



INNOVER POUR L'AGRICULTURE

Histoires et témoignages de jeunes entrepreneurs transformant l'agriculture grâce aux nouvelles technologies



« Les jeunes innovateurs mis en lumière dans cette publication sont des modèles pouvant inspirer d'autres jeunes et les encourager à innover au profit de l'agriculture. Leur histoire est un témoignage attestant de la manière dont les jeunes sont déjà en train de contribuer à la transformation des chaînes de valeur agricoles à travers leurs innovations. »

**Michael Hailu,
Directeur du CTA**

Ce rapport a été commandé par le CTA et produit par Ashoka, dans le cadre des activités du projet ARDYIS (Agriculture, Développement Rural et Jeunesse dans la Société de l'Information). Sincères remerciements à Nawsheen Hosenally (CTA), Ben Addom (CTA), Tobias Hiemstra (CTA), Nomzana Augustin, Saskia de Quant, Vincent Otieno Odhiambo, Sobel Ngom, Raquel Ortiz, Jill Finch, Adam Holloway, et Marina Mansilla pour leur soutien dans la diffusion et la production de ce rapport, et à tous les agro-entrepreneurs figurant dans ce rapport pour leur temps, leur partenariat, et leur courage constant dans la conduite du changement, ceux qui ont rendu possible la rédaction de ce rapport.

Les entretiens ont été conduits mi-2015, et la plupart des données se rapportent à la situation des services offerts par les innovateurs à ce moment-là. Pour obtenir des informations plus à jour, nous vous invitons à contacter les innovateurs.

À notre connaissance, l'information contenue dans ce rapport est exacte et fiable au moment de sa rédaction. Cependant, le CTA décline toute responsabilité quant à la précision des données et leur complétude.



RÉDACTION

Reem Rahman, ASHOKA
Jocelyn Fong, ASHOKA

COORDINATION

Stéphane Gambier, CTA
Bianca Beks, CTA

GESTION DU PROJET

Ken Lohento, CTA

RÉVISION

Marina Cherbonnier, Young Professionals
for Agricultural Development (YPARD)
Catherine Flouvat, Corporate Social
Responsibility (Orange)

TRADUCTION

BLS, Belgique

ÉDITION

Carole Salas, Italie

CONCEPTION GRAPHIQUE

Stéphanie Leroy, France

MISE EN PAGE

Pitch Black Graphic Design, les Pays-Bas

IMPRESSION

Proud Press, les Pays-Bas

CRÉDITS PHOTO

Page de couverture :
Haut : © Aubrey Wade/Panos Pictures
Bas : © CTA
Quatrième de couverture : © CTA

© CTA 2016

2212-6384

TABLE DES MATIÈRES

5

AVANT-PROPOS

Transformer l'agriculture grâce aux innovations

6

INTRODUCTION

« Il suffit de juste se lancer »

8

CHAPITRE 1

L'appui à la production

36

CHAPITRE 2

L'accès au financement

52

CHAPITRE 3

Commerce, marchés et accès au consommateur

84

CHAPITRE 4

Surmonter les défis : recommandations de jeunes entrepreneurs

93

INITIATIVES CLÉS

20 JEUNES ENTREPRENEURS TECHNOLOGIQUES

INNOVENT LE LONG DE LA CHAÎNE DE VALEUR AGRICOLE



¹Allloysius Attah (Ghana), ²Calvince Okello (Kenya), ³Troy Weekes and Mortimer Seale (Barbados), ⁴Soloman Ellorm Allavi (Ghana), ⁵Jason Aramburu (United States, Dominican heritage), ⁶Jehiel Oliver (United States, Trinidadian heritage), ⁷Amadou Sow (Senegal), ⁸Hilary Muramira (Rwanda), ⁹Joseph Macharia (Kenya), ¹⁰Jean-Delmas Ehui (Cote d'Ivoire), ¹¹Moses Tia (Ghana), ¹²Aboubacar Sidy Sonko (Senegal), ¹³Daniel Nanghaka (Uganda), ¹⁴Jermaine Henry (Jamaica), ¹⁵Deogratious Afimani (Uganda), ¹⁶David Thomas (Trinidad and Tobago), ¹⁷Oscar Ekponimo (Nigeria), ¹⁸Peris Bosire (Kenya), ¹⁹David Opio Obwangamoi (Uganda), ²⁰Cameron Goldie-Scot (United Kingdom)

Produit par :



en collaboration avec :



Télécharger le rapport

Innover pour l'agriculture
ici <http://bit.ly/innover-agriculture>

Transformer l'agriculture grâce aux innovations

Les Objectifs de Développement Durable (ODD), adoptés par les Nations Unies en septembre 2015, exhortent toutes les parties prenantes à éliminer la faim (Objectif 1), à doubler la productivité agricole des petits producteurs alimentaires d'ici à 2030 (Objectif 2 ; 2.3), et à promouvoir les politiques favorisant l'entrepreneuriat (Objectif 8 ; 8.3).

L'accroissement de la productivité et de la durabilité de l'agriculture dépend dans une large mesure de la participation des jeunes au secteur, en mettant à profit leur énergie et leurs innovations. Cette publication, conduite par le projet ARDYIS (Agriculture, Développement Rural et Jeunesse dans la Société de l'Information) du CTA, en collaboration avec Ashoka, démontre la façon dont cela peut être atteint.

Celle-ci présente 20 initiatives entrepreneuriales dans le domaine des TIC créées par de jeunes innovateurs d'Afrique et des Caraïbes. Ces innovations consistent en l'utilisation de téléphones portables, de réseaux sociaux, de sites Web, et une nouvelle génération de tracteurs. Les services proposés ciblent des segments variés et des installations diverses le long de la chaîne de valeur agricole, de la pré-production à la production, mais aussi le financement, le marketing, le commerce et la consommation.

Les études de cas présentent des analyses, réalisées par les jeunes entrepreneurs eux-mêmes, sur des facteurs qui les ont incités à lancer leurs initiatives, les défis qu'ils ont rencontrés, et les stratégies mises en place afin de les surmonter. À travers leurs histoires, les jeunes entrepreneurs fournissent des conseils

pratiques à d'autres jeunes qui pourraient être intéressés par ces projets d'entrepreneuriat mêlant à la fois l'agriculture et les TIC.

Bien que les initiatives présentées soient encore seulement aux premiers stades de leur développement, elles font déjà preuve de succès. Un grand nombre d'innovateurs ont lancé leurs entreprises après avoir remporté des concours, ou ont été reconnus comme des succès et bénéficié de programmes, tels que l'Initiative AgriHack Talent du CTA et les événements Plug and Play. Plusieurs d'entre eux touchent déjà des milliers d'agriculteurs, jeunes et moins jeunes. La plupart des initiatives présentées ont été testées depuis au moins 2 ans.

Les jeunes innovateurs mis en lumière dans cette publication sont des modèles pouvant inspirer d'autres jeunes et les encourager à innover au profit de l'agriculture. Leur histoire est un témoignage attestant de la manière dont les jeunes sont déjà en train de contribuer à la transformation des chaînes de valeur agricoles à travers leurs innovations. Ils démontrent que ce type d'efforts peut contribuer à favoriser l'emploi et à faire progresser la sécurité alimentaire et nutritionnelle. Un message clé ressortant de ces histoires : la nécessité pour toutes les parties prenantes de développer des stratégies globales pouvant renforcer les capacités des jeunes dans l'agro-industrie et faire progresser ce nouveau type d'agro-entrepreneuriat.

Je félicite chaleureusement les acteurs du changement présentés dans ce rapport.

Michael Hailu
Directeur du CTA

« Il suffit de juste se lancer »

Les chaînes de valeur agricoles peuvent varier d'une culture à une autre et d'un pays à l'autre, mais elles partagent toutes au moins une chose en commun : elles sont complexes. Parce que l'agriculture compte de nombreuses variables et un grand nombre de parties prenantes interconnectées, elle demande une compréhension nuancée et un esprit innovant pour que ce qui a été brisé commence à être transformé en quelque chose qui apporte un meilleur moyen de subsistance pour tous.

Les jeunes agro-entrepreneurs présentés dans les pages suivantes réunissent ces qualités complémentaires. Leurs solutions sont le fruit de plusieurs années d'observation d'opportunités manquées, et la prise en compte des souhaits des communautés agricoles. Dans de nombreux cas, ces fondateurs sont originaires des communautés de très petits exploitants agricoles qu'ils cherchent à aider – ils s'inspirent de leurs parents et grands-parents.

Ces agro-entrepreneurs ont une connaissance approfondie du quotidien des agriculteurs, mais ils apportent également leurs expériences en ce qui concerne les technologies émergentes, ainsi que la vision d'une autre chaîne de valeur agricole. Comme l'explique David Thomas de D'Market Movers : « Si vous passez une ou deux journées à tenter de résoudre un problème, vous pouvez perdre votre récolte. Si vous pouvez demander conseil et obtenir une réponse en temps réel – peut-être dans un délai d'une heure – cela peut faire la différence entre un gain ou une perte ».

Gagner un peu de temps fait toute la différence en agriculture, quand les agriculteurs mènent une course contre la montre. Lorsqu'il s'agit de

construire un monde plus efficace et une chaîne de valeur plus équitable, l'impact potentiel des TIC est plus que progressif, il est catalytique.

De jeunes entrepreneurs se confrontent aux plus grands défis de la chaîne de valeur, en utilisant les TIC pour améliorer l'accès à l'information et aux données, à la finance, et aux marchés de petits exploitants à travers le monde émergent. De quelle manière ?

Beaucoup utilisent la vitesse des TIC pour apporter l'information à ceux qui en ont le plus besoin. Prenons l'exemple de Farmerline qui envoie quotidiennement des SMS automatiques dans le but de dispenser des bonnes pratiques de culture à des milliers d'agriculteurs. Edyn utilise également des capteurs intelligents sans fil afin de réduire la consommation d'eau de 30 pour cent. Pour les communautés agricoles n'ayant pas souvent accès aux dernières recherches ou innovations technologiques, ces technologies transforment les possibilités pour une communication urbaine-rurale, gouvernement-village et chercheur-agriculteur.

D'autres agro-entrepreneurs tirent profit d'un fort taux de pénétration de la téléphonie mobile pour créer de nouveaux moyens de connecter l'exploitant agricole à la banque. La plateforme mobile de co-banking Ensibuuko travaille par exemple avec les petites sociétés d'épargne d'Ouganda afin de fournir un accès financier à plus de 40 000 exploitants agricoles et encourage une culture de confiance. De la même manière, grâce à l'intégration de messagerie SMS et de l'argent virtuel, Musoni Services, pionnier de la micro-finance basée sur le Cloud, modernise les opérations et permet une plus large inclusion financière pour 60 000 clients agricoles à travers

l'Afrique de l'Est. Les systèmes financiers traditionnels demandent des scores de crédits, des centres urbains et des garanties hors de portée des petits producteurs, mais ces TIC innovantes fournissent des solutions qui changent progressivement la donne et réduisent les cycles endémiques de pauvreté des communautés rurales.

De jeunes acteurs du changement sont également en train de créer des plateformes permettant aux exploitants agricoles de mieux se connecter avec leurs consommateurs urbains, ce qui améliore les revenus et la nutrition. Mkulima Young a touché plus de 60 000 jeunes intéressés par l'agriculture en rendant les marchés plus accessibles à travers une plateforme en ligne, en connectant la prochaine génération d'agriculteurs entre eux, et en leur ouvrant de nouvelles perspectives. Tech4farmers dirige un système numérique de bourses de marchandises et de récépissés d'entrepôt grâce auquel les agriculteurs peuvent non seulement vendre leurs produits mais également accéder à l'intelligence du marché, la localisation d'entrepôts, et les services de transport afin d'augmenter leurs revenus jusqu'à 80 pour cent. La déconnexion entre milieu ruraux et urbains a profité à des intermédiaires opportunistes, mais aujourd'hui la technologie permet une connexion directe, sonnant les débuts de nouvelles relations producteurs-consommateurs.

Si les TIC sont l'arme secrète d'une chaîne de valeur agricole plus efficiente, alors pourquoi ne sont-elles pas plus largement utilisées ?

Cameron Goldie-Scot de Musoni Services explique : « Alors que tout le monde utilise la même plateforme, chaque organisation en est à un stade différent d'utilisation de la technologie. C'est un voyage que les gens intègrent doucement au fil du temps mais que nous tâchons toujours d'accélérer ».

Comme le décrit Cameron, l'adoption de la technologie par la communauté agricole suit un chemin particulier. Ce n'est pas une simple



Les jeunes agro-entrepreneurs apportent leurs expériences en matière de technologies émergentes, ainsi que des visions pour une chaîne de valeur agricole différente.

transition de zéro à cent. « Vous pouvez avoir la meilleure technologie du monde, mais la clé est le relationnel – réellement comprendre les besoins et les exigences des agriculteurs ainsi que leur activité. La technologie peut améliorer l'efficacité de ce modèle et peut réduire une grosse part de bureaucratie, cependant elle possède ses limites. Il est en effet question des compétences de l'équipe sur le terrain ainsi que des mesures et pratiques opérationnelles mises en place. C'est pourquoi il ne suffit pas d'actionner un bouton. Il s'agit de l'intégrer judicieusement aux organisations qui s'en servent ».

Le secteur agricole n'a pas encore pleinement intégré les TIC, mais nous commençons à voir leur impact, et les résultats deviennent catalytiques.

Voici les histoires d'environ 30 entrepreneurs innovants, issus de 17 pays (d'autres innovateurs sont mentionnés dans la section Initiatives clés), accompagnées d'informations pour les contacter. Comme le dit Peris Bosire, co-fondateur de FarmDrive : « Vous allez toujours avoir des ressources limitées et des défis délicats à relever. Il suffit de juste se lancer ». ■



© Neil Palmer/CIAT

À travers de nombreux pays ACP, les communautés agricoles luttent pour avoir accès à l'information qui pourrait stimuler la productivité.

L'appui à la production

Les agro-entrepreneurs utilisent la vitesse des TIC pour acheminer l'information à ceux qui en ont le plus besoin

Dans de nombreux pays ACP, les communautés agricoles luttent pour avoir accès à l'information qui améliorerait leur productivité. Certains agriculteurs ne connaissent rien des dernières avancées en recherche scientifique ou innovation technologique pouvant accroître leur rendement sans coût supplémentaire. Cependant, la majorité d'entre eux est souvent désavantagée par un manque de connaissances sur les cultures disponibles et la manière optimale dont elles sont cultivées.

Cet écart est particulièrement grand dans les zones rurales. Les ministères de l'agriculture à travers le monde emploient des agents de vulgarisation agricole pour réduire cet écart. Mais ils ne disposent pas toujours des réseaux de communication pour collaborer avec les instituts de recherche et sont souvent trop peu nombreux.

Plusieurs jeunes acteurs du changement utilisent les TIC pour connecter de petites communautés d'agriculteurs avec les agents de vulgarisation agricole. Farmerline envoie quotidiennement des SMS provenant d'agents de vulgarisation pour dispenser les meilleures pratiques de culture aux agriculteurs. SavaNet utilise des plateformes d'audioconférence, podcasts et systèmes de messagerie SMS pour améliorer les services questions-réponses. M-shamba met les agriculteurs en relation avec les vulgarisateurs, services locaux et marchés virtuels via le SMS ; et CropGuard est en train de créer une application mobile qui permettra aux agriculteurs d'accéder à

la recherche et aux services de vulgarisation en lien avec la lutte antiparasitaire.

D'autres innovateurs sociaux utilisent le pouvoir des TIC pour rendre « intelligentes » des technologies désuètes. Edyn est un capteur intelligent sans fil qui mesure les conditions du sol et agro-climatiques, et les notifie automatiquement aux agriculteurs lorsqu'une action est nécessaire. Hello Tractor a modernisé les tracteurs afin que les agriculteurs puissent solliciter leurs services par SMS et que les propriétaires les localisent et suivent leur productivité.

L'élevage d'animaux est également une activité propice à l'innovation, et les agro-entrepreneurs utilisent les TIC pour accroître le rendement de petits éleveurs de bétail. DARAL Technologies appose sur le bétail des boucles nasales pour prévenir les maladies et les épidémies et réduire le vol, ce qui permet d'éviter les pertes se chiffrant à des millions. ESSEX LTD (anciennement Retronics) développe un incubateur d'œufs qui simule les conditions naturelles de la couvée pour multiplier par six la production.

Les agro-entrepreneurs améliorent radicalement les moyens de subsistance des populations rurales en créant des canaux de communication plus efficaces entre experts et agriculteurs. Ils les renforcent via des technologies « intelligentes », et innovent dans le domaine de la production animale, entre autres.

HISTOIRE 1

Farmerline — Un message par jour

Des SMS quotidiens pour diffuser les meilleures pratiques agricoles à des dizaines de milliers d'agriculteurs



ALLOYSIUS
ATTAH



Ghana



<http://farmerline.org/>



Farmerline



@farmerline



Alloysius Attah

PROBLÈME

« Je l'ai vue lutter pour se faire une place sur le marché. Je l'ai vue perdre ses engrais et ses semences car elle ne savait pas comment interpréter la météo ».

Jeune Ghanéenne, Alloysius a assisté en grandissant aux défis auxquels était confrontée sa tante en tant que petite exploitante agricole. « Je l'ai vue lutter pour se faire une place sur le marché, je l'ai vue perdre ses engrais et ses semences car elle ne savait pas comment interpréter la météo », raconte-t-elle. « Toutes ces choses qui lui arrivent affectent d'une manière ou d'une autre les revenus financiers que lui rapporte son entreprise agricole ».

Alloysius a rencontré son co-fondateur Emmanuel, témoin d'expériences similaires dans sa jeunesse, et a constaté la nécessité de fournir aux villages ghanéens un accès aux informations essentielles concernant les meilleures pratiques agricoles. L'accès à cette information est très apprécié par les agriculteurs car elle impacte leurs revenus et leurs familles.

Au Ghana, comme dans beaucoup d'autres pays à travers le continent, les agents de vulgarisation agricole sont chargés de fournir l'information aux agriculteurs. « Chaque agent de vulgarisation doit travailler avec environ 2 000 agriculteurs », explique Alloysius. « Et en raison d'un budget très restreint, ils n'ont pas les moyens de se déplacer dans ces villages aussi souvent qu'ils le devraient ».

SOLUTION

« En quelques mots, nous fournissons aux petites exploitations des informations agricoles précises et actuelles. Nous aidons également les entreprises agro-alimentaires à mieux gérer les petits agriculteurs, de la façon la plus rentable possible ».

La première étape logique dans l'amélioration de l'accès à l'information a été de fournir l'information à ceux qui en ont besoin : les agriculteurs. Farmerline travaille ainsi avec une variété d'agriculteurs, tels que des pisciculteurs, lesquels doivent suivre très précisément l'alimentation de



Farmerline fournit des informations précises et en temps opportun aux petits agriculteurs.

leurs poissons. « Étant donné que les pisciculteurs nourrissent leurs poissons trois fois par jour, nous leur envoyons des informations matin, midi et soir ». Cela leur rappelle de verser une certaine quantité de nourriture dans l'eau trois fois par jour.

Ces rappels sont non seulement délivrés en temps réel mais également dans la langue locale, afin d'accroître leur efficacité. En agissant de la sorte, Farmerline rationalise et réduit les coûts du processus de transmission de l'information, allégeant ainsi la charge de travail des agents de vulgarisation agricole.

Les agriculteurs ne sont pas les seuls clients que Farmerline s'efforce de satisfaire. Farmerline aide également les partenaires institutionnels à réduire leurs coûts. « Nous fournissons aux petites exploitations des informations agricoles précises et actuelles. Nous aidons les entreprises agro-alimentaires à gérer les petits agriculteurs de la façon la plus rentable possible », dit-il pour expliquer le business model.

IMPACT

« Une hausse des revenus de 50 pour cent car les agents de vulgarisation agricole peuvent envoyer aux agriculteurs des informations précises, en temps réel, dans une langue qu'ils comprennent ».

En tant que première organisation à envoyer des informations agricoles par SMS, Alloysius considère Farmerline comme pionnière en Afrique de l'Ouest. La plateforme est non seulement leader dans son domaine, mais génère également des gains considérables pour ses agriculteurs. Nous avons observé une hausse des revenus de 50 pour cent, directement liée au fait que les agents de vulgarisation envoient aux agriculteurs des informations précises en temps réel dans une langue qu'ils comprennent ». Le poisson est la denrée de base de l'alimentation ghanéenne : le potentiel d'impact économique de Farmerline est immense.

Les produits agricoles étant largement consommés par le grand public, Farmerline veut être sûr que les agriculteurs récupèrent le plus d'argent possible sur la vente de leurs produits. Par exemple, Alloysius explique que, pour que les pisciculteurs puissent gagner davantage, les poissons doivent atteindre leur taille maximale avant d'être vendus. En utilisant la plateforme Farmerline, les pisciculteurs peuvent nourrir leurs poissons avec la juste quantité de nourriture pour qu'ils atteignent leur plein potentiel, et ainsi générer des revenus plus importants.

Alloysius poursuit fièrement, « Les récits des agriculteurs ayant fait appel à nos services et en ayant constaté les impacts sont nombreux ». C'est le cas d'Appiah Kubi – un petit exploitant agricole, marié et père de sept enfants. Avec le travail de Farmerline, Appiah a augmenté ses revenus et développé sa production. Il peut maintenant payer les frais de scolarité de ses enfants, dont ceux de son fils Joseph qui rêve de devenir médecin. En développant la production des agriculteurs, Farmerline permet d'augmenter les revenus et d'améliorer les conditions de vie des agriculteurs ainsi que celles de leur entourage.

BUSINESS MODEL

« Ils nous rémunèrent pour la formation mais également pour accéder à l'information destinée à leurs agriculteurs, car il est dans leur intérêt de s'assurer que leurs agriculteurs s'en sortent bien ».

Afin de se maintenir au sommet, l'équipe de Farmerline poursuit des objectifs de durabilité. « 90 pour cent de nos revenus proviennent d'entreprises agro-alimentaires, d'exportateurs, de gros acheteurs et d'entreprises qui travaillent avec les agriculteurs », explique Alloysius. Au lieu de facturer les agriculteurs pour l'accès à l'information, Farmerline tire ses revenus des entreprises qui souhaitent voir leurs fournisseurs agricoles réussir.



50 %

**hausse des
revenus pour
les agriculteurs
qui utilisent
les services de
Farmerline**

Un tel modèle a trouvé écho auprès de nombreux acteurs clés de la chaîne de valeur. Alloysius raconte : « Toutes ces personnes sont nos clients car ils nous paient pour former et faire parvenir des informations à leurs agriculteurs. Ils veulent être sûrs que ces derniers réussissent et augmentent le rendement et la qualité ». Le business model innovant de Farmerline fait correspondre les intérêts des agriculteurs avec ceux d'autres acteurs de la chaîne de valeur, en veillant à ce que la valeur ajoutée pour l'un induise une hausse des revenus pour l'autre.

À plus long terme, Alloysius espère que les agriculteurs seront à la fois clients et utilisateurs. « J'aimerais voir des agriculteurs dotés d'un esprit entrepreneurial être enclins à payer pour de tels services car ils en reconnaissent la valeur », explique-t-il.

À L'HORIZON

« Il y a beaucoup d'opportunités dans ce domaine pour les IMF, afin de faciliter l'accès au crédit pour les agriculteurs ».

Alors que Farmerline se concentre sur l'accès à l'information, Alloysius est persuadé que la croissance des agriculteurs dépend en grande partie de leur accès aux financements. « Il y a beaucoup d'opportunités dans ce domaine pour les IMF (institutions de microfinance) si l'on donne aux agriculteurs accès à des crédits pour les aider à obtenir leurs intrants dès le début de la saison », explique-t-il. « Certains agriculteurs ont beaucoup de terre mais ne peuvent pas tout cultiver parce qu'ils n'ont pas les financements nécessaires en début de saison ». « L'accès aux crédits et aux emprunts engendrerait une transformation considérable dans le secteur agricole et aiderait les petits agriculteurs à accroître leurs revenus ».

ENSEIGNEMENTS TIRÉS

« Quand j'ai créé Farmerline, une autre définition de réussite s'est imposée : celle de soutenir les autres

– ne pas leur donner directement de l'argent, mais les aider à rester constants dans leur travail ».

Lorsqu'il a démarré, Alloysius a identifié de nombreux défis à relever dans le secteur agricole. Depuis Farmerline, Alloysius affirme qu'il voit maintenant la réussite au-delà du simple fait de gagner de l'argent. « Quand j'ai créé Farmerline, une autre définition de réussite s'est imposée : celle de soutenir les autres – ne pas leur donner directement de l'argent, mais les aider à rester constants dans leur travail ». Alors que Farmerline continue d'impacter positivement les agriculteurs et leurs familles, ses fondateurs ont constaté l'intérêt de fournir aux communautés une capacité de développement, un partage des connaissances, et des solutions technologiques à valeur ajoutée.

De plus, Alloysius comprend maintenant le concept d'entrepreneuriat : « Je ne savais même pas que les entrepreneurs existaient quand nous nous sommes lancés ». Nous étions simplement jeunes et suffisamment naïfs pour penser que nous pouvions accomplir nos souhaits les plus chers, c'est-à-dire : aider nos familles et contribuer un peu au changement dans nos communautés ». Maintenant qu'il se considère comme un entrepreneur, il réalise l'impact énorme qu'un tel état d'esprit peut générer en transformant des chaînes de valeurs à travers le monde. ■

DEVENIR PARTENAIRE

Contactez Alloysius Attah :
alloysiusattah@gmail.com

COLLABORATION AVEC LE CTA

Farmerline a été impliqué dans les événements Plug & Play du CTA à Kigali, en 2013, et Arusha, en 2014. Le CTA est partenaire de Farmerline pour les applications Apps4Ag.

HISTOIRE 2

SavaNet — Q&R à la vitesse de la lumière

Plateformes d'audioconférence, podcasts et SMS pour transformer les communautés agricoles

PROBLÈME

« Si nous voulons développer des chaînes de valeur durables pour une culture vivrière et une culture de rente, nous devons développer des réseaux de jeunes agriculteurs dynamiques ».

Au Ghana, la population agricole vieillit. Peu de jeunes s'intéressent à l'agriculture car ils ne conçoivent pas cette activité comme un moyen de subsistance viable. La terre agricole du Ghana, vaste et fertile, est ainsi sous-utilisée. Ses agriculteurs ne savent pas appliquer les innovations et les TIC pour maximiser leurs rendements.

« Nous sommes allés sur le terrain un jour », se remémore Moses, à l'époque où il travaillait avec USAID. « Nous étions à la recherche de quantités importantes de maïs, de riz et de soja pour une entreprise de notre chaîne de valeur. C'était introuvable. La plupart des agriculteurs travaillaient sur des surfaces de moins d'un hectare au cours de la saison de production. J'ai également remarqué qu'ils étaient tous particulièrement âgés ».

Moses se rappelle avoir entendu les agriculteurs parler de leurs difficultés – la plupart d'entre eux travaillaient sur moins d'un hectare de terre, avec un rendement de moins de dix sacs (50kg). C'était le résultat d'un accès restreint aux innovations



Ayaniga Atimbea, membre d'un club de femmes épargnantes au Ghana, élève des chèvres pour fournir un revenu à sa famille.

agricoles et d'un déclin croissant de l'emploi des jeunes dans le secteur. « C'est à ce moment là que ça m'a frappé », ajoute-t-il. « Si nous voulons développer des chaînes de valeur pour le maïs, le soja, et le riz, nous devons développer des réseaux de jeunes agriculteurs dynamiques ».

SOLUTION

« Les plateformes créent des moyens innovants pour permettre aux agriculteurs d'entrer en contact à la fois avec des experts agricoles et des collègues agriculteurs, pour obtenir des informations actualisées sur l'agriculture ».

 **MOSES NGANWANI TIA**

 Ghana

 www.savanet.org

 Savannah Young Farmers Network - SavaNet-Ghana

 @Sava_Net

 Moses Ngranwani Tia

Afin de créer ces réseaux dynamiques de jeunes agriculteurs, SavaNet propose des innovations dans le domaine des TIC dans ses services de vulgarisation agricole, d'accès au marché et de vulgarisation des produits de la recherche agricole. En procédant de la sorte, les plateformes créées proposent aux agriculteurs un moyen innovant pour communiquer à la fois avec les experts agricoles et leurs collègues agriculteurs, et obtenir les informations agricoles en temps réel.

Afin d'améliorer les services de vulgarisation agricole, SavaNet fournit une plateforme d'audioconférence que les agriculteurs peuvent rejoindre pour obtenir des informations actualisées sur leur production. Traditionnellement, les réunions se tenaient en personne, et les agriculteurs étaient ainsi contraints d'abandonner leurs exploitations pour assister aux sessions. Avec les plateformes téléphoniques, les agriculteurs peuvent se connecter par téléphone quel que soit l'endroit où ils se trouvent – depuis la maison, le marché ou leur exploitation. À la plateforme d'audioconférence s'ajoute une série de podcasts centrés sur des sujets qui concernent directement les agriculteurs. SavaNet offre également un service de données GPS dédié à l'agriculture pour les agriculteurs souhaitant avoir une meilleure compréhension de la géographie de leur exploitation.

SavaNet travaille également à l'amélioration de l'accès au marché des agriculteurs en leur communiquant les prix du marché par SMS. En collaboration avec le Ministère de l'Alimentation et de l'Agriculture, SavaNet rassemble les prix matinaux des marchés locaux pour ensuite les envoyer par SMS aux agriculteurs intéressés. De cette manière, les agriculteurs ont la certitude d'obtenir les meilleurs prix au lieu d'être floués par des intermédiaires peu scrupuleux ou des acheteurs négociateurs.

Afin de s'assurer que tous ces services sont à la pointe de l'actualité, SavaNet travaille en étroite collaboration avec les instituts de recherche ghanéens, tels que le Centre de Recherche Scientifique et Industriel et l'Institut de Recherche Agricole Savanna pour diffuser aux agriculteurs des études pertinentes. Constamment à la recherche de nouvelles techniques, de nouvelles variétés et de nouvelles stratégies pour améliorer le rendement agricole, ces institutions de recherche possèdent des informations précieuses pour les agriculteurs – mais avant l'existence de SavaNet, elles n'avaient pas de moyen fiable pour diffuser l'information à ceux qui en avaient besoin. Aujourd'hui, SavaNet s'assure que ces études sont relayées par le biais de son application agricole innovante ; de sorte que les agriculteurs disposent d'informations à jour et en temps réel pour soutenir leurs pratiques.

IMPACT

« En utilisant SavaNet, il a pu accéder à des services de support technologiques et agro-industriels, en lien avec le projet de culture en blocs du gouvernement, et il a gagné le prix régional 2014 du meilleur producteur de maïs ».

En 2014, SavaNet a travaillé avec 5 222 agriculteurs qui s'investissent fortement dans la production de cultures vivrières, de ruminants et de volailles. La plupart des agriculteurs SavaNet utilisent le service d'audioconférence car ils le perçoivent comme un guichet unique qui répond à tous leurs besoins en matière d'information agricole. Beaucoup d'agriculteurs écoutent également les podcasts régulièrement et utilisent le système GPS.

Mais qui sont ces agriculteurs ? Et que représente leur engagement ? La majorité des agriculteurs de SavaNet ont entre 15 et 35 ans, et environ 75 pour cent d'entre eux sont des hommes. À mesure que SavaNet étend sa chaîne de valeur de cultures vivrières et de culture de rente, ces



En 2014, SavaNet
a travaillé avec

5 222

agriculteurs

données démographiques devraient s'équilibrer. L'engagement de SavaNet avec les jeunes agriculteurs a mené à la formation de groupes primaires, secondaires et tertiaires d'exploitants agricoles à l'échelle de la communauté, du district, et de la région. Ces groupes d'agriculteurs organisés contribuent grandement à impliquer activement la jeunesse dans l'agriculture en tant qu'activité commerciale et moyen de subsistance durable.

Moses partage avec nous la réussite d'un jeune agriculteur qui a rejoint la plateforme SavaNet en 2012. Déçu par une expérience dans le sud, où il s'essaie à plusieurs petits boulots, il retourne dans sa communauté rurale avec un intérêt nouveau pour l'entreprise agricole. Dans le cadre du programme des initiatives innovantes des jeunes pour le développement de l'agriculture de SavaNet, il bénéficie des services d'assistance technologique et agro-industrielle dont il a tant besoin, ainsi que de l'assistance technique du projet gouvernemental pour le parcellaire agricole. Il voit ainsi ses revenus augmenter de manière exponentielle et remporte en 2014 le prix régional du meilleur producteur de maïs. Son histoire montre l'impact considérable que SavaNet exerce sur les jeunes qui se réinsèrent dans l'agriculture.

BUSINESS MODEL

« Une agriculture commerciale fondée sur une agriculture contractuelle, des systèmes de plantation à grande échelle, et le financement de groupes agricoles ».

Les opérations de SavaNet sont centrées sur un modèle de réseau financé par l'agriculteur, de façon à ce que les groupes d'agriculteurs soutiennent l'entreprise. Son agriculture commerciale, fondée sur une agriculture contractuelle et des systèmes de plantation à grande échelle, soutient également les activités commerciales de l'organisation. « Les agriculteurs soutiennent le travail que nous faisons », explique Moses. SavaNet utilise un

système de cotisations et de partage des coûts : les groupes d'agriculteurs paient une adhésion de groupe pour les services fournis par l'organisation. SavaNet étant également soutenu par des subventions et autres partenaires philanthropes, les cotisations des groupes d'agriculteurs sont subventionnées afin que les frais soient abordables.

À COURT TERME

« Nous allons continuer à travailler avec toujours plus d'agriculteurs au fil des saisons. D'ici à l'année prochaine, nous travaillerons avec 15 000 jeunes agriculteurs ».

Moses voit SavaNet se développer rapidement au cours des prochaines années. « Nous allons continuer à travailler avec toujours plus d'agriculteurs au fil des saisons. D'ici à l'année prochaine nous travaillerons avec 15 000 agriculteurs – 15 000 jeunes agriculteurs ». Moses place de grands espoirs dans cette prochaine cohorte et rêve de créer plus de groupes de jeunes agriculteurs, capables de s'encourager et de se soutenir mutuellement. « Je pense que si d'autres jeunes gens voient leurs pairs se réinsérer dans le secteur agricole, ils les rejoindront. La meilleure façon pour nous d'impliquer la jeunesse dans l'agriculture est de mettre en avant les jeunes qui y sont déjà ». ■

DEVENIR PARTENAIRE

Contactez Moses Tia :

tia@savanet.org ou gan_wani@hotmail.com

P.O. Box TL 1029 Tamale, Ghana

Tél. : +233205460064

COLLABORATION AVEC LE CTA

SavaNet est intervenu dans de nombreux ateliers et conférences organisés par le CTA, a remporté en 2014 le Concours de Blogs des Jeunes dans l'Agriculture (YoBloCo Awards) dans la catégorie « Agriculture Familiale », et est régulièrement en interaction avec le réseau ARDYIS du CTA depuis 2010.

HISTOIRE 3

M-shamba — Trois en un

Le SMS connecte les agriculteurs à l'information agronomique



© Calvince Okello

M-shamba comble le déficit d'information entre les institutions de recherche et les petits exploitants agricoles.

 CALVINCE OKELLO

 Kenya
 www.mshamba.net
 M-Shamba
 @MshambaKE
 Calvince Okello

PROBLÈME

« J'ai été frappé par le manque de communication entre agriculteurs et commerçants dans plusieurs régions du pays ».

« Je me souviens que nous étions devant les infos de 19h », commence Calvince. « Ils annonçaient que l'Est du pays souffrait d'une situation d'extrême famine, alors qu'en même temps, il y avait d'immenses récoltes dans l'Ouest. En fait, certaines de ces cultures étaient même en train de pourrir. C'est alors que ça m'a frappé : il existait un manque réel de communication entre les agriculteurs et les commerçants, dans différentes régions du pays ».

Ayant grandi dans un village d'agriculteurs, Calvince a pu observer les causes de ce manque de communication. « Ma grand-mère produisait un seul type de culture chaque année », raconte-t-il. « C'était uniquement du maïs, et elle le mélangeait avec des haricots. Elle refusait même d'utiliser des engrais car elle pensait qu'ils appauvriraient le sol ». Alors que sa grand-mère continuait de cultiver ses champs, dont les produits étaient achetés par les missionnaires et les colons, des instituts de recherche bien établis découvraient et développaient de nouvelles variétés de cultures, d'engrais, et de technologies chaque jour ; et elle n'en a jamais rien su.

« C'est pour cela que M-shamba a été créé », explique Calvince. « Pour combler ce déficit d'information qui existe entre les institutions de recherche et les petits exploitants agricoles, pour qu'ils puissent apprendre à cultiver de nouvelles variétés de manière optimale, à s'adapter aux divers problèmes liés au changement climatique ainsi qu'aux nouvelles technologies. C'est la raison pour laquelle ce projet est né ».

SOLUTION

« M-shamba propose trois services aux agriculteurs : apprendre à cultiver une culture spécifique, connaître les prestataires de services dans sa région, et accéder au marché ».

« Pour résumer, M-shamba propose trois services aux agriculteurs », explique Calvince. « Premièrement, nous expliquons aux agriculteurs

comment faire pousser une culture bien spécifique depuis la préparation des sols jusqu'à la manipulation de la récolte, en passant par la production et la récolte, et si possible l'apport de valeur ajoutée. Ensuite, nous communiquons aux agriculteurs la liste des prestataires de services qui se situent dans leur région pour les intrants, le transport, ou les services de vulgarisation. Enfin, nous leur offrons la possibilité de publier les produits qu'ils comptent vendre et d'effectuer une requête afin de connaître le prix du produit selon leur situation géographique ». Tous ces services sont disponibles via une application mobile de SMS, USSD, et sur la plateforme en ligne de M-shamba.

M-shamba commence par identifier un nouveau groupe d'agriculteurs qui souhaiteraient accéder à ses services. « Pour des questions de logistique, nous travaillons avec des groupes d'agriculteurs ou regroupons les agriculteurs dans un endroit précis, afin de pouvoir aller sur place et réaliser une cartographie ». Après avoir identifié le lieu, M-shamba passe beaucoup de temps à collecter et structurer toutes les données nécessaires pour être en mesure d'offrir ses services : identification de prestataires de services locaux et d'agents de vulgarisation, conseils d'experts, connaissances actuelles des institutions de recherche, entreprises et supermarchés locaux et, bien sûr, information agronomique de base.

Une fois toutes les données collectées, M-shamba montre aux agriculteurs comment rechercher des services et des prix locaux. La plateforme envoie automatiquement cette information à leurs appareils mobiles. Les services de géolocalisation de M-shamba sont particulièrement utiles car ils sont spécifiques et font plus que simplement indiquer la ville, ce qui donnerait lieu à un trop grand nombre d'options, et serait déroutant. « Une fois que nous les avons accompagnés à travers ce processus, en fonction de la date de semence indiquée, le système

accompagne les agriculteurs tout au long du cycle de vie des cultures, en s'appuyant sur les conseils d'experts ». Cependant, si les agriculteurs désirent une attention plus particulière et personnalisée, ils peuvent rechercher des agents locaux de vulgarisation et obtenir les coordonnées de jeunes experts gouvernementaux ou privés qui seront capables de les assister.

IMPACT

« Depuis 2012, M-shamba s'est développé pour offrir ses services à 15 000 agriculteurs, avec 3 400 fournisseurs ».

Depuis 2012, M-shamba s'est développé pour offrir ses services à 15 000 agriculteurs. En coopération avec des universités et de grandes marques de supermarchés, la plateforme a formé plus de 7 000 agriculteurs sur une nouvelle technologie pour la culture riz, et a permis 2 480 transactions entre acheteurs et vendeurs. Mais l'histoire ne s'arrête pas là : en 2015, M-shamba s'apprête à travailler avec 25 000 agriculteurs, dont de nombreux producteurs de sorgho.

BUSINESS MODEL

« Nous avons réalisé que le SMS est un outil performant et qu'il y a un grand nombre de prestataires de services qui souhaiteraient être en contact avec les agriculteurs ».

Grâce à de nombreux brainstormings et à l'utilisation du Business Model Canvas (un outil entrepreneurial et de gestion commerciale), M-shamba a atteint la viabilité financière. « C'était un long voyage », remarque Calvince. « Et nous nous en sommes rendus compte assez tard... Mais nous sommes maintenant viables financièrement, et même un peu rentables ».

« Nous avons réalisé que le SMS est un outil performant, et qu'un grand nombre de prestataires de services souhaiteraient être mis en contact avec les agriculteurs », déclare



2 480

**transactions
entre acheteurs
et vendeurs
réalisées par
M-shamba**

Calvin. Ils paient une cotisation annuelle entre 8 et 15 dollars, en fonction du service et de la densité de la population dans la région. « Nous recevons également des frais de transaction issus d'institutions financières directement connectées avec nos agriculteurs ».

M-shamba a également introduit un système de commande et de livraison dématérialisé pour les agriculteurs et les commerçants. Avec ce système, un agriculteur peut facilement commander par SMS et payer en utilisant de l'argent virtuel une fois le produit livré. De la même manière, les commerçants ont la possibilité de commander et payer les produits à la livraison. Cette plateforme améliore la commodité et l'efficacité des agriculteurs et des commerçants.

De plus, les agriculteurs individuels paient un abonnement annuel de 5 dollars pour nos services. Les organisations qui travaillent avec des agriculteurs peuvent choisir de payer pour une redevance annuelle d'utilisation ou de sponsoriser l'accès des agriculteurs aux services de M-shamba. La société fournit à ces organisations un outil interactif qui améliore la manière dont elles interagissent avec les agriculteurs, et qui leur permet d'obtenir en temps réel des retours d'information des agriculteurs. Ceci améliore fortement la prestation de services aux agriculteurs et, en définitive, leur productivité.

Avec tous ces services, M-shamba a investi davantage au niveau de son infrastructure de communication et génère déjà des revenus. L'entreprise espère atteindre le seuil de rentabilité d'ici à 2016.

À COURT TERME

« Nous aspirons à faire de M-shamba un guichet unique pour tous les besoins agricoles du pays ».

« Nous aspirons à faire de M-shamba un guichet unique pour tous les besoins agricoles du pays »,

explique Calvince avec simplicité. « Nous souhaitons être impliqués dans les services essentiels pour les agriculteurs – l'ensemencement, la récolte, la distribution, le transport et la vente. Nous souhaitons combler efficacement les déficits de communication ». À l'aide de services tout au long de la chaîne de valeur, M-shamba vise à encourager et faciliter l'implication des jeunes dans le secteur.

M-shamba s'intéresse à l'autonomisation de chaque agent de la chaîne logistique afin de transformer le secteur. Son prochain projet implique la création de fonds d'investissement pour les commerçants. Pourquoi les commerçants ? « Lorsque nous leur donnons les moyens avec ce type d'argent, ils osent davantage, peuvent acheter plus de produits auprès des agriculteurs, et vendre plus car ils sont alors capables de se déplacer sur différents sites. Avec le temps, ceci profitera à l'agriculteur ».

Avec en tête cette vision complète de la chaîne de valeur, Calvince ne manque pas d'idées pour le futur de M-shamba. « Les opportunités sont tellement, tellement nombreuses dans le secteur agricole au Kenya », s'exclame-t-il. « Nous ne pouvons pas toutes les explorer à l'heure actuelle. C'est tout simplement trop ».

« Et maintenant, nous envisageons de travailler avec d'autres pays Africains ». Ils espèrent que ce sera le cas d'ici 2017. ■

DEVENIR PARTENAIRE

Contactez Calvince Okello :
calvomondi@gmail.com.

COLLABORATION AVEC LE CTA

M-shamba a participé aux événements « Plug and Play » du CTA à la Conférence Internationale ICT4g à Kigali, en 2013.

HISTOIRE 4

CropGuard — Plus de ravageurs

L'appli mobile qui soutient la lutte antiparasitaire

PROBLÈME

« Il existe une réelle urgence dans le secteur agricole au niveau de la lutte antiparasitaire. Les plaintes d'agriculteurs se multiplient, et les études démontrent que c'est un problème croissant ».

Troy et Mortimer se sont rencontrés par le biais de leur coopérative agricole, un collectif d'agriculteurs, d'intervenants agricoles et d'hommes d'affaires porteurs de solutions innovantes à des problèmes agricoles spécifiques. Ils ont fait équipe pour le concours AgriHack du CTA (édition caribéenne), afin de relever le principal défi du collectif : la lutte antiparasitaire.

Bien qu'il ne s'agisse pas du problème agricole le plus passionnant, cela fait très longtemps que la lutte antiparasitaire constitue un véritable combat pour les agriculteurs comme pour les chercheurs. « Il y a une réelle urgence dans le secteur agricole », admet Troy. « Les agriculteurs se plaignent et les études démontrent que c'est un problème croissant ». La coopérative comprend des agriculteurs travaillant dans des zones très rurales de La Barbade, extrêmement vulnérables face aux défis de l'environnement. Avec une telle instabilité économique, ces minuscules créatures représentent une immense menace – des parasites peuvent anéantir des cultures entières en seulement quelques jours, laissant les petits exploitants agricoles sans aucun moyen de subsistance.

SOLUTION

« Nous mettons les agriculteurs qui ont le plus besoin d'information en contact avec des officiels gouvernementaux, des services de vulgarisation, et la recherche ».

Ils se servent de CropGuard, une application mobile conçue pour protéger les agriculteurs contre les parasites. L'application rassemble des informations concernant la lutte antiparasitaire dans une base de données à laquelle les agriculteurs peuvent accéder en posant des questions. « C'est un système de gestion des connaissances », explique Troy. « Nous connectons les administrateurs


 TROY WEEKES ET MORTIMER SEALE

 Barbade

 <http://cropguard.addisalemcoop.com/>

 CropGuard

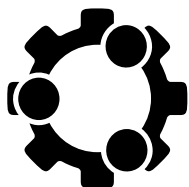
 @cropguardtweets

 Troy Weekes



© CTA

CropGuard est une application mobile conçue pour aider les agriculteurs dans la lutte antiparasitaire.



70 %

des membres de la coopérative sont des agriculteurs

gouvernementaux, les services de vulgarisation et la recherche avec des agriculteurs qui ont grand besoin de l'information ». La base de données contient même des informations provenant des départements d'entomologie et de pathologie du Ministère de l'Agriculture.

Les agriculteurs peuvent utiliser cette application pour diagnostiquer leur problème parasitaire. Ils peuvent effectuer des recherches dans la base de données, utiliser l'application pour obtenir un diagnostic visuel, ou soumettre une photo à l'un des agents de vulgarisation, le tout par l'intermédiaire du tableau de bord en ligne. Au lieu de perdre un temps précieux à attendre une réponse, l'agriculteur peut obtenir une solution rapide pour savoir comment gérer son problème. « Nous mettons en place un canal de communication en temps réel », poursuit Troy. « L'agent de vulgarisation est capable de voir ce que l'agriculteur voit et peut ainsi mieux l'accompagner dans la recherche de la solution à son problème ».

IMPACT

Jusqu'ici 100 agriculteurs ont testé l'appli. « Ils ont vérifié l'idée initiale et, avec les agents de vulgarisation, nous font part de leurs retours sur les prototypes ».

Bien que l'application en soit toujours au stade du développement – avec seulement six mois de prototypage – CropGuard reçoit déjà des retours très positifs de la part des agriculteurs, mais aussi de la part de spécialistes. « Le Chef des Services de Vulgarisation du Ministère de l'Agriculture était très impressionné », confie Troy. « Lors de notre première présentation, il a mentionné que l'appli présentait une excellente vision des défis auxquels font face les agents de vulgarisation, et il a ajouté qu'il voyait comment cette information en temps réel pourrait radicalement améliorer leurs services aux agriculteurs. Nous étions ravis. Un chercheur de l'Université de McGill a également vu l'appli lors d'une convention et l'a fortement

complimentée », dit Troy modestement. « Il a dit que c'était la présentation la plus remarquable, la plus innovante ».

L'application a non seulement reçu d'excellents retours, mais elle en a aussi tenu compte dans son processus de développement. « Au moins 70 pour cent des membres de la coopérative sont des agriculteurs », explique Troy. « Ils ont vérifié l'idée initiale et, avec les agents de vulgarisation, nous ont fait part de leurs retours ». CropGuard l'a présentée au Ministère de l'Agriculture, ainsi qu'à un groupe d'agriculteurs biologiques et un groupe de lutte antiparasitaire. « C'est notre philosophie de développement », ajoute Troy. « Il est très important pour nous de permettre à tous les groupes d'acteurs de donner leur avis dès la conception ».

BUSINESS MODEL

« Nous devons déterminer comment convertir cette application en un modèle de revenu durable ».

Encore à sa phase de pilotage, Cropguard est actuellement financé par des acteurs extérieurs ayant perçu son immense potentiel. Alors que l'attention se porte sur le développement de l'application, l'équipe utilise également cette phase de pilotage pour tester la demande du marché quant à ses services. « Chaque interaction est importante et utile pour la personne qui utilise la plateforme, qu'il s'agisse de l'agriculteur ou du chercheur. Nous devons déterminer la façon dont cette application peut être convertie en un modèle de revenu durable ».

À COURT TERME

« Nous sommes en train de développer une API ouverte afin que d'autres développeurs et d'autres systèmes puissent se connecter à nos données. Les possibilités sont infinies ».

Tout en continuant à perfectionner son concept initial en un produit solide, la collecte des

retours des utilisateurs a également permis d'accéder à d'autres opportunités que l'équipe de CropGuard n'aurait jamais imaginées à l'origine. « Nous avons été approchés par un professeur qui était très enthousiasmé par l'appli, car elle la percevait comme un outil pédagogique pour ses étudiants », partage Troy. Les étudiants avaient découvert l'appli lors d'une convention et arrivaient maintenant à retenir les noms des cultures, stimulés par l'application. « Elle était rayonnante d'enthousiasme », se rappelle-t-il. « C'était incroyable – nous n'avions jamais pensé à utiliser l'appli comme un jeu interactif auparavant, et soudain, ce professeur nous faisait découvrir cette nouvelle possibilité qui pourrait avoir un impact considérable sur l'implication de la jeunesse dans le secteur ».

L'idée du quiz pédagogique n'est qu'une des nombreuses idées que CropGuard pense développer dans les années à venir. L'équipe songe également à utiliser l'appli comme outil de recherche pour des services tels que la localisation et le suivi en temps réel de la diffusion d'infestations parasitaires à travers le pays. Les données ouvrent d'innombrables possibilités, et l'équipe s'assure que cela peut s'ajuster rapidement. « Nous développons une API (Interface de Programme d'Application) ouverte afin que d'autres développeurs et d'autres systèmes puissent se connecter à nos données », ajoute Mortimer, remarquant le potentiel corollaire dans les modèles de revenu. « Les possibilités sont infinies, et nous souhaitons conserver toutes nos options ouvertes ».

L'expansion géographique fait également partie de nos priorités, alors que CropGuard songe actuellement à adapter son offre en Jamaïque et au Suriname. « À terme, nous espérons intervenir dans le monde entier, ou au moins dans les régions possédant un climat similaire », dit Troy en souriant. « Mais d'abord, nous devons viser juste au niveau du produit ».

À L'HORIZON

« Nous souhaitons voir comment nos produits peuvent fonctionner ensemble. Nous voulons offrir une solution plus globale ».

« Nous sommes réellement focalisés sur l'information et les données », remarque Troy. « Nous devons accroître leur accès afin que les agriculteurs puissent utiliser ces connaissances pour gagner en compétences ». Prenons l'exemple de produits excédentaires sur le marché : si les agriculteurs connaissaient la quantité surproduite et gâchée, ils pourraient mieux ajuster leur production et s'adapter à la demande du marché.

Au-delà de l'accès des agriculteurs à l'information, Troy est convaincu de l'immense potentiel d'un réseau de collaboration avec d'autres développeurs. « Nous souhaitons voir comment nos produits peuvent fonctionner ensemble », explique-t-il. « Nous voulons offrir une solution plus globale ». Le réseau qu'il imagine connecte des développeurs de domaines différents – le transport, l'agriculture, et l'éducation. « Nous souhaitons apprendre d'eux, et nous pensons qu'ils peuvent également apprendre de nous. Construisons un réseau pour une fertilisation croisée ». ■

DEVENIR PARTENAIRE

Contactez info@addisalemcoop.com

COLLABORATION AVEC LE CTA

CropGuard est un lauréat (2^e prix) du programme AgriHack Talent du CTA, organisé dans les Caraïbes en 2014. En plus d'une récompense financière, l'équipe a bénéficié d'un accompagnement de plusieurs mois, en partenariat avec le Conseil National pour la Science et la Technologie (Gouvernement de La Barbade) et l'entreprise Wi-Connect Mobile. Elle bénéficiera également d'autres opportunités de rencontres.

HISTOIRE 5

Edyn — SmartPhones, circulez

Des capteurs intelligents pour mesurer la santé du sol et envoyer des alertes


JASON ARAMBURU
 États-Unis,
d'origine dominicaine

 <https://edyn.com/>
 Edyn

 @EdynGarden

 Jason Aramburu

PROBLÈME

« Les capteurs commerciaux agricoles d'humidité et de santé du sol étaient très coûteux et représentaient des technologies vétustes. On avait l'impression de vivre au Moyen-Âge ».

Comme beaucoup de technologies transformatrices, Edyn* a été créée pour répondre aux besoins d'une seule entreprise – avant de devenir une plateforme utile à tous. « J'ai créé les premiers prototypes qui sont devenus Edyn lorsque je travaillais sur le terrain, dans l'ouest du Kenya, avec re:char », explique Jason. La première entreprise à utiliser Edyn avait du mal à trouver un outil capable de collecter des données et comparer l'impact de ses engrais bio par rapport à d'autres.

Les technologies existantes n'étaient pas appropriées. Les capteurs commerciaux agricoles d'humidité et de santé du sol étaient chers et représentaient des technologies vétustes. Insatisfaits de l'offre du marché, l'équipe de re:char a ainsi décidé de créer son propre outil. « Nous avons commencé à expérimenter avec de très simples micro-contrôleurs programmables et avons fini par concevoir les premiers prototypes – principalement à usage interne, simplement pour effectuer le suivi de ces différents essais. Nous avons ensuite commencé à susciter beaucoup d'intérêt dans le secteur, aussi bien chez les agriculteurs que du côté des ONG agricoles, qui nous disaient « Je dois aussi surveiller les essais terrain. Ça m'intéresse ». Et c'est à peu près comme ça que ça a commencé ».

SOLUTION

« Edyn est un capteur intelligent sans fil qui mesure l'humidité des sols, la nutrition du sol, la température, l'humidité et la lumière, et transfère toutes ces données vers le Cloud ».

« Edyn est un capteur intelligent sans fil qui mesure l'humidité des sols, la nutrition du sol, la température, l'humidité et la lumière, et transfère toutes ces données vers le Cloud », explique Jason. « C'est un appareil à énergie solaire qui envoie toute l'information collectée à notre serveur. Nous la traitons et envoyons des données et des recommandations sur le smartphone de l'utilisateur. Nous fournissons des conseils et un accompagnement aux agriculteurs et aux petits



Edyn est un appareil à énergie solaire qui envoie toutes les informations collectées à un serveur.

jardiniers pour leur permettre d'améliorer leur rendement agricole, tout en utilisant le moins de ressources possibles ».

Une fois que l'agriculteur possède l'appareil, il le positionne dans la terre dans un endroit ensoleillé. Grâce à l'application, toute l'interaction s'effectue sur l'appareil mobile. Lorsqu'il souhaite connaître l'état de ses cultures, il consulte le tableau de bord sur Edyn et obtient données et recommandations personnalisées pour ses cultures spécifiques. De plus, pour les cultures particulières, Edyn envoie des notifications pour les différents ajustements (degré d'humidité de la terre bas, niveau de nutrition bas, etc...).

Ce tableau de bord visuel est capital, c'est pourquoi Edyn n'est actuellement disponible que sur Android et iOS. « Nous estimons que les utilisateurs ont une meilleure expérience lorsqu'ils ont accès à une interface graphique. Les données sont plus complètes, l'information, plus riche ».

Lorsqu'on lui demande pourquoi il n'utilise pas la technologie SMS, Jason répond simplement : « Vous ne pouvez pas regarder la technologie dominante aujourd'hui et créer en fonction de ça, car avec l'informatique, le cycle temporel de création est très long. Il faut au moins deux ans, de l'idée à la production, pour obtenir un équipement informatique sur le marché et le manufacturer. Il faut réellement regarder deux ou trois ans en avant. Nous avons pu observer la vitesse avec laquelle le smartphone Android est en train d'être adopté en Afrique et dans les pays en développement. Nous pensons réellement qu'il sera l'outil dominant pour connecter les gens à Internet dans le monde entier ».

IMPACT

« Il existe un potentiel théorique pour réduire la consommation d'eau de 50 pour cent sans que cela impacte le rendement ».

Edyn vient d'expédier sa première livraison de capteurs plus tôt cette année – un total de 3 200 appareils à 2 300 consommateurs à travers le monde. « Notre prochaine production sera d'environ 13 500 appareils et nous délocaliserons alors notre production en Chine où nous pourrions obtenir un meilleur prix sur le matériel », explique Jason. En se concentrant sur les petits jardiniers aux États-Unis et en Europe et des exploitations agricoles plus importantes dans les pays en développement, environ 225 des 3 200 appareils sont expédiés aux exploitants agricoles africains.

Edyn a démontré son potentiel. Avec sa technologie innovante et son automatisation, Edyn est capable de réduire la consommation en eau sans impacter le rendement. « Nous avons pu descendre jusqu'à 30 pour cent », dit Jason. « Mais il existe un potentiel théorique de réduction de la consommation d'eau de 50 pour cent ».

« Beaucoup de cultivateurs se fient à des méthodes de collecte de données très inexactes. Si vous demandez à un grand nombre d'agriculteurs sérieux quelle quantité d'eau ils consomment pour l'irrigation, ils répondront « Eh bien, je fais le test du doigt. J'enfonce mon doigt dans le sol et je vérifie si c'est mouillé ». La réalité est que l'on ne peut pas faire la différence entre, disons, 70 pour cent ou 80 pour cent d'eau en utilisant son doigt. Et cela pourrait faire une énorme différence pour leurs cultures et leur consommation d'eau ». Edyn aide les agriculteurs à diminuer leurs coûts tout en développant un secteur plus respectueux de l'environnement.

BUSINESS MODEL

« Nous voulions démarrer avec la plus grosse commande possible afin de pouvoir baisser nos coûts et vraiment réduire la nomenclature ».

Afin de financer le développement initial du produit, Edyn a utilisé la plateforme participative

de financement, Kickstarter. « Lorsque l'on utilise du matériel informatique, l'économie d'échelle est importante. Nous appelons cela la nomenclature, c'est ce qui représente le coût réel du dispositif à fabriquer », explique Jason. « Nous voulions démarrer avec la plus grosse commande possible afin de pouvoir baisser nos coûts et vraiment réduire la nomenclature - et nous pensions que Kickstarter était la meilleure solution pour obtenir un volume de commande élevé ».

Chaque capteur Edyn coûte 100 dollars. Le public pouvant supporter ce coût est le petit jardinier aux États Unis et en Europe, et plus largement les exploitations agricoles de cultures de rente dans les pays en développement. « Le marché des particuliers est l'un des marchés agricoles qui croît le plus rapidement », explique Jason. « Il y a d'énormes gains d'efficacité dans l'agriculture domestique ». Pour les pays en développement, « nous ciblons les agriculteurs dont l'exploitation représente dix hectares ou plus... et qui consacrent généralement la moitié de leurs terres aux cultures de rente, et entre un quart et la moitié aux cultures à valeur ajoutée, leur usage domestique ou la vente au niveau local ».

Même si Edyn souhaite soutenir les petits exploitants agricoles, Jason explique qu'Edyn – dans sa forme actuelle – n'est pas fait pour eux.

À COURT TERME

« Pour autant que nous le sachions, c'est à ce jour la plus grosse tentative de saisie et de mesure de données agricoles ».

Pour améliorer l'utilisation rationnelle de l'eau, Edyn développe actuellement l'Edyn Water Value – un régulateur d'irrigation que les agriculteurs peuvent utiliser pour automatiser et contrôler l'irrigation de leurs cultures à distance. « En plus d'être pratique, ce système permet d'économiser une quantité d'eau considérable car il distribue la bonne quantité d'eau à vos plantes au bon moment

de la journée », ajoute Jason. L'intérêt d'un tel système est tout simplement phénoménal.

Jason imagine également qu'Edyn peut devenir un outil de saisie des tendances des marchés agricoles actuels et émergents. « Nous avons des données qui proviennent du monde entier dans notre base, et nous sommes capables de visualiser et analyser des tendances rapidement. Nous pouvons alors consulter ces données selon la localisation ou le type de culture et comparer la culture de chou frisé d'un agriculteur au Kenya avec celle d'un particulier dans son potager à San Francisco. Nous pouvons voir quelles sont les techniques utilisées et la manière dont elles s'adaptent aux conditions climatiques, différentes selon les régions. Le potentiel d'accès à ces données est très prometteur. Pour autant que nous le sachions, il s'agit à ce jour de la plus grande initiative de saisie et de mesure de données agricoles ».

À L'HORIZON

« Afin de réellement encourager l'innovation et de développer de nouvelles idées, les structures de financement traditionnelles ont besoin d'évoluer ».

Selon Jason, deux secteurs vont se développer de manière exponentielle dans les cinq prochaines années : les TIC et les biofertilisants. « Nous avons vu quelques exemples, comme avec la Smallholders Foundation au Nigéria, que la diffusion de quelques informations sur la manière d'utiliser les ressources plus efficacement sur l'exploitation agricole peut avoir un énorme impact. Le potentiel du smartphone, avec l'accroissement de la bande passante et de la taille du réseau d'informations disponible, est considérable ... et je pense que cela mènera à une hausse exponentielle de la productivité agricole ».

Selon Jason, à mesure de l'avancement simultané des durabilités environnementale et économique, les biofertilisants deviendront indispensables. « Ils sont plus en harmonie avec la terre, bien plus

abordables que les engrais chimiques, et n'ont pas le même impact. Je pense que le secteur va considérablement se développer ».

Le potentiel de transformation du secteur est extraordinaire, mais Jason estime que les structures traditionnelles de financement vont devoir évoluer vers l'une de ces solutions innovantes pour pouvoir réellement émerger. « Les sources de financement traditionnelles pour le développement agricole utilisent le même modèle depuis 50 ans. Elles ne soutiennent pas réellement l'innovation, mais plutôt le développement de solutions déjà existantes. Afin de réellement encourager l'innovation et développer de nouvelles idées, le système doit évoluer ». Jason trouve l'inspiration du côté de la Silicon Valley : « De nouvelles idées sont constamment financées, et peut-être que 99 pour cent d'entre-elles échouent, mais la seule réussite de l'un de ces projets compense tous ces échecs. Je pense que c'est le seul modèle qui fonctionne réellement avec l'innovation, et c'est un modèle qui, je l'espère, sera de plus en plus adopté dans le domaine du développement et de l'agriculture ».

ENSEIGNEMENTS TIRÉS

« Si je pouvais remonter dans le temps, je lirais probablement tous les livres d'économie qui me tomberaient sous la main ».

Quand on tient simultanément compte de toutes ces extraordinaires opportunités et tous ces obstacles financiers, comment un jeune peut-il naviguer aisément dans l'espace de l'agro-entrepreneuriat ? Jason recommande de suivre la voie de la subvention – « Les investisseurs sont frileux quant au fait d'investir sans voir le succès financier au bout de la route, ou sans voir des conditions de retrait claires. Mais si vous êtes un jeune entrepreneur innovant, il existe des sources de financement par subvention qui fournissent un petit capital de départ et permettent de démontrer votre viabilité ».

Pour les innovations matérielles, Jason propose d'étendre sa base d'utilisateurs. « Il est réellement dans votre intérêt de penser aussi grand que possible afin de créer un marché aussi large que possible pour votre solution ou votre produit. Ne vous limitez pas de quelque manière que ce soit, car dans ce cas, le résultat ne sera manifestement pas aussi important ».

Pour n'importe quel entrepreneur, dans le domaine agricole ou non, Jason recommande davantage de compétences commerciales. « J'aurais aimé avoir l'esprit plus commercial et un peu moins idéaliste, ou plutôt toujours idéaliste, mais plus orienté sur la création, le développement et le maintien d'une entreprise. Je crois que c'est très important... que votre entreprise soit à but non-lucratif ou lucratif, elle reste une entreprise, une société. J'ai dû apprendre tout cela sur le tas. Mais, si je pouvais remonter dans le temps, je lirais probablement tous les livres d'économie qui me tomberaient sous la main. ■

DEVENIR PARTENAIRE

Contactez jason@re-char.com

COLLABORATION AVEC ASHOKA

Jason a été élu Fellow Ashoka en 2013 pour ses travaux sur un projet antérieur, re:char. Consultez le profil Ashoka de Jason pour en apprendre davantage sur son ingéniosité, sa passion, et sa vision du secteur qui l'ont propulsé dans le réseau Ashoka.

***Bien qu'Edyn ne se concentre pas sur les petits exploitants agricoles des pays ACP, l'incroyable intérêt que son innovation apporte au niveau du suivi de la nutrition du sol et de la préservation de l'eau est inégalé. En tant que Fellow Ashoka expérimenté, les conseils de Jason relatifs aux défis des agro-entrepreneurs dans le secteur sont extrêmement précieux pour tout innovateur dans ce domaine.**



50 %

le potentiel théorique de réduction de la consommation d'eau en utilisant Edyn

HISTOIRE 6

Hello Tractor — Les tracteurs deviennent SMART (intelligents)

Faire émerger l'économie partagée au Nigéria avec des tracteurs connectés



JEHIEL OLIVER

États-Unis,
d'origine trinitadienne

www.hellotractor.com

@HelloTractor

Jehiel Oliver

PROBLÈME

« *La plupart des agriculteurs n'ont pas la technologie nécessaire pour transformer leur terre en outil extrêmement productif. Sans tracteur, les exploitants agricoles sous-produisent, sèment tardivement, et subissent des pertes de revenus* ».

Après une expérience de 5 ans dans une banque d'investissement, Jehiel s'est lancé dans le conseil. Il travaillait à l'amélioration des conditions de vie de ceux qui se trouvent à la base de la pyramide. « J'ai toujours été animé par l'envie d'offrir des opportunités aux communautés marginalisées », explique-t-il. Il ne se doutait pas que cette passion allait le mener jusqu'au Nigéria.

Jehiel a conçu la première version de Hello Tractor – un moyen d'amener des intrants coûteux à la portée d'agriculteurs à faibles revenus – en travaillant sur les investissements dans les chaînes de valeur aux Philippines. « Quand aucune politique ne protège les agriculteurs contre les risques financiers, il est très compliqué pour eux d'accéder aux financements, ce qui signifie qu'il leur est très difficile d'investir dans des intrants à forte valeur ajoutée », explique-t-il. « J'ai simplement vu l'opportunité de combler cet écart en permettant aux petits exploitants agricoles d'accéder à des tracteurs d'une façon pratique et abordable ». Jehiel ne pensait pas seulement aux petits agriculteurs. Il estimait

également qu'en créant des opportunités pour un revenu plus stable, ce schéma atténuerait pour les banques les risques associés à l'agriculture.

Pourquoi le Nigéria ? « Le Nigéria possède l'une des plus grandes réserves de terres agricoles non cultivées au monde. Plus de la moitié de la population travaille dans le secteur de l'agriculture, mais la majorité ne dispose pas de la technologie pour transformer la terre en un atout productif. Actuellement, seulement 4 pour cent de la demande en tracteurs du pays est satisfaite, ce qui conduit les agriculteurs à sous-produire, à semer tardivement, et à subir des pertes de revenus ».

SOLUTION

« *Au lieu de donner une subvention à quelqu'un pour acheter un tracteur, vous pouvez réaliser un investissement intelligent dans une plateforme qui peut avoir un impact considérable, avec un apport financier relativement faible. En impliquant les banques locales, nous tirons profit de cet investissement pour amplifier son impact* ».

Hello Tractor a créé un tracteur intelligent (Smart Tractor) à bas coût, polyvalent, et spécifiquement conçu pour des petites parcelles de terre. Dotés des technologies telematix et GPS, ces tracteurs sont également localisables pour que les opérateurs puissent connaître leur emplacement exact. L'entreprise vend les Smart Tractors à des

personnes qui les livrent aux agriculteurs lorsque ces derniers envoient un texto via la plateforme virtuelle du Cloud de Hello Tractor. Hello Tractor avertit alors le prestataire de services, et la machine est livrée en moins de deux semaines. Grâce à ce concept efficace, Hello Tractor fournit un service 40 fois plus rapide que le travail manuel et qui représente 1/3 de son coût.

Afin de s'assurer que les tracteurs sont exploités et gérés par la communauté, l'entreprise allie cette technologie innovante à un financement innovant. Elle travaille avec les banques et les investisseurs pour aider les agriculteurs à devenir à leur tour propriétaires de tracteurs. Les Smart Tractors deviennent ainsi un moyen d'améliorer les moyens de subsistance de toute personne impliquée dans le processus – les agriculteurs mais aussi les propriétaires de tracteurs – faisant évoluer la nature des opportunités rurales.

IMPACT

« Nous cherchons à toucher 22 500 agriculteurs bénéficiaires la première année. Au niveau domestique, nous souhaitons toucher au total 148 500 foyers bénéficiaires. Et nous souhaitons faire économiser à ces foyers un total de 2,8 millions de dollars ».

Alors que Hello Tractor a encore moins d'un an d'existence, le marché est déjà conquis. « En un an d'existence, nous avons déjà 300 commandes confirmées de Smart Tractors », partage-t-il. La société a non seulement eu des ventes florissantes, mais leurs prévisions sur l'impact au niveau de la communauté sont également énormes. « Ça va affecter 300 propriétaires particuliers et augmenter leurs revenus de cinq fois le taux de salaire journalier, après remboursement du prêt », ajoute-t-il. « À leur tour, ces 300 propriétaires vont toucher 22 500 agriculteurs bénéficiaires qui sollicitent les services de Smart Tractor. Au niveau domestique, cela représente un total de 148 500 foyers bénéficiaires, et une économie de



© Jehiel Oliver/Hello Tractor

Démonstration de Hello Tractor au Nigeria, où seulement 4 pour cent de la demande du pays pour les tracteurs est actuellement satisfaite.

2,8 millions de dollars sur les coûts de préparation du terrain ».

Jehiel explique de quelle manière le modèle illustre l'effet multiplicateur. « L'on peut voir comment il est possible de réellement multiplier son impact en se concentrant simplement sur la réduction du coût de la main-d'œuvre agricole, en proposant des services de tracteurs abordables ». Hello Tractor a rendu les transactions entre banquiers et agriculteurs non seulement plus faciles mais également plus rentables. Face à l'engouement qui existe pour ces tracteurs, Jehiel pense que l'entreprise est capable de réaliser des chiffres de croissance de cinq ans en à peine moins de deux ans.

BUSINESS MODEL

« Plus nous vendons des tracteurs, et plus nous effectuons des transactions, plus nous sommes rentables et plus vite nous pouvons nous développer ».

Le modèle de Hello Tractor repose sur l'harmonisation des intérêts de toutes ses parties prenantes : les propriétaires de Smart



L'essentiel, c'est que les agriculteurs bénéficient de services de tracteurs abordables leur permettant de surmonter les contraintes de travail qui limitent leur production et leurs revenus »

Tractors, les institutions financières, et les petits exploitants agricoles. Le prix d'un Smart Tractor s'élève à 3 500 dollars. Hello Tractor facilite les emprunts pour que les acheteurs puissent accéder aux différentes options de financement. Les banques apprécient particulièrement cet arrangement, car elles peuvent garantir le prêt avec le Smart Tractor : investir dans l'agriculteur devient beaucoup moins risqué. L'entreprise travaille également avec des investisseurs qui y voient une opportunité « d'avoir un impact de taille considérable, durablement, pour une somme d'argent relativement faible », explique Jehiel.

L'essentiel, c'est que les agriculteurs bénéficient de services de tracteurs abordables leur permettant de surmonter les contraintes de travail qui limitent leur production et leurs revenus.

« Pour nous », ajoute Jehiel, « plus nous vendons des tracteurs, et plus nous effectuons des transactions, plus nous sommes rentables et plus vite nous pouvons nous développer. Il s'agit simplement de combiner tous ces intérêts ». Le modèle de Hello Tractor permet à tout le monde d'être plus rentable : les banques gagnent de nouveaux emprunteurs, les propriétaires développent des marchés, et les agriculteurs réduisent leurs coûts de production.

En effet, en se concentrant sur l'harmonisation des incitations, Hello Tractor a cultivé les partenariats stratégiques suivants pour l'aider dans cet effort :

- Les acteurs publics et privés de l'industrie agricole : un réseau important d'agriculteurs organisés et approuvés qui voient un intérêt pour les produits de Hello Tractor et peuvent directement en bénéficier (PropCom, Notore Chemical Industries Ltd., Nigerian Agricultural Cooperative Organisation, USAID MARKETS, et la Business Innovation Facility).
- Les institutions financières de développement et les banques commerciales : celles qui proposent des packages financiers abordables, adaptés aux consommateurs se situant aux deux extrémités du marché bilatéral. Un financement abordable est primordial pour permettre aux petits exploitants agricoles d'avoir accès aux Smart Tractors (Banque centrale du Nigéria, Banque d'Agriculture, Banque Fortis de Microfinance, USAID DCA).
- Les institutions multilatérales de développement : celles qui fournissent à la fois des subventions et un soutien en nature afin d'accélérer le développement produit, les essais, les démonstrations et les ventes (USAID, IFAD).
- Les entreprises de logistique qui peuvent intervenir lors de la distribution du produit, la diffusion de pièces détachées, et le développement d'un réseau de techniciens qualifiés (Habgito Nig Ltd).

À L'HORIZON

« Nous harmonisons nos intérêts avec ce groupe d'agriculteurs en leur offrant l'opportunité d'acheter un Smart Tractor, en le livrant à leur communauté, et en leur permettant de suivre leur investissement grâce à notre appli ou notre plateforme Web ».

Lorsque Hello Tractor se projette dans l'avenir, il voit au-delà des frontières géographiques

du Nigéria – jusqu’au continent et au-delà. « Je pense que c’est un business model viable et suffisamment attrayant pour être appliqué à l’Afrique subsaharienne où les défis sont encore plus importants », partage-t-il. Avec l’harmonisation des acteurs, les possibilités semblent infinies.

En effet, l’entreprise pense aussi à faire participer la diaspora nigériane. « Nous cherchons à exploiter le marché des transferts de 21 milliards de dollars pour les Nigériens de la diaspora. Ce sont des personnes qui disposent à la fois de capital et de relations », dit-il. « Nous harmonisons nos intérêts avec cette clientèle en lui offrant l’opportunité d’acheter un Smart Tractor, en le livrant à sa communauté, et en lui permettant de suivre son investissement grâce à notre appli ou notre plateforme Web ».

Selon Jehiel, la connexion entre les parties prenantes est la clé de la durabilité et de l’évolutivité pour Hello Tractor. « Je pense que lorsque vous faites cela, vous vous y retrouvez au niveau de la durabilité et de l’évolutivité ». Là où il y a évolutivité, il y a possibilité d’une véritable transformation. Pour Hello Tractor, cela signifie répondre aux besoins du marché par la mise en service de 750 000 tracteurs supplémentaires, afin d’égaliser les normes mondiales de mécanisation agricole.

ENSEIGNEMENTS TIRÉS

« Vous verrez qu’il est possible de réellement multiplier son impact en se concentrant sur une phase ou une activité. Si vous choisissez la bonne activité, votre impact peut être considérable ».

Jehiel éprouve un intérêt fort pour la technologie dans le secteur agricole. Il la perçoit comme un véritable levier commercial, mais aussi comme un moyen d’inciter la jeunesse à développer des affaires intéressantes et productives. « Lorsque vous introduisez la technologie, l’agriculture

devient plus attrayante pour la jeunesse. Ce sont des personnes qui souhaitent gagner de l’argent, et sans technologie, c’est compliqué », explique Jehiel. Pour lui, la technologie est un moyen d’attirer la jeunesse sur les exploitations agricoles, en rendant l’agriculture à la fois rentable et attrayante.

Pour n’importe quel entrepreneur se lançant dans le côté innovant du secteur, il recommande la concentration : « Vous verrez qu’il est possible de réellement multiplier son impact en se concentrant sur une phase ou une activité. Si vous choisissez la bonne activité, votre impact peut être considérable ». ■



148 500

**foyers
bénéficiaires
économisent 2,8
millions de dollars
sur les coûts de
préparation du
terrain**

DEVENIR PARTENAIRE

- Acteurs publics et privés de l’industrie agricole disposant de réseaux d’agriculteurs organisés et approuvés
- Institutions financières de développement et banques commerciales
- Institutions multilatérales de développement qui peuvent fournir des subventions et un soutien en nature afin d’accélérer le développement du produit

Pour plus d’informations, contactez Martha Haile sur martha@hellotractor.com

HISTOIRE 7

DARAL Technologies — La traçabilité grâce aux boucles nasales

La traçabilité du bétail pour lutter contre les maladies et le vol



AMADOU SOW



PROBLÈME

« Des millions de francs CFA sont perdus à cause des maladies équine et du vol de bétail ».

Amadou s'est toujours efforcé de favoriser les plus démunis. « Relever des défis m'a toujours tenu à cœur », déclare-t-il. En tant que commerçant, ayant lui-même travaillé dans différents secteurs de l'industrie alimentaire, il connaissait personnellement les défis associés au secteur agricole.

Il a été particulièrement frappé par les énormes pertes de bétail liées à la maladie et au conflit :

« Des millions de francs CFA sont perdus à cause des maladies équine et du vol de bétail », explique-t-il, citant des sources ministérielles. « Ça arrive partout en Afrique », ajoute-t-il. « Parfois cela résulte de combats meurtriers entre groupes ethniques ».

Amadou a cherché à apprendre autant que possible et, alors qu'il suivait un cours d'informatique, il a réalisé que les TIC pouvaient bénéficier à toute activité de développement. « Je me suis tout de suite demandé pourquoi ne pas créer quelque chose avec cet outil afin d'aider nos compatriotes dans la résolution des problèmes auxquels ils sont confrontés », explique-t-il. « Comment les TIC peuvent-elles aider nos compatriotes contre les échecs qui se traduisent par des pertes énormes » ?

Pour Amadou, DARAL Technologies représente une autre étape dans son parcours de vie – « Je dirais que DARAL est un rêve d'enfant que je suis en train de réaliser », confie-t-il. Ça n'a pas été facile, mais son dévouement à cette mission n'a jamais failli.

SOLUTION

DARAL vise à créer un système qui soutient les agriculteurs dans la lutte contre les maladies et le vol de bétail.



Un registre national des agriculteurs et de l'élevage assurera des statistiques fiables en permanence dans l'industrie.

Grâce à leur détermination, Amadou et son équipe ont fait de DARAL Technologies un outil d'amélioration de la condition du bétail. Le but de DARAL est de créer un système qui soutient les agriculteurs dans la lutte contre les maladies et le vol, en leur permettant d'identifier et de localiser leurs troupeaux. DARAL appose une boucle nasale sur chaque bête du troupeau pour permettre aux différents acteurs de la chaîne de valeur de communiquer par des alertes SMS et des notifications – leur permettant de savoir par exemple à quel moment les différents troupeaux se sont déplacés d'un endroit à un autre. DARAL a été adapté pour l'usage des particuliers et d'organisations qui cherchent à acheter ou vendre du bétail. DARAL leur a permis de sécuriser leurs transactions.

IMPACT

« Le système d'alerte de DARAL aide à prévenir les risques de prolifération et la vente de viande contaminée sur le marché. Des vies ont été sauvées, et une catastrophe a une fois au moins été évitée ».

Bien que toujours dans sa phase pilote, DARAL travaille déjà avec 10 villages dans le sud du Sénégal, soit un total de 2 553 agriculteurs. « Et ce chiffre augmente chaque semaine », ajoute Mansour Fall, l'adjoint d'Amadou. DARAL commence aussi à gagner du terrain dans le domaine, avec des partenaires tels que le Ministère de l'Agriculture qui promeut et adopte la technologie des boucles nasales pour ses troupeaux.

Au-delà des statistiques pilotes prometteuses, Mansour remarque un troisième et non moins important impact du système, à savoir l'unité que DARAL offre aux agriculteurs, lesquels sont maintenant tous rassemblés sur une plateforme commune. « Le gouvernement – et plus particulièrement le Ministère

de l'Agriculture – ne fait plus face à une multitude de mouvements et d'associations disparates », explique-t-il. « Il dispose à présent d'une interface unique avec le monde de l'agriculture ».

Mais que signifie tout cela ? Une meilleure communication permet des approches plus rapides et plus intégrées de l'agriculture. « Lorsque cinq vaches meurent après avoir été mordues par un chien enragé », décrit Mansour, « le système d'alerte de DARAL aide à prévenir les risques de prolifération et de vente de viande contaminée sur le marché. Des vies ont été sauvées et une catastrophe a été évitée ». Dans de telles situations, la capacité de DARAL à tracer les sources évite un grand vent de panique, des pertes économiques, et même la mort.

BUSINESS MODEL

« Le nouveau business model permettrait à DARAL de proposer ses services aux compagnies d'assurances agricoles ».

DARAL Technologies est actuellement financé par le Fonds de Développement du Service Universel des Télécommunications (FDSUT), un fonds d'innovation créé par le régulateur des télécoms sénégalais. Avec la fin prochaine de ce financement, l'entreprise cherche actuellement de nouvelles sources de financement externes pour le court terme, et est en train de développer un nouveau business model pour le long terme.

En tenant compte des différents acteurs du secteur, Mansour partage sa vision pour les années à venir : « Le nouveau business model permettrait à DARAL de proposer ses services aux compagnies d'assurance agricoles. En échange, DARAL apposerait des boucles nasales sur le bétail et distribuerait des cartes de membres aux agriculteurs ».



Les jeunes entrepreneurs de projets doivent s'armer de courage, d'humilité, d'objectivité et de persévérance. Le courage, car il vous mènera à une décision. L'humilité car parfois, certaines personnes vous sous-estimeront. L'objectivité et la persévérance car, sans elles, nous réussissons rarement à atteindre les résultats que nous nous sommes fixés »

À COURT TERME

« Nous travaillons actuellement à la création d'un registre national d'agriculteurs, mais aussi du bétail, afin de garantir des statistiques fiables en permanence pour l'industrie agricole ».

Tandis qu'il construit un business model pour assurer sa pérennité, Amadou voit grand pour l'avenir de sa société : « Nous travaillons actuellement à la création d'un registre national d'agriculteurs mais aussi du bétail afin de garantir des statistiques fiables en permanence pour l'industrie agricole », partage-t-il. « Ceci permettra au gouvernement une bonne protection politique pour le secteur, ainsi que la possibilité d'intervenir rapidement si nécessaire ».

Amadou a également l'espoir d'impliquer davantage la jeunesse du pays, en lui offrant des opportunités de travail dans le secteur. Pour cette raison, il recherche également des moyens pour étendre DARAL à l'intégralité de la chaîne de valeur, et dans tout le pays.

ENSEIGNEMENTS TIRÉS

Les jeunes leaders et innovateurs devraient être remplis d'humilité et de persévérance.

L'histoire de DARAL Technologies est celle d'une persévérance et d'un dévouement immense. Amadou a pris un gros risque lorsqu'il a lancé DARAL, en investissant toutes ses économies et en vivant avec seulement 0,50 dollars/jour ces cinq dernières années. Il souligne l'importance du courage, faisant référence à sa propre décision : celle de quitter son entreprise lucrative et de se dévouer entièrement à DARAL.

« À un moment donné, j'avais le choix entre deux choses : retourner en Mauritanie et poursuivre mon activité pour subvenir à mes besoins et ceux de ma fiancée, ou poursuivre ce projet jusqu'à ce qu'il rencontre le succès ». Quelle qu'ait pu être la difficulté du chemin, Amadou a fait son choix et n'a jamais regardé en arrière depuis.

« Je conseillerais aux jeunes entrepreneurs de projets de s'armer de courage, d'humilité, d'objectivité et de persévérance », partage-t-il. « Le courage, car il vous mènera à une décision. L'humilité car parfois, certaines personnes vous sous-estimeront. L'objectivité et la persévérance car, sans elles, nous réussissons rarement à atteindre les résultats que nous nous sommes fixés ». ■

DEVENIR PARTENAIRE

Contactez Amadou Sou sur sow.amadou78@yahoo.fr

COLLABORATION AVEC LE CTA

Un partenaire de DARAL Technologies a participé aux événements Plug & Play du CTA pendant la Conférence internationale ICT4Ag à Kigali, en 2013, ainsi qu'à d'autres activités en 2015.

HISTOIRE 8

ESSEX LTD (Retronics) — Une jeune détermination

Création d'un incubateur d'œufs

PROBLÈME

« Nous étions confrontés à un marché du travail difficile, ainsi qu'à d'autres défis ».

ESSEX LTD (anciennement Retronics) est née d'une expérience commune de chômage durant laquelle Hilary, son co-fondateur et ses compagnons d'université se sont confrontés à un marché du travail difficile et d'autres défis. Ils ont alors créé leur alternative. « Parmi notre équipe actuelle de six membres, quatre d'entre nous suivions le même cours : génie électrique », raconte Hilary. « C'est alors que l'idée nous est venue de créer nous-mêmes des produits. Nous connaissons le matériel et l'écriture logicielle – nous pouvions concevoir notre propre matériel afin de créer de meilleures solutions ! » C'est ainsi qu'ESSEX LTD est née.

SOLUTION

« Nous connaissons le matériel et l'écriture logicielle – nous pouvions concevoir notre propre matériel afin de créer de meilleures solutions ! »

Comment ESSEX s'est-elle retrouvée à concentrer son action sur l'agriculture ? « Nous venons de familles de paysans », raconte Hilary. « C'est ce que nous connaissons ». L'équipe a commencé avec Fertilizer Logic, un produit qui mesure le niveau d'engrais et utilise des capteurs pour détecter le moment auquel les agriculteurs doivent ajuster le ratio pour un rendement optimal et une santé du



L'Egg Incubator utilise une technologie qui simule le processus naturel par lequel une poule couve ses œufs dans un environnement artificiel.

sol durable. L'idée a émergé suite au programme AgriHack du CTA en 2013. Malgré le potentiel réel d'une telle idée, un manque de financement et de soutien a contraint l'équipe à abandonner ce projet prometteur.

Se concentrant sur une autre idée qui avait émergé lors de leur participation à kLab, l'équipe lance aujourd'hui son second produit, l'incubateur d'œufs, avec le soutien de Green Revolution in Africa (AGRA), et dans le cadre du suivi de l'activité AgriHack du CTA. « Nous



utilisons la technologie pour simuler le processus naturel par lequel une poule couve un œuf dans un environnement artificiel. Nous utilisons des capteurs de température et d'humidité afin de reproduire les conditions dont les œufs ont besoin pour éclore », explique Hilary. « Une poule normale couve entre 15 et 20 œufs. Élever d'un coup 100 poussins est par conséquent quasiment impossible. Mais avec un incubateur d'œufs, cela devient possible ». Le prototype de cet incubateur a gagné le Hackaton ICT4Ag 2014, organisé par le Ministère de l'Agriculture du Rwanda (MINAGRI).

IMPACT

« Les propriétaires ont atteint 90 pour cent d'utilisation, ce qui a considérablement augmenté leurs revenus ».

ESSEX LTD a actuellement vendu deux incubateurs produisant chacun 120 œufs. Les deux propriétaires ont atteint 90 pour cent d'utilisation, ce qui a considérablement augmenté leurs revenus. Avec la couveuse automatique, les propriétaires de l'exploitation avicole peuvent également s'adonner à d'autres tâches car ils n'ont plus besoin de passer tout leur temps à surveiller les poules.

BUSINESS MODEL

« Il n'y a pas encore assez de revenus pour l'instant, contrairement à nos prévisions, alors nous cherchons à créer un package complet pour l'éleveur de volaille : un kit d'élevage de volaille ».

Bien que seulement au début de leur aventure, Hilary et son équipe prévoient déjà de porter l'Egg Incubator à l'étape suivante. « Nous souhaitons attirer 100 clients », confient-ils. « Ensuite, nous pourrions franchir la prochaine étape, qui est d'introduire d'autres produits ».

Alors qu'Hilary et son équipe pensent à l'avenir, le chiffre d'affaires reste leur priorité. « Nous cherchons à modifier notre business model », déclare-t-il simplement. « Il n'y a pas encore assez de revenus pour l'instant, contrairement à nos prévisions, alors nous cherchons à créer un package complet pour l'éleveur de volaille : un kit d'élevage de volaille ». Le kit comprendrait l'incubateur d'œufs, mais aussi du matériel pour construire le poulailler, l'entretenir, et effectuer le suivi des activités commerciales en utilisant des logiciels.

Bien que toujours au stade de concept, le kit pour élevage de volaille semble prometteur. « Nous avons échangé avec d'autres coopératives d'agriculteurs et elles sont très intéressées par le produit », dit Hilary. « Nous essayons d'obtenir des subventions du gouvernement afin d'aller plus loin dans ce projet ».

ENSEIGNEMENTS TIRÉS

« L'entrepreneuriat requiert de la patience ».

« L'entrepreneuriat requiert de la patience », déclare Hilary sans hésiter. « Beaucoup de personnes manquent de patience et s'empressent de créer leur produit sans réaliser une étude de marché approfondie ». Comprendre ses consommateurs est crucial, le parcours parfois



Il est essentiel de parler de votre produit aux acteurs du marché car les conclusions sont surprenantes. Parfois, vous pourriez penser que la solution viendra de la technologie et, en fait, elle viendra d'un business model innovant. Vous ne pouvez pas le savoir si vous n'écoutez pas »



Parfois le problème n'est pas financier ; il s'agit simplement de la manière dont vous présentez votre produit, du nombre de personnes que vous avez autour de vous. Votre réseau est votre valeur nette »

difficile d'ESSEX l'a prouvé. Il est essentiel de parler de votre produit aux acteurs du marché car les conclusions sont surprenantes. « Parfois, vous pourriez penser que la solution viendra de la technologie et, en fait, elle viendra d'un business model innovant. Vous ne pouvez pas le savoir si vous n'écoutez pas ».

Le manque de financement est un autre défi de taille pour les jeunes entrepreneurs. « Il n'y a aucun budget pour le développement de prototypes », confie Hilary. « Si vous vous intéressez à des endroits comme l'Amérique et l'Europe, on peut lever jusqu'à 100 millions de dollars pour une idée, sans même un prototype. Ça ne fonctionne pas ainsi en Afrique – lorsque nous ne pouvons pas obtenir de financement pour développer quelque chose, alors ça s'arrête là ».

Il suggère plutôt de se prêter au jeu du marketing. « Parfois le problème n'est pas financier ; il s'agit simplement de la manière dont vous présentez votre produit, du nombre de personnes que vous avez autour de vous. Votre réseau est votre valeur nette ». Hilary encourage les jeunes entrepreneurs à parler aux plus de gens possible – amis, hommes d'affaires, famille. « Travaillez dur, montrez-leur pourquoi c'est important pour vous, et il y a de grandes chances pour que vous trouviez le soutien dont vous avez besoin ». Il y aura toujours plus de défis à relever, et afin de

tous les surmonter, Hilary n'a qu'un mot en tête : « équipe ». « Nous avons tous nos différences et nous avons décidé de les capitaliser. Certains d'entre nous sont des techniciens. D'autres savent parler. D'autres encore savent coder ». Et toutes ces différences exploitées ensemble constituent une équipe de choc. « Nous croyons les uns en les autres et nous nous faisons confiance », conclut Hilary. « Tout se résume à ça ». ■

DEVENIR PARTENAIRE

Contactez harusha2012@gmail.com

COLLABORATION AVEC LE CTA

Les fondateurs d'ESSEX LTD ont participé au premier championnat AgriHack du CTA en Afrique de l'Est en 2013. Ils étaient lauréats nationaux du Hackathon (avec leur produit « Fertilizer Logic ») organisé en partenariat avec le Rwandese ICT hub Klab, le Ministère de l'Agriculture (MINAGRI), le Ministère de la Jeunesse et des TIC (MyICT), et l'Alliance for a Green Revolution in Africa (AGRA). L'incubateur d'œufs a été initialement conçu au cours de l'incubation qu'ils ont remportée. Ils ont également participé à d'autres activités de promotion (par exemple la conférence « Révolutionner la finance pour les chaînes de valeur agricoles »).



© Karen Kasmauski/Corbis

Les agriculteurs sont souvent bloqués dans l'agriculture de subsistance, sans le capital pour rejoindre l'espace commercial.

L'accès au financement

Les jeunes entrepreneurs trouvent des moyens novateurs pour relier les agriculteurs aux services financiers

L'information est difficile à obtenir, mais l'inclusion financière des communautés rurales l'est également. Les systèmes financiers traditionnels nécessitent des scores de crédits, des centres urbains et des garanties qui sont hors de portée de la majorité de la population rurale ; ils ne sont tout simplement pas faits pour répondre aux besoins des petits exploitants agricoles.

Sans accès aux financements, les communautés rurales sont confinées à un cycle endémique de pauvreté et ne disposent d'aucune échappatoire. Les agriculteurs sont souvent restreints à une agriculture vivrière, sans capital pour s'implanter dans l'espace commercial, ou incapables de trouver d'autres sources de revenus.

En exploitant le fort taux de pénétration de la téléphonie mobile à travers les pays ACP, les agro-entrepreneurs trouvent de nouveaux moyens de connecter les exploitants agricoles aux sources de financement.

La plateforme mobile de co-banking, Ensibuuko, travaille avec les petites sociétés d'épargne d'Ouganda afin de fournir un accès financier et encourager une culture de confiance. Grâce à l'intégration de messagerie SMS et de

l'argent virtuel, Musoni Services, pionnier de la micro-finance basée sur le Cloud, modernise les opérations et permet une plus large inclusion financière. FarmDrive facilite l'accès aux services financiers pour les agriculteurs grâce à une meilleure tenue des registres, un historique financier, et des données relatives au rendement des exploitations agricoles.

À ce jour, ces trois fournisseurs de services ont permis l'accès et la gestion des finances pour des milliers d'agriculteurs au Kenya et au-delà.



Sans accès aux financements, les communautés rurales sont confinées à un cycle endémique de pauvreté et ne disposent d'aucune échappatoire »

HISTOIRE 9

Ensibuuko — Les sociétés d'épargne passent au numérique

Une plateforme mobile de co-banking pour accélérer l'accès au financement



DAVID OPIO
OBWANGAMOI

Ouganda
www.ensibuuko.com
 Ensibuuko
 Opi Obwangamoi David

PROBLÈME

« Il apparaît évident que l'accès limité au financement entrave la capacité des petits agriculteurs à s'engager davantage dans la production animale et végétale ».

David et son co-fondateur, Gerald Otim, partagent une expérience d'enfance commune. Ils ont tous deux été élevés dans des communautés agricoles. David raconte comment sa mère, productrice de maïs et propriétaire

d'un champ d'un hectare, ne disposait pas des fonds nécessaires pour cultiver la totalité de sa parcelle agricole. « Jeune garçon, j'ai été témoin de l'exploitation par les intermédiaires qui s'accaparaient la plus grande partie des ventes agricoles », explique David. Dans le but d'aider sa mère à augmenter ses revenus et d'autres agriculteurs dans la même situation qu'elle au sein de sa communauté, David commença à aider les exploitants agricoles à accéder au marché commercial. Malgré le succès de ses débuts, David réalisa que ses efforts étaient limités à l'agriculture de subsistance. Les paysans cultivent suffisamment pour leur consommation personnelle, mais ne disposent que de très peu ensuite pour l'agriculture commerciale.

« Il devint évident que l'accès limité au financement entravait la capacité des petits agriculteurs à exploiter une plus grande quantité de culture et d'animaux », explique David. Les agriculteurs ne disposaient pas de suffisamment de revenus pour étendre leurs exploitations, et les institutions financières traditionnelles n'offraient aucune aide ; elles considéraient les agriculteurs comme des personnes à risque. « Ils sont confrontés à un dilemme. Ils cherchent un financement mais personne n'est capable de les aider », dit-il. « Alors je me suis demandé, avec les agriculteurs, quel pourrait être le meilleur moyen de leur permettre d'avoir accès au



L'accès limité au financement entrave la capacité des petits agriculteurs à s'engager davantage dans la production animale et végétale.

financement, d'une manière qui soit abordable pour eux ? »

SOLUTION

« Nous créons ces outils mobiles afin de promouvoir l'inclusion financière auprès d'exploitants agricoles ».

David réalisa rapidement que la solution résidait au sein d'institutions existantes : les Organisations Coopératives d'Épargne et de Crédit (the Saving and Credit Cooperative Organizations - SACCOs). Dans l'Ouganda rural, il existe environ 5 000 SACCO regroupant près de 20 millions d'agriculteurs ougandais en petites sociétés d'épargne, et accordant des prêts. Cependant, un grand nombre de ces SACCO sont en proie à la corruption et au détournement de fonds, ce d'autant plus qu'une grande partie de leur comptabilité est réalisée manuellement. « Comment pouvons-nous permettre à ces institutions locales de fournir de manière efficace des services financiers à leurs membres ? », s'est demandé David. C'est cette réflexion qui vit naître le produit Ensibuuko, un système de co-banking mobile, une solution personnalisée selon les besoins des SACCO, permettant aux exploitants agricoles, auparavant considérés comme « à risque », d'accéder aux services financiers via SMS et USSD sur leur téléphone portable.

« Le produit – du nom de MoBis, solution logicielle mobile de financement et d'information – est un produit gagnant-gagnant pour les SACCO comme pour les agriculteurs », explique David. Du côté des agriculteurs, MoBis fournit un accès à distance aux finances en utilisant l'USSD/le SMS. En utilisant de l'argent virtuel par l'intermédiaire de MoBis, les agriculteurs peuvent (1) surveiller leurs économies, (2) effectuer une demande de prêt, (3) rembourser leur emprunt, (4) déposer leur épargne, (5) consulter un mini-relevé de compte, et (6) retirer leur épargne.

Pour les SACCO, utiliser la plateforme MoBis implique la numérisation et la systématisation de leurs opérations, mais aussi la formation de leurs employés au logiciel, et la migration de toutes leurs données vers une plateforme unique qui leur permet de se connecter à Internet, ce afin que des managers ou fonctionnaires du gouvernement non présents sur place puissent gérer le SACCO à distance. Ensibuuko travaille également avec les SACCO sur la mise en place de systèmes anti-corruption en attribuant différents niveaux d'accès à l'information aux managers et aux caissiers.

IMPACT

40 000 exploitants agricoles utilisent actuellement la plateforme.

L'effet du système d'Ensibuuko a été fulgurant. MoBis a permis aux 40 000 agriculteurs ougandais ruraux qui utilisent actuellement la plateforme d'augmenter leurs revenus, d'exploiter leurs fermes et même, pour certains, d'avoir accès à des emprunts auprès d'institutions officielles qui leur avaient précédemment opposé un refus. « Prenons l'exemple précis de ma mère », dit David. Son exploitation qui faisait autrefois deux hectares est maintenant passée à dix hectares. « Elle a pu lever davantage de fonds et est aujourd'hui une agricultrice commerciale ... Elle a pu avoir accès à plus d'emprunts. Elle est maintenant un membre actif de SACCO et a récemment obtenu un prêt d'une banque.

En plus de son impact positif sur les agriculteurs, Ensibuuko a déclenché une nouvelle tendance au niveau de la culture de l'épargne chez les Ougandais. Tandis que les SACCO sont structurées pour promouvoir l'épargne coopérative, Ensibuuko ajoute de la technologie à ce système, d'une manière qui permet aux agriculteurs de faire confiance aux organisations autrefois accusées de détournements de fonds. En utilisant de l'argent virtuel et un système orienté sur les données,

Ensibuuko a supprimé l'opacité du système et l'a remplacée par la transparence. Comme l'explique David : « Auparavant il y avait des cas de fraude... l'agriculteur travaillait jour et nuit pour arriver à faire des économies ; ensuite le manager récupérait tout l'argent et disparaissait. Avec Ensibuuko, nous avons transféré la responsabilité et voyons aujourd'hui de nombreux agriculteurs rejoindre les SACCO en toute confiance. C'est une solution gagnant-gagnant, profitant à la fois aux SACCO et aux agriculteurs. Il y a un transfert du pouvoir vers le particulier ». De plus, Ensibuuko a mis l'accent sur l'épargne. « Dans la majorité des communautés », décrit David, « les femmes prennent la responsabilité de s'occuper des enfants et des hommes. Par l'intermédiaire d'Ensibuuko, nous invitons l'homme et la femme, la famille au complet, à s'informer sur l'épargne et la manière d'utiliser efficacement ses ressources ».

BUSINESS MODEL

Comment assurez-vous la durabilité de l'entreprise ?

Afin d'assurer sa viabilité financière, Ensibuuko travaille avec les SACCO et les agriculteurs sur le paiement des services auxquels ils ont accès. Ceci peut paraître contre-productif – de facturer des personnes dont vous cherchez à améliorer le revenu – mais, comme l'explique David, Ensibuuko constitue depuis ses débuts un réel effort inspiré et financé par la communauté. « Nous sommes allés à leur rencontre et nous leur avons exposé les choses simplement ». « Ceci est la solution, et nous souhaitons que vous en soyez propriétaires », se rappelle-t-il avoir dit. « Mais je réside à 30km d'ici, et si je dois vous fournir ce service, je dois me déplacer en taxi... et croyez-moi, je n'ai pas d'argent. Nous devons tout mettre en œuvre – nous devons obtenir des API, nous devons apprendre à connaître le système sur le serveur... nous souhaitons que vous fassiez partie de ce processus, que vous contribuiez à la durabilité de cette initiative. Et les premiers

agriculteurs en 2012 ont payé 10 dollars pour un an d'adhésion ».

Trois ans plus tard, Ensibuuko continue à opérer selon ce modèle financé par la communauté. Aujourd'hui, l'entreprise vend sa solution directement aux SACCO, les facturant au nombre d'employés qui accéderont au service depuis leur ordinateur fixe ou portable ; ce qui se chiffre à 500 - 2 000 dollars. Ensibuuko facture également les transactions aux agriculteurs, à raison de 0,02 dollars par transaction. « Ils ne paient pas pour recevoir la solution, mais nous facturons la transaction », explique David. « Mais nous ne prenons pas de frais sur les économies. Nous facturons seulement les retraits ou le virement de l'épargne à une autre personne ».

Ensibuuko collabore également étroitement avec le gouvernement ougandais, mais aussi Mercy Corps, Microsoft, et des télécoms tels que MTN et Airtel, pour veiller à ce qu'ils fournissent la meilleure prestation à leurs utilisateurs agricoles. Le gouvernement ougandais met Ensibuuko activement en relation avec tous les SACCO, y compris en subventionnant les coûts de formation pour les membres de SACCO afin de leur permettre d'apprendre à utiliser la plateforme MoBis. Mercy Corps est un collaborateur actif au niveau du déploiement de la solution Ensibuuko, leur permettant de profiter de leur présence communautaire, leurs relations et leurs ressources, dans le but de réaliser un pilote réussi pour la solution. Microsoft a également été conquis par le pouvoir de la plateforme et fournit aux SACCO des ordinateurs fixes et portables, et même des téléphones, à des coûts réduits et subventionnés. De grands groupes de télécoms, MTN et Airtel, se sont également engagés à créer un réseau de deux millions d'agents chargés de l'argent virtuel afin d'accompagner les SACCO et leurs membres dans l'utilisation de plateformes telles que MoBis.

À L'HORIZON

« Je pense que la technologie peut être utilisée pour intéresser la jeunesse et l'inciter à s'impliquer dans l'agriculture, pour promouvoir le développement économique, et pour offrir des conditions de vie durables à leurs communautés ».

Gerald Otim, le co-fondateur et responsable des opérations d'Ensibuuko, nous livre ses ambitions pour l'entreprise. « D'ici à décembre 2015, nous espérons travailler sur notre plateforme avec 200 000 agriculteurs ». Ce ne sera pas simple. Malheureusement, bien qu'il emploie 80 pour cent de la population, le secteur de l'agriculture est mis sur la touche en termes de budget prévisionnel national. « Quand les gouvernements régionaux ne considèrent pas l'agriculture comme une activité viable, cela fait fuir la jeunesse », confie Gerald. « Je pense que la technologie peut être utilisée pour intéresser la jeunesse et l'inciter à s'impliquer dans l'agriculture, pour promouvoir le développement économique et offrir des conditions de vie durables à leur communauté ».

Pour David, les TIC sont la réponse à de nombreuses questions du secteur - Les TIC peuvent aider les agriculteurs dans l'accès aux intrants agricoles, la connexion aux marchés, et l'accès à des services financiers, le tout via le téléphone mobile. « 75 pour cent de la population ougandaise possède son propre téléphone mobile », dit-il. « Voilà 28 millions d'agriculteurs en milieu rural. Comment pouvons-nous puiser dans cette infrastructure ? Comment pouvons-nous marier la culture et les TIC ? »

ENSEIGNEMENTS TIRÉS

Qu'avez-vous appris au cours de ce périple ?

« Nombreuses sont les personnes qui développent des solutions depuis leur bureau, et les imposent ensuite à la communauté », critique David. « Mais ces solutions ne fonctionnent pas car elles ne sont pas personnalisées et adaptées aux

besoins des populations pauvres en zones rurales. Notre stratégie a été d'écouter les agriculteurs, de leur demander, tout au long du processus de développement, à quoi ils souhaitaient que la solution ressemble, ce à quoi ils voulaient accéder, et ce dont ils voulaient bénéficier grâce à la solution. Cette innovation inspirée, financée et menée par la communauté est l'une des marques de fabrique d'Ensibuuko. Ce n'est pas seulement une solution pour une communauté, c'est une solution qui a été créée, développée et financée par les communautés qu'elle vise à servir. ■

DEVENIR PARTENAIRE

- Assistance technique
- Soutien financier

Contactez opiodavid@gmail.com

COLLABORATION AVEC LE CTA

Ensibuuko a été le lauréat régional du Hackaton organisé par le CTA dans le cadre de la Conférence internationale ICT4Ag et du programme AgriHack Talent, en 2013, en Afrique de l'Est. En plus de la récompense financière, ils ont été accompagnés pendant six mois, en partenariat avec le hub Outbox d'Ouganda. Ils ont pris part à l'événement « Plug and Play » pendant la Conférence internationale Fin4Ag 2014 au Kenya. Le CTA est en partenariat avec Mercy Corps afin de soutenir leur application MoBis dans le cadre de l'initiative « Apps4Ag Learning Opportunities ». Ils ont également bénéficié d'autres opportunités promotionnelles.

HISTOIRE 10

Musoni Services — La microfinance sur le Cloud

Un système de centralisation bancaire, intégrant l'argent mobile, les SMS et les applis mobiles, lauréat de divers prix



CAMERON
GOLDIE-SCOT



Royaume-Uni



<http://musonisystem.com>



@MusoniSystem



Cameron Goldie-Scot

PROBLÈME

« Nous étions très contrariés du manque de technologie disponible, alors nous nous sommes finalement décidés à la créer nous-mêmes ».

En tant que consultant pour diverses organisations de microfinance en Afrique de l'Est, Cameron a décelé le potentiel de la technologie à transformer le secteur. « Il y avait cette réunion de groupe à laquelle j'ai participé en Tanzanie et celle-ci a duré quatre heures et demie. Une réunion de groupe ne devrait prendre qu'une demi-heure. C'est alors que j'ai réalisé que même quelques petites améliorations pourraient complètement transformer l'efficacité de la microfinance dans cette organisation. Je pense que c'était peut-être mon moment d'illumination ».

Frustrés par une telle inefficacité, Cameron et quelques collègues ont fait ce qu'auraient fait tous les entrepreneurs confrontés à un défi aussi flagrant : lancer leur propre entreprise de microfinance, Musoni Kenya. « C'était une entreprise de microfinance kényane et la première entreprise basée à 100 pour cent sur argent mobile dans le monde. Chaque remboursement d'emprunt, chaque déboursement de prêt et compte épargne était réalisé par l'intermédiaire de M-Pesa ».

L'équipe de Musoni Kenya s'est rapidement rendue compte que le système de gestion des prêts qu'elle recherchait pour créer l'infrastructure de sa vision n'existait pas. « Nous voulions que ce soit plus moderne et que ça nous permette de faire des choses comme intégrer de l'argent mobile, ajouter de nouvelles fonctionnalités telles que des tablettes pour les Chargés de prêts, réaliser des collectes de données dans des zones rurales reculées, ou exploiter un module SMS dans le but d'améliorer la communication avec les clients. Nous étions très contrariés du manque de technologie disponible, alors nous sommes finalement tombés d'accord pour la créer nous-mêmes ».

Alors que Musoni Kenya atteint les 20 000 clients, d'autres IMF ont commencé à se rapprocher de l'équipe, souhaitant utiliser leur technologie révolutionnaire. « Nous n'avions pas prévu de devenir une entreprise de logiciels indépendante », réfléchit Cameron. « Lorsque d'autres IMF ont commencé à nous approcher, cette petite idée que nous avions à l'esprit a grandi progressivement jusqu'à ce que nous devenions une société indépendante avec le but de révolutionner l'espace technologique au niveau des services financiers ruraux ».

SOLUTION

« Nous essayons de tirer profit de ces nouvelles technologies afin d'étendre l'inclusion financière aux zones rurales ».

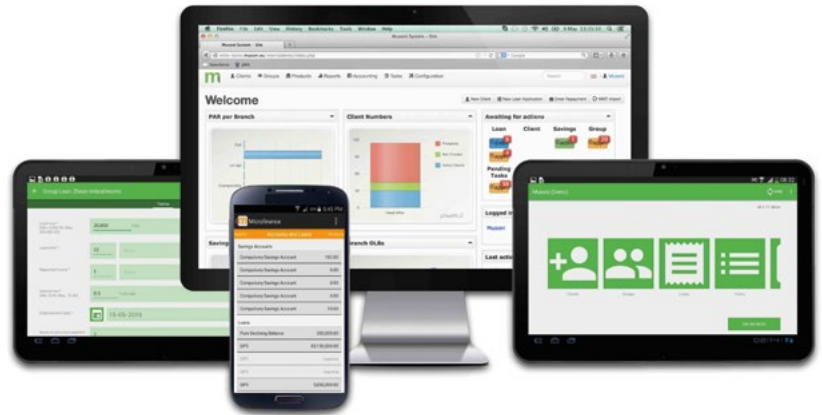
Le système Musoni est un système de microfinance basé sur le Cloud, qui permet à une organisation de microfinance de réaliser toutes ses opérations courantes – management du client et du groupe, emprunt et épargne, reporting et comptabilité – et aussi d'intégrer de nouvelles technologies révolutionnaires.

« Nous avons intégré de nombreux services de transfert d'argent virtuel afin de permettre aux clients ou aux agriculteurs d'effectuer leurs remboursements et de recevoir leurs fonds par l'intermédiaire de leurs téléphones mobiles. Nous avons aussi notre propre module SMS intégré, permettant une communication à double sens entre les agriculteurs et les organisations d'IMF », décrit Cameron. Musoni a développé une application pour permettre aux agents de terrain d'enregistrer et répertoirer des clients, collecter de l'information, et envoyer des demandes de crédit directement depuis leur tablette.

Quel est le moteur derrière tous ces nouveaux développements technologiques ? « Nous essayons de tirer profit de ces nouvelles technologies afin d'étendre l'inclusion financière aux zones rurales », confie Cameron. « Je pense que c'est cela qui nous rend unique. Nous regardons toujours vers l'avenir – cherchant à savoir quelle est la prochaine technologie et comment nous pouvons l'introduire auprès d'organisations de microfinance ».

IMPACT

« Traditionnellement, le versement d'un prêt peut prendre une quinzaine de jours. Lorsque vous utilisez l'argent mobile, le paiement peut être effectué en une ou deux heures ».



© Musoni Services

Le système Musoni est un système de microfinance sur le Cloud.

Pionnier dans ce nouveau domaine de microfinance mobile, la demande auprès de Musoni est en forte hausse sur tout le continent. Actuellement, Musoni dessert 100 000 clients par l'intermédiaire de 29 organisations de microfinance au Kenya, en Ouganda, au Zimbabwe, en Tanzanie et au Myanmar, avec 70 pour cent de ces clients situés dans des zones rurales. Jusqu'à présent, la société a traité plus de 2,5 millions de paiements mobiles, 1,5 millions de messages SMS, et plus de 50 000 demandes de crédit, uniquement par l'intermédiaire de l'application sur tablette.

Les commentaires d'organisations qui utilisent le système sont élogieux, l'une d'elles le décrivant comme « la meilleure plateforme globale de microfinance jamais vue ». « Nous avons reçu un merveilleux email de la part du PDG, exprimant sa gratitude et ses remerciements pour le système », confie Cameron, décrivant une organisation ayant récemment rejoint la plateforme. « Il était tellement enchanté par la simplicité d'utilisation du système, expliquant comment cet outil allait transformer ses opérations. Ce sont ces petites choses qui vous motivent à poursuivre ».



60 %

du Kenya
n'a toujours
pas accès
aux services
financiers

Au-delà de l'efficacité opérationnelle, Cameron et son équipe ont découvert que le système Musoni possède d'importants avantages au niveau sécuritaire pour les agents de microfinance travaillant sur le terrain. « Le chef comptable de l'une des organisations avec laquelle nous travaillons a été assassiné au cours d'un vol qui s'est produit au siège. Il a été tué alors qu'il transférait les remboursements de la journée depuis le coffre-fort au coffre de dépôt, dans le but de les déposer à la banque », se rappelle Cameron. « Cette organisation a ensuite commencé à utiliser le système Musoni afin de réduire les risques encourus par son personnel. Ainsi, l'argent en espèces n'est plus manipulé par leur personnel, ni stocké au siège... c'est très satisfaisant de savoir que nous pouvons améliorer la sécurité des personnes travaillant dans ces milieux ».

Tout ceci illustre l'impact de Musoni sur les institutions de microfinance – mais qu'en est-il des clients vivant en milieu rural ? L'amélioration de la vitesse des transactions est spectaculaire. « Traditionnellement, un versement de prêt peut prendre une quinzaine de jours », explique Cameron. « Par opposition, lorsque vous utilisez de l'argent mobile, le paiement peut être envoyé une ou deux heures après réception de la demande de crédit. De plus, Musoni s'est rendu compte que la flexibilité temporelle de l'accès mobile à distance a joué un rôle primordial pour les populations rurales, lesquelles n'ont plus besoin d'interrompre leur journée pour gérer leurs finances.

Alors quelles conclusions tirer ? Musoni améliore l'efficacité organisationnelle, la sécurité personnelle, ainsi que la satisfaction et l'aisance des clients avec le système de microfinance. « Nous recevons des appels de clients qui nous disent : « Merci beaucoup. Nous ne nous attendions pas à recevoir les fonds aussi

rapidement. Ça n'est jamais arrivé auparavant ». Si ce n'est pas la marque du succès, je ne sais pas ce que c'est ».

BUSINESS MODEL

« Nous avons délibérément structuré notre tarification pour qu'elle coïncide avec le nombre de clients avec lequel travaille l'organisation afin qu'il n'y ait qu'une très faible barrière à l'entrée ».

Malgré l'immense succès de Musoni, l'entreprise travaille toujours à devenir financièrement viable. « Nous sommes actifs depuis seulement 18 mois maintenant, et nous pratiquons des tarifs très faibles », confie Cameron. « Il n'est vraiment pas coûteux d'utiliser notre logiciel et, de ce fait, nous avons besoin de structurer délibérément notre tarification pour qu'elle coïncide avec le nombre de clients avec lequel travaille l'organisation, afin d'être rentable ».

Musoni a structuré sa politique de prix afin d'obtenir une base de clients très diversifiée. « Nous travaillons avec certaines organisations qui ont 25 000 clients et qui recherchent une manière plus efficace de gérer leurs opérations. En même temps, nous travaillons également avec des startups », ajoute Cameron. « Nous avons délibérément structuré notre politique tarifaire pour qu'elle repose sur le nombre de clients avec lequel travaille l'organisation, afin qu'il n'y ait qu'une très faible barrière à l'entrée ».

Avec une telle diversité de clientèle, Musoni prévoit d'atteindre la rentabilité d'ici à la fin de l'année. « C'est simplement la question d'impliquer davantage d'IMF et d'organisations financières, en s'implantant sur de nouveaux marchés et, nous l'espérons, en travaillant également avec des organisations internationales plus importantes », décrit Cameron. « Nous sommes sur la bonne voie ».

À COURT TERME

« Nous souhaiterions placer plus de pouvoir et de contrôle directement entre les mains, littéralement au bout des doigts des clients eux-mêmes ».

« Nous sommes très enclins à nous développer », déclare Cameron. « Nous cherchons à nous développer à la fois dans notre propre pays, mais aussi sur de nouveaux marchés ou dans de nouvelles régions, en nous concentrant particulièrement sur l'Afrique de l'Ouest et du Sud ». Au-delà de son expansion géographique, Musoni a le projet d'élargir son offre de produits. « Nous travaillons actuellement à l'intégration des scores de crédits dans les décisions de prêts. Nous travaillons également à une application à destination des clients afin de leur permettre de consulter les soldes de leurs comptes et de réaliser des virements, sur le modèle des applications financières qui peuvent exister au Royaume-Uni ».

Du point de vue de Cameron, l'application à destination des clients a un potentiel particulièrement fort. « Actuellement, les services financiers sont assurés par un agent de terrain ou par l'intermédiaire d'une agence bancaire. Ainsi, il y a toujours un intermédiaire qui joue un rôle très important pour l'instant, mais qui a aussi le potentiel de réduire le degré de transparence et l'apport du client. Maintenant que les smartphones peuvent être acquis à des prix de plus en plus bas, et que le coût d'Internet est également en train de baisser dans toute l'Afrique, nous souhaiterions placer plus de pouvoir et de contrôle entre les mains, littéralement au bout des doigts des clients eux-mêmes. C'est la prochaine étape ».

À L'HORIZON

« Je pense qu'il y a un réel et énorme potentiel dans le fait d'apporter des services financiers aux agriculteurs et aux communautés rurales par l'intermédiaire des Smartphones et d'Internet à bas coût ».

« Actuellement, pour les communautés rurales, je pense que la microfinance ne constitue que de la partie émergée de l'iceberg », médite-t-il. « 60 pour cent du Kenya – qui est plutôt fiable pour l'Afrique subsaharienne – n'a toujours pas accès aux services financiers. Une grande partie de la population financièrement incluse est toujours servie par des banques importantes opérant au sein des zones rurales. Les communautés rurales n'ont pas encore véritablement bénéficié des avantages qui existent depuis quelques années ».

Alors qu'est-ce qui retarde le processus ? Les organisations se tournent vers la technologie. Bien qu'elles n'avancent pas le long de ce parcours technologique aussi rapidement que le voudrait Musoni, elles évoluent ; mais le processus est lent. Au-delà de l'intégration de la technologie, il reste de nombreux défis à relever pour pénétrer en zones rurales.

« Il s'agit de concevoir un produit de prêt qui soit plus adapté aux agriculteurs avec des cycles de cultures et des flux de revenus variés », déclare Cameron. « Cela demande plus de travail que de développer un produit générique dans un milieu urbain. La technologie aidera, et c'est ce que nous tentons de faire, mais je pense que les organisations ont également besoin de s'implanter dans ces zones rurales, ce que, pour être honnête, beaucoup d'entre-elles sont en train de faire. C'est simplement un processus lent ».

Que conclure ? « Je pense qu'il existe un réel potentiel à fournir des services financiers, et beaucoup plus de produits et d'applications aux agriculteurs et communautés rurales par l'intermédiaire des smartphones et d'Internet à bas coût. Pour l'instant, c'est encore hors de prix pour ces communautés et je pense qu'à mesure que cela évolue au cours des quelques prochaines années, ce sera enrichissant ».

ENSEIGNEMENTS TIRÉS

« Vous devez consacrer suffisamment de temps à réellement vivre et travailler au sein des communautés sur lesquelles vous essayez d'avoir un impact ».

Musoni a veillé à ce que les produits de microfinance soient conçus en gardant l'utilisateur à l'esprit. « Nous n'avons pas seulement essayé de mettre en place la technologie pour faciliter son développement dans les zones rurales. Nous avons également veillé à ce que nos produits soient très adaptés aux personnes qui travaillent dans les zones agricoles », partage Cameron. Musoni a en effet remporté des prix pour son processus de conception des produits très axé clients, qui inclut d'entrer dans les communautés rurales et parler avec les agriculteurs, les dirigeants communautaires et les IMF qui y travaillent.

Le conseil de Cameron aux jeunes agro-entrepreneurs en devenir qui travaillent sur le développement de produits répondant aux besoins des utilisateurs est « d'aller sur le terrain ». Il explique : « afin de vraiment apprendre et acquérir l'expérience indispensable pour conduire le changement nécessaire, vous devez consacrer suffisamment de temps à réellement vivre et travailler au sein des communautés sur lesquelles vous essayez d'avoir un impact ».

Afin d'être un entrepreneur viable, Cameron ajoute que la santé personnelle est absolument essentielle.

« Apprenez à dissocier votre état personnel ou émotionnel des montagnes russes quotidiennes que représente la gestion d'une petite entreprise. Il y a des jours où vous aurez fait tout votre possible mais pour une raison quelconque, peu importe ce que vous aurez tenté de faire, ça n'aura pas vraiment marché ».

Comment conserver une bonne santé mentale ?

« J'essaie de beaucoup lire », ajoute-t-il. « Quand je dis lire, je passe un temps fou à consulter la littérature fétiche des entrepreneurs sociaux, des livres de conseils commerciaux et des choses de ce type. Ces livres sont passionnants mais ils restent encore trop axés sur votre activité. Aussi, j'essaie de passer également beaucoup de temps à lire des livres qui n'ont rien à voir, des romans sélectionnés de manière aléatoire. C'est l'un des rares moments où l'on est forcé de penser à autre chose qu'à son entreprise, ce qui est, selon moi, très important pour garder une bonne santé mentale ». ■

DEVENIR PARTENAIRE

- Développeurs de logiciel et d'application
- Investissement direct, assistance technique
- IFM, SACCO & Sociétés financières de gestion d'actifs recherchant une plateforme de classe mondiale

Pour plus d'informations, contactez :
camerongoldiescot@musoni.eu

COLLABORATION AVEC LE CTA

Musoni a participé à l'événement Plug & Play du CTA, organisé pendant la Conférence internationale de Nairobi en 2014 « Révolutionner la finance pour les chaînes de valeur agricoles. (Fin4ag 2014) ».

FarmDrive — Comblent le manque de données

Créer des profils de crédit détaillés pour de petits exploitants agricoles via la tenue de compte numérique

PROBLÈME

« Si l'agriculture est le pilier de l'économie africaine, alors comment se fait-il que les deux tiers de la population, supposés constituer les fondations de l'économie, soient pauvres ? »

« Deux tiers de la population africaine travaillent dans l'agriculture et la plupart d'entre eux sont de petits exploitants agricoles qui constituent les foyers les plus pauvres d'Afrique », confie Peris. « Si l'agriculture est le pilier de l'économie africaine, alors comment se fait-il que les deux tiers de la population, supposés constituer les fondations de l'économie, soient pauvres ? » « Ça n'a pas de sens conclut-elle ».

Pour les deux jeunes de 23 ans qui composent l'équipe de FarmDrive, cette statistique est impardonnable. Leurs familles à toutes deux sont de très petits exploitants agricoles, oubliés de la croissance économique du continent. Leur motivation pour FarmDrive n'est pas seulement ancrée dans l'incrédulité – mais c'est aussi très personnel. « Je suis née et j'ai été élevée dans un village à Kisii, au Kenya », confie Peris. « Lorsque j'étais petite, il n'y avait que très peu de personnes dans des situations d'emplois officiels... la plupart des foyers comptaient sur l'agriculture de subsistance, et ce n'était pas très productif ».

À l'Université de Nairobi, Peris a rencontré Rita dans un cours informatique. Les deux jeunes filles se sont liées d'amitié et ont partagé leurs expériences. Ce fut une prise de conscience, décrit Peris : « C'était réconfortant de rencontrer quelqu'un qui partageait la même expérience, qui possédait également les compétences techniques pour exploiter les TIC existantes et en faire profiter nos communautés ».

En réfléchissant à la fois à leurs travaux académiques et à leurs expériences personnelles,

PERIS BOSIRE

Kenya

www.farmdrive.co.ke

@farmdrive

Peris Bosire



Peris Bosire de FarmDrive à l'un des événements Plug & Play du CTA au Kenya.

l'équipe de FarmDrive a réalisé que « la plupart des défis auxquels les agriculteurs sont confrontés sont dus à un manque d'accès à des services financiers viables. Certains d'entre eux manquent d'eau, mais ceci en raison de l'absence des ressources nécessaires au creusement de puits. D'autres n'ont pas accès aux marchés, parce qu'ils sont dans l'impossibilité de déplacer leurs produits sur les marchés très éloignés ». Toutes ces situations se résument à un problème, celui de l'accès à la finance. « Si nous pouvions combler ce manque flagrant, cela aurait des effets ricochets dans tout le secteur ».

« Nous estimons que toute décision stratégique doit être basée sur des données et des faits », confie Peris. « Cependant, il n'y a aucune information concernant les petits exploitants agricoles ; ça n'existe pas. Si des organisations à but non lucratif, des gouvernements et les agriculteurs eux-mêmes n'ont pas accès à cette information, comment peuvent-ils prendre des décisions éclairées ? » La réponse va de soi. Et c'est précisément le vide que FarmDrive tente de combler.

SOLUTION

« C'est ce genre de retours qui est essentiel pour les agriculteurs, afin qu'ils puissent prendre leurs décisions sur la base de données réelles ».

FarmDrive fournit une plateforme d'archivage numérique accessible via SMS, USSD et smartphones, permettant ainsi aux agriculteurs de suivre leurs activités agricoles. Les données des agriculteurs associées à l'information agronomique existante sont utilisées pour comprendre les besoins spécifiques des agriculteurs et fournir les analyses nécessaires leur permettant d'acquérir de précieux renseignements sur leurs opérations et de maximiser leurs rendements. FarmDrive utilise l'information pour développer un « profil de crédit détaillé » afin de déterminer la solvabilité de l'agriculteur pour les institutions financières.

Comment ça marche ? Les agriculteurs commencent par créer leur profil en indiquant un numéro de téléphone, leurs informations personnelles, une localisation géographique, et le type d'activité agricole qu'ils pratiquent. Une fois le profil créé, l'agriculteur peut saisir des informations financières relatives aux dépenses, à la productivité, ainsi qu'au revenu, sur une base quotidienne. FarmDrive demande également aux agriculteurs d'indiquer les difficultés auxquelles ils sont confrontés afin que l'analyse des données puisse être adaptée en conséquence.

Grâce à cet apport d'information via USSD, Android, ou SMS, FarmDrive donne ensuite lieu à l'analyse et la compilation des données dans l'optique de fournir à chaque agriculteur son rapport financier, une étude de marché localisée, et d'autres conseils pertinents pour son activité agricole (par exemple : quel est le meilleur moment pour cultiver ses tomates ?).

Quelle utilité ? « La plupart des petits exploitants agricoles ne savent pas s'ils réalisent des profits ou des pertes », confie Peris. « Nous obtenons cette information pour eux et analysons ensuite leur performance agricole. Ce genre de retour est essentiel pour les agriculteurs afin qu'ils puissent prendre leurs décisions sur la base de données réelles ». De la même façon, FarmDrive permet aux agriculteurs de démontrer la santé de leur exploitation, et par là même leur solvabilité, mais leur fournit également les informations agro-climatiques les plus récentes.

FarmDrive cherche également à encourager les institutions financières à prêter davantage aux petits exploitants agricoles, en réduisant les risques du processus : avec des rapports clairs et transparents à l'appui, elle permet aux institutions de concevoir des produits plus adaptés aux petits exploitants agricoles. Les institutions financières peuvent ainsi prendre leurs décisions



d'octroi de crédit sur la base de la bonne santé des exploitations, par opposition à l'historique de crédit et les garanties dont manquent les agriculteurs.

IMPACT

« Elle tient ses comptes et nous lui recherchons actuellement un fournisseur ».

FarmDrive a démarré il y a moins d'un an mais a déjà commencé à s'implanter au sein des communautés rurales du Kenya. « Les agriculteurs que nous avons recrutés et qui utilisent notre plateforme quotidiennement de façon active ? Ils sont dix-sept », confie Peris. « Mais nous en avons formés près de 2 000 ». Comme l'indiquent ces chiffres, le plus gros défi est de convaincre les agriculteurs, et ce en raison d'un illettrisme à la fois numérique et financier.

C'est avec leurs utilisateurs actifs que le potentiel de la plateforme fait cependant ses preuves. Peris raconte l'histoire d'Anne, une productrice laitière, laquelle avait initialement soupçonné l'équipe de FarmDrive d'être des « espions » envoyés par la laiterie pour connaître ses problèmes. À l'époque, elle avait un téléphone compatible avec Internet mais ne l'utilisait que très rarement pour autre chose que ses appels et textos. « Lorsque nous lui avons parlé et montré FarmDrive », confie Peri, « elle s'est réellement rendue compte de la nécessité d'utiliser son téléphone compatible avec Internet et s'est inscrite sur la plateforme. Elle tient ainsi ses comptes, et nous travaillons actuellement à lui faire obtenir un crédit de façon à ce qu'elle puisse acheter une hacheuse à fourrage et s'épargner la dépense relative au fourrage vendu dans le commerce, trop onéreux. Ceci réduit ses dépenses et lui permet de produire de la nourriture de qualité ; ce qui débouchera sur un accroissement de sa productivité et enfin, de ses revenus ».



Solutionner les difficultés d'accès au financement n'est pas quelque chose que nous pouvons accomplir seuls. Notre stratégie est de réaliser des partenariats avec ces institutions »

BUSINESS MODEL

« Solutionner les difficultés d'accès au financement n'est pas quelque chose que nous pouvons accomplir seuls. Notre stratégie est de réaliser des partenariats avec ces institutions ».

Bien que toujours au stade de la phase pilote, FarmDrive a établi un plan solide pour atteindre la viabilité financière. « Sur le court terme, nous fournissons d'importantes fonctionnalités au niveau du système de tenue de comptes. Nous travaillons également sur des partenariats stratégiques avec des organisations qui tireront profit de la qualité de l'information analysée. Sur le moyen terme, nous espérons voir un grand nombre d'agriculteurs utiliser l'application et accéder à des crédits d'institutions financières ; nous facturerons ensuite la mise en relation. Notre modèle économique, à long terme, est d'être capable de facturer aux agriculteurs des frais mensuels ou annuels minimes pour l'utilisation du profil de crédit qui leur permettra d'accéder à différents services financiers ».

Afin de réaliser ce plan à long terme, FarmDrive garde un œil sur quelques partenariats stratégiques. Comme l'explique Peris : « Solutionner les difficultés d'accès au financement n'est pas quelque chose que nous pouvons accomplir seuls. Notre stratégie est de réaliser des partenariats avec ces institutions ».



Il est important pour la jeunesse d'être impliquée dans l'agriculture. À l'heure actuelle, la plupart des jeunes se concentrent sur l'obtention d'un emploi stable dans les zones urbaines – dans les banques ou les grosses entreprises d'audit – et l'agriculture est laissée aux vieux parents restés au village »

À COURT TERME

« Nous voulons obtenir une base rassemblant les données de tous les petits exploitants agricoles, et essentiellement de tous les agriculteurs du Kenya ».

Confronté au défi de l'illettrisme numérique et financier au sein des communautés rurales, FarmDrive cherche à travailler avec des organisations spécialisées dans la formation d'agriculteurs et la sensibilisation. L'équipe vise non seulement à étendre l'utilisation de sa plateforme, mais aussi à devenir une référence en Afrique de l'Est dans le domaine des applications mobiles. « Si nous pouvons trouver un moyen de faire apparaître FarmDrive comme une nécessité, tout comme M-Pesa, alors les agriculteurs verront notre plateforme comme un outil dont ils ont besoin pour se développer. Cela renforcera la capacité à combler l'écart entre les agriculteurs que nous avons formés et ceux qui utilisent activement le système ».

Quel est l'objectif ? « Nous voulons au bout du compte obtenir une base rassemblant les données de tous les petits exploitants agricoles, et essentiellement de tous les agriculteurs du

Kenya, et peut-être même de toute l'Afrique », déclare Peris. L'information disponible sur les petits exploitants agricoles est si rare que l'équipe de FarmDrive espère qu'un meilleur accès aux données permettra à d'autres acteurs agricoles de prendre des décisions plus éclairées.

Afin d'offrir plus d'opportunités à ces agriculteurs, FarmDrive espère développer davantage les services de sa plateforme : « Nous espérons nous développer et être capables de vraiment générer un financement participatif, où quelqu'un se trouvant aux États-Unis ou dans les Caraïbes pourrait envoyer de l'argent à un cultivateur de riz au Nigéria pour l'aider à améliorer son rendement et ensuite partager les profits. À terme, nous imaginons travailler à l'échelle mondiale pour aider à financer les agriculteurs ». FarmDrive est à présent en partenariat avec Musoni, une IMF innovante présentée plus haut, et est entrée dans de nouveaux cadres de collaboration avec le CTA et d'autres institutions telles que l'AGRA.

À L'HORIZON

Quelles sont les prochaines étapes pour faire progresser le secteur ?

Travailler directement avec les agriculteurs n'est pas simple. Avec la divergence de points de vue sur le pouvoir de la technologie et l'intérêt de la tenue de comptes, FarmDrive a compris pourquoi d'autres organisations ont fini par abandonner une approche directe. Mais l'équipe n'est pas encore prête à abandonner, bien au contraire – « C'est un défi, mais nous sommes prêts à le relever », affirme Peris.

Comment le secteur peut-il alors soutenir de telles startups de TIC travaillant directement avec les communautés agricoles ? La réponse : plus d'investissement et plus largement, davantage de concentration sur le secteur agricole. « Obtenir les données historiques dont nous avons besoin

nous a pris tellement de temps », confie Peris. « Aucune politique stratégique ou initiative n'attribue d'importance à l'innovation dans le secteur agricole ou encourage la jeunesse à s'impliquer ». Si les agro-entrepreneurs ne sont pas soutenus, comment pouvons-nous espérer voir émerger des innovations radicales dans le secteur ? « Si le gouvernement nous aidait à avancer, l'impact se ressentirait bien plus tôt ».

Enfin, Peris met l'accent sur le potentiel de la jeunesse à raviver le secteur. « Je pense qu'il est important pour la jeunesse d'être impliquée dans l'agriculture. À l'heure actuelle, la plupart des jeunes se concentrent sur l'obtention d'un emploi stable dans les zones urbaines – dans les banques ou les grosses entreprises d'audit – et l'agriculture est laissée aux vieux parents restés au village ». Mais quelle est la motivation ? Peris insiste sur la génération numérique – « Il y a beaucoup d'échange d'informations sur les réseaux sociaux, et la jeunesse peut ainsi participer au partage d'informations agricoles sur diverses plateformes. Si la jeunesse s'implique – retourner à l'agriculture ou investir dans de nouvelles méthodes agricoles – l'impact serait considérable ».

ENSEIGNEMENTS TIRÉS

« Ne regardez pas la grande montagne à gravir que représente le défi. Restez simplement concentré(e) et accomplissez les petites choses qui aideront à réaliser votre rêve ».

« Je parle beaucoup de l'importance de l'information », avoue Peris. « Mais au bout du compte, il s'agit de nouer des liens avec les agriculteurs ». FarmDrive sait que le succès de son produit dépend de la satisfaction de sa clientèle, et se concentre donc sur la création et l'entretien de bonnes relations. Et la société investit dans la formation des agriculteurs. Tout est question de valeur individuelle.

Pour ces jeunes entrepreneurs qui débutent à peine, elle partage un autre conseil important. « Je pense que vous devez simplement commencer quelque part », confie-t-elle. « Mon équipe et moi-même avons commencé à travailler activement sur le développement de FarmDrive l'année dernière et avons été submergés presque instantanément. Il y avait tout simplement trop de problèmes et nous ne savions pas comment tous les résoudre. Vous aurez toujours des ressources limitées et des défis compliqués à relever. Mais il faut bien commencer quelque part ».

« Bien sûr il n'est pas simple de se lancer – il s'agit d'avoir un objectif précis en tête. Réfléchissant aux conseils qu'elle se serait elle-même donnée plus jeune, Peris confie « je me dirais de réellement me concentrer sur ma mission et ce que je souhaite réaliser... Ne regardez pas la grande montagne à gravir que représente le défi. Restez simplement concentré(e) et accomplissez les petites choses qui aideront à réaliser votre rêve ». ■

DEVENIR PARTENAIRE

Contactez peris@farmdrive.co.ke

Tél : +254727523226

COLLABORATION AVEC LE CTA

FarmDrive fut finaliste régional du Hackathon organisé par le CTA en 2013 dans le cadre de la Conférence internationale ICT4Ag et du AgriHack talent, programme piloté en Afrique de l'Est.

FarmDrive a également participé à l'événement Plug and Play organisé pendant la conférence internationale à Nairobi en 2014, « Révolutionner la finance pour les chaînes de valeur agricoles (Fin4ag 14) ». La société a également bénéficié d'autres activités de promotion et de networking (participation au « Forum global pour l'Innovation dans l'Agriculture » à Dubaï en 2014, etc...).



Même si les produits des agriculteurs atteignent la ville, les chances sont faibles pour que le produit reste frais assez longtemps pour être une réussite en cuisine.

Commerce, marchés et accès au consommateur

L'accès à des marchés profitables pour le commerce des intrants ou des productions représente souvent un défi important pour les exploitants agricoles.

Certains innovateurs se concentrent sur l'amélioration de l'information commerciale. RuSokoni, par exemple, initie la jeunesse rurale à l'Internet alimenté par l'énergie solaire qui permet d'accéder aux indices de prix quotidiens du marché et de se connecter avec d'autres agriculteurs de la même zone. Mlouma utilise le Web, les SMS, les applis mobiles et un centre d'appels pour aider producteurs et acheteurs à consulter l'étendue des produits disponibles dans la région, et leur permettre de décider du lieu où acheter/vendre leurs récoltes.

D'autres entrepreneurs innovants créent des espaces d'échange de marchandises en ligne pour les producteurs ruraux et consommateurs urbains connectés. D'Market Movers est le premier marché virtuel à Trinité-et-Tobago où producteurs et consommateurs échangent des produits sains. AgroCentral est un centre d'échange en ligne par l'intermédiaire duquel acheteurs et vendeurs peuvent surmonter les difficultés du commerce traditionnel grâce au modèle innovant de la plateforme « Pay it forward ».

Mkulima Young rend l'agriculture « cool » en créant un guichet unique qui permet aux jeunes

agriculteurs d'acheter/vendre leurs produits, d'apprendre les meilleures techniques, d'accéder aux financements pour étendre leurs activités, et de se connecter avec les autres 48 000 jeunes présents sur la plateforme. tech4farmers gère un système de bourses de marchandises et de récépissés d'entrepôt par lequel les agriculteurs peuvent non seulement vendre leurs produits mais également accéder à l'intelligence du marché, la localisation d'entrepôts et les services de transport afin d'augmenter leurs revenus. L'ôr Bouôr améliore la connexion entre différents acteurs : acheteurs et vendeurs, fournisseurs d'intrants et coopératives agricoles, ou encore les agriculteurs entre eux.

Des acteurs du changement très innovants comme Oscar et son FoodRing vont plus loin : ils utilisent l'information pour redéfinir le marché en récupérant des denrées presque périmées dans des établissements de vente au détail, pour les revendre ensuite à des familles à bas revenus et dans le besoin. D'autres entrepreneurs tels que Syecomp utilisent les TIC pour améliorer l'accès aux marchés internationaux en utilisant des cartographies GIS/GPS pour preuve de documentation, selon les exigences internationales en matière de régulation pour l'export.

HISTOIRE 12

RuSokoni — Éclairer la voie

L'Internet à énergie solaire pour connaître les indices de prix



DANIEL NANGHAKA

Ouganda

Rusokoni

@Rusokoni

Daniel Nanghaka

PROBLÈME

« 18 pour cent de la population ougandaise a accès à l'énergie et à Internet – mais le restant de la population « vit dans le noir » ».

Daniel a grandi avec Internet. « J'avais l'habitude d'aller au bureau de mon père et d'utiliser Internet et les ordinateurs... et c'est rapidement devenu une addiction ». Celle-ci l'a mené à obtenir un diplôme en Technologie de l'Information. Lorsqu'il a commencé à se rendre au village avec son père, il a réalisé que l'accès à Internet dont il bénéficiait enfant était loin d'être la norme.

« Les ordinateurs existaient, mais ils se trouvaient souvent dans des zones urbaines. Dans les zones rurales, leur accès était limité ». Perplexe face à une telle disparité, Daniel apprit bientôt que 18 pour cent de la population ougandaise avait accès à l'énergie et à Internet tandis que le reste de la population « vivait dans le noir ». Surmonter cette inégalité allait rapidement devenir un moteur important dans sa vie.

À l'université, sa proximité avec les populations rurales et sa passion pour les TIC ont conduit David à travailler sur l'amélioration de l'accès à la technologie en Ouganda et dans les zones rurales. Avec la conviction que l'accès à un outil aussi précieux changerait radicalement la vie des agriculteurs, des jeunes, des familles, et plus largement des communautés, David et ses collègues ont cherché à enseigner les bases de la technologie Internet à ceux qui n'y avaient jamais été exposés.

Cependant, après quelques temps au sein du programme, David réalisa qu'enseigner aux locaux ne suffisait pas. « Les communautés locales s'adaptèrent très vite aux technologies, mais à la fin de notre programme de formation, ils n'avaient plus rien pour interagir ». Même dans le cas où les communautés avaient accès aux ordinateurs et à Internet, elles ne comprenaient pas toujours le plein potentiel du matériel qu'elles avaient entre les mains. Par exemple, bien que David et son équipe sachent utiliser Internet pour établir un meilleur accès à l'information



© CTA

L'accès aux technologies Web transformera radicalement la vie rurale.

commerciale, ceci n'était pas immédiatement évident pour les agriculteurs eux-mêmes.

SOLUTION

« Une fois qu'ils auront acquis les compétences nécessaires, ils pourront former les autres utilisateurs et les autres agriculteurs pour adapter la technologie à leur utilisation propre ».

« RuSokoni vient de deux mots », explique Daniel. « « Rural », et « Sokoni », un mot swahili qui signifie « marchés ». En tant que plateforme de programme informatique, RuSokoni permet aux agriculteurs locaux de prendre connaissance des prix des marchés environnants et de se connecter avec les autres agriculteurs locaux pour partager des connaissances, collaborer sur des commandes, et créer des relations durables ».

Le cœur de la plateforme de RuSokoni est son outil d'indice de prix. Quel est son fonctionnement ? L'équipe RuSokoni travaille avec les communautés locales afin de référencer quotidiennement tous les prix des marchés qui sont saisis sur la plateforme. Un algorithme est ensuite utilisé afin de déterminer la valeur de ces prix. Les agriculteurs peuvent alors prévoir quand et comment le prix risque de chuter/augmenter, en fonction de la demande du marché local. Ils peuvent ainsi fixer des prix appropriés, basés sur les structures de marchés actuelles, et ne pas se faire escroquer », déclare Daniel. « De cette façon, les agriculteurs réalisent plus de ventes, ont des revenus plus élevés, et un meilleur niveau de vie ».

Alors que l'outil d'index des prix serait une plateforme utile à elle seule, RuSokoni l'utilise comme moyen incitatif pour enseigner et transmettre des compétences technologiques aux populations rurales, notamment à la jeunesse. L'entreprise forme de jeunes membres de la communauté à l'utilisation de RuSokoni, en plus des compétences basiques en informatique – comme envoyer un email, utiliser le traitement de

texte, ou encore rechercher des prix et interpréter l'algorithme sur le système d'index des prix. Ces jeunes gens apprennent également à manipuler et gérer l'infrastructure à énergie solaire qui fournit Internet et dont dépend RuSokoni, de sorte qu'en cas de problème technique ils disposent des connaissances et compétences nécessaires pour y remédier.

En procédant ainsi, RuSokoni dote les jeunes des compétences nécessaires pour qu'ils deviennent des « leaders » technologiques dans leurs communautés. « Une fois qu'ils auront acquis les compétences, ils pourront former les autres utilisateurs et les autres agriculteurs pour adapter la technologie à leur utilisation propre ».

IMPACT

« De jeunes gens des villages alentours viennent me demander de les former à la plateforme ».

À ses débuts, RuSokoni a démarré avec cinq jeunes. L'année prochaine, ce chiffre se portera à 25, et la demande locale ne cesse d'augmenter. « De jeunes gens des villages alentours viennent me demander de les former à la plateforme », confie Daniel. « C'est une vraie leçon d'humilité ».

Daniel raconte l'histoire d'Ebuk qui cultive du maïs. Depuis qu'il a rejoint la plateforme, ses ventes ont grimpé de 30 pour cent, et il a maintenant des acheteurs réguliers. RuSokoni a permis à Ebuk d'augmenter ses revenus, d'accroître son temps



Les communautés locales s'adaptent très vite aux technologies, mais à la fin de notre programme de formation, ils n'avaient plus rien pour interagir »



libre et sa qualité de vie. « Il va maintenant pêcher tous les après-midis », confie Daniel en souriant. « Il est nettement plus heureux ».

« Il y a aussi l'histoire d'Adea Kennedy », ajoute Daniel. « Lorsqu'il est décédé, il a légué son affaire à sa femme ». D'ordinaire, dans le milieu, être une femme rend difficile l'obtention d'un prix équitable sur le marché. Mais avec RuSokoni, la femme de Kennedy sait exactement combien demander et ne se fait pas flouer.

BUSINESS MODEL

« RuSokoni cherche à construire des partenariats pour compenser les coûts de ses activités ».

Daniel et son équipe travaillent dur à rendre RuSokoni viable, en utilisant la publicité comme stratégie fondamentale. Comme leur ordinateur fonctionne à l'énergie solaire, Daniel est convaincu qu'il existe un potentiel inexploité sur le marché de l'énergie verte. Un potentiel qui peut être mis à profit pour d'autres sources de revenus. Daniel et son équipe travaillent ainsi sur un modèle de souscription qui leur permettra de diversifier leurs sources de revenus.



Nombreux sont ceux qui disent que l'agriculture ne concerne que les pauvres, et que les agriculteurs sont exploités. Nous devons changer ce discours et encourager la jeunesse à se rendre compte du potentiel dont elle dispose, et de sa capacité à transformer le secteur si elle se penche sur la question »

En plus de la publicité, RuSokoni cherche à construire des partenariats pour compenser les coûts de ses activités. « On travaille avec Microsoft », déclare Daniel. « Ils nous ont permis d'héberger la plateforme en ligne. Arduino a fourni des éléments afin de construire notre modèle open-source, ce qui a permis de réduire le coût des ordinateurs pour les agriculteurs ». À mesure de son développement, RuSokoni cherche à construire davantage de partenariats avec différentes organisations et entreprises.

À COURT TERME

« Nous souhaitons nous développer à une échelle qui nous permette de répondre aux besoins de la population grandissante ».

Daniel voit toujours les choses en grand et, selon lui, les prochaines années de RuSokoni vont être passionnantes. « Nous souhaitons nous développer à une échelle qui nous permette de répondre aux besoins de la population grandissante. Nous prévoyons de travailler avec les autorités locales afin de diffuser la plateforme RuSokoni dans davantage de villages, pour que nous puissions leur parler de ses avantages et les rallier au projet ».

Mais si les rêves de Daniel sont grands, la réalité est plus sombre. « Le coût de mise en place est très élevé, et il est difficile de se développer sans les ressources qui permettent d'atteindre au moins le seuil de rentabilité. Tout est question de financement et d'adaptabilité ».

À L'HORIZON

« La jeunesse doit prendre conscience de sa capacité à agir. Ces jeunes n'ont aucune estime d'eux-mêmes, ne se font pas confiance ».

Daniel est convaincu qu'il existe d'énormes opportunités dans l'agriculture à grande échelle. « Le potentiel de la technologie automatisée pour la récolte, le stockage et le transport – tout – est

considérable. Je suis surpris qu'il n'y ait pas plus de gens qui s'impliquent dans le secteur ».

Selon lui, il s'agit d'un problème de confiance en soi. « La jeunesse doit prendre conscience de sa capacité à agir. Ces jeunes n'ont aucune estime d'eux-mêmes, ne se font pas confiance. Nombreux sont ceux qui disent que l'agriculture ne concerne que les pauvres, et que les agriculteurs sont exploités. Nous devons changer ce discours et encourager la jeunesse à se rendre compte du potentiel dont elle dispose, et de sa capacité à transformer le secteur si elle se penche sur la question ».

« La technologie est un terrain de jeu », nous rappelle Daniel. « C'est une chose à laquelle nous pouvons tous accéder ».

ENSEIGNEMENTS TIRÉS

« La meilleure solution est celle qui aura été développée conjointement avec l'utilisateur qui éprouve des difficultés. Là, vous aurez résolu le problème ».

« Beaucoup de gens se précipitent et créent leurs produits sans avoir compris les besoins du consommateur », note Daniel. « Ils n'écourent pas vraiment. Chaque existence a un besoin. Chaque existence éprouve une souffrance. Il y a toujours un problème que nous avons hâte de résoudre. Mais si nous ne comprenons pas exactement comment nous allons résoudre ce problème, alors nous n'apportons pas de solution. La meilleure solution est celle qui a été développée conjointement avec l'utilisateur qui éprouve des difficultés. Là, vous aurez résolu le problème ».

Au lieu de cela, RuSokoni a adopté une approche différente, facteur de son succès d'après Daniel. « Nous avons mené des interviews, testé notre modèle, et nous sommes assurés que nous comprenions les besoins de la communauté, avant de nous concentrer sur la question du prix.



Le coût de mise en place est très élevé, et il est difficile de se développer sans les ressources qui permettent d'atteindre au moins le seuil de rentabilité. Tout est question de financement et d'adaptabilité »

Ensuite seulement nous avons formé une équipe. Pas l'inverse ». Pour un jeune entrepreneur, cette approche est un facteur clé de succès, selon Daniel. « Les retours d'information sont très importants. Ils ont été nos meilleurs alliés ». ■

DEVENIR PARTENAIRE

- Dons de matériel informatique et ingénierie informatique
- Organisations agissant pour les communautés locales
- Assistance technique pour le développement de la plateforme

Contactez daniel.nanghaka@i-africa.net ou dndannang@gmail.com
Tél. : +256 772 898298

COLLABORATION AVEC LE CTA

Le CTA soutient Daniel via le cours ICDF (Information for Collaborative Development Course) sur les réseaux sociaux, ce qui lui a permis de former son équipe à l'accompagnement des agriculteurs et d'améliorer l'offre de formation des jeunes. Déjà par le passé, le CTA soutenait également les formations techniques de Daniel à destination des communautés locales à Oyam.

HISTOIRE 13

Mlouma — Marché agricole en ligne

Connecter producteurs et acheteurs via quatre canaux de communication

 **ABOUBACAR SIDY SONKO**

 Sénégal

 <http://mlouma.com/>

 Mlouma

 @mlouma_sn

 Abouacar Sidy Sonko

PROBLÈME

« À Dakar, ce même produit se vendait 10 fois le prix pratiqué au village... c'était une injustice que les gens subissaient ».

Abouacar a grandi dans une communauté rurale agricole, et il a donc eu très tôt une connaissance approfondie du problème. « Je connaissais la réalité à laquelle ils étaient confrontés car j'ai grandi dans cet environnement », nous confia-t-il. Tandis que les défis auxquels se heurtait sa communauté étaient nombreux, Abouacar s'est concentré sur celui qui le frustrait le plus : l'inégalité des prix.

Lorsqu'il s'est installé en ville pour se rendre à l'université, il a été frappé par l'immense différence de prix pour un même produit cultivé par ses parents en zone rurale. « Les producteurs, n'ayant pas d'alternative dans les villages, sont contraints d'y pratiquer un bas prix. Mais une fois à Dakar, ce même produit se vendait jusqu'à 10 fois le prix pratiqué au village ».

À ses yeux, le problème se situait au niveau de la demande du marché. Dans les zones urbaines, le nombre important de consommateurs provoquait la hausse des prix ; mais dans les villages, seuls les intermédiaires achetaient les produits qu'ils revendaient ensuite sur les marchés urbains plus rentables. « C'était une injustice que les gens subissaient », ajoute-t-il.

Animé par une telle frustration, Abouacar s'est demandé, à l'instar de tout entrepreneur social, comment il pouvait changer ce statu quo : « Comment pourrais-je aider mes parents qui sont agriculteurs et les millions ou milliards d'autres agriculteurs confrontés à ce problème ? » C'est ainsi que Mlouma a vu le jour.

SOLUTION

« Nous sommes un marché agricole accessible via le Web et les SMS ».

Mlouma est une plateforme Web et mobile qui connecte directement les producteurs avec les acheteurs. « Louma, dans le dialecte local, signifie « marché » », confie Abouacar. « M signifie « mobile ». Donc, dans un sens, c'est un « catalogue de marchés » disponible sur le téléphone mobile ».

Les producteurs et acheteurs peuvent accéder à la plateforme et consulter la liste des produits disponibles dans la région, puis déterminer où et quand acheter ou vendre leurs récoltes. Mlouma est disponible via quatre canaux : Web, SMS, applis mobiles sur smartphones, et par l'intermédiaire d'un centre d'appels, pour ceux qui ne peuvent pas accéder aux applications mobiles.

En fournissant l'accès aux informations sur les prix du marché, Mlouma transmet aux agriculteurs et industries agro-alimentaires la bonne information, leur permettant de prendre les meilleures décisions quant à leurs

produits agricoles. Plutôt que de passer par des intermédiaires, les agriculteurs peuvent prendre eux-mêmes les décisions nécessaires.

IMPACT

« Nous avons permis à l'un de nos principaux clients de vendre des oignons avec une marge additionnelle de 25 pour cent sur le prix initial ».

Mais au-delà de l'innovation technologique, ce qui compte est la façon dont elle est utilisée. Les plateformes Mlouma ont aidé leurs partenaires agricoles à accroître leurs revenus. « Nous avons permis à l'un de nos principaux clients de vendre des oignons avec une marge additionnelle de 25 pour cent sur le prix initial », confie Aboubacar.

Outre un levier d'augmentation des revenus, Aboubacar perçoit la plateforme comme un moyen de connecter les petits producteurs avec le grand public. Les producteurs acquièrent ainsi la visibilité dont ils ont besoin pour promouvoir leurs activités et améliorer leur niveau de vie. « Notre service nous a permis de connecter les agriculteurs implantés dans des zones très rurales du pays avec le reste du monde, même s'ils n'ont pas accès à Internet ».

Mlouma a non seulement connecté de nombreux producteurs ruraux avec des acheteurs mondiaux, mais a également donné naissance à un réseau local. « Notre approche à la fois globale et participative nous a permis de mettre en place un écosystème d'utilisateurs utilisant la plateforme Mlouma en zones rurales », ajoute-t-il.

BUSINESS MODEL

« Nous sommes à la recherche de modèles qui nous permettraient de surmonter ces difficultés une à une ».

Encore au stade initial de développement, Aboubacar et l'équipe Mlouma continuent d'explorer les pistes d'un business model qui



© Marco Longari/FAO

Agriculteurs travaillant sur une parcelle de haricots verts à Koer Abundoy, au Sénégal, où plusieurs jardins potagers sont cultivés pour fournir la communauté et le marché local.

assurera leur viabilité. Ils travaillent notamment à équilibrer la gestion des différents défis auxquels ils sont confrontés, comme la capacité des producteurs à payer, la motivation des acheteurs à utiliser la plateforme, ou encore la génération permanente de revenus. « Nous sommes à la recherche de modèles qui nous permettront de surmonter ces difficultés », explique Aboubacar.

L'un des modèles les plus prometteurs en ce moment s'articulerait autour de la facturation de l'accès à l'information, particulièrement via SMS. Aboubacar envisage un modèle par lequel Mlouma pourrait facturer à ses utilisateurs la requête d'informations.

Mlouma a remporté plusieurs prix internationaux.

À COURT TERME

« Les deux à trois prochaines années, nous porterons notre attention sur le Sénégal puis, plus tard, sur l'Afrique dans son ensemble ».

Si le business model n'en est qu'à ses débuts, cela n'a pas empêché Aboubacar de rêver en grand pour



Pour que la jeunesse puisse bénéficier d'un avantage dans le secteur de l'agriculture, nous devons transformer l'agriculture, par l'intermédiaire de l'innovation et de la mécanisation, en une activité plus attrayante »

l'avenir de Mlouma. « Les deux à trois prochaines années, nous porterons notre attention sur le Sénégal puis, plus tard, sur l'Afrique dans son ensemble ».

Afin de développer ses activités, l'équipe prévoit de travailler secteur par secteur et région par région : « Nous allons travailler avec des partenaires dans le secteur du riz. Et deux ans plus tard, nous pourrions nous intéresser à l'est du Sénégal avec la banane... et après deux ans, nous couvrirons les activités plus locales ».

Si les idées sont grandes, les défis le sont également. « Internet n'est pas vraiment accessible à travers le pays... peut-être que pour certains il ne sera pas possible d'y avoir accès, et il sera alors compliqué de toucher les personnes qui se trouvent dans les zones les plus reculées ». Aboubacar perçoit cet accès à la technologie comme un obstacle majeur à la montée en puissance et à la maximisation du potentiel de Mlouma, mais aussi aux autres TIC disponibles.

ENSEIGNEMENTS TIRÉS

« Nous devons faciliter l'accès de la jeunesse aux financements. Sans soutien financier véritable pour les jeunes agro-entrepreneurs, il ne pourra pas s'agir d'une voie durable pour la jeunesse ».

Aboubacar espère que le secteur agricole saura attirer et recruter la jeunesse tout au long de

la chaîne de valeur. Pour lui, cela commence par la motivation. « Pour que la jeunesse puisse bénéficier d'un avantage dans le secteur de l'agriculture, nous devons transformer l'agriculture, par l'intermédiaire de l'innovation et de la mécanisation, en une activité plus attrayante », partage-t-il. « De plus, nous devons faciliter l'accès de la jeunesse aux financements. Sans soutien financier véritable pour les jeunes agro-entrepreneurs, il ne pourra pas s'agir d'une voie durable pour la jeunesse ».

De même, Aboubacar perçoit la nécessité d'un soutien financier basé sur le développement quotidien, et pas seulement pendant les phases pilotes phares ou les étapes de changement d'échelle. « Il n'y pas assez de dépôts pour permettre aux producteurs de stocker leurs produits dans des conditions favorables sur une longue durée », explique-t-il. « Des efforts doivent être réalisés afin de développer la logistique et les voies de production pour permettre le flux de produits ». Afin de réellement développer le secteur et réaliser le pouvoir des TIC, Aboubacar encourage les organisations à investir dans les innovations de la jeunesse et l'agro-entrepreneuriat. ■

DEVENIR PARTENAIRE

Contactez Aboubacar Sidy Sonko at assonko@mlouma.com

COLLABORATION AVEC LE CTA

Mlouma a participé à l'événement Plug & Play organisé par le CTA durant la conférence internationale « Révolutionner la finance pour les chaînes de valeur agricoles (Fin4ag 14) » à Nairobi en 2014, mais aussi à certaines activités en ligne de ARDYIS.

* En savoir plus sur Mlouma dans cet article, dans Jeune Afrique : Réussite : Mlouma, une plateforme en ligne au service des producteurs agricoles – <http://tinyurl.com/jtjt5sc>

D'Market Movers — Quand le « manger sain » rencontre la commodité

Premier marché en ligne de Trinité-et-Tobago

PROBLÈME

« Nous vendions généralement à des intermédiaires, mais j'ai réalisé que si nous vendions directement au consommateur nous pourrions doubler, voire tripler notre marge ».

« J'ai démarré au niveau le plus bas de l'agriculture », confie David. « Je cultivais des laitues et les vendais sur les marchés en gros. Mais ce n'était pas toujours rentable, et encore moins facile. « Nous vendions généralement à des intermédiaires », ajoute-t-il. « Mais j'ai réalisé que si nous vendions directement au consommateur nous pourrions doubler, voire tripler notre marge ».

David réalisa que ces intermédiaires s'octroyaient une part énorme des profits en gérant des mini-marchés ou des marchands situés sur le bord des routes. Comment faire en sorte que les exploitants agricoles aient un tel accès au consommateur ?

« J'ai simplement essayé de trouver une solution pour que les agriculteurs aient un accès direct au consommateur. J'ai tenté de trouver le chemin le plus court au consommateur ». À l'origine, David a lancé l'entreprise sur le modèle d'un service de retrait de marchandises, puis il a embarqué un nouvel associé et a basculé vers un modèle en ligne – les résultats sont impressionnants.

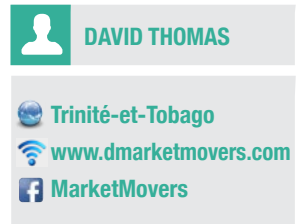
SOLUTION

« Les gens se connectent, ils commandent, et nous livrons ».

Voici D'Market Movers, le premier marché en ligne de Trinité-et-Tobago, centré sur les besoins du « Manger sain ». « Nous mettons des produits en ligne », nous dit David. « Produits frais, viande, produits laitiers, ou très peu transformés, comme des barres chocolatées locales, etc. Les gens se connectent, ils commandent, et nous livrons. Voilà en résumé ».

En permettant aux consommateurs d'acheter via l'épicerie en ligne, D'Market Movers amène à la fois le commerçant chez le consommateur, et le consommateur urbain chez les petits exploitants agricoles de zone rurale. « Nous considérons D'Market Movers plus ou moins comme un lieu de rencontres », ajoute-t-il.

Les consommateurs sont attirés vers D'Market Movers pour sa commodité. « D'habitude, les gens doivent sortir, attendre dans les embouteillages, ou faire la queue », explique David. « Nous faisons gagner beaucoup de temps aux gens, et je crois qu'ils apprécient cela ». Par ailleurs, D'Market Movers attire les producteurs par l'accès privilégié aux consommateurs. La valeur d'un tel lieu de rencontre virtuelle est particulièrement élevée pour ceux qui produisent des aliments spécifiques,



des produits sains, et autres produits de niche. « Imaginons qu'un agriculteur souhaite produire un certain type de produit bien spécifique, mais qu'il n'a pas accès au marché. Nous lui fournissons la plateforme qu'il lui faut ».

De ce fait, beaucoup de producteurs de D'Market Movers font le choix de bonnes pratiques agricoles comme l'agriculture biologique et sans pesticides. « Les valeurs fondamentales de D'Market Movers sont la commodité et la santé », confie David. « Nous souhaitons œuvrer pour une meilleure santé de la population et de la planète ».

IMPACT

« Les produits de serre étaient de meilleure qualité, mais n'obtenaient pas le prix approprié sur les marchés locaux. Maintenant, grâce à notre sensibilisation, ils permettent d'obtenir des marges plus importantes ».

Après 5 années d'existence, D'Market Movers collabore avec environ 30 producteurs et près de 700 consommateurs. Ces producteurs proposent une large variété de produits, depuis les produits

biologiques aux barres chocolatées locales, majoritairement issus de zones rurales et reculées, produits auxquels 95 pour cent des consommateurs urbains n'auraient autrement pas eu accès.

La demande constante du marché a fortement impacté les petits exploitants agricoles. Un exemple notable est celui d'un agriculteur rural qui fournit David en lait de chèvre cru. « Traditionnellement, les gens pensent que le lait pasteurisé est meilleur », explique David. « Alors, lorsqu'il est venu jusqu'à nous, il rencontrait des difficultés à trouver un marché. Il luttait tellement qu'il avait des stocks excédentaires de lait ». Tout cela a changé lorsqu'il a rejoint D'Market Movers. « Nous étions capables de trouver des personnes qui étaient davantage conscientes des bénéfices du lait cru ». Ses ventes ont augmenté, la demande est montée en flèche, et elle maintenant si élevée qu'elle excède presque sa production ». L'agriculteur rural qui arrivait péniblement à s'en sortir développe à présent son commerce et son troupeau de chèvres.

Plus réjouissante encore que ces récits de succès est la façon dont D'Market Movers a permis le développement de la tendance du « Manger sain » sur les îles. Prenons l'exemple des agriculteurs de serre à Cherala. « Ils avaient de sérieux problèmes lorsqu'ils ont débuté. Les produits de serre étaient de meilleure qualité, mais n'obtenaient pas les prix appropriés sur les marchés locaux. Maintenant, à travers notre sensibilisation, ils permettent d'obtenir de meilleures marges ». En créant un marché pour des aliments sains afin de satisfaire la demande, D'Market Movers a encouragé à la fois les producteurs et les consommateurs à soutenir cette tendance. D'Market Movers a changé la nature des relations entre consommateurs, agriculteurs et produits locaux.

BUSINESS MODEL

« En choisissant la qualité optimale, nous avons pu obtenir des prix plus élevés pour nos produits ».



D'Market Movers, la première place de marché en ligne à Trinité-et-Tobago, est centrée sur les besoins alimentaires sains.

Devenir financièrement viable n'était certes pas chose facile. « Nous étions la première entreprise à proposer des produits alimentaires en ligne. C'était un changement culturel. Traditionnellement, dans les Caraïbes, les gens vont au marché où ils peuvent réellement sentir et voir leurs produits avant de les acheter. Nous devions les convaincre que la qualité pouvait également être au rendez-vous en ligne ». Depuis, D'Market Movers a gagné la confiance des gens et l'entreprise s'est développée pour finalement devenir rentable.

L'entreprise maintient ses activités en payant pour les produits puis en les refacturant à leurs clients à un prix légèrement plus élevé. « En choisissant la qualité optimale, nous avons pu obtenir des prix plus élevés pour nos produits », explique David. « Ceci profite aux producteurs, car nous leur offrons un meilleur prix tout en couvrant nos dépenses opérationnelles. Bien que nos prix soient légèrement plus élevés que celui des marchés classiques, nous sommes au même niveau que les supermarchés ».

D'Market Movers facture également des frais de livraison aux consommateurs qui souhaitent opter pour ce confort supplémentaire. Mais d'une façon générale, l'entreprise a conservé un business model assez standard, en abandonnant même le paiement en ligne, les coûts liés demeurant trop élevés. À la place, les consommateurs paient leur commande par l'intermédiaire de PayPal, en espèces ou par chèque à la livraison.

À COURT TERME

« Nous cherchons à nous positionner sur le marché de l'exportation – en utilisant des produits locaux pour faire des fruits congelés ».

Avec une demande constante pour la plateforme et le souci de viabilité financière, David s'intéresse déjà à la prochaine étape pour D'Market Movers. « Dans l'immédiat, nous cherchons à pénétrer le



Traditionnellement, dans les Caraïbes, les gens vont au marché où ils peuvent réellement sentir et voir leurs produits avant de les acheter. Nous devions les convaincre que la qualité pouvait également être au rendez-vous en ligne »

marché de l'export – en utilisant des produits locaux pour faire des produits congelés, par exemple. À long terme, nous souhaiterions pouvoir faire de notre business model une franchise dans d'autres îles caribéennes ».

En prévision de leur expansion, David et son équipe sont actuellement en train de documenter et rationaliser les processus afin qu'ils puissent être facilement dupliqués. « Dans les Caraïbes, chaque île possède sa propre culture », indique David. « Pour changer d'échelle, nous prévoyons donc d'optimiser et adapter les processus en fonction de la spécificité de chaque île ». L'entreprise devra apprendre sur le tas, mais a déjà en cela une grande expérience.

À L'HORIZON

« Si la jeunesse s'implique et utilise les réseaux sociaux pour s'informer des tendances globales, elle pourra ensuite produire dans ce sens ».

Bien que le mouvement du « Manger sain » se soit considérablement développé ces dernières années, David voit encore beaucoup de possibilités d'amélioration des pratiques agricoles, notamment parmi les grands producteurs. « Il y a de la réticence. Nous avons démontré que si vous prenez le temps et faites l'effort de produire avec plus d'attention pour les consommateurs, vous obtiendrez finalement un meilleur prix. Cependant, la plupart des agriculteurs restent



Si la jeunesse s'implique et utilise les réseaux sociaux afin de s'informer des tendances globales, elle pourra produire dans ce sens »

peu préoccupés par l'aspect santé ». Dans ces conditions, comment encourager les agriculteurs à être davantage conscients des effets de leurs produits sur la santé ?

Pour David, la réponse réside dans la demande du marché. « Si les producteurs suivent les tendances du marché des consommateurs, alors vous pourriez voir des changements au niveau de la manière dont se fait l'agriculture dans les Caraïbes. Les préférences sont en train de changer, les gens veulent adopter une alimentation plus saine. Il est question d'écouter ces changements de goûts, et d'adapter les pratiques agricoles en conséquence ».

David est également convaincu de l'opportunité toute particulière de la jeunesse à s'impliquer dans ce marché en pleine évolution. « Si la jeunesse s'implique et utilise les réseaux sociaux afin de s'informer des tendances globales, elle pourra produire dans ce sens ».

La technologie est un domaine qui offre des opportunités à la jeunesse. « Beaucoup de jeunes gens développent des applis à destination de l'agriculture. Je vois ça depuis que j'ai quatorze ans, des opportunités où les TIC peuvent changer le secteur ». Avec leur connaissance des solutions technologiques, ces jeunes gens peuvent véritablement transformer le secteur.

Qu'y a-t-il de si puissant avec la technologie ? En agriculture, le temps fait une énorme différence. « Si vous passez une journée ou deux à essayer de résoudre un problème, vous pouvez perdre votre récolte », explique David. « Pouvoir demander conseil et obtenir une réponse en temps réel – parfois en une heure – peut faire la différence entre un gain ou une perte ». En agriculture, la rapidité est primordiale.

ENSEIGNEMENTS TIRÉS

« J'aurais souhaité avoir accordé plus tôt une plus grande attention au côté commercial ».

En pensant à nouveau aux débuts de D'Market Movers, David partage quelques conseils clés : « Lorsque vous commencez quelque chose, vous êtes très enthousiaste. Mais vous oubliez le côté commercial. J'aurais souhaité accorder plus tôt une plus grande attention à cet aspect-là. J'ai appris sur le tas, mais j'aurais souhaité en savoir plus sur ces sujets auparavant ». Avec une courbe de développement aussi rapide, posséder un bagage commercial est un atout essentiel à la viabilité d'une entreprise. ■

DEVENIR PARTENAIRE

Contactez David Thomas (fondateur) à l'adresse marketmovers14@yahoo.com

COLLABORATION AVEC LE CTA

David a été le mentor d'un groupe de jeunes durant le AgriHack Talent Caribbean. Il a été invité à présenter D'Market Movers et lié des contacts avec d'autres participants lors de la Semaine Caribéenne de l'Agriculture au Suriname (CWA 2014).

AgroCentral — Pay-it-forward

Le modèle en ligne qui accélère les connexions rurales et urbaines

PROBLÈME

« J'ai réalisé que créer des connexions avec le marché est en fait un problème plus important que le manque d'information ».

« J'ai toujours été passionné par l'entrepreneuriat », nous dit Jermaine. Cette passion a commencé dès le collège, où Jermaine vendait divers produits pour se faire un peu d'argent de poche. Lorsqu'il est entré à l'université, il a rejoint le club d'entrepreneuriat et a rencontré de nombreux entrepreneurs qui l'ont inspiré dans la création d'AgroCentral. Pour Jermaine, ce fut un déclic : il a réalisé que tout le monde pouvait être acteur du changement. « Vous n'avez pas besoin d'être plus âgé, vous n'avez pas besoin d'être particulièrement talentueux dans un domaine. Tant que vous êtes prêt à travailler et à réellement réfléchir à ce que vous faites, alors il est possible de réussir et de créer le changement ».

Son idée initiale était centrée sur un hub d'informations basé sur les SMS. Mais à mesure qu'il échangeait avec les agriculteurs eux-mêmes, son idée a commencé à évoluer. « J'ai réalisé que créer les relations était en réalité un problème plus important encore que le manque d'information. Alors j'ai décidé de me réorienter dans cette direction ». Avec cette nouvelle idée en tête, Jermaine a participé au Startup Weekend en Jamaïque où AgroCentral a gagné avec son idée à fort potentiel. Un an plus tard, l'équipe s'apprête à lancer son second prototype d'une plateforme de marketing et d'échange d'informations, en lien avec plus de 200 agriculteurs.

Face à tout ce qu'il reste à accomplir, qu'est-ce qui maintient Jermaine à l'œuvre ? « Je me perçois comme une personne qui peut créer de la valeur. Je souhaitais trouver un problème à résoudre qui créerait de la valeur pour un grand nombre de personnes en Jamaïque et qui réglerait un problème à l'échelle mondiale ».

CE QU'IL A RÉALISÉ

« Nous sommes une plateforme digitale d'échanges qui permet aux acheteurs d'acheter directement aux agriculteurs, et aux fournisseurs d'augmenter leur portée commerciale ».



JERMAINE HENRY



Jamaïque



<http://agrocentral.co/>



Agrocentral



@agrocentralja

Créer des connexions avec le marché est un problème plus important que d'obtenir des informations.



Les agriculteurs pourraient bénéficier d'une éducation financière. Ils ne sont pas aussi compétents au niveau commercial, et ne savent pas comment accroître leur production ni parfois même comment démarrer leur exploitation. Les initiatives entrepreneuriales qui soutiendraient de telles infrastructures financières à destination des agriculteurs auraient un impact considérable sur le secteur »

Comprenant l'inconvénient des agriculteurs ruraux à accéder aux marchés urbains, Jermaine et son équipe ont créé AgroCentral, un marché en ligne où acheteurs et vendeurs peuvent directement interagir. « Nous sommes une plateforme digitale d'échanges », explique Jermaine. « Nous permettons aux acheteurs d'acheter des produits directement aux agriculteurs, et aux fournisseurs d'accroître leur portée commerciale ».

Comment cela fonctionne-t-il ? Les agriculteurs s'inscrivent gratuitement sur le site, puis AgroCentral les contacte pour obtenir l'information nécessaire – superficie, méthode de paiement, cultures, etc... « Une fois les agriculteurs inscrits », déclare Jermaine, « ils ont accès à la plateforme. Ils peuvent recevoir des demandes d'acheteurs et y répondre en utilisant le système d'enchères ». La plateforme permet aussi aux fournisseurs de collaborer sur certaines commandes. Pour des acheteurs tels que les unités de transformation agricoles et les restaurants, la plateforme permet d'obtenir une comparaison immédiate des prix entre différents fournisseurs, et cela en un seul clic.

L'intégralité du système fonctionne sur des plateformes Web et SMS, ce qui implique qu'acheteurs et vendeurs peuvent consulter des tableaux de bord personnalisés pour les produits postés, par l'intermédiaire d'un fil d'informations pertinentes pour eux. De plus, AgroCentral gère toutes les transactions de paiement en ligne et utilise un modèle dit de « Pay it forward ». Ce système permet aux agriculteurs de se faire payer dans les trois jours, sans que les commerces soient sous pression (ils ne sont pas obligés de payer avant d'avoir généré leurs propres revenus). Via AgroCentral, tout le monde est gagnant - l'agriculteur, l'entreprise, et la société.

IMPACT

« Les agriculteurs observent une hausse des revenus de 15 à 22 pour cent, grâce à l'utilisation de notre plateforme ».

Dans l'année de sa création, AgroCentral a touché 75 agriculteurs et deux acheteurs (petite et moyenne entreprises) par l'intermédiaire de son prototype initial. Bien qu'encore de petite envergure, l'organisation a commencé à sentir un impact financier prometteur. « Initialement, la plupart des agriculteurs vendaient à des fournisseurs intermédiaires et perdaient ainsi une part importante de leur marge ». En supprimant les intermédiaires, les agriculteurs qui utilisent AgroCentral ont observé une hausse de leurs revenus allant de 15 à 22 pour cent.

L'application du modèle « Pay it forward » a également aidé à rendre ces revenus plus sûrs pour les agriculteurs, tout en maintenant les coûts stables pour l'entreprise. Tandis que les agriculteurs attendaient en moyenne 30 jours pour être payés par une entreprise, AgroCentral leur permet d'obtenir 90 à 92 pour cent de la transaction dès le moment de l'achat. Ce système a radicalement amélioré la capacité des agriculteurs à s'ajuster, comme l'explique Jermaine. « Auparavant, les agriculteurs ajustaient leur production à la baisse car il ne

pouvait satisfaire qu'un certain marché. Mais en accédant à un marché plus important, des acheteurs réguliers et un revenu immédiat, ils ont commencé à prévoir une augmentation de la production ».

BUSINESS MODEL

Comment ce projet est-il rendu possible ?

AgroCentral a atteint sa viabilité par étape, en établissant ainsi différentes sources de financement jusqu'à l'obtention de son modèle de mise à l'échelle. Dans sa phase pilote actuelle, AgroCentral ne facture pas l'utilisation de la plateforme. Depuis le début, et de façon à soutenir ses activités initiales, l'organisation compte sur les revenus de projets parallèles. À mesure que l'entreprise croît, l'équipe travaille avec des investisseurs et des subventions afin d'embaucher du personnel supplémentaire.

AgroCentral explore un modèle de facturation du service afin de soutenir l'entreprise à l'avenir. Un accès gratuit d'un an à la plateforme serait offert aux acheteurs, et un petit pourcentage sur chaque transaction serait facturé aux agriculteurs. Ce montant serait ensuite utilisé pour financer le modèle « Pay it forward », par l'intermédiaire duquel chaque agriculteur reçoit 90 à 92 pour cent du paiement dans les trois jours suivant la transaction.

À COURT TERME

« Je nous vois étendre localement notre modèle actuel à l'industrie hôtelière et aux personnes à l'étranger qui souhaitent acheter des produits jamaïcains ».

Tandis qu'AgroCentral continue de se perfectionner dans ses phases pilotes, Jermaine se projette déjà. « Nous travaillons sur une plateforme marketing intégrant le Web et les SMS, et à mesure que nous avançons, nous intégrerons d'autres services, dont un pôle d'informations ».

Jermaine espère se développer à la fois en Jamaïque et au-delà. « Notre marché cible actuel, ce sont les petites et moyennes entreprises... Je vois notre modèle investir l'industrie locale de l'hôtellerie et être utilisé par des personnes à l'étranger pour acheter des produits jamaïcains. Je prévois qu'AgroCentral s'implante dans d'autres pays des Caraïbes et d'Amérique du Sud, et peut-être même plus tard en Afrique. C'est ce à quoi ressemblerait le succès pour nous ». Afin d'ajuster le modèle, AgroCentral cherche à renforcer ses partenariats existants avec pour objectif de travailler à l'étude de marché et étendre sa clientèle.

AgroCentral a remporté l'AITECH Demo Day 2015 (événement organisé par la Conférence AITECH, la plus importante conférence tech des Caraïbes pour les startups, à Aruba, avec un prix de 20 000 dollars).

À L'HORIZON

« Vous pourriez utiliser toute cette information pour façonner le secteur et l'industrie, aussi bien au niveau local que mondial ».

Alors qu'il existe de nombreux développements intéressants dans le secteur de l'agriculture aux Caraïbes, Jermaine est convaincu que le financement pour les agriculteurs, la collecte de données et le partage d'informations doivent être améliorés pour voir une réelle évolution du secteur. « L'accès à la finance est un problème pour les agriculteurs au niveau local, principalement parce qu'il y a très peu de tenue des comptes et d'archivage », explique-t-il. Selon lui, les agriculteurs pourraient bénéficier d'une éducation financière. « Ils ne sont pas aussi compétents au niveau commercial, et ne savent pas comment accroître leur production ni parfois même comment démarrer leur exploitation ». Les initiatives entrepreneuriales qui soutiendraient de telles infrastructures financières à destination des agriculteurs auraient un impact considérable sur le secteur.



15 – 22 %

une hausse des revenus pour les agriculteurs qui utilisent AgroCentral

Un autre obstacle majeur au développement de l'agriculture dans les Caraïbes est l'absence d'information à travers tout le secteur. « En Jamaïque, pour chaque agent de vulgarisation agricole, il y a environ un millier d'agriculteurs. Par conséquent, les méthodes de collecte de données dans le secteur agricole, au niveau local, ne sont tout simplement pas efficaces ». Jermaine voit un potentiel immense pour des entreprises utilisant des TIC ou des stratégies mobiles pour relever ce défi.

Avec un accès libre aux données, Jermaine est convaincu que le secteur gagnerait en efficacité et en productivité de façon exponentielle. « Tout comme la plupart des startups utilisent des paramètres pour suivre la direction à prendre, vous pourriez utiliser ces données importantes pour transformer le secteur et l'industrie aussi bien au niveau local qu'au niveau mondial ». Utile au repérage des tendances et à la résolution des problèmes, cette information pourrait éclairer les décideurs politiques, les entrepreneurs innovants et les agriculteurs eux-mêmes. « Ils pourraient prendre de plus sages décisions en termes de choix des cultures, lieu d'exploitation, utilisation de l'espace, et bien plus ». Les possibilités sont infinies – une fois que le secteur adoptera l'accès libre à l'information, le changement va considérablement s'accélérer.

ENSEIGNEMENTS TIRÉS

« Il est difficile de trouver des personnes disposées à travailler sans être rémunérées durant un certain temps ».

Comme beaucoup de startups, AgroCentral a réalisé qu'il est important de trouver dès le départ les bonnes personnes avec qui travailler. Il est difficile de trouver des personnes disposées à travailler sans être rémunérées durant un certain temps », confie Jermaine. « Il est donc primordial de trouver des gens dédiés et prêts à s'engager dans la résolution du problème, sans faire de

profits dans un premier temps ». L'équipe nourrit ou détruit une entreprise.

Une fois l'équipe parfaite constituée, Jermaine affirme que le reste n'est qu'une question de vigilance et d'ouverture. « N'ayez pas peur de parler, d'approcher les diverses parties prenantes. C'est la première chose à faire », conseille-t-il. Nous étions un peu lents à nous mettre en relation avec différentes personnes. Nous attendions d'être parfaits, ou d'avoir ceci ou cela. Je pense que la meilleure chose à faire est tout simplement de se lancer et de collecter l'information directement auprès des personnes impliquées ».

Avec la bonne équipe et la bonne idée documentée et éclairée, tout est possible. Nombreux sont ceux qui s'inquiètent de la viabilité de l'entreprise, mais Jermaine est optimiste. « Si vous êtes assez créatifs, il existe un business model pour tout ». ■

DEVENIR PARTENAIRE

Contactez info@agrocentral.co

COLLABORATION AVEC LE CTA

AgroCentral a reçu le soutien du CTA de diverses manières. La première interaction avec le CTA a eu lieu en Juillet 2014, lors de la Conférence Fin4Ag à Nairobi : AgroCentral a reçu de nombreuses solutions qui l'ont aidé à développer le business model et lui ont donné l'opportunité d'engager plusieurs parties prenantes de l'agriculture Africaine et de recueillir leurs commentaires. En Octobre 2014, AgroCentral a été sélectionné pour être facilitateur lors de l'AgriHack Caribbean, ce qui a permis une fois encore d'engager des acteurs agricoles et de forger des partenariats. Le CTA promeut également l'entreprise en publiant ses travaux.

Mkulima Young — 48 000 connexions

Première plateforme sociale et marketing pour jeunes agriculteurs

PROBLÈME

« Notre population est en pleine explosion et n'est pas en adéquation avec l'offre d'emploi. L'agriculture est l'un des seuls secteurs qui puisse offrir des emplois ».

« J'ai grandi dans une région rurale, et je suis devenu un petit exploitant agricole », confie Joseph. Après avoir eu l'opportunité d'étudier l'agriculture à l'université, Joseph a réalisé qu'il souhaitait mettre ses compétences au service de sa communauté : « Je voulais impacter la société à travers l'exercice de ma profession. Je souhaitais également me concentrer sur les défis globaux concernant l'agriculture et la sécurité alimentaire ».

Pour Joseph, un autre problème urgent était celui du chômage, particulièrement au Kenya. « Notre population, en pleine explosion, n'est pas en adéquation avec l'offre d'emploi existante. L'agriculture est l'un des seuls secteurs qui puisse offrir des emplois ». Si le potentiel est là, pourquoi la jeunesse n'afflue-t-elle pas dans le secteur ? L'agriculture doit être attrayante pour les jeunes – et la transformer dans ce sens est un véritable défi.

SOLUTION

« *Mkulima Young se concentre sur l'accompagnement des personnes dans l'agriculture, sur trois volets : (1) l'information, (2) l'accès au marché, et (3) le financement* ».

« Mkulima Young est une plateforme en ligne qui implique la jeunesse intéressée, inspirante et

qui utilise l'agriculture pour générer des revenus et créer des emplois », explique Joseph. Mkulima Young se concentre sur l'accompagnement des personnes dans l'agriculture, sur trois volets : (1) l'information, (2) l'accès au marché, et (3) le financement. Au-delà de la prestation de services, Mkulima Young a créé une communauté de jeunes gens travaillant dans l'agriculture et conçoit un espace leur permettant d'entrer en relation.

Comment ça fonctionne ? « Nous nous considérons comme un guichet unique », explique-t-il. « Vous venez nous voir si vous avez besoin d'inspiration, ou si vous souhaitez acheter ou vendre des produits ». Pour ceux qui cherchent l'inspiration, Mkulima Young raconte



JOSEPH MACHARIA

 Kenya

 www.mkulimayoung.co.ke

 Mkulima Young

 @mkulimayoung

 Mkulima Young



L'agriculture doit être attrayante pour les jeunes - et il est difficile de savoir comment réussir.



60 000

abonnés sur
Facebook pour
Mkulima Young

l'histoire des « Champions Mkulima », des jeunes qui utilisent l'agriculture comme activité commerciale et en tirent des revenus. Les usagers de la plateforme s'y connectent pour apprendre : une section spécifique de Q&R permet au personnel de Mkulima Young et d'autres collègues agriculteurs de répondre aux questions. Ces questions peuvent aussi être soumises via SMS, et une chaîne professionnelle YouTube rassemble des vidéos relatant ce que font d'autres entrepreneurs. Enfin, pour les jeunes agriculteurs venant acheter ou vendre leurs produits, Mkulima Young fournit un marché en ligne, gratuit et visible sur les réseaux sociaux Facebook et Twitter.

« Mkulima est un nom Kiswahili signifiant « jeune agriculteur », nous apprend Joseph. « Les gens disent : « Vous rendez l'agriculture sexy », mais pour nous, l'agriculture est déjà sexy. Nous nous contentons de l'habiller ».

IMPACT

« Nous avons pu rendre les transactions et le marketing plus rapides. Nous sommes maintenant capables de surmonter le défi des courtiers et intermédiaires ».

Mkulima Young comptabilise 60 000 « abonnés » sur Facebook et 10 000 sur Twitter, dont bon nombre interagissent quotidiennement avec l'organisation. Alors que les chiffres sont impressionnants, Joseph comprend comment le pouvoir et les revenus ont été transférés entre les mains des jeunes agriculteurs.

« Nous avons pu rendre les transactions et le marketing plus rapides », explique-t-il, en faisant référence au travail qu'a réalisé l'organisation au niveau de la numérisation du marché. « Nous sommes maintenant capables de surmonter les défis liés aux courtiers ou aux intermédiaires ». Tandis que les réalisations sont considérables, Joseph est avant tout fier du rôle que tient Mkulima Young dans le changement de discours autour de

l'agriculture. « Au Kenya, aucune attention n'était portée sur l'agriculture », se rappelle-t-il. « Mais après que nous ayons commencé à raconter les histoires de nos champions, elles ont fait leur apparition dans les journaux et les médias populaires. Des programmes sur l'agriculture ont émergé, et nous sommes devenus le point de contact pour tout sujet se rapportant à la jeunesse dans le secteur agricole. Nous avons fait évoluer les mentalités autour de l'agriculture au Kenya ».

À COURT TERME

« Nous venons de nous immatriculer en tant que société de crédit et d'épargne. Peut-être que Mkulima Young Société d'épargne et de crédit peut devenir la banque de la jeunesse du futur ! »

Joseph espère que Mkulima Young pourra se renforcer en interne sur les prochaines années, tout en étendant ses services à son réseau de jeunes agriculteurs. « Nous avons d'abord commencé une page Facebook », confie-t-il. « Eh puis, nous nous sommes développés d'une étape à l'autre. Maintenant, nous nous concentrons sur la façon de construire la structure organisationnelle afin de pouvoir mettre en place l'administration, la finance, et les autres départements ».

Parallèlement, Joseph prévoit de développer les services de Mkulima Young au sein des trois domaines clés. Afin d'améliorer le volet information, Joseph est impatient de créer une base de connaissances plus solide. « Comment obtenir de l'information solide ? Comment établir la confiance ? Comment fournir la meilleure information possible à ces jeunes ? », s'interroge-t-il. Mkulima Young espère aussi franchir la prochaine étape pour son marché virtuel, en orientant les gens vers les marchés locaux, et en les mettant en relation avec d'autres marchés régionaux ou d'exportation.

Actuellement, l'une des idées les plus passionnantes pour l'organisation réside dans son

intention de mettre en place des offres d'épargne et de crédit. « Nous venons de nous immatriculer en tant que société de crédit et d'épargne. Nous souhaiterions l'établir et promouvoir cette culture. Peut-être que Mkulima Young Société d'épargne et de crédit peut être la banque pour la jeunesse du futur ! », s'exclame Joseph.

À L'HORIZON

« Nous devons faire en sorte que la jeunesse ne réduise pas l'agriculture à de la simple production ; car il existe de nombreuses façons de s'impliquer le long de la chaîne de valeur et d'en tirer un revenu ».

Pour réellement transformer le secteur agricole, Joseph est convaincu que l'amélioration des financements et des revenus des agriculteurs est essentielle. « C'est frustrant car l'agriculture comporte un grand nombre de risques et n'attire pas beaucoup d'institutions financières de crédit », confie t-il. Comment les communautés rurales peuvent-elles échapper à la pauvreté endémique si les agriculteurs ne peuvent pas développer leurs activités commerciales ?

Mais au-delà des services financiers, les agriculteurs ont besoin d'être mieux considérés. « Le rendement pour un agriculteur est minime comparé aux autres acteurs de la chaîne de valeur. Et pourtant, nous le considérons comme l'épine dorsale de notre PIB, nous savons tous qu'il faut manger trois fois par jour, toutefois nous ne soutenons pas ces personnes qui produisent dans ce sens ».

Dans l'esprit de Joseph, il est vital de faire évoluer le discours autour de l'agriculture – moins mettre l'accent sur les difficultés, et passer plus de temps à présenter les opportunités existantes. « Nous devons faire en sorte que la jeunesse ne réduise pas l'agriculture à de la simple production ; il y a de nombreuses façons de s'impliquer le long de la chaîne de valeur et

de gagner un revenu. Nous devons simplement l'aider à s'en rendre compte ».

ENSEIGNEMENTS TIRÉS

« Vous devez posséder une expérience pratique en tant qu'agriculteur ».

« Vous devez posséder une expérience pratique en tant qu'agriculteur », souligne Joseph. De nombreux programmes font la promotion de la jeunesse et de l'agriculture, mais beaucoup sont dotés d'un personnel ne possédant aucune expérience agricole. « Ils ne savent même pas à quoi ressemble une vache, ni comment la traire ; ils ne connaissent pas les difficultés que rencontrent les jeunes quand ils essaient de lancer leur projet ». L'agriculture a toujours été au centre de la vie de Joseph, et il y attribue une grande partie de son succès. « Lorsqu'un jeune me dit « Mes tomates sont affectées par une maladie », je sais ce que l'on ressent car je suis un agriculteur ». ■

DEVENIR PARTENAIRE

Contactez Joseph Macharia (fondateur)
à l'adresse mkulimayoung@gmail.com

COLLABORATION AVEC LE CTA ET LIEN AVEC ASHOKA

Joseph a accédé au statut de Fellow Ashoka en 2014. Il a été finaliste des compétitions organisées par le programme Science, Technologies et Innovations (STI) du CTA en 2009. Sponsorisé, il a pu participer à des conférences internationales telles que la conférence ICT4Ag au Rwanda, en 2013, et la COP19 en Pologne, en 2014.

HISTOIRE 17

tech4farmers — 80 % de hausse des revenus

Un système de bourse de marchandises et de récépissés d'entrepôt en ligne : la clé d'un accès élargi aux marchés



DEOGRATIOUS
AFIMANI



Ouganda



www.tech4farmers.com



tech4farmers



@tech4farmers



Deogratiou Afimani

PROBLÈME

« La logistique liée au transport de marchandises alimentaires, depuis le village jusqu'à la ville, représente un immense défi. Le prix des intrants est très élevé ».

« Si vous regardez notre économie, 82 pour cent de la population travaille dans l'agriculture », explique Deo. « Cependant, l'agriculture ne contribue qu'à 23,1 pour cent seulement du PIB. La logistique liée au transport de marchandises alimentaires, depuis le village jusqu'à la ville, représente un immense défi. Le prix des intrants est très élevé ».

Originaire d'une famille d'agriculteurs, Deo est bien placé pour savoir ce que représente ce défi. « Le camion de mon père passait récupérer des marchandises à transporter, mais les routes étaient si mauvaises que le coût du transport était trop élevé. Il était donc difficile pour les agriculteurs d'en tirer un profit ». Si améliorer l'infrastructure n'est pas chose facile, Deo a perçu le potentiel de la technologie.

SOLUTION

« Nous opérons un système de bourse d'échange de marchandises et de récépissés d'entrepôt en ligne. Nous renforçons la confiance et la transparence tout au long de la chaîne de valeur ».

« Nous opérons un système de bourse d'échange de marchandises et de récépissés d'entrepôt en ligne, nous apportons la confiance et la transparence tout au long de la chaîne de valeur ». tech4farmers est prestataire de services pour les principaux acteurs de la chaîne de valeur. Les abonnés peuvent accéder aux services par l'intermédiaire d'une plateforme : <http://www.tech4farmers.com>



Agriculteurs chargeant le thé dans un camion, en Ouganda.

© Jake Lyell/AfrIPics

La plateforme fournit aux agriculteurs des renseignements sur le marché, le prix des produits, la localisation des entrepôts, les services de transport, la provenance des marchandises, et d'autres services de conseil. Le service phare est le marché virtuel qui permet de vendre des produits et recevoir les paiements directement sur son téléphone portable. Les consommateurs s'intéressent à la plateforme tech4farmers pour le réseau agricole qu'elle met à leur disposition ; tout en leur permettant de comparer les produits locaux et de demander la conduite de tests de qualité sur leurs achats. La plateforme présente également un avantage pour les partenaires de services agricoles, lesquels l'utilisent pour promouvoir leurs produits et entrer en contact avec de potentiels consommateurs.

Une fois le client inscrit sur le site, il a accès à tous les services. Les agriculteurs ruraux privés d'accès à Internet peuvent utiliser des canaux annexes de communication, SMS, USSD, ou encore par l'intermédiaire des partenaires de tech4farmers sur le terrain. L'entreprise s'efforce de procurer un gage de qualité tout au long de l'année et s'assure que les moyens d'accès à la plateforme y contribuent.

À terme, Deo conçoit la plateforme comme un moyen de développement commercial : « Nous incitons les agriculteurs à considérer l'agriculture en tant qu'activité commerciale, et non uniquement comme un moyen de subsistance. Nous les aidons à réaliser leur propre potentiel en tant qu'hommes et femmes d'affaires ».

IMPACT

« Nos agriculteurs ont pu accroître leurs revenus de 80 pour cent, en partie grâce à l'adoption d'une meilleure gestion. Ils font de leur activité agricole une activité commerciale ».

« Nos agriculteurs ont pu accroître leurs revenus de 80 pour cent, en partie grâce à l'adoption d'une

meilleure gestion agricole. Ils sont maintenant plus organisés et font du marketing... Ils font de leur activité agricole une activité commerciale. Nous avons l'intention d'aider nos agriculteurs à augmenter davantage leurs rendements pour atteindre 155 pour cent d'ici 2020 ».

tech4farmers a permis de réduire les pertes post-récoltes dans les industries de gros et souhaite réduire davantage celles pour ses clients, jusqu'à moins de 50 pour cent d'ici 2020. « Nous avons travaillé avec des entrepôts dans l'est de l'Ouganda afin d'accroître leur capacité de stockage de riz », explique-t-il. À présent, ces entrepôts sont capables de mieux prévoir les récoltes et de gérer leur espace en conséquence.

tech4farmers dessert actuellement 70 entreprises et 2 100 abonnés particuliers, et projette d'atteindre 10 000 agriculteurs d'ici la fin 2015. En travaillant avec ses prestataires de services, Deo pense réussir à atteindre leur objectif de 150 000 abonnés et 5 159 coopératives d'ici 2020. tech4farmers s'étendra également à l'industrie de stockage et compte sur le soutien du Ministère du Commerce, de l'Industrie et des Coopératives.

BUSINESS MODEL

« Nous espérons atteindre le seuil de rentabilité d'ici 2018. Nous proposons des services de qualité et des solutions d'entreprise pour des organisations ».

« Nous espérons atteindre le seuil de rentabilité d'ici 2018 », explique Deo. « Certaines des entreprises qui utilisent notre plateforme expriment une demande pour d'autres services tels que l'approvisionnement en matières premières ». Les banques et entités gouvernementales approchent également tech4farmers avec ces demandes de personnalisation. Deo y voit une possibilité de générer des revenus issus des frais d'abonnement pour des services Premium.

Des flux de revenus proviendraient des commissions de transactions, des ventes de marchandises et du financement du commerce. « Nous offririons des services Premium pour des entreprises qui désireraient des services additionnels », comme le traitement des paiements pour les acheteurs, des tests qualité dans les entrepôts, et des groupes d'agriculteurs organisés. « Nous avons déjà été approchés par des commerçants », ajoute Deo. « Pour de modestes frais de service de 20 dollars/an, les entreprises peuvent tirer profit du service Premium et profiter des avantages d'un contenu spécifiquement adapté à leur secteur d'activité ».

À L'HORIZON

« Les banques commerciales ne répondent pas aux besoins des agriculteurs ».

Deo croit au potentiel immense du financement de l'agriculture à l'avenir. « Beaucoup d'initiatives agricoles ne possèdent toujours pas de bons systèmes financiers, et les banques commerciales ne répondent pas aux besoins des agriculteurs », confie-t-il. « Actuellement, 90 pour cent du financement en agriculture provient des agriculteurs. Soit l'agriculture doit devenir bien plus rentable, soit le financement externe doit radicalement augmenter ; mais globalement, le financement de l'agriculture doit au moins doubler ».

Pour Deo, l'innovation consisterait notamment dans une meilleure tenue des registres en général. « Les gens doivent commencer à concevoir l'agriculture comme une activité commerciale et prendre cela au sérieux. Cela signifie une bonne gestion administrative, ce qui les aidera à obtenir des financements ».

ENSEIGNEMENTS TIRÉS

« Vous devez savoir à quel moment dire non. Vous n'êtes pas dans l'obligation de tout accepter tout le temps ».

« Si vous voulez aller de l'avant, vous devez savoir prendre des décisions rapidement », conseille Deo. « Vous devez savoir à quel moment dire non. Vous n'êtes pas dans l'obligation de tout accepter tout le temps ». Pour de nombreux entrepreneurs, les opportunités semblent infinies – il y a tant de façons d'aborder le problème, il est tentant de vouloir tout faire. Mais ce n'est pas toujours très judicieux », explique Deo. « Vous devez vous fixer un objectif et vous focaliser dessus ». Un entrepreneur ne peut pas tout faire. Se concentrer sur une chose en particulier et la faire bien est une clé de la réussite. ■

DEVENIR PARTENAIRE

- Assistance technique
- Approvisionnement, fournisseurs
- Développement de la chaîne de valeur
- Télécommunications, MFI, banques

Pour des informations sur les partenariats, contacter Deogratiuous Afimani (fondateur) :
 deo@tech4farmers.com. Tél. : +256 793 730 859
 4th Floor Hive Colab, Kanjokya House, Plot 90
 Kanjokya Street, Lower Kololo
 P O Box 10694, Kampala, Ouganda

COLLABORATION AVEC LE CTA

tech4farmers a commencé à travailler avec le CTA en Novembre 2013, lorsque l'organisation a été invitée au Plug & Play de la conférence internationale ICT4Ag à Kigali. En Décembre 2014, tech4farmers a également été sélectionné au Plug & Play du workshop international « Agricultural MIS & ICT Platforms for Business Management across the Value Chain », organisé par l'IFDC et sponsorisé par EAGC et le CTA, à Arusha. Le CTA continue de soutenir tech4farmers en lui offrant une visibilité lors de conférences internationales, en publiant les travaux de l'organisation, et en identifiant de nouveaux partenaires.

Lôr Bouôr — Une plateforme, cinq services

Utiliser les TIC pour améliorer l'efficacité, la communication et la productivité des coopératives agricoles

PROBLÈME

« Être témoin des difficultés a déclenché chez moi l'idée de devenir un entrepreneur ».

Ayant étudié l'ingénierie informatique, Jean-Delmas a d'abord été consultant auprès des organisations sur l'utilisation des TIC au profit du développement. Travaillant sur un projet traitant des noix de cajou dans les zones rurales en Afrique, il a eu une prise de conscience : « Pendant ma mission, j'avais décidé de travailler en étroite collaboration avec les gens du terrain afin de créer une plateforme de services qui réponde à leurs besoins à différents niveaux. J'ai passé trois ans avec la population, ce qui m'a permis d'observer les difficultés auxquelles elle était confrontée, et cela a fait émerger en moi l'idée de devenir entrepreneur ».

Jean-Delmas avait été particulièrement frappé par le manque de formalisation au sein des coopératives. Bien que cela ne représentait pas traditionnellement un problème, Jean-Delmas y a vu le potentiel pour les TIC de moderniser leurs activités, et de favoriser une plus grande efficacité et opportunité.

SOLUTION

« Notre plateforme offre cinq services. Chacun de ces services possède une caractéristique

particulière, mais ils travaillent tous en synergie les uns avec les autres ».

Cherchant à mettre ses compétences au profit du développement, Jean-Delmas a créé ICT4Dev.ci afin d'intégrer des solutions basées sur les TIC et répondre aux défis rencontrés par la population africaine. Alors qu'ICT4Dev.ci comprend plusieurs programmes, une de ses principales plateformes – Lôr Bouôr – est « une plateforme-solution au service d'un secteur agricole moderne et efficace », explique Jean-Delmas.



Femmes d'une association locale de producteurs de cacao travaillant avec les fèves de cacao à Djangobo, en Côte d'Ivoire.

JEAN-DELMAS EHUI

Côte d'Ivoire

www.ict4dev.ci

[ICT4dev.ci](https://www.facebook.com/ICT4dev.ci)

[Khan Jean-Delmas Ehui](https://www.linkedin.com/in/KhanJeanDelmasEhui)

La plateforme propose cinq services aux coopératives agricoles et à leurs partenaires :

(1) un portail Web (www.lorbouor.org), espace d'information, de formation et de promotion dédié au secteur agricole ; (2) une application Web (GELICO), véritable outil de management pour les coopératives ; (3) une application mobile et SMS, « marché virtuel » créant une opportunité de rencontre pour les offres des coopératives agricoles et les demandes des consommateurs ; (4) une application SMS MIS (Market Information System) ; (5) une boîte mail vocale appelée « Djassi » (infos) afin de transmettre directement l'information agricole aux producteurs dans leurs langues locales. « Chaque service a une particularité », ajoute Jean Delmas, « mais tous fonctionnent en synergie les uns avec les autres ».

Le cœur de métier de Lôr Bouôr : l'amélioration des relations entre les différentes parties prenantes au sein des communautés agricoles. Son portail d'informations met en avant des fournisseurs locaux d'intrants et des coopératives souhaitant accroître leur visibilité ; la plateforme numérique de tenue des registres permet aux agriculteurs du même collectif de suivre leurs informations agricoles au même endroit, rendant la gestion plus facile ; et le marché virtuel met les agriculteurs directement en lien avec leurs acheteurs pour accroître leurs revenus.

IMPACT

« Bien qu'encore à la phase pilote du projet, la plateforme dispose déjà de 800 inscriptions de coopératives ».

Jean-Delmas et son équipe ont déjà 800 coopératives inscrites sur leur plateforme. La plateforme « administrative » compte en particulier 10 coopératives actives, comportant chacune 500 agriculteurs. L'équipe prévoit 40 coopératives sur la plateforme d'ici la fin de l'année. Lôr Bouôr desservira ainsi 20 000 agriculteurs. « Bien que nous soyons en phase pilote », décrit Jean-

Delmas, « nous leur fournirons la plateforme et les équiperons d'autres outils ».

BUSINESS MODEL

« Lorsque des coopératives s'inscrivent, elles ne paient une cotisation que lorsqu'elles ont eu accès à nos services ».

Jusqu'ici, le développement de Lôr Bouôr a été rendu possible grâce à des financements externes. Ces prix ont non seulement apporté à Lôr Bouôr le financement nécessaire à soutenir la plateforme, mais ils ont également permis à l'équipe de rencontrer une assistante technique et de suivre une formation pour améliorer la stratégie de commercialisation.

Pour diversifier les sources de revenus, Jean-Delmas a également effectué une demande de crédit à la banque. À l'avenir, il espère cependant que Lôr Bouôr puisse être financée par les cotisations des coopératives et autres acteurs agricoles qui utilisent la plateforme, ainsi que de tous les partenaires du secteur agricole.

À COURT TERME

« Le but est d'obtenir des subventions régionales qui encourageront des agriculteurs à produire davantage et à contribuer à la sécurité alimentaire ».

Il tarde à Jean-Delmas de développer Lôr Bouôr, à la fois géographiquement et en termes de contenu. Il a en effet des vues sur une grande partie de l'Afrique de l'Ouest - Burkina Faso, Mali, Togo, Bénin, et même le Cameroun. « Nous prévoyons de démarrer très rapidement et d'étendre notre implantation géographique en Côte d'Ivoire la première année. La seconde année, nous démarrerons dans d'autres pays de la région ».

Jean-Delmas a pour projet d'améliorer l'intégration régionale parmi les producteurs

agricoles et les consommateurs, de sorte que les insécurité alimentaire de la région puissent être abordées depuis des angles différents. « L'objectif est d'obtenir des subventions régionales qui encourageront les agriculteurs à produire plus et à contribuer à la sécurité alimentaire », explique-t-il. Jean-Delmas cherche à améliorer la sécurité alimentaire de la région en améliorant d'abord la coordination entre les différentes saisons existant dans les pays avoisinants.

À L'HORIZON

« C'est par l'intermédiaire de l'entrepreneuriat que nous pouvons lutter contre le chômage ».

Afin de maximiser le pouvoir des TIC dans le secteur agricole, Jean-Delmas est convaincu du rôle plus actif du gouvernement. « Il devrait y avoir un minimum de soutien et de collaboration de la part du Ministère de l'Agriculture de Côte d'Ivoire », confie-t-il. Bien qu'il existe des initiatives gouvernementales avec des objectifs similaires, il se demande s'ils sont en partenariat avec des organisations déjà à l'œuvre.

Sans le soutien du gouvernement, le financement et la formation sont compliqués pour de jeunes entrepreneurs. Jean-Delmas conçoit l'entrepreneuriat comme un moyen de lutter contre le chômage à travers le continent : « Je dis toujours aux jeunes que ce n'est pas en rédigeant des candidatures que l'on se démarque. Il faut d'abord rêver, se fixer un objectif, et ensuite mettre en place cette idée, petit à petit. C'est à travers l'entrepreneuriat que nous pouvons lutter contre le chômage ».

Cela signifie renverser le stéréotype selon lequel l'agriculture est uniquement l'affaire des générations plus âgées. Cela demande également de créer des environnements favorables à l'expérimentation et à la réussite de la jeunesse.

ENSEIGNEMENTS TIRÉS

« Les consommateurs finaux sentent qu'ils participent à l'élaboration de la solution ; les outils ne leur ont pas été imposés ».

La co-création constitue un atout majeur de ICT4Dev. « Les outils et les solutions ont été développés en collaboration avec la population », explique-t-il. « Les utilisateurs finaux sentent qu'ils participent à l'élaboration de la solution ; les outils ne leur ont pas été imposés ». En conséquence, Jean-Delmas et son équipe peuvent commercialiser des produits développés sur la base des retours et suggestions des utilisateurs locaux.

Jean-Delmas rappelle également aux entrepreneurs en devenir qu'il faut tout simplement se lancer. C'est non seulement opportun d'un point de vue programmatique, mais cela peut également aider au financement. « Lorsque j'ai une idée », dit-il, « je crée d'abord un prototype pour voir si ça fonctionne. Ensuite je cherche un investisseur. Vous ne pouvez pas vendre des idées révolutionnaires sans avoir de prototype et montrer ce que celui-ci est capable de faire ». ■

DEVENIR PARTENAIRE

Pour des partenariats, contacter Jean-Delmas EHUI (fondateur) : delmo225@ict4dev.ci.

Adresse : Cocody 2 Plateaux Ex-Ambassade de Chine Tech Hub Akendewa, BP 1164 Abidjan 04

COLLABORATION AVEC LE CTA

Jean-Delmas a été soutenu pour participer à la conférence internationale « Révolutionner la finance pour les chaînes de valeur agricoles (Fin4ag 14) » à Nairobi, en 2014. Il a participé aux activités du projet ARDYIS en ligne. Lôr Bouôr fait actuellement partie de la liste des potentiels projets soutenus en 2016 par l'appel à projet du CTA « Promouvoir l'entrepreneuriat des jeunes dans l'agriculture et les innovations dans les TIC en faveur d'une chaîne de valeur agricole plus respectueuse de l'environnement ».



20 000

agriculteurs
desservis par
Lôr Bouôr

HISTOIRE 19

FoodRing — Stop au gaspillage

Un service Cloud qui connecte des foyers à faibles revenus avec des produits alimentaires à bas coûts



OSCAR
EKPONIMO

Nigeria
<http://foodring.com.ng/>
 FoodRing
 @foodrings
 Oscar Ekponimo

PROBLÈME

« La hausse du prix des produits alimentaires réduit le pouvoir d'achat des foyers à bas revenus tandis que commerçants et distributeurs gaspillent la nourriture à cause des dates de péremption ».

Lorsqu'Oscar était au collège, son père est tombé malade, et il ne pouvait temporairement plus subvenir aux besoins de sa famille. « C'était une période difficile », se rappelle-t-il. « Accéder à une alimentation de qualité et des repas sains était compliqué. Plusieurs jours, je suis parti à l'école sans avoir bien mangé, et cela a impacté

mon éducation et mes aptitudes scolaires ». Il s'est résolu à travailler pour un avenir qui ne verrait pas ses pairs souffrir comme lui. « Je ne voulais pas que d'autres jeunes comme moi – 12, 13, 14 ans – traversent ce que j'avais vécu », ajoute-t-il. Le dévouement d'Oscar à la nutrition et à la sécurité alimentaire était né.

En 2009, Oscar et son ami ont lancé une initiative : ils cuisinaient et distribuaient de la nourriture à des enfants des rues le jour de la Saint Valentin. « C'était les prémises du projet sur lequel je travaille aujourd'hui », explique-t-il. Alors que l'initiative de la Saint Valentin se poursuivait, Oscar s'est rapidement rendu compte que le magasin de détail où travaillait régulièrement son ami jetait des produits alimentaires invendus. « J'ai alors pensé, « Et si l'on distribuait cette nourriture aux enfants des rues, tant que les produits sont encore consommables ? Et s'il y avait un autre moyen de fournir de la nourriture que de cuisiner des repas ? » » Plus tard, cette année-là, SalvageHub – maintenant FoodRing – fut créée : une organisation qui a pour but d'éviter le gaspillage alimentaire en redistribuant les produits encore consommables à ceux qui se trouvent dans le besoin.

SOLUTION

« Une plateforme de données basée sur le « Cloud » qui favorise la sécurité alimentaire, et aide à réduire les pertes alimentaires après récoltes ».



FoodRing est une organisation ayant pour but d'éviter le gaspillage alimentaire issu du commerce de détail en redistribuant produits et invendus à ceux dans le besoin.

Avec pour objectif de renforcer la sécurité alimentaire, Oscar a réalisé que Salvage Hub devait mettre la technologie et un business model durable au service d'une solution efficace pour répondre à ce problème. L'initiative nécessitait d'être retravaillée en un service technologique global, avec un modèle économique adapté, tout en restant fidèle à ses objectifs. L'équipe a ainsi trouvé la solution avec le développement de Foodring, « un système d'information et de suivi des données utilisant la technologie du Cloud », qui favorise la sécurité alimentaire et évite les pertes post-récoltes au niveau de la vente de détail et de la distribution.

La solution tient compte de l'objectif initial de la sécurité alimentaire, tout en veillant au non-gaspillage des produits. Mais comment ça marche ? « Nous avons un système basé sur le « Cloud », commence Oscar ; cela permet à tous les acteurs clés d'accéder à la bonne information et de se connecter les uns avec les autres. Commerçants, fournisseurs, et distributeurs s'inscrivent sur la plateforme et peuvent ensuite contrôler et garder une trace de leurs stocks de produits arrivant à péremption, pour un maximum de 90 jours. Simultanément, les consommateurs, principalement des foyers économiquement défavorisés, peuvent consulter la plateforme et acheter des produits à des coûts très réduits. « D'un côté, au niveau des détaillants, nous évitons les pertes alimentaires post-récoltes, de l'autre, nous favorisons une plus grande sécurité alimentaire. C'est cette innovation qui est au cœur de l'action chez FoodRing ».

IMPACT

FoodRing travaille avec 20 commerçants et interagit quotidiennement avec 300 ménages à bas revenus et 2 orphelinats.

FoodRing a été lancé au début de cette année et travaille déjà avec 20 commerçants, 300 ménages à faibles revenus, et deux orphelinats. « Sur une base hebdomadaire, nous sommes capables d'assurer la sécurité alimentaire de 150



D'un côté, au niveau des détaillants, nous évitons les pertes alimentaires post-récoltes, de l'autre, nous favorisons une plus grande sécurité alimentaire. C'est cette innovation qui est au cœur de l'action chez FoodRing »

enfants qui comptent sur des produits à prix très réduits pour satisfaire leur apport nutritionnel », explique Oscar. FoodRing apporte non seulement un soutien aux enfants confrontés aux mêmes difficultés que celles qu'il a rencontrées en grandissant, mais l'entreprise a également reçu de nombreux éloges de la part de détaillants qui déclarent que FoodRing a transformé ce qui était autrefois une difficulté en un système social facile d'utilisation et efficace.

En plus de fournir une sécurité alimentaire à tous les participants de la chaîne de valeur, FoodRing a sécurisé sa part de marché, réalisant la dépendance significative que les particuliers avaient face à la facilité et l'accessibilité de leurs produits. Ainsi, FoodRing s'est fortement engagé à poursuivre sur ce modèle, pour le bien de la communauté.

BUSINESS MODEL

« Ventes directes et marketing... auprès de consommateurs qui souhaitent avoir l'occasion d'accéder à des produits arrivant à péremption, à très bas prix ou défiant toute concurrence ».

Le business model de FoodRing tire profit du fort taux de pénétration des téléphones portables sur le continent africain, par l'intermédiaire de l'autofinancement. En utilisant la technologie aux côtés de volontaires, les commerçants peuvent saisir et recevoir l'information nécessaire depuis le système de données connectées.

De plus, FoodRing « réalise des ventes directes et du marketing auprès de consommateurs en maisons de retraites et au sein de groupes d'artisans, lesquels souhaitent avoir l'occasion d'accéder à des produits arrivant à péremption, à très bas prix ou défiant toute concurrence ».

En se faisant l'intermédiaire d'accès aux marchés locaux des détaillants et des consommateurs, FoodRing s'est rendu indispensable au sein de la communauté et garantit sa viabilité financière. En effet, FoodRing détient une grande part de marché, en raison notamment de l'absence de soutien du gouvernement aux groupes communautaires ou aux orphelinats. En travaillant actuellement sur un système d'autofinancement, FoodRing cherche à développer son business model pour permettre une viabilité financière plus forte et plus globale.

À L'HORIZON

« Nous voulons une meilleure structure opérationnelle... pour réaliser un nombre de ventes mensuelles plus important, pour faire de la publicité, et rallier plus de personnes au projet ».

Afin de surmonter les défis liés à l'établissement de sa viabilité financière, FoodRing souhaite sécuriser un modèle de génération de revenus, et, de cette façon, attirer, recruter et retenir de grands talents techniques. Oscar espère que FoodRing pourra commencer à facturer des frais d'adhésion aux commerçants. Avec ces ressources, Oscar est convaincu que Foodring se développera et aura un impact plus important et plus durable sur la communauté.

Les projets de développement d'Oscar sont de taille. « Nous voulons une meilleure structure opérationnelle ; pour réaliser un nombre de ventes mensuelles plus important, faire de la publicité, et impliquer plus de personnes. Susciter une prise de conscience chez les consommateurs et les informer davantage sur les activités de

la plateforme est au cœur de notre stratégie ». Bien que FoodRing cherche des sources de financement complémentaires, Oscar espère que FoodRing pourra à terme devenir indépendante et s'autofinancer.

ENSEIGNEMENTS TIRÉS

Le fort taux de pénétration du téléphone mobile sur le continent africain permet aux jeunes entrepreneurs d'accéder à un nouveau marché.

Oscar voit dans le fort taux de pénétration du téléphone mobile sur le continent africain un nouveau marché pour de jeunes entrepreneurs. « Vous pouvez « e-livrer » des produits et accroître les niveaux de revenus des ménages ; vous pouvez aider les agriculteurs en zones rurales à mieux fixer le prix de leurs produits. Vous pouvez utiliser le portable pour tout puisqu'il est déjà largement utilisé en Afrique », confie-t-il.

En revanche, pour créer un produit durable, Oscar réalise que l'on ne peut pas seulement compter sur la demande en portables. « Vous devez pouvoir improviser, innover et relever des défis. Vous devez acquérir de nouvelles compétences. Moi-même j'ai dû apprendre les techniques de vente et de marketing », dit-il. Les entrepreneurs qui réussissent sont flexibles – prêts à apprendre, à créer et à changer de cap à mesure qu'ils avancent. ■

DEVENIR PARTENAIRE

Pour des partenariats, contacter Oscar Ekponimo (fondateur): oscar@twelvesquare.net ou oscarekponimo@gmail.com.
Tél. : +234 8063 852043 | Adresse : 14B Kampala Street, Wuse II, Abuja

COLLABORATION AVEC LE CTA

Oscar participe aux activités du projet ARDYIS en ligne.



Vous devez pouvoir improviser, innover et relever des défis. Vous devez acquérir de nouvelles compétences

Syecom Ghana Ltd — Une vue aérienne

Une cartographie GIS/GPS pour favoriser l'autonomisation des agriculteurs et leur succès à l'international

PROBLÈME

« *Nombreux sont les agriculteurs qui ne connaissent pas la taille de leur exploitation... ni les endroits où il existe des opportunités naturelles pour une certaine culture plutôt qu'une autre* ».

Solomon avait lancé quelques initiatives à l'université et a réalisé qu'il était fait pour la voie entrepreneuriale. « Je ne voulais pas vivre de manière traditionnelle. Je souhaitais faire changer les choses en identifiant les défis sur le marché et en développant des solutions pour y répondre ». Le périple de Solomon a démarré en identifiant les lacunes du marché et en trouvant les solutions pour y remédier. Il a perfectionné ses compétences et a appliqué la même méthode à l'agriculture.

« La technologie était utilisée dans l'enseignement universitaire pour soutenir les activités de recherche », explique Solomon. Il se remémore notamment un projet USAID qui utilisait le GPS pour analyser les incidences d'un programme de commerce et d'investissement sur l'agriculture. L'information aurait été très utile aux agriculteurs mais leur était inaccessible. « Certains avaient plus ou moins connaissance de la technologie, mais d'autres n'avaient même pas conscience qu'elle existait », ajoute-t-il.

Solomon perçut le potentiel de la technologie GPS/GIS à transformer la connaissance que les agriculteurs ont de leurs propres productions.

« Beaucoup d'agriculteurs travaillent dans l'agriculture depuis des générations, mais ils ne connaissent pas la taille de chaque lopin de terre qu'ils possèdent, ni les endroits où il existe des opportunités naturelles propices à telle ou telle culture ».

SOLUTION

« *Nous sommes un outil de collecte et de traitement de données. Nous faisons de la cartographie* ».

Syecom Ghana Ltd utilise la cartographie géospatiale pour fournir aux agriculteurs une compréhension scientifique de leur exploitation. « Concrètement, nous sommes un outil de

**SOLOMON
ELORM ALLAVI**

Ghana

<http://agricinghana.com/>

Syecom ghana Ltd

@agricinghana



Syecom Ghana Ltd utilise la cartographie géospatiale (SIG/GPS) pour fournir aux agriculteurs une compréhension scientifique de leurs terres agricoles.

collecte et de traitement de données », explique Solomon. « Nous faisons de la cartographie ». Les agriculteurs utilisent ces données pour fournir de la documentation à destination des institutions de finance et d'assurance. Ces cartes aident également les agriculteurs à effectuer des prévisions pour leur prochaine saison de production.

En quoi cela diffère-t-il de la norme ? « Avoir une compréhension scientifique de sa propriété agricole ne fait pas partie du budget de beaucoup de nos usagers », explique Solomon. Le service est assez coûteux, notamment pour les petits exploitants agricoles. Syecomp Ghana Ltd compense les coûts de la technologie en impliquant des groupes d'agriculteurs, des collaborateurs, et des intermédiaires pouvant soutenir les agriculteurs dans l'adoption de cette technologie. L'entreprise étend également ses services pour rendre l'information plus accessible : « Nous ajustons notre service en utilisant l'imagerie satellite pour surveiller la croissance des cultures, les pertes en eau, et les conditions agro-climatiques. Les données collectées sont ensuite géo-référencées pour les exploitations agricoles qui ont été cartographiées », ajoute-t-il.

Syecomp Ghana Ltd s'adresse principalement aux exploitations de taille moyenne mais travaille également avec de petits groupes de producteurs, pour toucher le plus grand nombre. « Nous avons beaucoup d'horticulteurs et de maraîchers qui sont sur le marché de l'export », ajoute Solomon. Syecomp Ghana Ltd travaille également avec des groupes de producteurs qui ont tendance à avoir les ressources et les marchés nécessitant une telle documentation.

IMPACT

Syecomp Ghana Ltd a travaillé avec 400 horticulteurs et maraîchers, les aidant à mieux connaître leurs champs et à satisfaire aux exigences réglementaires pour la vente de leurs produits sur d'autres marchés à travers le monde.

Depuis sa création il y a cinq ans, Syecomp Ghana Ltd a travaillé avec 4 000 horticulteurs et maraîchers pour les aider à mieux connaître leurs champs et satisfaire aux exigences réglementaires pour la vente de leurs produits sur d'autres marchés à travers le monde. Solomon raconte l'histoire d'un client en particulier, Quin Organics, Ltd., qui exporte et manufacture ses boissons à base de fruits.

« Nous avons travaillé avec leurs 10 groupes agricoles, regroupant un total de 5 000 agriculteurs, et nous les avons aidés à satisfaire aux exigences de certification pour l'agriculture biologique ». Bien que Syecomp Ghana Ltd n'ait pas réalisé d'évaluation formelle de l'impact sur les revenus, la certification biologique ouvre des portes à beaucoup plus de marchés très porteurs, notamment aux États-Unis et en Europe.

Pour Solomon, la prise de décision fondée sur des données factuelles est une grande priorité. « La technologie géospatiale est assez vaste. Nous voulons nous concentrer sur une façon plus globale de lier l'information agricole à l'information satellite afin que les agriculteurs puissent mieux comprendre ce qui se passe sur leurs exploitations ». Sur les trois prochaines années, Syecomp Ghana Ltd espère générer de ces modèles pour ses clients agricoles.

BUSINESS MODEL

« Les clients de Syecomp Ghana Ltd sont majoritairement concentrés dans la région du sud. Au nord, ils n'ont pas encore pleinement adopté les services professionnels en raison de projets de donateurs déjà établis ».

Syecomp Ghana Ltd est financièrement viable mais repose sur un maintien constant de la demande. Le marketing peut traditionnellement être difficile, avec quatre millions de petits exploitants agricoles au Ghana sans trop accès à Internet. « Ils veulent vous voir en personne »,



5 000

agriculteurs aidés à satisfaire aux exigences de certification pour l'agriculture biologique

remarque Solomon. « C'est un véritable défi, notamment dans les zones les plus reculées du pays ». Syecomp Ghana Ltd s'attache ainsi à visiter les groupes d'agriculteurs pour maximiser l'impact de ces rencontres.

Toutefois, les clients de Syecomp Ghana Ltd sont principalement concentrés dans la région sud du pays. « Dans le nord, ils n'ont pas encore pleinement adopté les services professionnels en raison de projets de donateurs déjà établis », réfléchit-il. « Ils ne sont pas très enclins à payer pour des services professionnels quand il y a autant d'initiatives disponibles financées par des donateurs ».

À L'HORIZON

« Nous n'ajoutons pas de valeur à la majorité de nos produits. C'est donc une opportunité intéressante à explorer pour de jeunes entrepreneurs ».

Solomon voit l'immense potentiel pour l'amélioration en infrastructure à travers le reste du secteur. « L'infrastructure n'est pas développée : l'état des réseaux routiers qui relient les communautés agricoles est très insatisfaisant. L'éducation requiert également que beaucoup de progrès soient faits ». Les nouvelles technologies telles que le GIS/GPS sont souvent plus faciles à expliquer en anglais, mais cela n'est pas réalisable dans de nombreuses communautés agricoles.

Tandis que l'infrastructure et l'éducation sont souvent sous la responsabilité du gouvernement ou des ONG, Solomon perçoit les entrepôts comme un réel levier pour les entrepreneurs. « Nous avons besoin de plus d'investissement dans les entrepôts afin que les produits ne pourrissent pas. Par exemple, de grandes quantités de produits pourraient être stockées et vendues durant la saison creuse », explique-t-il.

Il existe également de nombreuses opportunités pour permettre aux jeunes entrepreneurs de s'impliquer tout au long de la chaîne de valeur agricole. « Faire du conseil dans le domaine de la recherche sur l'entreprise, repenser la logistique agricole depuis la production rurale jusqu'aux marchés urbains, améliorer l'efficacité des intrants agricoles... », énumère Solomon. « Et il y a également des choses à faire dans le secteur de la transformation. Au Ghana, nous n'ajoutons pas de valeur à la plupart de notre production. C'est donc un domaine à explorer pour de jeunes entrepreneurs ».

ENSEIGNEMENTS TIRÉS

« Si vous avez l'idée d'entamer une aventure entrepreneuriale, allez-y, foncez. Il n'y a pas de temps à perdre ».

« Si vous avez l'idée d'entamer une aventure entrepreneuriale, allez-y, foncez. Il n'y a pas de temps à perdre », conseille Solomon. « Je n'ai pas regardé en arrière. J'ai identifié le besoin, j'ai vu le potentiel, et je me suis lancé. Ce que vous commencez maintenant, quelqu'un d'autre l'a déjà commencé ailleurs », ajoute-t-il. Alors, lancez-vous, tout simplement ». ■

DEVENIR PARTENAIRE

Contactez Solomon Elorm Allavi (fondateur) :

sallavi@syecomp.com

COLLABORATION AVEC LE CTA

Solomon a remporté deux fois des prix internationaux du CTA : la compétition CTA-NEPAD sur l'entrepreneuriat des jeunes (2011) et la Compétition des Jeunes dans l'Agriculture (YoBloCo Awards), en 2013. Son organisation est l'une des cinq soutenues par le programme du CTA "Building Viable Delivery Models". Il a par ailleurs suivi des activités d'accompagnement du CTA.



Le potentiel des TIC pour transformer le secteur agricole est grand.

Surmonter les défis : recommandations de jeunes entrepreneurs

Conseils de la jeunesse à la jeunesse

Démarrer un projet n'est jamais chose aisée. Ces jeunes entrepreneurs ont non seulement eu un impact considérable sur un délai très court, mais ont également navigué dans des environnements entrepreneuriaux complexes. Cherchant à travailler à l'intersection de la technologie et de l'agriculture dans les pays en voie de développement, ces entrepreneurs notent un grand nombre de défis bien spécifiques : le manque de financement pour les innovations dans le domaine des TIC, la lente adoption des TIC au sein des organisations, et le déficit de données intersectorielles.

Ces obstacles ne constituent cependant pas pour autant de réels éléments de dissuasion, le potentiel des TIC à transformer le secteur étant considérable. Les entrepreneurs innovants considèrent que les TIC tiennent un rôle essentiel dans l'accélération du processus d'inclusion financière et des pratiques écologiquement viables, et qu'en agissant ainsi, elles contribuent à la revalorisation de l'agriculture en un choix de carrière viable pour la jeunesse.

Pour ceux vivement intéressés par l'agro-entrepreneuriat, ces jeunes acteurs du changement donnent dans cette section quelques conseils

pratiques, recommandant des ouvrages à lire sur la façon de prendre soin de soi-même. Poursuivez la lecture afin d'en apprendre davantage sur un entrepreneur qui partage quotidiennement ses conseils, et crée ainsi un environnement dédié à l'accompagnement de la nouvelle génération d'agro-entrepreneurs.



Les entrepreneurs innovants considèrent que les TIC tiennent un rôle essentiel dans l'accélération du processus d'inclusion financière et des pratiques écologiquement viables, et qu'en agissant ainsi, elles contribuent à la revalorisation de l'agriculture en un choix de carrière viable pour la jeunesse »

ENTRETIEN

LOG'EL — une organisation ougandaise menée par la jeunesse



HERBERT LWANGA



Ouganda

www.logelproject.org

LOG'EL PROJECT



Lwanga Herbert

Pourquoi créer un incubateur ?

« J'ai toujours voulu être un innovateur », confie Herbert. « J'ai toujours voulu trouver des solutions aux défis qui existaient au sein de ma communauté, ma société et mon pays ». Le parcours atypique d'Herbert a démarré au collège et l'a mené à travailler sur deux prototypes avec le Conseil National de Sciences et Technologie de Kampala.

Cependant, Herbert savait qu'il pouvait faire davantage. C'est à ce moment-là qu'il a souhaité trouver, pour lui-même, une organisation qui soutiendrait et accompagnerait de jeunes

innovateurs, favorisant leur développement et établissant les relations dont ils ont besoin, afin qu'ils n'aient pas à batailler tout au long du processus.

« Je savais qu'il y avait d'autres jeunes gens comme moi qui relevaient des défis et avaient de grandes idées pour améliorer nos communautés », confie Herbert. L'Ouganda fait actuellement face à un important taux de chômage qui touche particulièrement la jeunesse : il a alors cherché à résoudre ce défi. Log'el Project a été ainsi mis sur pied en tant qu'organisation non lucrative pour la science et la technologie, à destination de la jeunesse.

Comment le modèle fonctionne-t-il ?

« Nous encourageons de jeunes entrepreneurs à utiliser leurs technologies et leurs compétences pour relever les défis locaux », déclare Herbert. « Nous les accompagnons dans la définition de solutions uniques pour répondre à des problèmes de société ». Chez Log'el Project, nous donnons aux jeunes l'opportunité d'acquérir de nouvelles compétences, de mettre à l'essai de nouvelles idées, et d'expérimenter ce que représente la voie entrepreneuriale. Le projet comprend plusieurs programmes clés, dont le programme d'incubation et le programme d'entrepreneuriat.

Le programme d'incubation offre un espace libre pour permettre à des jeunes créatifs et de potentiels jeunes entrepreneurs de tester leurs innovations. Ils viennent chez Log'el Project avec quelques



© Elizabeth Gim & An Xiao Mina/LOG'EL Project

Les jeunes agriculteurs sont habilités à appliquer leurs technologies et compétences pour résoudre des problèmes locaux.

idées, s'enregistrent auprès du Responsable des Programmes, et ensuite nous leur attribuons un espace de travail parmi 40 autres innovateurs. L'espace physique offert permet intrinsèquement la collaboration et la fécondation croisée d'idées. Mais Log'el Project met également en relation les entrepreneurs avec des acteurs extérieurs à la communauté locale : experts en technologie, mentors en entrepreneuriat, et toute personne accessible via Internet. L'incubateur travaille aussi étroitement avec d'autres organisations afin de proposer des formations et ateliers pertinents.

Le premier objectif de Log'el Project est d'inspirer, intégrer et encourager un état d'esprit entrepreneurial chez les jeunes. « Nous pensons qu'il est primordial de former les jeunes à devenir des entrepreneurs à un stade plus précoce, alors nous collaborons également avec les écoles afin d'amener l'entrepreneuriat dans les salles de classe ». Au sein des universités, collèges et écoles primaires, Log'el Project invite des personnes qui ont réussi en affaires ou dans l'entrepreneuriat à parler aux étudiants des moyens de devenir un entrepreneur « solutionneur de problèmes ». « Nous leur présentons des cas réels d'entrepreneurs... et organisons des expositions, des concours, des rencontres et des événements au cours desquels ils peuvent partager leurs idées ». Le programme d'entrepreneuriat comprend également des récompenses pour les meilleures idées et des formations au sein d'institutions renommées. « Nous voulons les motiver à poursuivre leur expérience entrepreneuriale », explique Herbert. « Nous ferons tout ce que nous pourrons pour les encourager dans ce sens ».

Quel a été l'impact de ce modèle ?

Log'el Project travaille actuellement avec 30 jeunes innovateurs dans le cadre de son programme d'incubation, mais aussi avec deux universités, 40 collèges et cinq écoles primaires par l'intermédiaire de son initiative d'entrepreneuriat. Ses incubés ont conçu des

téléphones portables, des systèmes électroniques, et des applications Web au service des communautés rurales et urbaines mal desservies.

Comment le projet est-il soutenu ?

Log'el Project possède également une division commerciale qui fournit des services de conseil et de formation en technologie. Les partenaires de ces services sont des écoles à la recherche de formations en technologie pour leur personnel, des ONG cherchant des solutions technologiques personnalisées à leurs propres défis, des petites et moyennes entreprises en quête de services technologiques, et des agences gouvernementales. Combinée à des subventions, la division commerciale de Log'el Project est capable de soutenir les activités et les programmes non lucratifs de l'organisation.

Quelles conclusions ?

« La force de la jeunesse se trouve dans la technologie et l'innovation. Ils sont compétents en technologie, ils peuvent ainsi proposer des solutions qui transformeront le secteur », déclare Herbert. « Leur autre force, c'est leur énergie. Ils peuvent être multi-tâches. Ils possèdent un fort enthousiasme et une grande ambition ». ■

DEVENIR PARTENAIRE

Contactez lwangaherbert@gmail.com pour des offres en :

- Support technique
- Développement d'appli technologiques, conception, fabrication, test, déploiement, et livraison
- Accompagnement permanent

COLLABORATION AVEC LE CTA

Herbert a participé par le passé au Programme de Science, Technologie et Innovation (STI) du CTA. Il a gagné le concours de photo et de rédaction du CTA-NEPAD sur l'entrepreneuriat des jeunes en 2011. Il a participé à plusieurs événements de networking et de renforcement des capacités, organisés et facilités par le CTA.

QUESTIONS CLÉS

Jeunesse, innovation et agro-industrie : Quelques questions critiques

Lors des échanges avec les innovateurs, des questions clés ont été soulevées à plusieurs reprises. Nous les mettons en évidence ci-dessous.

Comment faire s'impliquer la jeunesse dans le secteur agricole ?

« Il y a cette nouvelle tendance par laquelle les gens tentent de rendre l'agriculture plus sexy afin d'attirer la jeunesse », nous dit franchement David de D'Market Movers. David est convaincu qu'il existe des moyens concrets pour que l'agriculture se déleste de son image vieille. Son secret ? « Plus d'esprit, moins de muscles ». Traduction ? Les TIC.

Beaucoup d'innovateurs acquiescent. « Avec l'intégration de la technologie, l'agriculture devient un secteur bien plus attrayant pour la jeunesse. Ce sont des personnes qui veulent faire de l'argent et sans technologie, cela est difficile », explique Jehiel de Hello Tractor. Il perçoit la technologie comme un moyen de rendre l'agriculture plus rentable.

Devenir agriculteur doit également être un processus simple et direct. Selon Jermaine d'AgroCentral, ça n'est pas le cas aujourd'hui, du moins dans les Caraïbes : « Les barrières à l'entrée... sont plutôt élevées localement. Si je souhaite démarrer une exploitation demain, cela me prendrait du temps d'obtenir toute l'information dont j'aurais besoin ».

Tout en travaillant à l'amélioration de l'image de l'agriculture, Jermaine recommande la création de hubs d'information avec des plans pour le recrutement de la jeunesse, des ateliers, et un accès aux financements.

Les incubateurs sont assez fréquents dans les espaces technologiques dans le monde, mais ceux qui se concentrent sur l'agriculture sont rares.

Quelques défis clés auxquels sont confrontés les jeunes agroentrepreneurs

Les barrières à l'entrée sont encore plus importantes pour les jeunes souhaitant faire évoluer la chaîne de valeur agricole de façon systémique, en tant qu'agro-entrepreneurs. Les principaux points de difficultés sont les suivants :

Un manque de financement pour les nouvelles innovations

Bien que le potentiel de transformation du secteur soit considérable, plusieurs entrepreneurs estiment que les structures traditionnelles de financement ont besoin d'évoluer. « Il n'y a aucun budget pour le développement de prototypes », confie Hilary. « Dans des endroits comme l'Amérique ou l'Europe, il est possible de lever jusqu'à 100 millions de dollars pour une idée, même pas un prototype. Ça ne fonctionne pas comme ça en Afrique – s'il est difficile d'obtenir des financements pour développer quelque chose, alors ça s'arrête là ».

Jason Aramburu Fellow Ashoka estime que ce manque de ressources financières est le symptôme d'un problème de financement dans le développement agricole encore plus critique. « Les sources de financement traditionnelles utilisent le même modèle depuis 50 ans. Elles ne permettent pas de soutenir réellement l'innovation, mais plutôt le développement perpétuel de solutions existantes ».

Jason cherche l'inspiration du côté de la Silicon Valley – « De nouvelles idées sont constamment financées et peut-être que 99 pour cent d'entre elles échouent, mais le succès de l'un de ces projets compense tous les échecs. Je pense que c'est le seul modèle qui fonctionne avec l'innovation et qui, je l'espère, sera de plus en plus adopté dans le domaine du développement et de l'agriculture ».

Une lente adoption des TIC dans les organisations

Les institutions ne sont pas toujours prêtes pour les transformations technologiques. Pour favoriser une modification des pratiques, il faut prendre son temps, agir au rythme des institutions. « Alors que tout le monde utilise la même plateforme, chaque organisation est à un stade différent d'utilisation de la technologie. Certaines utilisent seulement le système central et le module SMS, alors que d'autres sont informatisées à 10 pour cent », explique Cameron Goldie-Scot de Musoni Services, en prenant sa propre plateforme pour exemple : « C'est un voyage que les gens intègrent doucement au fil du temps, mais que nous tentons constamment d'accélérer ».

L'adoption de la technologie par la communauté agricole se fait progressivement. Ce n'est pas une simple transition de zéro à cent. « Vous pouvez avoir la meilleure technologie du monde, mais la clé demeure le relationnel pour réellement comprendre les besoins et les exigences des agriculteurs ainsi que leur activité. La technologie peut améliorer l'efficacité de ce modèle et réduire une grande part de bureaucratie, cependant elle possède également



Ensibuuko en Ouganda a été choisi comme vainqueur du hackathon du CTA à Kigali, au Rwanda, en 2013.

ses limites. Il s'agit des compétences de l'équipe sur le terrain ainsi que des mesures et pratiques opérationnelles que vous mettez en place. C'est la raison pour laquelle ce n'est pas aussi simple que d'actionner un bouton. Il s'agit de penser ce bouton et de l'adapter judicieusement aux organisations qui vont s'en servir ».

Le manque de données

L'insuffisance des données représente également un obstacle majeur au développement agricole et à l'innovation. « Ça nous a pris tellement de temps pour simplement obtenir les données historiques dont nous avons besoin pour démarrer », déclare Peris de FarmDrive. « Il n'y a aucune politique stratégique ou initiative en place, encore moins de banques de données appropriées à utiliser sur les plateformes techniques ». Selon Jermaine d'AgroCentral, le problème est même bien plus profond, avec des méthodes de collecte de données inefficaces.

Troy de CropGuard nous confie son rêve d'une meilleure gestion des données intersectorielles, et a même la vision d'un réseau de collaboration avec d'autres développeurs. « Nous souhaitons

voir comment nos produits peuvent fonctionner ensemble », explique-t-il. « Nous voulons offrir une solution plus globale ». Le réseau imaginé connecte des développeurs de domaines différents. « Nous souhaitons apprendre d'eux et pensons qu'ils peuvent également apprendre de nous. Construisons un réseau pour une fertilisation croisée ».

Deux domaines prometteurs

Inclusion financière

« Actuellement, en matière d'inclusion financière dans les communautés rurales, nous n'avons qu'à effleurer le problème », médite Cameron de Musoni Services, fondateur d'une plateforme d'inclusion financière. Une grande partie de la population intégrée au système financier est toujours servie par des banques importantes opérant au sein de zones urbaines. Les communautés rurales n'ont pas encore joui des nombreux avantages qui existent depuis ces quelques dernières années ».

« Il s'agit de concevoir un produit de crédit mieux adapté aux agriculteurs, qui ont des cycles de cultures et des sources de revenus variés », déclare Cameron. « Cela demande plus de travail que de simplement développer un produit générique dans un milieu urbain. La technologie aidera, mais je pense que les organisations ont également besoin de s'implanter dans des zones rurales. Pour être honnête, c'est ce que beaucoup d'entre elles font déjà. C'est simplement un lent processus ».

Jermaine d'Agrocentral voit quant à lui un autre problème au sein des communautés rurales : l'éducation financière. « Il n'y a pas beaucoup de gens qui tiennent leurs comptes », explique Jermaine. « Les agriculteurs n'ont pas vraiment de culture commerciale, et ne savent pas comment accroître leur production, ni peut-être même comment démarrer leur propre exploitation ». Des initiatives fournissant aux agriculteurs l'infrastructure financière nécessaire impacteraient

le secteur de manière considérable. Deo de tech4farmers partage ce sentiment : l'agriculture doit être conçue comme une activité commerciale et prise au sérieux. Ceci passe par l'adoption d'une bonne gestion administrative pour des financements facilités.

Chacun de ces innovateurs perçoit le potentiel de transformation que peut induire une inclusion financière radicale. « Certains agriculteurs possèdent beaucoup de terres mais n'ont simplement pas les moyens de l'exploiter entièrement, ne disposant pas des fonds nécessaires en début de saison », explique Alloysius. Imaginez à quel point le secteur pourrait se développer et les conditions de vie de nombreuses personnes s'améliorer si ce petit apport de capitaux était disponible au bon moment...

Des pratiques agricoles respectueuses de l'environnement

Les TIC ont le potentiel de faire s'opérer la transition entre agriculture de main-d'œuvre et agriculture intensive en capital. « Vous voyez des gens s'investir dans des technologies aquaponiques ou de serre... ces méthodes demandent beaucoup moins de main-d'œuvre. Imaginez une serre entièrement automatisée grâce à des capteurs vous permettant de contrôler les niveaux d'humidité, tout cela depuis votre téléphone portable », déclare David de D'Market Movers.

Ces pratiques agricoles intensives en capital sont aussi plus respectueuses de l'environnement, ce que David perçoit comme une énorme opportunité à l'ère du changement climatique. « Moins de terres sont disponibles pour l'agriculture. Il faut trouver des moyens alternatifs pour produire davantage dans un espace réduit, et avec moins de ressources », ajoute-t-il. De plus, le changement climatique rend moins fiable les hypothèses que les agriculteurs font en ce qui concerne les conditions météorologiques, d'où une plus grande dépendance à l'information en temps réel. ■

8 Conseils pour l'agro-entrepreneur en herbe

Le parcours de tout entrepreneur est un processus d'apprentissage. Nous avons demandé aux 20 innovateurs de regarder en arrière et de faire le bilan de leurs expériences de création d'entreprises jusqu'ici. Voici leurs conseils pour de futurs acteurs du changement qui chercheraient à transformer le secteur agricole.

1. Comprenez votre utilisateur

Nombreux sont ceux qui créent leur produit sans avoir réalisé de réelle étude de marché. Alors que cela peut sembler opportun, ce n'est pas dans l'intérêt de l'entreprise. « Vous devez avoir cette expérience pratique », souligne Joseph, « savoir de quoi parle un jeune lorsqu'il partage avec vous son expérience ». Écouter est non seulement la meilleure mais encore la plus intelligente des choses à faire. « Beaucoup de gens développent des solutions depuis leurs bureaux et les lancent ensuite à la communauté. Mais ces solutions ne fonctionnent pas car elles ne sont pas ajustées aux besoins des personnes défavorisées des zones rurales ».

Pour ceux qui ne connaissent pas la réalité des communautés, Cameron suggère une approche active. « Je conseille d'aller sur le terrain. Pouvoir véritablement apprendre et acquérir l'expérience indispensable à la conduite du changement. Vous devez consacrer suffisamment de temps à réellement vivre et travailler au sein des communautés sur lesquelles vous essayez d'avoir un impact ».

2. Trouvez la bonne équipe

Il peut être tentant de démarrer votre entreprise avec les premières personnes que vous rencontrez. Prenez cependant vos précautions. « Trouvez des personnes dédiées et prêtes à se consacrer à résoudre le problème », confie Jermaine, surtout si leur travail ne peut être rémunéré au début. « Nous avons tous nos différences et nous avons décidé de les capitaliser », déclare Hilary. « Nous croyons les uns aux autres, et nous nous faisons confiance. Tout se résume à ça ». Avoir une équipe forte et diverse peut faire toute la différence dans la réalisation de votre succès.

3. Lancez-vous

Il est facile de se laisser submerger lorsque l'on tente de répondre à ces grands enjeux sociétaux.



Le Ministre rwandais de la Jeunesse et des TIC conseille les jeunes entrepreneurs.

Il y a beaucoup de problèmes et tellement de possibilités pour solutionner tout ça. Vous aurez toujours des ressources limitées pour d'importants défis à relever », déclare Peris. « Vous devez juste vous y mettre ». Être capables de bouger rapidement et avec habileté est toujours primordial pour un entrepreneur. « Si vous voulez aller de l'avant, vous devez savoir prendre des décisions rapidement », conseille Deo. « Vous devez également savoir quand dire non. Vous n'êtes pas dans l'obligation de tout accepter tout le temps ».

4. Ne soyez pas timides ; demandez des retours sur vos initiatives

Partager son idée pour la première fois peut faire peur. Vous êtes vulnérables et vous vous confrontez aux critiques. Mais « n'ayez pas peur de parler », conseille Jermaine. « N'ayez pas peur d'approcher différentes parties prenantes... N'attendez pas que tout soit parfait ». Et souvenez-vous qu'il est très utile de recueillir des critiques constructives ! Ce sont souvent les suggestions bien intentionnées qui vous « piquent » et qui finalement vous influencent le plus.

5. Lisez des livres sur le commerce

Pour n'importe quel entrepreneur, que vous soyez dans le domaine agricole ou non, Jason recommande d'acquérir davantage de connaissances commerciales. « Si je pouvais remonter le temps, j'aurais probablement lu tous les livres liés aux affaires qui me seraient tombés sous la main. Il me semble que cela est très important... que vous ayez une organisation à but non-lucratif ou lucratif, ça reste une entreprise, une société. Il est essentiel de posséder un esprit commercial ».

6. Soyez créatifs avec votre business model

Beaucoup s'inquiètent d'avoir une entreprise viable, mais Jermaine est convaincu que ce n'est pas aussi compliqué que ça en a l'air. « Si vous êtes

assez créatifs, il existe un business model pour tout ». Pensez à vos catégories de clients, pensez à vous concentrer mais à ne pas réduire non plus votre base d'utilisateurs. « C'est réellement dans votre intérêt de créer un marché aussi large que possible pour votre solution », ajoute Jason. « Ne vous limitez en aucune façon. Car si vous vous mettez des limites, le marché ne sera forcément pas assez grand ».

7. Restez concentrés

Ne laissez pas votre côté créatif vous faire perdre le contrôle, ou vous vous retrouverez en train d'essayer de faire beaucoup trop de choses. « Ne regardez pas la grande montagne à gravir que peut représenter le défi », conseille Peris. « Restez tout simplement concentrés et réalisez de petites choses qui vous aideront à réaliser votre rêve ». Ceci vous amènera non seulement une tranquillité d'esprit mais augmentera également vos chances de faire la différence. « Si vous choisissez la bonne activité, vous pouvez avoir un impact considérable ». Un entrepreneur – et même une équipe d'entrepreneurs – ne peut pas tout faire ; il est préférable de s'atteler à faire une seule chose correctement, et de se tenir à cette stratégie pour réussir.

8. Prenez soin de vous

Créer une entreprise est stressant. Il y a beaucoup de hauts et de bas, et de nombreux moments d'incertitude. « Apprenez à dissocier votre état personnel émotionnel des montagnes russes quotidiennes que représente la gestion d'une petite entreprise », insiste Cameron. « Il y a des jours où vous aurez fait tout votre possible mais, pour une raison quelconque, peu importe ce que vous avez tenté de faire, ça n'aura pas vraiment marché ». Votre entreprise est importante, vous l'êtes aussi. Veillez à toujours préserver votre santé mentale. ■

Autres innovations à surveiller

Nous vous proposons de découvrir dans les paragraphes suivants d'autres innovateurs à remarquer des pays ACP, ainsi que leurs produits.

AgriDirect | Steffan Boodhoo & Jherez Taylor | Trinité-et-Tobago

Participant prometteur à l'AgriHack des Caraïbes, AgriDirect travaille sur une application qui connecte agriculteurs et consommateurs. Il s'agit d'un système par l'intermédiaire duquel chacun peut communiquer au sujet des produits qu'il souhaite vendre ou acheter. Comme son nom l'indique, AgriDirect envoie directement l'information aux parties prenantes, dès que les produits sont disponibles. AgriDirect a récemment obtenu une subvention du gouvernement pour continuer à développer le produit et à entrer dans une phase de test beta.

steffan_boodhoo@hotmail.com & jherez.taylor@gmail.com

AgriInfo | Rose Peter Funja & Grace Sylvester Makanyaga | Tanzanie

AgriInfo, le second finaliste du Concours AgriHack Afrique de l'Est, est une appli mobile et un portail Web qui répondent au défi du contrôle de la propriété foncière en Tanzanie. AgriInfo aide à résoudre le problème de la double vente de terre et ouvre la porte au financement des petits exploitants agricoles en utilisant la terre comme garantie. Le produit a actuellement été lancé de manière très discrète et des discussions ont eu lieu avec des partenaires à travers le pays, afin d'explorer les possibilités de développement.

rose.funja@gmail.com & gmakanyaga@gmail.com

Agritech Solutions | Claudius Kurtna | Kenya

Fondée en 2013 par un groupe de jeunes entrepreneurs oeuvrant dans les TIC pour l'agriculture, AgriTech Solutions est une entreprise qui fournit des solutions TIC à la fois pour la production de cultures et le bétail. Elle rassemble de nombreuses informations, comme la date d'ensemencement ou les dates de naissance du bétail, et rendent ces informations disponibles aux acteurs de la chaîne de valeur agricole pour les accompagner dans leurs prises de décision.

Une étape clé récente pour l'entreprise a été d'engager le gouvernement rwandais en tant que client pour apporter son aide dans la création de liens entre les différents acteurs de la chaîne de valeur à travers le pays.

<http://agriculturetechnologies.org/> - info@agriculturetechnologies.org

M-Fodder | Elvis Ouma | Kenya

Le système SMS de M-Fodder permet aux éleveurs d'accéder à une source fiable de fourrage hydroponique en envoyant un SMS. M-Fodder a été l'une des innovations identifiées par le CTA dans le cadre du « Top 20 des innovations qui profitent aux petits agriculteurs ». M-Fodder a aussi remporté le prix USAID Save Water For Fund and Food (SWFF) Round 3.

elvisouma@gmail.com

Mewanko Farm | Christelle Laminsi | Cameroun

Mewanko Farm, vainqueur du prix Orange Partner API, est une plateforme digitale qui connecte les agriculteurs ruraux à un marché régional, national et international, augmentant potentiellement le revenu des petits agriculteurs à l'aide des TIC. Les consommateurs ou les intermédiaires sont en contact direct avec les agriculteurs via un portail Web qui leur est facile à comprendre et utiliser.

contact@mewankofarm.com

Modisar | Thuto Paul Gaotingwe | Botswana

Vainqueur du prix Orange African Social Venture, Modisar est une application de gestion destinée à l'élevage de bétail qui facilite la gestion des activités commerciales. L'objectif de l'application est d'accompagner les producteurs de bétail en leur permettant de conserver des comptes précis, et ainsi de surveiller à tout moment leur cheptel. Le produit est actuellement en cours de finalisation pour être commercialement utilisé après une phase test réussie : l'entreprise ambitionne de se développer internationalement.

<http://www.modisar.com/> | thuto@modisar.com

Node420 | Jason Scott & Orane Edwards | Jamaïque

Vainqueur du Concours AgriHack des Caraïbes, Node420 a développé une application à la fois constituée de composants matériels et logiciels. Le prototype, décrit comme une petite station météo, peut constituer une source additionnelle d'informations pour les agriculteurs cherchant à maximiser la productivité de leur exploitation. Au-delà de l'analyse de la météo, l'application peut permettre de réaliser des prévisions de rendements basées sur des algorithmes tenant compte d'un grand nombre de données.

jayskally@gmail.com & oraneedwards@gmail.com

RevoFarm | Ricardo Gowdie | Jamaïque

RevoFarm, l'un des concurrents du hackathon organisé par le CTA et CCAFS sur le sujet « Le Climat et l'Agriculture Intelligente en Américaine latine et dans les Caraïbes », en 2014, analyse les données liées à la météo, au marché et à la terre. L'outil fournit aux agriculteurs des informations les aidant à prendre des décisions agricoles intelligentes, avec par ailleurs un volet éducatif important et une voie de connexion avec leurs marchés par l'intermédiaire du SMS et d'une appli Web.

<http://revo.farm> | info@revofarm.com

Rural eMarket | FTA Youth Group | Madagascar

Rural eMarket a été créé suite à un prix remporté par le jeune groupe « Jeunes et Agriculture à Madagascar » lors de leur participation au Concours de Blog de la Jeunesse dans l'Agriculture (YoBloCo Awards). L'initiative a été créée en partenariat avec l'association *Farming and Technology for Africa (FTA)* de Madagascar. C'est un système d'information de marché agricole en ligne qui fournit directement des informations à ses abonnés.

<http://rural-emarket.com/> | andrew.raso@gmail.com



© CTA

Les jeunes agro-entrepreneurs sont en train de transformer le secteur agricole avec leurs innovations.

Soutenir les innovations de la jeunesse basées sur les TIC et l'entrepreneuriat dans le secteur agricole



Cette publication a été produite dans le cadre du programme du CTA « Agriculture, Rural Development and Youth in the Information Society » (ARDYIS). Elle a pour objectif d'accroître les capacités et les opportunités de la jeunesse à travers les TIC dans les pays ACP (Afrique, Caraïbes et Pacifique). Ses activités clés sont le Concours du Blog de la Jeunesse dans l'Agriculture (YoBloCo Awards) et l'AgriHack Talent Initiative. Les jeunes ciblés ont entre 18 et 35 ans, tel que spécifié dans la « Stratégie Jeunesse » du CTA.

AgriHack Talent est une initiative centrée sur l'entrepreneuriat e-agricole. Elle a pour but de soutenir les innovations des jeunes basées sur les TIC et l'entrepreneuriat agricole. Initiée avec des jeunes et des partenaires des pays ACP, AgriHack comprend des concours pour développer, via des hackatons ou d'autres sessions de codage, des applications de TIC à destination de l'agriculture, le renforcement de capacités, des programmes longs de mentorat, et un programme d'incubation

pour les meilleurs participants. Des opportunités de promotion et de réseautage sont également offertes aux meilleurs participants, lesquels sont notamment impliqués dans d'autres activités du CTA (telles que les activités Plug and Play décrit ci-dessous).

Le CTA reconnaît le potentiel que peuvent offrir ces types d'activités en termes d'implication de la jeunesse dans l'agriculture et la promotion de l'entrepreneuriat des jeunes. Les organisations partenaires de l'AgriHack Talent participent au processus depuis la conception des événements jusqu'à l'organisation des sessions de codage, la sélection des vainqueurs, jusqu'au programme d'incubation et aux autres activités d'accompagnement et de suivi.

L'initiative AgriHack a jusqu'à présent été mise en œuvre avec succès en Afrique de l'Est et aux Caraïbes. 250 jeunes entrepreneurs en herbe ont vu leur capacité entrepreneuriale renforcée en matière de TIC pour l'agriculture ;

six applications ont été récompensées (certaines sont à l'essai), et les meilleures équipes ont bénéficié du programme d'incubation. Les meilleures applications développées concernent la gestion agricole (Agri-Kari), la gestion foncière (AgriInfo), la lutte antiparasitaire (Crop Guard), les services financiers (Mobis/Ensibuuko, FarmDrive), les services de conseil (AgriVAS), et la gestion de données météorologiques (Node 420). Certaines de ces applications sont présentées dans cette publication et déjà utilisées par les agriculteurs. Jusqu'à présent, dix-huit hubs et institutions de TIC de douze pays ont

été impliqués dans les activités AgriHack. Ont également été impliqués des ministères en charge des TIC et de l'agriculture, des organisations régionales (AGRA, CARICOM, etc.) et des entreprises du secteur privé (Microsoft, Telesur, etc...).

En mai 2015, ARDYIS a remporté le prix du Forum du Sommet Mondial de l'ONU sur la Société de l'Information (WSIS). Les YoBloCo Awards et le programme AgriHackTalent étaient les deux activités mises en avant à cette occasion.



LE PROGRAMME AGRIHACK TALENT

Le programme AgriHack Talent est prévu dans d'autres régions. Le CTA est impatient de collaborer sur cette activité avec des pôles de TIC, des institutions de développement commercial et d'entrepreneuriat, des institutions agricoles, des incubateurs, des investisseurs, et tout acteur intéressé. Les opportunités de collaboration peuvent répondre au développement d'applis pertinentes, au renforcement de capacité, à l'incubation pour de jeunes innovateurs et entrepreneurs, ainsi qu'à l'essai d'applications développées.

Pour plus d'informations :
lohento@cta.int
<http://hackathon.ict4ag.org>
<http://ardyis.cta.int>

À PROPOS DES « PLUG & PLAY » DU CTA

Tech-dating pour l'agriculture

L'activité Plug & Play du CTA – une rencontre technologique (tech-dating) pour l'agriculture – est un événement organisé en parallèle de conférences et ateliers internationaux afin de présenter l'ensemble des différentes plateformes TIC/mobiles développées et mises en œuvre le long de la chaîne de valeur agricole. Les organisateurs offrent aux innovateurs dans le domaine des TIC l'opportunité d'exposer leurs solutions à de potentiels clients, aux utilisateurs de découvrir les dernières plateformes de TIC le long de la chaîne de valeur, aux investisseurs d'identifier des domaines d'investissement viables, aux donateurs de découvrir des domaines émergents en besoin de soutien, et aux décideurs politiques de comprendre et d'explorer des

domaines d'actions. C'est une opportunité fantastique d'avoir un aperçu pratique et de qualité des nouvelles technologies, et une véritable expérience d'apprentissage avec des démonstrations réalisées par des fournisseurs d'application et professionnels expérimentés. Les plateformes sélectionnées pour un événement donné portent sur les thèmes et sujets de la conférence plus générales, et sont particulièrement adaptées aux besoins de tous les groupes d'acteurs qui sont encouragés à échanger avec les développeurs au cours des sessions.

Pour davantage d'informations, contactez
Addom@cta.int



© CTA

L'équipe AgriDirect de Trinité-et-Tobago au cours de l'AgriHack des Caraïbes.



À PROPOS DU CTA

Le Centre technique de coopération agricole et rurale (CTA) est une institution internationale conjointe des États du Groupe ACP (Afrique, Caraïbes, Pacifique) et de l'Union européenne (UE). Il intervient dans les pays ACP pour améliorer la sécurité alimentaire et nutritionnelle, accroître la prospérité dans les zones rurales et garantir une bonne gestion des ressources naturelles. Il facilite l'accès à l'information et aux connaissances, favorise l'élaboration des politiques agricoles dans la concertation et renforce les capacités des institutions et communautés concernées. Le CTA opère dans le cadre de l'Accord de Cotonou et est financé par l'UE.



ASHOKA

Ashoka mène la voie vers un monde où chacun est capable d'agir rapidement et efficacement pour répondre aux défis sociétaux : « Tous Acteurs du Changement ». En tant que premier réseau mondial d'entrepreneurs sociaux et acteurs du changement, avec plus de 3 000 entrepreneurs sociaux dans 84 pays, Ashoka vise à susciter le changement social à grande échelle. Ashoka soutient des innovateurs en les aidant à démarrer, développer leurs idées, collaborer, repenser des systèmes dans leur intégralité, et influencer la transformation sociétale. Fondée en 1980 avec la croyance que la force la plus puissante du monde est une grande idée entre les mains d'un entrepreneur, Ashoka applique les conseils des plus grands entrepreneurs sociaux du monde afin de mettre en marche une profonde transformation sociétale.

Pour plus d'informations, rendez vous sur www.ashoka.org www.ashoka.org ou retrouvez Ashoka sur Twitter, Facebook, ou LinkedIn.



Pour plus d'informations sur le CTA,
visitez www.cta.int



Transformer l'agriculture à travers les innovations



Centre technique de coopération agricole
et rurale ACP-UE (CTA)
P.O. Box 380
6700 AJ Wageningen
Pays-Bas
www.cta.int