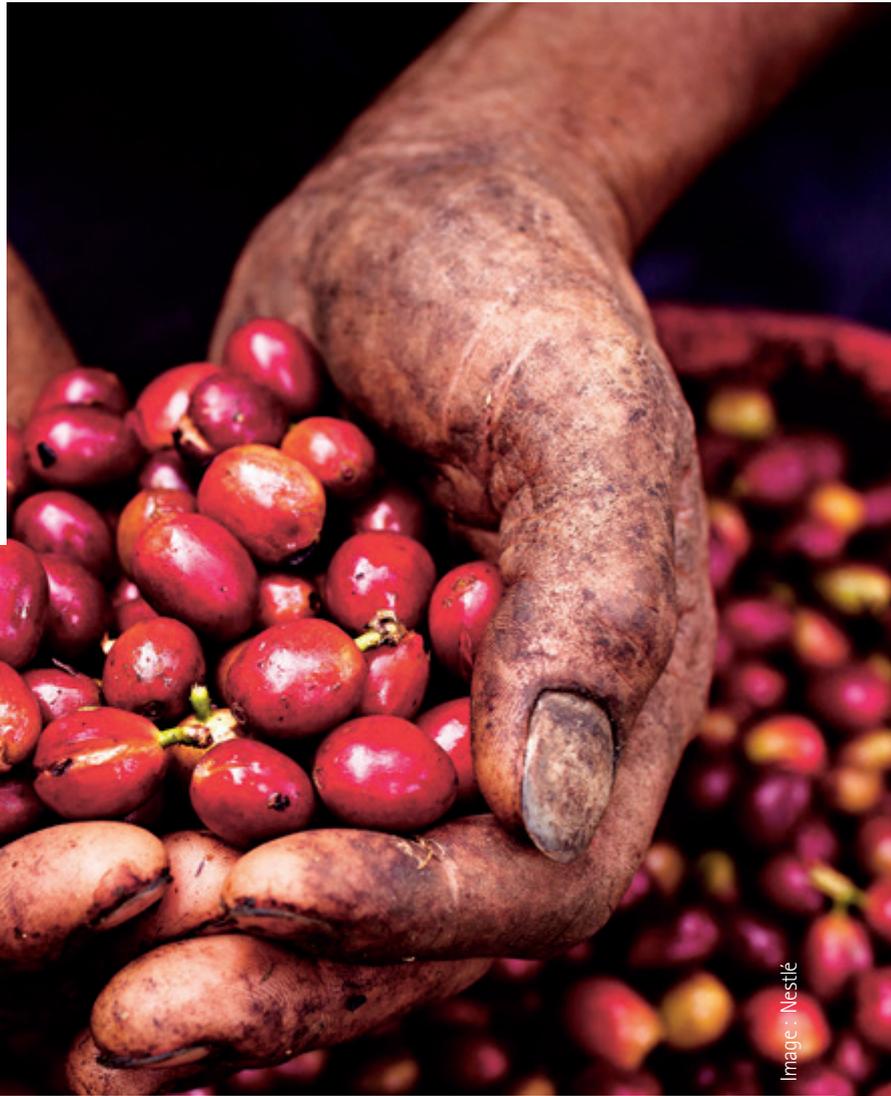


Image : Nestlé



*Face au changement climatique et à ses conséquences – en plus de la prise de conscience des consommateurs –, un nombre croissant d'entreprises adaptent leurs stratégies d'investissement vers des produits éthiques.*

*L'atelier du CTA organisé de 22 au 25 janvier sur le thème de la « Mise en œuvre de solutions climato-intelligentes pour l'agriculture de la prochaine génération dans les pays ACP » a identifié quatre défis à relever : stimuler l'adoption des retours d'expérience et solutions ; insister davantage sur l'intérêt d'une approche climato-intelligente auprès des agriculteurs ; promouvoir des processus et cadres appropriés ; et améliorer les flux de communication, d'information et de retours d'expérience qui renforcent le travail de sensibilisation et permettent d'établir un meilleur lien entre les acteurs et les actions menées. Les interventions ayant fonctionné visaient cinq priorités en rapport avec l'intelligence face au climat : élargir la base de données probantes ; développer des cadres politiques favorables ; créer des institutions renforcées ; concevoir des solutions de financement alternatives ; et prioriser la mise en place d'actions directement dans les exploitations.*

#### Les auteurs



**Busani Bafana** est journaliste spécialisé dans le développement international. [busani.bafana@gmail.com](mailto:busani.bafana@gmail.com)

**Nawsheen Hosenally** est originaire de l'île Maurice. Elle est la co-fondatrice d'Agribusiness TV, une web TV, basée au Burkina Faso, qui met en lumière les histoires et les réussites des jeunes agripreneurs d'Afrique. [nawsheen@agence-mediaprod.com](mailto:nawsheen@agence-mediaprod.com)

# Ressources



## Renforcer les agro-entreprises de nouvelle génération dans les pays ACP à travers la digitalisation

La digitalisation est en train de s'étendre à tous les aspects de l'agriculture dans les pays en développement, transformant et bouleversant au passage la manière dont les denrées alimentaires sont produites, échangées et consommées. Mais les solutions digitales innovantes améliorent-elles les performances, la compétitivité et la rentabilité des agro-entreprises axées sur les agriculteurs dans les pays ACP ? Trente spécialistes se sont intéressés, lors d'un atelier du CTA, à des cas concrets pour tenter de répondre à cette question, en déterminant quelles approches fonctionnent, comment et pourquoi. Les leçons, susceptibles d'être appliquées à plus grande échelle, sont présentées en détail dans cette publication technique du CTA, en anglais. <https://bit.ly/2ILqun0>

## Supprimer les obstacles qui freinent les start-up agricoles numériques

L'atelier du CTA, « Catalyser les connaissances pratiques pour améliorer l'agribusiness de nouvelle génération dans les pays ACP grâce au numérique », a identifié cinq vecteurs liés pour expliquer les attentes des agro-entreprises lorsqu'elles investissent dans la digitalisation : une réduction des risques, une hausse de la productivité, une efficacité accrue, des décisions améliorées et un meilleur accès aux marchés. Les participants ont fait valoir que les interventions numériques contribuent toutes à l'un ou à plusieurs de ces objectifs, en fonction des besoins et des contextes locaux spécifiques. Un facteur essentiel pour déterminer les solutions efficaces est la viabilité économique des modèles commerciaux utilisés pour créer de la valeur et proposer des services, comme l'explique également ce document, en anglais. <https://bit.ly/2Dp4ivd>

## Impliquer les jeunes dans les processus politiques relatifs à l'agriculture et aux agro-entreprises

Cette publication soutient que les décideurs politiques des pays ACP devraient nouer un dialogue avec les jeunes pour s'assurer que le cadre politique en vigueur reflète leurs intérêts et rende le secteur agricole plus attirant à leurs yeux. Les politiques, qui associent les jeunes, sont plus susceptibles de les attirer vers l'agriculture, apportant ainsi un certain dynamisme, de la croissance et des transformations à ce secteur. Voici quelques-unes des mesures clés à adopter : mettre en place des plateformes et des mécanismes pour permettre aux jeunes de participer à l'élaboration des politiques et d'avoir accès aux possibilités d'emploi ; élargir et améliorer les processus consultatifs dans les zones rurales ; réexaminer les politiques en vigueur avec les jeunes ; renforcer de manière proactive la participation des jeunes femmes dans les organisations et les institutions rurales ; accroître la capacité des organisations de jeunes à se faire entendre. En anglais.

<https://bit.ly/2vh9BZl>

## Les femmes et la digitalisation de l'agriculture

Les recherches et les statistiques montrent que les femmes représentent environ 40 % de la main-d'œuvre agricole dans la région ACP, et que, même si les femmes contribuent de manière significative aux économies rurales et aux progrès accrus en matière de digitalisation, l'écart entre les hommes et les femmes en ce qui concerne l'accès aux technologies de l'information et de la communication (TIC) ne cesse de se creuser. Cela signifie que les agricultrices ont du mal à avoir accès aux informations, aux services et aux produits financiers, ainsi qu'aux marchés, en particulier en zones rurales. Bien souvent, elles sont également exclues de l'élaboration des politiques qui les concernent. Un précédent numéro d'ICT Update apporte un éclairage sur la problématique des femmes et la digitalisation de l'agriculture. <http://bit.ly/21O4ngF>

## Supprimer les obstacles qui empêchent les femmes d'avoir accès à la terre

L'atelier du CTA, « Catalyser les connaissances pratiques pour rendre l'agriculture accessible aux femmes dans les pays ACP », a recensé plusieurs

facteurs de réussite essentiels pour permettre aux femmes de tirer pleinement profit de l'agriculture : l'accès aux investissements et aux financements ; l'accès aux marchés ; le développement des compétences ; la mise en réseau et le renforcement des capacités ; l'accès aux informations, aux connaissances et aux technologies ; l'accès à la terre ; la suppression des obstacles socioculturels ; une reconnaissance appropriée des femmes dans la société, dans les politiques, via des services ciblés. Cette publication, en anglais, examine le rôle que jouent les systèmes juridiques traditionnels et officiels pour déterminer l'accès des femmes à la terre et à d'autres ressources productives, et recommande certaines réformes politiques pour renforcer la position des femmes dans l'agriculture et les agro-entreprises. <https://bit.ly/2ViPngl>

## Une agriculture intelligente face au climat qui profite aux agricultrices et aux femmes entrepreneurs

Les participants à l'atelier du CTA sur la mise en place d'une agriculture intelligente face au climat se sont familiarisés avec le cadre « Reach, Benefit & Empower », qui classe les interventions l'inclusion et l'amélioration de la participation des femmes (« REACH »), le bénéfice que les femmes retirent de leurs efforts (« BENEFIT ») et/ou de renforcer la capacité des femmes à faire des choix de vie stratégiques et à concrétiser ces choix (« EMPOWER »). <https://bit.ly/2Zu9F5J>

## La digitalisation dans l'agriculture intelligente face au climat

Un projet du CTA propose des solutions d'agriculture intelligente face au climat pour les producteurs de céréales et les éleveurs d'Afrique australe grâce à des outils innovants basés sur les TIC et à des partenariats stratégiques. Son objectif : améliorer l'accès aux informations pour les petits agriculteurs menacés par le changement climatique et renforcer les capacités de ceux-ci afin de leur permettre d'adopter concrètement des solutions agricoles intelligentes face au climat. Pour plus d'informations : <https://www.cta.int/fr/projets/agriculture-climat-afrique-australe>