

**RESPONSABILITÉ SOCIALE  
DES ENTREPRISES**

*Un enjeu de compétition  
dans l'agribusiness*

**INTERVIEW**

*Parminder Vir OBE :  
"D'incroyables possibilités pour  
les jeunes agripreneurs africains"*

**LIBRE-ÉCHANGE**

*La ZLEC : un nouvel accord  
commercial panafricain  
prometteur*

N°189 | Juin - Août 2018

# SPORE

[spore.cta.int](http://spore.cta.int)

Start-up et TIC

## POUR UN MEILLEUR E-AGRIBUSINESS



Le développement agricole et agroalimentaire analysé et déchiffré





LE DÉVELOPPEMENT RURAL AU SERVICE D'UN MONDE MEILLEUR



# Briefings de Bruxelles sur le développement

Sensibiliser la communauté du  
développement ACP-UE depuis 2007 aux  
défis agricoles et ruraux d'aujourd'hui

[www.bruxellesbriefings.net](http://www.bruxellesbriefings.net)

Les Briefings de Bruxelles sont une initiative du CTA et de ses partenaires :  
la Commission européenne (DG DEVCO), le Secrétariat ACP, le Comité des  
Ambassadeurs ACP et la confédération CONCORD.

# SPORE N°189

## TENDANCES

**4** | Responsabilité sociale des entreprises : un enjeu de compétition

## ENTREPRENARIAT

**8** | En Afrique, la production porcine devient moins taboue

**9** | La purée de tomate qui vaut de l'or

## SMART TECH & INNOVATIONS

**10** | Un ratio alimentaire optimal

**11** | Le secteur laitier kényan se met au numérique

## AGRICULTURE CLIMATO-INTELLIGENTE

**12** | L'Afrique bâtit sa résilience sur la bonne santé des sols

**13** | Les jardins potagers au secours des communautés de Vanuatu

## INTERVIEWS

**14** | Parminder Vir OBE : "L'agriculture offre d'incroyables possibilités pour les jeunes entrepreneurs africains"

**16** | Dr Eleni Gabre-Madhin : "Ne laissez pas la technologie entre les mains des hommes"

## 17 | Dossier

Des start-up pour un meilleur e-agribusiness

## 29 | Agribusiness

### DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX

**30** | Les indications géographiques aident les agriculteurs caribéens

**31** | De jeunes entrepreneurs donnent de la valeur au manioc en RDC

### SYSTÈMES AGROALIMENTAIRES

**32** | Le Cameroun mise sur la multiplication semencière

**33** | La sauce chili en mode bio en Zambie

### 34 | FINANCE & ASSURANCE

Les contrats à terme en réponse à la volatilité du marché céréalier

### 36 | COMMERCE & MARKETING

Libre-échange : un nouvel accord commercial panafricain prometteur

### 38 | PORTRAIT DE LEADERS

Kasope Ladipo-Ajai : "Pour réussir, il faut une image de marque forte"

### 40 | PUBLICATIONS

### 44 | OPINION

## ÉDITORIAL

# Poursuivre la transformation de l'agriculture

Michael Hailu, directeur du CTA



Au gré de mes voyages en Afrique, dans les Caraïbes et le Pacifique, j'ai toujours beaucoup de plaisir à rencontrer des jeunes enthousiastes à l'idée d'innover dans le domaine des TIC pour l'agriculture (ICT4Ag). Promouvoir l'emploi et l'esprit d'entreprise chez les jeunes est l'un des domaines d'intervention prioritaires du

CTA. Pour cela, nous avons la chance de travailler avec d'autres grandes agences, notamment la Banque africaine de développement (BAD), l'Alliance pour une révolution verte en Afrique (Alliance for Green Revolution in Africa, AGRA) et le Fonds international de développement agricole.

Le CTA fait figure de pionnier en mobilisant de jeunes entrepreneurs autour de l'évolution rapide de la technologie. Avec notre appui, beaucoup ont acquis de précieuses compétences en matière de développement commercial, ont reçu des capitaux de démarrage et ont créé des start-up qui aident les agriculteurs à améliorer leur productivité, à trouver des débouchés, à accéder au financement et à accroître leur résilience face aux changements climatiques. Cette édition présente plusieurs modèles ICT4Ag adoptés avec succès dans les pays ACP, sans omettre les défis à relever pour améliorer les modèles pas encore rentables.

En 2018, le CTA continue d'aider les start-up ICT4Ag et accorde une attention particulière aux femmes chefs d'entreprise avec le concours Pitch Agrihack, fruit d'une collaboration avec la BAD et l'AGRA. Parce qu'il ne faut pas laisser "la technologie entre les mains des hommes", comme l'affirme à *Spore* Eleni Gabre-Madhin, fondatrice de l'incubateur d'entreprises blueMoon Ethiopia. Les finalistes du concours Pitch Agrihack auront l'occasion de s'adresser à des personnalités de la classe politique et du monde des affaires lors de l'édition 2018 du Forum sur la révolution verte en Afrique, qui se tiendra à Kigali, au Rwanda.

Fin avril, j'ai assisté à la 14<sup>e</sup> Plateforme de partenariat du Programme détaillé pour le développement de l'agriculture africaine. Le point d'orgue fut la publication du premier rapport biennal sur les progrès accomplis par les pays sur la voie de la réalisation des objectifs de la Déclaration de Malabo sur la transformation accélérée de l'agriculture.

L'Union africaine a également établi un classement des pays en fonction de leurs progrès. Ce classement permettra aux décideurs politiques de comparer le score de leur pays à celui des autres. Comme le souligne le Dr Godfrey Bahigwa dans l'entretien qu'il a accordé à *Spore*, les responsables politiques ont maintenant la possibilité de combler les retards et de prendre des mesures ciblées pour obtenir un meilleur score lors du prochain examen.

## RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES

# Un enjeu de compétition dans l'agribusiness

Les multinationales de l'agroalimentaire intègrent désormais une dimension sociale et environnementale à leurs activités commerciales. Malgré de véritables progrès pour les agriculteurs, beaucoup reste à faire.

Vincent Defait

**P**opularisée dans les années 1950, la Responsabilité sociale des entreprises (RSE), qui implique l'intégration au sein des opérations commerciales d'une entreprise d'une dimension sociale et environnementale, est devenue, ces deux dernières décennies, un phénomène global.

Après avoir longtemps cantonné la RSE à leurs départements Marketing ou Communication, les grands groupes de l'agroalimentaire ne peuvent désormais plus échapper à leurs responsabilités vis-à-vis des sociétés au sein desquelles ils opèrent.

Unilever, l'un des principaux acteurs du secteur de l'agroalimentaire dans le monde, affirme ainsi avoir inscrit le développement durable au cœur de sa stratégie commerciale. À l'image de ce qui se fait chez la plupart de ses concurrents, le Unilever Sustainable Living Plan partirait du principe qu'«une croissance responsable est le seul modèle qui réussira dans un monde au sein duquel les attentes des consommateurs et les tendances des dynamiques de marché changent».

Ce géant industriel espère toucher, d'ici 2020, pas moins de 5,5 millions de personnes avec l'objectif d'améliorer les conditions de vie des agriculteurs, d'augmenter les revenus des petits commerçants et d'obtenir une participation accrue des jeunes entrepreneurs au sein de ses chaînes d'approvisionnement. En 2016 déjà, l'entreprise affirmait que 650 000 petits agriculteurs et 1,5 million de vendeurs au détail bénéficiaient d'initiatives promouvant de meilleures pratiques agricoles ou revenus.

À Madagascar, par exemple, un programme de soutien aux producteurs de vanille lancé en 2013, en partenariat avec l'entreprise Symrise, l'agence de coopération allemande GIZ et l'ONG Save the Children, aurait ainsi déjà porté ses fruits : 3 000 petits producteurs ont été formés à de nouvelles pratiques agricoles qui ont permis d'augmenter leur production et de renforcer leur autonomie alimentaire ; 160 jeunes ont reçu des formations en finance, en alphabétisation et en calcul ; des parents ont été soutenus afin de couvrir une partie des frais scolaires de 77 établissements.

Pourquoi une entreprise comme Unilever, qui compte 169 000 employés, prendrait-elle la peine de former des petits agriculteurs ou d'aider des enseignants de zones rurales malgaches ? La réponse est multiple.

### Changer les "règles du jeu"

Les entreprises peuvent investir dans la RSE (et le faire savoir auprès du public) sous la pression des consommateurs soucieux de la traçabilité des produits, du fait de la législation et des régulations mises en place par les autorités des pays producteurs, ou encore pour obtenir des certifications donnant accès à de nouveaux marchés. Plus généralement, la motivation est économique.

Dans son rapport intitulé *Better business, better world* (en anglais) et publié en janvier 2017, la Business and Sustainable Development Commission estime que les 17 Objectifs de développement durable définis par les Nations unies «offrent au secteur privé une fascinante stratégie de croissance qui ouvre de nouveaux marchés et, en même temps, aide à résoudre d'importants défis sociaux



© NESTLÉ SA

Les investissements de Nestlé ont aidé à réduire de moitié le travail des enfants dans la chaîne d'approvisionnement de l'entreprise.

et environnementaux". À la clé : des affaires pour une valeur de 12 billions de dollars (9,75 billions d'euros) et la création de 380 millions d'emplois d'ici 2030 (lire l'encadré ci-contre).

En pratique, toutes les entreprises n'investissent pas dans la RSE. S'agissant des PME, leur taille ne leur permet pas d'influencer l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement dont elles ne sont qu'un maillon. Quant aux grands groupes de l'agrobusiness, ils "font face à de nombreux défis environnementaux et sociaux", explique Charles O'Malley, conseiller senior en partenariat du programme "Green commodities" du PNUD. "Si une entreprise agit seule, elle risque de compromettre sa compétitivité", poursuit l'expert. "Donc beaucoup du travail en RSE au sein des grandes entreprises se concentre sur la façon de changer les 'règles du jeu' dans l'industrie en général, soit à travers des standards internationaux, soit via la législation nationale."

### La RSE, un atout commercial

La RSE peut surtout s'avérer un puissant outil de sécurisation des chaînes

## Les objectifs de développement durable, une aubaine pour le secteur privé

D'après le rapport *Better business, better world*, les soixante opportunités de marché à plus forte croissance créées par la réalisation des ODD vaudraient 9,7 billions d'euros d'ici 2030. La moitié de celles-ci se trouveraient dans les pays en développement. De quoi motiver le secteur privé à investir dans l'agrobusiness.

Quatorze des opportunités commerciales identifiées dans le rapport sont dans le secteur de l'agroalimentaire et sont estimées à 1,8 billion d'euros : la réduction des pertes alimentaires dans les chaînes de valeur (126-329 milliards d'euros par an d'ici 2030), les services d'écosystèmes forestiers (113-296 milliards d'euros par an d'ici 2030), les marchés alimentaires pour les faibles revenus (126-215 milliards d'euros). D'autres opportunités concernent l'aquaculture, l'utilisation de technologies par les petits agriculteurs, la micro-irrigation et l'agriculture urbaine.

d'approvisionnement. Un porte-parole de Nestlé affirme ainsi qu'"en investissant dans la création de valeur sur le long terme pour la société, nous nous assurerons de développer notre business de manière durable". Ce poids lourd de l'agroalimentaire appelle cela "créer de la valeur partagée". Comme d'autres acteurs majeurs du secteur, l'entreprise a dû, dans le passé, faire face à plusieurs défis : d'une part, de nombreuses critiques pointaient le travail des enfants dans les plantations de cacao d'Afrique de l'Ouest, d'autre part, les rendements

en cacao ont marqué le pas du fait de mauvaises pratiques agricoles, néfastes pour l'environnement. En 2009, Nestlé a donc lancé son "plan cacao". Après la mise en place en 2012 du "Système de suivi et de remédiation du travail des enfants" (Child Labour Monitoring and Remediation System - CLMRS) et l'établissement d'un partenariat avec l'organisation à but non lucratif International Cocoa Initiative, le rapport "Lutter contre le travail des enfants" publié en 2017 faisait état d'une réduction de moitié du travail des enfants ▶

› dans la chaîne d'approvisionnement de l'entreprise. De même, 163 407 membres de communautés ont été sensibilisés aux problèmes liés au travail des enfants, et 1 246 personnes font office d'agents de liaison au sein des communautés. La même année, Nestlé affirme avoir fait bénéficier 431 000 agriculteurs de programmes de renforcement des compétences et avoir offert près de 160 millions de nouveaux plants à haut rendement, l'objectif étant d'en distribuer 220 millions d'ici 2020.

Très exposées médiatiquement, les multinationales du cacao investissent énormément dans la RSE. Le PNUD, en partenariat avec le Ghana Cocoa Board (COCOBOD) et avec le soutien financier de Mondelez International, a mis en place le projet "Environmental Sustainability and Policy for Cocoa Production" au Ghana, deuxième producteur mondial de cacao, pour un budget de 1,4 million d'euros. Dans ce pays où 800 000 producteurs dépendent de cette filière, 100 000 d'entre eux ont adopté de nouvelles pratiques et 780 000 semis ont été distribués pour réhabiliter 8 600 hectares de forêts.

Limiter la motivation des entreprises à de simples intérêts économiques serait toutefois réducteur. "Il y a eu une énorme prise de conscience des entreprises et une compréhension des problèmes sociaux et environnementaux dans l'agriculture, allant des droits du travail aux droits des humains, en passant par la gestion des écosystèmes", affirme Charles O'Malley. "Bien des actions entreprises sont en lien avec les pratiques agricoles, des rendements à la hausse, une meilleure qualité des produits et de meilleurs prix sur les marchés internationaux. Pour les acteurs majeurs, une large part de la RSE et de la stratégie durable est en rapport avec la sécurité de l'approvisionnement sur le long terme. Donc la RSE est un problème très stratégique. Néanmoins, l'agriculture est un marché global et il existe beaucoup d'acteurs dans les chaînes d'approvisionnement, des producteurs aux commerçants et aux transformateurs, qui ne sont pas au courant de ces enjeux ou ne s'en préoccupent pas."

### Des acteurs inattendus

Certaines multinationales n'achètent rien aux petits agriculteurs, mais auraient

## Dans les Caraïbes, Sandals Resorts renforce les liens entre tourisme et agriculture

Dans les Caraïbes, des sociétés telles que le groupe jamaïcain Sandals Resorts, qui exploite 19 hôtels all-inclusive dans six îles, montrent l'exemple en matière de responsabilité sociale des entreprises (RSE). En Jamaïque, où le groupe possède 14 propriétés et plus de 70 restaurants, le déficit d'importation de denrées alimentaires atteint environ 1 milliard de dollars dans le secteur du tourisme. Par ailleurs, le rapport de 2015 sur la demande dans le secteur du tourisme indique que celui-ci consomme 820 000 kilos de pommes de terre chaque année. Conscient de la nécessité de réorganiser l'approvisionnement de ses hôtels en denrées alimentaires, Sandals a lancé en mars 2018 un projet pilote d'achat direct de plants de pommes de terre, pour un montant de 22 350 dollars, au profit de cinq producteurs. Cela représente 1 300 sacs de plants, de quoi cultiver 20,5 hectares pour produire, selon les estimations, 341 000 kilos de pommes de terre, soit 40 % de la demande actuelle.

Suivant cet accord, les producteurs ont un accès garanti au marché et peuvent attendre la première récolte pour rembourser, sans intérêts, l'achat des plants à Sandals. Sandals estime qu'à terme ce partenariat lui permettra de s'approvisionner en pommes de terre exclusivement auprès de producteurs jamaïcains, ce qui contribuera aussi à réduire ses frais d'importation et à améliorer la qualité et la durabilité de son approvisionnement. Le groupe espère par ailleurs que son projet se développera et que d'autres agriculteurs s'y associeront, l'ambition étant de parvenir à ce que d'ici trois ans une quinzaine de produits soient cultivés et vendus à d'autres opérateurs du secteur du tourisme.

Selon Jordan Samuda, le directeur des achats de Sandals Resorts International, "le groupe Sandals est convaincu qu'il est crucial d'offrir des débouchés aux producteurs locaux, dont la croissance durable nécessite un plus grand soutien du secteur privé". Le vice-président de Sandals Resorts International, Adam Stewart, a chargé l'équipe responsable de la chaîne d'approvisionnement d'établir une stratégie à long terme pour fournir cette assistance aux producteurs.

Cette initiative n'est qu'une première étape, puisque le groupe s'est engagé en 2018 à investir plus de 160 000 dollars par an dans l'aide aux agriculteurs dans le cadre de divers projets en Jamaïque. "Notre objectif à long terme est de stimuler l'agriculture locale afin qu'elle produise suffisamment pour que Sandals et les autres opérateurs du secteur du tourisme réduisent sensiblement leurs importations", explique Jordan Samuda.

Natalie Dookie

sans doute beaucoup à leur vendre si ceux-ci devenaient solvables. Ces petits producteurs "pré-commerciaux" sont la cible principale de la Fondation Syngenta pour l'agriculture durable, créée il y a 35 ans. "Nous voulons aider à générer de bons revenus, d'une part en aidant les petits agriculteurs à améliorer leurs récoltes, d'autre part en leur donnant accès à des marchés lucratifs sur lesquels ils peuvent vendre leurs produits", explique Paul Castle, responsable de la communication de la Fondation Syngenta. "Nous ne sommes pas une 'deuxième équipe marketing' pour l'entreprise. Beaucoup des problèmes des petits agriculteurs n'ont rien à voir avec les produits [d'entreprises comme Syngenta]. Ils ont besoin, par exemple, de meilleurs sols, d'une gestion

plus efficace de l'eau, de formations agronomiques, de nouvelles formes d'organisation, de liens aux marchés..." Sur le terrain, les programmes de la fondation ont un impact positif certain sur la vie des petits producteurs (lire *Filière prometteuse cherche jeunes entrepreneurs*, Spore 188 - <https://tinyurl.com/ybvcpkdj>).

### "Notre métier évolue"

La RSE dans l'agriculture peut aussi être l'œuvre d'entreprises *a priori* très éloignées du secteur. L'opérateur téléphonique français Orange, par exemple, a soutenu Abdou Maman Kané, un informaticien nigérien, pour développer sa start-up Télé-irrigation : il suffit aux agriculteurs d'appeler un numéro de téléphone pour déclencher une pompe à eau. L'irrigation des champs peut ainsi se

faire à distance et à la demande, évitant de transporter de lourds jerricans sur de longues distances, dans ces zones rurales où la disponibilité de l'eau est rare.

“Notre métier évolue, la création de valeur se développe autour des nouveaux usages et services. L'enjeu stratégique d'Orange est d'être le partenaire majeur de la transformation numérique de l'Afrique et du Moyen-Orient. Cela passe par le mobile money, l'énergie, l'éducation, la santé... et bien sûr l'agriculture”, justifie Bruno Mettling, PDG d'Orange Moyen-Orient et Afrique.

L'opérateur a ainsi développé toute une batterie de services dits “projets m-agri”. “La RSE s'intègre de plus en plus dans notre business. Au fur et à mesure, elle est assimilée au sein de toutes les activités et métiers de chacun, même s'il y a encore du chemin à parcourir.” Orange est très implanté en Afrique et Bruno Mettling ne perd pas de vue que “ce grand continent verra sa population plus que doubler d'ici 2050, quand celle de l'Europe continuera de baisser. Avec une telle équation démographique, l'Afrique

porte une part de l'avenir de l'humanité et elle doit relever un formidable défi en termes de croissance, d'infrastructures, d'inclusion sociale...”.

### **Des progrès indéniables, mais insuffisants**

En 2013, l'ONG britannique Oxfam a lancé sa campagne “Behind the brand” (“Derrière la marque”) qui consistait à noter les performances de dix grandes entreprises de l'agroalimentaire dans sept domaines : transparence, femmes, travailleurs, agriculteurs, terres, eau et climat. Trois ans plus tard, Oxfam observait que “les ‘10 grandes’ entreprises de l'alimentation et des boissons se sont engagées de façon significative à améliorer les standards sociaux et environnementaux dans leurs vastes chaînes d'approvisionnement”. Unilever, Nestlé et Coca-Cola occupent le podium des mieux notées. Cependant, nuance l'ONG, “pour accélérer la transformation vers un système alimentaire plus durable, les entreprises doivent aller plus loin et fondamentalement réécrire les

modèles commerciaux de leurs chaînes d'approvisionnement afin de s'assurer que davantage de la valeur générée par leurs produits bénéficie aux agriculteurs et aux travailleurs qui en produisent les ingrédients”.

La difficulté tient pour beaucoup au fait que “même les grandes entreprises ne peuvent avoir qu'un impact limité sur les chaînes d'approvisionnement”, explique Charles O'Malley. “McDonald's, par exemple, s'est fortement engagé à se fournir en viande de bœuf auprès de fermes qui ne participent pas à la déforestation. Bien que McDonald's soit clairement un gros acheteur de viande de bœuf, il ne représente qu'un petit pourcentage du marché global. Ses fournisseurs peuvent avoir participé à la déforestation auparavant. Les fermes qui ont récemment participé à la déforestation peuvent facilement trouver d'autres acheteurs, puisque 95 % de ceux-ci n'exigent rien sur le sujet. Donc la déforestation continue.” Le problème est aussi vrai dans d'autres secteurs de l'agroalimentaire, d'où la nécessité d'actions aux niveaux national et international, au sein de secteurs industriels entiers.

Il n'en reste pas moins que les grandes firmes ont un rôle important à jouer. “Les investissements directs dans les communautés [...] permettent aux entreprises de concilier les priorités de leurs chaînes d'approvisionnement avec le développement des communautés et les gains environnementaux”, note un rapport conjoint de la FAO et de l'UNIDO (en anglais), qui présente diverses études de cas. “Ces exemples sont encourageants, mais, seuls, ils n'apporteront rien au développement de secteurs nationaux de l'agroalimentaire compétitifs et durables : ces projets bénéficient à des communautés sélectionnées pour des objectifs spécifiques aux intérêts des entreprises. Il manque les ingrédients pour une intensification de ces projets.” À charge pour le secteur public et la société civile, affirment la FAO et l'UNIDO, de créer un cadre législatif et économique propice à la généralisation de ces succès au niveau national. ■



Les agricultrices jouent un rôle clé dans le projet Environmental Sustainability and Policy for Coca Production au Ghana.



En Afrique, les agri-entrepreneurs récoltent les fruits de la production porcine à petite échelle et à faible coût.

## ÉLEVAGE

# En Afrique, la production porcine moins taboue

Une nouvelle génération d'entrepreneurs africains investit dans l'élevage de porcs, malgré les résistances culturelles pour cette viande sur le continent.

Sam Price

**D**e jeunes entrepreneurs africains exploitent aujourd'hui les nombreux avantages de l'élevage porcin, ouvrant ainsi la voie à la création d'un nouveau marché sur le continent. Encore peu consommé en Afrique, du fait de réticences culturelles et religieuses, le porc représente 38 % de la production mondiale de viande.

Les porcs produisent beaucoup plus de viande que les bovins, les chèvres et les moutons, et leur alimentation est moins coûteuse. La période de gestation d'une truie est d'un peu moins de 4 mois et sa portée moyenne est de 10 porcelets, soit 20-25 porcelets par truie et par an. De plus, les porcelets ont une croissance rapide et ont besoin de peu d'espace pour vivre. Les coûts de démarrage d'un petit élevage porcin sont aussi peu élevés et l'investissement dans un petit



**38 %**

de la production mondiale de viande est du porc.

nombre de bêtes est rapidement rentabilisé. Un seul porcelet, qui coûte entre 25 € (360 rands) et 40 € (600 R), peut se vendre jusqu'à 325 € (4 800 R), après six à huit mois.

À Soweto, en Afrique du Sud, Anna Phosa est l'un de ces entrepreneurs pionniers. Avant de découvrir l'élevage de porcs chez un ami, elle vivait de l'exploitation d'une petite ferme d'élevage

de volaille et de production de légumes. En 2004, Anna Phosa a ainsi investi 67 € (1 000 R) dans l'achat de quatre porcs. En six ans, son exploitation a connu une croissance exponentielle grâce à un contrat conclu en 2006 avec "Pick n Pay", le géant sud-africain de la grande distribution, pour la vente de 10 porcs par semaine. Depuis 2010, Anna Phosa fournit 100 porcs par semaine, dans le cadre d'un nouveau contrat conclu pour une durée de 5 ans.

Pour pouvoir honorer cette commande, l'entrepreneure a demandé un financement supplémentaire auprès de l'ABSA Bank et de l'USAID. Avec les 980 000 € (14,5 millions R) obtenus, elle a pu acheter une exploitation de 350 hectares, avec une capacité d'élevage de près de 4 000 porcs, et engager 20 personnes. "Pick n Pay a créé des



débouchés pour Anna”, explique Sisa Ntshona, responsable du développement d’entreprise chez ABSA. “Nous avons pu la financer grâce à ce marché potentiel. Nous n’avons pas octroyé ce financement sur la base des garanties qui sont habituellement demandées, car Anna ne pouvait tout simplement pas en fournir, comme presque tous les entrepreneurs du pays.”

Sur la côte ouest de l’Afrique du Sud, Augusta Thomas ne possède qu’une exploitation de 3 hectares. Après avoir démarré son élevage avec deux porcelets il y a vingt ans, elle est à présent à la tête d’une exploitation de dix truies, ce qui lui permet de nourrir sa famille et de subvenir aux besoins des autres membres de la communauté. Selon Augusta Thomas, la façon la plus simple de gagner de l’argent grâce à l’élevage porcin est de vendre des porcelets sevrés, destinés à la consommation des ménages, à des acheteurs informels. Augusta Thomas réduit ses coûts en limitant à un minimum les frais d’alimentation et en se procurant des sous-produits du blé, habituellement mis au rebut, auprès d’agriculteurs locaux. Ces déchets sont mis à tremper pendant 12 heures et sont ensuite cuits en bouillie, ce qui en facilite la digestion. Elle vend aussi du lisier de porc à 0,7 € (10 R) par sac de 10 kg, ou échange le lisier contre des déchets de fruits et légumes qui enrichiront l’alimentation des porcs en nutriments.

L’agricultrice ougandaise Rachel Mubiru a, elle aussi, commencé avec une petite exploitation avicole avant de se lancer dans l’élevage porcin. Après des débuts avec des races locales, elle a constaté que des races exotiques – comme la Landrace et la Largewhite – se développaient beaucoup plus vite et donnaient des porcs beaucoup plus grands qui pouvaient se vendre plus cher sur le marché. Son exploitation, désormais lucrative, repose à présent sur un cheptel parental de dix têtes.

Anna Phosa, Augusta Thomas et Rachel Mubiru ont toutes développé avec succès une exploitation à petite échelle et à faible coût, grâce à des modèles d’entreprise différents. Le conseil d’Anna Phosa ? “C’est une bonne idée de commencer à petite échelle. Pour réussir, il faut être passionné par ce que l’on fait et être prêt à retrousser ses manches.” ■

## TRANSFORMATION

# La purée de tomate qui vaut de l’or

Le togolais Ismaël Tanko a créé une entreprise florissante dont les purées de tomates sont vendues dans plusieurs pays d’Afrique de l’Ouest. Prochaine étape : industrialiser la production et multiplier les points de vente.

Vincent Defait

**F**ondateur et PDG de Tim Agro, Ismaël Tanko a mis sur le marché ses premières bouteilles de purée de tomates en 2016. Un an plus tard, son entreprise en produisait 30 tonnes pour un chiffre d’affaires de 10 600 € (7 millions de francs CFA). Objectif de production pour 2018 : 150 tonnes.

“L’idée de départ, en me lançant dans la transformation et la commercialisation de purée de tomates, était de régler le problème crucial des pertes post-récolte des agriculteurs et d’augmenter ainsi leur niveau de vie”, explique Ismaël Tanko. À chaque saison des pluies, propice à la culture maraîchère, les producteurs de tomates ne savaient que faire de leurs invendus. En saison sèche, les tomates deviennent rares et les prix augmentent. Ismaël Tanko a donc étudié sur Internet la meilleure façon de conserver le fruit, afin de le vendre toute l’année. Le procédé est simple, décrit-il : collecte au village, tri, lavage, traitement de conservation, broyage et embouteillage.

L’entreprise, qui emploie huit salariés permanents et soixante saisonniers, achetait les tomates sur le marché de Lomé, au début, avant de s’approvisionner directement auprès de petits producteurs. Ismaël Tanko envisage désormais d’établir des contrats avec des agriculteurs. “Chaque producteur aura une rémunération fixe et une commission variable en fonction de la

superficie de son exploitation ainsi que de la quantité de tomates qu’il aura réussi à obtenir”, explique-t-il. Une façon de s’assurer, aussi, de la qualité des fruits.

“Sans additifs ni conservateurs”, la purée de tomates est déjà distribuée au Burkina Faso, en Côte d’Ivoire, au Mali et au Niger. Ismaël Tanko ambitionne de vendre ses purées, d’ici fin 2019, dans 24 pays d’Afrique. Son conseil aux jeunes entrepreneurs ? “Mettre un accent particulier sur deux éléments : la qualité des produits et leur packaging.” Ensuite, ils pourront rêver de “tutoyer les sommets”. ■



© ISMAËL TANKO

En produisant de la purée de tomate, Tim Agro réduit les pertes post-récolte et offre un nouveau débouché aux agriculteurs.

## APPLICATION D'ÉLEVAGE

# Ratio alimentaire optimal pour le bétail

La société néerlandaise Single Spark a conçu une application qui livre la formule alimentaire optimale en fonction des besoins nutritionnels du bétail. Résultat : des économies substantielles et des revenus à la hausse pour les éleveurs.

Marc van der Sterren

Lancée fin 2017, l'application Feed Calculator fournit aux petits agriculteurs des pays en développement la formule alimentaire optimale pour leur bétail. Pour cela, il suffit de sélectionner les animaux concernés, les ingrédients disponibles au niveau local et leurs prix : l'appli effectue le calcul. Après avoir été testée au Malawi, au Rwanda, en Tanzanie et en Zambie, le calculateur alimentaire a déjà été téléchargé plus de 5 000 fois, avec 80 à 100 nouveaux téléchargements par jour.

Dans certaines régions, il est difficile de trouver des produits nutritifs pour le bétail. Par ailleurs, la qualité des aliments composés instantanément est souvent inégale. De plus, l'urbanisation et l'amélioration du niveau de vie entraînent une augmentation de la demande de viande et d'autres produits d'origine animale, comme les œufs et les produits laitiers. La concurrence féroce sur le marché entre les produits destinés à la consommation animale et ceux destinés à la consommation humaine a donc fait grimper en flèche les prix des aliments pour animaux, qui représentent plus de 70 % des coûts supportés par les éleveurs.

Il est beaucoup moins coûteux pour les agriculteurs de préparer eux-mêmes les aliments du bétail avec des ingrédients achetés localement, mais cela nécessite une recette fiable et une connaissance des proportions exactes de nutriments dont les animaux ont besoin en fonction de leur âge. Les agriculteurs doivent également connaître la valeur nutritive des différents ingrédients disponibles sur le marché local. "De plus en plus de gens ont un ordinateur dans leur poche", note Peter Meijer, directeur général de Single Spark et créateur de l'application. "Nous avons donc eu l'idée de fournir ces informations via une appli pratique et facile d'emploi", explique-t-il en agitant son smartphone. Pour concevoir l'application, Single Spark a collaboré avec des nutritionnistes, des développeurs de logiciels et des petits agriculteurs de pays en développement.

En simplifiant une procédure complexe, l'appli permet aux éleveurs de ne plus passer par les transformateurs d'aliments professionnels. Les économies ainsi réalisées, combinées à la garantie d'une alimentation de haute qualité et de haute valeur



© SINGLE SPARK

Feed Calculator a réduit le coût de l'alimentation de 30 % et augmenté les revenus des agriculteurs de plus de 50 %.

nutritive, ont entraîné une diminution des coûts de l'alimentation du bétail de 30 %, ainsi qu'une augmentation des revenus des éleveurs de plus de 50 %. Avant d'utiliser l'appli, Amina Shemshi, une Tanzanienne éleveuse de volaille, vendait 300 poussins entre 71,10 € et 88,88 € (200 000-250 000 TZS) contre 195,54 € à 213,31 € (550 000-600 000 TZS) aujourd'hui. "J'avais l'habitude de vendre mes poussins à l'âge de 6 semaines, mais maintenant je peux les vendre plus tôt."

Peter Meijer veut généraliser l'usage de l'appli à un million d'agriculteurs à l'horizon 2020. Jusqu'à présent, les algorithmes de l'application n'ont pu générer des formules que pour l'alimentation des porcs et de la volaille – poules pondeuses et poulets à griller. "Nous travaillons actuellement sur des recettes d'aliments pour poissons-chats", indique Peter Meijer. "En collaboration avec Oxfam Novib, Single Spark teste pour l'heure l'application auprès de 70 élevages de poissons-chats au Nigeria."

Feed Calculator peut être téléchargée à partir de la boutique Google Play Store et est gratuite pour les petits exploitants agricoles (1 000 volailles ou 10 porcs avec un maximum de six recettes par an). Les agriculteurs dont le cheptel est plus important doivent payer 50 € par an, mais le coût de l'abonnement est amorti en quelques semaines grâce aux économies réalisées. La plupart des utilisateurs de Feed Calculator sont originaires d'Inde, du Kenya, du Nigeria et de l'Ouganda, mais la société a reçu des témoignages positifs d'éleveurs des quatre coins du monde. ■

**70%**  
des coûts  
supportés par les  
éleveurs vont aux  
aliments pour  
animaux.

# Le secteur laitier au Kenya se met au numérique

En minimisant les pertes et en maximisant les profits des éleveurs, les nouvelles technologies permettent de transformer l'élevage laitier en une activité de plus en plus lucrative pour les petits producteurs kényans.

Stephanie Lynch et Benson Rioba

**L**e système numérique de pesage et de chaîne logistique EASYMA 6.0, mis au point en 2014 par l'entreprise Amtech Technologies Limited, permet à 22 000 éleveurs kényans d'obtenir de meilleurs prix pour leur lait et leur donne accès à des services de vulgarisation, à des produits financiers ainsi qu'à des produits d'assurance pour leur bétail.

Dans des centres de collecte désignés, un reçu automatique est remis à l'éleveur et le poids enregistré est transmis en ligne au bureau principal du centre de collecte. Les éleveurs sont ainsi payés dès la livraison. "Avant, le pesage manuel n'était pas très précis. Je perdais 3 000 à 3 500 Ksh (24 à 28 €) par mois", témoigne Richard Terer, producteur laitier du comté de Bomet. Désormais, "mon lait est pesé à la décimale près et j'en obtiens le juste prix".

Les transactions sont consignées dans le système, y compris les paiements

pour le lait et les déductions pour les approvisionnements en intrants. Le système transmet aussi aux banques des informations relatives aux crédits et aux remboursements. Les éleveurs peuvent ainsi retirer leur argent aux distributeurs automatiques de billets ou dans des points de vente situés dans l'ensemble du pays.

EASYMA 6.0 met les éleveurs en lien avec des commerces qui proposent des aliments pour animaux, des produits sanitaires et d'autres services. Les achats sont déduits des paiements lors des livraisons de lait. Cet accès amélioré aux intrants et aux services de vulgarisation, par exemple en matière d'insémination artificielle, ainsi que la confiance croissante des éleveurs dans le processus de pesage et de paiement, profitent aux différents acteurs de la chaîne de valeur. "Avec une fidélité accrue, nous achetons plus de lait et faisons du commerce avec plus d'éleveurs", se félicite Richard Soi, PDG de Siongoroi Dairy Plant, qui utilise le système EASYMA 6.0.

Le transport de lait sur de longues distances et sur des routes en mauvais état donne aussi lieu à des pertes de revenus pour les éleveurs. La start-up kényane Savanna Circuit Technology Limited a donc créé des unités de réfrigération à énergie solaire pour motos et ânes. Les motos peuvent transporter jusqu'à 100 litres de lait et coûtent 562 € (70 000 Ksh) pièce. L'entreprise a aussi développé l'application Maziwa Plus, qui quantifie le lait livré pour permettre aux établissements de crédit d'évaluer la solvabilité des éleveurs. ■

## Gestion des données

### Traçage du sorgho

**EN HAÏTI**, une plateforme mobile de collecte de données lancée en 2016 facilite le développement et la gestion de la chaîne d'approvisionnement du sorgho. Les agents de terrain de la plateforme SMASH Mobil dispensent aux producteurs une formation sur la productivité et enregistrent leurs informations chiffrées dans le système. Avec des données en temps quasi réel, les agents peuvent suivre la croissance, la qualité et les prévisions de rendement, puis ensuite les achats et les mouvements du produit, de l'exploitation jusqu'au stockage. Cette traçabilité permet de surveiller les volumes de production et de réduire les risques pour les acheteurs. Développée par l'entreprise sociale Dimagi, SMASH Mobil a permis d'augmenter jusqu'à 75 % les revenus de plus de 16 000 agriculteurs.

## Couveuse intelligente

### Des poussins bien surveillés

**AU KENYA**, une nouvelle couveuse permet de diminuer par six le taux de mortalité des poussins et de réduire la période moyenne de maturité de 6 à 5 semaines. La technologie, mise au point par la start-up Arinifu, contrôle en temps réel la température et l'humidité dans la couveuse à l'aide de capteurs numériques et d'éléments chauffants. Reliée à un ordinateur analogique, la couveuse est programmée pour déterminer l'âge des poussins et réguler les paramètres afin de garantir un environnement optimal pour leur croissance. La technologie utilise des ampoules infrarouges écologiques plutôt que du charbon de bois. Les éleveurs peuvent recevoir des informations par SMS, notamment des alertes en cas de panne de courant et des rappels de vaccination.



Des innovations technologiques permettent aux producteurs kényans d'obtenir de meilleurs prix pour leur lait.

## CONSERVATION

# La résilience au changement climatique passe par la bonne santé des sols

En Afrique de l'Est et australe, l'adoption de techniques d'agriculture de conservation permet à plus de 235 000 familles d'agriculteurs d'améliorer la santé de leurs sols et de renforcer leur résilience au changement climatique.

Sophie Reeve

**D**es pratiques d'intensification durable permettent à 235 000 familles de petits exploitants de mieux s'adapter à la variabilité du climat en Éthiopie, au Kenya, au Malawi, au Mozambique et en Tanzanie. Financé par le Centre australien de recherche agronomique internationale et lancé en 2010, le programme Intensification durable des systèmes de production de maïs et de légumineuses pour la sécurité alimentaire en Afrique de l'Est et australe (SIMLESA) aide les agriculteurs à adopter des pratiques d'"agriculture de conservation". Ceci consiste, par exemple, en la rétention des résidus de culture, la limitation de la perturbation du sol et la culture intercalaire, pour stimuler les rendements et protéger l'environnement. Ces pratiques réduisent la dégradation du sol et améliorent les niveaux d'humidité des terres ainsi que la capture du carbone.

Elles augmentent aussi le rendement du maïs et des légumineuses. Dans les plaines du Malawi, par exemple, les rotations de culture avec des légumineuses ont permis une hausse des rendements de maïs jusqu'à 40 %.

La monoculture du maïs a aggravé les problèmes liés à l'épuisement des sols, l'insécurité alimentaire et au manque de revenus. En réponse, SIMLESA, mis en œuvre par le Centre international d'amélioration du maïs et du blé (CIMMYT) et les instituts nationaux de recherche agronomique, encourage la diversification des régimes alimentaires et des revenus en promouvant la production de cultures multiples. "Une première étape vers la sécurité alimentaire et nutritionnelle consiste à diversifier le système agricole. En plus du maïs, du sorgho et de différents types de légumineuses, les agriculteurs participant à SIMLESA cultivent des légumes et des fruits et élèvent du bétail", explique Daniel Rodriguez, professeur associé à la Queensland Alliance for Agriculture and Food Innovation, qui fournit un soutien aux recherches de SIMLESA. Les agriculteurs sont aussi encouragés à laisser tout ou une partie des résidus de culture dans les champs, à réduire le travail du sol et à alterner cultures de légumes, de céréales et production de fourrage pour renforcer la santé des sols et améliorer les rendements.

À travers des "plateformes d'innovation agricole", le programme a aussi aidé les agriculteurs à participer à des

essais de sélection variétale participative. Des lignées de maïs résistantes à la sécheresse et des variétés de légumineuses et de fourrage plus résilientes au changement climatique et mieux adaptées aux pratiques de conservation des agriculteurs ont ainsi été sélectionnées et distribuées plus largement par des entreprises semencières partenaires.

Plus de 40 nouvelles variétés de maïs sélectionnées par les agriculteurs ont été commercialisées. Leur rendement est de 30 % à 40 % supérieur à celui des semences traditionnelles en situation de sécheresse et de 20 % à 25 % dans des conditions optimales. "Dans le cadre du volet kényan du programme, des agriculteurs collaborant étroitement avec des scientifiques dans des expériences de terrain ont pu identifier des variétés à plus haut rendement et résistantes au stress pour les zones agroécologiques à haut et bas potentiel", affirme Charles Nkonge, coordinateur national de SIMLESA-Kenya, qui a fait passer le rendement du maïs et des haricots respectivement de 1,6 et 0,6 t/ha à 4,5 et 2,5 t/ha.

En Éthiopie, la collecte de données issues de 900 familles d'agriculteurs a montré que l'adoption de pratiques d'agriculture de conservation a permis une augmentation des revenus nets de la production de maïs à concurrence de 35 %. Les revenus ont encore augmenté lorsque ces pratiques ont été combinées à des intrants complémentaires, comme les variétés de semences améliorées. ■



Des pratiques d'agriculture de conservation aident les petits agriculteurs d'Afrique à améliorer la santé de leurs sols et à augmenter leurs rendements.

✦ Pour plus d'informations : <https://tinyurl.com/y9n4mg4l>

## Blé résistant

### Une variété adaptée aux terres arides

**UNE NOUVELLE SOUCHE** de blé dur résistant à des températures de 40 °C a été mise au point pour les petits exploitants du bassin du fleuve Sénégal. Cette variété résistante à la chaleur et à maturation rapide a été développée à l'aide de techniques de sélection moléculaire par le Centre international de recherche agricole dans les zones arides (ICARDA). Le long du bassin du fleuve, qui traverse également le Mali et la Mauritanie, les agriculteurs produisent du riz deux fois par an mais doivent laisser la terre en jachère pendant l'hiver, lorsque le riz a du mal à germer. Cependant, selon le Dr Filippo Bassi de l'ICARDA, la culture intercalaire du blé avec le riz maximisera la croissance et pourrait permettre de produire jusqu'à 600 000 tonnes de plus dans ces zones arides. De quoi générer de nombreux emplois et des revenus pour les populations locales.

## Agriculture de demain

### Une formation en ligne

**UN COURS UNIVERSITAIRE** en ligne gratuit enseigne aux étudiants les principes et les applications pratiques de l'agriculture intelligente face au climat (AIC). Conçu par l'université de Reading, Future of Farming (l'agriculture de demain) vise à "sensibiliser aux menaces que fait peser le changement climatique sur l'agriculture et l'environnement dans le monde", explique le chercheur Matthieu Arnoult. Avec des études de cas – en particulier la production laitière et viticole – ce cours de trois semaines explore la contribution de l'agriculture aux émissions de gaz à effet de serre, ainsi que les obstacles à l'adoption de l'AIC et la façon de les surmonter.

## RÉDUCTION DES RISQUES

# Les jardins potagers au secours des communautés

À Vanuatu, l'un des pays les plus vulnérables aux changements climatiques, les populations apprennent à adapter leurs pratiques agricoles et à choisir des cultures adéquates.

Petra Bakewell-Stone

**À** Vanuatu, des jardins potagers de démonstration aident les communautés à diversifier leurs cultures et initient les jeunes à de nouvelles techniques agricoles, afin d'améliorer la sécurité alimentaire en tenant compte du changement climatique. Depuis mai 2016, l'ONG CARE International a créé, en partenariat avec le ministère de l'Agriculture et du Développement rural (DARD), ces jardins dans dix communautés de la province de Tafea. Les communautés ont fourni les terres, le DARD a mis à leur disposition une série de plantes hybrides qui poussent avec un minimum d'eau et CARE a fourni des semences légumières résistant mieux à l'impact du changement climatique.

Les jardins de démonstration comprennent une pépinière pour les petits semis à base de couches d'écorces de noix de coco, faciles à se procurer, et une gamme de légumes : ignames, taro, kumala, choux, haricots, tomates et laitues. Les communautés peuvent sélectionner les variétés légumières qui survivront et pousseront le mieux dans leur région. Après la récolte, les bénéficiaires peuvent utiliser les semis, les rhizomes et les greffes des variétés résistantes pour diversifier leurs propres cultures.

Par l'intermédiaire des comités communautaires pour la réduction des risques liés aux catastrophes et au changement climatique (Community Disaster and Climate Change Committees, CDCCC), CARE a également obtenu que la question du changement climatique soit incluse dans les programmes scolaires et la politique gouvernementale de Vanuatu. Les



© MARK CHEW

À Vanuatu, les communautés apprennent à produire des cultures résistantes aux maladies et au climat afin d'améliorer leur résilience au changement climatique.

CDCCC, organisés en partenariat avec le DARD et le ministère de l'Éducation et de la Formation, ont formé 259 membres de la communauté et 273 étudiants des provinces de Tanna et de Santo. L'accent est mis sur l'agriculture résistante au changement climatique, dont l'amélioration des techniques de plantation, la production de cultures résistantes au changement climatique et aux maladies, la fertilité des sols et la lutte intégrée contre les ravageurs.

La formation des CDCCC a aussi porté sur les méthodes visant à améliorer la sécurité alimentaire. Les participants ont également reçu des semis ainsi que des informations pour choisir des cultures plus nutritives, comme le kumala, le taro, le manioc, le pois mascate et la gliricidia. "Grâce aux ateliers, j'ai appris à améliorer mes rendements et augmenter mes revenus", explique May Saskias, maraîchère et mère de trois enfants.

Les membres de la communauté se préparent aussi à l'inévitable épuisement des stocks de nourriture pendant la saison des cyclones en utilisant des séchoirs solaires fabriqués localement pour conserver les aliments. ■

PARMINDER VIR OBE

# “L’agriculture offre d’incroyables possibilités pour les jeunes entrepreneurs africains”

Après 30 ans de carrière en tant que productrice de cinéma et de télévision et investisseur de fonds propres dans ce secteur, Parminder Vir a accepté, à l’invitation de Tony Elumelu, d’intégrer la Tony Elumelu Foundation.

---

*Oluoyinka Alawode*

**E**n tant que PDG de la Tony Elumelu Foundation (TEF), Parminder Vir a notamment travaillé au lancement du “Tony Elumelu Entrepreneurship Programme”, qui soutient l’entrepreneuriat africain.

**Quelle est l’histoire du lancement du programme de la Tony Elumelu Foundation pour l’entrepreneuriat ?**

La mission de la TEF est de soutenir 10 000 entrepreneurs issus de 54 pays africains avec un budget de 81 millions d’euros (100 millions de dollars US) sur les dix prochaines années. Ce sont les entrepreneurs africains qui créeront les emplois et généreront les revenus qui garantiront le développement économique de l’Afrique. Je me suis donc retrouvée assise à ce bureau en avril 2014, en train d’examiner cette vision extraordinaire et de penser : “Quel cadre devons-nous mettre en place pour permettre l’institutionnalisation et la démocratisation du soutien aux entrepreneurs ?”

Le cadre issu de cette réflexion est composé des sept piliers du programme d’entrepreneuriat de la TEF. Ces piliers comprennent un programme de formation de 12 semaines intitulé “Startup Enterprise Toolkit” (Boîte à outils pour start-up) et destiné à développer la capacité des entrepreneurs à gérer efficacement leur entreprise ; l’attribution d’un mentor expert ; un capital d’amorçage de 4 066 € (5 000 USD) versé à fonds perdus ; une plateforme en ligne permettant aux entrepreneurs de nouer des relations entre eux ; un rassemblement annuel des entrepreneurs, des décideurs politiques et des principaux acteurs du secteur privé de toute l’Afrique lors du Forum de l’entrepreneuriat de la TEF organisé à Lagos ; une bibliothèque d’informations en ligne pour aider les entrepreneurs à développer leurs entreprises ; et, enfin, le réseau des anciens de la TEF, qui s’enrichit de 1 000 nouveaux membres chaque année.

Les entrepreneurs et les entreprises que nous soutenons doivent être basés

en Afrique et les entreprises doivent être en activité depuis moins de trois ans. À la première ouverture du portail d’inscription, en janvier 2015, le nombre de candidats était de 20 000. Cette année, pour la quatrième édition du programme, nous avons reçu 151 692 candidatures.

**Quel est le pilier le plus important pour la réussite à long terme et la viabilité des entreprises des participants ?**

Beaucoup des entrepreneurs de la TEF évoquent le programme de formation, ainsi que le mentorat et la possibilité de nouer des relations avec d’autres entrepreneurs animés du même esprit et issus de tout le continent africain. Ils ne mentionnent le capital d’amorçage qu’en dernier.

Nous faisons évoluer la mentalité des entrepreneurs d’une logique de recherche de subventions à une logique de recherche d’investissements. Un entrepreneur devient seulement prêt à travailler avec des investisseurs quand



Parminder Vir, CEO de la principale organisation philanthropique d'Afrique, supervise le développement stratégique et la mise en œuvre des programmes clés de la TEF.

des clients acceptent de payer pour les produits ou les services de son entreprise. Le défi consiste à concevoir un modèle commercial capable de transformer 4 060 € (5 000 USD) en 406 000 € (500 000 USD). Un de nos entrepreneurs a participé à la formation et au programme de mentorat, il a reçu le capital d'amorçage et a ensuite judicieusement investi ce capital et sa formation. Un an plus tard, son entreprise de transformation alimentaire générait des revenus de 980 000 € (1,2 million USD).

#### **Quels sont les secteurs dans lesquels les entrepreneurs innovent le plus souvent ?**

La première année, nous avons été impressionnés par le nombre d'idées concernant l'agriculture. Les entrepreneurs diversifient déjà leurs activités dans les domaines de l'agriculture, de l'éducation, de la formation et des TIC, par exemple, ces secteurs étant actuellement ceux qui se développent le plus rapidement en Afrique.

#### **Avez-vous des exemples d'entreprises agricoles prospères qui se sont développées grâce au programme d'entrepreneuriat de la TEF ?**

Joel Cherop est un entrepreneur ougandais avec un terrain d'un hectare sur lequel il voulait faire pousser trois types de cultures chaque année, au lieu d'un seul, en canalisant les eaux souterraines. Il y est parvenu et vous pouvez imaginer

l'ampleur des revenus qu'il a générés en vendant trois types de cultures par an au lieu d'un seul. Il est aujourd'hui célèbre dans sa communauté, à tel point que le président ougandais s'est rendu en personne dans son village. Depuis, il a formé 50 autres agriculteurs, en les encourageant à se considérer comme des chefs d'entreprise.

Un autre entrepreneur utilise la technologie des drones pour pulvériser de l'engrais sur ses cultures et distribuer les semences par la voie des airs. D'autres participants utilisent des applications permettant aux agriculteurs de vendre leur production à leurs clients. Les agriculteurs utilisent déjà des téléphones portables pour suivre le prix des produits de base au quotidien. Sachant que plus de 30 % des entrepreneurs de la TEF viennent du secteur agricole, nous savons que l'agriculture, de la ferme à l'assiette, offre d'incroyables possibilités pour les jeunes entrepreneurs africains.

#### **Quelles sont les possibilités de transformer l'entrepreneuriat en Afrique ?**

Ce continent a la population la plus jeune au monde. L'Afrique compte plus d'un milliard d'habitants, soit un capital humain énorme. C'est l'exploitation de ce capital et son déploiement au service du développement économique et social du continent qui présentent le plus grand potentiel.

Il existe aussi une extraordinaire quantité de ressources naturelles inexploitées : 60 % des terres arables du monde se trouvent sur ce continent. L'Ouganda a un cheptel de plus de 14 millions de vaches, et pourtant ce pays importe des chaussures usagées ! Il y a beaucoup de pays qui cultivent du cacao, mais qui ne mangent jamais de chocolat. Le développement et l'entretien de chaînes de valeur qui exploitent les ressources naturelles disponibles sur le continent africain créeront de nouvelles opportunités pour les entrepreneurs, ainsi que des emplois pour les jeunes.

#### **Qu'en est-il des technologies ?**

Les technologies offrent un immense potentiel. Aujourd'hui, Internet et les données mobiles coûtent cher, mais la technologie joue un rôle de moteur et de transformateur. Si vous êtes un éleveur d'escargots, un transformateur de manioc ou d'arachides, la technologie peut vous aider à entrer en contact avec des acheteurs potentiels et à chercher un marché pour votre produit ou votre service en dehors de votre zone locale. L'Afrique doit former ses propres développeurs de technologies. Les entrepreneurs actifs dans le domaine des TIC représentent 10 à 12 % de ceux que nous avons soutenus. Ils proposent des solutions extraordinaires, uniques dans leur façon de répondre aux besoins du continent.

#### **Que faut-il faire de plus pour soutenir les entrepreneurs ?**

Il faut diversifier les mécanismes de financement. À l'heure actuelle, les entrepreneurs doivent souvent aller dans une banque et payer des taux d'intérêt extrêmement élevés. Nous devons encourager les investisseurs à prendre certains risques en investissant dans des entreprises en phase de démarrage et à forte croissance dans tout le continent. Les gouvernements doivent aussi privilégier l'entrepreneuriat comme moyen de créer des emplois et améliorer les infrastructures afin de créer un environnement favorable à l'entrepreneuriat dans l'ensemble de l'Afrique. ■

DR ELNI GABRE-MADHIN

# “Ne laissez pas la technologie aux hommes”

PDG et fondatrice de blueMoon, le premier incubateur d'entreprises agroalimentaires destiné aux jeunes en Éthiopie, Eleni Gabre-Madhin revient sur son expérience d'entrepreneure dans le secteur agricole africain.

Emeline Wuilbercq

**Quels conseils donneriez-vous aux femmes qui veulent marquer de leur empreinte le secteur agricole ?**

Mon conseil, c'est de penser numérique. Si vous produisez du poisson ou de la volaille, par exemple, examinez comment les technologies numériques peuvent améliorer votre entreprise : comment suivre votre processus de production et mieux gérer les paiements, comment atteindre vos clients plus rapidement. Aujourd'hui, l'AgTech, au croisement de la technologie et de l'agriculture, suscite un formidable engouement. Je dirais aux jeunes femmes qui sont parfois moins intéressées par les TIC : ne laissez pas les technologies entre les mains des hommes. Les applications de pointe – comme l'agriculture de précision, l'irrigation intelligente et les solutions technologiques respectueuses du climat – sont nombreuses et créeront de formidables opportunités pour les jeunes femmes et les jeunes hommes dans le secteur agricole africain.

**Quelles mesures les responsables politiques doivent-ils prendre pour aider les petits producteurs, dont beaucoup sont des femmes, à améliorer leurs revenus et développer de nouvelles agroentreprises ?**

Pour aider les femmes des zones rurales, la mesure politique clé est de permettre que les filles de 12 à 17 ans poursuivent des études secondaires. Il s'agit là d'une des principales interventions politiques qui aurait un impact

majeur, en aidant ces femmes à sortir de la pauvreté et en leur ouvrant des portes et des opportunités.

Des réseaux d'incubateurs ou de centres d'innovation financés par le gouvernement, avec un accès gratuit à l'Internet, aideraient davantage de femmes et de jeunes à créer des start-up AgriTech et à faire avancer la révolution numérique agricole. Ces dernières années, le gouvernement éthiopien a établi environ 2 000 centres de jeunes dans le pays. Ces centres peuvent devenir des lieux où les jeunes prendront le temps de réfléchir aux problèmes auxquels le monde est confronté et ainsi développer des idées en vue de la création de leur propre entreprise.

**Qu'est-ce qui vous a motivé à créer l'incubateur d'entreprises blueMoon ?**

Il n'existait pas de centre de ce type dans le pays. Les idées qui ont un réel potentiel innovant, évolutif et transformationnel ne sont pas suffisamment identifiées, et la capacité d'alimenter et de mettre en œuvre des idées et d'investir dans celles-ci fait défaut. Le soutien va prioritairement aux micro-entreprises et au micro-entrepreneuriat, qui sont souvent des entreprises traditionnelles à faible risque ayant besoin d'un financement à court terme. Mais qu'advient-il des idées à haut risque et très novatrices avec un impact potentiel très grand ? C'est le problème dont je suis tombée amoureuse : comment entrer dans cet univers d'idées un peu folles et aider les entrepreneurs à réaliser quelque chose d'important ? Cette question m'a passionnée car j'ai



© MICHAEL TEWELDE

Avant de fonder blueMoon, Eleni Gabre-Madhin a créé la bourse éthiopienne des matières premières pour stimuler le commerce et les revenus des petits producteurs de café.

créé une bourse de marchandises, une initiative ambitieuse qui s'est diffusée et qui a eu énormément d'impact.

Miser sur l'incubation de start-up et l'investissement dans des idées innovantes à un stade très précoce est risqué. Les échecs, qui font partie de l'apprentissage de chaque entreprise et de chaque entrepreneur, sont nombreux. Toutefois, créer une plateforme d'investissement de capital d'amorçage pour des entreprises à risque nous impose d'essayer de limiter les risques associés aux investissements. J'avais assez de relations et de contacts dans l'agriculture ainsi qu'une grande expérience dans l'agrobusiness pour maximiser les chances de succès.

En outre, ces trois dernières années, le nombre de start-up AgTech a explosé. Le secteur AgTech est aujourd'hui considéré comme la FinTech de demain, en témoigne l'intérêt qu'il suscite chez les investisseurs de capital-risque de la Silicon Valley, d'Australie, du Royaume-Uni et des Pays-Bas. Mais les start-up AgTech sont aussi de plus en plus nombreuses en Afrique depuis 2015. ■



---

SPORE

*Dossier*

---

**START-UP ET TIC :  
POUR UN MEILLEUR  
E-AGRIBUSINESS**

*L'émergence récente des start-up de technologie appliquée à l'agriculture aide à transformer le secteur et à améliorer l'accès des agriculteurs à des services de TIC pertinents. Mais pour profiter pleinement de ce progrès, les entrepreneurs doivent concevoir des modèles commerciaux durables.*

---

## AG-TECH

# Comment développer une stratégie gagnante

*L'évolution rapide des TIC offre aux jeunes entrepreneurs de nouvelles opportunités dans le secteur agricole. Toutefois, avant de devenir profitables, les agroentreprises émergentes doivent surmonter de nombreux obstacles.*

Stephanie Lynch

La technologie apparaît de plus en plus comme un facteur susceptible de faciliter la transformation de l'agriculture, du fait de sa capacité à augmenter l'efficacité, la résilience et les rendements agricoles tout en minimisant les coûts. "Le secteur AgTech est aujourd'hui considéré comme la FinTech de demain", a récemment déclaré à *Spore* Eleni-Gabre Madhin, PDG de blueMoon, la première pépinière éthiopienne d'agroentreprises ciblant les jeunes. Néanmoins, que faut-il faire pour créer une entreprise durable fondée sur les TIC4Ag – technologies de l'information et de la communication pour l'agriculture – dans un marché aussi compétitif et exigeant ?

De nombreux jeunes agripreneurs, en particulier dans les régions ACP, n'ont pas le savoir-faire commercial

nécessaire pour mettre en place un modèle d'activité durable. Ceci explique en partie pourquoi de nombreuses start-up ne parviennent jamais à se développer. Parmi les difficultés qui continuent de freiner la réussite des entreprises fondées sur les TIC, Christian Merz, responsable senior de programme pour les solutions numériques à la Fondation Bill & Melinda Gates, distingue en particulier "le manque d'éléments d'appréciation, la situation économique difficile et une mauvaise compréhension du consommateur".

## Planification stratégique

Comme blueMoon, d'autres initiatives, telles que African Agribusiness Incubators Network, le Programme d'entrepreneuriat pour l'innovation dans les Caraïbes et le Pitch AgriHack du CTA,

ont été mises en place pour permettre à un plus grand nombre de start-up d'atteindre une croissance durable. Le développement d'une stratégie commerciale efficace exige toutefois des essais et de la réflexion et le cadre temporel des programmes comme Pitch AgriHack est souvent trop court pour mener à bien ce processus. Le CTA recommande donc aux agripreneurs d'utiliser un modèle d'activité comme celui proposé par Strategyzer, qui encourage les start-up à réfléchir aux principaux aspects de leur modèle commercial : partenaires possibles, structure des coûts, flux de revenus et circuits de commercialisation.

L'investissement de ressources dans le développement d'un modèle commercial réfléchi au moment de la conception d'une entreprise permet d'économiser à long terme du temps et de l'argent.





Environ un million d'agriculteurs reçoivent des informations ciblées via les SMS d'Esoko, une entreprise présente en Afrique de l'Ouest et de l'Est.

Dans le secteur des TIC4Ag, les start-up doivent considérer l'origine de leurs éventuels revenus, dans la mesure où la plupart des petits exploitants agricoles ont des moyens limités pour s'offrir ce genre de services ou sont peu enclins à le faire. "Il est facile de s'emballer à l'idée du grand nombre d'agriculteurs mal desservis, mais ceux-ci peuvent aussi être des clients compliqués à attirer et dont il peut être difficile de tirer parti sur le plan monétaire", remarque Michael Elliot, directeur régional de programme de TechnoServe pour Connected Farmer Alliance.

#### Des flux de revenus multiples

Lorsqu'ils conçoivent leurs modèles d'activité, les agripreneurs doivent réfléchir à la façon de diversifier leurs flux de revenus. L'un des moyens dont

les start-up disposent consiste à cibler différents segments de clientèle en proposant des solutions visant les acteurs des chaînes de valeur du secteur privé, les organisations d'agriculteurs ou les ONG, c'est-à-dire des organisations plus aptes à rémunérer des services que les agriculteurs eux-mêmes. Ensibuuko, un système de stockage d'informations hébergé sur le "nuage", propose contre rémunération des services de gestion financière aux coopératives ougandaises d'épargne et de crédit (SACCO). Les agriculteurs membres des SACCO peuvent vérifier leurs soldes, effectuer des dépôts et retirer de l'argent en utilisant les services d'Ensibuuko sur leurs téléphones portables.

En Afrique de l'Ouest, Farmerline, une société de logiciels fondée en 2013, mise à la fois sur les flux de revenus

entre entreprises (B2B) et ceux axés directement sur les agriculteurs. Tout en délivrant à ces derniers des messages sur de bonnes pratiques agricoles, des bulletins météorologiques et des informations sur les marchés en langue locale, l'entreprise offre aussi des services d'analyse des données et des solutions avisées aux autres acteurs des chaînes de valeur, tels que les organisations gouvernementales et les ONG, par le biais de sa plateforme Mergdata.

Mergdata est utile aux agroentreprises car elle stimule la productivité des petits exploitants grâce à des conseils ciblés, améliore la transparence dans la chaîne d'approvisionnement et permet aux fournisseurs d'intrants de proposer leurs produits aux agriculteurs en utilisant un réseau d'agents distributeurs formés. Des entreprises d'envergure mondiale ▶

## Pénétration mobile et Internet

Si l'utilisation de la téléphonie mobile a progressé partout dans le monde, l'Afrique accuse toujours un retard en termes d'accès à Internet



**51%** de la population mondiale est aujourd'hui connectée à Internet.



**92%** des internautes ont accès au web via des appareils mobiles.



**81%** de la population africaine – soit 995 millions d'habitants – a un abonnement mobile.



**362 millions** d'Africains sont des internautes actifs, soit seulement 29 % de la population du continent.

SOURCE : HOOTSUITE

› comme The Hershey Company, ECOM Trading et Armajaro utilisent les services de Farmerline pour mieux gérer l'ensemble de leur chaîne de valeur en Afrique de l'Ouest.

L'application Paytime de Farmerline propose aussi aux institutions financières des sources alternatives de données qui peuvent servir de garantie pour les agriculteurs sans antécédents de crédit. En offrant une gamme de services ciblant divers segments de clientèle, Farmerline est devenue rentable en trois ans. "Le développement de différents flux de revenus et l'exploitation de divers segments de clientèle constituent une stratégie gagnante", résume Ken Lohento, coordinateur senior du programme TIC4Ag pour le CTA.

### Analyse des marchés

Dans le marché de plus en plus saturé des TIC4Ag, les aspirants agripreneurs doivent, en plus d'identifier divers flux de revenus, effectuer des recherches avant de lancer leurs cyberactivités. C'est en identifiant les lacunes du marché que les start-up peuvent espérer prendre l'avantage sur leurs concurrents. "Vous ne pouvez pas dire que vous êtes un entrepreneur avant d'avoir effectué d'intenses recherches sur votre idée", a rappelé, dans une récente interview

pour Spore, Parminder Vir, PDG de la fondation Tony Elumelu.

Sokopepe, une entreprise sociale kényane, est conçue pour combler le manque de registres précis des activités agricoles et résoudre les difficultés que cette lacune fait peser sur les agriculteurs demandant un crédit. L'entreprise a créé FARMIS, un système d'information pour la gestion des registres agricoles, afin d'aider les petits exploitants agricoles à commercialiser leurs activités en générant des comptes rendus de leurs tendances en matière de productivité, leurs profits et pertes saisonniers, ainsi que leurs prévisions de revenus.

Avec les données de ces registres, Sokopepe connecte les agriculteurs aux marchés pour leur permettre de vendre leur production en gros tout en les reliant à des fournisseurs d'intrants, des régimes d'assurance et des institutions financières. "Je serais disposée à payer pour les services de Sokopepe parce que je considère cela comme un investissement et non comme une perte", a expliqué Agnes Kendi Mwaki, une agricultrice kényane. Le service FARMIS de Sokopepe comble de toute évidence un manque au sein des TIC4Ag, ce qui a permis à l'entreprise de maintenir un taux mensuel de croissance de ses utilisateurs de 5 %. Elle compte à ce rythme

atteindre son seuil de rentabilité en 2020, date à laquelle elle espère réunir 60 000 agriculteurs adhérents.

### Vérifier l'utilité des services

"En plus de vous assurer que vous avez des flux de revenus fiables, le plus important est d'offrir quelque chose qui apporte une valeur réelle à la clientèle", conseille Ken Lohento. Le développement de services fondés sur les TIC à valeur ajoutée pour les agriculteurs exige que les entreprises testent les produits et recueillent des commentaires d'utilisateurs afin d'adapter les services, avant de se lancer à plus grande échelle. Ignitia, qui fournit par SMS des prévisions météorologiques quotidiennes aux agriculteurs ghanéens par le biais de son service iska™, est l'exemple d'une entreprise ayant suivi et réussi ce processus. En 2013, après la première saison d'activité d'iska™ en période pluvieuse, Ignitia a recueilli des commentaires sur l'utilité et la précision de ses prévisions en contactant des individus et des organisations d'agriculteurs utilisant le service. Verdict : 93 % des adhérents consultaient les prévisions lorsqu'ils planifiaient leurs activités agricoles quotidiennes et le taux de fidélité des utilisateurs dépassait 95 %, sans doute en raison de la grande précision (84 %) des prévisions.

Bien que les tests aient donné des résultats positifs et que les prévisions météorologiques soient fournies en quatre langues locales, l'analphabétisme reste un obstacle important à l'adoption du service. Ce problème courant rend indispensables la surveillance et l'évaluation constantes de l'utilité des services pour garantir que les modifications apportées aux produits améliorent réellement les services proposés.

### Formation à la vulgarisation et à la commercialisation

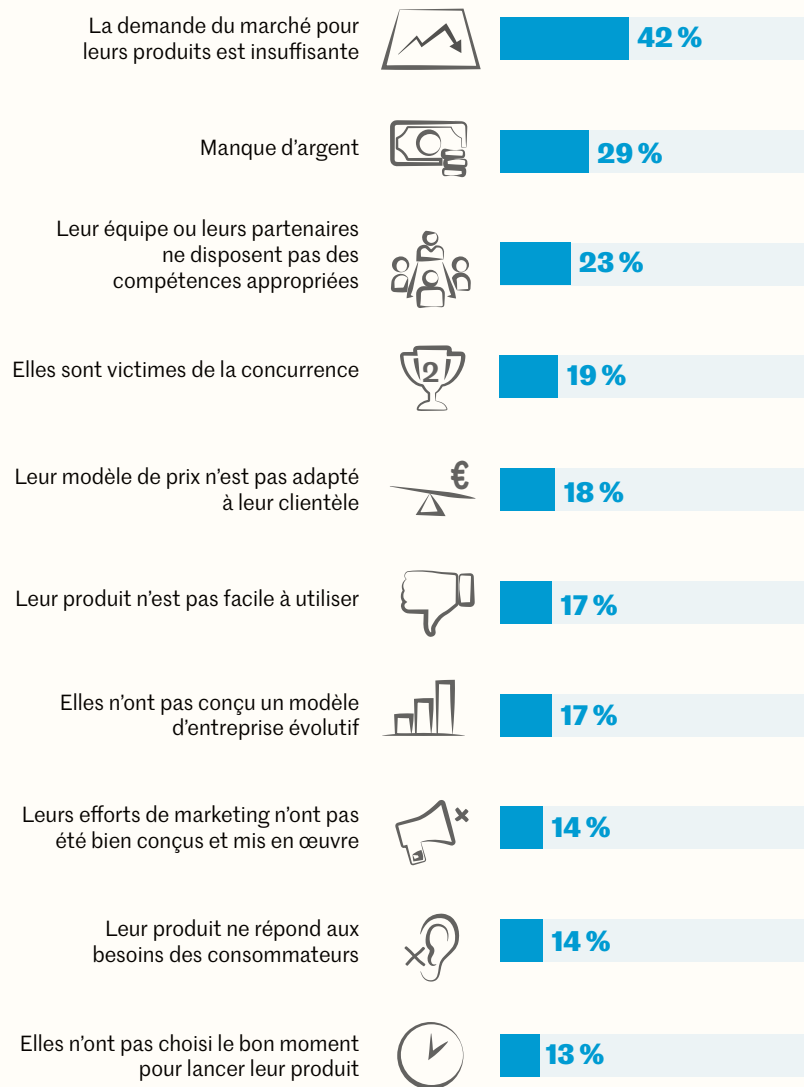
Farmerline prévoit des visites de suivi aux communautés agricoles locales utilisant ses services toutes les six à huit semaines, pour mesurer l'impact de ses messages vocaux et offrir des formations supplémentaires en langue locale sur l'utilisation de sa technologie mobile. Même lorsque les services audio sont proposés dans la langue locale, de nombreux agriculteurs des zones rurales n'ont aucune connaissance technologique et ont du mal à accéder aux informations sans formation.

En concevant leur modèle commercial, les agripreneurs doivent penser à la façon de diversifier leurs revenus pour une durabilité à long terme.

Des formations à la vulgarisation en face à face pour l'utilisation des TIC devraient être intégrées aux stratégies de commercialisation des start-up TIC4Ag. Wefarm, le plus grand réseau numérique du monde pour agriculteurs qui leur permet de poser des questions liées aux meilleures pratiques agricoles et d'y répondre par SMS et en ligne, organise des formations pour en faciliter l'usage et promouvoir la relation d'utilisateur à utilisateur. L'une des principales difficultés a été de convaincre les agriculteurs que le réseau est utilisable gratuitement, dans la mesure où beaucoup de petits producteurs ont eu recours à des services avec des coûts cachés.

## Les 10 causes principales d'échec d'une start-up

Une enquête menée auprès de start-up ayant subi un échec a mis en évidence les principales causes de leur manque de réussite



SOURCE : CB INSIGHTS' 101 STARTUP FAILURE POST-MORTEMS

Wefarm forme des agents de vulgarisation à la promotion de la plateforme et capables de former d'autres agriculteurs. La plateforme organise aussi des journées de formation en concertation avec des coopératives agricoles et des campagnes radiophoniques pour sensibiliser le public à son offre de services.

Wefarm a amélioré ainsi la confiance des agriculteurs en sa plateforme, qui compte plus de 720 000 adhérents agricoles au Kenya et en Ouganda ; 80 % des utilisateurs déclarent que le service leur est profitable. L'entreprise bénéficie en conséquence d'un taux de fidélité de 90 %.

### ► Profiter des partenariats

L'adoption des services TIC4Ag peut également être stimulée par la formation de partenariats stratégiques. Brastorne Enterprises s'est associée à Orange Botswana pour lancer son application mobile mAgri, qui permet aux agriculteurs d'accéder à l'information agricole, aux marchés, aux financements et à une communication bon marché. Grâce au partenariat avec cette entreprise bien connue de télécommunications, la start-up a pu exploiter une vaste réserve préétablie de clientèle et porter ses effectifs d'utilisateurs actifs à 300 000 en deux ans. Le service mAgri a automatiquement acquis une légitimité en s'associant avec la marque Orange.

Les partenariats peuvent aussi aider les start-up à créer un produit plus attrayant. Plutôt que de ne proposer qu'un seul service, les entreprises peuvent, en s'associant à différentes organisations dotées de capacités diverses, offrir un éventail de services TIC4Ag à valeur ajoutée. Le MUIIS du CTA (Service d'information TIC4Ag, axé sur les marchés et appartenant aux utilisateurs) est fondé sur ce modèle. Grâce à des partenariats avec des fournisseurs de données

Les start-up doivent dialoguer avec leurs utilisateurs cibles pour développer des solutions TIC qui répondent à des besoins du marché.

agricoles satellitaires, eLEAF et aWhere, avec l'entreprise de télédétection EARS, et avec Ensibuuko, le MUIIS peut proposer aux agriculteurs des alertes météorologiques adaptées au contexte local et des conseils agronomiques sur leurs téléphones portables, ainsi que des assurances basées sur un indice météorologique pour le maïs, les haricots, le sésame ou le soja – le tout dans le cadre d'une adhésion unique.

Étant donné les coûts et les infrastructures nécessaires pour fournir l'éventail de services du MUIIS, cette prestation serait impossible sans la formation de partenariats avec des organisations dotées des capacités appropriées. Les partenariats sont donc également utiles

pour partager une partie des coûts de la prestation de services et de la commercialisation, un aspect important pour les agroentreprises qui démarrent.

### Recherche de financements

Il n'est pas facile de se procurer les capitaux permettant aux start-up TIC4Ag de démarrer, en particulier dans les régions ACP, ce qui rend d'autant plus cruciale la nécessité d'avoir une structure de coûts claire et un modèle d'activités réalisable pour que les cyberentreprises agroalimentaires puissent optimiser leurs chances d'obtenir un prêt ou une subvention.

Seules les start-up qui ont réfléchi à toutes ces questions seront prises en considération pour l'attribution d'aides de la part des pépinières, des programmes d'entrepreneuriat, d'investisseurs providentiels et d'institutions financières. ■

✦ **Publié récemment par le CTA, Guide de l'agriprenariat digital : La voie du succès pour les jeunes entrepreneurs des pays ACP (<https://tinyurl.com/ybhaacgn>) offre des informations détaillées aux jeunes intéressés par l'e-agribusiness.**

## Le secret du succès d'Esoko

Riche de plus de dix ans de prestations performantes de services TIC4Ag, Esoko constitue un bon exemple de modèle viable d'e-agribusiness. "La clef de la réussite durable d'Esoko réside dans nos efforts constants pour savoir ce dont les agriculteurs ont besoin et traduire cela dans notre offre de services", explique un porte-parole d'Esoko.

Lancée en 2005 comme une expérience visant à découvrir comment la technologie pourrait améliorer les moyens de subsistance des communautés rurales en Afrique, Esoko a commencé à fournir aux agriculteurs des informations sur les prix du marché par SMS. L'entreprise a rapidement mis en place un centre d'appels pour résoudre les difficultés d'alphabétisation et offrir les informations dans les langues locales. Les agriculteurs avaient besoin de plus d'informations et l'entreprise a ajouté à ses services des conseils sur les cultures et des alertes météorologiques, ainsi que la possibilité d'une connexion facilitée entre acheteurs et producteurs. Pour diversifier son offre de services et ses revenus, Esoko a ensuite développé deux produits, Insy et Knowledge Plus, sur un modèle interentreprises (B2B). Insy propose des outils de collecte des données mobiles et web pour aider les organismes gouvernementaux, les agroentreprises ou les ONG à effectuer des recherches sur le marché et profiler leurs bénéficiaires. De son côté, Knowledge Plus permet à ces organisations d'organiser le contenu et de fournir aux communautés éloignées les informations requises sous une forme accessible hors ligne. Grâce à son réseau de recensement au Ghana, l'entreprise a profilé 2,2 millions d'agriculteurs et cartographié plus de 42 000 hectares de terres agricoles.

La capacité d'Esoko à collecter des données et à diffuser l'information la démarque de ses concurrents. Pour élargir sa clientèle d'agriculteurs – environ un million d'adhérents – Esoko s'est associée en 2015 avec Vodafone Ghana. Par l'intermédiaire du club d'agriculteurs de Vodafone, Esoko propose aux exploitants agricoles les prix du marché, des prévisions météorologiques adaptées à un emplacement géographique précis et des conseils agricoles pour un prix réduit de 0,36 € par mois. La valeur de ses services pour les agriculteurs comme pour les entreprises garantit à Esoko que sa base d'utilisateurs continue à augmenter.

## INTERVIEW

### **Martin Stimela :** **“L’entreprise doit créer des liens”**

Stephanie Lynch

**D**irecteur de Brastorne Enterprises, une société qui propose des solutions TIC pour l’agriculture africaine, Martin Stimela insiste sur l’importance pour une entreprise de s’inscrire dans le contexte local.

#### **Quelle est la clé pour créer un modèle d’entreprise ICT4Ag durable et évolutif ?**

Vous devez offrir des contenus ou services localisés, qui répondent aux demandes du contexte local. La plupart des travailleurs du secteur agricole sont défavorisés et mal desservis, et peu parlent anglais. Donc quand je dis que le contenu de vos services doit être localisé, cela implique qu’il soit traduit dans la langue locale.

L’entreprise doit aussi créer des liens avec ses clients. Dans l’ICT4Ag, même si les services sont souvent accessibles sur des téléphones portables, les agroentreprises oublient souvent de les rendre attrayants et se concentrent plutôt sur le prix des produits, l’accès aux marchés, les indicateurs d’alerte rapide, etc. Or, quand votre entreprise crée des liens, les gens peuvent interagir et discuter du produit, apprendre et partager des idées. Vous insufflez de la vitalité et créez des formes de soutien au sein de votre groupe cible.

#### **Pourquoi est-il important que les agroentreprises basées sur les TIC envisagent différents modèles d’entreprise ?**

Les entreprises peuvent reposer sur une approche B2B (“business-to-business”) ou B2C (“business-to-customer”). Avec cette dernière, l’entreprise s’adresse directement à l’agriculteur. Pour des raisons de durabilité, il peut s’avérer justifié d’intégrer les deux modèles, ce qui assure de multiples sources de revenus et permet d’attirer différents partenaires. La clé du succès est de concevoir un modèle d’entreprise fondé sur plusieurs sources de revenus.

Le modèle B2B privilégie les paiements de masse. L’approche B2C implique en revanche le versement de plus petits montants – des

abonnements – ou le recours à un système de prépaiement pour les services de SMS et appels individuels. Les entreprises sont aussi prêtes à payer pour avoir accès aux données des clients. Nous pouvons, par exemple, fournir des données agrégées anonymisées sur les plus de 500 000 utilisateurs de notre plateforme, soit une nouvelle source de revenus à exploiter.

#### **Comment les partenariats public-privé (PPP) bénéficient-ils aux agroentreprises basées sur les TIC ?**

Si vous faites partie d’un PPP, vous ne vous occupez pas de tout, ce qui réduit les capitaux nécessaires. Pour développer notre appli mobile, mAgri, nous nous sommes associés à des opérateurs de téléphonie mobile. Nous n’avons pas eu à développer notre propre base de clients puisque l’entreprise partenaire en disposait déjà. S’associer à une grande entreprise reconnue permet à une start-up d’être plus crédible et de profiter de la loyauté des clients envers celle-ci.

#### **Pourquoi une commercialisation efficace et la formation à l’utilisation de services ICT4Ag sont-elles si importantes pour favoriser l’adoption de ces services par les utilisateurs finaux ?**

La vulgarisation ne consiste pas seulement à apprendre aux consommateurs comment utiliser le service, mais aussi comment utiliser les téléphones portables ou la technologie USSD (données de services supplémentaires non structurées) auxquels nous avons recours.

En outre, disposer d’un service clientèle en face-à-face peut aider à renforcer la confiance des utilisateurs dans les fournisseurs de services. Grâce aux services de commercialisation et de formation sur le terrain, les utilisateurs rencontrent les personnes derrière le service et peuvent nouer de meilleurs liens avec l’entreprise, ce qui leur donne un peu plus de confiance dans le produit et contribue à encourager l’adoption des services.



© BRASTORNE ENTERPRISES

*Martin Stimela, directeur de Brastorne Enterprises, qui propose des solutions TIC pour l’agriculture africaine.*

## SÉNÉGAL

# La start-up Sooretul met les produits locaux à portée de clics

*Au Sénégal, la plateforme d'e-commerce permet à des PME et des petits producteurs d'avoir accès à une clientèle urbaine, désireuse de produits locaux de qualité.*

Manon Laplace

**R**approcher la production rurale des consommateurs urbains : telle est l'ambition de la start-up sénégalaise Sooretul – “ce n'est plus loin”, en wolof. Sa plateforme de vente d'aliments locaux et bio, lancée en 2014, vise à rendre les produits du terroir accessibles aux habitants de Dakar.

Demandeurs de produits transformés, prêts à l'emploi, normés et bien présentés, les consommateurs urbains se montrent aussi exigeants sur la traçabilité et l'éthique des produits. “Il y a eu une prise de conscience comme quoi le local était un levier pour l'économie sénégalaise”, explique Awa Caba, cofondatrice de Sooretul. Mais, “dans les supermarchés de Dakar, on trouve davantage de produits importés que de produits locaux transformés”.

## Valoriser les produits locaux

Pour les quatre fondateurs de Sooretul, tout a commencé en 2011, à l'occasion du concours Imagine Cup, lancé par Microsoft. Encore élèves ingénieurs en informatique à l'École supérieure polytechnique de Dakar, ils créent une plateforme de promotion et d'information sur les produits de la pêche, de l'élevage et de l'agriculture à l'attention des producteurs. Puis, en septembre 2014, la plateforme est finalement consacrée au e-commerce. La PME Sooretul est lancée grâce aux fonds propres de ses fondateurs et à une bourse du Fonds de développement du service universel des télécoms.

Pour les formatrices, la collaboration avec Sooretul est aujourd'hui synonyme de soutien matériel, de plus de visibilité et d'accès à une nouvelle clientèle urbaine. Avec plus de 7 millions de personnes connectées à Internet au Sénégal,



© SANDRO BOZZO/AGNITIOUS



Sooretul fournit aux transformatrices un soutien matériel, plus de visibilité et un accès à une clientèle urbaine.



les femmes rurales éloignées de Dakar ont accès ainsi à un nombre considérable de clients via la plateforme numérique de Sooretul. Ces PME dirigées par des femmes ont ainsi plus que doublé leur chiffre d'affaires mensuel.

“Beaucoup de ces femmes travaillent depuis leur unité de transformation et n’ont pas accès aux technologies nécessaires, notamment pour faire la promotion de leurs produits”, souligne Awa Caba. “En zone rurale, elles n’ont pas forcément de lieux de vente à proximité. La vente en ligne était alors la solution la plus indiquée.” Ce nouveau marché permet aussi aux coopératives d’élargir leur offre et d’adapter leurs produits. “Grâce aux commentaires des clients qui sont livrés à domicile, on peut orienter les transformatrices vers l’amélioration ou la création de nouveaux produits”, poursuit Awa Caba

#### “Le plus dur, c’est l’administration”

Il a fallu convaincre les transformatrices de se lancer dans le commerce sur Internet, mais les premières difficultés furent surtout administratives. “Le concours Microsoft a réveillé notre esprit d’entrepreneur, mais, au début, l’administration était le plus dur”, retrace l’entrepreneure. “Notamment, les questions de fiscalité posent toujours problème car le Sénégal n’a pas de régime adapté aux start-up. Sur le papier peut-être, mais les taxations pour une jeune entreprise qui ne gagne pas encore d’argent sont rétrogrades. Les deux premières années, nous avons dû travailler de manière informelle, on ne gagnait pas assez d’argent pour payer les taxes.”

Aujourd’hui, la PME fait partie du réseau d’entrepreneurs Enablis, au sein duquel elle profite de conseils juridiques sur les contrats avec les fournisseurs, la restructuration de l’entreprise ou l’aspect commercial.

En phase de croissance, Sooretul a vu ses ventes tripler entre 2015 et 2017. Ses revenus sont issus de trois activités : la vente en ligne, un service traiteur pour les entreprises lancé en 2016 et surtout un partenariat avec DIGITAG, une agence qui propose un service de marketing digital des produits. Parmi ses clients, Sooretul a pu compter sur l’USAID, qui accompagne quatre plateformes de producteurs et de femmes transformatrices à travers le Sénégal. “Après avoir développé de nouveaux produits avec les transformatrices, l’USAID a fait appel à nous pour en assurer la promotion.

Pour cela, nous créons des vidéos de recettes de cuisine qui mettent en avant le produit, mais aussi la transformatrice”, explique Awa Caba. DIGITAG est pour l’instant la plus grande source de revenus de Sooretul.

En novembre 2016, Sooretul a aussi reçu une subvention de 15 000 € du CTA, en tant que lauréate du premier prix de la compétition Pitch AgriHack dans la catégorie avancée. Un soutien qui a aidé à développer l’entreprise. Depuis, le nombre de fournisseurs a été élargi de façon à travailler avec trois nouvelles coopératives de femmes et répondre à la demande des clients pour des produits particuliers. Un véhicule a été acheté pour faciliter la livraison de produits plus volumineux. Par ailleurs, Awa Caba optimise ce soutien pour développer des partenariats en dehors du Sénégal : Sooretul est en train de finaliser des accords pour répliquer le modèle de la plateforme et des partenariats avec des producteurs locaux en Côte d’Ivoire et a commencé à vendre ses produits à un grossiste asiatique.

#### Besoin d’investisseurs

Cela ne suffit pas encore à être rentable. “Jusqu’en 2017, les prix que nous pratiquions étaient compétitifs par rapport aux supermarchés Casino et City Dia. L’arrivée d’Auchan a changé la donne, ils ont cassé les prix. Le client a le choix : notre argument est la rareté, l’origine locale et la spécificité du produit plus que son prix”, fait valoir Awa Caba.

Afin de soutenir la croissance de la start-up, le CTA a aussi invité Awa Caba à participer à des événements qui ont offert à Sooretul une visibilité internationale. Des partenariats commerciaux en France ont ainsi été explorés, les produits de la PME ont été présentés à Genève lors d’une réunion sur les investissements sociaux. Enfin, les dirigeants de la start-up ont pu interagir lors d’événements organisés par la Banque africaine de développement.

La PME cherche désormais des investisseurs pour acquérir plus de matériel, accroître son activité, professionnaliser le personnel mais aussi en recruter pour répondre à la montée en charge du travail. Une campagne de communication intitulée “Je consomme local” devrait être diffusée sur les réseaux sociaux et à la télévision, afin de mieux faire connaître Sooretul. Objectif : être présent dans les grandes capitales africaines. ■

CARAÏBES

# L'e-agriculture des Caraïbes se cherche un modèle durable

*De nouveaux modèles d'activités agricoles, basés sur des systèmes d'information sur les marchés, améliorent la production agricole et la commercialisation. Avec un impact positif sur les revenus des agriculteurs et concepteurs.*

---

Natalie Dookie



© RANELL ROBINSON

L'appli Revofarm fournit des données météo et agronomiques aux agriculteurs, via leur téléphones.



**L**es agroentreprises des Caraïbes sont freinées par un manque de technologie, d'appui commercial et de connaissance du marché. Néanmoins, des développeurs de logiciels innovants de la Jamaïque et de Trinité-et-Tobago entreprennent de remédier à ces problèmes avec les TIC. Les systèmes de renseignements sur les e-marchés mis au point révolutionnent ainsi le secteur agricole en connectant les producteurs aux marchés. Revofarm, une application jamaïcaine basée sur les SMS et le web, par exemple, fournit des données agronomiques et météorologiques aux agriculteurs sur leurs téléphones, leur permettant de prendre des décisions pertinentes dans leurs champs.

Le modèle d'activités Revofarm est né de la volonté de son cofondateur, Ricardo Gowdie, de permettre à sa mère, négociante sur les marchés jamaïcains, d'accéder à une plus grande variété de cultures. "Un Jamaïcain sur trois est agriculteur, alors que l'agriculture ne contribue que pour 6,5 % à notre PIB et que le pays importe chaque année pour environ 800 millions d'euros de nourriture", explique Ricardo Gowdie. "Beaucoup des plus de 200 000 agriculteurs jamaïcains recensés vivent dans la pauvreté et n'arrivent pas à atteindre leur seuil de rentabilité. Nous voulons donc rendre l'agriculture plus attrayante et durable en réduisant le coût des intrants et en maximisant la production, afin de dégager davantage de profits pour les agriculteurs."

En 2014, la production agricole annuelle a diminué de 30 % après des mois de sécheresse accompagnée de feux de brousse. Ricardo Gowdie aspire donc aussi à enseigner aux agriculteurs comment atténuer les impacts du changement climatique sur leur production agricole.

#### **Un long cheminement vers la rentabilité**

La première étape a été de s'inscrire à "Start Up Jamaica", un concours d'accélération de l'entrepreneuriat et de l'innovation organisé dans toutes les Caraïbes. Classé dans les trois premiers, Revofarm a gagné un stage de trois mois en 2014 à Oasis500, une pépinière d'entreprises de Jordanie. En novembre 2014, l'équipe de Revofarm a représenté la région dans la partie sud-américaine du concours hackaton du CTA organisé au Pérou. Avec le mentorat d'experts, l'équipe a précisé ses flux de revenus, commencé à établir sa clientèle et cherché à améliorer la durabilité de son modèle d'activités.

## Les systèmes de renseignements sur les e-marchés révolutionnent le secteur agricole en connectant les producteurs aux marchés.

"Dans l'espace TIC4Ag, le cheminement vers la rentabilité est long, mais nous approchons du but", assure Ricardo Gowdie. "Pour l'instant, notre récompense est de constater combien la technologie a aidé les agriculteurs à améliorer leurs processus de plantation et de vente et à augmenter leurs revenus. Notre principal service consiste à fournir un accès aux données, pour lesquelles les agriculteurs paient une cotisation. Notre second service, plus récent, relie les agriculteurs à de nouveaux marchés. Il n'est pas encore générateur de revenus, mais il semble prometteur."

Revofarm s'est associé avec aWhere, qui fournit des prévisions météorologiques par satellite en temps réel, des indices de présence des ravageurs et maladies et des données agronomiques sur le stade de croissance des cultures. Ces services constituent une partie des principaux coûts d'exploitation de Revofarm avec la recherche, le développement et la technologie SMS.

#### **L'adaptation aux enjeux du marché**

Malgré les progrès réalisés dans les e-services, l'un des principaux enjeux pour les agroentreprises caribéennes fondées sur les TIC est le faible taux d'alphabétisation des agriculteurs. Revofarm a surmonté cet obstacle en travaillant surtout avec de jeunes agriculteurs innovants. Pour toucher 100 % des agriculteurs jamaïcains, Revofarm a réorganisé son modèle d'activités en incorporant la technologie SMS à ses logiciels. L'entreprise a aussi fractionné ses services en trois solutions adaptées pour permettre aux agriculteurs d'acheter ce dont ils ont besoin et qui convient à leur budget, en combinant les options suivantes : renseignements sur les marchés, données météorologiques et agronomiques et liens avec les marchés. L'entreprise collabore aussi avec des ONG comme la Jamaica Castor Industry Association, qui va utiliser ses services pour fournir des informations quotidiennes sur les marchés à ses membres.

"Avec notre technologie, nous espérons rendre l'agriculture plus prévisible, ce qui permettra aux agriculteurs, et à nous-mêmes, d'accéder plus facilement aux financements", explique Ricardo Gowdie. "Notre ambition est que 300 000 agriculteurs utilisent notre système de données d'ici 2030 et qu'ils augmentent leurs rendements de 30 %, ce qui diminuerait la facture des importations alimentaires de la Jamaïque et améliorerait le PIB. Nous changeons notre modèle d'activités pour l'axer davantage sur les agriculteurs. Pour assurer

› notre durabilité, nous prévoyons d'ajouter de nouvelles lignes de produits et de créer notre propre matériel de surveillance afin d'offrir des systèmes intégrés de surveillance sur le terrain pour les exploitations agricoles.”

“Nous espérons rendre l'agriculture plus prévisible, pour accroître l'accès au financement pour les agriculteurs et nous-mêmes”

### **Au-delà de la livraison des produits du marché**

Market Movers, de Trinité-et-Tobago, est aussi reconnue comme une agroentreprise numérique de premier plan. En 2016, sa croissance, l'une des plus rapides au niveau local, lui a valu le prix du jeune entrepreneur émergent de l'année d'Ernst & Young. Depuis sa formation il y a une dizaine d'années, l'entreprise, qui était à l'origine une plateforme en ligne de distribution au détail de fruits et légumes frais, a ajouté à sa clientèle des grossistes et professionnels tout en élargissant sa gamme commerciale aux produits laitiers et de commodité. Son principal concurrent à Trinité-et-Tobago, HubBox Grocery, livre aussi des produits frais, mais Market Movers garantit la fraîcheur de son offre en s'associant avec des agriculteurs et

propose des produits sans pesticides. L'entreprise n'offre plus de livraisons gratuites, qui constituaient ses plus importants frais de fonctionnement. Après avoir fidélisé des ménages, des professionnels et des individus soucieux de leur santé, l'entreprise a vu des firmes d'agrotransformation s'intéresser à son activité depuis qu'elle propose des solutions commerciales pour l'exportation.

“Au début, notre plus gros problème était l'accès à des liquidités, en particulier quand nous avons commencé à offrir l'option vente en gros qui exige d'importantes facilités de crédit”, explique David Thomas, le directeur général de Market Movers. “Pour nous établir durablement à ce niveau, nous avons besoin de nouveaux flux de revenus. De nombreuses entreprises avaient du mal à commercialiser leurs produits dans les magasins locaux et à les exporter. Notre créneau a toujours été l'agroalimentaire et nous avons donc décidé d'utiliser notre expérience dans ce domaine pour aider les entreprises de transformation agroalimentaire.” Market Movers a alors lancé deux nouveaux services commerciaux pour aider ces entreprises à se préparer pour l'exportation en leur offrant des solutions d'e-commerce via Internet et des options de création d'emballages conçus pour les marchés internationaux. Grâce à ces nouveaux services rémunérateurs, l'entreprise a pu atténuer ses problèmes de trésorerie et améliorer sa rentabilité. En 2016, Market Movers a créé Caribbean Papaya – le premier produit local de commodité à base de fruits congelés à Trinité-et-Tobago – sous sa marque Farm & Function. ■

## **La plateforme Agrocentral envisage son avenir avec les technologies blockchain**

La plate-forme interentreprises jamaïcaine Agrocentral simplifie la communication entre les gros acheteurs, tels que les agrotransformateurs et les restaurateurs, et les agriculteurs. Les utilisateurs paient des frais de service mensuels pour accéder à ce “guichet unique” d'outils où ils peuvent créer et automatiser des commandes, suivre les quotas d'exigences des produits et mesurer leur activité. Les acheteurs placent leurs commandes en ligne et les fournisseurs sont avertis par SMS, e-mail ou téléphone. Les principaux coûts commerciaux pour l'entreprise sont donc la maintenance du site web, les services web et les télécommunications.

Selon Janice Mcleod, cofondatrice d'Agrocentral, le principal problème tient au fait que les parties prenantes considèrent que son équipe est jeune et donc inexpérimentée. Ceci a compliqué la recherche de nouveaux clients, lors des réunions individualisées, par le biais du site web de l'entreprise ou à travers les médias. “Les entreprises agrotechniques doivent innover ou disparaître”, dit Janice Mcleod. “En 2013, nous avons démarré en tant que système de communications pour renforcer l'information des agriculteurs. La fragmentation du paysage agricole a toutefois rendu difficiles la collecte des données et l'accès à celles-ci.

Nous avons donc décidé de remonter dans la chaîne de valeur pour recueillir l'information auprès des acheteurs. Notre clientèle est essentiellement en Jamaïque, mais nous avons un client à Abuja, au Nigeria, et nous prévoyons une augmentation de nos exportations. Pour la conquête des marchés internationaux, nous visons l'Afrique parce que son niveau de développement technologique est semblable à celui des Caraïbes.”

Agrocentral est aussi en train d'explorer les avantages de l'incorporation des technologies blockchain (BCT) dans son site web. La BCT est un système décentralisé de tenue de registres, mis à jour en temps réel (Lire *Innovation numérique : La révolution annoncée des technologies blockchain* – <https://tinyurl.com/y7jwxdxsw>). Janice Mcleod estime que “nous pouvons utiliser la BCT pour gérer notre base de données de transactions économiques afin de recenser la fréquence et la ponctualité des paiements. Cela nous permettra de définir comment les utilisateurs paient pour ce service, les agriculteurs pourront partager leurs performances en tant qu'acheteurs, et nous pourrons déterminer quels sont les agriculteurs les plus performants – ce qui nous permettra de préciser quelles sont les entreprises les plus fiables”.

---

SPORE

# *Agribusiness*

---

## **DÉBOUCHÉS COMMERCIAUX**

*En RDC, des jeunes agripreneurs  
donnent de la valeur au manioc*

*Les indications géographiques  
aident les agriculteurs caribéens*

**30**

## **SYSTÈMES AGROALIMENTAIRES**

*Le Cameroun mise  
sur la multiplication semencière*

*La sauce chili  
en mode bio en Zambie*

**32**

---

## **FINANCE & ASSURANCE**

*Les contrats à terme  
en réponse à la volatilité  
du marché céréalière*

**34**

## **COMMERCE & MARKETING**

*Un nouvel accord  
commercial panafricain  
prometteur*

**36**

## **PORTRAIT DE LEADERS**

*Kasope Ladipo-Ajai :  
“Pour réussir, il faut une  
image de marque forte”*

**38**

---

## AGRIBUSINESS

# En RDC, de jeunes agripreneurs donnent de la valeur au manioc

En République démocratique du Congo, de jeunes entrepreneurs ont ouvert des centres de transformation du manioc afin d'offrir des opportunités d'emplois aux agriculteurs locaux, aux femmes et aux jeunes.

James Karuga

**L**a transformation du manioc par de jeunes diplômés a créé des débouchés à 500 agriculteurs de la région de Bukavu, en République démocratique du Congo (RDC). Depuis 2015, le groupe Kalambo Youth Agripreneurs (IKYA) de l'Institut international d'agriculture tropicale (IITA), qui compte 21 membres, achète du manioc à ces agriculteurs et le transforme en farine. Celle-ci est vendue 0,8 € (1,540 franc congolais) le kilo à des supermarchés, des ménages locaux et des centres nutritionnels, à raison de 2 tonnes par semaine en 2018, contre 900 kg avant.

Auparavant, les agriculteurs de Bukavu vendaient leur manioc de l'autre côté de la frontière, au Rwanda, où il était transformé en farine et revendu.

## 500

agriculteurs ont bénéficié de nouveaux débouchés commerciaux.

## 300

jeunes diplômés tirent leurs revenus de groupes d'agripreneurs comme IKYA.

Pour permettre la transformation locale et créer des emplois pour les jeunes et les femmes de la région, l'IITA a fourni à IKYA des capitaux de démarrage et a offert une formation sur la valorisation du manioc, ainsi que des plants de qualité et des machines pour la transformation en farine. Huit centres communautaires de transformation du manioc (CCPC) ont été ouverts dans tout le pays.

Pour répondre à la demande croissante, IKYA achète de la farine de manioc transformée auprès des CCPC après s'être assuré de la qualité du produit. Dans la région de Katana, IKYA a acheté 14 707 kg de farine de manioc à l'un des CCPC entre décembre 2015 et septembre 2016, générant ainsi un revenu net de 955 € (1,8 million FC) pour ses membres.

En 2017, IKYA s'est lancé dans la transformation de la farine de maïs. Cinquante

jeunes agriculteurs du district de Kamanyola ont été formés à la production de grains de maïs indemnes de toute maladie. Des jeunes agriculteurs – les Jeunes Entrepreneurs de Kamanyola (JEK) – se sont aussi associés à IKYA pour la construction d'un centre de production de farine de maïs dans le district, qu'ils approvisionneront en maïs. Ce partenariat devrait faire passer la capacité de production d'IKYA de 7 à 25 tonnes par semaine, accroître l'offre de farine de maïs dans la province et augmenter les revenus d'IKYA et des JEK. Par ailleurs, IKYA pourra exporter le produit vers les pays voisins, comme le Rwanda, tout en créant indirectement des emplois pour 200 jeunes chômeurs dans le secteur de la production de maïs.

IKYA est l'un des 14 groupes d'agripreneurs basés en RDC, au Kenya, au Nigeria, en Ouganda, en Tanzanie et en Zambie qui bénéficient depuis 2012 des services d'incubation de l'IITA. Les jeunes reçoivent un accompagnement à l'élaboration d'un plan d'agroentreprise bancable en vue d'un financement par des institutions financières, des donateurs ou des *business angels*. Les treize autres groupes gèrent des entreprises d'horticulture, de production de lait de soja, de transformation de manioc et de patate douce, d'aquaculture, de fabrication d'aliments pour poissons, d'agriculture contractuelle, de formation agricole, de commerce de céréales, d'élevage de volaille ou de commercialisation en ligne. Leurs entreprises ont fourni des revenus à plus de 300 jeunes diplômés et permis à plus de 2 000 jeunes de développer leurs compétences. ■



En République démocratique du Congo, de jeunes agripreneurs ont mis en place des centres de transformation du manioc, ce qui a créé des opportunités d'emplois pour 500 agriculteurs.

# Les indications géographiques boostent les prix pour les agriculteurs

Après l'obtention de certifications d'indications géographiques (IG) pour des produits agricoles de République dominicaine, Jamaïque et Trinité-et-Tobago, les prix ont augmenté de 200 % et la demande de 100 %. Au bonheur des agriculteurs.

Natalie Dookie

**P**armi les États anglophones des Caraïbes, la Jamaïque a été le premier à enregistrer une indication géographique (IG), une certification qui distingue les produits de niche avec une origine géographique. D'abord pour le mélange d'épices jerk en 2015, puis pour le rhum en 2016.

“La majorité des matières premières utilisées dans le jerk jamaïcain étant d'origine locale, cela offre un marché garanti aux agriculteurs”, davantage incités à faire pousser les produits certifiés, explique Lilyclaire Bellamy, directrice exécutive de l'Office de la propriété intellectuelle de Jamaïque. “En outre, les IG constituent une occasion pour le secteur touristique jamaïcain de créer de nouvelles attractions pour présenter les produits aux visiteurs.”

La Montserrat Cocoa Farmers' Co-operative Society Limited (MCFCSL) a obtenu la première IG de Trinité-et-Tobago, en 2017. Créée en 2010, la MCFCSL, qui compte 48 membres, produit du cacao Trinitario dans la région des Montserrat Hills, au centre de Trinité. Depuis l'obtention de l'IG pour le cacao, “nous avons pu obtenir un meilleur prix sur le marché local et la demande des acheteurs internationaux a augmenté de 100 %”, explique le président de la MCFCSL, Christopher Paul. “L'IG montre que nos fèves sont uniques, garantissant ainsi aux acheteurs une qualité exceptionnelle en termes de saveur, ce qui nous confère plus de poids dans les négociations et nous rend plus compétitifs.”

En 2010, le café de Valdesia (CDV) a obtenu la première IG de République dominicaine et, en 2016, il a été le



© MONTSERRAT COCOA FARMERS' CO-OPERATIVE SOCIETY LIMITED

La MCFCSL a vu la demande des acheteurs internationaux augmenter de 100 % depuis l'obtention de la certification IG.

premier café au monde et le premier produit agroalimentaire d'Afrique, d'Amérique et d'Océanie à recevoir une appellation d'origine protégée (AOP) de l'UE. Bien que les agriculteurs exportent vers l'Europe et les États-Unis depuis le milieu des années 1850, le Conseil de réglementation du café de Valdesia n'a été fondé qu'en 2009, afin de représenter la région productrice du CDV et d'obtenir le label de qualité de l'IG afin de se distinguer davantage sur la scène internationale. “Grâce à l'IG, nous avons pu étendre notre protection juridique contre la concurrence commerciale déloyale, tout en garantissant un niveau de qualité à nos acheteurs”, explique Richard Decamps, CEO du Conseil. “Nous avons aussi reçu des prix plus élevés pour le café vert (matière première) et le café transformé (torréfié ou moulu).” Entre 2016

et 2017, le prix moyen à l'exportation du café vert certifié CDV est de 205 % plus élevé que le prix de référence à la bourse de New York. “Le processus a eu d'autres retombées, puisque le Conseil a pu lever davantage de fonds pour financer des projets en soutien aux agriculteurs”, ajoute Richard Decamps. “L'un d'entre eux consiste à maintenir cinq pépinières communautaires pour fournir des plants de café aux producteurs.”

Pour Lilyclaire Bellamy, “la protection des indications géographiques n'en est qu'à ses balbutiements dans les Caraïbes, et nous sommes en train de développer notre base de connaissances. Cependant, l'accord de partenariat économique entre l'UE et le CARIFORUM permet l'échange et la reconnaissance des listes d'IG, ce qui encouragera peut-être la région à certifier ses produits.” ■

PRODUCTIVITÉ AGRICOLE

# Le Cameroun mise sur la multiplication semencière

La disponibilité accrue de semences de qualité au Cameroun permet aux petits exploitants agricoles d'améliorer leurs rendements et leurs revenus et d'accroître l'autosuffisance alimentaire du pays.

Elias Ntungwe Ngalame

**P**our améliorer la productivité agricole au Cameroun, plus d'une vingtaine d'exploitations de multiplication de semences de maïs, de manioc, de haricots, d'ignames et de bananes plantains ont été créées par la Southwest Development Authority (SOWEDA) à Buea, en collaboration avec les organisations paysannes locales. Ces exploitations assurent un approvisionnement fiable en semences résistantes et à un coût abordable aux petits exploitants. En 2017, plus de 70 000 tonnes de semences de maïs, 20 000 tonnes de semences de haricots et 15 000 tonnes de fragments d'ignames ont ainsi été distribuées. Depuis le lancement du projet en 2014, 63 groupements agricoles de la région du Sud-Ouest, comptant plus de 70 000 membres, en ont bénéficié.

Les graves sécheresses qui ont eu lieu entre 2012 et 2015 ont diminué la disponibilité en semences de qualité et fait grimper leur prix. Le prix des semences de tomates, par exemple, a quadruplé, atteignant 240 € (16 000 FCFA) pour un conteneur de 5 litres. Les agriculteurs qui ont rejoint un groupe d'initiative commune de la SOWEDA peuvent en revanche en obtenir au début de chaque année au prix de 75 € (50 000 FCFA) pour 5 litres. Ils reçoivent aussi des intrants gratuits. "Nous pouvions parfois nous procurer des semences de qualité auprès des centres de recherche agricole, mais à des prix trois fois plus élevés que ceux des exploitations de multiplication semencière aujourd'hui", explique Julius Takem, producteur de manioc à Buea.

Depuis 2014, Adolph Njokwe, petit producteur de maïs, utilise la variété



© SETH LAZAR/LAMY STOCK PHOTO

Grâce à un approvisionnement régulier en semences de qualité et à des prix abordables, les agriculteurs ont vu leurs rendements augmenter de façon significative.

améliorée SOWEDA, qui arrive à maturité en 90-100 jours, contre 130-150 jours pour la variété traditionnelle. Depuis, le rendement de ses terres agricoles de 1,6 hectare est passé de 3,5 à 8 tonnes. D'après Divine Nkeng, un autre agriculteur, "les semences assurent un bon rendement même pendant les périodes de sécheresse, ce qui n'était pas le cas de celles que nous utilisions auparavant". Selon le gouvernement, plus de 30 000 petits exploitants de la région du Sud-Ouest ont ainsi augmenté leurs revenus de 25 % grâce à l'augmentation de la production.

Les représentants de la SOWEDA reconnaissent que le programme est confronté à certaines difficultés. "Pour lutter contre l'aggravation de l'insécurité alimentaire, nous devons absolument trouver des partenaires qui soutiendront la création et la diversification des possibilités de multiplication semencière au Cameroun", explique Samuel Tangu, responsable du projet de soutien

**30 000**

agriculteurs ont augmenté leurs revenus de

**25 %**

en ayant un meilleur accès à des semences adaptées.

à l'autonomisation économique et à la sécurité alimentaire dans l'est du pays. Les exploitations de multiplication semencière couvrent déjà les six divisions de la région du Sud-Ouest et elles vendent à présent leurs semences aux agriculteurs d'autres régions. "Nous nous réjouissons de l'augmentation du nombre d'exploitations de multiplication semencière, car les agriculteurs d'autres régions du pays s'intéressent de plus en plus aux semences à haut rendement", souligne Christopher Ekungwe, délégué à l'agriculture et au développement rural pour la région du Sud-Ouest. ■



# La sauce chili en mode bio en Zambie

En Zambie, de petits exploitants agricoles fournissent de l'ail et des piments à une entreprise locale qui produit des condiments bio et les distribue dans tout le pays et en Afrique australe.

Doreen Chilumbu Nawa

**E**n Zambie, la production biologique de piments et d'ail améliore les revenus de plus de 800 petits agriculteurs, qui vendent leurs récoltes à Lumuno Organic Farms, une entreprise de transformation située dans le district de Chongwe, à l'est de la capitale Lusaka. Celle-ci fabrique des produits à valeur ajoutée, dont des sauces au piment et à l'ail et au piment.

Une décennie après sa création en 2007 par Khama Mbewe, l'entreprise Lumuno Organic Farms produit plus de 20 000 bouteilles de sauce chili nature et à l'ail par mois et pèse plus de 420 000 €. "L'agriculture, c'est l'avenir de la Zambie", affirme Khama Mbewe.

En 2012, une subvention de partenariat stratégique de l'USAID a permis à Lumuno d'acquérir les technologies et les équipements et de former son personnel. "Avec

cette subvention, nous avons modernisé notre chaîne de production de sauce chili et établi un réseau de sous-traitants pour accroître notre capacité de production et passer de 9 000 à 20 000 bouteilles de sauce chili par mois", s'enorgueillit Khama Mbewe. Les contrats de sous-traitance ont le mérite d'accroître la production de Lumuno, mais également d'offrir aux petits maraîchers un marché durable et fiable pour leurs récoltes. "Avant, je ne cultivais de l'ail et des piments que pour notre consommation personnelle, alors qu'aujourd'hui j'en produis sur 80 ares. Par comparaison avec le maïs, ce sont des cultures plus rentables, qui demandent moins de main-d'œuvre", se félicite ainsi Mercy Banda, 49 ans, productrice de piments et d'ail.

Plus de 500 agriculteurs ont suivi une formation sur la production

biologique de piments et d'ail et les activités d'après-récolte, un programme mené par Lumuno Farms en partenariat avec le ministère zambien de l'Agriculture. "Des agents de vulgarisation nous ont donné des cours sur la gestion des cultures, de la préparation de la terre aux activités d'après-récolte", explique Chisomo Phiri, bénéficiaire du programme de sous-traitance. "Je n'ai jamais autant appris de toute ma carrière dans l'agriculture." La brigadière générale Emelda Chola, par ailleurs secrétaire permanente de la province de Lusaka, explique que les petits producteurs de maïs devraient envisager de se diversifier et de se tourner vers des cultures à haute valeur ajoutée, comme les piments et les fines herbes, et félicite Lumuno d'avoir signé avec le Comité de liaison Europe-Afrique-Caraïbes-Pacifique un contrat de 40 000 € (470 300 kwacha environ) pour la formation des petits exploitants agricoles à l'agriculture biologique.

L'entreprise emploie 15 personnes à temps plein et plus d'une centaine de saisonniers. L'accroissement de sa production lui a aussi permis de fournir les supermarchés locaux de la chaîne Spar et d'entamer des négociations avec la chaîne zambienne ShopRite. Lumuno écoule sa production sur le marché national et exporte sa gamme novatrice en République démocratique du Congo et dans des pays de la Communauté de développement de l'Afrique australe, dont l'Angola, le Botswana, le Malawi, le Mozambique et le Zimbabwe, depuis l'obtention de la subvention de l'USAID. ■



© TOMMY TRENCARDJALAMY STOCK PHOTO

En Zambie, les producteurs de légumes ont accès à un marché durable et fiable pour leurs piments et leur ail.

## PRIX GARANTIS

# Une réponse à la volatilité du marché céréalier

Le lancement de contrats à terme sur le marché céréalier zambien, en mai 2018, vise à aider les agriculteurs et les autres acteurs du secteur agricole à se protéger de la volatilité des prix. D'autres pays pourraient transposer ce modèle.

Helen Castell

**E**n Zambie, un nouveau contrat à terme (voir l'encadré, page 35) devrait permettre aux agriculteurs, aux négociants, aux banques et à d'autres acteurs du secteur agricole de se protéger contre la fluctuation des prix des céréales. Date prévue du lancement par la Bourse de Johannesburg (Johannesburg Stock Exchange, JSE) et la Bourse des matières premières de la Zambie (Zambian Commodity Exchange, ZAMACE) : mai 2018.

Ces contrats, libellés en dollars, seront cotés à la célèbre JSE. Pour la première fois, les participants pourront bloquer les prix des futures livraisons de céréales produites et stockées en Zambie. Les premières céréales concernées seront le maïs blanc, puis le blé et le soja. Afin d'encourager la participation d'exploitants plus modestes, chaque contrat sera établi pour 10 tonnes de céréales, moins que le lot standard de 100 tonnes prévu par la JSE. Chaque année, cinq contrats seront lancés aux mois de mars, mai, juillet, septembre et décembre, sur une durée de 12 mois coïncidant avec les périodes de récolte et de production.

Selon Chris Sturgess, directeur des produits à la JSE, les participants qui souhaitent acheter un contrat à terme devront s'acquitter d'un acompte, ou "marge", qui devrait s'élever, au départ, à 10-12 % du prix convenu pour un lot.

## Minimaliser les risques

En Zambie, la volatilité des prix du marché céréalier met en danger toute la chaîne de valeur. Raphael Karuaihe, responsable des produits à la JSE, espère que l'achat de cette garantie évitera au producteur de vendre ses produits précipitamment sur un marché faible.

"Il existe très peu d'arrangements contractuels entre le secteur agroalimentaire et les petits agriculteurs travaillant dans la commercialisation des produits de base et aucun ne prévoit de prix pour la pré-plantation", confirme Rob Munro, de Musika. "Si les acheteurs, les négociants et les transformateurs pouvaient couvrir leurs propres positions sur le marché, ils pourraient donner une fourchette de prix à leurs petits fournisseurs, ce qui aurait un impact très bénéfique sur le marché. Les agriculteurs seraient sereins face aux accords d'exploitation

et aux prix, et la finance pourrait se développer sur une base plus solide."

Actuellement, seuls les contrats à terme bilatéraux permettent aux négociants tels que la société de services agricoles AFGRI de gérer le risque des prix en Zambie. Ils achètent aux agriculteurs des céréales à un prix et à un tonnage fixés à l'avance, les récupèrent au moment de la récolte, puis les vendent aux meuniers dans le cadre d'un accord similaire. Les nouveaux contrats à terme "bénéficieront tant aux agriculteurs qu'aux négociants, aux meuniers, aux transformateurs et aux investisseurs", explique Joof Pistorius, responsable du marketing des céréales au sein de l'AFGRI Zambie.

Au moment de proposer un prêt aux agriculteurs en échange d'un récépissé d'entrepôt, les institutions financières auront également la possibilité de se servir de ces contrats pour se prémunir contre la baisse du prix des céréales par rapport au montant initialement prévu, explique Jacob Mwale. Elles pourraient ainsi être incitées à financer davantage de récépissés d'entrepôt et à proposer des tarifs plus concurrentiels.



Les nouveaux contrats à terme protégeront les agriculteurs zambiens de la volatilité des prix du maïs blanc.

Le bon fonctionnement d'un marché à terme pourrait renforcer le marché des produits de base au sens large. Selon Rob Munro, les plus petits acteurs du secteur profiteront "de meilleurs accords d'exploitation, d'une plus grande visibilité sur les prix et d'un marché moins chaotique".

### Intervention du gouvernement

Même si Joof Pistorius encourage le concept des contrats à terme, il reste sceptique quant à leur fonctionnement au sein du marché actuel. L'Agence de réserve alimentaire de Zambie (Food Reserve Agency) achète régulièrement et directement aux producteurs du maïs à des prix gonflés, ce qui les dissuade de respecter les contrats passés avec les acheteurs commerciaux. L'année dernière, le gouvernement a également imposé des contrôles aux frontières, empêchant le blocage des exportations de maïs, avec pour corollaire des excédents locaux et la chute des prix, passant de 219 € à 97 € la tonne.

L'imprévisibilité de ces événements a découragé les agriculteurs zambiens à stocker leurs céréales sur le long terme et à utiliser le système des récépissés d'entrepôt, pourtant essentiels aux contrats à terme, explique Rob Munro. Cependant, les interventions du gouvernement se sont considérablement espacées ces derniers temps, ce qui pourrait donner aux négociants une visibilité à plus long terme sur les prix, et le marché des dérivés pourra se développer.

## Les "contrats à terme", qu'est-ce que c'est ?

Les contrats à terme sur marchandises sont des contrats standardisés négociables permettant à un acheteur et à un vendeur de s'entendre sur la livraison d'une quantité définie d'un produit, appelée "lot". Le prix et la date de livraison, ou "expiration", sont déterminés à l'avance.

Avant de souscrire au contrat ou à l'échange, les parties intéressées doivent régler une marge à la chambre de compensation en contrepartie de tous les échanges commerciaux. La marge est un dépôt en espèces ou un acompte calculé en pourcentage de la valeur totale du lot.

En cas de fluctuation des prix de la marchandise concernée, la marge peut augmenter jusqu'à 15 % du prix convenu. Lorsque les prix sont plus stables, le coût initial de la souscription au contrat est plus faible, environ 6 % du prix fixé.

Pour bien fonctionner, un tel marché doit disposer d'une liquidité convenable, donc de nombreux participants et échanges : plus les participants sont nombreux, plus il est facile de trouver un acheteur et un vendeur pour chaque échange.

Joof Pistorius craint cependant que, tant que ces interventions restent possibles, l'AFGRI et d'autres acteurs hésiteront à s'engager dans des contrats à terme. De son côté, Jacob Mwale souligne "l'appui solide" du gouvernement en faveur de la collaboration entre la ZAMACE et la JSE et est persuadé qu'une fois que les marchés à terme liquides auront fait leurs preuves le gouvernement comprendra qu'il devra prendre ses distances.

### Transposer le modèle dans la région

Le Southern Africa Trade and Investment Hub de l'USAID (SATIH), qui a participé au développement des contrats à terme avec la JSE et la ZAMACE, considère qu'il est tout à fait envisageable de reproduire le modèle de ces contrats dans les pays voisins

pour créer une plateforme d'échanges régionale. Par exemple, la JSE pourrait prêter ses infrastructures aux bourses du Malawi et du Mozambique afin de lancer les contrats à terme pour les produits agricoles dans ces pays.

La ZAMACE est prête à renouveler sa collaboration avec d'autres bourses une fois que le contrat avec la JSE aura été lancé. "Le travail réalisé avec l'aide de la JSE et de l'USAID l'a beaucoup aidée", assure Jacob Mwale.

"Si ce contrat fonctionne et génère autant d'activités et de liquidités que les contrats sur le maïs blanc en Afrique du Sud, d'autres acteurs de la région pourront alors réfléchir à utiliser notre méthode pour mettre en place des contrats dérivés", espère Chris Sturgess. ■

## LIBRE-ÉCHANGE

# Un nouvel accord commercial panafricain prometteur

L'établissement d'une zone de libre-échange continentale devrait changer la donne en stimulant le commerce intra-africain. Pour que le continent en retire des avantages concrets, les modalités de cet accord devront être négociées et les dirigeants africains se mobiliser durablement en sa faveur.

Yassir Islam

Le 21 mars 2018, dans la capitale rwandaise Kigali, 44 États africains ont signé l'accord pour l'établissement de la Zone de libre-échange continentale africaine (ZLEC). L'objectif est, selon l'Union africaine (UA) qui a lancé ce processus en 2015, de "créer un marché continental unique des biens et des services, prévoyant aussi la libre circulation des entreprises et des investissements", afin de stimuler les échanges commerciaux intra-africains. Selon le Centre africain pour les politiques commerciales (CAPC), lorsque les

55 États membres de l'UA auront signé l'accord ZLEC – s'ils le font –, l'accord commercial "couvrira un marché de 1,2 milliard d'habitants et représentera un PIB de 2 500 milliards de dollars (2 000 milliards d'euros)".

Le Nigeria et l'Afrique du Sud sont deux des plus grandes économies africaines qui n'ont pas encore signé l'accord ZLEC. Au Nigeria, les syndicats et d'autres groupes craignent que l'accord affaiblisse les entreprises locales. En Afrique du Sud, qui a indiqué son soutien politique à l'accord, la constitution prévoit

que des consultations internes doivent avoir lieu avant la signature.

## Un impact sur les tarifs douaniers et le commerce

Le CAPC souligne que les entreprises africaines doivent s'acquitter de droits de douane plus élevés pour leurs exportations à l'intérieur du continent africain – 6 % actuellement – que pour leurs exportations en dehors de l'Afrique. Selon la Commission économique des Nations unies pour l'Afrique (CEA), les échanges intra-africains



© TRADEMARK EAST AFRICA

Signé par 44 États africains, le nouvel accord de libre-échange couvrira un marché de 1,2 milliard de personnes.



© ELIZABETH LEVENDALAWY STOCK PHOTO

L'UA espère que la levée des taxes douanières entre pays africains va profiter aux échanges sur le continent.

pourraient augmenter de plus de 50 % si les droits à l'importation étaient supprimés, et même doubler, si les barrières non tarifaires étaient également réduites.

Les petites nations ne peuvent toutefois pas affronter la concurrence des économies plus grandes et plus développées. Dès lors, il est essentiel que "l'accord apporte de réels avantages aux pays enregistrant différents niveaux de développement", souligne le Centre international pour le commerce et le développement durable. Le Plan d'action de l'UA pour le renforcement du commerce intra-africain (Boosting Intra-African Trade, BIAT), qui a identifié sept domaines programmatiques, peut jouer un rôle dans ce sens. Les membres de l'UA peuvent utiliser ce plan pour donner la priorité aux réformes politiques requises dans ces sept domaines et tirer ainsi profit de l'accord ZLEC. Comme le souligne la CEA, le plan d'action BIAT complète l'accord, le premier se concentrant sur les contraintes pesant sur l'offre au niveau du commerce intra-africain et le second sur l'accès au marché et les contraintes pesant sur la demande. Une évaluation réalisée par la CEA a toutefois montré que le plan d'action BIAT est confronté à trois grands obstacles : un manque de structure institutionnelle, l'absence de mécanismes de suivi et d'évaluation, ainsi que des ressources insuffisantes.

Un autre problème, souligné par la CNUCED, est lié au fait qu'environ 80 % des échanges commerciaux intra-africains transitent déjà par au moins une des huit Communautés économiques régionales (CER) existantes. Pour Asmita Parshotam, experte du commerce international et du développement à l'Institut sud-africain des affaires internationales (SAIIA), "tout dépendra de la capacité du nouvel accord, qui vise à consolider les efforts régionaux et continentaux, à supplanter certaines CER, ou du moins à intégrer, à terme, l'une ou l'autre d'entre elles".

#### Accroître la productivité

L'une des pistes qui permettrait à certains pays de commencer à tirer profit de l'accord ZLEC consiste à intégrer, dans un premier temps, leurs produits dans les chaînes de valeur régionales. Le secteur agricole est concerné en premier lieu. Bien que l'agriculture fournisse jusqu'à 60 % des emplois en Afrique et représente 25 % du PIB du continent, la part des produits agricoles dans le commerce intrarégional est assez faible – moins de 30 % selon la CNUCED. "L'agriculture est un secteur dont la productivité pourrait être considérablement améliorée, en particulier grâce au renforcement de l'agroalimentaire et de l'agrotransformation", affirme Richard Kamajugo, directeur principal de l'environnement commercial chez TradeMark East Africa. "Depuis 2000, le marché africain (commerce intra-africain) a en effet contribué à concurrence de plus de

50 % à l'augmentation des exportations de produits alimentaires transformés des pays africains."

En 2006, la Déclaration de l'UA du Sommet d'Abuja sur la sécurité alimentaire a appelé à promouvoir le commerce intra-africain du riz, du maïs, des légumineuses, du coton, du palmier à huile, du bœuf, des produits laitiers, de la volaille et des produits de la pêche au niveau continental. "En facilitant le commerce et en diminuant ainsi les coûts de transaction, l'accord ZLEC renforcera les chaînes de valeur régionales", souligne Richard Kamajugo. "Les taux de croissance de plusieurs produits agricoles devraient également augmenter."

Toutefois, l'adhésion à l'accord semble présenter moins d'avantages pour certains pays. Richard Kamajugo fait observer que "l'accord ZLEC devra absolument être complété par des mesures favorisant l'intégration des groupes vulnérables dont les capacités et les compétences sont trop limitées pour qu'ils puissent s'intégrer dans des chaînes de valeur à plus grande échelle. Ces mesures devraient notamment être axées sur la simplification des procédures commerciales, par exemple les exigences relatives aux règles d'origine, l'offre d'un soutien pour le respect des normes phytosanitaires et la reconversion des entreprises, afin qu'elles puissent se concentrer sur leur compétitivité à l'exportation". Pour Asmita Parshotam, "la mise en œuvre de l'accord ZLEC nécessitera une volonté politique, ainsi que des ressources techniques, financières et humaines". ■

**KASOPE LADIPO-AJAI**

# “Pour réussir, il faut une image de marque forte”

Kasope Ladipo-Ajai a cofondé OmoAlata, une entreprise de conditionnement alimentaire nigériane, en 2012. Sa firme, qui ambitionne d'exporter ses produits à l'international, a déjà bouleversé le secteur des aliments frais au Nigeria.

*Oluyinka Alawode*

**T**itulaire d'une licence en informatique de l'université Babcock, au Nigeria, Kasope Ladipo-Ajai a renoncé à un emploi salarié pour fonder sa propre entreprise. Six ans plus tard, OmoAlata fournit chaque semaine 500 à 700 sachets de condiments biologiques à des revendeurs de Lagos. Pour *Spore*, elle retrace son parcours.

## ***Pourquoi avez-vous décidé de créer une entreprise de conditionnement alimentaire ?***

Au Nigeria, la plupart de nos mets sont préparés à partir de produits alimentaires frais, ce qui prend beaucoup de temps. Les citoyens occupés et les gens qui travaillent n'ont pas le temps d'aller acheter des aliments et de mixer tomates et piments. J'ai vécu cela quand j'étais salariée, et c'est ce qui m'a incitée à faire des recherches : j'ai commencé à imaginer OmoAlata.

Notre premier produit a été le mélange pimenté OmoAlata de tomates, oignons et piments frais mixés qui forment une pâte conditionnée et congelée. Les tomates et les piments entrent dans la composition des repas pratiquement partout au Nigeria. Bien qu'OmoAlata signifie “vendeur de piment”, l'entreprise conditionne dans les règles toutes sortes d'aliments consommés au



© ENOLA ABUMERE PHOTOGRAPHY

Kasope Ladipo-Ajai explique pourquoi une commercialisation adéquate et une bonne image de marque sont capitales pour les jeunes entreprises.

**“Beaucoup disent que l’entrepreneuriat est fantastique, mais c’est aussi énormément de travail.”**

Nigeria à l’intention de ceux qui sont intéressés par l’aspect commode des produits et acceptent de payer pour ça. Au final, ce que nous vendons, c’est de la commodité.

**Comment votre entreprise a-t-elle évolué ?**

Notre usine est à Lagos. Au début, nous nous approvisionnions sur le marché libre, ce qui nous posait de nombreux problèmes concernant l’origine de nos matières premières alimentaires. Nous nous fournissons désormais auprès d’agriculteurs biologiques installés en périphérie de la ville, ce qui nous permet de garantir qu’aucun engrais ni produit chimique n’est utilisé.

Fin 2016, notre capacité de production est passée de 500 à 5 000 paquets par mois. Nous ne produisons pas encore de telles quantités parce que notre activité est en cours de croissance. Je veux qu’OmoAlata devienne le plus gros conditionneur de produits alimentaires du Nigeria et soit connu dans le monde entier. Le plan à court terme est de commencer à exporter vers les USA en 2018 et, je l’espère, vers le Royaume-Uni en 2019. Je prévois aussi d’ajouter deux autres produits à notre offre actuelle.

**Quelle est la clé pour la création d’une entreprise prospère ?**

Il est vital d’avoir une commercialisation adéquate et de développer une bonne image de marque. N’importe qui peut créer une entreprise, mais c’est la construction d’une image de marque forte qui conditionne sa réussite. Chaque petite entreprise doit apprendre à optimiser les fonds, même modestes, dont elle dispose pour la commercialisation. J’ai contacté le propriétaire d’une petite société de communication commerciale – 360 Degrees. Lorsque je prévois une tournée de représentation, je l’emploie comme consultant et nous accomplissons nous-mêmes les démarches, ce



OmoAlata fournit 500 à 700 paquets de mélanges de piments biologiques aux commerçants de Lagos chaque semaine.

qui nous a permis de promouvoir efficacement nos produits à moindre coût. Lorsque les gens vont voir notre activité en ligne, cela leur donne une idée des objectifs d’OmoAlata. Nous ne les avons pas encore atteints, mais nous construisons notre image de marque.

**Avez-vous rencontré des difficultés pour créer votre entreprise ?**

Le principal problème, pour de nombreuses entreprises nigérianes, est l’approvisionnement électrique, nécessaire à l’usine et dans nos bureaux et entrepôts. Nous devons donc utiliser des groupes électrogènes, ce qui coûte très cher. Nos produits doivent rester congelés avant l’utilisation, ou au moins réfrigérés, parce que nous n’ajoutons pas de conservateurs.

Les délais de paiement imposés par les commerces de détail sont un autre enjeu capital. Quelques magasins paient immédiatement, mais la plupart attendent d’avoir vendu tous les produits fournis et commandé davantage de marchandises avant de régler celles qu’ils ont déjà vendues. Cela crée de réelles difficultés de trésorerie pour les petites entreprises. Malheureusement, tant que le produit n’aura pas atteint le statut de grande marque, nous ne pouvons rien faire à ce sujet.

**Quels enseignements aimeriez-vous partager avec d’autres entrepreneurs émergents, en particulier les jeunes femmes ?**

Il ne faut jamais avoir peur de ses rêves. Si je m’étais appesantie sur la difficulté de mon entreprise, je ne me serais jamais lancée. Donc commencez avec ce que vous avez. N’attendez pas qu’un gros coup se présente. Avec mon partenaire, nous avons commencé petit à petit et ça a été très dur. C’est encore difficile. Nous avons souvent du mal à payer les salaires et les factures. Mon partenaire a un autre travail à temps plein et je dirige également une autre entreprise. J’ai aussi maintenant un bébé de quatre mois, mais j’ai dû retourner au travail avant ses deux mois. Je dois aller à l’usine, organiser les achats auprès des agriculteurs. Il faut se démener sans arrêt.

Beaucoup disent que l’entrepreneuriat est fantastique, mais c’est aussi énormément de travail. Je dirais donc à toutes les jeunes femmes qui veulent se lancer dans les affaires de ne pas se laisser aveugler par l’apparente facilité du monde de l’entreprise. Mais si elles sont prêtes à travailler de manière acharnée, qu’elles sont passionnées et qu’elles sont sûres de leurs objectifs, alors qu’elles persistent et elles y arriveront. Sans persistance, toute entreprise échouera. ■

## INTERVIEW

# Agriculture : mettre les États africains face à leurs responsabilités

Le Dr Godfrey Bahiigwa, directeur du Département de l'économie rurale et de l'agriculture de la Commission de l'Union africaine, revient sur les conclusions d'une vaste évaluation de l'agriculture africaine.

Stephanie Lynch

**L**e Tableau de bord de la transformation de l'agriculture en Afrique (Africa Agriculture Transformation Scoreboard, AATS) et le Rapport inaugural d'examen biennal sur la mise en œuvre de la Déclaration de Malabo permettent de dresser un bilan des progrès et des difficultés de l'agriculture africaine. Explications avec le Dr Godfrey Bahiigwa, de l'Union africaine (UA).

## Quel est le lien entre l'AATS et la Déclaration de Malabo ?

L'AATS fait partie du Rapport inaugural d'examen biennal, issu de l'appel aux États membres de l'UA, lancé dans le cadre de la Déclaration de Malabo, à œuvrer avec leurs partenaires pour promouvoir la responsabilité mutuelle concernant les actions et les résultats qui stimulent la transformation agricole de l'Afrique. Chaque pays est évalué en fonction de 43 indicateurs concernant les sept engagements de la Déclaration de Malabo.

Une note sur 10 a ainsi été attribuée à chaque pays. Pour 2017, une note de référence de 3,94 a été fixée comme note minimale indiquant qu'un pays est en passe de réaliser les engagements de Malabo à l'horizon 2025. Le Rwanda a enregistré les meilleurs résultats, avec une note globale de 6,1, suivi du Mali avec 5,6 et du Maroc avec 5,5. L'Assemblée de l'UA en janvier 2018 a salué la performance de ces trois pays.



Le Dr Bahiigwa insiste sur l'importance de la transparence dans les décisions politiques pour le développement agricole.

## Comment l'AATS mesure-t-il les avancées des pays africains ?

Les indicateurs concernent différents aspects des engagements de 2014 en faveur de la transformation de l'agriculture, comme par exemple l'engagement d'allouer au moins 10 % des dépenses

publiques à l'agriculture d'ici 2025. À cette fin, nous avons examiné le montant des dépenses publiques de chaque État consacrées à l'agriculture en 2015-2016. Tout pays y affectant 10 % ou plus était sur la bonne voie, tandis que tout pays qui dépensait moins de 10 % ne l'était pas et obtenait donc un mauvais score.

La Déclaration de Malabo inclut aussi l'objectif d'une croissance annuelle de 6 % dans le secteur agricole et d'une réduction de 50 % des pertes après récolte d'ici 2025. Nous nous sommes également engagés à faire passer la malnutrition sous la barre des 10 %. Un score de moins de 3,94 aujourd'hui ne signifie pas qu'un pays ne respectera pas ses engagements. Cela permet simplement de mettre en lumière les domaines à améliorer d'ici 2015.

## Comment l'AATS contribuera-t-il à encourager les États membres de l'UA à poursuivre leurs progrès dans la transformation de leur secteur agricole ?

Seuls 20 des 47 États membres de l'UA qui ont publié leurs indicateurs lors de la première étape sont actuellement en voie d'atteindre les objectifs de la Déclaration de Malabo. Le tableau de bord encourage les chefs d'État à examiner les engagements qu'ils ont pris en 2014 et à analyser leurs résultats. Tous les acteurs du secteur agricole – ministères, secteur privé, société



## Déclaration de Malabo

### Les bons élèves de la transformation agricole de l'Afrique

Le *Rapport inaugural d'examen biennal* suit les progrès des 55 États membres de l'Union africaine (UA) vers la réalisation, d'ici 2025, des objectifs de la Déclaration de Malabo sur la croissance et la transformation de l'agriculture du continent. C'est l'Afrique de l'Est qui a enregistré le plus de progrès avec une note globale de 4,2 sur 10, suivie par l'Afrique australe, avec 4,02. Individuellement, les meilleurs résultats sont répartis sur l'ensemble du continent, avec des scores attestant d'une forte progression au Burundi (4,7), au Cap-Vert (4,6), en Éthiopie (5,3), au Malawi (4,9), en Mauritanie (4,8), au Mozambique (4,1), en Namibie (4,1), au Togo (4,9) et en Ouganda (4,5).

Le rapport a été présenté à l'Assemblée des chefs d'État et de gouvernement de l'UA à Addis-Abeba, le 29 janvier 2018. Le Lesotho a réalisé la plus forte progression en ce qui concerne l'engagement global à promouvoir les échanges commerciaux agricoles intra-africains, avec un score de 5,2 pour la valeur élevée des marchandises échangées avec le reste de la région et la stabilité des prix de celles-ci. Le Botswana s'est démarqué, avec un score de 8,7, pour la facilitation du commerce agricole intra-africain grâce à des mesures axées sur l'infrastructure physique, les TIC et l'administration des frontières.

Seuls neuf pays sont actuellement en voie d'éradiquer la faim d'ici 2025, tandis que dix ont atteint l'objectif d'allouer au moins 10 % des dépenses publiques à l'agriculture.

---

Rapport inaugural d'examen biennal de la Commission de l'Union Africaine sur la mise en œuvre de la Déclaration de Malabo sur la croissance et la transformation accélérées de l'Agriculture pour une prospérité partagée et de meilleures conditions de vie  
Département de l'économie rurale et de l'agriculture  
Union africaine, 2018, 138 p.

Pour télécharger le PDF : <https://tinyurl.com/y8drrzkz>

civile, organisations paysannes et partenaires du développement – ont accès à ce tableau de bord. Cette transparence incite les chefs d'État à respecter leurs engagements s'ils ne le font pas déjà, tout en permettant à d'autres acteurs d'entamer un dialogue menant à des mesures correctives.

Un autre tableau de bord reprend les notes obtenues par les pays selon des indicateurs choisis. Un pays peut, par exemple, examiner les scores obtenus par le Rwanda, le mieux noté, pour différents indicateurs et les comparer aux siens.

#### Quelles conclusions tirez-vous du Rapport inaugural d'examen biennal ?

Nous avons pu nous faire une idée de la progression des pays, et formulé des recommandations. Chacun des pays est confronté à des défis différents,

propres à son contexte. Ainsi, dans les profils individuels de pays, nous adressons trois recommandations sur la façon d'améliorer les résultats pour rester sur la voie de la réalisation des objectifs de la Déclaration de Malabo.

Le rapport inclut aussi des recommandations plus générales, telles que l'appel lancé aux pays africains pour qu'ils augmentent les investissements et le financement en faveur de l'agriculture, et améliorent l'accès aux services financiers et de conseil pour les citoyens impliqués dans l'agriculture. Aucun pays ne disposait de données pour tous les indicateurs et huit pays n'ont soumis aucune donnée. D'où une autre recommandation clé : investir dans le renforcement des systèmes nationaux de statistiques agricoles. ■



## Innovation Plateformes africaines

L'innovation agricole peut s'appuyer sur des plateformes d'innovation, ainsi que le montre le projet CoS-SIS (Convergence of sciences - Strengthening innovation systems), présent dans neuf zones agricoles de l'Afrique de l'Ouest (Bénin, Ghana, Mali) en 2011 et 2013. En interaction avec leur contexte local, avec lequel elles doivent composer, ces plateformes peuvent, ensuite, influencer leur environnement technique, économique et social. Leur légitimité et leur influence se construisent sur un diagnostic préalable précis et leur aptitude à ajuster leurs actions.

---

Des projets et des plates-formes d'innovation pour soutenir les petits producteurs – Quelques expériences en Afrique subsaharienne  
Numéro thématique Cahiers Agricultures  
Par J.-Y. Jamin et J. Jiggins (coord.)  
EDP Sciences, 2018, 74 p.  
ISBN : 978-28-7614-735-5  
25 €  
[www.quae.com](http://www.quae.com)



## Précision L'agronomie et les outils

Née dans les années 1980 aux États-Unis, l'agriculture de précision repose sur un constat déjà ancien, l'hétérogénéité des parcelles. Pour Gilbert Grenier, professeur à Bordeaux Sciences Agro, il ne faut pas confondre nouvelles technologies et projets agricoles : capteurs, vecteurs (satellites, drones...) et algorithmes restent au service d'un objectif et d'un savoir-faire. En Afrique, aux Caraïbes ou dans le Pacifique comme en Europe, pas d'agriculture de précision sans agronomie. L'intérêt de cet ouvrage, ce sont les connaissances en agronomie qu'il regroupe pour pouvoir, ensuite, exploiter les données. Un indispensable.

---

Agriculture de précision – Les nouvelles technologies au service d'une agriculture écologiquement intensive  
Par G. Grenier  
Éditions France Agricole, 2018, 400 p.  
ISBN : 978-28-5557-568-1  
45 €  
[www.editions-france-agricole.fr](http://www.editions-france-agricole.fr)

## ALTERNATIVES

# L'agroécologie, une voie d'avenir

Avec un second symposium sur l'agroécologie, à Rome en avril 2018, la FAO confirme qu'il s'agit d'une voie à privilégier pour changer durablement la manière de produire et de consommer les aliments.

Yanne Boloh

L'agroécologie, système agricole et alimentaire durable, associe savoir scientifique et savoirs traditionnels. Elle applique des approches écologiques et sociales aux systèmes agricoles en intégrant les multiples interactions entre plantes, animaux et environnement. La FAO, qui en fait la promotion, vient d'organiser à Rome son second colloque sur l'agroécologie, les 3 et 4 avril 2018. Stéphane Le Foll, député français et ancien ministre de l'Agriculture, en a assuré l'ouverture. Il avait lancé cette évolution en France dès décembre 2014.

“Nous devons encourager un changement en profondeur de la manière dont nous produisons et consommons les aliments”, a déclaré José Graziano da Silva, directeur général de la FAO. “Nous devons promouvoir des systèmes alimentaires durables qui offrent une alimentation équilibrée et nutritive, des services écosystémiques et une meilleure résilience face au climat.” La FAO a profité de ce congrès pour lancer une “initiative sur l'agroécologie” qui propose 10 outils concrets tirés de la pratique.

Sur le terrain, les scientifiques observent en effet, déjà depuis plusieurs années, les expériences pour en tirer les conditions de la réussite. Le Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement (CIRAD) et l'Agence française de développement (AFD) réalisent des essais en grandeur réelle et des analyses pour jauger la capacité

de l'agroécologie à représenter une alternative viable, économiquement et socialement, face à l'intensification agricole. Ainsi, suite à la crise du chlor-décone, toute la filière de la banane antillaise s'est mobilisée pour mettre en œuvre un ensemble de techniques issues d'innovations antérieures et développer une nouvelle ingénierie de plantes de service.

Que ce soit dans les systèmes de polyculture-élevage de l'Ouest du Burkina Faso, dotés de nouvelles fosses à fumure directement dans les champs, ou pour la culture de riz pluvial imposée par la pression démographique sur les plateaux malgaches, le sol et sa fertilité apparaissent comme le premier facteur clé du succès. D'où l'intérêt de l'ouvrage *Les sols et la vie souterraine : des enjeux majeurs en agroécologie* qui, en 16 chapitres, détaille l'état des connaissances et donne des exemples concrets.

Mais rien ne sera possible sans les acteurs eux-mêmes. Ainsi, l'agronome Aurélie Toillier travaille à la conception de dispositifs d'accompagnement au changement dans les agricultures familiales. Son expérience dans l'Est de Madagascar a donné lieu à un ouvrage, paru en février 2018, dans lequel elle présente un point de vue novateur par rapport aux représentations classiques des espaces forestiers. Au lieu d'attribuer aux agriculteurs un rôle purement destructif, elle propose de les considérer comme les propres acteurs de leur développement et de la protection des forêts. ■



Accompagner la transition agro-écologique des agricultures des pays du Sud

Par C. Nouaille (éd.)

AFD-CIRAD, 2018, 8 p.

Pour télécharger le PDF :

<https://tinyurl.com/y6wf2r89>



Les sols et la vie souterraine.

Des enjeux majeurs en agroécologie

Par J.-F. Briat et D. Job (coord.)

Éditions Quæ, 2017, 328 p.

ISBN : 978-27-5922-651-1

49 €

[www.quae.com](http://www.quae.com)



Évaluer et renforcer les capacités

d'adaptation des agriculteurs familiaux.

Les populations forestières de l'Est

malgache face aux mesures de conservation

Par A. Toillier

Éditions Quæ, 2018, 126 p.

ISBN : 978-2-7592-2780-8

29 €

[www.quae.com](http://www.quae.com)

## Technologie

# L'agriculture de précision pour les petits agriculteurs



Le projet MUIIS (Market-led, User-owned ICT4Ag enabled Information Service), prévu pour trois ans, est actuellement à mi-parcours. Financé par le ministère néerlandais des Affaires étrangères, il développe des services d'information innovants, axés vers le marché et appartenant aux utilisateurs. Porté par un consortium de partenaires dirigé par le CTA, il est intégralement consacré à l'agriculture de précision afin que les petits agriculteurs puissent, d'une part, utiliser plus efficacement leurs intrants dont l'eau et, d'autre part, augmenter leurs rendements. Les données satellitaires sont ainsi transformées en conseils adaptés à leurs parcelles. Il ne s'agit pas seulement d'établir des cartes météorologiques, mais aussi de suivre la croissance des plantes, voire de comparer des parcelles voisines pour comprendre leurs différences. MUIIS se distingue des projets financés classiques car il est conçu pour devenir une entreprise pérenne en intégrant, aux côtés des ONG, des entreprises à finalité économique. Il s'agit pour l'essentiel d'entreprises sociales actives dans le secteur de l'environnement dont l'objectif n'est pas de gagner des millions mais de continuer à offrir du service.

La base de la valeur ajoutée de toutes les données collectées, notamment par les satellites, est le lien établi entre le traitement des données brutes et la valeur ajoutée perçue par l'agriculteur qui va payer, même une somme minimale, pour le service. Cependant, la composante sociale est souvent plus complexe que l'aspect purement technologique et il faut donc du temps pour déployer de tels services. Chacun des six partenaires du CTA a une tâche précise pour la mise en place de l'agriculture de précision : analyser des données satellitaires et les transformer en conseils pratiques pour les agriculteurs ; évaluer les besoins d'information des agriculteurs ; former les agents de vulgarisation agricole ; dresser un profil numérique des agriculteurs ; les former pour qu'ils puissent utiliser les informations et les conseils qu'ils reçoivent. Si de plus en plus de petits agriculteurs disposent d'un téléphone portable et peuvent recevoir les conseils par SMS, le taux d'équipement en smartphones progresse et multiplie les services possibles. ■

ICT Update n° 86 – L'agriculture de précision pour les petits agriculteurs  
CTA, 2018, 16 p.



Pour télécharger le PDF : <https://tinyurl.com/yag3xcce>

## Analyse annuelle

# Huiles végétales : enjeux, marchés et controverses



Depuis 1993, Le Déméter propose chaque année des analyses prospectives sur l'agriculture, l'alimentation et le développement dans le monde. Dans son édition 2018, l'un de ses quatre dossiers est consacré aux huiles végétales. À l'image de l'ensemble des matières premières agricoles mondialisées, les filières oléoprotéagineuses reflètent en effet les échanges internationaux et leur contexte géopolitique. Quatre plantes assurent 85 % des huiles végétales mises en marché sur la planète : le tournesol, le colza, le soja et la palme, avec une forte dynamique pour ces deux dernières. Sous les tropiques, ces filières ont connu un développement fulgurant durant les vingt dernières années, à tel point que certains auteurs n'hésitent pas à parler d'une "révolution des huiles tropicales". Mais cette révolution génère des controverses, notamment au sujet de la déforestation (soja au Brésil, palme en Asie) et des modèles de développement agricole (agriculture familiale contre agrobusiness).

L'essentiel de la production d'huile de palme est le fait de deux pays – l'Indonésie (35 des 65 millions de tonnes) et la Malaisie (19 millions de tonnes) – mais des plantations se développent en Afrique.

Originaires du golfe de Guinée, le palmier à huile y reste surtout une production locale. Seuls le Cameroun, la Côte d'Ivoire et le Nigeria ont une production significative en volume. La filière coprah est quant à

elle en pleine mutation : elle a toujours eu une composante de production villageoise, 95 % des productions de noix de coco sur la planète étant issues de petits planteurs de moins d'un hectare (10 millions de planteurs), et bio de fait dans leur immense majorité. Si l'Asie domine la production (81 %), l'Afrique assure 9 % de la production mondiale, l'Amérique du Sud et les Caraïbes 5 %, comme l'Océanie. La filière coprah a connu son âge d'or dans la seconde partie du XIX<sup>e</sup> siècle quand elle a remplacé les graisses animales dans la production des savons en Europe. Mais le marché se contracte depuis une trentaine d'années et les efforts de recherche doivent être accentués tant sur la productivité des cocoteraies que pour lutter contre les maladies. L'engouement pour l'huile de coco pourrait contribuer à la relance.

Le dossier Déméter propose aussi des entrées sur la consommation des huiles. Les auteurs relèvent, par exemple, certains aspects culturels. Ainsi, l'huile de coton raffinée, peu connue dans les pays occidentaux où elle n'a longtemps été utilisée que pour lubrifier les petits mécanismes (notamment les machines à coudre), est très consommée dans les pays producteurs. ■

Le Déméter 2018  
Club Déméter, 2018, 448 p.  
ISSN : 1166-2115  
25 €  
[www.clubdemeter.com](http://www.clubdemeter.com)

# Comment mieux soutenir les femmes entrepreneurs dans l'agriculture ?

DR AGNES ATIM APEA

## Les femmes qui réussissent réinvestissent dans leur communauté



Dr Agnes Atim Apea,  
PDG de Mama Rice

Je ne connaissais rien à l'agriculture – ma spécialité est le développement international – mais je savais que la majorité des femmes vivant en milieu rural travaillent dans ce secteur. C'est pourquoi j'ai créé Mama Rice en 2016 : pour les soutenir. La plupart des femmes africaines pratiquent une agriculture de subsistance et je veux les aider à améliorer leurs rendements, à produire des cultures de qualité qu'elles pourront vendre à un bon prix à des gens comme moi. Mon entreprise soutient près de 11 000 productrices de riz dans le nord de l'Ouganda. Je fournis à ces jeunes agricultrices des intrants et des semences à crédit et je leur offre un marché garanti pour leur production. Ce modèle d'entreprise leur convient et semble vraiment bien fonctionner.

### Pourquoi les femmes ?

Comme la majorité des femmes africaines travaillent dans le secteur agricole, il est important qu'elles aient des modèles féminins, non seulement pour les inspirer, mais aussi pour leur servir de mentor. Dès lors, plus il y aura de femmes qui réussissent en tant que chef d'entreprise, plus il y aura de soutien disponible pour les autres femmes ambitieuses.

Une étude récente a établi qu'en Afrique 80 % de la production agricole provient des petits agriculteurs dont la majorité sont des femmes des zones rurales. Le travail tout au long de la chaîne de valeur

pour produire des denrées alimentaires est effectué par des femmes. Pourtant, quand il s'agit de vendre et de commercialiser leur production, les hommes interviennent souvent et emportent alors tous les profits. En investissant en faveur des femmes entrepreneurs, vous savez que l'argent sera réinvesti dans l'industrie et qu'il profitera aux femmes, à leur ménage et à leur communauté.

### L'accès au financement et à la formation

Toutefois, dans beaucoup de pays d'Afrique, les femmes ont des problèmes de garantie : nous avons du mal à accéder aux services financiers parce que nous ne possédons légalement aucune propriété. Selon la loi, je ne possède rien dans mon pays, pas même mes propres enfants. Il est vraiment nécessaire de mettre en place des mécanismes de financement plus inclusifs et innovants, qui permettent aux femmes d'avoir accès au crédit pour pouvoir créer des entreprises agroalimentaires rentables.

Un autre problème important à résoudre est celui de la formation et du renforcement des capacités. La majorité des femmes qui lancent leur propre entreprise agricole n'ont aucune expérience commerciale. Je constate que beaucoup d'entreprises agricoles dirigées par des femmes ne possèdent pas les technologies disponibles pour améliorer leurs activités, ni la capacité d'utiliser de telles technologies. Par exemple, bon

nombre de femmes doivent encore prendre le risque de ramener dans leur village l'argent qu'elles ont gagné au marché. La technologie, le renforcement des capacités, les services de conseil aux entreprises et l'accès au capital sont des éléments essentiels pour permettre aux femmes de réussir dans l'agribusiness.

### Soutenir les plus vulnérables

On pense souvent que les femmes constituent une catégorie homogène. En réalité, il existe beaucoup de groupes de femmes différents, présentant différents profils et potentiels. Je cherche surtout à aider les jeunes femmes qui sont marginalisées par la société, qui n'ont pas fait d'études et qui ne sont pas mariées, mais qui sont mères célibataires ou qui ont dû fuir la guerre. L'année dernière, j'ai acheté un peu plus de 700 hectares de terres que j'ai redistribués à des jeunes mères que leur famille refusait d'héberger. J'ai donné environ un demi-hectare à chacune pour qu'elles puissent cultiver des produits et je leur ai offert un marché immédiat pour les vendre via Mama Rice. D'après mon expérience, ce sont souvent ces jeunes femmes qui travaillent le plus dur et qui obtiennent les meilleurs résultats car ce lopin de terre représente tout pour elles. Dans les débats sur les difficultés rencontrées par les femmes dans l'agriculture, nous ne devons pas oublier cette catégorie de femmes qui sont considérées comme des parias dans notre société. ■

ANTA BABACAR NGOM

# Les femmes entrepreneurs sont la clé de la croissance



Anta Babacar Ngom,  
directrice générale  
de SEDIMA

Lors des 30 dernières années, sur le continent africain, d'énormes efforts ont été réalisés pour compenser l'écart entre les hommes et les femmes. Parmi les initiatives qui ont réussi figurent les actions de promotion des droits des femmes à l'initiative économique. Au Sénégal, celles-ci ont permis de sensibiliser la société : aujourd'hui, le taux d'activité entrepreneuriale des femmes est de 36,8 %, le plus élevé de l'Afrique subsaharienne.

## Changer les attitudes

Au sein du Groupe SEDIMA, spécialisé dans la production et la vente de poussins, de poulets, d'œufs, d'alimentation animale et d'équipements pour l'aviculture, nous avons érigé la mixité en valeur. Cela nous permet de profiter de sensibilités multiples et de construire un développement positif.

Traditionnellement, l'entrepreneuriat féminin était plutôt informel et communautaire à travers des micro-activités. Ceci était dû à la nécessité, pour les femmes, d'avoir une activité génératrice de revenus pour subvenir aux besoins de leurs familles. Longtemps, les femmes étaient cantonnées à des activités en aval, notamment dans la petite transformation de céréales. Aujourd'hui, la tendance a nettement changé. Il se dit que 62,9 % des femmes entrepreneurs au Sénégal ont créé leur entreprise par opportunité plutôt que nécessité. Malgré tout, je suis convaincue que nous, femmes entrepreneurs, sommes confrontées à des difficultés plus importantes lorsqu'il s'agit de l'accès aux soutiens financiers et non financiers de l'entrepreneuriat.

## L'approche de SEDIMA en faveur des femmes

Du point de vue de la promotion de l'entrepreneuriat féminin en

agrobusiness, le Groupe SEDIMA a pris une double option. Premièrement, nous participons activement aux initiatives dont la vocation est de soutenir l'autonomisation des femmes. Il y a aujourd'hui pléthore de fondations, associations, clubs d'investissement et autres solutions offertes aux femmes auxquelles nous participons. Deuxièmement, nous avons mis en place un programme de promotion de l'entrepreneuriat dans l'agrobusiness, qui implique du tutorat et des soutiens techniques, ainsi qu'une aide sous forme de garantie de débouchés. C'est dans cette approche que nous avons notamment mis en place un programme de fermes intégrées au Groupe SEDIMA.

Le principe est d'apporter aux entrepreneurs en aviculture des poussins, une prophylaxie, de l'alimentation et, en fin d'élevage, de racheter toute la production et de l'abattre industriellement dans notre entité. En fin de chaîne, nous assurons la distribution d'un poulet prêt à cuire premium que nous aurons co-élevé, co-exploité et co-distribué avec nos fermes intégrées. Nous contribuons ainsi à développer la solidité des affaires de nos partenaires et aussi à développer notre entreprise.

## Soutenir la prochaine génération

Avec un soutien approprié, les entrepreneurs peuvent acquérir la confiance nécessaire qui leur permet de gagner leurs premiers clients et partenaires. Il est important de rapprocher les acteurs financiers et non financiers pour mettre en place un accompagnement hybride et multiforme afin d'atteindre cette nouvelle génération d'Africaines, qui ont compris que c'est maintenant qu'il faut entreprendre dans l'agrobusiness en Afrique. ■

## Sondage

Comment mieux soutenir les femmes entrepreneurs dans l'agriculture ?

45%

Créer des réseaux de femmes leaders en agribusiness qui serviraient de modèle et de soutien aux autres.

28%

Développer plus de mécanismes financiers inclusifs.

23%

Augmenter les opportunités de formation en gestion des affaires pour les femmes.

6%

Améliorer l'accès des femmes à la téléphonie mobile et autres TIC.

## Autres débats

Visitez les pages Opinion sur le site de Spore pour lire l'avis d'un troisième spécialiste sur le sujet. Un nouveau débat est mis en ligne tous les mois.

<http://spore.cta.int/fr/debates.html>

# Prochain numéro

190 Septembre - Novembre 2018

© GEORGINA SMITH/CIAT



## DOSSIER

### Data4Ag

Bâtir les fondations de meilleurs services agricoles

## TENDANCES

### Une agriculture de reconstruction

La sécurité alimentaire après un conflit ou dans les États fragiles

## COMMERCE & MARKETING

### Transport de nourriture

Ces innovations qui ouvrent un accès au marché

## SERVICES AUX LECTEURS

### Écrire à Spore

CTA – rédaction de Spore  
PO Box 380  
6700 AJ Wageningen  
Pays-Bas  
Fax : + 31 317 460067  
E-mail : spore@cta.int

### LIRE SPORE EN LIGNE

[www.spore.cta.int](http://www.spore.cta.int)

### S'abonner à Spore

Veuillez noter que, désormais, il n'est possible que de s'abonner à la version électronique de Spore.

Abonnez-vous à la newsletter électronique via :  
<https://publications.cta.int/fr/subscribers/register/Spore/>

Vous pouvez également vous connecter à Spore sur les réseaux sociaux pour recevoir des informations actualisées sur les événements pertinents, ainsi que des alertes pour les nouveaux articles mis en ligne.

Suivez Spore sur :


- Twitter @spore\_mag
- Facebook @CTASpore
- LinkedIn @Spore Magazine

### Reproduire Spore

- Pour un usage non commercial, les articles de Spore peuvent être librement reproduits sans les photos à condition de mentionner la source. Merci d'envoyer une copie de la parution.
- Pour toute reproduction à des fins commerciales, demandez l'autorisation préalable.

## POUR OBTENIR LES PUBLICATIONS

Les titres précédés du signe  sont téléchargeables sur <http://publications.cta.int>

Les titres précédés du logo  peuvent être obtenus comme suit :

Vous êtes abonné(e) aux publications du CTA :

- Vous avez un compte sur <http://publications.cta.int> ? Connectez-vous et choisissez vos titres à concurrence de vos unités de crédit en cliquant sur "Ajouter au panier" et "Passer la commande".
- Pas d'accès à Internet ? Continuez à utiliser le bon de commande fourni par le CTA.

Si vous n'êtes pas abonné aux publications du CTA, vous pouvez soit acheter les ouvrages auprès des éditeurs ou en librairie, soit les télécharger sur <http://publications.cta.int> s'ils sont en accès libre. Plus de la moitié de nos titres sont téléchargeables gratuitement !

SPORE est le magazine trimestriel du Centre technique de coopération agricole et rurale (CTA). Le CTA est régi par l'Accord de Cotonou entre le groupe des pays d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique (ACP) et l'Union européenne et est financé par l'UE • CTA • Postbus 380, 6700 AJ Wageningen, Pays-Bas • Tél. : +31 317 467 100 • Fax : +31 317 460 067 • E-mail : [cta@cta.int](mailto:cta@cta.int) • Site Web : [www.cta.int](http://www.cta.int) • **DIRECTEUR DE LA PUBLICATION ET PRÉSIDENT DU COMITÉ DE RÉDACTION** : Michael Hailu • **DIRECTEUR DE LA RÉDACTION** : Anne Legroscolard • **COMITÉ DE RÉDACTION** : Stéphane Gambier, Isolina Boto, Benjamin Addom, Piet Visser, Toby Johnson, Thierry Doudet • **RÉDACTION** : Rédactrice en chef : Susanna Cartmell-Thorp, WRENmedia, Fressingfield, Eye, Suffolk, IP21 5SA (RU) • Rédacteur de la version française : Vincent Defait, New Delhi, Inde • **CONTRIBUTEURS** : O. Alawode (Nigeria), P. Bakewell-Stone (RU), Y. Boloh (France), H. Castell (RU), J. Cheaz (République dominicaine), D. Chilumbu Nawa (Zambie), N. Dookie (Trinité-et-Tobago), O. Frost (RU), A. Gross (RU), Y. Islam (USA), T. Johnson (CTA), D. Juchault (France), J. Karuga (Kenya), M. Laplace (Sénégal), K. Lohento (CTA), S. Lynch (RU), D. Manley (France), E. Ntungwe Ngalame (Cameroun), S. Price (RU), S. Reeve (RU), B. Rioba (Kenya), A. Shepherd (Italie), M. van der Sterren (Pays-Bas), P. Visser (CTA), E. Wuilbercq (Éthiopie) • **DESIGN** : Vita, Italie • **MAQUETTE** : T. Paillot, M. Batard, Intactile DESIGN, France • **IMPRESSION** : Latimer Trend & Company, RU • © CTA 2018 - ISSN 1011-0054



COLLECTION  
**PRO-AGRO**

**Disponible  
au CTA**

# **Pro-Agro: Le manuel agricole de référence**

**Tous les savoir-faire essentiels pour  
l'agriculteur des pays tropicaux et  
subtropicaux**

# EXPLOREZ LE NOUVEAU SPORE

+ d'expertises

+ d'infos sur  
votre région



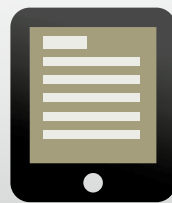
+ de débats  
et d'opinions

+ d'interactivité

Le développement agricole, chaque jour, à portée de clic



SMARTPHONE



TABLETTE



ORDINATEUR



[www.spore.cta.int](http://www.spore.cta.int)