



LUXEMBOURG  
AID & DEVELOPMENT



Unlocking Public and Private  
Finance for the Poor

# REVUE

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

<b>LA PLACE DES FEMMES DANS LE COTON AU BURKINA FASO</b>	<b>3</b>
I. Contexte	3
II. Les femmes dans la culture de coton	3
III. Activités génératrices de revenus	4
IV. Gestion financière	6
V. Apport du digital	6
VI. Renforcement des liens sociaux culturels	7
<b>L'ACCÈS A L'INFORMATION, ATOUT POUR LA PRODUCTION DE COTON</b>	<b>8</b>
I. Informations disponibles pour les producteurs	8
II. Circuit des informations	8
III. Besoins et attentes des producteurs en matière d'informations agricoles	10
IV. Apport du digital	10
<b>LA PÉNÉTRATION DU MOBILE MONEY CHEZ LES ACTEURS DIRECTS DE LA FILIÈRE DE PRODUCTION DU COTON</b>	<b>12</b>
I. Contexte	12
II. Présentation de la problématique	12
III. Présentation des opportunités et défis du Mobile Money pour les acteurs directs de la filière	17
IV. Perspectives d'augmentation des revenus	18
V. Principales leçons et recommandations	18
VI. Conclusion	19
<b>ANALYSE DES FLUX FINANCIERS DANS LA FILIÈRE DE PRODUCTION DU COTON</b>	<b>21</b>
I. Contexte	21
II. Problématique	21
III. Présentation des défis	24
IV. Recommandations d'amélioration et digitalisation	25
V. Leçons apprises	27
VI. Conclusion	27
<b>LA DIGITALISATION DES PAIEMENTS, UNE OPPORTUNITÉ POUR L'ENSEMBLE DES ACTEURS DE LA FILIÈRE DE PRODUCTION DU COTON</b>	<b>28</b>
I. Contexte et justification	28
II. Défis et enjeux	28
III. Digitalisation des paiements	30
<b>LES DÉFIS DE L'ACCÈS AU FINANCEMENT DES PRODUCTEURS DE COTON</b>	<b>31</b>
I. Contexte et justification	31
II. Défis et enjeux	31
III. Numériser le financement, mythe ou réalité ?	33

# LA PLACE DES FEMMES DANS LE COTON AU BURKINA FASO

## I. Contexte

Le coton occupe une place stratégique dans l'économie de plusieurs pays d'Afrique de l'Ouest, en particulier pour le Burkina Faso. L'exportation de la fibre de coton représentait plus de la moitié des recettes d'exportation du pays jusqu'à la moitié des années 2000, faisant du coton le premier pourvoyeur de devises.

Au Burkina Faso, la place de la femme dans la culture du coton est indéniable. La filière fait vivre les ménages ruraux et implique différents acteurs et organisations (coopératives, groupements). La participation des femmes dans la production cotonnière et dans la production du coton biologique est connue mais mal quantifiée et on ne connaît pas leur impact sur la productivité et la viabilité économique des ménages.

Plus de 80% des femmes sont dans le secteur du coton biologique. Le coton biologique contrairement au coton Bt (un OGM, le *Bacillus thuringiensis* dont le gène codant la protéine insecticide a été extrait) est vendu plus cher, mais la charge de travail est plus forte et les rendements très faibles.

L'équipe UNCDF Burkina Faso a commandité une étude portant sur la cartographie de la chaîne de valeur du coton au Burkina Faso et l'identification des opportunités de digitalisation des paiements et des services non financiers dans ce secteur. L'étude couvre les régions d'interventions définies par UNCDF : le Centre-Ouest, le Centre-Sud et le Centre-Est.

## II. Les femmes dans la culture du coton

Les Sociétés Coopératives (SCOOP) et les Groupements de Producteurs de Coton (GPC) rencontrés dans le cadre de l'étude sont des membres majoritairement masculins. Pour rencontrer des productrices de coton, il faut cibler les SCOOP exclusivement féminines. Quand une femme est à la tête d'une exploitation, elle a tendance à amener plus d'équilibre entre les genres en employant plus de femmes. Néanmoins, les femmes ont tendance à être cantonnées aux tâches moins lourdes. « *Les jeunes hommes sont à la pesée, les femmes enlèvent le coton dans les champs, produisent le coton, aident à ramasser pour amener à la maison, et elles sont là pour servir l'eau à boire pendant la pesée du coton* », explique Sibidou KABORE, grande productrice de coton de Sapouy, dans le Centre-Ouest.



Productrice en train de ramasser le coton dans un champ

Les femmes sont plus présentes dans le tissage, activité artisanale et majoritairement exercée par des femmes. Les tisseuses sont regroupées au sein d'associations bien structurées. L'Association des Tisseuses Teega-Wende (ATTW) a regroupé plus de 600 membres actives à sa création, nombre réduit à ce jour à 347 dû à l'inactivité de certaines tisseuses à la suite des intempéries et pluies de septembre 2019. Un autre défi majeur est l'accès aux matières premières. « *Le fil est une denrée rare déjà à la base. Les femmes se battent pour en obtenir, ont perdu des grossesses, ont fait endurer à leurs bébés la queue sous le soleil. (...) Elles ont organisé des plaidoyers auprès du gouvernement et de la FILSAH, et la production a été augmentée* », confie Germaine Compaore qui dirige l'ATTW (Association des Tisseuses Teega-Wende) et est en même temps Présidente et Secrétaire Générale de la Fédération Nationale des Tisseuses du Burkina.

Les productrices de coton sont confrontées à plusieurs défis pour jouer pleinement leur rôle dans la filière coton, ces défis sont :

- L'accès au foncier,
- L'accès aux équipements de production,
- L'accès à la formation et à l'information,
- L'accès au financement pour jouer pleinement leur rôle dans la Filière

### III. Activités génératrices de revenus

Les cotoncultrices ont souvent plus d'une activité génératrice de revenus (AGR), outre la culture du coton. « *L'élevage de chèvre dont une dizaine de têtes et aussi une dizaine de poules. Comme activités génératrices de revenus, je fais la commercialisation du riz importé et de l'huile de consommation industrielle (...) La production du coton, et des céréales ; le petit commerce ; vente de chèvres et poulets* », Limata Compaore, du village de Sapouy, province de Ziro, Centre-Ouest, indique ses sources de revenus.

La culture des céréales est la principale activité génératrice du revenu autre que le coton. Sur 136 femmes interviewées produisant du coton, 6 seulement ne cultivent pas de la céréale. La production a un double objectif : une partie pour la consommation de la famille et l'autre partie est vendue.

Jeune productrice de  
coton dans la région  
Centre-Est



## IV. Gestion financière

Les productrices de coton rencontrées déclarent des revenus modestes. Les productrices qui arrivent à générer plus de revenus sont celles qui cumulent plusieurs cultures. C'est le cas de Limata Compaore, productrice de coton et chef de ménage, qui alloue 1 ha au coton conventionnel avec une production de 400 kg en 2017, 800 kg de coton en 2018, 700 kg en 2019, et 3 ha pour le sorgho, le maïs, le sésame et l'arachide. Elle gagne « *autour de 50 000 francs comme revenu net à chaque campagne et 150 000 francs pour les autres céréales* ».

Les femmes qui génèrent leurs propres revenus grâce à différentes cultures agricoles dont le coton, contribuent pleinement aux revenus du foyer, à l'instar de Sibidou KABORE, grande productrice de coton de Sapouy dans le Centre-Ouest, qui affirme qu'elle « *aide le chef de ménage à supporter certaines charges familiales comme l'achat de bœufs, la construction de maison, la scolarité ... Avec le revenu acquis, (elle) arrive à couvrir (les) dépenses pendant la saison ; aussi le revenu de l'arachide et du sésame contribue à améliorer la production du coton* ».

## V. Apport du digital

Les femmes rencontrent plusieurs problèmes qui pourraient être résolus par des solutions numériques.

Digitaliser l'épargne est un premier exemple. L'argent est mis de côté en fonction de la capacité du ménage qui fluctue en fonction des saisons et des circonstances. L'épargne est souvent gardée à la maison avec le risque de vol ou de perte que cela comporte, ou la tentation de la dépenser. Pour atténuer tous ces risques, en l'absence de solutions numériques, les producteurs et souvent les femmes réinvestissent dans le petit commerce. Limata Compaore nous explique que « *il n'y a pas une part fixe d'épargne, mais c'est en fonction du gain et des dépenses ; sur 100 000 francs, on peut épargner 50 000 frs quelque part dans (sa) maison pour éviter de la confier à quelqu'un pour éviter les risques de perte. Souvent l'épargne au lieu de la déposer, on l'utilise pour faire le petit commerce de riz. Pour éviter que l'argent soit dilapidé, (...) on achète du néré pour conserver et le revendre après pour résoudre un problème au besoin* ». Ce type de démarche est appelé « spéculation » qui leur permet de patienter avant d'encaisser les recettes du coton : « *On fait d'autres spéculations pendant l'hivernage, et on utilise des intrants pour améliorer le rendement. Après les récoltes, on peut se servir des produits de ses spéculations en attendant que le revenu du coton nous parvienne* », poursuit-elle.

Le digital apparaît comme une solution pouvant permettre aux productrices de coton de se prémunir du vol ou de la perte de leur argent, du gaspillage dans des dépenses superflues grâce à un porte-monnaie électronique qui leur permettrait d'épargner en sécurité.

Un autre exemple concerne les retards de paiement issus de la vente du coton. Les femmes sont les producteurs qui subissent et souffrent le plus du retard de paiement du coton car elles doivent gérer le budget en épaulant le chef de ménage afin de supporter certaines charges familiales comme l'achat de bœufs, l'achat des condiments, la construction de maison, la scolarité des enfants. Elles n'ont donc qu'un souhait, que le paiement se fasse au plus vite. « *L'argent du coton tarde à venir... On souhaite que le paiement se fasse tout au plus un mois après la vente* », dit Limata Compaore. « *... (le) coton est stocké en attente des transporteurs envoyés par la société cotonnière, quelques mois plus tard la société appelle pour le chèque de règlement, le paiement est en retard* », déplore Fati Sana, jeune productrice de coton du Centre-Est, dans le village de Basbedo.

Les paiements via le digital seront d'une grande aide pour les femmes productrices de coton, qui sont très sollicitées dans les charges familiales. « *Une fois, on a dû marcher 10 km avec notre paiement parce qu'il n'y avait pas de car pour rentrer* », se plaignent les membres du Groupement de producteurs de coton (GPC) Tiabirou de Sapouy, dans le Centre-Ouest. Les paiements des revenus issus du coton dans le compte mobile money des cotoncultrices permettent de pouvoir retirer l'argent au niveau du point mobile money du village et ainsi de pouvoir minimiser les risques de vol et les attaques pendant le trajet.

Un meilleur accès à l'information est le dernier exemple extrait de cette étude. Les flux d'informations sont majoritairement sortants dans la chaîne de valeur du coton, tandis que les informations entrantes provenant des producteurs sont faibles et peu structurées en raison de la structure organisationnelle des producteurs. Par ailleurs, au sein des acteurs directs de la filière, l'information circule du bureau de la SCOOP ou du GPC vers les producteurs, dans le cadre d'assemblées générales animées par les conseils d'administration.

Bien que le flux de services non-financiers et d'informations descende des services émetteurs vers les acteurs directs de la chaîne de valeur, les producteurs souffrent du retard d'informations. La digitalisation de la communication par le biais de téléphones mobiles (incluant les smartphones) est considérée comme un moyen de pallier les déficits de communication en favorisant l'information directe, d'accéder plus facilement aux conseils et assistances agricoles, et enfin d'accéder aux informations, y compris celles sur la pluviométrie, les prix ou les subventions, à un coût avantageux.

#### **IV. Renforcement des liens sociaux culturels**

Dans le village de Guiba, dans la région du Centre-Sud, à environ 90 km de Ouagadougou, les femmes sont réunies au sein d'un groupement, elles cultivent leur propre champ de coton. La culture du coton crée ce besoin de travailler en groupe et de s'entraider, ainsi nous avons des coopératives exclusivement féminines dans les différentes régions de culture de coton. Contrairement à la situation il y a une vingtaine d'années, les hommes acceptent aujourd'hui d'attribuer des portions de terre aux femmes pour la culture du coton. « *nous les femmes, on s'entraide dans les champs dans la soirée* », dit une cotoncultrice de la SCOOP de Goulgoutin, village de Dagamtenga, province du Kouritenga, dans la région du Centre-Est.

L'impact des femmes dans la culture du coton au Burkina Faso est non négligeable malgré les contraintes comme le changement climatique, le difficile accès aux ressources naturelles (terres, eau) et aux équipements. Afin d'accroître la production du coton et améliorer les conditions de vie des femmes, la digitalisation permettrait de faciliter et accélérer l'impact de services financiers et non financiers dans la chaîne de valeur du coton pour les femmes.

Productrices de coton du GPC SOUGR NOOMA de la commune de Basbedo, Centre-Est



# L'ACCÈS À L'INFORMATION, ATOUT POUR LA PRODUCTION DE COTON

La filière cotonnière burkinabè, qui est essentielle pour ce pays largement sahélien, subit une réforme de grande ampleur. Dans la filière de production du coton, les services non-financiers sont les informations propres à la filière telles que les données relatives aux prix du coton, les données météorologiques et les données relatives à des événements (marchés, formations).

Amarante Consulting, mandaté par l'équipe UNCDF au Burkina Faso, a mené une étude portant sur la cartographie de la chaîne de valeur du coton au Burkina Faso et l'identification des opportunités de digitalisation des paiements et des services non financiers dans cette filière. Les régions de la recherche préalablement définies par UNCDF sont : le Centre-Ouest, le Centre-Sud et le Centre-Est, régions dans lesquelles les acteurs directs de la chaîne de valeur du coton ont été interviewés.

## I. Informations disponibles pour les producteurs

La quasi-totalité (95%) des producteurs de coton rencontrés lors de l'étude fin 2020 estiment qu'ils ont accès à des informations. Et 91% des producteurs de coton estiment qu'elles leur sont utiles et contribuent à améliorer leurs activités. « *Elles nous permettent de savoir comment combattre les insectes qui détruisent les plants de coton, maïs, soja, et d'augmenter le rendement* », affirme un producteur de la société coopérative (SCOOP) KALIBIE, dans le village de Kayerobo de la commune de Léo (Centre-Ouest).

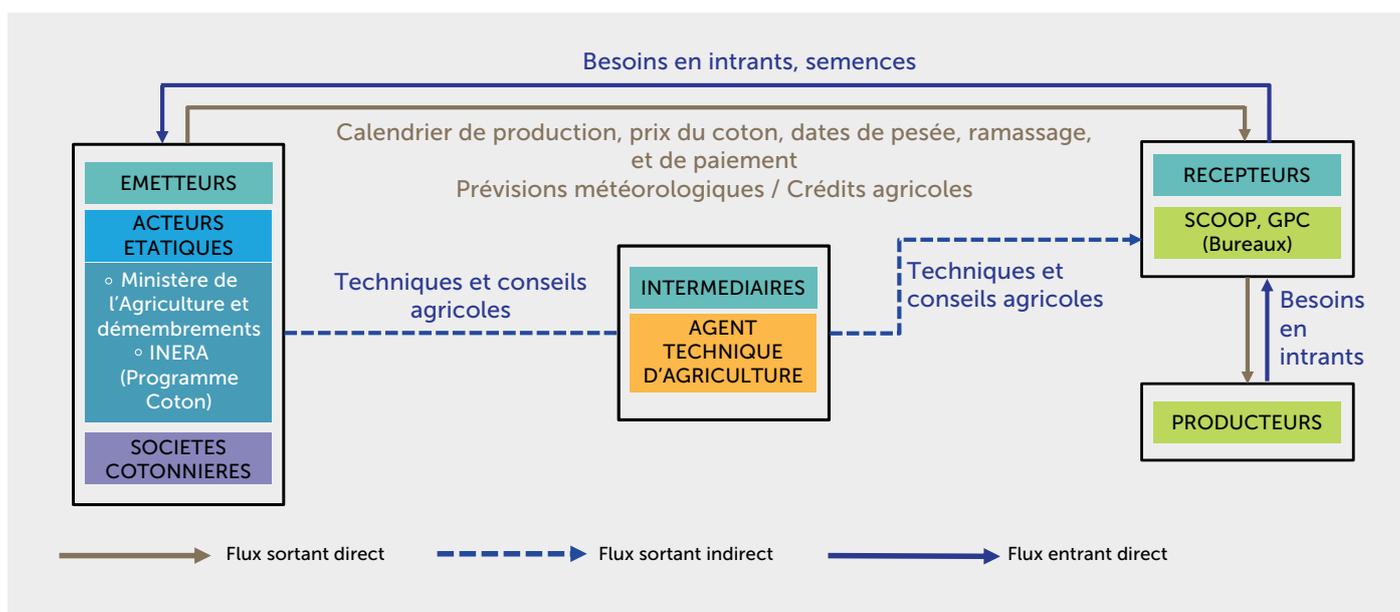
Les informations reçues concernent **les intrants et les équipements** des répondants), **les actualités de la filière** (65% des répondants), telles que la maîtrise du calendrier de production, les dates précises de pesées, de ramassage et de paiements, l'apparition de parasites saisonniers, les techniques antiparasitaires, ou encore **les techniques agricoles** (56% des répondants) : semis, pulvérisation, conseils d'utilisation des engrais.

A l'inverse, les producteurs ont moins accès aux informations liées aux crédits agricoles, aux prix et à la météo, pourtant cruciales pour la filière.

## II. Circuit des informations

Les informations proviennent essentiellement des médias classiques (radio et télévision), du bouche-à-oreille et des sociétés cotonnières.

Schéma du circuit des informations



En raison de l'analphabétisme qui prévaut parmi les producteurs de coton, les supports écrits (journaux, panneaux d'affichage) représentent rarement des sources d'information.

Les discussions avec les membres de SCOOP et de Groupements de Producteurs de Coton (GPC) permettent de mieux comprendre la place de la radio comme une source d'information plébiscitée notamment par les femmes. Près de la moitié des producteurs rencontrés ont désigné **l'agent technique d'agriculture** comme un important relais d'informations. Il est parfois appelé **cob naba** (*chef de zone, en langue Mooré*) par les producteurs. Il les informe par exemple des superficies réelles de leurs champs pour mieux dimensionner les intrants et améliorer le rendement.

« *L'agent technique informe le bureau, et le bureau réunit les membres de la SCOOP pour informer. Souvent il y a des absents aux rencontres d'information, il faut encore les rechercher ou même les appeler au téléphone pour informer* », propos recueillis lors du focus groupe discussion (FGD) auprès de la SCOOP Goulgoutin dans la commune de Dialgaye, dans le Centre-Est.

Force est de constater que l'information se transmet essentiellement par la parole dans la filière du coton. D'autres producteurs ont mentionné les « crieurs publics », les lieux de cultes (mosquées, églises), les marchés, et les forums des cotonculteurs comme informateur ou lieu d'information. Le mode d'information est à dominante verbale !



Regroupement pour sensibiliser les producteurs dans la zone cotonnière Ouest

### III. Besoins et attentes des producteurs en matière d'informations agricoles

Les attentes des producteurs en matière d'informations agricoles sont diverses :

- **Communication en présentiel** : en raison de leur faible niveau d'éducation, les producteurs ont besoin de communiquer en face-à-face avec leur interlocuteur. Or, le déplacement est synonyme de dépenses.
- **Flux continu d'informations** : l'union provinciale des producteurs de coton gère les données statistiques agricoles (production, intrants, équipements, pluviométrie, maladies etc.), cependant elle n'a pas de budget dédié à la communication (appels téléphoniques, messagerie électronique) ni de budget dédié aux déplacements pour rencontrer les producteurs. Pendant l'hivernage, l'information n'atteint pas tous les membres. « *Il est difficile de diffuser les informations pendant la saison pluvieuse car tous les membres ne disposent pas de téléphone et d'autres dorment aux champs* », propos recueillis lors du FGD auprès de la SCOOP WEZAN DIBAM, dans le Centre-Sud. Cela entraîne de fait un retard de diffusion des conseils sur les techniques de production et du prix du coton, connu après seulement le début de la campagne.
- **Informations météorologiques** : les producteurs ont besoin des informations météorologiques pour se préparer afin de prendre des dispositions conséquentes pour faire face aux intempéries éventuellement.

### IV. Apport du digital

Au regard des différents besoins d'informations des producteurs de coton, la digitalisation apparaît comme une solution à mettre en œuvre afin de toucher un plus grand nombre de producteurs. La digitalisation pourrait se faire par le **développement d'une plateforme** accessible via la technologie USSD<sup>1</sup>, très facile à utiliser avec un simple téléphone. Elle est aussi adaptée aux problèmes récurrents de connectivité en milieu rural.

La plateforme peut comprendre différentes offres de services pour informer par exemple les producteurs en temps réel de la pluviométrie avant, pendant et après la semence, voire jusqu'après la récolte, via un message téléphonique (SMS). Le service pourrait aussi intégrer des SMS pour alerter immédiatement les producteurs en cas de phénomènes climatiques extraordinaires tels qu'une pluie diluvienne, une sécheresse extrême ponctuelle. Enfin, un dernier exemple pourrait être des SMS sur les prix des produits et services qui intéressent les producteurs.

---

Une autre option serait l'**adoption** d'une solution existante dédiée à l'information météorologique et climatique en temps réel des producteurs. MLOUMA, une start-up sénégalaise, propose toute une gamme de services incluant l'information météorologique avec la solution [Météo Mbay](#). Les autres fonctionnalités permettent la vente de produits sur une place de marché ([Louma Mbay](#)), le partage, la discussion et l'échanges d'informations ([Xamsa Mbay](#)), à destination des acteurs du monde agricole allant des producteurs, fournisseurs d'intrants, partenaires financiers, vendeurs, jusqu'aux consommateurs.

Le projet de digitalisation des informations permettra d'accroître les revenus des producteurs de coton, en renforçant leur résilience tout en améliorant l'efficacité et l'efficacé de la chaîne de valeur. Avec ces services les producteurs peuvent mieux anticiper et prendre des décisions avec des informations en temps réel sur les conditions météorologiques, afin d'éviter de perdre des revenus en raison de dégâts sur la production et la récolte.

De jour en jour, l'accès à l'information a acquis une plus grande valeur dans la prise de décision des agriculteurs, des sociétés cotonnières, du secteur public, et naturellement, pour toute la chaîne de valeur du coton. C'est pourquoi on attend une information disponible, actualisée, en temps réel, qui soit en outre, opportune, fiable et exacte. Il est donc important que l'information soit accessible via tous les canaux possibles dont le digital.

# LA PÉNÉTRATION DU MOBILE MONEY CHEZ LES ACTEURS DIRECTS DE LA FILIÈRE DE PRODUCTION DU COTON

## I. Contexte

L'économie du Burkina Faso, qui repose sur l'agriculture, reste dominée par une production de subsistance et marquée par la faible productivité des cultures et de l'élevage. Bien qu'en progression, la diversification reste limitée, tandis que le développement des filières agropastorales souffre du manque d'entreprises dans le secteur privé formel.

Toujours prédominantes, les exportations de coton représentent environ 60 % du total des exportations agricoles. Le coton occupe une place stratégique dans l'économie de plusieurs pays d'Afrique de l'Ouest, en particulier pour le Burkina Faso dont le coton a longtemps été le premier pourvoyeur de devises avec l'exportation de la fibre de coton qui représentait plus de la moitié des recettes d'exportation du pays jusqu'à la moitié des années 2000. La filière fait vivre les ménages ruraux et implique différents acteurs et organisations (coopératives, groupements). Mais elle est aussi menacée, entre autres, par le dérèglement climatique, l'insécurité grandissante dans la sous-région, le manque de soutien approprié pour permettre aux opérateurs d'accéder aux services indispensables pour leur activité de producteurs de coton. Ce sont autant de facteurs qui entravent un développement économique pérenne et la résilience des acteurs.

## II. Présentation de la problématique

L'accès à un compte bancaire reste difficile pour l'essentiel de la population au Burkina Faso d'où un faible taux d'inclusion financière dans le monde rural. Les causes de ce faible niveau d'inclusion financière sont multiples : conditions d'ouverture de compte, frais élevés et non présence des agences dans les zones reculées contribuent à limiter le taux de bancarisation dans le milieu rural. Dans le milieu rural plus principalement dans le domaine de la filière coton, le cash reste donc toujours le mode de paiement dominant au Burkina Faso, pays essentiellement agricole avec plus de 80% de la population rurale vivant de l'agriculture. Le secteur bancaire reste déficient et sa contribution au développement de l'économie demeure de ce fait modeste et ce, nonobstant les récentes améliorations. La couverture des banques reste faible contrairement aux opérateurs de téléphonie mobile. Le nombre de producteurs de coton non bancarisés quant à lui reste important, pour un pays qui est encore en dessous de ses objectifs en matière de bancarisation. Ce qui nous interpelle à envisager le Mobile Money afin que ce service aide à l'atteinte de l'objectif de vulgariser l'offre de services financiers et non financiers adaptés aux besoins des acteurs.

En effet, des études ont montré que le Mobile Money est un facteur clé de l'inclusion financière dans le monde, notamment en Afrique de l'Ouest dont le Burkina Faso. En 2019<sup>1</sup>, le nombre de comptes de monnaie électronique dans l'UEMOA est ressorti à 77 millions contre 63 millions en 2018 (+22%). La Côte d'Ivoire détenait 39% des comptes de monnaie électronique ouverts dans l'Union, suivie du Burkina avec 15%. Au Burkina, près

<sup>1</sup> Source : [Rapport annuel sur les services financiers numériques dans l'UEMOA, 2019](#)

de 12 millions de comptes de monnaie électronique ont été ouverts à fin décembre 2019, avec 7,3 millions de comptes déclarés actifs. Il en résulte un taux d'activité de 62,5%, le plus élevé de l'UEMOA. Non seulement le nombre de comptes mobile money ne cesse d'augmenter, mais il y va de même pour la valeur des transactions (plus de 770 millions de transactions enregistrées, évaluées à 5 545 milliards de francs CFA sur la période sous revue). Au niveau de la distribution, le Burkina compte, à fin 2019, 91 677 points de services, avec un taux d'activité de 80%. Le téléphone mobile est, par ailleurs, devenu un outil indispensable de la vie quotidienne des burkinabè. En plus de maîtriser la technologie mobile, les fournisseurs de solutions Mobile Money maîtrisent également les plateformes techniques qui permettent de convertir le cash en monnaie électronique traçable, sécurisée et contrôlée.

Le mobile money agit en faveur de l'inclusion financière et sociale des personnes les plus fragiles et les moins privilégiées, comme les populations rurales ou les femmes. On estime que 70% des personnes vivent en dehors des zones urbaines au Burkina Faso selon les données de la Banque Mondiale, où l'absence d'infrastructures bancaires fait du mobile money la meilleure alternative au cash et à la gestion financière informelle.

Notre étude propose une réflexion sur la question de services financiers (paie des récoltes, épargne, gestion des revenus, etc.) des producteurs de coton via le mobile money. Elle vise son instauration dans la filière coton plus particulièrement au profit des acteurs directs de la chaîne de valeur du coton rencontrés dans les régions ciblées que sont le Centre-Ouest, le Centre-Sud et le Centre-Est.

Plus précisément, les provinces et communes où les données ont été collectées sont indiquées dans le graphique ci-après :



Cartographie des zones de la recherche

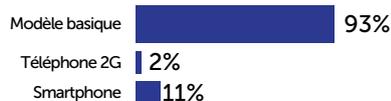
- 📍 Province du Kadiogo / ville de Ouagadougou (Région Centre)
- 📍 Province du Houet / ville de Bobo-Dioulasso (Région Hauts-Bassins)
- 📍 Province : Sanguié, Ziro, Sissili / communes de Dassa, Réo, Sapouy, Léo (Région Centre-Ouest)
- 📍 Provinces : Zoundweogo, Bazega, Nahouri / communes de Gogo, Manga, Sapone, Toece, Guirao (Région Centre-Sud)
- 📍 Provinces : Boulgou, Kouritenga, communes de Bagré, Tenkodogo, Bané, Dialgaye (Région Centre-Est)

L'étude s'avère primordiale pour réaliser un état des lieux documenté de la chaîne de valeur de la filière du coton et identification des opportunités de numérisation des paiements et des services non financiers. Il a donc été nécessaire de mesurer la pénétration du numérique dont le Mobile Money au niveau des acteurs directs.

### 1. Maturité numérique des producteurs de coton

La grande majorité (93%) des acteurs directs de la chaîne de valeur du coton rencontrés ont des modèles de téléphones basiques, très peu d'entre eux possèdent un smartphone.

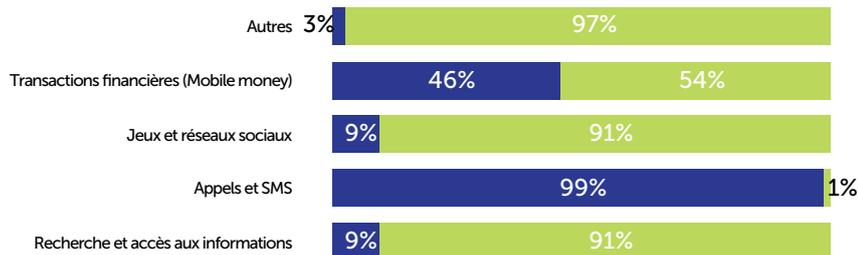
Modèles de téléphone utilisés



Ils utilisent le téléphone mobile principalement pour passer des appels ou envoyer et recevoir des SMS, mais près de la moitié l'utilisent aussi pour effectuer des transactions de Mobile Money. En revanche, il permet peu de s'informer et le faible taux de possession de smartphone l'explique probablement, la non-connectivité ne favorise pas l'accès à l'information.

Type d'usage du téléphone mobile

- Oui
- Non



L'analphabétisme qui concerne plus de la moitié (56%) des producteurs rencontrés est également une entrave à leur maturité numérique et à l'aisance avec la technologie.

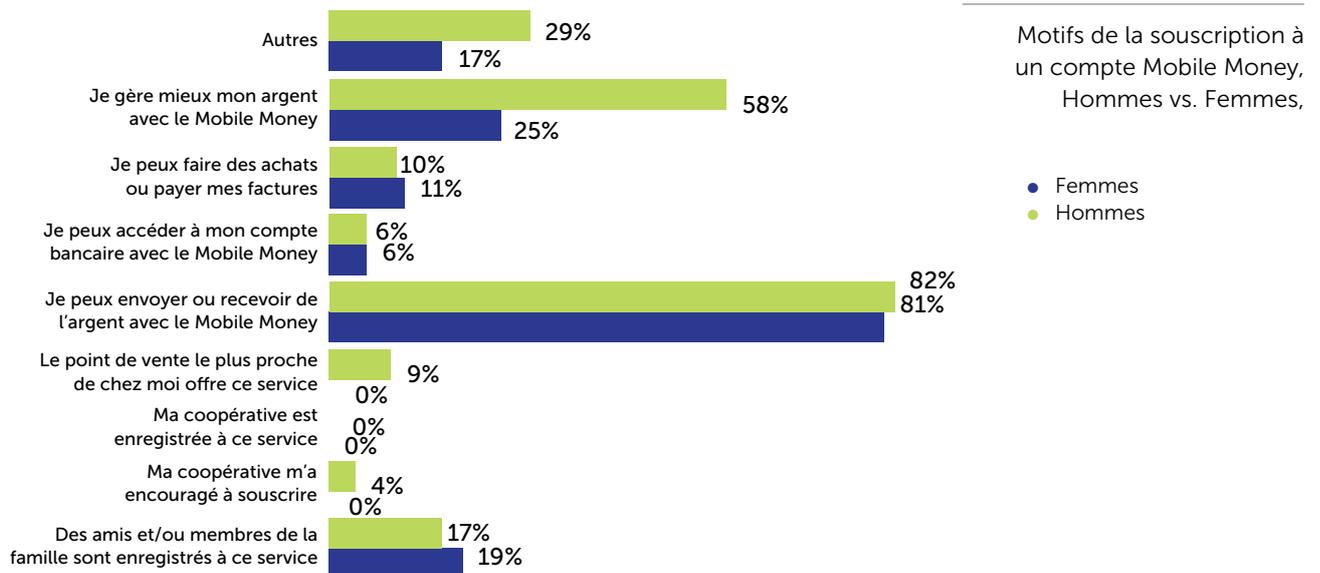
### 2. Accès et utilisation des services financiers numériques – Résultats clés de l'étude

La majorité des producteurs de coton rencontrés a accès aux services financiers numériques : **57%** des répondants déclarent posséder un compte de Mobile Money dont 92% des comptes Orange Money contre 8% de comptes Mobicash, ce qui reflète la force du premier fournisseur de services financiers numériques et sa part de marché majoritaire au Burkina. Leur souscription au service est très largement motivée par la commodité offerte pour envoyer et recevoir de l'argent, raison indiquée par plus de 80% des personnes interrogées et par une meilleure gestion financière, motif indiqué par 52%.

En effet, les discussions avec les sociétés coopératives (SCOOPS) et groupements de producteurs de coton (GPC) dans les 3 régions de recherche ont permis de connaître les avantages du Mobile Money appréciés par les producteurs :

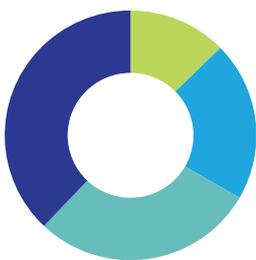
- La disponibilité du service à tout moment ;
- Une plus grande facilité d'utilisation
- Plus de confidentialité
- Le gain de temps
- La possibilité de « gérer » son argent et de le garder en lieu sûr.

Les hommes déclarent mieux gérer leur argent avec le Mobile Money que les femmes (58% vs. 25% respectivement) comme le montre le graphique ci-après.



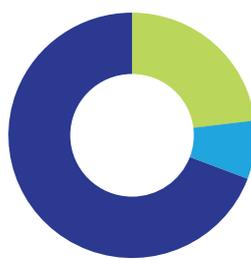
Pourtant, les productrices ont une plus grande propension à épargner plus de 1 mois sur le compte de mobile money que les producteurs. « *Orange Money me sert de caisse de dépôt en l'absence d'institution de microfinance ou de banque* », disent les productrices de la SCOOP Wezan Dibam, dans la commune de Guiaro, dans le Centre-Sud.

Durée de conservation de l'argent dans le compte de mobile money pour les hommes



- Plus de 1 mois 38%
- 1 mois 29%
- Pas longtemps, je dépense tout immédiatement 12%
- 1 semaine 21%

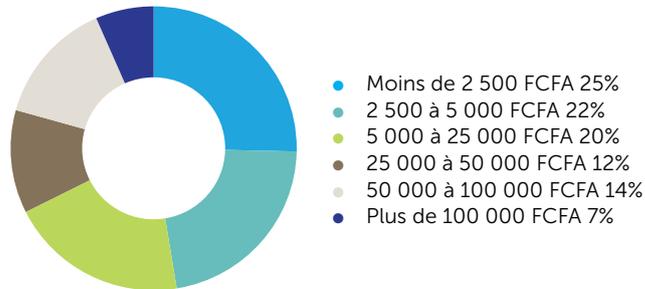
Durée de conservation de l'argent dans le compte de mobile money pour les femmes



- Plus de 1 mois 69%
- Pas longtemps, je dépense tout immédiatement 23%
- 1 semaine 0%

Le **solde moyen** du compte de Mobile Money des producteurs de coton est de **29 060 FCFA**. Ce qui correspond à un peu plus de 60% des revenus dont dispose en moyenne un producteur par mois qui est de **46 295 FCFA**.

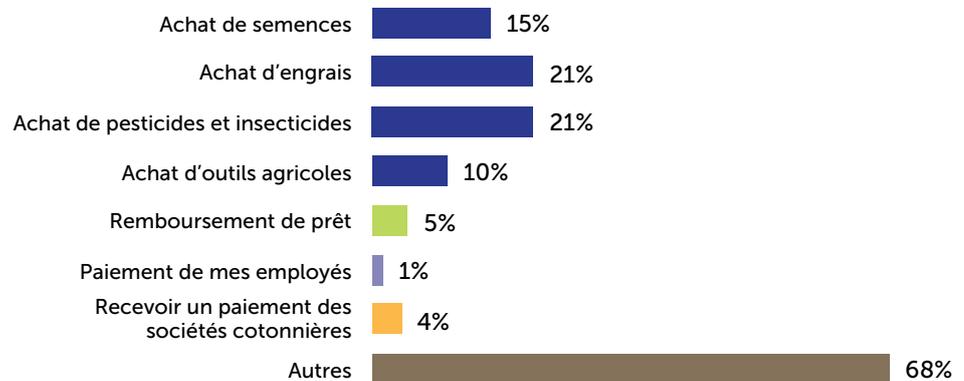
Soldes des comptes de Mobile Money



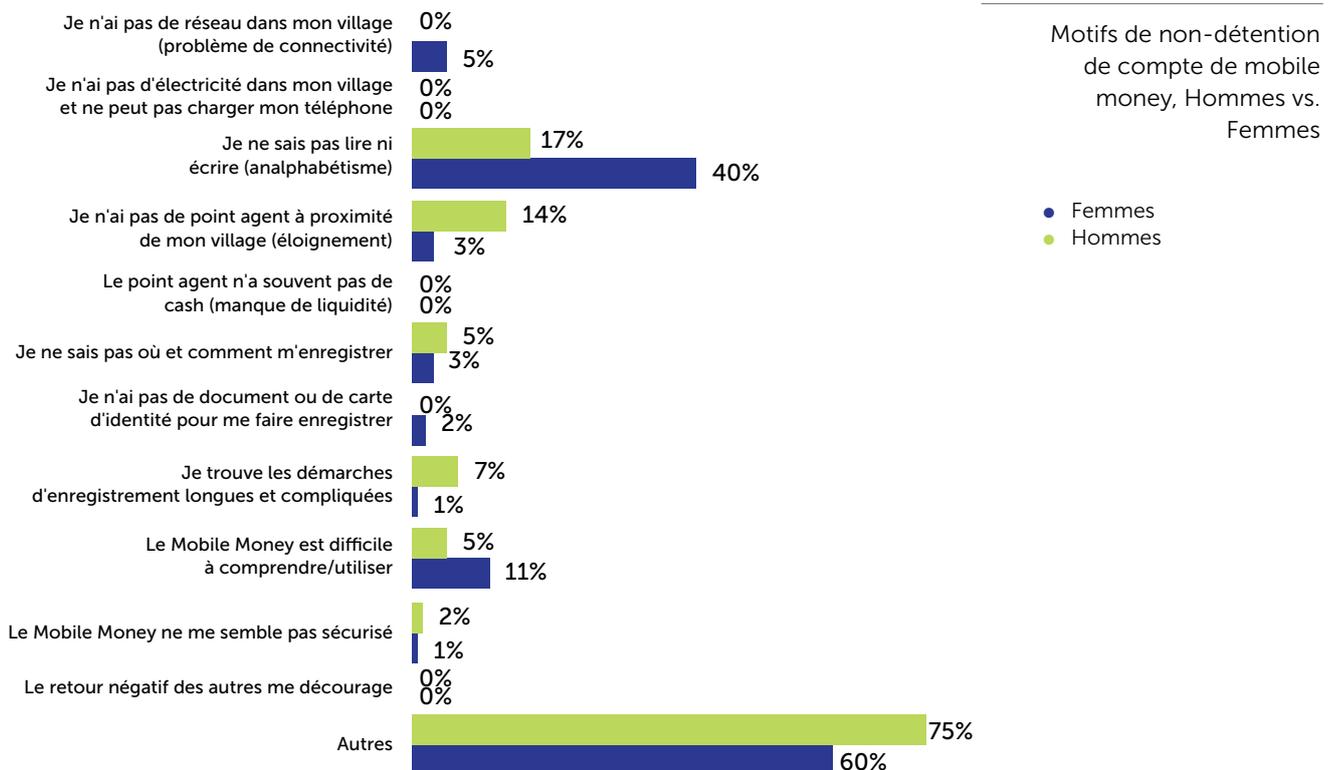
Les producteurs de coton effectuent des transactions Mobile Money personnelles et liées à leurs propres activités, au dépannage familial et à « gérer leurs fonds » qu'aux transactions liées au coton. En réalité, comme le montre le graphique ci-après :

- ils sont très peu à utiliser le Mobile Money pour rembourser leurs prêts, payer leurs employés (le cash est privilégié), ou se faire payer par les sociétés cotonnières ;
- il arrive, toutefois, que l'achat d'intrants (semences, engrais, pesticides, insecticides) et d'équipements soit réglé par le Mobile Money
- les transactions personnelles et familiales sont classées dans les « autres » usages.

Usages du Mobile Money par les producteurs de coton



Ceux qui n'ont pas de compte de Mobile Money (43% des cotonculteurs interrogés) mettent en avant l'analphabétisme et une difficulté générale de compréhension et d'utilisation comme premiers motifs de non-adoption du service. L'analphabétisme pèse plus chez les femmes que chez les hommes :



### III. Présentation des opportunités et défis du Mobile Money pour les acteurs directs de la filière

Le Mobile Money étant un service de portefeuille mobile qui permet à ses utilisateurs d'épargner, envoyer et recevoir de l'argent sur leur téléphone portable. Il permet aussi d'effectuer des paiements de masse donc une aubaine pour les paiements de masse des producteurs de coton.

Les paiements effectués avec le Mobile Money sont sécurisés et simples et représentent de ce fait une alternative populaire et accessibles aux comptes bancaires. Le Mobile Money est disponible sur les Smartphones et aussi sur les téléphones basiques d'où un réel avantage comparé aux applications nécessitant un Smartphone et un niveau alphabétique.

En effet, les acteurs directs de coton disposent d'un faible accès au système bancaire formel. De plus, leurs revenus essentiellement saisonniers constituent un enjeu de bonne gestion pour en épargner une partie, en vue d'assurer leur subsistance et la satisfaction de leurs besoins primaires tout en investissant dans leurs exploitations agricoles.

D'autre part, pour les sociétés cotonnières, qui rachètent les récoltes aux agriculteurs et coopératives, le coût du paiement en espèces constitue un véritable défi à cause des risques énormes de vol, du prix élevé des convoyages de fonds, du coût des ressources humaines impliquées, etc. ajouté au manque de traçabilité des paiements en cash.

Pour les fournisseurs de services financiers numériques (Mobile Money), ceci est une opportunité d'adresser le monde rural surtout aux acteurs directs de coton afin d'offrir des comptes Mobile Money et les services connexes aux agriculteurs et proposer par la même occasion, sa plateforme de paiement de masse aux exportateurs.

Une opportunité où toutes les parties prenantes seraient gagnantes que ce soient les producteurs de coton, les sociétés cotonnières et les opérateurs de téléphonie mobile.

#### **IV. Perspectives d'augmentation des revenus**

En ce qui concerne la gestion et la nature des revenus, les femmes ont une meilleure visibilité notamment les dépenses liées à la santé et aux imprévus. Limata COMPAORE de Sapouy indique que l'alimentation et les intrants sont des postes de dépenses régulières et donne aussi une idée des montants alloués, incluant les imprévus liés aux événements familiaux : « *C'est pour l'alimentation ; pendant l'hivernage c'est pour l'achat des intrants ; il y a la gestion des problèmes de santé ; par exemple, dans la semaine, on peut faire des dépenses à hauteur de 5 000 francs... Les questions de santé, les cas sociaux estimés à 100 000 francs (décès, mariages, baptêmes), la scolarité des enfants dont 95 000 francs, l'entretien des vélos* ».

Pour couvrir à la fois les dépenses régulières et les imprévus, elle « *achète les chèbres pour les conserver et au besoin et les revend pour assumer les charges des enfants ; face aux imprévus, (elle) peut s'endetter en fonction de (sa) capacité de remboursement* ».

La culture du coton est cyclique. Pour faire face au problème de trésorerie, les producteurs de coton pourraient épargner avec leurs comptes Mobile Money, souscrire à un produit d'épargne bloquée auprès d'un fournisseur de solutions Mobile Money. L'argent est débloqué tous les mois sur son compte de Mobile Money, ce qui lui permet de mieux gérer sa trésorerie. Une partie des revenus de ces producteurs de coton peut être aussi épargnée sur un autre compte Mobile Money dédié jusqu'à la prochaine campagne agricole. Ainsi, ils pourront mieux faire face et avoir des chances d'augmenter leurs revenus.

Les producteurs de coton peuvent aussi souscrire à des prêts grâce à un partenariat fournisseur de Mobile Money avec une/des institution(s) financière(s), ainsi ils pourront acquérir une nouvelle parcelle ou acheter plus d'intrants pour la culture de coton. Donc, un partenariat entre les producteurs de coton et un fournisseur de solutions Mobile Money ou une institution financière peut amener les producteurs à produire davantage et à accroître leurs revenus.

#### **V. Principales leçons et recommandations**

Les enseignements précieux tirés de la recherche amènent à formuler les recommandations ci-après pour booster la pénétration du Mobile Money dans la chaîne de valeur du coton, notamment chez les producteurs :

- Sensibiliser les producteurs de coton pour qu'ils comprennent le service de Mobile Money et son intérêt, et les former à l'utilisation du téléphone, aux fonctionnalités et opérations possibles, aux risques de fraude et d'arnaque sont les premières clés d'une large adoption. Il faut cibler plus particulièrement les femmes dans cet accompagnement car elles souffrent plus que les hommes de l'analphabétisme, du manque d'aisance avec le téléphone mobile, de l'oubli du code secret – autant de préoccupations que les hommes semblent moins avoir : « *Même si tu ne sais pas lire, un enfant dans ta cour peut lire pour toi* », producteur du GPC TIAGAHO YARC de Sapouy (Centre-Ouest).
- Accompagner Mobicash et Orange Money pour qu'ils renforcent leur stratégie de distribution des services de Mobile Money notamment dans les zones rurales productrices de coton. Un maillage insuffisant du territoire en points de vente et un manque de liquidité de ces points sont autant de barrières à l'usage à la fois pour les producteurs de coton que pour les organisations faitières de la filière. « *Mon compte était bloqué pendant 3 mois, j'étais obligé d'aller à Manga pour le débloquer* », producteur du village de Tiougou dans la province de Zoundweogo, SCOOP BAYAGA (Centre-Sud).
- Adapter les caractéristiques des services digitaux aux moyens et possibilités des acteurs directs de la filière de production de coton, notamment un ajustement des frais de transaction Mobile Money, pourrait booster leur usage. Les commissions sont jugées élevées par un bon nombre de producteurs de coton et ont un

impact direct sur leurs recettes de campagne, elles « *faussent le calcul et diminuent les revenus* ». Ainsi, dans l'activité de tissage, certains clients aimeraient régler leurs achats via un transfert Orange Money, mais les frais liés posent un problème et les en dissuadent... au profit du règlement par cash. Les fournisseurs de solutions Mobile Money pourraient, par exemple comme au Sénégal, proposer deux options : une prise en charge des frais par l'expéditeur ou le payeur, ou une prise en charge par le bénéficiaire.

- Encourager les fournisseurs de Mobile Money à offrir des produits autres que le retrait et le dépôt peut promouvoir de manière significative la digitalisation des services financiers. Une offre de crédit adaptée aux spécificités de la filière pourrait convaincre les producteurs de coton à utiliser des services plus formels. Ils sont, en effet, nombreux à douter de la compatibilité des transactions liées au coton avec le Mobile Money : « *Les transactions Orange Money ne permettent pas de gérer les crédits au sein de la SCOOP* », producteur de la SCOOP BOREMTENGA (Centre-Sud).

## VI. Conclusion

Au terme de cette étude, il apparaît que le service Mobile Money a toutes les chances d'être intégré dans la chaîne de valeur de la filière du coton au Burkina Faso. Il pourrait contribuer à l'amélioration du bien-être des ménages et de l'augmentation des revenus des acteurs directs de la filière coton. Il est aussi important d'impliquer les fournisseurs de solutions Mobile Money afin que ces derniers proposent des produits adaptés aux attentes des producteurs de coton.

Le Mobile Money a tous les atouts pour être adopté par de nombreux acteurs directs du coton en dépit du problème de l'analphabétisme. Le Mobile Money fonctionne avec l'USSD, alors que 99% des téléphones sont compatibles, c'est le moyen idéal afin de toucher un marché de masse dans le milieu rural où la connexion internet n'est pas évidente.

Les services Mobile Money aident à réduire les risques en offrant une manière simple et sécurisée d'épargner, envoyer et recevoir de l'argent. Avec le Mobile Money, il y a une trace numérique dans les paiements et il est donc plus facile de suivre le mouvement d'argent pour moins de corruption et de vol.

En conclusion, le Mobile Money serait mieux utilisé par les acteurs directs de la filière coton pour leurs paiements et autres si l'offre des produits des fournisseurs de Mobile Money est adaptée aux besoins de ces acteurs.

# ANALYSE DES FLUX FINANCIERS DANS LA FILIÈRE DE PRODUCTION DU COTON

## I. Contexte

L'économie du Burkina Faso, qui repose sur l'agriculture, dont le coton cultivé depuis 1920 dans ce qui était alors la colonie de Haute-Volta. En 2005, la culture du coton constituait encore le premier produit d'exportation générant près de 60% des recettes en devises du Burkina. Il est encore la principale source de revenu monétaire du monde rural. La production du coton est une activité stratégique pour le développement économique du pays, elle joue un rôle déterminant dans la lutte contre la pauvreté. Le coton occupe la 2e place en matière d'exportation du pays soit 62% des exportations agricoles et 17% de la production en valeur (FAO, 2012).

La filière fait vivre les ménages ruraux et implique différents acteurs et organisations (coopératives, groupements). Mais elle est aussi menacée, entre autres, par le dérèglement climatique, l'insécurité grandissante dans la sous-région, le manque de soutien approprié pour permettre aux opérateurs dans la production de coton d'accéder aux services indispensables pour leurs activités. Ce sont autant de facteurs qui entravent un développement économique pérenne et la résilience des acteurs.

## II. Problématique

Dans la filière coton, Il existe deux types de flux que sont les flux financiers et les flux non-financiers. Notre attention se portera dans cette étude sur les premiers qui sont constitués des subventions, des financements des intrants, des équipements et des exportations, d'une part et des paiements des revenus des producteurs, collecteurs, transporteurs, transformateurs et de la main d'œuvre saisonnière, d'autre part.

Au vu du volume de flux financiers dans la filière coton, la digitalisation de la filière 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 paiements existants entre les acteurs de la filière coton et l'identification des opportunités de digitaliser ces flux financiers.

### 1. Les transactions financières existantes et leurs parties prenantes

La filière cotonnière se caractérise par une solide organisation avec la prééminence des acteurs institutionnels dont l'État à travers les ministères de tutelle et les sociétés cotonnières.

Chez les acteurs tels que les Sociétés Coopératives (SCOOPS) et Groupements de Producteurs de Coton (GPC), les sociétés d'huilerie et les commerçants de gros, les flux de paiement passent par les banques via des virements, traites ou chèques. Contrairement aux autres, le paiement par cash est le plus utilisé chez les producteurs de coton qui perçoivent leurs revenus en espèces et paient aussi en cash la main d'œuvre saisonnière pour les travaux champêtres, la collecte et le transport de leur récolte. « *Mes flux financiers sont les pourboires aux*

*collecteurs et aux transporteurs par service rendu et le paiement des employés par séance de travail*», confie EL ADJ SANA MOUSSA, grand producteur de la commune de Bagré dans le Centre-Est et Président du GPC ZEMSTAABA.

Chez les sociétés cotonnières, les employés saisonniers et les transporteurs individuels sont payés en espèces. C'est le cas aussi des transformateurs et détaillants, ou entre grossistes fournisseurs et tisseuses : en espèces « de main à main », ou par retrait d'espèces à un point de banque suite à une remise de chèque.

Les SCOOPS et les GPC sont pour la plupart bancarisés. Par conséquent, les recettes de campagne nettes des crédits intrants sont versées dans leurs comptes bancaires et chaque membre est ensuite payé au comptant en espèces.

« *On remet l'argent de tout le monde aux responsables du GPC, qui à leur tour donnent à chaque producteur ce qui lui revient, en cash* », explique la productrice de coton Limata COMPAORE, dans le Centre-Ouest.

« *On a un compte ECOBANK pour le groupement et c'est là-bas que notre argent est viré. On nous informe du virement et le bureau procède au retrait avant de répartir aux membres en fonction des gains de chacun* », propos recueillis lors du FGD avec le GPC Yikoin de Sissili, dans le Centre-Ouest.

On note que les transporteurs salariés des sociétés cotonnières sont payés par virement, de plus, ils perçoivent des frais de mission en cash. Les transporteurs privés sont sous contrat avec les sociétés cotonnières et fonctionnent en pool, ils sont payés par chèque uniquement à la fin de la campagne, la société cotonnière paie le chef de pool qui à son tour paie chaque transporteur membre du pool par chèque. Pour les flux financiers liés aux intrants, les sociétés locales qui revendent des intrants paient leurs produits au comptant et par virement bancaire lorsqu'il s'agit de commandes de petits montants. En revanche, pour les grosses commandes, le paiement se fait par traite bancaire avalisée de 140, 180 et jusqu'à 240 jours ; autrement dit, le délai fournisseur de 140 à 240 jours sur les gros marchés.

A l'exception de quelques transactions, les paiements se font au comptant entre les acteurs transformateurs. Au niveau des sociétés d'huilerie, les pools bancaires sont sollicités pour préfinancer les campagnes. « *Ce sont des gros montants que nous ne pouvons pas mobiliser seuls. Nous prenons des crédits avec les institutions de financement et faisons des versements 100% au comptant aux fournisseurs* », explique la SN-CITEC. Ainsi, elle paie ses fournisseurs locaux par chèque et ses fournisseurs étrangers, par virement.

Par ailleurs, la SN-CITEC paie les membres de son personnel par virement car ils ont des comptes bancaires.

En ce qui concerne les clients, les paiements se font par chèque ou en espèces versés à la banque contre reçus. Ils envoient les reçus à la SN-CITEC pour déclencher la livraison des produits. C'est de la vente au comptant en général, sauf pour les grossistes habituels qui bénéficient d'un système de vente à terme en raison de la confiance et de l'ancienneté de la relation.

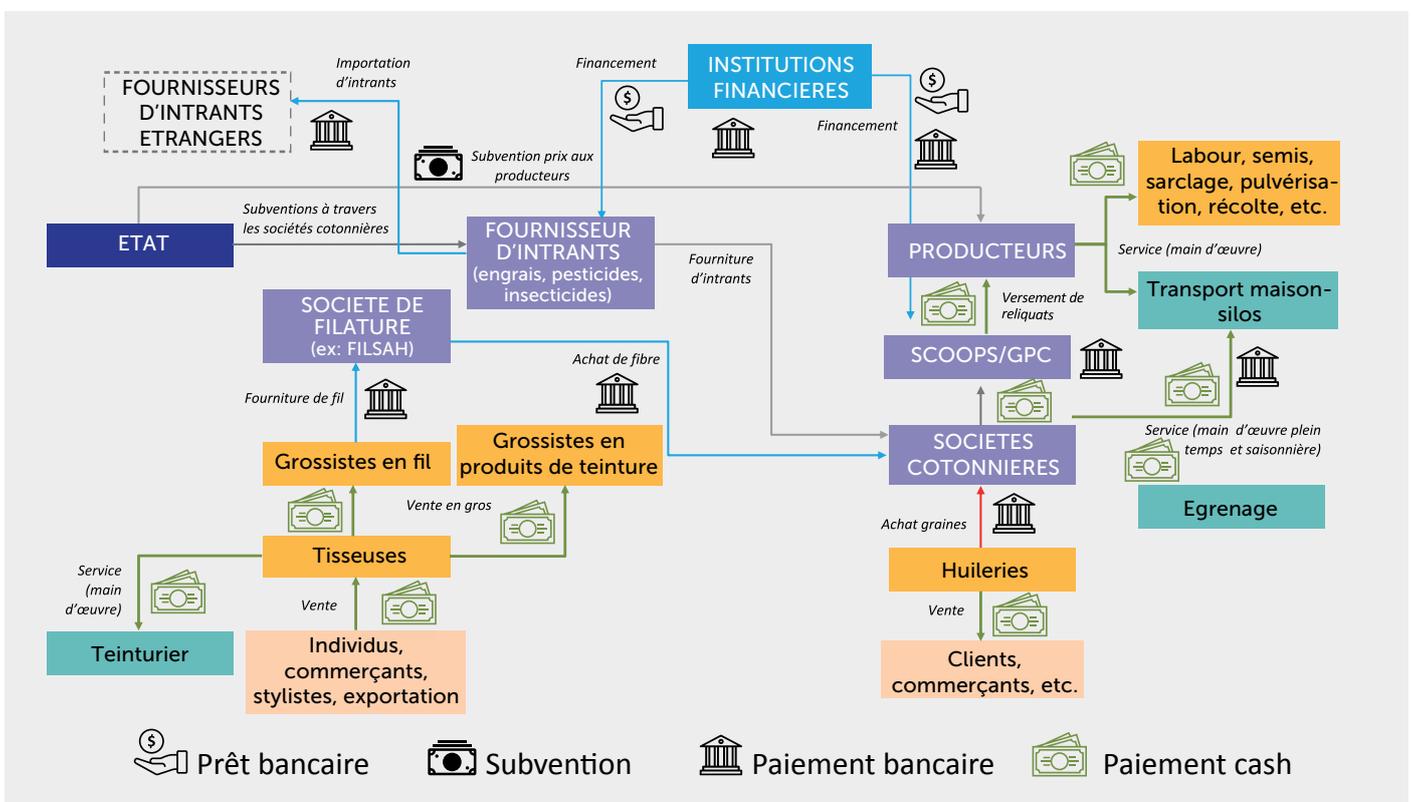
Entre les associations de tisseuses et les grossistes de fil, le paiement est au comptant, par chèque mais souvent en cash – les grossistes imposant ce mode de règlement en raison du besoin de toucher physiquement l'argent, « *par fierté, par besoin de palper aussi* ». Les grossistes en produits de teinturerie importent et imposent également un paiement au comptant. Les associations paient parfois par Orange Money lorsqu'elles s'approvisionnent en matières premières quand il y a entente avec le fournisseur pour la prise en charge des frais (souvent par l'association).

Les tisseuses membres d'associations paient le fil à crédit avec un délai de 1 mois de travail. Elles paient 90 000 FCFA par balle avec 1 000 FCFA de marge pour supporter les charges de transport.

Lors de la vente des produits tissés, la plupart des clients locaux règlent en cash, certains via des transferts Orange Money, prenant en charge les frais de retrait (ex. 250 FCFA de frais sur un transfert de 10 000 FCFA) (Source : entretien avec la Présidente de l'ATTW).

Nous avons ainsi pu schématiser les flux financiers dans la filière coton dans le graphique ci-après :

Schéma des flux financiers



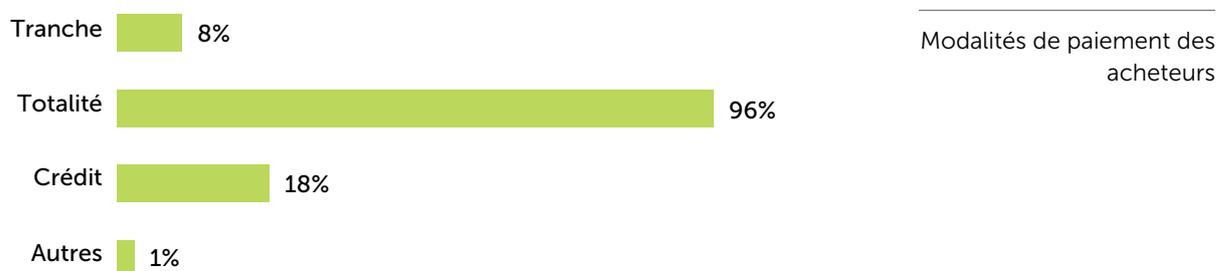
## 2. Les modalités et moyens de paiement

En ce qui concerne le mode de perception des revenus, nous pouvons affirmer que le paiement en espèces ou en « **cash** » est encore très largement répandu à tous les niveaux dans la chaîne de valeur du coton.

En premier lieu, au niveau des petits producteurs de coton : plus de 90% des producteurs interrogés répondent que leurs produits sont payés en cash. Les autres moyens de paiement sont utilisés de façon moindre voire très marginale : moins de 20% déclarent être payés par chèque et à peine 10% par l'argent mobile : Orange Money (9%) ou Mobicash (1%).



Pour ce qui concerne les modalités de paiement, le paiement en totalité est la modalité la plus utilisée. En effet, 96% des producteurs interviewés déclarent être payés en totalité en une seule fois, 18% par crédit et 8% par tranche. Ainsi, nous avons la figure suivante :



### III. Présentation des défis

Etant donné la place qu'a le cash dans la filière de production du coton, l'effort à faire est considérable pour dématérialiser les flux financiers d'où plusieurs défis.

Les flux financiers au sein de la filière sont exposés à des défis logistiques et surtout sécuritaires. En l'occurrence, les producteurs encourent constamment des risques de braquage lors du transport des fonds et de vol et perte de revenus dans leurs foyers.

Un autre défi lié aux flux financiers auquel les producteurs font face est le système de cautionnement solidaire entre membres mis en place au sein des groupements. « *On cultive le champ commun pour couvrir les dettes des membres, on s'entraide pour labourer, semer, récolter, tout le long de la production, à la pesée, pour le conditionnement* », témoigne Boukare ZOMBRA lors d'un FGD dans la commune de Bagré, dans le Centre-Ouest. Les délégués des SCOOPS veillent à la bonne entente entre producteurs qui « *font tout pour payer les crédits afin d'en avoir d'autres* », mais dans la mesure où le paiement se fait au prorata de la production et du crédit intrants de chaque cotonculteur. Des conflits peuvent survenir entre les producteurs à cause de cette procédure de paiement car la dette est déduite sur le revenu de tout le groupement.

Les producteurs souhaitent être payés au plus près de leur lieu de résidence. De rares initiatives existent comme celle de la BOA qui se déplace dans les villages, mais généralement les banques n'arrivent pas à satisfaire ce souhait. Les défis et les risques sécuritaires sont importants avec des montants pouvant aller jusqu'à 50 millions FCFA en cash à transporter de village en village. Si ce n'est pas aux banques, le risque est souvent transféré aux cotonculteurs qui envoient 2-3 responsables pour récupérer lesdites sommes.

Les processus d'octroi des financements dans la filière peuvent être digitalisés pour un gain de temps et en efficacité, mais également pour atténuer les risques liés à l'insécurité.

#### **IV. Recommandations d'amélioration et digitalisation**

Etant donné la place qu'a le cash dans la filière de production du coton, l'effort à faire est considérable pour dématérialiser les flux financiers.

Pour digitaliser progressivement les flux financiers, on pourrait privilégier la digitalisation des paiements courants et la digitalisation du paiement des revenus des producteurs.

Pour le paiement des revenus des cotonculteurs, des initiatives existent déjà comme celle lancée conjointement par Orange Money et le Ministère de l'Agriculture :

Pour la digitalisation des flux financiers, les paiements bancaires ou par le biais des institutions de microfinance sont à développer, et tous les acteurs de chaque maillon de la chaîne de valeur sont à encourager pour ouvrir des comptes (courants, d'épargne ou de monnaie électronique) pour recevoir et effectuer les paiements.

Les processus d'octroi des financements dans la filière peuvent être digitalisés pour un gain de temps et en efficacité. La SOFITEX a, par exemple, appuyé une initiative similaire entre Ecobank et Orange Money, expliquée par son Directeur des Intrants et du Crédit Agricole, Zéphirin DIE :

*« Cette année, nous avons mis en place le crédit individuel, quand on les paie c'est directement dans leur compte épargne. Il y en a qui ont pu lier leurs comptes épargnes à leurs comptes Orange Money. Certains ont demandé des cartes. C'est en phase pilote. Le test a concerné 14 groupements dans toutes les régions cotonnières ».*

Une autre initiative est celle de Coris Money qui a développé un produit d'épargne permettant aux acteurs du milieu rural et agricole de sécuriser leur argent et d'avoir facilement accès aux points de vente. Cette initiative donne aussi un aperçu des partenariats mis en place :

*« Nous proposons un produit d'épargne à partir de 10 000 FCFA, à condition d'avoir une CNI valide, 2 photos, une facture pour justifier le domicile. L'informel ne pose pas de problème, avec le service wallet to bank, l'objectif est que Coris Money serve de relais.*

*Nous n'avons pas encore la liaison automatique mais c'est en cours, tout le service wallet to bank to wallet sera peut-être mis en œuvre entièrement avant la fin de l'année. En attendant, on traite en manuel : chaque mois, le montant est débité du compte bancaire pour créditer le compte Coris Money.*

*Un partenariat avec la Poste est aussi à l'étude pour qu'elle intègre notre réseau de distribution », explique Jules KABORE, Directeur de la banque digitale chez Coris Money.*

Les producteurs souhaitent être payés au plus près de leur lieu de résidence. De rares initiatives existent comme celle de la BOA qui se déplace dans les villages, mais généralement les banques n'arrivent pas à satisfaire ce souhait. Les défis et les risques sécuritaires sont importants avec des montants pouvant aller jusqu'à 50 millions FCFA en cash à transporter de village en village. Si ce n'est pas aux banques, le risque est souvent transféré aux cotonculteurs qui envoient 2-3 responsables pour récupérer lesdites sommes.

Pour digitaliser progressivement le paiement des revenus des cotonculteurs, des initiatives existent déjà comme celle lancée conjointement par Orange Money et le Ministère de l'Agriculture :

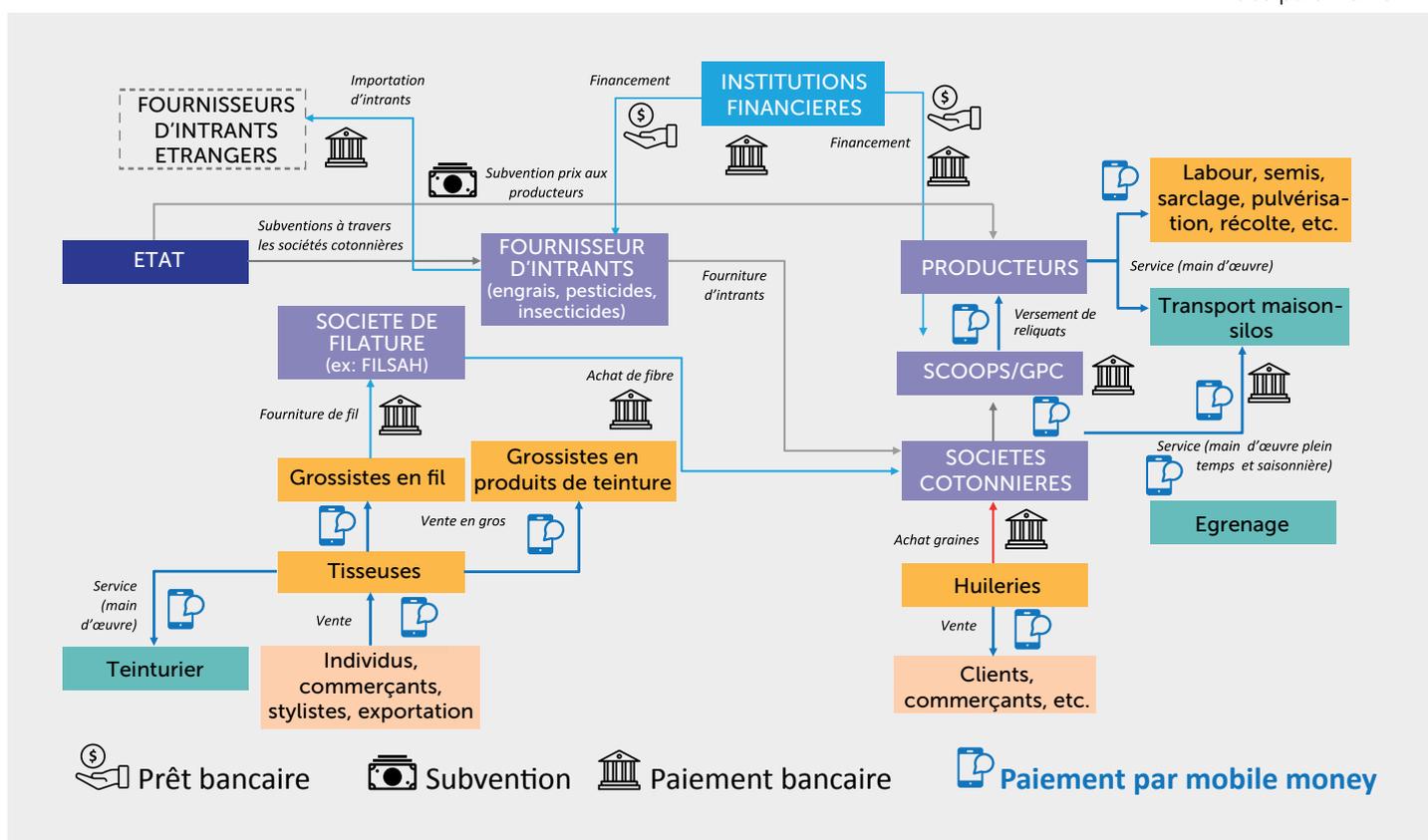
*« Cette année, pour la grande campagne agricole se terminant en septembre, on a réussi une belle opération avec le Ministère de l'Agriculture. En effet, chaque saison l'État finance les paysans pour les engrais, les charrues, avec une subvention.*

Sur une opération de 3-4 mois, on a réussi à montrer que le digital à 100% est possible : les paysans sont enrôlés en amont, avec leurs CNI, on leur distribue des codes spécifiques avec lesquels ils peuvent bénéficier d'un dépôt sur leur wallet, ou se faire payer la subvention via le distributeur Orange Money pour ceux qui n'ont pas encore de compte Orange Money.

Ainsi, nous avons pu mener l'opération dans près de 8 000 villages avec un montant total de 6 Mrds FCFA financé par l'État. L'opération a vocation à être renouvelée pour la moyenne campagne », informations recueillies auprès de Thierry KHOGARABOUX-NION, Responsable de Projet et Gestion des performances, Orange Money Burkina Faso.

Suite à nos recommandations, la digitalisation des flux financiers donnerait la figure suivante :

Digitalisation potentielle  
des paiements



## V. Leçons apprises

La première leçon apprise est la préférence des producteurs de coton pour les règlements en espèces, pour plusieurs raisons à savoir la rapidité et la simplicité d'utilisation. Avec les paiements en espèces, les bénéficiaires disposent immédiatement de la somme. Il y a aussi l'absence de frais de transaction contrairement au mobile money et autres moyens de règlement. Pour digitaliser les paiements, l'effort doit être collectif dans le sens où il faut :

- Sensibiliser les associations et sociétés de tissage, les sociétés d'huilerie et de savonnerie pour promouvoir le paiement par mobile money des achats au détail dans leurs boutiques et points de vente.
- Sensibiliser les grossistes en matières premières (fil de coton, produits de teinture) pour accepter davantage des paiements électroniques de la part des associations de tisseuses.
- Encourager le paiement de masse par mobile money pour tout paiement de service de la main d'œuvre saisonnière, des salariés permanents ou des transporteurs individuels.

Pour ce faire, les paiements bancaires ou par le biais des institutions de microfinance sont à développer, et tous les acteurs de chaque maillon de la chaîne de valeur sont à encourager pour ouvrir des comptes (courants, d'épargne ou de monnaie électronique) pour recevoir et effectuer les paiements.

L'adhésion de tous les acteurs surtout de l'Union Nationale des Producteurs de Coton (UNPCB) et des sociétés cotonnières pour provoquer une réelle prise de conscience, une adhésion forte des acteurs et une évolution des habitudes.

De plus, il faudrait :

- Mener une campagne de sensibilisation des producteurs de coton pour adresser leur analphabétisme, frein par rapport à la digitalisation.
- Faire des enrôlements en masse des producteurs de coton et activation de leurs comptes de mobile money, sous réserve de la fourniture de documents d'identité (KYC) conformes et valides.
- Faire un maillage suffisamment développé de points de vente mobile money et de points d'accès financiers (guichets de microfinance ou postaux, boutiques d'opérateurs téléphonique, agences bancaires, DAB) y compris dans les zones rurales reculées pour faciliter les opérations de retrait.
- Faire l'approvisionnement continu des points de vente et distributeurs en cash et en monnaie électronique.
- Développer de partenariats entre les fournisseurs de services financiers digitaux pour que les utilisateurs puissent envoyer leur argent du compte de mobile money vers le compte bancaire et inversement : alimenter leur compte de mobile money depuis le compte bancaire.
- Mettre en place une stratégie de prix offensive et attractive de la part des OTM pour réduire les frais de transaction, créer un produit d'appel et susciter ainsi une adoption significative du service.

## VI. Conclusion

Au terme de l'étude, il apparaît que le volume de flux financiers entre les différents acteurs de la filière coton est considérable, les modes de paiement sont de différents ordres compte tenu des acteurs mais le cash est le plus utilisé au niveau des producteurs de coton. Ce mode de règlement présente, toutefois, plusieurs défis pour les sociétés cotonnières ainsi que pour les agriculteurs. Il est donc indispensable d'apporter des solutions afin d'apporter la rapidité, la sécurité et la traçabilité.

L'apport du digital dans les flux financiers serait une solution à mettre en œuvre progressivement afin d'avoir une adoption aussi progressive. Les paiements digitaux présentent de nombreux avantages en matière de sécurité quand on connaît l'insécurité dans certaines régions du Burkina Faso. Il n'est ainsi plus nécessaire d'avoir beaucoup d'argent en poche, de l'argent qui pourrait être volé, mais aussi détruit lors d'un sinistre. Les paiements digitaux pourraient diminuer les dépenses des sociétés cotonnières pour la logistique lors des paiements.

# LA DIGITALISATION DES PAIEMENTS, UNE OPPORTUNITÉ POUR L'ENSEMBLE DES ACTEURS DE LA FILIÈRE DE PRODUCTION DU COTON

## 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.

Le secteur agricole est principalement porté par la filière coton qui suscite un intérêt important, étant donné son poids dans le développement économique du Burkina. En effet, si le pays a perdu son prestigieux rang de premier producteur de coton en Afrique, la courbe de production à la baisse ces 3-4 dernières années a tendance à s'inverser avec une amélioration de 7% sur la campagne 2020-2021 par rapport à la campagne précédente (AICB, 2021). Par ailleurs, le coton est la première activité génératrice de revenus pour les ménages de cotonculteurs, même si la céréaliculture, le petit commerce, ou encore l'artisanat, complètent leurs revenus.

D'ailleurs, le cash est largement dominant en ce qui concerne le mode de perception des revenus par les cotonculteurs et même par les acteurs dont les activités sont connexes à la production de coton. En effet, les travailleurs saisonniers, les transporteurs, les teinturiers, les tisseuses, etc. sont payés en espèces et règlent leurs fournisseurs par le même moyen de paiement également. Or, le cash est synonyme de logistique risquée, d'insécurité, et tient éloigné du système bancaire formel ceux qui l'utilisent. Il ne contribue donc pas à l'inclusion financière de la population active dans ce secteur où la part de l'informel dans la valeur ajoutée est estimée entre 80 et 100% (AFD, Banque Mondiale, 2012). Autant dire que l'enjeu est de taille pour trouver des solutions innovantes qui permettent de réduire le poids du cash.

## II. Défis et enjeux

Aujourd'hui, les producteurs de coton rencontrés dans les régions productrices de coton du Centre-Ouest, Centre-Sud et Centre-Est du Burkina Faso, font face à différentes contraintes.

Tout d'abord, celles liées à leur condition et environnement : Faible niveau d'éducation et **analphabétisme** –, le taux d'analphabètes avoisine les 60% ; **dérèglement climatique** – 52% estiment que les effets du changement climatique les contraignent dans leur activité ; et **éloignement** par rapport aux localités connectées et informées – plus du tiers trouve la qualité du réseau téléphonique et internet pas satisfaisante.

Par ailleurs, il y a les contraintes consécutives à leur condition de cotonculteur : **saisonnalité des revenus**, faible pouvoir d'investissement et de développement de leurs activités, faible accès aux informations clés, et **faible accès aux services financiers**. Dans la grande famille des producteurs de coton, les femmes sont davantage touchées par toutes ces contraintes que les hommes. Elles souffrent d'abord du **retard de paiement du coton** alors même qu'elles doivent gérer le budget en épaulant le chef de ménage à supporter certaines charges familiales comme l'achat de bœufs, la construction de logement, les frais de scolarité.

« *Qu'on nous verse à temps notre revenu comme promis ! On investit notre revenu en contribuant à la construction de maison, à l'achat de bétail. Après soustraction des frais des intrants, ce sont nos conjoints qui nous ramènent ce qui nous revient, on l'utilise pour les besoins du ménage en contribuant à la scolarisation des enfants, l'habillement, et pour l'entretien des réseaux sociaux (faits sociaux). Une partie aussi est investie dans l'achats d'intrants pour les diverses spéculations agricoles que nous faisons* », clame Sibidou KABORE, grande productrice de coton de Sapouy, dans le Centre-Ouest.

Sibidou KABORE, productrice  
de coton, Sapouy

De plus, elles ne connaissent pas les institutions financières, ni leurs noms, ni les modalités de demande de crédit.

« *Je n'ai pas l'habitude d'utiliser les banques et les services financiers (...). On veut les utiliser mais on n'a pas le savoir en la matière, il faut donc qu'on nous donne des enseignements sur le processus* », témoigne toujours Sibidou KABORE.

Un coup de projecteur sur les productrices de coton et les défis qu'elles doivent relever au quotidien aide à identifier l'enjeu capital : leur **autonomisation financière**.



Comment leur permettre de mieux gérer leur argent compte tenu de la saisonnalité de l'activité de production du coton, des dépenses tout au long de l'année, et des imprévus liés à la vie familiale et villageoise ?

Comment aider cette frange plus vulnérable de la population rurale à s'émanciper, à améliorer son niveau de vie en étant plus indépendante financièrement ?

Plus généralement, les producteurs de coton, individuellement ou au niveau de leurs groupements, subissent l'**insécurité grandissante**. Tous sont logés à la même enseigne, que ce soit ceux payés directement « par billettage » ou ceux qui reçoivent des bons de la part des sociétés cotonnières ou des chèques de la part de leurs coopératives. Après avoir patienté dans la file d'attente à la banque et en parcourant la distance entre leurs villages et les points d'accès financiers, ils courent le risque de se faire braquer en tombant sur des coupeurs de route.

Là encore, comment les sortir de cette fatalité ? Comment assurer qu'ils jouissent du fruit de leur dur labeur en toute sécurité ?

La réponse à toutes ces questions se trouve fort probablement dans le **progrès technologique** et le **digital**. Et les organisations faitières et structures d'appui de la filière du coton peuvent jouer un rôle déterminant de facilitateur et d'accompagnateur du changement.

### III. Digitalisation des paiements

Il y a des faits porteurs d'espoir par rapport aux interrogations soulevées plus haut, observés et recueillis parmi les cotonculteurs rencontrés.

D'une part, plus de 80% souscrivent à un service financier digital car ils peuvent envoyer ou recevoir de l'argent par ce moyen. Le solde moyen du compte de mobile money d'un producteur de coton est de 30 000 FCFA environ soit un peu plus de 60% du revenu mensuel déclaré. Les productrices de coton ont une forte propension à l'épargne : près de 70% de celles interrogées gardent leur argent plus de 1 mois sur le compte de mobile money.

D'autre part, certains responsables de sociétés cotonnières laissent entendre qu'avec un développement des réseaux d'agents dans les zones de production de coton, les sociétés cotonnières seraient plus enclines à utiliser ce moyen de paiement digital pour verser leurs recettes de campagne aux producteurs.

La clé réside dans le fait que le paiement digital est **rapide** et réduirait le retard de paiement dont se plaignent les producteurs, **sûr** et atténuerait le risque de vol et de braquage encouru tout en étant un moyen sécurisé pour épargner, et **accessible** si tout est mis en œuvre pour assurer la disponibilité du service.

Les fournisseurs de services financiers digitaux (opérateurs de téléphonie mobile, banques digitales) ont déjà fourni un effort considérable pour étendre le réseau de distribution et des points de vente. Il reste à trouver la solution pour vulgariser le service de paiement digital et encourager son adoption. L'Association Interprofessionnelle du Coton du Burkina (**AICB**), l'Union Nationale des Producteurs de Coton du Burkina (**UNPCB**) et ses ramifications territoriales, ainsi que l'Association Professionnelle des Sociétés Cotonnières du Burkina (**APROCOB**), en étroite collaboration avec les sociétés **coopératives** et les **groupements** des producteurs de coton, peuvent – voire, doivent – être moteur dans la sensibilisation des cotonculteurs. C'est à ce prix que la filière pourra permettre une adoption massive du paiement digital.

# LES DÉFIS DE L'ACCÈS AU FINANCEMENT DES PRODUCTEURS DE COTON

## I. Contexte et justification

UNCDF, dans sa mission de contribuer de manière durable à l'accroissement de la productivité et des revenus des exploitants agricoles a commandité une étude sur la **cartographie de la filière de production du coton au Burkina Faso et identification des opportunités de digitalisation des paiements et des services non financiers**. L'objectif est de tirer profit du potentiel des innovations digitales afin d'améliorer l'accès aux financements et aux opportunités économiques des personnes vulnérables dont les exploitants agricoles.

Selon les sources officielles, le coton, deuxième produit d'exportation du Burkina Faso derrière l'or, pèse pour 4% dans la formation du produit intérieur brut du pays et fait vivre plus de 3,5 millions de paysans. De ce fait, il joue un important rôle dans la vie socio-économique du pays. Le Burkina Faso demeure un grand producteur de coton bien qu'il ait perdu sa première place de premier producteur de coton en Afrique, la courbe de production à la baisse ces 3-4 dernières années a tendance à s'inverser avec une amélioration de 7% sur la campagne 2020-2021 par rapport à la campagne précédente (AICB, 2021).

Le financement des producteurs de coton pour l'acquisition d'intrants se fait comme suit : Les sociétés cotonnières mobilisent les fonds auprès des banques locales et étrangères (pool bancaire). Le crédit intrant est octroyé à un taux de 7% aux producteurs membres de groupements avec la caution solidaire du groupement comme garantie. Le crédit intrant est remboursé sur les recettes des producteurs lors de la vente de leur production, en d'autres termes, les recettes sont payées par les institutions financières après déduction du coût des intrants. L'offre de financement des producteurs de coton est très structurée grâce aux interventions des pools bancaires locaux et étrangers, mais reste en-deçà des besoins réels des producteurs. L'un des objectifs de notre étude est d'analyser les difficultés de financement et l'apport du digital comme solution.

## II. Défis et enjeux

Les producteurs de coton sont confrontés à différents défis pour financer leur activité.

Les banques sont relativement peu accessibles pour les acteurs directs de la filière cotonnière. Au Burkina Faso comme dans plusieurs pays d'Afrique, ce sont les zones urbaines et les villes qui bénéficient de leur proximité. Les agences bancaires sont loin des villages ruraux et des champs de coton, les producteurs de coton sont donc obligés de parcourir une bonne distance pour s'y rendre.

Certains producteurs méconnaissent également l'offre des banques, les femmes sont encore moins au courant des produits et services bancaires comme l'a déploré une productrice du village de Tiabirou, dans la province de Ziro (Centre-Ouest) : *« Il y a des banques à Sapouy, pour les services financiers, je sais que ça se fait mais je ne connais pas les noms et comment ça se passe ; il y a des structures qui viennent ici, réunir les femmes à l'école pour octroyer des prêts aux femmes mais je ne me suis jamais intéressée. Je prends les intrants sous couvert de*

*mon conjoint et ça s'avère souvent insuffisant* ». Elle enchaîne : « *Je n'ai pas l'habitude d'utiliser les banques et les services financiers (...). On veut les utiliser mais on n'a pas le savoir en la matière, il faut donc qu'on nous donne des enseignements sur le processus* ». L'accès au financement est encore plus problématique pour les femmes productrices de coton qui se retrouvent faiblement autonomes financièrement lorsque l'analphabétisme et le manque d'éducation financière s'ajoutent à leurs contraintes. De manière générale, les producteurs ne reçoivent que les intrants en vue de la production du coton, ils ne reçoivent pas de l'argent du crédit, versé directement dans le compte bancaire des sociétés coopératives.



Femmes lors du semis  
de coton  
(Crédit photo : SOFITEX)

Les cotonculteurs souhaitent que les institutions financières se rapprochent d'eux, qu'elles s'implantent même dans les villages. Il semblerait que les petits exploitants n'ont pas complètement bénéficié de ce circuit du financement des intrants très bien huilé.

**Pour améliorer la faible productivité**, les producteurs auraient besoin d'équipements plus performants et donc du crédit y correspondant.

**Pour encourager la scolarisation des enfants** et éviter que ceux-ci ne travaillent dans les champs de coton, ils ont sans doute besoin de crédit scolaire pour payer les frais d'inscription.

**Pour faire face à la saisonnalité des revenus** et parer aux imprévus, des petits crédits d'urgence seraient appréciés.

L'innovation numérique est-elle une piste sérieuse pour adresser ces défis ?

### III. Numériser le financement, mythe ou réalité ?

Les institutions financières burkinabè sont dynamiques dans le financement de toute la filière. ECOBANK par exemple finance directement des milliers de groupements de producteurs de coton à travers tout le pays et atteint jusqu'à 125 000 personnes en dehors du système financier. Outre les intrants, la Banque Agricole du Faso (BADF) compte financer les équipements de traction animale (bœufs, ânes, etc.) tout comme le Réseau des Caisses Populaires du Burkina (RCPB) qui finance déjà ce type d'acquisition.

Le RCPB essaie d'ailleurs de proposer une offre diversifiée aux producteurs : l'assurance contre les aléas climatiques et leurs conséquences (sécheresse, mauvaise récolte), l'assurance décès pour les producteurs pour décharger les autres membres du groupement en cas de décès de l'emprunteur. Il a densifié son réseau de distribution avec des caisses dans chaque région et des points de vente rattachés pour garantir un meilleur accès aux services.

Digitaliser le décaissement et le remboursement des crédits ? C'est aussi déjà une réalité. Le Directeur du crédit en charge des partenariats nous a confié : « *Le processus de digitalisation peut nous aider car on vire l'argent dans le compte des producteurs mais il faut digitaliser pour que les producteurs puissent avoir leur argent à n'importe quel endroit, faire des retraits. A cause de l'insécurité et des risques que cela comporte, il faut éviter que les gens transportent du cash partout, mais leur permettre de faire des opérations quand ils le veulent* ».

De leur côté, les sociétés cotonnières ne sont pas en reste. Elles accueillent favorablement les projets de digitalisation déjà mis en œuvre. La SOFITEX a, par exemple, appuyé une initiative entre Ecobank et Orange Money mené auprès de 14 groupements dans toutes les régions cotonnières. Le Directeur des Intrants et du Crédit Agricole de la SOFITEX nous a expliqué avoir mis en place le crédit individuel au producteur qui est payé directement dans son compte épargne, le producteur à son tour peut envoyer l'argent de son compte épargne vers son compte Orange Money et faire un retrait au point de vente Orange Money. Un exemple très concret de la proximité favorisée par la digitalisation.

Les pistes existent alors, les solutions déployées également, est-ce pour autant suffisant ? Non, bien évidemment.

**Il faut multiplier à l'exponentiel ces initiatives** pour faciliter l'accès au financement et pour stimuler la croissance économique, réduire la pauvreté, absorber les demandeurs d'emploi.

**Il faut mobiliser tous les acteurs** pour que dans la chaîne de valeur du coton, les objectifs de développement durable « Zéro faim » et « Réduction des inégalités » soient véritablement atteints.

**Il faut exploiter les technologies numériques** pour produire plus avec moins de terres dans un contexte de risques climatiques élevés.

**Il faut accorder un rôle moteur aux faitières** (AICB, UNPCB, APROCOB) pour garantir le succès des projets ainsi que le lien avec les producteurs.

## 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.

