

RÉSUMÉ

Stratégie de passage à l'échelle AgriPath



renforcer les capacités des petits agriculteurs

Déployer à grande échelle des services de conseil agricole numériques dans les pays du Sud: ce qu'il faut pour y parvenir

Introduction

Les services de conseil numériques (Digital Advisory Services – DAS) sont des solutions numériques — souvent basées sur le mobile — qui fournissent des contenus de conseil agricole pour aider les agriculteurs à prendre des décisions éclairées. Traditionnellement offerts en présentiel, ces services de conseil intègrent de plus en plus des outils numériques, permettant ainsi aux fournisseurs de ces conseils de toucher un plus grand nombre d'agriculteurs.

Les services de conseil numérique sont principalement orientés vers deux modèles, la plupart visant à atteindre ces deux objectifs à des degrés divers:

- **Modèles à vocation commerciale** - centrés sur l'augmentation de la quantité et/ou de la qualité des productions agricoles afin d'accroître les revenus des petits exploitants mais aussi à générer un bénéfice commercial pour les fournisseurs de DAS.
- **Modèles orientés vers le bien public** - conçus pour générer des bénéfices sociétaux ou environnementaux plus larges, tels que l'adoption de pratiques de gestion durable des terres (GDT), le renforcement de la résilience face au climat ou la transformation des systèmes alimentaires, souvent avec l'appui de gouvernements, d'ONG ou de bailleurs.

En pratique, certains DAS combinent les deux approches, intégrant à la fois des mécanismes générateurs de revenus commerciaux et des objectifs de bien public (bénéfices sociétaux et/ou environnementaux).

Comme pour tout nouveau produit ou service, les DAS sont généralement lancés sous forme de **projets pilotes**. Il s'agit de **phases de test** pilotes au cours desquelles la solution est déployée à petite échelle — dans une zone géographique limitée, auprès d'un nombre restreint d'utilisateurs ou centrée sur une seule chaîne de valeur — afin d'expérimenter le concept, de recueillir des retours et d'itérer jusqu'à obtenir le niveau d'engagement des utilisateurs et/ou l'impact souhaité. Un **financement initial** est en général mobilisé pour mener à bien le projet pilote, avec l'idée que, s'il est concluant, des financements supplémentaires pourront être levés pour passer à l'échelle.

À grande échelle — c'est-à-dire en cas d'**adoption généralisée** par les populations agricoles et/ou d'**institutionnalisation** via la planification stratégique, les cadres de financement et les politiques éducatives — les DAS peuvent considérablement améliorer les moyens de subsistance des agriculteurs à un coût relativement faible (modèle commercial) et catalyser une transformation systémique de l'agriculture (modèle orienté vers le bien public).



Pourquoi cette stratégie de passage à l'échelle?

De nombreux Services de conseil numériques prospèrent en phase pilote mais échouent à passer à l'échelle, ce qui limite leur impact. Cette stratégie aide les fournisseurs de Services de conseil numériques et leurs partenaires — agences de développement, ONG et gouvernements — à surmonter les obstacles les plus courants et à libérer tout le potentiel des Services de conseil numériques.

Piliers prioritaires pour les fournisseurs de DAS pour le passage à l'échelle

Trois piliers prioritaires, essentiels pour le passage à l'échelle des DAS, ont été identifiés.

Pilier n°1: Agents communautaires

Il existe une idée répandue qui consiste à penser que des services de conseil numériques (DAS) bien conçus peuvent, à terme, remplacer les agents communautaires (CBA). Mais en réalité, les CBA demeurent essentiels pour instaurer la confiance et maintenir un lien direct avec les agriculteurs. Par conséquent, une stratégie de passage à l'échelle réussie pour un DAS doit intégrer une stratégie robuste concernant les agents communautaires, qui défini clairement l'évolution de leur rôle au fil du temps ainsi que les implications opérationnelles et les structures de coûts. Pourtant, dans de nombreux contextes, il est difficile de trouver des CBA qualifiés et motivés, et un investissement non négligeable est nécessaire pour les identifier, les former et les fidéliser. Favoriser un meilleur équilibre de genre au sein des CBA ajoute une complexité supplémentaire, qui ne peut être surmontée sans efforts ciblés et mécanismes de soutien adaptés permettant à davantage de femmes d'accéder à ces fonctions — et de s'y épanouir.

De plus amples informations sur la gestion des réseaux de CBA sont disponibles dans la [boîte à outils AgriPath](#).

Pilier n°2: Modèle économique et financement du passage à l'échelle des DAS

Un des principaux obstacles au passage à l'échelle des services de conseil agricole numériques (DAS) est la disponibilité limitée de ressources financières. Le financement peut provenir de sources externes telles que des subventions, des prises de participation ou des prêts accordés par des bailleurs, des investisseurs, des banques, voire par des proches. Une autre option consiste à générer directement des revenus auprès des clients disposés à payer pour la valeur créée par les DAS — qu'il s'agisse des services de conseil en eux-mêmes (proposés seuls ou liés à d'autres services), de l'accès aux données des agriculteurs, ou encore de l'accès au réseau d'agriculteurs utilisant les DAS (afin de leur vendre d'autres services par exemple). Il n'existe pas de modèle de financement universel : certains DAS peuvent s'appuyer sur des financements externes pendant une longue période, tandis que d'autres doivent générer rapidement des revenus dès les premières étapes de leur développement. Les efforts de passage à l'échelle risquent malgré tout d'échouer sans un soutien financier adapté aux agriculteurs vulnérables ; même le modèle économique le plus solide et un financement adéquat ne suffiront pas si les utilisateurs ne sont pas en mesure de payer, d'accéder ou de mettre en œuvre les conseils agricoles recommandés par les services.

Le rapport complet
présentant la stratégie de
passage à l'échelle
AgriPath est disponible ici.
: www.agripath.net



Pilier n°3: Contenu

L'accès à un large éventail de contenus de qualité est essentiel pour le passage à l'échelle des services de conseil numériques (DAS), car il permet aux prestataires d'élargir leur base d'utilisateurs à de nouvelles cultures et zones géographiques, de maintenir l'engagement des agriculteurs grâce à des conseils dynamiques et adaptés au contexte, et de réduire les investissements coûteux liés à la création complète de nouveaux contenus. Cependant, les prestataires de DAS ne peuvent se contenter de partager des bases de données scientifiques de conseils agricoles pour avoir de l'impact auprès des agriculteurs dans les régions où ils opèrent. Une véritable localisation du contenu commence par l'identification des pratiques les plus pertinentes pour chaque zone, grâce à l'évaluation des priorités locales et à la combinaison de recommandations scientifiquement solides avec des connaissances contextuelles telles que les conditions climatiques et pédologiques. Les contenus doivent également être diffusés de manière à être exploitables et inclusifs — en phase avec les priorités des agriculteurs, faciles à comprendre et adaptés à leurs contraintes liées à l'alphabétisation, au temps disponible et aux ressources — afin de garantir un impact réel sur le terrain.

Autres leviers pour les partenaires des DAS

Cinq leviers clés — c'est-à-dire des **conditions ou facteurs favorables** qui soutiennent et facilitent le passage à l'échelle des DAS dans un contexte donné — ont été identifiés. Les partenaires des DAS — agences de développement, ONG et gouvernements — peuvent contribuer à renforcer ces leviers afin de créer un environnement plus propice au passage à l'échelle des DAS

Levier n°1: Infrastructures et actifs

Les agriculteurs disposent d'un accès fiable à l'électricité, d'une couverture réseau mobile, d'un accès internet abordable et stable ainsi que de téléphones mobiles connectés à internet. En outre, les infrastructures de données et les systèmes de paiement sont bien développés dans le pays.

Levier n°2: Stratégie nationale agricole

Une stratégie nationale agricole inclusive, dotée de ressources suffisantes, favorise une régulation transparente et une agriculture génératrice de revenus. Elle reconnaît les impacts du changement climatique, encourage les pratiques de gestion durable des terres (GDT) et renforce les capacités des agriculteurs, notamment grâce à la promotion active des DAS.

Levier n°3: Climat des affaires

Un écosystème favorable à l'investissement et à la création d'entreprises attire des capitaux et permet le développement des DAS ainsi que d'autres acteurs clés des secteurs de l'agriculture et du numérique (par exemple, les start-up de services financiers).

Levier n°4: Capital humain

Un capital humain bien formé est disponible au sein de l'écosystème des DAS grâce à des programmes de renforcement de capacité de l'ensemble des parties prenantes (par exemple, agriculteurs, CBA, entrepreneurs de DAS, chercheurs).

Levier n°5: Utilisateurs et communautés

Un grand nombre d'agriculteurs présentant des profils économiques, socioculturels et agricoles similaires partagent des besoins communs auxquels les DAS peuvent répondre, et sont idéalement organisés en communautés d'agriculteurs (ex : coopératives).