



REVUE

La digitalisation de la filière élevage au Burkina Faso :
défis, enjeux et perspectives

LA DIGITALISATION DE L'INFORMATION ET DE LA FORMATION DANS LA FILIERE ELEVAGE	3
I. Contexte	3
II. Informations disponibles pour les éleveurs	3
III. Circuits des informations	4
IV. Besoins et attentes des éleveurs/éleveuses en matière de formation	5
V. Apport du digital	6
DIGITALISER LA FILIERE ELEVAGE POUR LES FEMMES ET LES JEUNES AU BURKINA FASO	7
I. Contexte	7
II. Femmes dans la chaîne de valeur bétail/viande et volaille	7
III. Apport du digital	9
ANALYSE DES FLUX FINANCIERS ENTRE LES ACTEURS DIRECTS ET INDIRECTS DANS LES FILIERES BETAIL/VIANDE ET VOLAILLE	11
I. Contexte	11
II. Présentation de la problématique	11
III. Présentation des défis	13
IV. Recommandations d'amélioration et digitalisation	16
V. Leçons apprises	16
VI. Conclusion	17
TYPE D'USAGE ET IMPACT DU MOBILE MONEY CHEZ LES ACTEURS DIRECTS DE LA FILIERE ELEVAGE AU BURKINA FASO	18
I. Contexte	18
II. Problématique	18
III. Présentation des opportunités et défis du mobile money pour les éleveurs	22
IV. Leçons apprises	23
V. Les perspectives d'augmentation des revenus et les dimensions de dynamisation de la filière	23
VI. Conclusion	25
DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES DES ELEVEURS/ ELEVEUSES PAR UNE SOLUTION DIGITALE, UNE OPPORTUNITE POUR L'ENSEMBLE DES ACTEURS DIRECTS DE LA FILIERE ELEVAGE AU BURKINA FASO	26
I. Contexte et justification	26
II. Défis et enjeux	27
III. Développement des compétences par une solution digitale	28
LE DEFI DE L'ACCES AU FINANCEMENT DES ACTEURS DIRECTS DES FILIERES VIANDE BETAIL ET VOLAILLE AU BURKINA FASO	29
I. Contexte et justification	29
II. Challenge-clé : les ressources limitées	29
III. Un accès difficile au financement	30
IV. La nécessité d'une ouverture de l'accès au financement pour les éleveurs	31

LA DIGITALISATION DE L'INFORMATION ET DE LA FORMATION DANS LA FILIERE ELEVAGE

I. Contexte

L'élevage constitue un secteur clé de l'économie burkinabé. Il est pratiqué par plus de 80% de la population et les principaux types d'élevage pratiqués sont ceux des bovins, caprins, ovins et de volaille. La contribution de l'élevage à l'économie et au développement du Burkina Faso est estimée à 18% du PIB et à 26% des exportations en valeur (Ministère du Commerce, 2016). Ces statistiques économiques et commerciales font de l'élevage la troisième filière d'exportation après l'or et le coton.

La valeur ajoutée du secteur de l'élevage a été de 259 milliards de FCFA en 2001 et environ 416, 84 milliards FCFA en 2009. L'élevage constitue après l'agriculture la deuxième activité du secteur primaire au Burkina Faso. Les produits de l'élevage occupent le deuxième rang des exportations après le coton avec une contribution de 18% au PIB et 26% aux recettes d'exportation (CEDEAO, 2019). Cette contribution de l'élevage dans la création de richesse devra continuer à croître avec un taux d'accroissement moyen par an a été estimé à 2,7% (MAFAP/FAO, 2012).

L'accès à l'information et à la formation reste un élément très important pour une meilleure production, donc pour une croissance du secteur.

Malgré le fait que pratiquement tous les éleveurs déclarent avoir accès aux informations de leur filière, l'étude portant sur la « Cartographie de la filière élevage au Burkina Faso et l'identification des opportunités de digitalisation des paiements et des services non financiers », commanditée par UNCDF Burkina, nous montre que beaucoup reste à faire dans la diffusion de l'information et surtout dans la formation professionnelle des éleveurs/éleveuses. Il convient de préciser que la filière élevage concerne aussi bien la filière volaille que la filière bétail/viande. Les flux non financiers concernent tout aussi bien l'accès à l'information que l'accès à la formation.

II. Informations disponibles pour les éleveurs

S'agissant de l'accès à l'information, on observe que pratiquement tous les éleveurs (93,2%) déclarent avoir accès aux informations de leur filière.

Mais bien que l'accès à l'information semble ne pas constituer un problème majeur, les productrices déclarent un niveau d'accès très légèrement inférieur à celui des hommes. Il est possible qu'il existe un lien entre l'accès à l'information et le niveau d'études ; et ce d'autant plus que la proportion des « non-alphabétisées » est assez élevée chez les éleveuses (aux alentours de 55% contre une moyenne générale de 49,8%).

Les informations auxquelles les éleveurs/éleveuses ont accès sont, par ordre d'importance :

- **Les maladies des animaux-vaccinations (92%),**
- **Les techniques d'élevage (67%),**
- **Les informations sur les intrants et les équipements (54%),**
- **L'actualité de la filière élevage (31%).**

Dans leur grande majorité (98%), les éleveurs reconnaissent l'utilité des informations disponibles comme l'explique l'**Association Pegdwende des éleveuses de volaille de Pouytenga** « *Oui ! nous avons accès à l'information sur les intrants, les maladies, les formations à la radio et ce à tout moment. Nous les mettons en pratique et ces informations nous permettent d'anticiper et de traiter les maladies de volaille* ».



Association Pegdwende
des éleveuses de volaille
de Pouytenga

En revanche, les informations sur les crédits à l'élevage semblent insuffisamment accessibles (11% seulement) et peuvent constituer une explication partielle du faible recours à l'emprunt pour financer les activités de production.

III. Circuits des informations

On note que les informations circulent des principaux émetteurs (**services étatiques, services privés, professionnels vétérinaires**) vers les récepteurs (**éleveurs et coopératives**).

Le circuit principal de transmission des informations dans la grande majorité des régions est le **bouche-à-oreille (86%)**. Il s'en suit **la radio & télévision (60%)**, et dans une moindre mesure **des supports interprofessionnels de la filière (34% pour la filière volaille et 28,5% pour la filière bétail/viande)**. Nous estimons que le téléphone portable (vue son taux de pénétration chez les éleveurs de l'ordre de 95%) fait également partie du bouche-à-oreille et constitue un moyen complémentaire du face-à-face traditionnel.

Des sources telles que les journaux, les panneaux d'affichage ou encore les SMS ne sont presque pas exploitées, même si un taux relativement élevé est constaté dans **l'utilisation des SMS chez les éleveuses aux alentours de 11%**.

IV. Besoins et attentes des éleveurs/éleveuses en matière de formation

Lors de l'étude, presque tous les éleveurs (96%) ont déclaré avoir besoin de développer des compétences. Les raisons de ce score relativement élevé sont de plusieurs natures :

- La diversité des domaines dans lesquels une compétence est utile (voire nécessaire) : formation technique, formation financière, formation managériale, etc.
- La prise de conscience par les éleveurs de leur niveau d'études relativement modeste, nécessitant une mise à niveau.

Les entretiens réalisés avec les membres de l'**Association Tilgre des Femmes Eleveuses de Kuppela (ATFEK), Centre-Est** l'illustrent bien : « *La formation est une bonne chose, ça va nous aider dans notre activité. La difficulté est l'analphabétisme des gens. Il faut octroyer des formations sur leur utilisation, envoyer les messages en langue locale et alphabétiser ceux qui ne savent pas lire* ».

Les éleveurs/éleveuses dans les régions de l'étude ont à près de 80% exprimé le besoin de formation professionnelle afin d'avoir une meilleure connaissance des spécificités de leur activité. C'est ainsi que la **Coopérative des éleveurs de Nouhao, Centre-Est**, affirme « **avoir besoin de formations en matière d'élevage et les techniques pour mieux réussir l'embouche bovine** ».

En plus du besoin de formation professionnelle, nous pouvons lister d'autres besoins aussi importants pour une meilleure gestion des activités des éleveurs :

- La formation à la technologie (sollicitée par 56,1% des éleveurs). C'est le signe d'une prise de conscience de l'importance de la technologie, et plus particulièrement des outils digitaux, pour mieux gérer l'activité.
- L'importance de véhiculer l'information sous la forme des langues vernaculaires afin de contourner la barrière de l'analphabétisme.
- L'information des opportunités des services financiers et la formation à l'usage des services financiers (34%). Cela tient à l'exploitation de toutes les opportunités et fonctionnalités offertes par les services financiers.
- Le développement des partenariats (34%). C'est le signe d'une prise de conscience par les éleveurs qu'une véritable croissance de leurs activités nécessite la collaboration avec d'autres acteurs dans des domaines qui peuvent être techniques, financiers ou même managériaux.



Bien que l'éducation financière arrive en dernière position des types de besoins de formation (26,5%), il faut apprécier ces éleveurs qui ont compris que la connaissance et le respect de l'orthodoxie financière (financement de l'activité, gestion du fonds de roulement, équilibre financier, etc.) sont critiques pour le succès de leur activité. C'est ainsi par exemple que le **plus jeune producteur de volaille de Sarogo (Nobéré), Centre-Sud** « *ne demande pas de prêt par manque de connaissance de la procédure de demande de prêt, des offres et conditions de financement* ».

V. Apport du digital

Il a été relevé dans le cadre de l'étude que :

- 96% des acteurs directs déclarent avoir besoin de développer leurs compétences.
- 97% des éleveurs reconnaissent l'utilité des informations auxquelles ils ont accès.
- Le bouche-à-oreille (86%) et la radio/TV (60%) demeurent les principales sources d'information.

Au vu des nombreux besoins en formation et en information, le digital permettrait principalement de lever l'obstacle de l'analphabétisation, au travers de modules de formations adaptées.

Les outils tels que les Smartphones (usage personnel) et tablettes ou ordinateurs (pour associations/groupements) serviraient de supports pour véhiculer les informations et modules de formations afin d'améliorer notamment **la réactivité décisionnelle des éleveurs lors de la gestion de leur exploitation, de mieux comprendre les facteurs-clés de succès de leur exploitation, et d'améliorer leur efficacité commerciale, et donc d'augmenter leurs revenus.**



Utilisation de supports digitaux au Burkina Faso

DIGITALISER LA FILIERE ELEVAGE POUR LES FEMMES ET LES JEUNES AU BURKINA FASO

I. Contexte

L'élevage constitue un secteur clé de l'économie burkinabé. Il est pratiqué par plus de 80% de la population qui pratiquent principalement l'élevage **de bovins, caprins, ovins et de volaille**. La contribution de l'élevage à l'économie et au développement du Burkina Faso est estimée à 18% du PIB et à 26% des exportations en valeur (Ministère du Commerce, 2016). Ces statistiques économiques et commerciales font de l'élevage la troisième filière d'exportation après l'or et le coton.

Afin de mieux comprendre la filière et son écosystème, nous avons commandité une « Cartographie de la filière élevage au Burkina Faso pour identifier les opportunités de digitalisation des paiements et des services non financiers » auprès du cabinet Amarante. Les résultats de cette cartographie indiquent que l'âge moyen des éleveurs est de 44 ans, que près de la moitié d'entre eux sont non-alphabétisés, et que 16,3% seulement ont un niveau d'étude secondaire et plus. Par ailleurs, le téléphone portable est l'équipement le plus adopté puisque presque tous les éleveurs en possèdent un.

Malgré la part active des femmes et des jeunes dans la filière élevage qui couvre aussi bien la filière volaille que la filière bétail/viande, l'étude a permis de mettre en lumière plusieurs difficultés au niveau de la production et de la taille des cheptels, au niveau de la gestion des revenus et aussi dans le domaine de la formation professionnelle.

II. Femmes dans la chaîne de valeur bétail/viande et volaille

Depuis le premier maillon que sont les producteurs jusqu'au dernier maillon que sont les consommateurs, différents acteurs interviennent tout au long de la filière bétail et viande, soit pour vendre, acheter, ou transformer et mettre à la disposition des consommateurs, des produits sains et adaptés à leurs besoins. Chacun de ces acteurs joue un rôle qui lui est spécifique.

Dans cet écosystème, les femmes jouent un rôle important. Elles interviennent en grande partie dans la pratique de l'embouche bovine et autres ruminants (ovins, caprins, etc.) et sont les principales intervenantes dans la transformation et la commercialisation du lait.

Elles interviennent aussi dans la filière volaille, principalement dans le système intensif, où elles sont propriétaires de fermes avec des effectifs entre 200 et 7 000 poules.

Cependant, il existe des barrières intellectuelles (niveau d'éducation), financières et sociales qui ne permettent pas aux femmes et aussi aux jeunes d'atteindre leur pleine autonomie. En effet, il ressort des focus groupes réalisés avec des associations de producteurs, que l'accès des femmes et des jeunes au crédit est presque impossible et cette exclusion ne leur permet pas de développer leurs exploitations ou de faire face à certains aléas commerciaux ou financiers. C'est ainsi qu'une éleveuse de l'Association Pegwende des Eleveuses de Volaille affirme que : « *les jeunes et les femmes n'ont pas accès aux prêts et aux financements* ». Cela est par

ailleurs confirmé par l'un des membres de l'Association des Eleveurs de Bitou qui déclare que « *les jeunes et les femmes ne bénéficient pas de financement. Souvent, ils sont obligés d'adhérer à d'autres structures* ».



Association Pegdwende
des éleveuses de volaille
de Pouytenga

Le faible taux d'alphabétisation est un autre défi que les femmes rencontrent dans la filière élevage et il favorise leur forte dépendance sociale dans la mesure où il les empêche de comprendre les rouages de l'accès au crédit.

L'Association Tilgre des femmes éleveuses de Koupela (ATFEK) dans le Centre-Est déclare avoir un réel besoin d'éducation financière. Elles souhaitent mieux comprendre les produits financiers offerts par les institutions et les conditions d'accès aux crédits et microcrédits : « **nous avons des formations professionnelles mais pas de formation en éducation financière** » comme le déclare les membres de l'association ATFEK.



Association TILGRE
(ATFEK)

III. Apport du digital

Les smartphones (usage personnel) et tablettes ou ordinateurs (pour associations/groupements) peuvent jouer un rôle de support pour véhiculer des informations et proposer de modules de formations. Ces supports numériques en améliorant **la réactivité décisionnelle des éleveurs lors de la gestion de leur exploitation et en facilitant la compréhension des facteurs-clés de succès (outils de gestion, formations diverses, information sur les prix, etc.)** permettront d'améliorer leur efficacité commerciale, et donc d'augmenter leurs revenus.

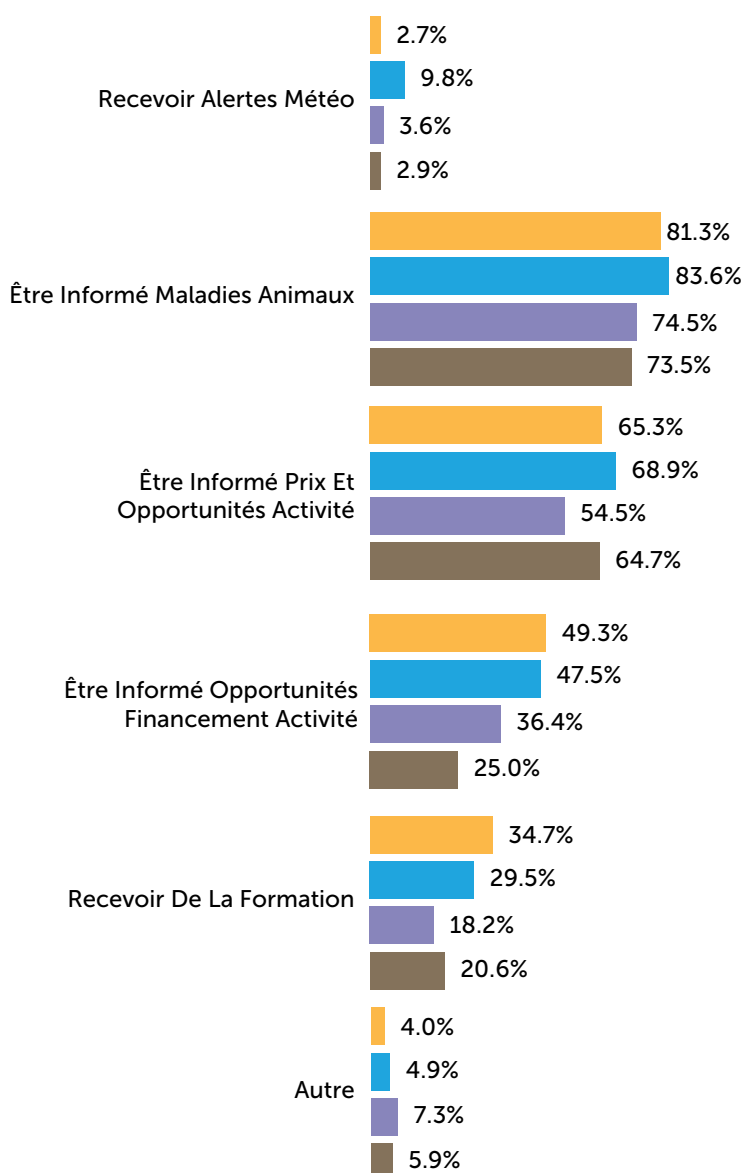
Notre étude a ainsi montré que les jeunes ont une forte appétence pour les smartphones (28,8% d'entre eux sont très à l'aise dans l'utilisation de cet outil contre 16,8% des adultes).

Au vu des nombreux besoins des femmes et des jeunes dans la filière élevage, le digital permettrait principalement de lever l'obstacle de l'analphabétisation, au travers de modules de formations visuels et audios mais encore de promouvoir l'accès au crédit par la diffusion d'informations sur les possibilités et facilités de crédit dans le but de favoriser la croissance de l'exploitation et la réduction des tensions de trésorerie.

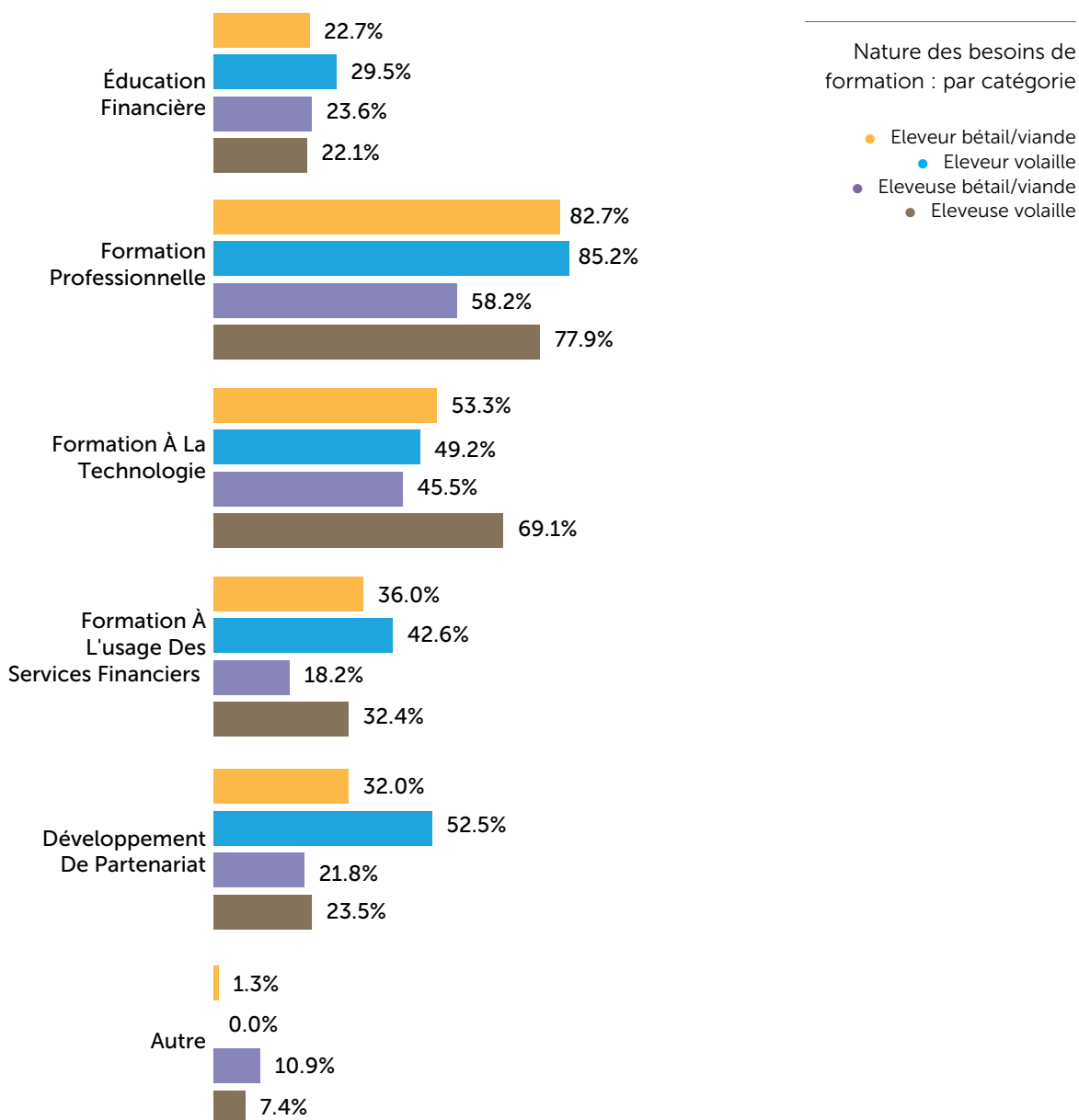
Ainsi, l'étude révèle qu'environ 74% des femmes utilisent leur téléphone pour être informées sur les maladies des animaux, et entre 54 et 64% sur les prix et les opportunités liées à leur activité.

Autres usages des outils
digitaux par catégorie

- Eleveur bétail/viande
- Eleveur volaille
- Eleveuse bétail/viande
- Eleveuse volaille



Notons également que certains besoins en formations exprimés par les femmes se feraient plus facilement en utilisant des supports numériques. C'est le cas de la formation à la technologie et de la formation sur l'usage des services financiers comme l'illustre les graphiques ci-dessous.



Le dernier point concernant l'apport du digital porte sur l'inclusion financière. Nous avons ainsi constaté à travers l'étude, que seulement 41% des femmes et 45% des jeunes disposaient d'un compte dans une banque ou dans un établissement de microfinance, contre plus de 61% pour les hommes adultes.

On comprend alors pourquoi plus de 41% des femmes déclarent avoir adopté le mobile money car elles jugent ce moyen plus accessible que la banque, et parce qu'il est relativement facile d'ouvrir un compte dès lors que l'on dispose d'un téléphone.

La digitalisation de la filière élevage pour les femmes et les jeunes se révèle être une nécessité et comporte d'ailleurs de nombreuses opportunités qu'il convient d'exploiter. Cela va néanmoins avec un certain nombre de challenges qu'il convient de surmonter afin d'assurer l'opérationnalisation efficace et efficiente des différentes initiatives de digitalisation.

ANALYSE DES FLUX FINANCIERS ENTRE LES ACTEURS DIRECTS ET INDIRECTS DANS LES FILIERES BETAIL/VIANDE ET VOLAILLE

I. Contexte

L'élevage constitue un secteur clé de l'économie du Burkina Faso. Il est pratiqué par plus de 80% de la population qui pratiquent principalement l'élevage de bovins, caprins, ovins et de volaille. La contribution de l'élevage à l'économie et au développement du Burkina Faso est estimée à 18% du PIB et à 26% des exportations en valeur. Ces statistiques économiques et commerciales font de l'élevage la troisième filière d'exportation après l'or et le coton.

Il apparaît cependant que l'efficacité de la filière nécessite un développement des compétences des acteurs directs, c'est-à-dire les éleveurs et éleveuses de viande bétail et ceux de volaille. Cela est d'autant plus important qu'il a été constaté d'une part que le taux d'alphabétisme dans cette catégorie d'acteurs est relativement modeste, puisque seuls 16,3% d'entre eux ont le niveau secondaire ou plus. Et d'autre part, notre étude a révélé que presque tous les éleveurs ont déclaré avoir besoin de développer leurs compétences.

II. Présentation de la problématique

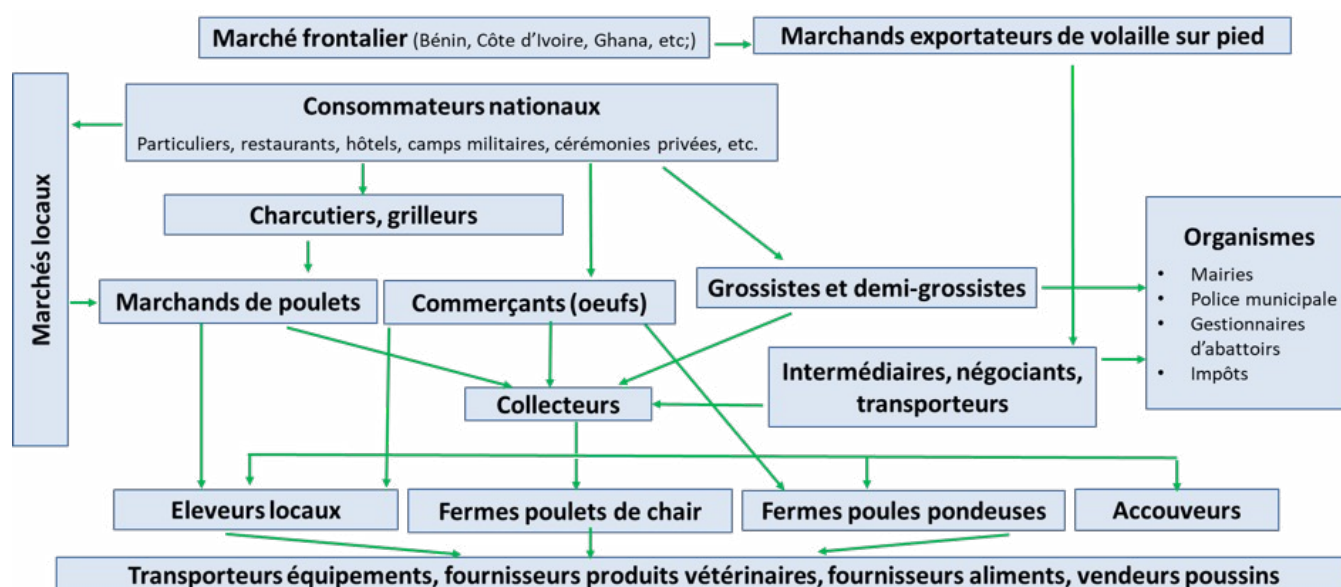
Dans les filières bétail/viande et volaille, on distingue deux types de flux que sont : les flux financiers et les flux non-financiers. Pour cette étude de cas, nous allons nous intéresser aux flux financiers entre les acteurs directs et indirects de la filière. Il s'agira pour nous de présenter les flux financiers, les opportunités de digitalisation et les effets de cette digitalisation sur les revenus des acteurs de la filière bétail-viande et volaille

Au vu de l'importance des filières dans l'économie du pays et des flux financiers afférents, la digitalisation des filières bétail/viande et volaille serait un bon moyen pour optimiser et sécuriser la création des richesses. L'étude menée dans le Centre-Ouest, le Centre-Sud et le Centre-Est du Burkina Faso a permis de réaliser un état des lieux documenté des flux financiers entre les acteurs des différentes filières et l'identification des opportunités de digitalisation. L'objectif global du projet est de contribuer à l'accroissement des revenus des acteurs des filières bétail-viande et volaille au Burkina Faso à travers la digitalisation des flux de paiement et/ou de flux non financiers.

1. Les transactions financières existantes

Les flux financiers qui existent entre les acteurs de la filière bétail-viande sont multiples. Ils sont généralement orientés des acteurs de la commercialisation et de la transformation vers ceux de la production (achat de bétail). Cependant on en trouve également des flux financiers entre les acteurs de la production et d'autres acteurs comme les transporteurs et les fournisseurs d'intrants. De même, entre acteurs de la commercialisation et la transformation, plusieurs flux financiers peuvent être identifiés.

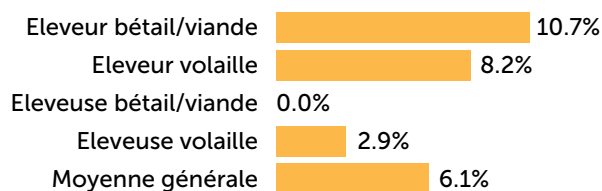
Schéma des flux financiers



Le mode de paiement des acheteurs ne constituait un véritable problème que pour 6,1% des acteurs de la filière élevage. Il nous semble cependant utile de mettre en évidence les différences catégorielles. Et cela d'autant plus que cela a un impact sur les ressources des éleveurs et sur la gestion de leur fonds de roulement.

A titre de rappel, nous avons relevé que les principales plaintes concernant le mode de paiement étaient : le non-respect du délai de paiement de la tranche restante, le non-paiement et la disparition de l'acheteur, etc.

Difficultés avec le mode de paiement : par catégorie



La conclusion est que, même si les éleveurs semblent ne pas beaucoup se plaindre du mode de paiement des acheteurs, une formation en éducation financière leur permet de mieux comprendre et appréhender l'impact au niveau de la gestion de trésorerie de leur activité.

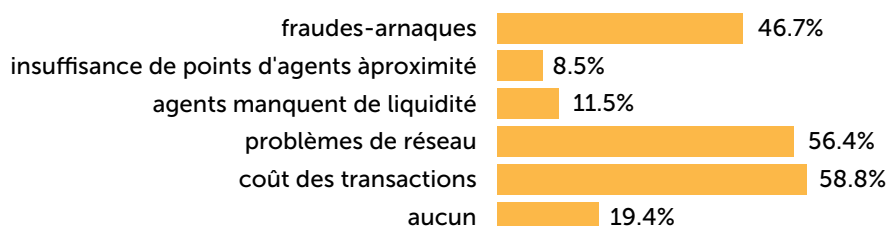
III. Présentation des défis

Cette étude nous a permis de cerner de nombreux défis de la supériorité du cash dans les flux financiers entre les acteurs des filières bétail-viande et volaille. Nous pouvons citer entre autres :

Le coût des transactions, un coût jugé élevé qui est une limite dans de nombreuses conclusions d'études de marché relativement au secteur des télécoms en Afrique. Et cela est d'autant plus marqué ici que les revenus des acteurs de la filière élevage sont très modestes. Concernant le coût des transactions, cette remarque issue de l'un des entretiens individuels en profondeurs organisés est parlante : « *Nos bénéfices dans la vente ne nous permettent pas de supporter les coûts liés aux transactions digitales. Le coût de retrait d'Orange Money est élevé* » dit le commerçant de volaille de Poa, Centre-Ouest.

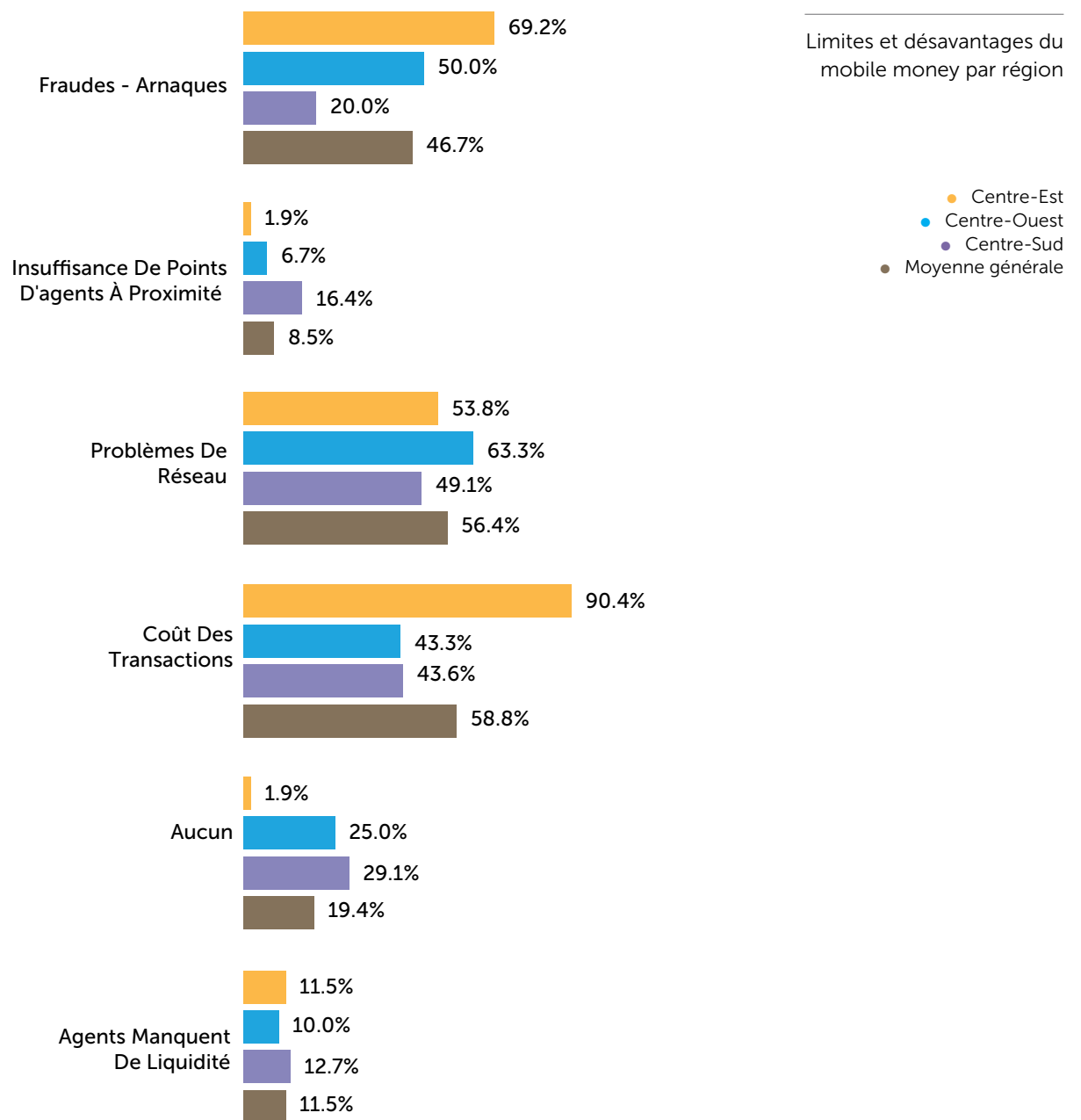
Les problèmes de réseau sont aussi un défi quant à l'utilisation du mobile money, outil digital. Ceci a un impact sur les activités des éleveurs avec leurs appareils pour des transactions financières. Les fraudes et arnaques sont des défis rencontrés. Des éleveurs craignent de voir disparaître l'argent contenu dans leur compte mobile money. En marge de ces limites majeures du mobile money, on peut noter le problème des agents qui manquent de liquidité (cité dans 11,5% des cas), rendant parfois impossible une transaction ou un besoin de financement important et urgent. S'ajoute également le problème de la proximité des agents (8,5%), dans la mesure où les éleveurs peuvent avoir à parcourir de longues distances pour effectuer une opération mobile money.

Limites et désavantages du mobile money



Les comparaisons des limites et désavantages du mobile money par région révèlent que :

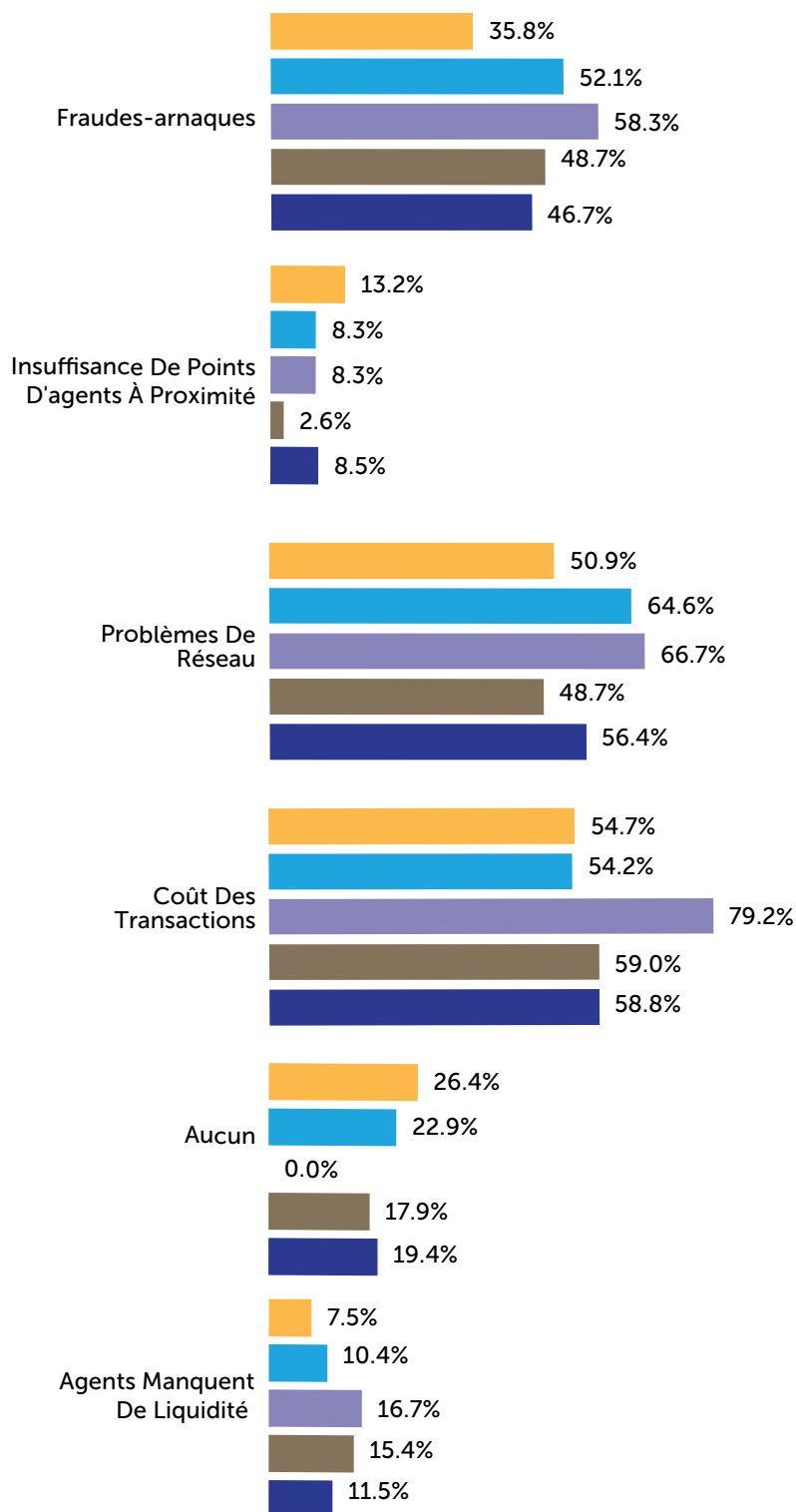
- Les fraudes et arnaques concernent davantage la région du Centre-Est, de même que le coût élevé des transactions ;
- Le Centre-Sud est la région qui semble le plus souffrir de l'insuffisance des points de vente de proximité ;
- Les problèmes de réseau affectent davantage les éleveurs du Centre-Ouest ;
- Le problème du manque de liquidité des agents affecte toutes les régions de façon quasi identique.



Lorsque l'on se penche sur les limites et désavantages du mobile money par région, on constate que les éleveuses de la filière bétail/viande sont celles qui semblent le plus se plaindre (fraudes & arnaques, agents manquant de liquidité, qualité du réseau, coût élevé des transactions) ; ce qui contraste avec les éleveurs de la même filière qui eux, se plaignent davantage de l'insuffisance de points de vente de proximité.

Limites et désavantages du mobile money par catégorie

- Eleveur bétail/viande
- Eleveur volaille
- Eleveuse bétail/viande
- Eleveuse volaille
- Moyenne générale



Certains défis n'ont pas été suffisamment mis en évidence lors de l'enquête par sondage, mais ont fait l'objet de débats lors de l'étude qualitative (focus groups et entretiens en profondeur) :

- les erreurs lors des transactions,
- l'exigence de la CNIB,
- la possibilité d'oublier le code.

IV. Recommandations d'amélioration et digitalisation

Nous avons constaté que les flux financiers des filières bétail/viande et volaille sont en cash surtout au niveau des acteurs directs. Pour la digitalisation, nous recommandons de procéder à une centralisation des règlements des acheteurs et à un transfert aux éleveurs/éleveuses selon une périodicité bien définie et à l'aide de supports digitaux (portefeuilles électroniques).

La digitalisation pourrait répondre au problème des éleveurs qui souffrent des conséquences des règlements à crédit (non-respect des délais, disparition de l'acheteur, etc.), des vols et attaques armées lors des retours de ventes au marché de bétail.

Pour la digitalisation, il faudra créer un organisme avec pour rôle de centraliser les paiements faits par les acheteurs des produits de l'élevage. Cet organisme disposera également d'une banque de données permettant de dynamiser la mise en relation entre les acheteurs, les éleveurs et l'offre de produits de ces derniers. Une périodicité de règlements aux éleveurs sera définie (à la manière du paiement des salaires dans les entreprises). Un compte de mobile money (ou autre formule digitale) sera ouvert pour chaque éleveur afin qu'il puisse percevoir les règlements des acheteurs. Il sera possible de rémunérer ce compte en fonction du solde disponible à l'intérieur pendant une certaine période.

Afin de réussir le processus de digitalisation, il faudra que la pénétration des smartphones ainsi que celle du mobile money soient accélérées. Il faudra aussi que l'entreprise de produit financier digital retenu puisse accorder certaines facilités (offre spéciale, rémunération du solde du portefeuille électronique, etc.) et surtout il est impératif que les différents acteurs mettent toutes les informations nécessaires à la disposition de l'organisme de centralisation/paiement.

V. Leçons apprises

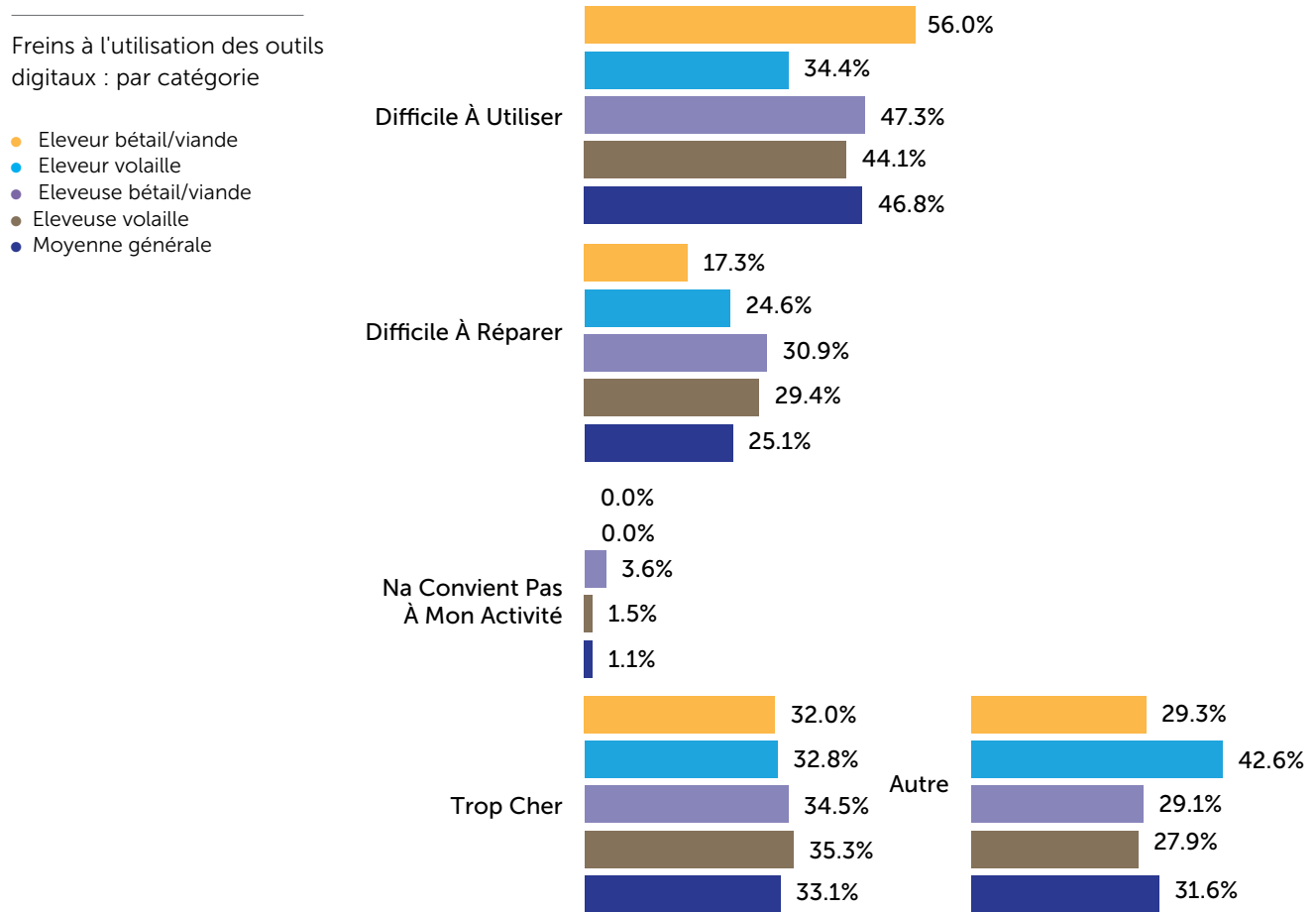
Notre étude a permis d'apprendre énormément sur les freins et limites à l'utilisation des outils digitaux, ils apparaissent à deux niveaux : les freins et limites d'ordre général, et le cas spécifique du mobile money.

Le principal frein à l'utilisation des outils digitaux de manière générale a trait à la difficulté d'utilisation (46,8%). Cela peut tenir au niveau d'étude relativement modeste des éleveurs, mais également à la faible ouverture à la technologie et à la modernité.

Les deux autres freins qui sont régulièrement évoqués sont le caractère onéreux des outils digitaux (33,1%). De ce fait, certains éleveurs sont certes intéressés par l'usage des appareils digitaux, mais leur niveau de revenu modeste ne leur permet pas d'en acquérir.

La difficulté à réparer les outils digitaux (25,1%). Ces appareils étant électroniques, il faut consulter un véritable spécialiste en cas de panne. Si l'on ajoute à cela que les conditions d'utilisation des appareils digitaux sont de nature à accélérer leur détérioration, et que les spécialistes en réparation ne sont pas toujours faciles à trouver, l'on comprend que cela constitue un frein significatif à leur utilisation.

Nous avons ainsi pu établir la figure ci-après avec les données collectées.



Selon plusieurs acteurs de la filière interviewés, le faible taux d’alphabétisation constitue un frein à l’utilisation des outils digitaux. D’ailleurs certaines associations d’éleveurs ont clairement exposé ce facteur comme un frein réel. Cela est illustré dans les verbatims qui suivent : « *Il y a le problème de l’analphabétisme : beaucoup ne savent pas lire* » Association Teewendé des éleveurs de bétail de Pouytenga, « *Ça va nous fatiguer car beaucoup ne savent pas lire* » Association Dacoupa des éleveurs de Zabré

VI. Conclusion

Au terme de notre analyse des flux financiers des filières bétail/viande et volaille, il apparaît qu’il y’a d’énormes interactions donc beaucoup de flux financiers entre les acteurs des différentes filières. Le mode de paiement par cash est le plus utilisé pour des raisons citées plus haut. Il apparaît en outre qu’une digitalisation progressive peut s’opérer car le téléphone portable fait partie du quotidien des éleveurs.

La solution digitale mise en œuvre pourrait aider considérablement des transactions de ces derniers et protéger leurs revenus des vols.

Cette digitalisation requiert l’adhésion de tous les acteurs des différentes filières et avec une campagne de communication pour amener les acteurs à se faire enrôler sur le mobile money, sous réserve de la présentation des documents d’identité conformes et valides. Les fournisseurs de solutions digitales doivent faire un maillage du terrain pour développer de points de vente mobile money dans les zones rurales reculées pour faciliter les opérations.

TYPE D'USAGE ET IMPACT DU MOBILE MONEY CHEZ LES ACTEURS DIRECTS DE LA FILIERE ELEVAGE AU BURKINA FASO

I. Contexte

L'élevage constitue un secteur clé de l'économie du Burkina Faso. Il est pratiqué par plus de 80% de la population qui pratiquent principalement l'élevage de bovins, caprins, ovins et de volaille. La contribution de l'élevage à l'économie et au développement du Burkina Faso est estimée à 18% du PIB et à 26% des exportations en valeur. Ces statistiques économiques et commerciales font de l'élevage la troisième filière d'exportation après l'or et le coton.

Dans ce contexte, les acteurs directs que sont les éleveurs jouent un rôle essentiel dans le processus d'exploitation du cheptel et de la commercialisation du produit de leurs activités. Il va alors sans dire qu'ils ont besoin d'outils pour exercer ces activités de la manière la plus efficace possible.

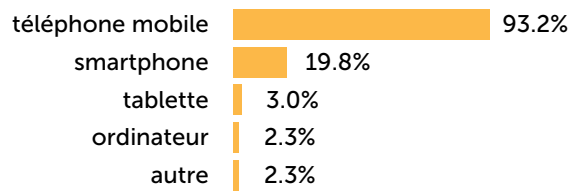
II. Problématique

Les outils digitaux au Burkina Faso sont diversement utilisés et appréciés par les acteurs indirects. C'est ainsi que la maturité digitale est relativement modeste, bien que les éleveurs reconnaissent certains avantages des outils digitaux. C'est ainsi également que l'usage des services financiers digitaux tarde encore à décoller malgré les avantages qu'ils peuvent conférer aux acteurs.

La diversité des activités des éleveurs tout au long de leur chaîne des opérations (financement, exploitation, commercialisation) montre que la digitalisation de la filière permettrait aux acteurs directs de gagner en efficacité. C'est en tout cas la conclusion sur laquelle débouche l'étude menée dans le Centre-Ouest, le Centre-Sud et le Centre-Est du Burkina Faso.

1. La maturité digitale des éleveurs

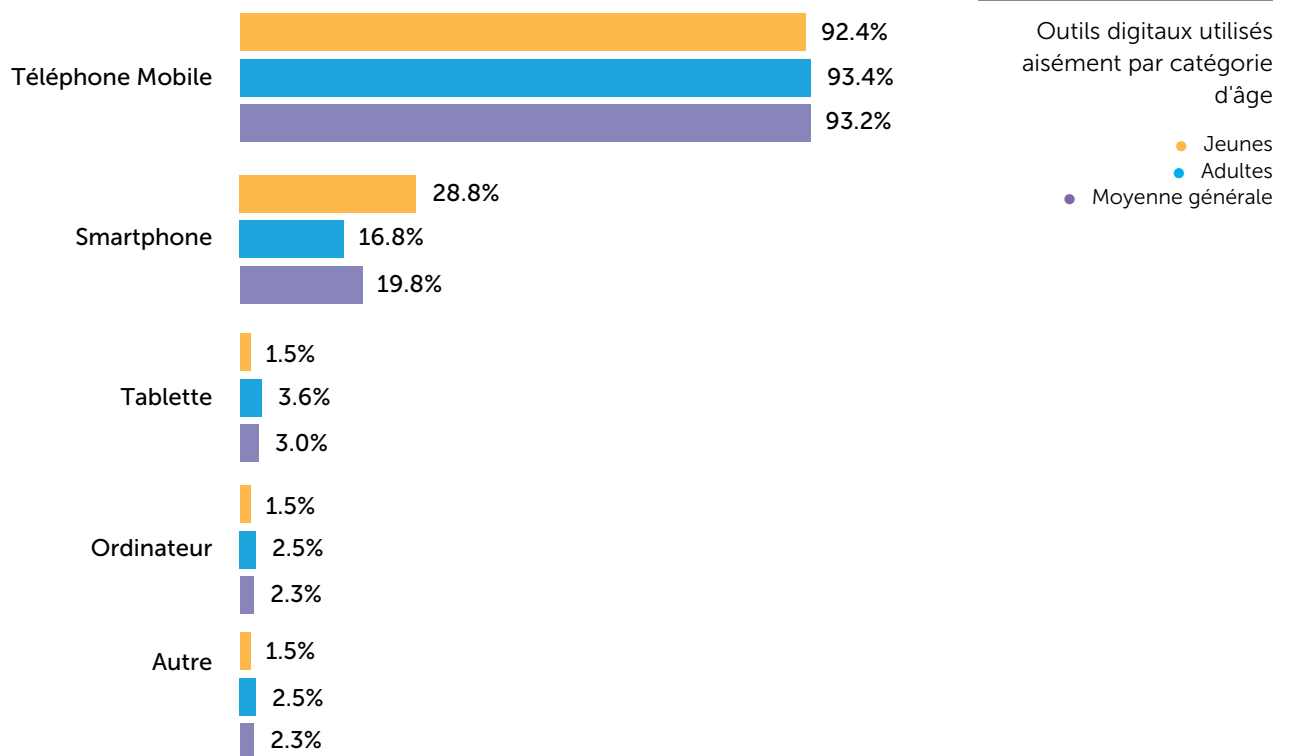
Le téléphone mobile est l'outil digital le plus aisément utilisé (93,2% des acteurs déclarent ne pas éprouver de difficultés particulières). Cependant, seuls 19,8% des éleveurs/éleveuses s'estiment capables de manipuler aisément les smartphones. On peut donc imaginer qu'il existe une corrélation entre le modeste taux d'adoption de cet outil (19,5%) et la difficulté à l'utiliser. Le sens de la causalité reste à définir, s'il n'est bidirectionnel. En effet, la faible pénétration des smartphones peut être due à la difficulté dans l'utilisation de leurs nombreuses fonctionnalités ; tout comme le fait qu'ils soient d'utilisation peu aisée peut également s'expliquer par leur faible taux d'adoption.



Outils numériques utilisés
aisément

L'analyse par catégorie d'éleveurs de l'aisance affichée dans l'utilisation des outils numériques est plus informative lorsque l'on considère les outils les plus complexes. On note ainsi que les éleveurs et éleveuses de volaille sont plus à l'aise dans l'utilisation des smartphones et des tablettes que les éleveurs et éleveuses de bétail/viande.

L'analyse par catégorie d'âge de l'aisance affichée dans l'utilisation des outils numériques montre par ailleurs que les jeunes sont plus ouverts et plus à l'aise dans l'utilisation des outils numériques (28,8% contre 19,8% pour la moyenne générale).



Outils numériques utilisés
aisément par catégorie
d'âge

● Jeunes
● Adultes
● Moyenne générale

Sur un autre plan, on note que presque tous les éleveurs et éleveuses (90,1%) reconnaissent l'utilité des outils numériques. Et il n'existe pas de différences très significatives entre les différentes catégories d'éleveurs quant à l'importance perçue des outils numériques.

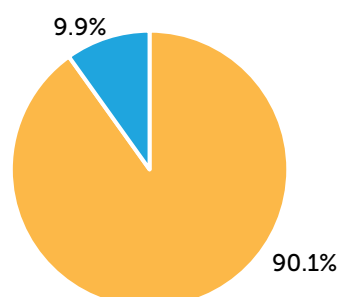


Figure 62
Appréciation de l'utilité des
outils numériques

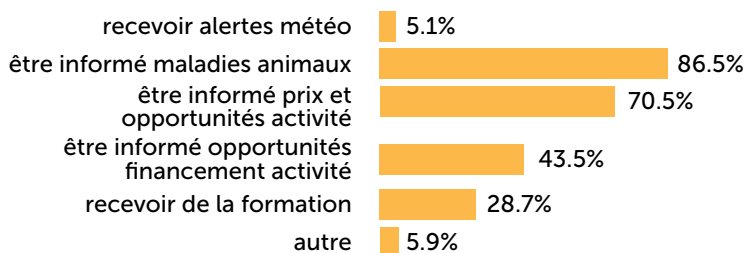
● Utiles
● Peu utiles

S'agissant de l'usage des outils digitaux, en dehors de la communication classique entre individus (appels, SMS) et des activités telles que la prise de photos et de vidéos, les outils digitaux ont également des fonctions plus en ligne avec les activités liées à l'élevage.

On observe ainsi que 86,5% des éleveurs les utilisent pour être informés sur les maladies des animaux, 70,5% sont informés des prix et des opportunités liées à l'activité, 43,5% sont alertés sur les informations de financement, 28,7% les utilisent pour recevoir de la formation. Ces deux derniers chiffres appellent quelques remarques :

- Tout d'abord, près de la moitié des éleveurs déclarent s'informer sur les opportunités de financement des activités par le biais des outils digitaux, alors qu'ils n'étaient que 11% à recevoir des informations sur les crédits à l'élevage. En fait, ce gap tient au fait que ceux qui disposent d'un smartphone sont relativement plus nombreux à s'informer sur les opportunités de financement, et sont donc relativement plus nombreux à recevoir des informations sur les crédits à l'élevage. On voit ici apparaître en filigrane le lien qui existerait en la possession d'un smartphone et la probabilité plus élevée d'avoir accès au crédit bancaire, ou tout au moins à pouvoir réellement diversifier les sources de financement de l'activité.
- Ensuite, on constate que moins d'un éleveur sur trois utilise un outil digital pour recevoir la formation. En fait, cela peut être la double conséquence de la modeste pénétration des outils digitaux qui peuvent réellement servir à recevoir des formations (smartphones, tablettes, ordinateur), ainsi que de la faible prise de conscience de l'importance et de la diversité des modules de formation dans la pratique de l'élevage.

Autres usages des outils digitaux

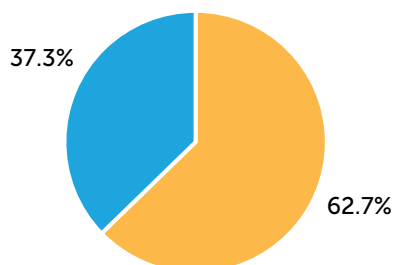


2. L'accès aux services financiers digitaux et leur utilisation effective

Concernant l'adoption du mobile money, il est intéressant de noter que près de deux éleveurs sur trois disposent d'un compte.

Possession d'un compte mobile money

- Oui
- Non



Lorsque l'on compare les principales offres que sont Orange Money et Mobicash, il apparaît que l'offre Orange Money a, de loin (94,5%), la plus forte pénétration relative ; Mobicash n'étant détenu que par 5,5% de ceux qui ont un compte mobile money, soit 62,7% des éleveurs.

S'agissant des motifs d'adoption, les deux raisons majeures ayant amené les éleveurs à souscrire à un compte mobile money sont respectivement le fait de pouvoir envoyer ou recevoir de l'argent (91,5%), la possibilité de mieux gérer son argent (77%), et à un degré moindre la possibilité qui est offerte de faire des achats et de payer des factures (22,4%). On peut remarquer qu'il s'agit ici de facteurs fonctionnels liés à l'usage du mobile money. On peut y ajouter la possibilité (pour ceux qui en possèdent un) de consulter leur compte bancaire via leur mobile money.

A côté de cela, on trouve des facteurs d'incitation davantage liés à l'environnement de l'éleveur. C'est le cas :

- des amis-famille qui sont déjà enregistrés dans le service (18,8%) et qui ont donc joué plus ou moins directement un rôle de prescripteurs ;
- de la localisation géographique et de la proximité des points de transaction mobile money (10,3%) ;
- de l'encouragement et de la recommandation de la coopérative à souscrire un compte mobile money.

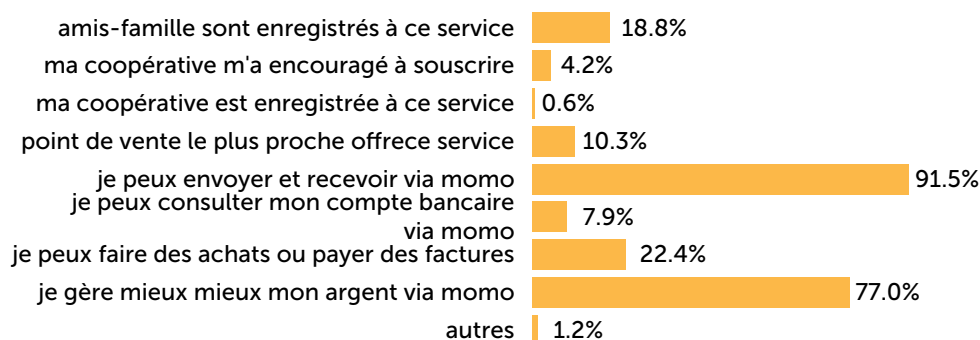
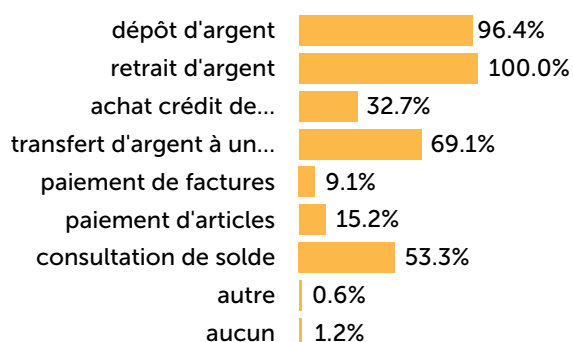


Figure 79

Raisons ayant poussé à souscrire à un compte mobile money

Lorsqu'on analyse le type d'utilisation des outils financiers digitaux par les éleveurs, on distingue trois catégories d'opérations :

- Les opérations classiques de dépôt et de retrait d'argent (presque tous les producteurs les effectuent). Dans ce cas, le mobile money est essentiellement utilisé comme instrument d'épargne et de sécurisation des fonds.
- En seconde position, on trouve les opérations de transfert d'argent (69,1% des usagers) et de consultation de solde (53,3%).
- Ce n'est qu'en troisième position que l'on retrouve les activités plus transactionnelles telles que l'achat de crédit de communication (32,7%), le paiement d'articles (15,2%), le règlement de factures (9,1%).



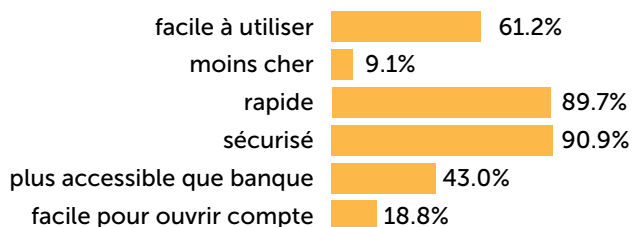
Opérations mobile money ayant déjà été effectuées

III. Présentation des opportunités et défis du mobile money pour les éleveurs

Le mobile money a de nombreux avantages perçus et reconnus par les éleveurs :

- la sécurité (90,9%), dans le sens où les éleveurs ont ainsi une solution pour garder de l'argent sans risque majeur de le voir dérobé ;
- la rapidité (89,7%), car les éleveurs ont la possibilité de transférer de l'argent de manière quasi instantanée ;
- la facilité d'utilisation (61,2%). On peut imaginer ici que c'est la conjonction des campagnes de communication des opérateurs et de l'aide des proches ;
- l'accessibilité plus aisée (43%) et la facilité d'ouverture d'un compte (18,8%) en comparaison avec les institutions bancaires ; ces dernières imposant des procédures parfois longues et complexes. Le mobile money contribue ainsi à booster l'inclusion financière au sens large.

Avantages à utiliser le mobile money

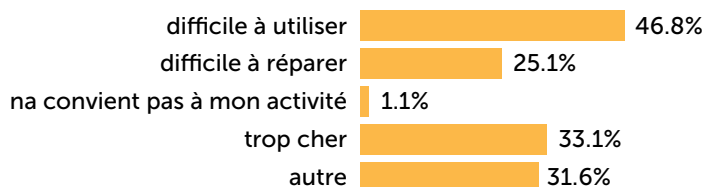


Les freins et limites à l'utilisation des outils digitaux apparaissent à deux niveaux : les freins et limites d'ordre général, et le cas spécifique du mobile money.

Le principal frein à l'utilisation des outils digitaux de manière générale a trait à la difficulté d'utilisation (46,8%). Cela peut tenir au niveau d'étude relativement modeste des éleveurs, mais également à la faible ouverture à la technologie et à la modernité.

Les deux autres freins qui sont régulièrement évoqués sont :

- Le caractère onéreux des outils digitaux (33,1%). Dans cette optique, certains éleveurs sont certes intéressés par l'usage des appareils digitaux, mais leur niveau de revenu modeste ne leur permet pas d'en acquérir.
- La difficulté à réparer les outils digitaux (25,1%). Ces appareils étant électroniques, il faut consulter un véritable spécialiste en cas de panne. Si l'on ajoute à cela que les conditions d'utilisation des appareils digitaux (en plein air) sont de nature à accélérer leur détérioration, et que les spécialistes en réparation ne sont pas toujours faciles à trouver, l'on comprend que cela constitue un frein significatif à leur utilisation.



C'est le lieu ici de préciser que le faible taux d'alphabétisation est un frein à l'utilisation des outils digitaux qui a été mentionné par de nombreuses acteurs de la filière. D'ailleurs certaines associations d'éleveurs ont clairement exposé ce facteur comme un frein réel.

A la question, « Quelles difficultés l'on pourrait rencontrer si l'on décide de mettre en place ces nouveaux services dans la filière bétail-viande et élevage ? », un membre de l'Association Teewendé des éleveurs de bétail de Pouytenga déclare : « *Il y a le problème de l'analphabétisme : beaucoup ne savent pas lire* ».

Un membre de l'Association Dacoupa des éleveurs de Zabré confirme en disant que : « *Ça va nous fatiguer car beaucoup ne savent pas lire* ».

Des membres d'une association d'éleveuses de volaille au Burkina Faso

Certains challenges n'ont pas été suffisamment mis en évidence lors de l'enquête par sondage, mais ont fait l'objet de débats lors de l'étude qualitative (focus groups et entretiens en profondeur). C'est le cas des erreurs lors des transactions, de l'exigence de la CNIB, ou encore de la possibilité d'oublier le code.



IV. Leçons apprises

Cette étude sur la filière élevage au Burkina Faso nous a permis de comprendre que :

- Les acteurs directs de la filière élevage ont un taux d'adoption des outils digitaux relativement modeste, mais reconnaissent cependant l'utilité de ces outils. Il existe donc un certain nombre de barrières qu'il faudrait lever afin d'accroître l'adoption.
- Bien que de nombreux éleveurs disposent d'un compte mobile money, ils restent en retrait dans l'usage des services financiers digitaux, ce qui ne leur permet pas d'exploiter tout le potentiel de ces services pour mieux gérer leur exploitation.

V. Les perspectives d'augmentation des revenus et les dimensions de dynamisation de la filière

La digitalisation de la filière élevage au Burkina Faso devrait avoir un impact considérable sur les revenus. Celle-ci permettrait d'agir sur plusieurs facteurs fortement corrélés avec les performances commerciales et financières :

- Amélioration de la réactivité décisionnelle des éleveurs lors de la gestion de leur exploitation.
- Amélioration de l'efficacité commerciale des éleveurs, et donc exploitation des nombreuses opportunités d'augmentation de leurs revenus.
- Constitution de réserves de trésorerie productrices de revenus passifs dans les portefeuilles électroniques des éleveurs.

- Réduction des pertes liées aux vols ou erreurs commerciales du fait de l'utilisation d'outils digitaux.
- Meilleure compréhension des facteurs-clés de succès de leur exploitation et amélioration des prévisions de trésorerie.

De manière plus large, les initiatives permettant d'augmenter les revenus dans la filière élevage peuvent s'articuler autour de 5 dimensions telles que représentées dans le diagramme ci-dessous.

Les 5 dimensions de dynamisation de la filière élevage



La dimension de base (modernisation de la filière) permet de constituer un socle assurant la performance de l'écosystème sur le long terme.

La dimension centrale (financement de la filière) constitue le « nerf de la guerre ». C'est au sein de cette dimension que seront levées certaines des préoccupations de facilitation qui ont été soulevées par toutes les catégories d'acteurs de la filière.

La dimension latérale 1 (renforcement des capacités des acteurs) consiste à fournir aux éleveurs et éleveuses les moyens intellectuels (formation et information) leur permettant de mener leur activité de manière plus professionnelle, de tel sorte que leurs exploitations puissent croître et être plus rentables.

La dimension latérale 2 (autonomisation des femmes et des jeunes) est le volet au sein duquel certaines inégalités (de genre et d'âge) seront atténuées, de telle sorte qu'une synergie puisse être créée par la participation égale de tous les acteurs au développement de la filière élevage.

La dimension transversale (digitalisation de la filière) est celle qui permettra d'arrimer la filière élevage aux réalités de la révolution numérique en comblant le retard pris par les acteurs dans ce domaine, et en leur permettant d'exploiter toutes les opportunités offertes par elle. C'est une dimension fondamentale en ce sens que chacune des autres dimensions comporte un volet digital pour atteindre son plein potentiel.

Il existe cependant un certain nombre de facteurs à considérer afin que les éleveurs bénéficient de tous les avantages de la digitalisation dans une perspective d'augmentation de leurs revenus. Il faudrait donc notamment que :

- La pénétration des smartphones ainsi que celle du mobile money soient accélérées grâce à des actions de promotions ciblées des opérateurs télécoms.
- Les éleveurs soient accompagnés par diverses formations (utilisation et avantages des outils digitaux, connaissance des services financiers, éducation financière, gestion d'une exploitation).
- Un large volume d'information soit mis à la disposition des éleveurs afin qu'ils soient informés sur les activités de financement, d'exploitation et de commercialisation.
- Certaines barrières psychologiques soient levées afin de rassurer les éleveurs (risque d'arnaques notamment).

- Certaines facilités puissent être accordées aux éleveurs par les entreprises de produits financiers digitaux retenues (offre spéciale, rémunération du solde du portefeuille électronique, etc).
- Certains acteurs spécifiques apportent tout leur soutien. C'est le cas notamment du Ministère des Ressources Animales et Halieutiques, du Ministère du Commerce, des partenaires bancaires et des fournisseurs de services financiers.

VI. Conclusion

Au terme de l'étude, il apparaît que la pénétration des outils digitaux au sein de la population des éleveurs est modeste, mais comporte une grande marge de progression. En outre, les services digitaux recèlent des avantages qui pourraient profiter aux éleveurs pour augmenter considérablement leurs revenus. Il faudrait juste pour cela agir tant du côté des éleveurs (mise à disposition de programmes de formation et de supports d'information) que des autres acteurs de la filière afin que ceux-ci jouent un rôle de facilitateurs dans la mise en place des différentes initiatives de digitalisation.

DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES DES ELEVEURS/ ELEVEUSES PAR UNE SOLUTION DIGITALE, UNE OPPORTUNITE POUR L'ENSEMBLE DES ACTEURS DIRECTS DE LA FILIERE ELEVAGE AU BURKINA FASO

I. Contexte et justification

Dans le cadre de sa stratégie digitale, UNCDF s'est fixé l'objectif ambitieux de ne laisser personne de côté à l'ère du numérique. De ce fait, elle soutient activement les initiatives numériques inclusives qui contribuent à l'atteinte des Objectifs de Développement Durable fixés en 2015, dans les pays les moins avancés. Le Burkina Faso fait partie des pays d'Afrique de l'Ouest soutenus prioritairement par UNCDF et l'agriculture y est un des secteurs économiques qui bénéficient d'appuis spécifiques de la part de l'agence d'investissement des Nations Unies.

L'élevage constitue un secteur clé de l'économie du Burkina Faso. Il est pratiqué par plus de 80% de la population qui pratiquent principalement l'élevage de bovins, caprins, ovins et de volaille. La contribution de l'élevage à l'économie et au développement du Burkina Faso est estimée à 18% du PIB et à 26% des exportations en valeur. Ces statistiques économiques et commerciales font de l'élevage la troisième filière d'exportation après l'or et le coton.

Il apparaît cependant que l'efficacité de la filière nécessite un développement des compétences des acteurs directs, c'est-à-dire les éleveurs et éleveuses de viande bétail et ceux de volaille. Cela est d'autant plus important qu'il a été constaté d'une part que le taux d'alphabétisme dans cette catégorie d'acteurs est relativement modeste, puisque seuls **16,3%** d'entre eux ont le niveau secondaire ou plus. Et d'autre part, notre étude a révélé que presque tous les éleveurs ont déclaré avoir besoin de développer leurs compétences.

Cela est d'ailleurs illustré par les entretiens réalisés avec les membres de l'Association Tilgre des Femmes Eleveuses de Kuppela (ATFEK) dans le Centre-Est : « *La formation est une bonne chose, ça va nous aider dans notre activité. La difficulté est l'analphabétisme des gens. Il faut octroyer des formations sur leur utilisation, envoyer les messages en langue locale et alphabétiser ceux qui ne savent pas lire* ».

II. Défis et enjeux

Les éleveurs rencontrés dans les régions du Centre-Ouest, Centre-Sud et Centre-Est du Burkina Faso, font face à différents types de contraintes qui peuvent être divisées en trois catégories : les contraintes physiques, les contraintes financières et les contraintes d'ordre intellectuel.

Les contraintes physiques concernent essentiellement les maladies des animaux (92,8% des éleveurs s'en soucient spécifiquement) et les effets des changements climatiques (12,9% des cas). A ces deux principales contraintes peut également être rattaché le problème de l'accès à la terre (qui concerne bien évidemment et principalement les éleveurs de bétail/viande).

Les contraintes financières sont révélées par les problèmes que les éleveurs rencontrent dans l'achat de la nourriture pour animaux (89,4%), ainsi que l'achat d'équipements (63,9%). Les deux grandes rubriques du financement de l'activité sont donc concernées ici : les dépenses d'investissement (achat équipements), et les dépenses de fonctionnement (achat de nourriture). Tout ceci a donc un impact à la fois sur la rentabilité de l'activité d'élevage et sur la capacité de croissance et de développement du business des acteurs directs.

Nous avons en outre eu à relever de manière spécifique des problèmes liés à la formation. Le problème de l'accès à la connaissance a ainsi un impact sur les autres contraintes, qu'elles soient physiques ou financières. Le plus jeune producteur de volaille de Sarogo (Nobéré) dans Centre-Sud déclare ainsi : « *Je ne demande pas de prêt par manque de connaissance de la procédure de demande de prêt, des offres et conditions de financement* ».

Tout cela fait ressortir la nécessité de développer des programmes de formation, certains généraux, d'autres plus personnalisés ; et d'identifier des thèmes de tronc commun et des thèmes spécialisés.

Les modules de formation à prioriser sont nombreux et concernent principalement la formation professionnelle (constitution d'un cheptel, alimentation des animaux, santé des animaux, programmes de vaccination, gestion de l'exploitation et analyse des performances, etc.), la formation à la technologie (typologie des outils technologiques dans le domaine de l'élevage, bases fonctionnelles des principales technologies, etc.), l'éducation financière (gestion de la trésorerie, compte d'exploitation et rentabilité de l'exploitation, types de produits financiers, montage d'un dossier de crédit, relations avec les institutions financières, etc.), et le développement de partenariat (montage d'une demande de partenariat, typologie des partenaires et leurs apports, présentation d'une demande, négociation des formes et conditions, etc.).

Des membres d'une association d'éleveuses de volaille au Burkina Faso



De ce qui précède découlent un certain nombre de préoccupations. Comment permettre aux éleveurs/éleveuses de gérer leur exploitation de manière plus efficace ? Comment leur permettre d'identifier plus rapidement les opportunités commerciales afin d'écouler leurs animaux ? Comment leur donner une culture financière leur permettant à la fois de mieux gérer leurs revenus et d'avoir accès aux sources de financement adaptées à leurs besoins.

La réponse à ces préoccupations peut se trouver certainement dans le développement des compétences par des programmes de formation adaptés, mais également dans l'exploitation des opportunités offertes par le digital.

III. Développement des compétences par une solution digitale

La digitalisation des flux de formation permettra notamment d'**améliorer la réactivité décisionnelle des éleveurs** lors de la gestion de leur exploitation, de mieux **comprendre les facteurs-clés de succès de leur exploitation**, et d'**améliorer l'efficacité commerciale des acteurs directs**, et donc d'augmenter leurs revenus.

Il s'agira alors de mettre à la disposition des éleveurs/éleveuses, en utilisant des supports digitaux, plusieurs catégories de données liées à des modules de formation afin de développer leurs compétences.

Cependant l'accès et l'utilisation de ces nouvelles technologies digitales ne sauraient être effectifs sans le support de certains acteurs dont le rôle est central dans la modernisation de la filière ; nous pensons ici notamment aux acteurs gouvernementaux (dont particulièrement le Ministère des Ressources Animales et Halieutiques).

Ces derniers ont en effet un rôle majeur à jouer, tout d'abord afin d'encourager **l'adoption mentale des solutions digitales** par les éleveurs/éleveuses (avantages et facilités offertes), ensuite pour aider à **lever les barrières d'ordre plus économiques** (incitations diverses), et enfin en ce qui concerne la **protection des acteurs directs par rapport aux risques** induits par ces nouvelles technologies (fraudes et arnaques notamment).

LE DEFI DE L'ACCES AU FINANCEMENT DES ACTEURS DIRECTS DES FILIERES VIANDE BETAIL ET VOLAILLE AU BURKINA FASO

I. Contexte et justification

Dans le cadre de sa stratégie digitale, UNCDF s'est fixée l'objectif ambitieux de ne laisser personne de côté à l'ère du numérique. De ce fait, elle soutient activement les initiatives numériques inclusives qui contribuent à l'atteinte des Objectifs de Développement Durable fixés en 2015, dans les pays les moins avancés. Le Burkina Faso fait partie des pays d'Afrique de l'Ouest soutenus prioritairement par UNCDF et l'agriculture y est un des secteurs économiques qui bénéficient d'appuis spécifiques de la part de l'agence d'investissement des Nations Unies.

L'élevage constitue un secteur clé de l'économie du Burkina Faso. Il est pratiqué par plus de 80% de la population qui pratiquent principalement l'élevage de bovins, caprins, ovins et de volaille. La contribution de l'élevage à l'économie et au développement du Burkina Faso est estimée à 18% du PIB et à 26% des exportations en valeur. Ces statistiques économiques et commerciales font de l'élevage la troisième filière d'exportation après l'or et le coton.

Les acteurs directs des filières viande bétail et volaille ont cependant des besoins financiers spécifiques à satisfaire afin de gérer et de développer leur cheptel. Les besoins financiers sont révélés par les problèmes que les éleveurs rencontrent dans l'achat de la nourriture pour animaux (89,4%), l'accroissement du cheptel (76%), ainsi que l'achat d'équipements (63,9%), la location et l'achat du pâturage (39,5%).

II. Challenge-clé : les ressources limitées

La satisfaction de ces besoins financiers se heurte à un triste constat. En effet, la quasi-totalité des acteurs de l'élevage (94,7%) ont **recours essentiellement aux fonds propres pour financer leurs activités de production**. Le **recours à l'emprunt** ou aux initiatives/projets d'ONG **reste ainsi très marginal** (respectivement 14,8% et 11,8% des solutions). Et conséquence de la prépondérance du financement sur fonds propres, l'épargne personnelle représente, de loin, la principale source de financement des activités de production (82,1%).

Cela explique le challenge-clé que constitue **l'écart entre capacité de financement et besoins de financement**. Ainsi une large majorité d'éleveurs (78,3%) se plaignent de l'insuffisance des fonds pour financer les besoins liés à l'exploitation et au développement de leur activité. Et sans surprise, la plupart des acteurs de l'élevage (77,9%) reconnaissent avoir des difficultés à financer l'activité.

Ce constat est en outre renforcé par les problèmes liés aux règlements des acheteurs (retards de paiement, procédure de recouvrement) ; autant de facteurs qui **induisent des tensions de trésorerie** qui pénalisent les éleveurs.

III. Un accès difficile au financement

Le problème de l'accessibilité des crédits est donc réel et tient à plusieurs raisons au rang desquelles les **conditions imposées par les banques, les promesses non tenues par les institutions d'épargne et de crédit, le manque d'éducation financière des éleveurs, l'opacité de l'information sur les crédits**, etc.

Un membre de la Coopérative Lagmtaaba des éleveurs de bétail de Tenkodogo dans le Centre-Est déclare ainsi: *« Nous déposons les dossiers, mais sans gain de cause. Les institutions viennent auprès de nous et font des promesses mais rien de concret ».*

Un autre membre de la même coopérative renchérit: *« Nous avons un problème de garantie et nous roulons sur fonds propre ».*

Le problème de l'accès au financement atteint d'ailleurs des plafonds chez **les femmes et les jeunes**. Ainsi, 6% seulement des femmes ont accès au crédit bancaire, contre 14% des hommes. Ainsi, les focus groupes réalisés avec la plupart des associations d'acteurs directs nous font comprendre que l'accès des femmes et des jeunes au crédit est presque impossible.

Une femme de l'Association Pegdwende des Éleveuses de Volaille déclare ainsi: *« Les jeunes et les femmes ne bénéficient pas de financement souvent ils sont obligés d'adhérer à d'autre structures ».*

Des membres d'une association d'éleveuses de volaille au Burkina Faso



IV. La nécessité d'une ouverture de l'accès au financement pour les éleveurs

Sans accès à davantage de sources de financement, il sera difficile aux éleveurs de bien gérer leur exploitation au quotidien (alimentation du bétail, gestion des cas de maladies, etc.), mais également de faire face aux tensions de trésorerie liées aux décalages dans les règlements des acheteurs, ou même d'assurer la croissance de leur cheptel.

Et c'est à ce niveau que le rôle central de certains acteurs apparaît, notamment le Ministère des Ressources Animales et Halieutiques, le Ministère du Commerce, les partenaires bancaires et fournisseurs de services financiers.

Leur assistance pourrait prendre forme sur des aspects aussi variés que la **diffusion d'informations sur les crédits** (incluant le montage de dossiers de crédit), la **facilitation de l'éducation financière** (formation sur la gestion de la trésorerie ou le compte d'exploitation), **l'allègement de l'accès au crédit** par la réduction des contraintes (garanties, signatures), la mise à disposition aux éleveurs de **facilités de crédit** (taux préférentiels, échelonnement du remboursement), la **subvention du coût du risque** pour permettre aux fournisseurs de services bancaires et financiers de mieux accompagner les acteurs de la filière élevage (fonds de garantie), etc.

LEAVING NO ONE BEHIND IN THE DIGITAL ERA



The UNCDF strategy 'Leaving no one behind in the digital era' is based on over a decade of experience in digital financial inclusion in Africa, Asia and the Pacific. UNCDF leverages digital finance in support of the Sustainable Development Goals (SDGs) to achieve the vision of promoting digital economies that leave no one behind. The goal of UNCDF is to empower millions of people by 2024 to use services daily that leverage innovation and technology and contribute to the SDGs. To achieve this vision UNCDF uses a market development approach and continuously seeks to address underlying market dysfunctions that exclude people living in the last mile.

About the UN Capital Development Fund

The UN Capital Development Fund makes public and private finance work for the poor in the world's 46 least developed countries (LDCs). UNCDF offers "last mile" finance models that unlock public and private resources, especially at the domestic level, to reduce poverty and support local economic development.

UNCDF's financing models work through three channels: (1) inclusive digital economies, which connects individuals, households, and small businesses with financial eco-systems that catalyze participation in the local economy, and provide tools to climb out of poverty and manage financial lives; (2) local development finance, which capacitates localities through fiscal decentralization, innovative municipal finance, and structured project finance to drive local economic expansion and sustainable development; and (3) investment finance, which provides catalytic financial structuring, de-risking, and capital deployment to drive SDG impact and domestic resource mobilization.



digital.info@uncdf.org



www.uncdf.org



@UNCDF / @UNCDF digital



UNCDF