

Institut für
Entwicklung
und Frieden



UNIVERSITÄT
DUISBURG
ESSEN

Offen im Denken

*Karin Gaesing, Mamadou Koumaré,
Yacouba Koné, Arne Rieber*

L'entreprise sociale dans la promotion de l'agriculture paysanne

Le modèle myAgro au Mali

Étude AVE 28/2022

INFORMATIONS BIBLIOGRAPHIQUES :

Gaesing, Karin / Koumaré, Mamadou / Koné, Yacouba / Rieber, Arne (2022) :
L'entreprise sociale dans la promotion de l'agriculture paysanne : le modèle myAgro au Mali.
Institut pour le Développement et la paix (INEF), Université de Duisburg-Essen (Étude AVE
28/2022, Voies d'issue à la pauvreté, la vulnérabilité et l'insécurité alimentaire).



Mentions légales

Éditeur :

Institut für Entwicklung und Frieden (INEF)
Universität Duisburg-Essen

Conception logo : Carola Vogel

Mise en page : Jeanette Schade, Sascha Werthes

Conception couverture : Shahriar Assadi

© Institut für Entwicklung und Frieden

Lotharstr. 53 D - 47057 Duisburg

Phone +49 (203) 379 4420 Fax +49 (203) 379 4425

E-mail : inef-sek@uni-due.de

Site web : <https://www.uni-due.de/inef/>

ISSN 2511-5111



*Karin Gaesing,
Mamadou Koumaré,
Yacouba Koné,
Arne Rieber*

**L'entreprise sociale dans la promotion de
l'agriculture paysanne : le modèle myAgro au Mali**

Étude AVE 28/2022

Voies d'issue à la pauvreté, la vulnérabilité et l'insécurité alimentaire

Universität Duisburg-Essen
University of Duisburg-Essen

Institut für Entwicklung und Frieden (INEF)
Institute for Development and Peace

AUTEUR·E·S :

Dr. rer. pol. Karin Gaesing, géographe et planificateur spatial ; assistante de recherche à l'INEF, Université de Duisburg-Essen ; possède de nombreuses années d'expérience dans la Coopération au développement, par exemple pour la GTZ en Éthiopie et en Côte d'Ivoire ainsi qu'en tant qu'experte indépendante en Afrique et en Inde. Expertise dans les domaines de l'aménagement du territoire, des questions de genre, de la mobilisation sociale, de l'occupation des sols agricoles.

e-mail : karin.gaesing@uni-due.de

Dr. Mamadou Koumaré, est enseignant-chercheur à l'Université des Sciences Sociales et de Gestion de Bamako (USSGB), Mali. Il est détenteur d'un doctorat en études/sociologie de développement de l'Université Catholique de Louvain (UCL), Belgique. Ses travaux d'enseignement, de recherche et de consultation portent sur le développement territorial, la gouvernance territoriale, la planification, gestion et l'évaluation de projets/programmes de développement et de lutte contre la pauvreté, la gouvernance foncière, l'économie sociale et solidaire, la sécurité alimentaire.

e-mail : koumaresdses@hotmail.fr

Yacouba Koné, M.Sc., recherche en population et développement, à finalité spécialisée en développement avec comme orientation, gestion de projets et programmes de développement. Expert en analyse et montage de projets auprès de l'Agence de Développement Régional de Kayes (Mali). Bonne expérience dans le domaine du développement communautaire et d'appui aux Collectivités territoriales en matière de gouvernance locale en Afrique et singulièrement au Mali. Expertise dans les domaines de la planification régionale, des questions de genre, de la mobilisation sociale, de l'aménagement du territoire.

e-mail : koneya_81@yahoo.fr

Arne Rieber, M.Sc. en Recherche géographique en développement, titulaire d'un B.A. Études européennes intégrées ; associé de recherche à l'INEF, Université de Duisburg-Essen ; expérience dans la recherche en Inde et au Kenya ; principaux axes de recherche : la sécurité alimentaire, la résilience, les moyens de subsistance face à la rareté des terres et l'accès à la propriété foncière.

e-mail : arne.rieber@uni-due.de

Site web du projet : https://www.uni-due.de/inef/projekt_ave.php

© Photographies par Karin Gaesing.

Le projet bénéficie du soutien du Ministère fédéral de la Coopération et du Développement économique (BMZ) dans le cadre de la SEWOH, Sonderinitiative EINE WELT ohne Hunger (Initiative spéciale UN MONDE sans faim).

Table des matières

| | |
|--|-----------|
| Résumé..... | 6 |
| 1. Contexte et objectifs du projet de recherche | 8 |
| 2. Définition des entreprises sociales et leur rôle dans la promotion de l'agriculture paysanne dans le contexte de la politique de développement | 10 |
| 2.1 Définition de l'entreprise sociale..... | 10 |
| 2.2 Mesure de l'impact des entreprises sociales..... | 12 |
| 2.3 Entreprises sociales soutenues par des donateurs | 14 |
| 3. Le modèle myAgro dans le contexte de la situation socio-économique du Mali..... | 15 |
| 3.1 Le modèle myAgro | 15 |
| 3.2 Activités de myAgro au Mali | 16 |
| 3.3 Situation socio-économique et pauvreté au Mali | 17 |
| 4. Méthodologie de l'étude | 20 |
| 5. Résultats de l'enquête | 23 |
| 5.1 Conditions de vie des populations dans la zone d'enquête..... | 23 |
| 5.2 Les relations entre myAgro et ses client-e-s..... | 28 |
| 5.3 Effets sur les revenus et la situation alimentaire des ménages | 32 |
| 5.4 Les défis posés à myAgro | 37 |
| 6. Conclusions et recommandations pour la promotion de l'agriculture par les entreprises sociales | 39 |
| 6.1 Réponse aux questions abordées par l'étude | 39 |
| 6.2 Recommandations pour l'entreprise sociale myAgro | 40 |
| Bibliographie..... | 42 |

Liste des abréviations

| | |
|-------|---|
| AVE | Voies d'issue à la pauvreté, à la vulnérabilité et à l'insécurité alimentaire |
| BMZ | Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (Ministère fédéral pour la Coopération et le développement économique) |
| BNDA | Banque Nationale du Développement Agricole |
| CD | Coopération au développement |
| CMDT | Compagnie Malienne pour le Développement des Textiles |
| CVA | Chaîne de valeur (agricole) |
| FAO | Food & Agriculture Organization (Organisation agricole des Nations Unies) |
| FCFA | Franc de la Coopération Financière en Afrique (taux de change en nov. 2021 : 1 euro = 656 FCFA) |
| FGD | Discussion de groupe focus, groupe de réflexion |
| ha | hectare |
| IMF | Institution(s) de microfinance |
| INEF | Institut pour le Développement et la paix |
| IPPC | International Plant Protection Convention (Convention internationale sur la protection des plantes) |
| KfW | Kreditanstalt für Wiederaufbau |
| kg | kilogramme |
| OAF | One Acre Fund |
| ODD | Objectifs de Développement Durable (Sustainable Development Goals) |
| ONG | Organisation non gouvernementale |
| PRA | Participatory Rural Appraisal (évaluation rurale participative) |
| SEWOH | Sonderinitiative EINEWELT ohne Hunger (Initiative spéciale UN MONDE sans faim) |
| SROI | Social Return on Investment (rendement social) |
| UBT | Unité de bétail tropical (Tropical Livestock Unit) |
| VE | Entrepreneur·s villageois (de l'anglais <i>Village Entrepreneur</i>) |

Résumé

La présente étude propose une analyse de l'entreprise sociale myAgro au Mali, qui est financée par la Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW). Au-delà d'une simple évaluation de son impact social, l'entreprise sociale est ici comprise et analysée en tant qu'acteur de la politique de développement. Dans le cadre d'une étude de terrain réalisée en tandem avec des chercheurs maliens, on a procédé à une enquête quantitative auprès de ménages, organisé des discussions de groupe et mené des entretiens intensifs avec des client-e-s de myAgro ainsi qu'avec d'autres intervenants clés.

myAgro est une entreprise sociale du domaine de la promotion agricole créée en 2012 en vertu de la loi américaine et enregistrée en tant qu'ONG en Californie / ÉTATS-UNIS. La mission de myAgro est d'aider les producteurs et productrices à s'affranchir de la pauvreté. Pour ce faire, on a développé une approche holistique impliquant la fourniture de semences et d'engrais de qualité sur la base d'un concept englobant l'épargne, le conseil agricole et la vente de matériel agricole. myAgro accorde une attention particulière aux cultures riches en nutriments dans sa gamme de produits et privilégie ainsi l'arachide et le gombo au maïs.

Le principe du concept de myAgro est le suivant : d'abord, les producteurs et productrices choisissent le paquet d'intrants adapté à leurs cultures ; ensuite, ils versent successivement de petites sommes d'argent sur un compte d'épargne de manière à réunir la somme d'argent nécessaire à l'achat du paquet d'ici le début de la campagne agricole. Le paiement s'effectue sur leurs téléphones portables, où les montants de l'épargne sont également enregistrés. Pour cela, les client-e-s achètent des *cartes à gratter*, qui sont disponibles pour de très petites sommes d'argent. La prise de contact avec la population paysanne se fait par le biais d'un vaste réseau d'*entrepreneurs villageois* (VE), qui sont des personnes originaires des villages dans lesquels myAgro opère ou souhaite agir.

myAgro opère au Mali dans un environnement où 47,2% des plus de 20 millions d'habitants vivent en dessous du seuil de pauvreté et 19% sont en situation d'insécurité alimentaire, voire même 30% dans les régions de conflit.

Les habitants des deux régions étudiées par l'équipe AVE en novembre 2021 vivent principalement de l'agriculture et combinent la production agricole – essentiellement l'arachide, le riz, le maïs, le gombo et le sorgho – avec l'élevage. La lixiviation des sols pose un problème majeur pour la production agricole. Les personnes interrogées justifient leur décision de devenir des client-e-s de myAgro par le fait qu'ils ont ainsi un meilleur accès aux intrants agricoles comme les engrais de qualité et les semences qui, contrairement à ceux fournis par les autorités gouvernementales, sont livrés ponctuellement en début de campagne et de manière décentralisée jusqu'au village ou à proximité du village. En outre, les succès observés chez les membres de myAgro au sein du village/de la communauté, encouragent l'adhésion de nouveaux membres pour la campagne agricole suivante.

La clientèle de myAgro est composée essentiellement de petites productrices, donc des femmes. Elles cultivent en moyenne 0,25 ha de terres avec les produits de myAgro. Les femmes apprécient particulièrement l'organisation en groupes d'épargne rotative proposée par l'entreprise, car elle est basée sur leurs traditionnelles *tontines*.

En termes d'impact du projet, les client-e-s de myAgro se félicitent particulièrement de revenus plus élevés, générés par l'augmentation des rendements agricoles. Les revenus sont dépensés, par ordre de priorité, pour l'achat de nourriture, l'investissement dans la production agricole (qui comprend les paquets myAgro), l'investissement dans l'élevage et enfin, dans les frais de scolarité. Par rapport au groupe de référence, les client-e-s de myAgro déclarent que

leur situation socio-économique s'est considérablement améliorée par rapport à il y a cinq ans. En ce qui concerne la situation alimentaire, les client·e·s de myAgro disent consommer proportionnellement plus de légumes, de fruits, de lait et de produits laitiers que les ménages du groupe de référence.

L'autonomisation (*empowerment*) des femmes est un effet voulu de myAgro. D'une part, la position des femmes est renforcée par leur contribution à l'alimentation et aux revenus du ménage, d'autre part, elles sont soutenues à de nombreux niveaux par les groupes formés au sein de myAgro. En outre, grâce au vaste réseau de VE qu'elle emploie, l'entreprise myAgro crée des emplois pour les jeunes des zones rurales, y compris un nombre important de femmes.

D'une part, les client·e·s de myAgro critiquent la hausse constante des prix des paquets d'intrants de myAgro, due à l'augmentation générale du prix des engrais. D'autre part, les femmes en particulier se plaignent de ce que les techniques culturales demandent beaucoup de main-d'œuvre et sont donc difficiles à mettre en application.

myAgro voit l'utilisation des méthodes agroécologiques d'un bon œil et les a également ancrées dans ses modules de formation. Cependant, une mise en œuvre dans la pratique n'a pas encore pu être constatée. Toutefois, une renonciation partielle à l'utilisation d'engrais artificiels serait également contraire aux intérêts commerciaux de myAgro, au cas où il ne serait pas possible de développer d'autres produits pour les clients en compensation ou si les services de conseil agricole devaient être subventionnés par des tiers. En tant qu'entreprise sociale, myAgro est dépendante de la vente de produits.

Par le biais du financement par la KfW et de la coopération avec celle-ci, myAgro aurait également la possibilité de proposer de nouveaux produits (p. ex. des semences pour légumes ou du *mucuna*) et d'identifier des contenus de conseil agricole, puis de développer des paquets en conséquence et de les proposer à la vente.

1. Contexte et objectifs du projet de recherche

Dans le contexte où le taux d'extrême pauvreté dans nombre de pays en développement ne diminue pas malgré les multiples efforts fournis, l'Institut pour le Développement et la Paix (INEF) de l'Université de Duisburg-Essen, avec le soutien financier du Ministère fédéral de la Coopération et du Développement économique (BMZ), a mis en œuvre le projet de recherche « Voies d'issue à l'extrême pauvreté, la vulnérabilité et l'insécurité alimentaire » (AVE) d'octobre 2015 à mars 2020. L'objectif du projet était d'élaborer des recommandations pour la Coopération allemande au développement (CD) sur les moyens d'améliorer l'accessibilité des groupes de population extrêmement pauvres, vulnérables et en situation d'insécurité alimentaire et d'améliorer durablement leurs conditions de vie.

L'équipe de l'INEF a concentré ses efforts sur l'analyse de projets orientés sur les domaines thématiques suivants :

- Accès à la terre, sécurité juridique en matière de propriété foncière, utilisation des terres
- Chaînes de valeur agricoles (CVA)
- Protection sociale

La recherche porte sur trois domaines thématiques traités de manière transversale : les dimensions socioculturelles du développement, la mobilisation sociale (participation de la population à la prise de décisions) et les questions de genre (inégalités hommes-femmes).

Depuis octobre 2020, et pour une durée prévue jusqu'à début 2023, le projet s'est poursuivi avec un groupe cible légèrement modifié, à savoir des personnes pauvres, vulnérables et en situation d'insécurité alimentaire. Contrairement à la première phase, où il s'agissait également et avant tout de ménages et de personnes extrêmement pauvres ou ultra-pauvres n'ayant aucune capacité d'auto-assistance et souvent « négligés » par la CD, l'accent est désormais mis sur les groupes de personnes qui cultivent au moins une parcelle, même petite, et peuvent donc être atteints par le biais des approches classiques du développement agricole ou rural au sein des projets de CD.

Il s'agit, cette fois encore, d'identifier les *Bonnes pratiques* ayant pour effet de réduire efficacement la pauvreté et d'en étudier les conditions de réussite respectives. Les enquêtes se concentrent désormais sur l'analyse du financement agricole en milieu rural et sur les approches holistiques de soutien aux ménages paysans, c'est-à-dire qui combinent les services financiers, la vulgarisation et la mise à disposition d'actifs (biens de production). Un thème particulier du financement agricole concerne le lien entre l'allocation de crédits aux petits agriculteurs et l'utilisation de titres fonciers comme garanties pour ces prêts. Dans les trois domaines d'investigation, la prise en compte efficace des thèmes transversaux – à savoir les dimensions socio-culturelles, la mobilisation sociale (participation des populations aux décisions) et les questions de genre – comme critères d'élaboration de bonnes approches de CD sera maintenue.

La présente étude, qui porte sur un projet de la Coopération financière allemande (CF), mis en œuvre par la Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) au Mali dans le cadre de l'initiative « EINE WELT ohne Hunger » (SEWOH) du BMZ, concentre son activité sur le soutien holistique aux ménages paysans. Le terme « holistique » s'entend ici comme englobant la production agricole et

tous les aspects en amont et en aval de la production. Dans ce cadre, il sera examiné dans quelle mesure les entreprises sociales peuvent contribuer durablement à la réduction de la pauvreté et de la vulnérabilité des petits producteurs agricoles.

Les questions générales abordées dans la présente étude sont les suivantes :

- Comment l'efficacité et la force d'impact de l'approche des entreprises sociales, telles que myAgro, se positionnent-elles par rapport aux services gouvernementaux de vulgarisation agricole ou aux projets publics de coopération au développement (CD) ? Le projet d'étude est-il orienté sur la durabilité sociale, économique et écologique ?
- Le travail de myAgro fait-il clairement référence à la pauvreté, autrement dit, le projet est-il en mesure d'atteindre les petits ménages paysans et les services de myAgro sont-ils adaptés aux besoins de ces familles ?
- Le projet tient-il compte des aspects de genre dans sa conception et sa mise en œuvre ?
- La population locale a-t-elle la possibilité de participer activement à la vie sociale, au-delà de la participation aux services / activités du projet ? Est-ce que des représentants de la population participent aux processus décisionnels, et ont-ils des possibilités de formuler une plainte / une critique ?
- Le projet est-il adapté au contexte socioculturel de la zone du projet et les dimensions socioculturelles sont-elles prises en compte dans l'élaboration et la mise en œuvre des mesures ?

2. Définition des entreprises sociales et leur rôle dans la promotion de l'agriculture paysanne dans le contexte de la politique de développement

Afin d'évaluer les approches des entreprises sociales en termes de politique de développement, mais aussi élaborer des critères de financement par des fonds publics, il est nécessaire de s'accorder sur une définition claire de l'entreprise sociale, pour notamment la différencier des concepts financiers du secteur privé. En fonction de leur positionnement dans le secteur, les entreprises sociales utilisent des approches commerciales et/ou calquées sur le marché dans le but d'obtenir un impact social, c.-à-d. que l'argent est investi pour générer un impact social au lieu d'un profit. Ces approches sont une réaction à la prise de conscience qu'il existe effectivement des groupes vulnérables en mesure de payer pour des biens ou des services ayant un impact social positif, de sorte qu'ils deviennent des clients plutôt que des bénéficiaires. Cela renforce le rôle du groupe cible dans la mesure où les clients ont toujours le choix de participer, d'utiliser des services ou des biens provenant d'ailleurs et, en tant que consommateur, de se doter de certains droits vis-à-vis des entreprises. Inévitablement, une entreprise sociale doit donc répondre aux besoins et aux attentes de ses clients, car elle atteint son principal objectif, qui est d'avoir le plus grand impact social possible, grâce à une clientèle nombreuse et, dans le meilleur des cas, en continuelle augmentation. Cependant, en raison de ce processus d'adaptation constant, il est plus difficile d'intégrer les entreprises sociales dans les mécanismes de suivi classiques de la CD.

2.1 Définition de l'entreprise sociale

L'entreprise sociale décrit une entreprise qui utilise des moyens entrepreneuriaux pour atteindre un objectif social ou environnemental, et elle apparaît généralement en réaction à une défaillance du marché. En l'occurrence, une défaillance du marché signifie un marché inexistant, limité ou qui ne peut pas être exploité de manière rentable (cf. Wale-Oshinowo et al. 2019). Selon Wale-Oshinowo et al., cela est confirmé par le taux de pauvreté élevé dans de nombreuses régions d'Afrique, où les clients comme les entrepreneurs ne sont pas suffisamment solvables. Par conséquent, les entreprises sociales viennent combler une lacune importante et peuvent être un moteur du développement socio-économique dans les pays du Sud (ibid.).

Par définition, le « social » dans l'entreprise sociale est souvent fondé sur une dimension narrative, comme l'orientation des activités commerciales de l'entreprise vers un groupe cible spécifique tel que les client·e·s particulièrement pauvres. Ces composantes narratives sont difficiles à distinguer des innombrables entreprises du secteur privé qui ont développé un modèle d'affaires certes adapté à une clientèle pauvre, mais n'aspirant ou n'engendrant pas nécessairement un avantage social. S'agissant des produits de consommation courante, c'est en particulier grâce à la vente de très petites quantités que de nombreux fabricants et détaillants atteignent les groupes cibles les plus pauvres. Par définition, il est par conséquent extrêmement difficile d'évaluer l'impact social d'un produit. À ce stade, des zones d'ombre apparaissent inévitablement. En examinant différentes définitions de l'entreprise sociale¹, force est de constater qu'elles mélangent souvent des critères à la fois objectifs et subjectifs

¹ En ce qui concerne l'évolution du terme et de sa définition au cours des dernières décennies, voir Addae (2018) et pour ses différentes formes de compréhension par groupe de pays, voir Hoyos / Angel-Urdinola (2019) et Liu (2019)

(Whitley et al. 2013). La définition implique une intention d'impact social ou environnemental qui ne doit pas nécessairement représenter l'objectif central de l'activité commerciale et qui n'est pas mesurable. Si l'on s'en tient à cette définition, pratiquement toutes les entreprises du Sud peuvent être comprises comme des entreprises sociales, puisqu'elles créent par exemple des emplois dont il y a un besoin urgent. Cependant, cet aspect n'est pas pertinent s'agissant du financement par des ressources de la Coopération au développement (CD) et de la poursuite des objectifs de développement durable (ODD). Les auteures de la Banque mondiale Tinsley et Agapitova (2018) posent une définition où l'impact social tient une place centrale : « *Social enterprises are defined as private for-profit, nonprofit, or hybrid organizations that use business methods to advance their social mission.* »

Une définition concise et utile pour cette étude est fournie par l'approche américaine, qui définit les entreprises sociales comme « *organizations that advances their primary social or environmental missions using business methods* » (des organisations qui font progresser leurs missions sociales ou environnementales en utilisant des méthodes commerciales) (Social Enterprise Alliance 2013 in Liu 2019). L'entreprise a donc pour but la mise en œuvre d'une mission sociale (ou environnementale) et ne poursuit aucun objectif de profit privé. Les excédents sont réinvestis essentiellement dans des objectifs sociaux, plutôt que de servir à maximiser les profits des actionnaires et des propriétaires (cf. Bull/Ridley-Duff 2019). Selon Tsai, Hung/Yang (2020), avec l'essor des entreprises sociales, les frontières entre la société et l'économie s'estompent à mesure que l'innovation sociale et les entreprises sociales modifient le concept de l'organisation à but non lucratif. Cela s'explique principalement par le fait que les entreprises sociales créent un équilibre entre la génération de profits et les objectifs sociaux (Murphy / Kornetsky / Nixon 2021).

Un aspect qui est largement absent des définitions est celui de la forme de l'entreprise. Dans le contexte du soutien à la politique de développement, cependant, la structure de propriété et la mobilité possible des actions de l'entreprise sont cruciales. Du moment où il est possible pour des particuliers ou des actionnaires de vendre librement leurs actions et de tirer ainsi profit de l'investissement, il existe de bonnes raisons de situer une telle entreprise, même à forte orientation sociale, dans le domaine de la promotion du secteur privé. Autrement, les fonds publics aident à développer et à construire de vastes réseaux de distribution d'une entreprise, laquelle peut éventuellement changer de propriétaire ultérieurement et, le cas échéant, réduire son orientation sociale. Comparé aux entreprises à but lucratif, les entreprises sociales ont plus de possibilités d'obtenir un financement, parce qu'en plus des investisseurs classiques et des prestataires de services financiers, elles peuvent également recourir à des fonds publics ou à des dons venant de fondations, et qu'elles bénéficient souvent de meilleures conditions (cf. Liu 2019). Il en résulte le risque que les entreprises sociales exploitent ce statut.

Pour le rapport ci-après et les mesures de soutien à l'agriculture au sein de la CD, d'autres critères seront pris en considération en vue d'affiner la sélection des cas et de mieux classer les entreprises sociales. Smith et Darko (2014) ont identifié quatre différences par rapport à une entreprise classique, dont au moins une, doit s'appliquer pour considérer une entreprise sociale en tant que telle :

1. Partage des excédents avec les personnes du groupe cible en faisant d'elles des copropriétaires
2. Maintien délibéré des excédents à un faible niveau afin de favoriser des prix plus bas, des salaires plus élevés, de meilleurs prix d'achat, etc.
3. Financement croisé d'un groupe spécifique de client-e-s afin d'avoir un impact social sur eux

4. Utilisation sur le long terme de subventions de gouvernements, de donateurs, d'ONG, etc. afin d'établir un modèle d'affaires qui, autrement, ne serait pas rentable.

2.2 Mesure de l'impact des entreprises sociales

Une analyse de l'impact social est essentielle pour évaluer une entreprise dans le contexte de la politique de développement. Rogerson et al. (2013) utilisent pour cela deux indicateurs : la portée (*reach*) et la profondeur (*depth*). Deux autres indicateurs y ont été ajoutés pour les besoins de la présente étude : la qualité et les externalités. Cet ajout est nécessaire parce que la littérature existante sur les entreprises sociales est essentiellement axée sur les entreprises à structure de propriété. Étant donné que myAgro est enregistré en tant qu'ONG et bénéficie du soutien de nombreux donateurs, les critères d'évaluation du modèle devraient être élargis et se concentrer encore plus sur l'impact social, car avec le financement par des fonds de la CD, l'obligation de rendre des comptes augmente également. L'indicateur Qualité permet d'évaluer l'approche, en particulier pour sa classification dans les débats sur le soutien de l'agriculture dans le cadre de la politique de développement. L'indicateur Externalités permet de mettre en lumière l'approche soutenue par les donateurs dans le contexte d'un développement économique durable et de comprendre les entreprises sociales en tant qu'acteurs non seulement de la CD, mais aussi du marché.

Portée

Une force des entreprises sociales par rapport aux projets classiques de politique de développement réside dans leur "scalabilité", c.-à-d. leur capacité de mise à l'échelle par une approche entrepreneuriale. Cela permet, en règle générale, d'atteindre un nombre beaucoup plus important de personnes, en particulier dans le secteur agricole. En plus du nombre total, la portée inclut également le groupe cible avec cette question : les activités d'une entreprise sociale sont-elles en mesure d'atteindre les pauvres et les plus pauvres d'une société ? Étant donné que les entreprises sociales partent du principe que les groupes vulnérables sont tout à fait capables de réunir de petites sommes pour financer les services nécessaires, cela devrait également se refléter dans la clientèle :

„It should also ideally contain at least the same share of poor people as the region or country as a whole, a measure that helps identify how well the SE focuses on supporting the most disadvantaged group“ (ebd.)

Profondeur

Étant donné que les entreprises sociales aspirent à un modèle économique, il leur est beaucoup plus difficile d'offrir des services de soutien aussi approfondis que ceux des ONG ou d'un projet de CD. Lors de l'évaluation des modèles d'entrepreneuriat social, il est donc particulièrement intéressant de déterminer dans quelle mesure les client-e-s peuvent influencer positivement les difficultés économiques et sociales et si une entreprise sociale peut les soutenir dans leur affranchissement durable de la pauvreté. Cette ambition dépend certainement très largement des produits et des services proposés par une entreprise sociale et de la mesure dans laquelle cette entreprise revendique une approche de soutien holistique pour elle-même. Dans le domaine de l'agriculture, il est également décisif de déterminer dans quelle mesure l'approche interfère avec les structures existantes, les chaînes de valeur, les formes d'organisation, etc.

Qualité

En référence au point précédent, il est également pertinent pour l'évaluation des approches des entreprises sociales – si en plus de la quantification de l'impact, celui-ci est également examiné d'un point de vue qualitatif – de déterminer quelles sont les stratégies de soutien des groupes vulnérables. Dans le domaine de la promotion agricole, chaque acteur a une responsabilité tant au niveau budgétaire qu'au niveau sectoriel et social. Des gains rapides (*quick gains*) à l'échelle des ménages peuvent entraîner des conséquences négatives sur le long terme, tant pour les ménages que pour la société, comme p. ex. les incitations à passer à une agriculture à plus forte intensité d'intrants. Ce point nécessite des analyses très contextuelles et aussi de maintenir une balance constante entre les trois composantes mentionnées, qui ne vont pas toujours de pair.

Externalités

En particulier la prise en compte sectorielle des activités d'une entreprise sociale peut entraîner des externalités. Les entreprises sociales, quel que soit le marché dans lequel elles évoluent, sont en concurrence avec les entreprises (locales et nationales) du secteur privé. Le pouvoir commercial d'une entreprise sociale, qui peut se permettre de fonctionner avec une rentabilité limitée et amortir les chocs économiques grâce au soutien de donateurs, peut pousser d'autres acteurs hors du marché.

Au lieu des critères (qualitatifs) énumérés, les entreprises sociales utilisent très souvent la valeur du *Social Return on Investment* (SROI) (retour sur investissement social) afin de rendre leur impact social mesurable et d'être responsabilisées vis-à-vis des investisseurs et des donateurs. Le SROI décrit l'impact social et économique qu'engendre chaque dollar investi au niveau du groupe cible. Le problème ici est le manque de comparabilité entre les entreprises sociales et les systèmes de suivi et d'indicateurs non unifiés, qui finissent par donner la même valeur (cf. Arvidson et al. 2013). Les augmentations de revenus à l'échelle des ménages doivent être évaluées avec un certain degré de précision, même si la mise à disposition de produits, p. ex. de matériel agricole, ne génère pas d'avantages sociaux ou économiques directs, mais indirects. Il n'existe pas de critères clairement définis pour mesurer cet effet, de sorte que les entreprises sociales ont une importante marge de manœuvre pour les calculer généreusement (cf. *ibid.*). Le calcul de ces effets indirects et leur incorporation dans le SROI constituent une approche légitime et couramment utilisée (cf. Arvidson et al. 2013), mais font du SROI une valeur artificielle. Les aspects qualitatifs ne peuvent pas être inclus dans un seul indicateur.

Si l'on se concentre sur le SROI, en particulier pour évaluer l'éligibilité d'une entreprise sociale à des fonds de financement, les domaines d'activité non rentables deviennent problématiques pour une entreprise soutenue par des donateurs. S'il s'agit de maintenir le SROI aussi élevé que possible afin d'avoir le plus d'impact possible sur les donateurs, les entreprises sociales ne seront pas en mesure de maintenir les domaines d'activité non rentables tels que le conseil agricole, quels que soient les avantages qu'il apporte au plan social. Dans le domaine de l'agriculture, par exemple, les assurances jouent un rôle important, en particulier pour l'augmentation de la résilience des ménages. Cependant, il est extrêmement difficile de les mettre en œuvre de manière rentable, en particulier dans le cas des petits ménages paysans (cf. Surminski et al. 2016). Ainsi, les approches holistiques de soutien à l'agriculture sont potentiellement désavantagées, car elles sont très susceptibles de présenter un SROI plus faible que les entreprises qui se concentrent sur une chaîne de valeur et ne couvrent qu'une petite partie au sein de celle-ci (p. ex. l'approvisionnement en intrants), et cela même si du point de vue des ODD, l'approche holistique est potentiellement plus digne d'être soutenue.

2.3 Entreprises sociales soutenues par des donateurs

Dans leur analyse des entreprises sociales soutenues par des banques de développement, des institutions internationales et des organisations d'aide au développement issues des pays du Nord, Hoyos/Angel-Urdinola (2019) montrent que les entreprises sociales sont généralement financées par un mélange de prêts et de subventions. Les entreprises sociales sont souvent actives dans le domaine du conseil et de la formation, mais avant tout dans la fourniture de services financiers en Asie du Sud ou en Afrique, c.-à-d. dans les régions où les taux de pauvreté sont les plus élevés. Une grande partie des entreprises sociales examinées sont des ONG qui sont soutenues dans leur transformation en une entreprise sociale (ibid.). Même si les modèles d'affaires de ces entreprises sociales diffèrent fortement de ceux du secteur agricole, il est possible d'en tirer des conclusions générales pour le financement des entreprises sociales. La promotion d'entreprises sociales qui fournissent des services aux couches les plus pauvres de la population implique des risques financiers importants. Étant donné que les entreprises sociales opèrent généralement dans des secteurs d'activité qui évitent les acteurs du secteur privé ou qu'elles réagissent à une défaillance du marché, elles auront beaucoup plus de mal à atteindre une certaine rentabilité. Toutefois, la promotion des entreprises sociales permet de tester des approches potentiellement novatrices que le secteur privé ne serait pas prêt à financer (ibid.). L'impact social des entreprises sociales bénéficiant d'un soutien financier est difficile à évaluer, car les évaluations et les analyses d'impact font défaut. En l'occurrence, il est impossible de dire clairement si cela est dû à un manque d'outils d'analyse ou simplement à un trop faible intérêt de la part des investisseurs. Quoi qu'il en soit, on ne peut pas dire grand-chose des avantages de la promotion des entreprises sociales par rapport aux modèles classiques de CD (ibid.).

Le principal intérêt de la promotion des entreprises sociales réside dans l'hypothèse que les organisations qui travaillent selon les principes de l'économie de marché sont mieux à même de répondre aux besoins du groupe cible et parviennent à inclure ce groupe dans le marché (cf. Rogerson et al. 2014). 2014). En outre, il est probable que la promotion des entreprises sociales soit une méthode économiquement très efficace pour mettre en œuvre certains objectifs axés sur la lutte contre la pauvreté, puisque le groupe cible couvre lui-même une partie des coûts, tandis que les projets de CD bilatéraux ou les ONG doivent être entièrement financés. Il n'est donc pas toujours nécessaire qu'une entreprise sociale se maintienne sur le long terme, tant que les coûts de financement restent inférieurs à ceux d'une mise en œuvre par une organisation tierce. Cependant, cette hypothèse ne peut pas être vérifiée tant qu'on ne dispose pas d'un autre modèle comparable. Les systèmes de suivi dans le secteur public sont très différents des approches du secteur privé en matière de *continuous learning* (apprentissage continu) (ibid.). En l'absence d'approches comparables en matière de mesure d'impact, il est difficile de déterminer si l'approche de l'entrepreneuriat social financé par des donateurs est, d'une part, plus rentable et si d'autre part, elle correspond aux directives de politique de développement de l'institution donatrice (ibid.).

3. Le modèle myAgro dans le contexte de la situation socio-économique du Mali

3.1 Le modèle myAgro²

myAgro est une entreprise sociale du secteur de la promotion agricole créée en 2012 en vertu de la loi américaine et enregistrée en tant qu'ONG en Californie / ÉTATS-UNIS. La mission de myAgro est d'aider les agriculteurs·trices à s'affranchir de la pauvreté. Pour ce faire, elle propose un concept qui combine d'une part la fourniture de semences et d'engrais de qualité grâce à un système d'épargne spécifique, et d'autre part des services de formations agricoles et la vente de machines et outils agricoles.

L'entreprise myAgro a été créée par Mme Anushka Ratnayake, une ancienne collaboratrice de l'entreprise sociale One Acre Fund,³ basée au Kenya. L'idée de myAgro lui est venue au Kenya, où elle a pu observer que les agriculteurs avaient beaucoup de mal à financer leurs intrants agricoles parce qu'ils ne pouvaient pas payer une somme importante en une seule fois. Alors que presque tous les produits de la vie quotidienne pouvaient être achetés en petites quantités pour de petites sommes d'argent, cela n'était pas possible pour les semences et les engrais, avec pour conséquence que de nombreux ménages paysans ne pouvaient pas se payer d'engrais de bonne qualité, qui coûte plus cher.

Par conséquent, myAgro a développé un système qui permettrait aux agriculteurs d'effectuer leurs paiements par étapes pour financer les engrais et les semences de bonne qualité, et l'a testé pour la première fois en 2011 avec 240 petits producteurs et productrices au Mali.

Le principe de l'approche myAgro est que les agriculteurs et agricultrices décident d'abord d'acheter l'un des différents paquets proposés et payent ensuite petit à petit l'argent du paquet choisi jusqu'à la livraison des intrants. Le paiement est matérialisé par l'achat de cartes à gratter (*scratch cards*) qui portent un code d'identification unique. Ainsi, les sommes épargnées sont déposées sur le compte du producteur et enregistrées sur des téléphones portables. Cette méthode innovante est appelée *Mobile Layaway System*, ce qui signifie qu'il existe un accord entre le vendeur et l'acheteur selon lequel le vendeur réserve un article à l'acheteur jusqu'à ce que ce dernier ait effectué tous les paiements nécessaires à cet effet.

L'objectif de myAgro est d'augmenter les revenus d'un million de petits producteurs et productrices de 1,50 USD par jour d'ici à 2026. Un autre indicateur important est le *retour sur investissement social*, ou SROI (*Social Return on Investment*), qui permet de déterminer ce que chaque dollar philanthropique investi apporte par producteur/productrice. Le SROI de myAgro est de 4,90 USD (par producteur).

myAgro est également présent au Sénégal et en Tanzanie. Là-bas, l'approche et les activités sont similaires à celles mises en œuvre au Mali, mais la proportion de femmes parmi les clients est beaucoup plus faible dans ces deux pays et n'est actuellement que de 30% en Tanzanie par exemple.

² Les informations contenues dans ce paragraphe sont basées sur <https://www.myagro.org/gallery/> et sur <https://borgenproject.org/tag/mobile-layaway/>.

³ Voir à ce sujet l'étude AVE 29 de Rieber, Kiplagat et Gaesing (2022).

3.2 Activités de myAgro au Mali⁴

myAgro a démarré ses activités au Mali en 2012. Le nom utilisé au Mali pour myAgro est *ng'aSènè*. Le programme au Mali est financé à hauteur de 12 millions d'euros par la KfW dans le cadre de l'initiative spéciale SEWOH du BMZ « EINE WELT ohne Hunger » (un monde sans faim). Ces fonds permettent l'extension et l'activation des activités commerciales de myAgro au Mali et potentiellement dans d'autres pays d'Afrique subsaharienne.

Selon une étude d'impact menée par myAgro en 2020⁵, l'entreprise comptait environ 54 000 client·e·s au Mali, dont 80% de femmes. La majorité des producteurs/productrices (70%) ont acheté le paquet d'intrants pour la culture d'arachide, 23% le paquet pour le sorgho et 5% le paquet pour le maïs. Des enquêtes menées par l'organisation ont montré que les petits producteurs ont pu, grâce aux activités de myAgro, augmenter leurs recettes quotidiennes de 19% en moyenne par rapport aux ménages non-clients et qu'ils disposaient de 88% de nourriture en plus issue de leur propre production. Dans sa gamme de produits, myAgro accorde une attention particulière aux cultures riches en nutriments et privilégie ainsi l'arachide et le gombo (okra) au maïs. Ce faisant, l'entreprise se démarque explicitement d'autres entreprises sociales, comme le One Acre Fund en Afrique de l'Est ou Babban Gona au Nigeria, qui favorise uniquement la production de maïs. Chaque paquet myAgro comprend l'ajout gombo, destiné à augmenter le revenu des producteurs. Pour la campagne 2021/22, du niébé (cornille), une légumineuse très riche en nutriments, sera également ajouté à certains paquets afin d'aider les client·e·s à générer un revenu supplémentaire⁶.

Au moment de notre enquête, myAgro proposait différents paquets au Mali ; les prix des paquets pour la culture de l'arachide sont indiqués ci-après à titre d'exemple.

- 0,125 ha : 28 000 FCFA ;
- 0,25 ha : 48 000 FCFA ;
- 0,5 ha : 82 000 FCFA ;
- 1 ha : 145 000 FCFA⁷.

La prise de contact avec les producteurs et productrices d'un village se fait par le biais d'un vaste réseau d'*entrepreneurs villageois* (VE), qui sont des personnes originaires des villages dans lesquels myAgro opère ou souhaite agir. Les candidats retenus reçoivent une formation de six semaines sur les approches, les offres et les services de myAgro. En 2021, selon des rapports de myAgro, 949 VE ont ainsi été formés. myAgro dispose également d'un certain nombre d'agents agricoles dont le rôle est de former les producteurs sur les techniques agricoles recommandées par l'entreprise. Les formations portent sur différents sujets dont le semis en ligne, le microdosage, les méthodes d'application de l'engrais et l'utilisation du compost. Les modules de formation indiquent également qu'une formation complémentaire est dispensée sur l'utilisation du compost et les mesures de conservation des sols et de l'eau. Toutefois, les agriculteurs·trices que nous avons interrogés n'ont pratiquement pas mentionné ce type de techniques.

⁴ Informations basées sur des entretiens avec des managers de myAgro et sur des rapports disponibles à l'adresse <https://www.myagro.org>.

⁵ MyAgro (2021) : Quarterly Report (Rapport trimestriel) FY 2021 Q1 & Q3, New York.

⁶ Au cours de l'étude de terrain au Mali, l'équipe de recherche a été informée que du niébé était distribué en complément aux client·e·s qui, avec l'aide des produits de myAgro, avaient augmenté leur surface cultivée par rapport à l'année précédente.

⁷ Le taux de change en novembre 2021, c'est-à-dire au moment de l'étude, était de 1 euro = 656 FCFA.

Fig. 1 : Cartes à gratter pour l'achat de paquets d'intrants myAgro



3.3 Situation socio-économique et pauvreté au Mali

L'entreprise sociale myAgro opère au Mali dans un environnement où 47,2% des plus de 20 millions d'habitants⁸ vivent en dessous du seuil de pauvreté.⁹ Selon le Multidimensional Poverty Index (indice de pauvreté multidimensionnel), ils sont même 68,3%.¹⁰ Selon la Banque mondiale, le taux de pauvreté était de 47,2% entre 2011 et 2015 en raison de la situation sécuritaire difficile. Il s'est amélioré en 2019, passant à 42,3% en raison de récoltes record dans la production agricole, mais a de nouveau augmenté de 5% en 2020¹¹ en raison d'une crise politique.

La pandémie de COVID-19 a également sévi au Mali. La Banque mondiale estime notamment que le taux de pauvreté augmentera de 4,8% en 2022 des suites de la crise sanitaire liée au coronavirus. Elle indique aussi qu'en raison de la réduction des transferts de fonds (*remittances*) de la part des migrant-e-s, de l'augmentation du coût de la vie et des pertes de revenus, environ 900 000 personnes seraient retombées dans la pauvreté.¹²

Le *dependency ratio* (taux de dépendance) est également très élevé (98,0), ce qui, au Mali, est essentiellement dû au *youth dependency ratio*, qui est de 93,1 (CIA World Factbook 2020).¹³ La

⁸ Selon les estimations de la Banque mondiale, la population du Mali s'élevait à 20 250 835 habitants en 2020 (<http://hdr.undp.org/en/countries/profiles/MLI>).

⁹ <https://www.worldbank.org/en/country/mali/overview#1>

¹⁰ <http://hdr.undp.org/en/countries/profiles/MLI>

¹¹ <https://www.worldbank.org/en/country/mali/overview#1>

¹² <https://gho.unocha.org/mali>

¹³ Le *dependency ratio* mesure le nombre de personnes inactives (enfants jusqu'à 15 ans et personnes âgées de 65 ans et plus) qui dépendent de la population active. Plus ce taux est bas, moins il y a de personnes dépendantes de la population active. En comparaison, en 2020, ce taux était de 69,8 au Kenya, de 55,7 au Cambodge et de 55,4 en Allemagne, qui compte une forte proportion de personnes âgées (<https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/mali/#people-and-society>).

croissance démographique de 2,97% et le taux de natalité de six enfants par femme sont également assez élevés comparé à d'autres pays d'Afrique (ibid.).

55,3% de la population malienne vivent aujourd'hui en milieu rural, contre 73% en 1998 (cf. Les Editions Jeune Afrique 2001). La majeure partie de la population vit dans le sud du pays, dans les régions frontalières avec le Burkina Faso et la Côte d'Ivoire, où les conditions agricoles sont relativement bonnes: la pluviométrie annuelle atteint 1300 mm à la frontière ivoirienne, 1100 mm dans les régions de Bougouni et Sikasso, 900 mm à Bamako et environ 700 mm entre Ségou et Mopti ; la saison des pluies va de mai à octobre (au sud de Bamako, elle commence dès le mois de mars) (cf. Les Editions Jeune Afrique 2001).

En 2020, le Mali se classait en 184^e position (sur 188 pays) pour l'indice de développement humain, (Human Development Index)¹⁴ ce qui en fait l'un des pays les plus pauvres du monde. L'insécurité alimentaire est l'un des problèmes majeurs de la population malienne. Selon le World Food Programme (programme alimentaire mondial), 19% des ménages sont en situation d'insécurité alimentaire.¹⁵ À l'est du pays, dans les régions de Mopti et de Gao, marquées par des problèmes sécuritaires et des flux de migration internes, la proportion de la population en situation d'insécurité alimentaire est encore plus élevée (respectivement 34% et 28,4%). D'autres sources évoquent même 63% de ménages en situation d'insécurité alimentaire en mai 2020, dont 12% seraient en situation d'insécurité alimentaire très grave (Banque mondiale 2021: 35). Le Programme alimentaire mondial indique que 30,4% des enfants de moins de cinq ans souffrent de malnutrition chronique, ce qui entraîne des retards de croissance (*stunting*) (cf. note de bas de page 14).

L'agriculture, l'agropastoralisme et l'élevage nomade constituent la base vitale de 80% des ménages au Mali (FAO 2017: 4), le coton étant la principale culture commerciale (*cash crop*) et le riz, le maïs, le mil et le sorgho les principales cultures vivrières. La Compagnie Malienne pour le Développement des Textiles (CMDT), une compagnie d'état, a pour mission de promouvoir la culture du coton au moyen d'engrais subventionnés et sa commercialisation par le biais de coopératives. Selon la FAO (2017), les défis posés à l'agriculture malienne résident principalement dans les secteurs des nouvelles technologies, de l'irrigation, des installations de stockage et infrastructures privées, et des fluctuations des prix.

Les sols sont en grande partie dégradés du fait de pratiques culturales qui ne favorisent pas la rétention d'eau dans le sol. Cela contribue à aggraver la pauvreté et l'insécurité alimentaire.¹⁶ La surexploitation et la lixiviation des sols au Mali sont également exacerbées par le fait que pendant des décennies, les cultures sur terres arables ont été préférées au nomadisme. Des groupes de populations nomades ont également été poussés à se sédentariser, augmentant localement la pression sur le sol et l'eau (cf. Bliss / Gaesing 1992).

En milieu rural, la CMDT est le principal fournisseur de services financiers. Selon Diamontene / Jatoo (2020: 462), 53,47% des emprunteurs maliens obtiennent leurs prêts chez la compagnie nationale cotonnière. Les emprunteurs restants obtiennent leurs prêts généralement par des sources financières informelles (30,88%), dont 13,65% auprès d'un autre membre du ménage, 1,79% par le biais d'associations rotatives d'épargne et de crédit, ou *tontines*, 11,19% auprès de coopératives et 4,25% par d'autres sources de financement informelles. Seulement 10,96% des prêts ont été accordés par des instituts financiers du secteur

¹⁴ <http://hdr.undp.org/en/countries/profiles/MLI>

¹⁵ <https://www.wfp.org/countries/mali>

¹⁶ <http://www.fao.org/3/ca9193en/ca9193en.pdf>

formel, dont 8,72% par des institutions de microfinance (IMF) et des banques rurales, et 2,24% par des établissements bancaires conventionnels.

La Banque Nationale du Développement Agricole (BNDA) propose des services adaptés aux régions rurales. Selon les informations fournies par des cadres supérieurs du siège central à Bamako,¹⁷ la BNDA utilise deux modèles de financement différents : les prêts via des coopératives ou les prêts individuels. La BNDA garantit sa portée dans les régions rurales par le biais de 46 filiales réparties dans tout le pays. Jusqu'à aujourd'hui, elles transmettent les demandes de crédit à la centrale à Bamako pour les faire évaluer, mais les directeurs de filiales devraient posséder un plus grand pouvoir décisionnel à l'avenir. En outre, la BNDA dispose d'une équipe de consultants ruraux qui fournissent des conseils et recrutent de nouveaux clients sur place et, si besoin, effectuent un contrôle des champs utilisés comme garanties. La BNDA facture 10% d'intérêt sur un prêt.

Les groupes informels et rotatifs d'épargne et de crédit sont très courants en Afrique, et surtout parmi les femmes. En règle générale, entre 10 et 20 femmes se réunissent en un groupe et, selon leurs propres modalités, effectuent des versements hebdomadaires ou mensuels d'un certain montant dans une caisse d'épargne commune, laquelle est conservée par un trésorier ou une trésorière désignée par le groupe. Selon les modalités définies, un membre reçoit la totalité du montant collecté à la fin d'un mois (ou cycle d'épargne), et peut ainsi couvrir les dépenses de son ménage ou encore financer la création/l'expansion d'une autre activité génératrice de revenus (cf. Gaesing 2001).

Il ne faut pas non plus négliger le capital social ainsi constitué par le groupe entre personnes pauvres. Comme ils se réunissent régulièrement, les membres se connaissent tous personnellement et s'entraident dans les situations d'urgence. Par exemple, les membres peuvent retirer de l'argent de la caisse en cas de maladie ou de funérailles, ou encore prolonger un prêt de quelques semaines s'ils ont des difficultés de paiement et cela, sans conséquences financières négatives. L'approche situationnelle et l'empathie du groupe imposent de faire une nette distinction entre les mécanismes d'épargne et de crédit de l'auto-organisation paysanne et les prestataires de services financiers extérieurs, qu'ils soient du secteur formel ou informel. Cela explique que ces associations (féminines) revêtent une importance particulière pour les groupes de populations vulnérables (cf. Bruchhaus 2016, Koumaré 2018, Wichterich 2015). Gaesing / Gutema (2019) rapportent qu'en Éthiopie, certains groupes (ou tontines) réservent explicitement une partie du montant de l'épargne à des fins sociales. Koumaré (2018) fait le même constat pour le Mali.

¹⁷ Interview du 09/11/2021.

4. Méthodologie de l'étude

L'étude présentée ici a été conçue comme une étude tandem et réalisée par Karin Gaesing et Arne Rieber pour le compte de l'INEF en novembre 2021. L'équipe de recherche a travaillé en tandem avec deux experts locaux, le Dr Mamadou Koumaré et Yacouba Zanga Koné. Des entretiens avec des experts ont d'abord été menés conjointement à Bamako, puis les instruments de recherche ont été testés et améliorés, des intervieweurs ont été formés et des enquêtes préalables réalisées dans les villages. Après le départ de l'équipe de recherche de l'INEF, les deux experts maliens ont poursuivi l'étude de leur propre chef.

La recherche comprenait trois méthodes qui ont été utilisées pour se compléter et pour trianguler les données. Avec l'aide de six intervieweurs (trois hommes, trois femmes), une enquête auprès des ménages a été réalisée à l'aide d'un questionnaire standardisé. Les ménages interrogés ont été choisis au hasard. L'enquête s'adressait aussi bien aux ménages qui participent aux activités de myAgro qu'à ceux qui n'y participent pas ou plus. Les thèmes du questionnaire étaient axés sur la composition des ménages, les actifs (*assets*), la propriété foncière et l'élevage, les activités générant des revenus (en particulier l'agriculture), les motivations et les avantages d'une participation à myAgro ainsi que les raisons d'arrêter ou de ne pas participer, les effets de *spill-over* (effets de débordement) générés par les activités myAgro et une estimation de la situation socio-économique et alimentaire. Les 586 participants à l'enquête auprès des ménages sont répertoriés au Tableau 1 pour les deux régions d'investigation, Koulikoro et Sikasso.

Tab. 1 : Enquête auprès des ménages : participants par région

| Région d'étude | Client-e myAgro | Non-client-e myAgro | Total |
|----------------|-----------------|---------------------|-------|
| Sikasso | 316 | 193 | 509 |
| Koulikoro | 42 | 35 | 77 |
| Total | 358 | 228 | 586 |

En outre, un total de 15 discussions en focus group (FGD) ont été organisées, dans les mêmes villages où les enquêtes auprès des ménages ont été menées. Neuf groupes de discussions étaient composés uniquement de femmes, quatre uniquement d'hommes, et deux ont eu lieu avec des groupes mixtes. Au cours de ces FGD, les villageois et villageoises devaient s'exprimer sur les approches, les activités et les offres de myAgro et donner leur propre évaluation des effets positifs et négatifs du programme. En outre, une analyse des recettes et des dépenses a été effectuée à partir des méthodes de l'évaluation rurale participative (PRA), ou *Participatory Rural Appraisal* (voir Figures 2 et 3).

Fig. 2 : Analyse des recettes et dépenses à l'occasion d'une FGD



Fig. 3 : Résultat d'une analyse des recettes



La troisième méthode utilisée était celle de l'entretien intensif d'après un guide d'entretien, qui a été menée auprès de 15 femmes et 17 hommes. Ces 32 entretiens ne concernaient que les membres de myAgro et comprenaient des questions sur la composition du ménage, sur les sources de revenus et les dépenses du ménage, ces dernières ayant été quantifiées par les répondants sur une base annuelle. Les personnes interrogées devaient également livrer leur opinion personnelle concernant les effets bénéfiques et les défis posés par myAgro.

Plus de la moitié des ménages interrogés étaient polygames. Cet aspect n'est pas sans importance pour la collecte des données dans la mesure où les femmes, en règle générale, ne peuvent fournir des informations précises que sur leurs propres revenus et activités, pas sur ceux des autres épouses ou de leur mari. En revanche, les maris ont une bonne vue d'ensemble sur les terres qu'ils cultivent eux-mêmes et celles de leurs épouses, étant donné qu'en général, les femmes se sont vu offrir un champ par leur mari pour leurs propres cultures. Toutefois, s'agissant des autres activités économiques de ses épouses, le mari ne possède très souvent que très peu d'information. On observe également une tendance au sein de ces familles à ne pas parler ouvertement de ses propres revenus à tout le monde.

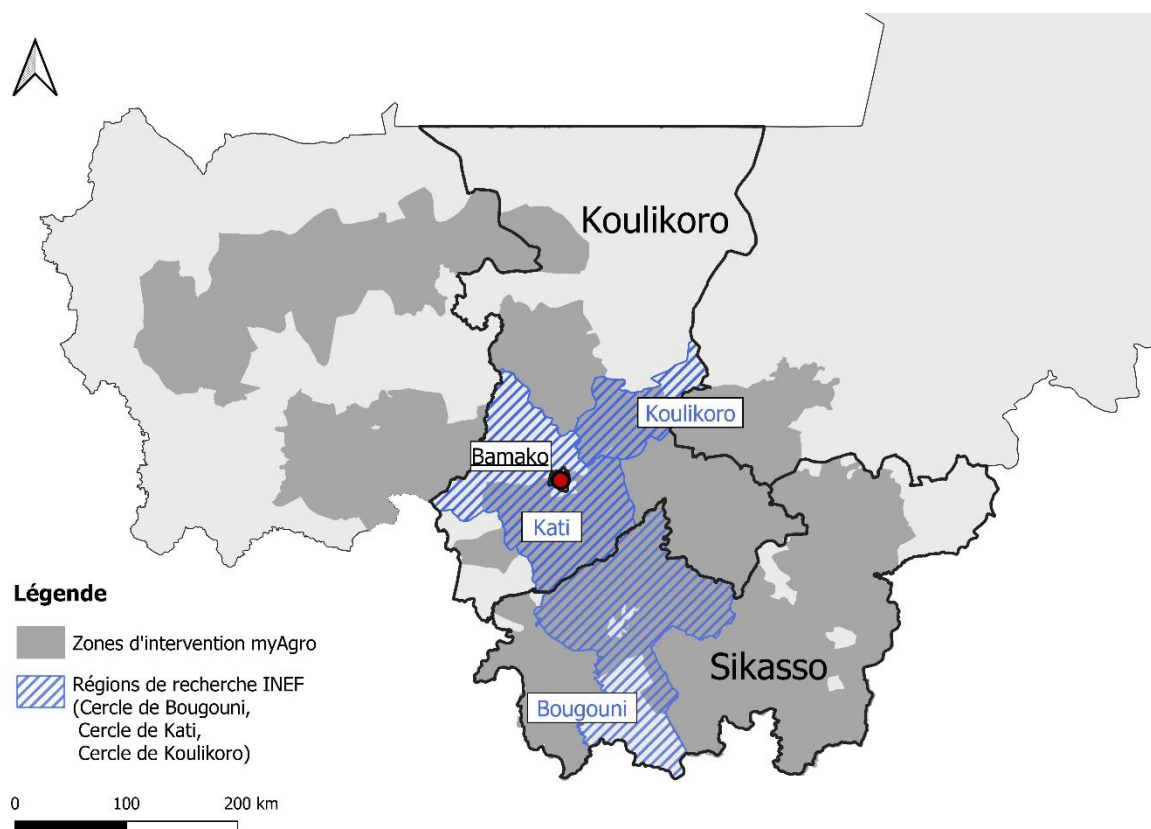
Par triangulation des données réunies au cours des enquêtes quantitatives, des groupes de discussion focus où hommes et femmes étaient séparés, et des entretiens intensifs avec des hommes et des femmes, il est possible – également dans la situation décrite plus haut – de dresser un bilan relativement fiable des activités économiques des ménages ainsi que des recettes et des revenus générés.

5. Résultats de l'enquête

5.1 Conditions de vie des populations dans la zone d'enquête

Les enquêtes de terrain ont eu lieu après concertation avec les responsables de la KfW et de myAgro sur la situation en matière de sécurité et sur les activités du projet dans les régions de Koulikoro et de Sikasso. Les villages choisis pour les investigations sont situés dans deux régions administratives du Mali, Koulikoro et Sikasso, dans les *cercles* de Koulikoro et de Kati (commune de Bancoumana) pour les uns, et dans le *cercle* de Bougouni (commune de Bougouni) pour les autres (voir la Fig. 4).¹⁸ Sur le plan du climat, les deux régions offrent des conditions comparables, avec des précipitations d'environ 900 à 1100 mm par an, même s'il y a un peu plus de pluies à Bancoumana qu'à Bougouni. La vraie différence, cependant, est que la région de Sikasso, où se trouve la commune de Bougouni, appartient à la zone d'intervention de la CMDT, ce qui signifie que la culture du coton y occupe une place importante, en particulier pour les hommes.

Fig. 4 : Zones d'investigation de l'étude au Mali



Source : Carte réalisée par Fabio Pruß (juin 2022)

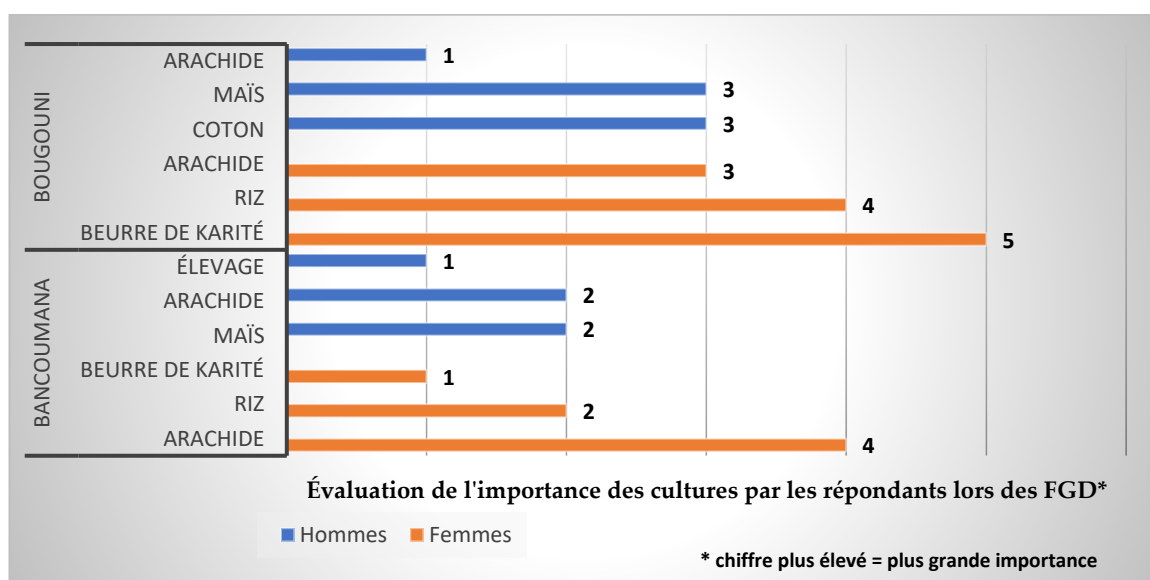
La taille moyenne des ménages interrogés est de 10,92 personnes. Les ménages composés de membres de myAgro sont légèrement plus grands (11,54 pers.) que les ménages de non-membres (9,95 pers.) (voir Tableau 2). En outre, la proportion de ménages polygames (68%) est plus élevée chez les membres de myAgro que chez les non-membres (49%).

¹⁸ Au Mali, la *région* est le plus haut niveau administratif après la *nation*. Vient ensuite le *cercle*, collectivité territoriale englobant plusieurs *communes*.

| Tab. 2 : Comparaison des caractéristiques des ménages | | |
|---|---------------------------|---------------------------------|
| | Ménages myAgro (N=358) | Ménages de référence (N=227) |
| Ø Personnes par ménage | 9,95 | 11,54 |
| Ø Terres en propriété (ha) | 12,36 | 9,99 |
| Terres en propriété (ha, médian) | 10 | 8 |
| Ø Terres en propriété (ha/pers.) | 1,23 | 1,19 |
| Niveau d'éducation secondaire ou + haut de l'homme | 7,0% | 8,8% |
| Niveau d'éducation secondaire ou + haut de la femme | 3,6% | 5,7% |
| Ménages possédant la TV | 56,9% | 50,2% |
| Ménages avec charrue | 84,9% | 80,0% |
| Ø Unité de bétail tropical (UBT) ¹⁹ | 9,65 | 6,69 |
| UBT médian | 4,45 | 3,17 |
| Ø UBT par personne | 0,97 | 0,79 |
| UBT médian par personne | 0,46 | 0,37 |

Les habitants des deux régions étudiées vivent principalement de l'agriculture, qu'ils combinent avec l'élevage. Les gens se plaignent que leurs sols sont épuisés (« *nos terres sont fatiguées* »). Les produits cultivés sont les mêmes dans les deux régions, mais dans des proportions légèrement différentes, comme le montre la Fig. 5.

Fig. 5 : Sources de revenus des femmes et des hommes par région



¹⁹ Pour l'étude, on utilise une valeur simplifiée de l'unité de bétail tropical (UBT), ou Tropical Livestock Unit, qui indique le nombre de têtes de bétail par ménage. Les facteurs de conversion sont de 0,7 pour les bovins, de 0,1 pour les chèvres et les moutons et de 0,01 pour les poulets.

À Bougouni, la présence de la CMDT est déterminante pour l'importance des différentes cultures. La CMDT favorise la culture du coton, une activité traditionnellement réservée aux hommes. Auprès de la CMDT, qui vend des engrais subventionnés aux agriculteurs, il est également possible d'acheter des engrais pour la culture du maïs. Cela explique que dans cette région, concernant les sources de revenus des hommes, le maïs se place en deuxième position après le coton.

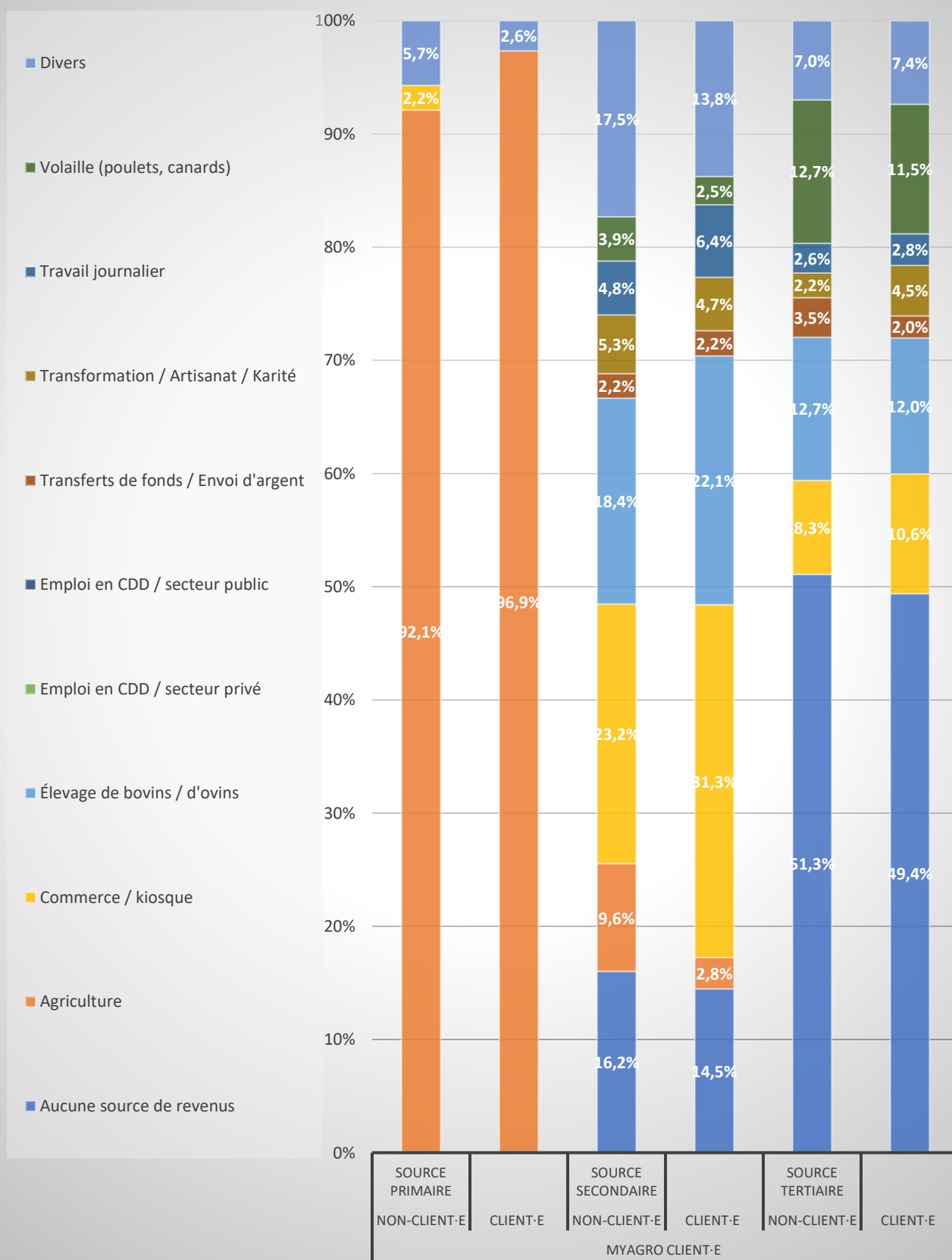
L'arachide, le riz et le maïs sont les cultures les plus importantes pour les familles, à la fois pour leur propre consommation et pour leurs revenus. Certains ménages tirent également des revenus de la vente de mangues, de pastèques et de légumes issus de la culture irriguée. À cela s'ajoute la vente de bétail, surtout pour les hommes. Les femmes réalisent une part importante de leurs recettes grâce à la vente de beurre de karité, produit à partir des noix de l'arbre de karité, très répandu dans les champs et la savane.²⁰ En outre, les femmes sont très actives dans les domaines de l'orpaillage, de la poterie et du commerce de détail (*petit commerce*).

Fig. 6 : Le décortiquage de l'arachide est organisé en groupes.



²⁰ Au sujet de la transformation des noix de karité, voir également Gaesing / Herold 2019.

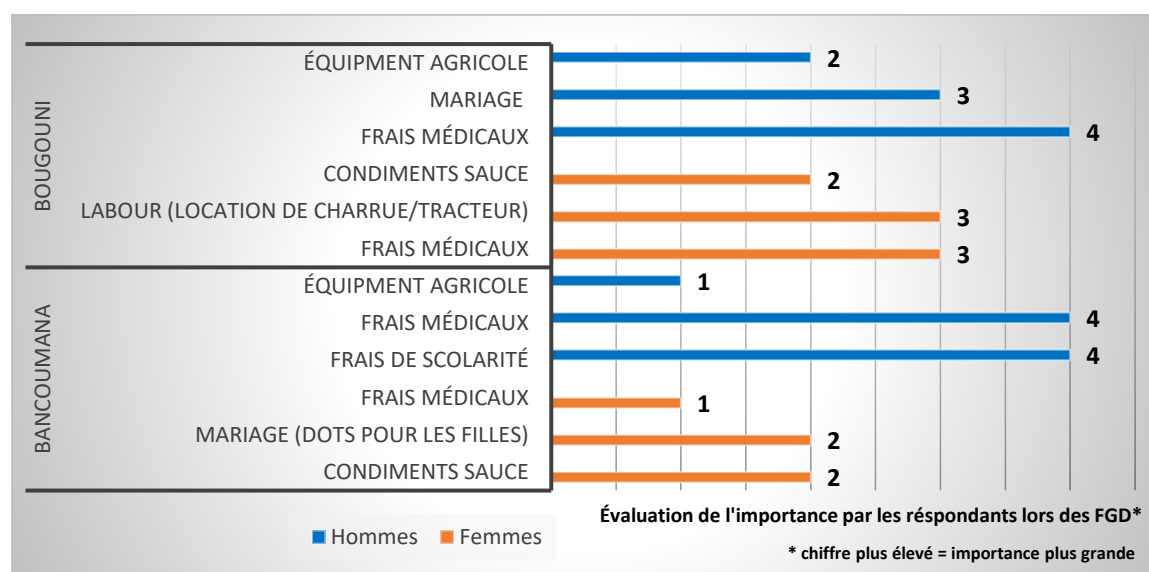
Fig. 7: Sources de revenus (en %) des clients de myAgro et des non-clients



L'enquête auprès des ménages a montré que 96% des ménages membres de myAgro citent l'agriculture comme principale source de revenu, contre seulement 91,1% des ménages de référence (voir Fig. 7). La diversification des sources de revenus n'a lieu que dans les activités secondaires et tertiaires. L'importance de l'élevage et du commerce est évidente, ces deux activités contribuant davantage aux revenus des ménages myAgro que des ménages qui ne travaillent pas avec myAgro. Mis en parallèle avec les informations recueillies au cours des FGD et des entretiens intensifs, cela peut être interprété comme signifiant que les ménages myAgro investissent leurs revenus additionnels dans l'élevage et/ou l'ouverture d'un commerce, ce qui leur permet de se constituer des garanties et de diversifier leurs sources de revenus de manière ciblée.

Les dépenses des ménages sont essentiellement dédiées aux ingrédients pour la préparation des sauces des repas quotidiens, aux traitements médicaux (principalement pour les enfants atteints de paludisme), aux mariages et à la production agricole (voir Fig. 8). Elles se répartissent différemment chez les hommes et les femmes, même si les époux s'aident souvent l'un l'autre. La préparation de la sauce quotidienne est généralement de la responsabilité des femmes, les frais médicaux sont couverts par les deux époux, et concernant les dépenses liées à l'agriculture, les hommes investissent généralement dans les champs familiaux, tandis que les femmes s'occupent de leurs propres champs. En ce qui concerne les frais de mariages, les femmes sont responsables de la dot de leurs filles, tandis que les dépenses des hommes concernent leur mariage avec une autre épouse.

Fig. 8 : Structure des dépenses des ménages par région et par sexe



En termes monétaires, les dépenses et les recettes sont à peu près équilibrées. L'enquête a montré que les répondants s'exprimaient généralement assez librement au sujet de leurs dépenses, alors qu'ils étaient très prudents quant à leurs revenus. Les raisons à cela sont culturelles. D'une part, les conjoints n'ont généralement pas de connaissance précise des revenus de leur partenaire, ce que Gaesing (2001) confirme également pour le Ghana. D'autre part, il existe une croyance répandue chez les Maliens selon laquelle le fait de divulguer le nombre de têtes ou les recettes réalisées avec la vente de bétail freinerait la croissance des bêtes.

Les revenus des ménages paysans évalués au cours des FGD et des entretiens intensifs varient entre 1 à 3 millions de FCFA pour les hommes et 800 000 à 2 millions de FCFA pour les femmes. Les dépenses sont estimées par les hommes et les femmes à peu près au même niveau que leurs revenus.

Pour un ménage moyen comprenant un mari, ses deux épouses et 7 enfants (soit environ 10 personnes) et en supposant un revenu de 2 millions de FCFA pour le mari et de 1 million de FCFA pour chacune des femmes, on obtient un revenu par habitant de 1,82 USD par jour. Les ménages de la région du projet vivraient par conséquent en dessous du seuil d'extrême pauvreté qui est de 1,90 USD par jour. Même si, du fait des impondérabilités mentionnées plus haut, nous considérons que les revenus des ménages mariés sont certainement un peu plus élevés, il est certain que très peu de ménages arrivent à se hisser au-dessus du seuil de pauvreté. Ainsi, myAgro atteint son groupe cible de ménages pauvres dans la zone d'investigation.

5.2 Les relations entre myAgro et ses client-e-s

Dans plus de la moitié (53,9%) des ménages myAgro interrogés, une personne est membre de myAgro. 27,1% des ménages comptent deux membres de myAgro et 7,3% trois ou plus. Dans 48 ménages, les deux conjoints sont membres de myAgro, tandis que dans 197 ménages, seule la femme est cliente. Il n'y a que 10 ménages où seul l'homme est membre. En conclusion, dans la zone d'étude, myAgro répond à son objectif d'atteindre une clientèle essentiellement féminine.

L'année du premier achat chez myAgro n'est pas la même pour tous les répondants, mais plus de 50% d'entre eux dans les deux régions sont des clients réguliers depuis 2017 ou avant.

54,7% des membres ont cité l'accès à de meilleurs intrants comme raison d'engager une relation d'affaires avec myAgro. 25,7% ont indiqué qu'ils avaient été motivés par la réussite d'autres membres de myAgro dans leur communauté, 7% parce qu'ils considèrent que c'est un moyen d'épargne sûr. 4,7% citent la participation à des formations agricoles et 7,8% ont indiqué d'autres raisons. Les raisons ayant motivé l'adhésion à myAgro diffèrent légèrement pour les hommes et les femmes, comme le montre le Tableau 3.

Tab. 3 : Raisons ayant motivé l'adhésion à myAgro

| | Homme et femme | | Femmes | | Hommes | |
|--|----------------|-------------|--------|-------------|--------|-------------|
| | Nombre | Pourcentage | Nombre | Pourcentage | Nombre | Pourcentage |
| Accès à de meilleurs intrants | 42 | 51,2% | 142 | 57,0% | 12 | 44,4% |
| Réussite d'autres membres de la communauté | 18 | 22,0% | 69 | 27,7% | 5 | 18,5% |
| Moyen d'épargne sûr | 8 | 9,8% | 13 | 5,2% | 4 | 14,8% |
| Conseil agricole / formations | 3 | 3,7% | 11 | 4,4% | 3 | 11,1% |
| Autres | 11 | 13,4% | 14 | 5,6% | 3 | 11,1% |

La grande majorité des client-e-s (78,7%) ont acheté des engrais pour la culture de l'arachide. Le gombo arrive en seconde position avec 38,2%, bien que les graines de gombo soient généralement ajoutées en complément à l'arachide. 14,3% ont acheté des semences et des engrais de qualité pour la culture du riz, 14,3% pour la culture du maïs et 4,5% pour la culture du sorgho (voir Tableau 4)

Tab. 4 : Paquets d'intrants achetés par les client-e-s de myAgro

| | | Quantité | Pourcentage |
|----------|----------|----------|-------------|
| Produits | Arachide | 280 | 78,7% |
| | Gombo | 136 | 38,2% |
| | Maïs | 51 | 14,3% |
| | Riz | 32 | 9,0% |
| | Sorgho | 16 | 4,5% |
| Total | | 515 | 144,7% |

Concernant le choix des paquets myAgro, les préférences des client-e-s diffèrent légèrement selon la région. Par exemple, les clients ayant acheté de l'engrais pour la culture de l'arachide sont plus nombreux à Sikasso (80,1%) qu'à Koulikoro (67,5%), tandis que pour le maïs, ils sont légèrement plus nombreux à Koulikoro. Pour le riz, ils sont 9,8% à Sikasso, et seulement 2,5% dans la région de Koulikoro. À Koulikoro, 57,5% choisissent le gombo, contre seulement 35,8% à Sikasso, ce qui contredit l'hypothèse selon laquelle les graines de gombo sont généralement attribuées en combinaison avec le paquet d'arachides.

En devenant membres de myAgro, les agriculteurs choisissent un paquet de produits adapté à leurs cultures. Le prix du paquet détermine un objectif d'épargne qui doit être atteint peu avant la livraison. Si une personne n'atteint pas le montant d'épargne prévu, le paquet est automatiquement réduit à la taille inférieure suivante. L'argent épargné est reversé aux client-e-s qui n'ont pas été en mesure de réunir la somme du prix du plus petit paquet. Dans ce cas, cependant, myAgro retient 10% du montant pour couvrir les frais de traitement.

Dans la zone d'étude, 85% des client-e-s ont atteint leur objectif d'épargne pour la dernière campagne, c.-à-d. qu'ils sont parvenus à financer l'achat du paquet de leur choix. Concernant la réalisation de l'objectif d'épargne, le taux de réussite est légèrement supérieur à Koulikoro avec 95,1%, contre 84,3% à Sikasso. Le Tableau 5 dresse un bilan de ce taux de réussite pour les hommes et les femmes. Il s'avère que les ménages où seule la femme est membre de myAgro sont environ deux fois plus nombreux à ne pas atteindre leur objectif d'épargne que les ménages où les deux conjoints sont membres. Sur les 26 ménages où seul l'homme est membre, un seul n'a pas atteint son objectif.

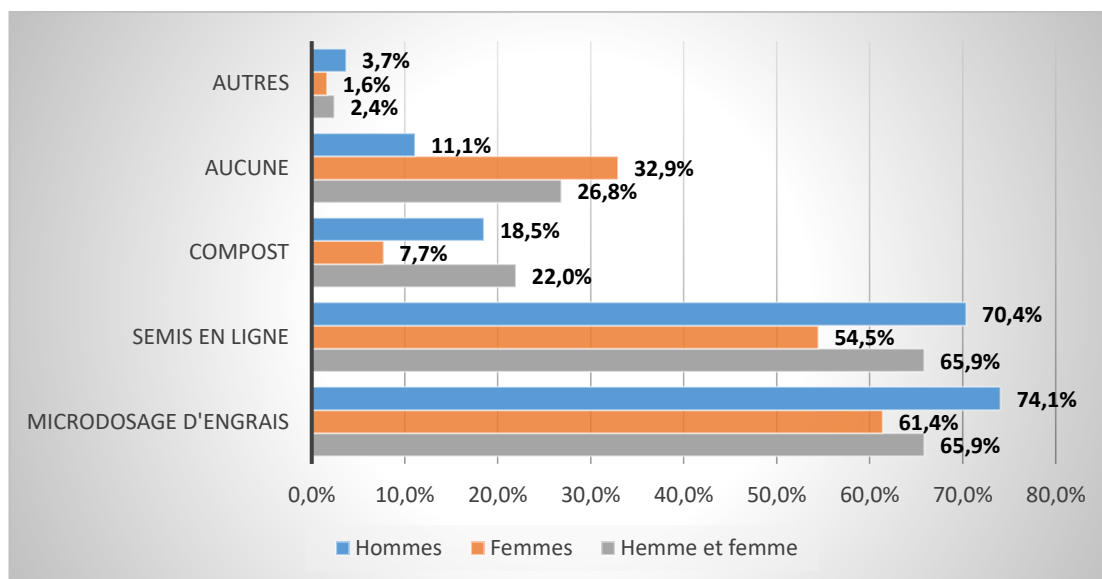
Tab. 5 : Réalisation des objectifs d'épargne lors de la dernière campagne

| Client-e-s de myAgro | Homme et femme | | Femmes | | Hommes | |
|--------------------------------|----------------|-------|--------|-------|--------|-------|
| | Nombre | % | Nombre | % | Nombre | % |
| Objectif d'épargne atteint | 75 | 91,5% | 203 | 82,5% | 25 | 96,2% |
| Objectif d'épargne non atteint | 7 | 8,5% | 43 | 17,5% | 1 | 3,8% |

Parmi les client-e-s myAgro interrogés, 27,4%, soit un tiers, ont déjà dû renoncer à l'achat d'un paquet d'intrants de myAgro pendant une campagne agricole. Dans 54,5% des cas, la raison invoquée était le manque d'argent. 2% ont cité une mauvaise récolte et 43,4% ont indiqué d'autres raisons, telles qu'un mauvais état de santé, une grossesse, un voyage et le manque de main-d'œuvre.

En plus de l'achat de semences et d'engrais de qualité, le conseil agricole et les formations aux techniques culturales sont perçus comme un avantage important de myAgro, comme on peut le voir à la Figure 9.

Fig. 9 : Techniques agricoles adoptées par les client-e-s de myAgro



Le dosage contrôlé des engrais et le semis en ligne sont les techniques les plus fréquemment utilisées, les hommes étant beaucoup plus nombreux à utiliser techniques agricoles que les femmes. Les femmes en particulier se plaignent que le semis en ligne demande beaucoup plus de temps que la technique traditionnelle, qui consiste à jeter les graines à la main. En raison de leur charge de travail généralement élevée, les femmes sont moins disposées que les hommes à utiliser ces nouvelles techniques à plus forte intensité de main-d'œuvre.

Les agriculteurs apprécient beaucoup les formations agricoles proposées par myAgro, qui sont organisées chaque année en début de campagne. En plus de l'utilisation ciblée d'engrais, myAgro propose des formations sur la profondeur de semis optimale, la quantité de graines à semer et le semis en ligne. Bien qu'elles aient pour effet d'améliorer les rendements, ces techniques exigent souvent plus de main-d'œuvre que n'en disposent les ménages, car elles prennent du temps. En réponse à cette situation, myAgro a opté pour la mécanisation et ajouté un semoir à son portefeuille de produits.

Cependant, l'enquête a montré que seulement 36 des 356 client-e-s (10,1%) ont effectivement acheté la machine en question. Au prix de 150 000 FCFA (soit environ 228 euros en mars 2022), les semoirs vendus par myAgro sont relativement coûteux. Les modèles plus simples fabriqués par des artisans locaux, en revanche, ne coûtent que 40 000 FCFA (60 euros).

Fig. 10 : Un agent de myAgro fait la démonstration d'une corde pour le semis en ligne.



On observe de manière générale que les client-e-s de myAgro ont augmenté leur montant d'épargne et par conséquent la quantité d'intrants agricoles achetés par rapport à l'année précédente. C'est ce qu'ont indiqué plus de la moitié des client-e-s. Dans les ménages où les hommes et les femmes sont membres de myAgro et ceux où seul l'homme est membre, la proportion de ceux ayant investi davantage dans les intrants de myAgro pour la campagne actuelle est en général plus élevée (voir Tableau 6).

Tab. 6 : Augmentation / diminution des montants d'épargne par rapport à l'année précédente

| | Homme et femme | | Femmes | | Hommes | |
|----------------------------|----------------|----------|--------|----------|--------|----------|
| | Nombre | Pourcent | Nombre | Pourcent | Nombre | Pourcent |
| Montant d'épargne augmenté | 54 | 65,9% | 134 | 54,0% | 16 | 61,5% |
| Montant d'épargne inchangé | 17 | 20,7% | 94 | 37,9% | 7 | 26,9% |
| Montant d'épargne diminué | 11 | 13,4% | 20 | 8,1% | 3 | 11,5% |

Dans les ménages où l'homme et la femme sont tous deux membres de myAgro, la surface moyenne cultivée avec les produits de myAgro est de 0,61 ha, la valeur médiane étant 0,5 ha. Lorsque seules les femmes sont clientes, elles cultivent en moyenne 0,36 ha avec les produits de myAgro, la valeur médiane étant de 0,25 ha. Dans les ménages où seuls l'homme est client, la surface cultivée est de 0,56 ha en moyenne, la valeur médiane de 0,5 ha. On peut donc affirmer qu'en règle générale, les hommes cultivent de plus grandes surfaces avec les produits myAgro.

Pour financer le montant d'épargne destiné à l'achat de produits chez myAgro, 46,5% des client-e-s puisent dans les recettes de la récolte précédente, 43,7% dans leurs revenus issus d'une activité commerciale/artisanales, 15,1% dans leur salaire de travailleur journalier, 7,3%

dans leurs revenus issus de la vente occasionnelle de produits agricoles ; 2,8% reçoivent de l'aide d'autres membres du ménage et 20,4% indiquent d'autres sources de financement. Les répondants pouvaient donner plusieurs réponses à cette question.

Comme le montre le Tableau 7, la grande majorité des client-e-s de myAgro effectuent leurs versements d'épargne à intervalles irréguliers, c.-à-d. uniquement lorsqu'ils ont de l'argent à disposition et qu'ils peuvent s'en passer. Les femmes sont plus enclines à faire des versements à intervalles réguliers, ce qui correspond au comportement d'épargne dans la tontine traditionnelle. Très peu de personnes – et plus d'hommes que de femmes – peuvent se permettre de payer la somme requise pour le produit souhaité en une seule fois.

Tab. 7 : Comportement d'épargne des client-e-s de myAgro

| | Femme et homme | | Femmes | | Hommes | |
|--------------------------------------|----------------|-------|--------|-------|--------|-------|
| | Nombre | % | Nombre | % | Nombre | % |
| Versements à intervalles irréguliers | 64 | 78,0% | 162 | 65,1% | 22 | 81,5% |
| Une fois par semaine | 16 | 19,5% | 76 | 30,5% | 2 | 7,4% |
| Une fois par mois | 1 | 1,2% | 5 | 2,0% | 0 | 0,0% |
| Paiement en une fois | 1 | 1,2% | 6 | 2,4% | 3 | 11,1% |

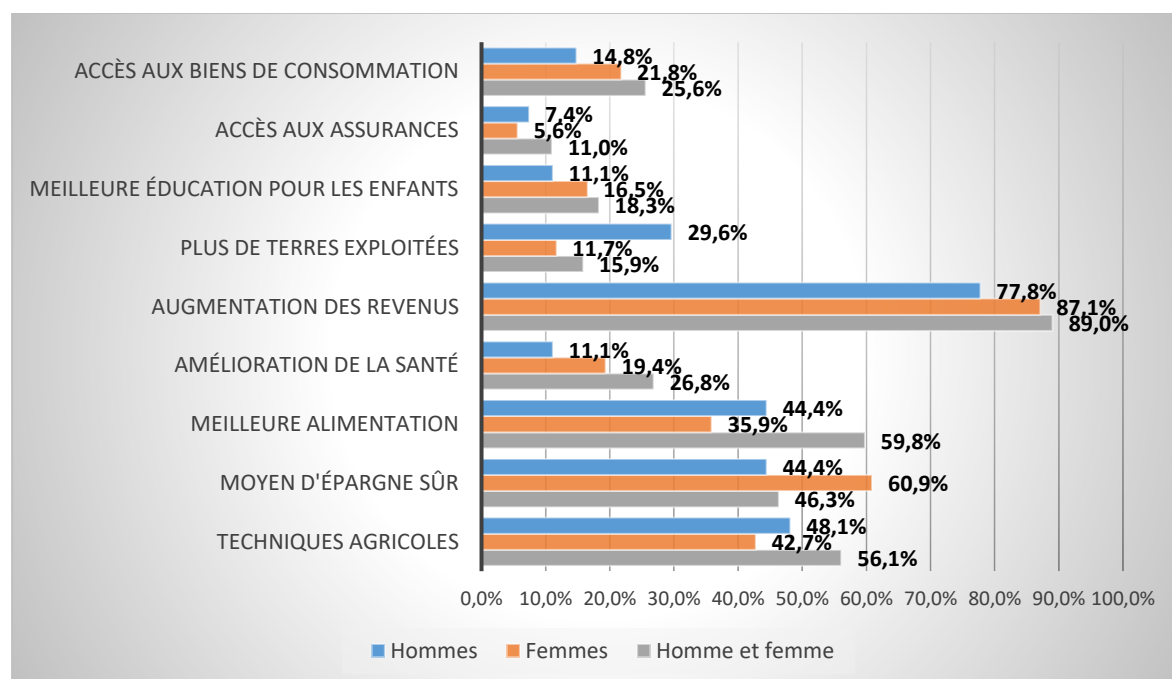
5.3 Effets sur les revenus et la situation alimentaire des ménages

Au cours de cette étude, aucune mesure de rendement n'a été effectuée ; les informations sont celles recueillies pendant les discussions de groupes (FGD) et les entretiens intensifs. Néanmoins, myAgro évalue régulièrement les rendements chez ses client-e-s et dans les ménages de référence. Selon les informations de myAgro, les client-e-s ont pu augmenter leur rendement de 88% en moyenne en 2020 grâce à l'utilisation des produits de myAgro. Les plus fortes augmentations de rendement ont été obtenues dans la culture de l'arachide (94%) et celle du sorgho (85%), les plus faibles dans la culture du riz (13%) et le maïs (31%).²¹ Les chiffres fournis par les client-e-s de myAgro que nous avons interrogés étaient parfois même encore plus élevés, indiquant des rendements multipliés par deux, voire plus, comparé aux cultures sans produits de myAgro.

Concernant l'**impact positif des mesures**, la majorité des membres de myAgro citent une augmentation de leurs revenus, due à des rendements plus élevés obtenus grâce au microdosage d'engrais et aux semences de qualité. En second lieu, les clients de myAgro apprécient le fait que ce soit une méthode d'épargne sûre. Proportionnellement parlant, ces deux avantages sont évalués encore plus haut par les femmes que par les hommes. Une meilleure alimentation est citée en troisième position, suivie de l'utilisation de techniques agricoles améliorées (voir Figure 11).

²¹ https://bscw.uni-due.de/bscw/bscw.cgi/d26486092/Kopie%20von%20myAgro%20FY-20_Impact%20Data.xlsx

Fig. 11 : Évaluation des impacts positifs de myAgro par les client-e-s (plusieurs réponses possibles)



À la question de savoir si leur participation à myAgro avait **amélioré leur situation financière**, les deux tiers ont répondu qu'elle s'était légèrement améliorée et 28,4% qu'elle s'était nettement améliorée. Seuls 3,9% estiment que cela n'a rien changé à leur situation et 0,6% indiquent que leur situation financière s'est détériorée. Globalement, 95,5% des client-e-s de myAgro ont donc constaté une amélioration de leur situation financière, avec des différences minimales entre les deux régions Koulikoro et Sikasso. En revanche, on note des différences plus importantes entre les hommes et les femmes clients de myAgro. Alors que 40,5% des hommes parlent d'une nette amélioration de leurs revenus, ce ne sont que 26,3% chez les femmes. En revanche, 68,4% des femmes parlent d'une légère amélioration, pour 51,9% d'hommes. Les réponses données par les ménages où les deux époux sont membres correspondent dans leurs déclarations à celles des femmes.

La grande majorité des client-e-s de myAgro utilisent leurs revenus additionnels pour l'achat de nourriture, comme l'indique le Tableau 8. Ensuite, ces revenus additionnels sont utilisés, par ordre de préférence, pour investir dans l'agriculture, les frais de scolarité, l'achat d'animaux, l'achat d'actifs (*assets*), la rénovation de la maison et dans un commerce. On note également quelques légères différences entre les hommes et les femmes : proportionnellement, les femmes sont plus nombreuses à investir dans leur production agricole et l'achat d'actifs, tandis que les hommes ont tendance à dépenser plus pour les frais de scolarité et l'achat de nourriture.

Tab. 8 : Utilisation des revenus additionnels générés par les activités de myAgro

| | Femme et homme | Femmes | Hommes |
|---|----------------|--------|--------|
| Achat de nourriture | 65,9% | 69,1% | 74,1% |
| Investissements dans l'agriculture | 40,2% | 41,8% | 29,6% |
| Frais de scolarité | 35,4% | 26,9% | 37,0% |
| Investissements dans l'élevage | 28,0% | 17,7% | 22,2% |
| Achat d'actifs (<i>assets</i>) | 22,0% | 34,9% | 7,4% |
| Rénovation de la maison | 17,1% | 4,0% | 7,4% |
| Investissements dans un commerce/une entreprise | 15,9% | 14,5% | 18,5% |
| Autres | 32,9% | 31,3% | 14,8% |

Dans l'enquête menée auprès des ménages, les répondants ont été invités à évaluer leur situation socio-économique actuelle par rapport à il y a cinq ans, et leur situation alimentaire actuelle par rapport à il y a cinq ans.

Concernant leur **situation socio-économique**, la plupart des répondants ont déclaré qu'elle s'était améliorée par rapport à il y a cinq ans. Cependant, en comparant les réponses des client-e-s de myAgro et des ménages qui ne travaillent pas avec myAgro, on constate que la situation de ces derniers est restée sensiblement la même, tandis que celle des membres de myAgro s'est nettement améliorée au cours des cinq dernières années.

Il en va autrement de la **situation alimentaire** et nutritionnelle. Dans l'ensemble, on ne constate qu'une légère amélioration par rapport à il y a cinq ans, mais cela s'étend à tous les ménages. Les ménages travaillant avec myAgro ne se démarquent pas particulièrement. Cependant, la composition des repas quotidiens diffère légèrement d'un groupe à l'autre. Ainsi, au cours de la semaine précédant l'enquête, les client-e-s de myAgro ont consommé plus de légumes (92,2% contre 84,6%), de fruits (66,2% contre 60,1%) et de lait et de produits laitiers (59,2% contre 53,1%) que les ménages non-clients. Pour tous les autres groupes d'aliments (p. ex. céréales, tubercules, légumineuses, poisson, viande et œufs), il n'y avait pas ou très peu de différences.

Comme le montre le Tableau 2 (p. 24), les ménages myAgro sont légèrement mieux lotis que les ménages de référence pour un certain nombre de caractéristiques. Avec 12,36 ha en moyenne, ils possèdent plus de terres en propriété que les ménages de référence (9,99 ha). En outre, ils sont légèrement plus nombreux à posséder un téléviseur, une charrue/un tracteur et du bétail. Le fait qu'ils possèdent plus de bétail s'explique principalement par un nombre plus élevé de bovins.

Les effets positifs de myAgro incluent également les **effets de spill-over** générés par des client-e-s de myAgro sur d'autres villageois ou connaissances. Il s'avère en effet que d'autres agriculteurs et agricultrices sont devenus client-e-s de myAgro après avoir observé la réussite de leurs voisins et d'autres villageois. Concrètement, cela signifie qu'ils ont pu constater par eux-mêmes qu'il était possible d'augmenter les rendements en utilisant des semences de meilleure qualité et les engrais vendus par myAgro.

En outre, 13% des non-clients interrogés déclarent avoir appris des techniques culturales auprès de client·e·s de myAgro du village. En réponse à une question de contrôle, 17% des non-clients ont indiqué avoir adopté les techniques culturales observées chez les membres de myAgro, dont 52% le semis en ligne, 42% le microdosage d'engrais et 3% la préparation du compost.

Le projet contribue à consolider les **circuits économiques locaux et régionaux** dans plusieurs domaines. myAgro obtient les semences de qualité (qui sont ensuite revendues aux client·e·s) auprès de commerçants locaux qui en assurent eux-mêmes la production ou les achètent directement auprès de producteurs au Mali. Par exemple, un semencier interrogé dans le cadre de l'étude assure sa propre production de semences sur 20 hectares et s'approvisionne auprès de coopératives semencières et de petits producteurs maliens. L'entreprise travaille en coopération avec des centres de recherche internationaux installés dans le pays pour améliorer les variétés de semences.²² Actuellement, des travaux de recherche sont en cours pour produire une variété de maïs qui convient aussi bien à l'alimentation humaine qu'à l'alimentation animale.

L'entreprise possède également une machine pour le traitement des semences et loue ses services à d'autres producteurs et revendeurs. Elle apprécie la collaboration avec myAgro parce que cette dernière annonce ses besoins de maïs, de sorgho et d'autres semences avant la campagne et que la quantité annoncée diminue de manière fiable après la récolte. Car autrement, indique le semencier, il est assez difficile d'estimer quelles quantités de quelles variétés doivent être produites. Il arrive en effet que le comportement culturel des client·e·s change d'une année à l'autre, et que des variétés qui étaient encore très demandées l'année d'avant ne se vendent plus l'année suivante. Néanmoins, il dit devoir payer les producteurs de semences à l'avance pour financer la campagne agricole, de sorte qu'il enregistre un déficit à la fin de la saison.

L'entreprise s'est adaptée au marché, coopère de manière décentralisée avec des petits détaillants dans tout le pays, vend des semences en petites quantités et accepte les paiements en ligne via Orange Mali.

La plupart des engrais vendus par myAgro ne sont pas produits au Mali, mais sont distribués par des firmes maliennes.

Aussi bien dans les interviews que dans les discussions de groupe (FGD), les agriculteurs·trices soulignent que la vente de leurs produits agricoles ne leur pose pas de problème. Selon eux, le marché du riz, des arachides et d'autres produits est loin d'être saturé et – à condition que ne pas devoir vendre directement après la récolte –, ils arrivent à obtenir de bons prix.

L'autonomisation (*empowerment*) des femmes, un effet voulu de myAgro, est favorisée par l'interaction combinée de plusieurs mesures. D'une part, les agricultrices sont spécifiquement considérées comme des membres potentiels et l'on s'adresse à elles en conséquence. Les données de myAgro et les résultats de nos recherches montrent une très grande proportion de membres féminins. D'une part, la participation des agricultrices aux mesures du projet myAgro leur permet d'améliorer leur situation économique. Selon leurs propres dires, mais aussi d'après leurs maris, les femmes ont le droit exclusif sur les revenus qu'elles génèrent et peuvent en disposer librement.

²² Entretien avec des semenciers le 01/11/2021 et avec un centre de recherche international le 02/11/2021 à Bamako.

D'autre part, elles bénéficient d'un soutien important au travers des groupes et collectifs d'entraide qu'elles ont initialement formés dans le but d'épargner ensemble. Les groupes sont organisés selon les mêmes principes que les traditionnelles *tontines* et ce sont parfois les mêmes groupes qui existaient avant myAgro. Ainsi, 71,2% des client-e-s étaient déjà membres d'une tontine avant leur coopération avec myAgro. Dans les ménages où l'homme et la femme sont tous deux client-e-s de myAgro, 58,1% des répondants étaient auparavant dans une tontine, et dans les ménages où seule la femme est membre, ce sont 79,1% des personnes interrogées ; enfin, sur les 17 ménages où seul l'homme est membre de myAgro, 10 ont déjà épargné au sein d'une tontine, bien que cette forme d'épargne soit plus répandue chez les femmes.

À la question de savoir s'ils ou elles étaient toujours membres de leur tontine, 87,5% des client-e-s de myAgro ont répondu par l'affirmative. Seulement 9% ont déclaré ne plus faire partie de la tontine et 3,5% que la tontine avait été intégrée dans le groupe myAgro. Au cours des discussions de groupe focus (FGD), les femmes d'un certain nombre de villages ont indiqué qu'elles étaient à la fois membres du groupe myAgro, où elles alimentent chaque semaine une *boîte à épargne* ou *caisse d'épargne*,²³ et de leur « ancienne » tontine, où elles effectuent des versements d'épargne également chaque semaine, parfois avec d'autres femmes.

Au sein de la tontine, les femmes que nous avons interrogées effectuent des versements hebdomadaires compris entre 250 et 1 000 FCFA, en fonction de leur capacité individuelle. Peu de temps avant le début de la saison des pluies, qui marque également le début des semis, la boîte à épargne est ouverte et son contenu réparti entre les membres. Chaque femme peut utiliser ses économies comme elle le souhaite, mais la plupart des membres s'en servent pour payer le paquet myAgro de leur choix et pour investir dans la culture de légumes. Un groupe de femmes s'en sert également pour payer le loyer pour le labour et le salaire des travailleurs. Pour un taux d'intérêt de 5 ou 10%, les femmes peuvent également contracter un prêt auprès de leur tontine. Chaque groupe définit ses propres règles.

Une tontine n'est traditionnellement pas seulement un collectif d'épargne, mais également un collectif d'entraide. Souvent, ce collectif solidaire est affaibli, voire il doit être dissout lorsque le groupe se voit attribuer d'autres finalités (cf. Wichterich 2015). Cependant, ceci n'est pas le cas avec les groupes de myAgro, comme l'ont confirmé les femmes au cours des FGD.

Un autre effet de myAgro est l'emploi des jeunes, en particulier de jeunes hommes qui, selon leurs propres dires, n'auraient autrement pas trouvé de travail non-agricole en milieu rural, c'est-à-dire dans leurs villages. Ces jeunes gens sont embauchés chez myAgro en tant qu'*Entrepreneur villageois* (VE). Les conditions d'embauche comme VE sont les suivantes : savoir lire, écrire et utiliser un téléphone portable, jouir d'une bonne réputation dans le village, être sédentaire dans le village et posséder certaines compétences en matière de conseil et de résolution de conflits ; ces capacités sont testées par myAgro au cours du processus de sélection des candidats. Au sein de myAgro, il existe également des possibilités d'avancement, par exemple en devenant coordinateur-trice d'une zone.

²³ Très souvent, la trésorière, élue par les femmes, conserve l'argent versé à l'épargne dans une boîte ou une caisse ainsi appelée par les femmes.

5.4 Les défis posés à myAgro

Un point de critique majeur concernant myAgro de la part des client-e-s est la **constante augmentation du prix des produits**. À titre d'exemple, le prix d'un sac d'engrais a augmenté de 6 000 FCFA au cours des quatre dernières années et s'élève actuellement à 24 000 FCFA. En conséquence, les prix des paquets vendus par myAgro augmentent également. Dans le même temps, du fait de l'augmentation constante des salaires pour le labour – que ce soit avec un attelage bovin ou un tracteur –, la marge de profit pour les agriculteurs est de plus en plus mince.

Étant donné que les techniques agricoles encouragées par myAgro nécessitent une **main-d'œuvre intensive**, les client-e-s ne les utilisent généralement que sur de petites parcelles. L'emploi de main-d'œuvre coûte cher, surtout à une époque de l'année où les autres familles ont elles aussi un besoin élevé de main-d'œuvre. Les femmes en particulier se plaignent de l'augmentation de la charge de travail engendrée par les techniques culturales de myAgro. En outre, les membres d'une famille en capacité de travailler sont censés d'abord travailler dans les champs familiaux gérés par les hommes – y compris les femmes. Ce n'est qu'une fois que ces champs familiaux ont été labourés que les femmes peuvent s'occuper de leurs propres champs et se faire aider par d'autres membres de la famille. Pour les femmes, cela signifie également qu'elles ne peuvent utiliser la main-d'œuvre et l'équipement de labour que lorsque ceux-ci ne sont plus utilisés dans les champs familiaux. En conséquence, les semis dans les champs cultivés par les femmes ont souvent lieu trop tard et les cultures doivent se contenter d'une période de croissance et de maturation plus courte, si bien qu'au final, ces champs ne fournissent par le rendement potentiellement possible. Ce problème est encore aggravé par les techniques de semis en ligne et d'application des engrais, qui requièrent une main d'œuvre intensive. Malgré l'utilisation de semences et d'engrais de qualité, les productrices récoltent donc souvent un rendement comparativement inférieur à celui des hommes. En fin de compte, elles payent tout autant pour les intrants, mais récoltent moins.

Les techniques agroécologiques sont actuellement encouragées et disséminées par des organisations donatrices internationales telles que l'Organisation des Nations Unies pour l'agriculture (FAO) et par la Coopération au développement bilatérale. Comme l'ont montré d'autres études de l'INEF en Éthiopie et au Bénin, des mesures combinées de conservation des sols et de l'eau, le paillage (*mulching*), l'utilisation de fumier et de bouse de vache et, le cas échéant, de petites installations d'irrigation, génèrent souvent une augmentation notable du rendement par rapport aux méthodes culturales pratiquées auparavant (cf. Gaesing 2018a et 2018b).

Les mesures de conservation des sols et de l'eau sont déjà connues et largement répandues au Mali, comme on a pu l'observer dans les champs de la région étudiée. Dans le matériel de formation de myAgro, l'un des modules traite des engrais organiques et des mesures de conservation des sols et de l'eau. Cependant, ces mesures n'ont quasiment pas ou à peine été mentionnées lors des enquêtes menées auprès des ménages paysans. Selon eux, les consultants et facilitateurs de myAgro n'abordent pas ou à peine ces méthodes. Des discussions ont eu lieu entre myAgro et la KfW afin de donner une plus grande place aux méthodes agroécologiques au sein du programme de myAgro.

myAgro travaille avec un institut de recherche internationale basé à Bamako à la sélection et à l'élevage de variétés de semences améliorées. Ici, par exemple, on prévoit d'inclure dans le programme les variétés de sorgho qui sont à la fois importantes au plan nutritionnel, similaires dans leurs caractéristiques aux variétés traditionnelles, et qui contiennent plus de matière foliaire pour l'alimentation animale. Toutefois, l'enquête a montré que, du moins dans

la zone d'enquête, la volonté d'investir davantage dans le sorgho reste encore limitée. Toutefois, même si myAgro a complètement adapté sa gamme de produits aux exigences locales et y a également inclus, ces dernières années, le sorgho, le gombo et le niébé, l'organisation propage unilatéralement la culture avec des engrais artificiels et des semences de qualité en combinaison avec le semis en ligne. Les conseils sur un dosage ciblé des engrais et l'utilisation de compost se rapprochent le plus d'une technique culturale agroécologique.

Mais sur le principe, une renonciation partielle à l'utilisation d'engrais artificiels serait également contraire aux intérêts commerciaux de myAgro, au cas où il ne serait pas possible de développer d'autres produits pour les client-e-s en compensation ou si les contenus de conseil agricole étaient subventionnés par des tiers. En tant qu'entreprise sociale, myAgro est dépendante de la vente de ses produits.

6. Conclusions et recommandations pour la promotion de l'agriculture par les entreprises sociales

6.1 Réponse aux questions abordées par l'étude

La situation socio-économique des ménages clients de myAgro s'est améliorée par rapport à celle des autres ménages paysans dans les zones d'investigation. Cela est principalement dû au fait que les engrais de qualité et les semences de haute qualité (par rapport aux produits fournis par les autorités gouvernementales) sont livrés aux agriculteurs à temps – soit avant le début de la campagne agricole –, de manière fiable et décentralisée, et sont ensuite utilisés dans les champs. Avec ces intrants et les techniques culturales introduites par myAgro, les producteurs-trices sont en mesure d'atteindre des rendements nettement plus élevés qu'auparavant et peuvent ainsi **améliorer de manière significative** à la fois leur **situation alimentaire** et leurs **revenus**.

Les client-e-s de myAgro dépensent l'argent gagné en plus (leurs revenus additionnels) essentiellement pour la nourriture. Mais ils investissent également dans l'éducation de leurs enfants, le matériel ou les intrants agricoles, l'achat de bétail pour leur élevage – ce dernier constituant également un moyen d'épargne et d'augmentation du capital –, ainsi que dans la création ou l'expansion d'un commerce ou d'une petite entreprise. De cette façon, le projet myAgro a pour effet de **renforcer la résilience** des populations concernées. Cependant, et malgré toute l'inexactitude possible des données recueillies sur les revenus et les dépenses, les résultats des enquêtes montrent que la majorité des ménages paysans sont encore loin de pouvoir s'affranchir durablement de la pauvreté. Néanmoins, une amélioration des conditions de vie peut être observée à plusieurs niveaux, puisqu'ils sont passés de l'extrême pauvreté à une situation certes encore caractérisée par la pauvreté, mais dans laquelle la sécurité alimentaire de la famille est assurée toute l'année, ainsi que l'éducation des enfants et d'autres dépenses de la vie quotidienne.

Dans son approche, le projet myAgro prend en compte la **lutte contre la pauvreté** et les questions de **genre**, c'est-à-dire les inégalités hommes-femmes. Les données socio-économiques des client-e-s de myAgro sont comparables à celles d'autres ménages des mêmes villages. Selon ses propres informations, myAgro compte 80% de femmes parmi ses membres au Mali, ce qui est en grande partie confirmé par la présente étude. Cependant, cette forte participation féminine est assombrie par le fait que les femmes paient les mêmes prix pour les produits myAgro, alors qu'elles obtiennent souvent des rendements inférieurs (voir paragraphe 5.4).

myAgro a adapté aussi bien sa gamme de produits que sa manière d'aborder les populations rurales aux **pratiques culturelles locales**, ce qui est une grande force de l'approche du projet. Ainsi, le seuil d'un changement du comportement (*behavioural change*) des client-e-s de myAgro est assez bas. D'une part, le système d'épargne est calqué sur ceux des associations d'épargne et de crédit traditionnelles (*tontines*), essentiellement gérées par des femmes, et d'autre part, il est également suffisamment flexible pour permettre des paiements irréguliers et ponctuels, favorisés par les hommes. En outre, la fonction sociale de la *tontine* est préservée – l'épargne n'étant associée à aucun risque pour les client-e-s. Si à la date de livraison, ils n'ont pas pu réunir le montant total requis pour l'achat du paquet d'intrants, ils ne reçoivent certes pas de livraison, mais sont remboursés du montant versé à l'épargne.

La **durabilité économique et sociale** des mesures mises en œuvre est donnée par des rendements considérablement accrus et l'adaptation de l'approche aux traditions et aux conditions locales. En ce qui concerne la **durabilité écologique**, il existe certes plusieurs approches, mais elles doivent être affinées et intensifiées.

myAgro non seulement informe et conseille la population rurale sur ses produits et leurs effets, mais il les lui présente également de manière vivante en **organisant des excursions dans les villages où des relations clients existent** déjà. Lors de ces visites, les paysans peuvent constater par eux-mêmes les effets bénéfiques des semences améliorées, du semis en ligne et de l'utilisation contrôlée d'engrais, et se les faire expliquer par les agriculteurs et agricultrices locaux. Notre enquête a par ailleurs mis en évidence que de nombreuses personnes décidaient de devenir client-e-s de myAgro en voyant les autres réussir.

Le **vaste réseau de VE**, qui sont recrutés dans les villages de myAgro puis formés de manière intense au cours d'une formation de six semaines, permet d'atteindre un très grand nombre de petites exploitations agricoles et, du même coup, favorise une large diffusion de l'approche dans la région. Par le biais des VE, les agriculteurs peuvent, s'ils le souhaitent, transmettre un retour d'expérience concernant les services de myAgro aux managers du projet.

En outre, **myAgro crée des emplois directement en milieu rural**, d'une part en embauchant des VE, d'autre part du fait d'une demande croissante de main-d'œuvre agricole. De plus, les semences sont achetées sur le marché local, ce qui contribue à **renforcer les circuits économiques locaux**.

6.2 Recommandations pour l'entreprise sociale myAgro

D'une part, les déclarations des agriculteurs mettent en évidence quelques critiques à l'égard de myAgro. D'autre part, d'autres recommandations générales peuvent également être tirées des résultats de la présente étude.

Afin de pouvoir augmenter le rendement agricole des agriculteurs de manière encore plus efficace, myAgro devrait élargir les contenus de conseil sur les mesures de conservation des sols et de l'eau et accélérer leur mise en œuvre. Au Mali, les bases de ces mesures ont déjà été jetées dans de nombreuses régions par le biais d'autres programmes, si bien que les thèmes ne nécessitent souvent qu'une petite mise à jour. Une plus grande attention devrait également être accordée à l'utilisation du compost, sans que cela n'aille nécessairement à l'encontre des intérêts commerciaux de myAgro. D'une part, dans de nombreux projets agroécologiques, les petits agriculteurs ne s'en remettent pas uniquement aux mesures écologiques, mais utilisent également des engrais artificiels dans certains champs. Au Mali non plus, y renoncer totalement ne serait pas dans l'intérêt des agriculteurs.

D'autre part, le recours aux méthodes agroécologiques devrait s'avérer avantageux pour eux car leur coût n'est généralement pas aussi élevé – sachant que les personnes interrogées se sont plaintes unanimement de la hausse des coûts des intrants et de la main-d'œuvre. Grâce au financement par la KfW et à la coopération avec celle-ci, myAgro aurait également la possibilité d'identifier de nouveaux produits et contenus de conseil, pour ensuite développer de nouveaux paquets et les proposer à la vente. Un tel produit pourrait être, par exemple, des

semences pour légumineuses telles que le *mucuna* (pois Mascate), qui améliore la qualité des sols et augmente leur productivité.²⁴

Les agriculteurs aimeraient accorder plus d'attention à la culture de légumes pendant ce qu'on appelle la *contre-saison*, c'est-à-dire la période de l'année où rien n'est cultivé en temps normal. myAgro a déjà inclus le *gombo* (okra) et le *niébé* (cornille) dans son programme. Cependant, les client-e-s ont exprimé un intérêt certain pour d'autres semences potagères. Il existe donc, ici aussi, des possibilités pour myAgro de modifier et d'élargir davantage son offre de produits.

En plus des semences, des semoirs pourraient également être achetés sur le marché local. Ces semoirs, fabriqués par des artisans locaux, sont disponibles partout sur le marché et beaucoup moins coûteux que les semoirs vendus par myAgro.²⁵ L'entreprise pourrait entrer en contact avec des artisans locaux, discuter avec eux d'éventuelles modifications à apporter aux machines, les leur acheter pour ensuite les revendre aux agriculteurs. Un tel processus pourrait également être introduit pour d'autres équipements qui permettent une économie de main-d'œuvre.

Un soutien en particulier aux femmes dans la préparation des sols est nécessaire pour qu'elles puissent non seulement continuer à acheter les produits de myAgro, mais aussi tirer le meilleur parti de leurs paquets, c'est-à-dire de leur investissement agricole. Il serait judicieux ici de développer des approches en concertation avec les hommes et les femmes dans les villages. A cet effet, un travail de sensibilisation dans les villages et les groupes serait nécessaire, bien plus qu'une modification de l'offre de produits et services.

Les agriculteurs-trices de la région étudiée n'ont pas explicitement exprimé leur intérêt pour les assurances agricoles, mais ils se sont plaints des pertes de rendement dues à la pandémie de COVID 19 et aux aléas climatiques. Les assurances sont comprises dans le programme de myAgro, mais n'ont pas encore été disséminées, ou n'ont pas encore été adoptées dans la région étudiée. Il existe, à ce niveau également, d'importants potentiels de développement.

Dans l'ensemble, le projet peut être évalué comme très positif dans ses effets sur la pauvreté et sur la sécurité alimentaire, également au sens qualitatif. En s'orientant davantage vers les concepts agroécologiques et en soutenant les femmes dans la préparation des sols, ces effets peuvent être encore renforcés.

²⁴ Voir les travaux de recherche de l'INEF sur le Bénin, où le *mucuna* et d'autres légumineuses augmentent considérablement la productivité des sols. Les expériences faites au Bénin sont documentées dans Gaesing 2018b.

²⁵ Les semoirs vendus par myAgro coûtent 150 000 FCFA, tandis que ceux fabriqués localement sont disponibles au prix de 40 000 FCFA.

Bibliographie

- Addae, Angela (2018): Pathways to sector selection: A conceptual framework for social enterprises. *Nonprofit Management & Leadership* 28: 349–365.
- Arvidson, Malin / Lyon, Fergus / McKay, Stephen / Moro, Domenico (2013): Valuing the Social? The Nature and Controversies of Measuring Social Return on Investment (SROI). *Voluntary Sector Review*. 4. 3-18.
- Bliss, Frank / Gaesing, Karin (1992): Möglichkeiten der Einbeziehung von Frauen in Maßnahmen der ressourcenschonenden Nutzung von Baumbeständen. *Forschungsberichte des BMZ, Band 104*, Köln.
- Bruchhaus, Eva-Maria (2016): Microfinance. Flexible and disciplined. In: *Development and Cooperation*. Internet-Ausgabe. URL: <https://t1p.de/178j> [06/2022].
- Bull, M., / Ridley Duff, R. (2019): Towards an Appreciation of Ethics in Social Enterprise Business Models. *Journal of Business Ethics*, 159, 619-634.
- Diamoutene, Abdul Karim / Jatoe, John Baptist (2020): Access to credit and maize productivity in Mali. In: *Agricultural Finance Review*, Vol. 81/2020, 3: 458-477.
- Editions Jeune Afrique (1980): *Atlas du Mali (Les Atlas Jeune Afrique)*, Paris.
- FAO. Food and Agricultural Organization of the United Nations (2017): Mali. Country Factsheet on Food and Agriculture Policy Trends, Rome. <https://www.fao.org/3/i7617e/i7617e.pdf> [06/2022].
- Gaesing, Karin / Gutema, Tamene Hailegiorgis (2019): Bodenfruchtbarkeit und Ernährungssicherheit in der Amhara Region in Äthiopien. Institut für Entwicklung und Frieden (INEF), Universität Duisburg, (AVE-Studie 13/2019, Wege aus extremer Armut, Vulnerabilität und Ernährungsunsicherheit).
- Gaesing, Karin (2018a): ÄTHIOPIEN: Landwirtschaftliche Produktion und Nahrungssicherheit in der Amhara Region. Good Practice Reihe 10, Wege aus extremer Armut, Vulnerabilität und Ernährungssicherheit, Institut für Entwicklung und Frieden (INEF), Universität Duisburg.
- Gaesing, Karin (2018b): BENIN: Wiederherstellung der Bodenfruchtbarkeit im Norden Benins, Good Practice Reihe 12, Wege aus extremer Armut, Vulnerabilität und Ernährungssicherheit, Institut für Entwicklung und Frieden (INEF), Universität Duisburg.
- Gaesing, Karin (2001): Partizipation von Frauen bei der lokalen Entwicklung in Ghana. Untersucht am Beispiel der finanziellen Strategien von Frauen. *Beiträge zur Kulturkunde* 21, Bonn.
- Gaesing, Karin / Herold, Jana (2019): BURKINA FASO: Gut organisierte Frauenverbände zur Karitéverarbeitung. Good Practice Reihe 20, Wege aus extremer Armut, Vulnerabilität und Ernährungsunsicherheit, Institut für Entwicklung und Frieden (INEF), Universität Duisburg.
- Hoyos, Angela / Angel-Urdinola, Diego (2019): Assessing international organizations' support to social enterprise. *Dev Policy Rev.* 37: 213–229.

- Koumaré, Mamadou (2018): L'économie informelle, une combinaison de logique économique et sociale: analyse de l'expérience des groupes auto organisés de femmes de la zone de l'Office du Niger en matière d'épargne et de crédit solidaire. In: Recherches Africaines. Annales de l'Université des Lettres et Sciences Humaines de Mamako. Nr. 18-19 Janvier 2017 – Janvier 2018.
- Liu, Chen (2019): Financing Social Enterprises. A Systematic Approach. In: Maher, Chi (ed.): Handbook of Research on Value Creation for Small and Micro Social Enterprises. Hershey, PA: IGI Global.
- Murphy, P. J. / Kornetskyy, A. / Nixon, J. T. (2021): Delineating novel aspects of social enterprise theory. *Social Enterprise*, 18(2), 364-382.
- Rogerson, Andrew / Green, Michael / Rabinowitz, Gideon (2013): Mixing business and social. What is a social enterprise and how can we recognize one? Overseas Development Institute. URL: <https://t1p.de/1visu> [06/2022].
- Smith, William / Darko, Emily (2014): Social enterprise: Constraints and Opportunities – Evidence from Vietnam and Kenya. Overseas Development Institute. URL: <https://t1p.de/6ixt>
- Surminski, Swenja / Bouwer, Laurens / Linnerooth-Bayer, Joanne (2016): How insurance can support climate resilience. *Nature Climate Change*, 6, 333-334.
- Tinsley, Elaine; Agapitova, Natalia. 2018. Private Sector Solutions to Helping Smallholders Succeed: Social Enterprise Business Models in the Agriculture Sector. World Bank, Washington, DC. © World Bank. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/29543> License: CC BY 3.0 IGO." [06/2022].
- Tsai, J.-M. / Hung, S.-W. / Yang, T.-T. (2020): In pursuit of goodwill? The cross-level effects of social enterprise consumer behaviours. *Journal of Business Research*, 109, 350-361.
- Wale-Oshinowo, Bamidele / Uba, Chijioke Dike / Adeyeye, Mercy / Omobowale, Ayotunle Olumuyiwa (2019): Understanding Social Entrepreneurship in the African Context: An Exploratory Review of Evidence from Nigeria. In: Maher, Chi (ed.): Handbook of Research on Value Creation for Small and Micro Social Enterprises. Hershey, PA: IGI Global.
- Whitley, Shelag / Darko, Emily / Howells, Grace (2013): Mapping support to social enterprises in emerging markets. Overseas Development Institute. URL: <https://t1p.de/etj8> [02/2022].
- Wichterich, Christa (2015): Mikrokredite, Rendite und Geschlecht: von zuverlässigen armen Frauen und finanzieller Inklusion. In: *Peripherie – Politik, Ökonomie, Kultur*, 35(3), 469-490.

Autres publications de l'INEF

Études AVE

- Étude AVE 1/2017 Mahla, Anika / Bliss, Frank / Gaesing, Karin: Wege aus extremer Armut, Vulnerabilität und Ernährungsunsicherheit. Begriffe, Dimensionen, Verbreitung und Zusammenhänge
- Étude AVE 2/2017 Bliss, Frank / Gaesing, Karin / Mahla, Anika: Die Verstetigung von Armut in Entwicklungsländern. Ursachenanalyse und Gegenstrategien
- Étude AVE 3/2017 Hennecke, Rosa / Schell, Oliver / Bliss, Frank: Landsicherheit zur Überlebenssicherung. Eine Studie zum Kommunalen Landtitelprogramm für indigene Bevölkerungsgruppen in Kambodscha
- Étude AVE 4/2017 Bliss, Frank: Home-Grown School Feeding as a "Good Practice" for Poverty Alleviation and Nutrition Security in Cambodia
- Étude AVE 5/2017 Heinz, Marco: Benachteiligte Gruppen in der internationalen Entwicklungszusammenarbeit
- Étude AVE 6/2017 Mahla, Anika / Gaesing, Karin: Der Selbsthilfegruppen-Ansatz am Beispiel von Kitui in Kenia. Armutsbekämpfung durch Empowerment
- Étude AVE 7/2018 Hennecke, Rosa / Bliss, Frank / Schell, Oliver: Landzuteilung für die Ärmsten. Untersuchungen zu Sozialen Landkonzessionen in Kambodscha
- Étude AVE 7b/2017 Hennecke, Rosa / Bliss, Frank / Schell, Oliver: Land Allocation for the Poorest. Investigations into Social Land Concessions in Cambodia
- Étude AVE 8/2018 Mahla, Anika / Gaesing, Karin / Bliss, Frank: Maßnahmen zur Ernährungssicherung im entwicklungspolitischen Kontext
- Étude AVE 9/2018 Hennecke, Rosa / Bliss, Frank: Wer sind die Ärmsten im Dorf? Mit dem ID Poor-Ansatz werden die Armen in Kambodscha partizipativ und transparent identifiziert
- Étude AVE 10/2018 Gaesing, Karin / Mahla, Anika: Hunger Safety Net Programme. Soziale Sicherung in Turkana County im Norden Kenias
- Étude AVE 11/2018 Bliss, Frank: Gesundheitsfürsorge für die Ärmsten: Der „Health Equity Fund“ (HEF) in Kambodscha
- Étude AVE 12/2018 Mahla, Anika: Förderung von Agropastoralismus. Armuts- und Hungerbekämpfung durch integrierte ländliche Entwicklung in Samburu/Kenia.
- Étude AVE 12b/2019 Mahla, Anika: Promotion of Agropastoralism. Combating poverty and hunger through integrated rural development in Samburu, Kenya
- Étude AVE 13/2019 Gaesing, Karin / Hailegiorgis Gutema, Tamene: Bodenfruchtbarkeit und Ernährungssicherheit in der Amhara Region in Äthiopien

| | |
|-------------------|---|
| Étude AVE 14/2019 | Bliss, Frank: Zum Beispiel Soja. Eine erfolgreiche Wertschöpfungskette im westafrikanischen Benin |
| Étude AVE 15/2018 | Heinz, Marco: Verstetigte Armut als Herausforderung für die Entwicklungszusammenarbeit. Gibt es eine Kultur der Armut? |
| Étude AVE 16/2019 | Bliss, Frank: Soziale Sicherung in Dürregebieten in Äthiopien durch das Productive Safety Net Programme (PSNP) |
| Étude AVE 17/2019 | Gaesing, Karin / Bliss, Frank: Entwicklung, Landrecht, Gender und Bodenfruchtbarkeit in Benin |
| Étude AVE 18/2019 | Gaesing, Karin / Gutema, Tamene Hailegiorgis: Reduzierung der Vulnerabilität durch nachhaltiges Ressourcenmanagement: Das Sustainable Land Management Project (SLMP) in Äthiopien |
| Étude AVE 19/2019 | Herold, Jana: Improving Smallholders' Food Security and Resilience to Climate Change: The Building Resilience and Adaptation to Climate Extremes and Disasters (BRACED) Programme in Burkina Faso |
| Étude AVE 20/2019 | Gaesing, Karin / Agbobatinkpo-Dahoun, Candide: Förderung der Bewässerung im Tal des Flusses Ouémé in Benin |
| Étude AVE 21/2019 | Herold, Jana: Förderung der Reisproduktion durch die Inwertsetzung von Talauen in Burkina Faso |
| Étude AVE 22/2020 | Gaesing, Karin: Zugang zu Land und Sicherung von Landrechten in der Entwicklungszusammenarbeit. Analysen und Empfehlungen, |
| Étude AVE 23/2020 | Herold, Jana: Landwirtschaftliche Wertschöpfungsketten in der Entwicklungszusammenarbeit. Analysen und Empfehlungen |
| Étude AVE 24/2020 | Bliss, Frank: Soziale Sicherungssysteme als unverzichtbarer Beitrag zur Bekämpfung von extremer Armut, Vulnerabilität und Ernährungsunsicherheit. Analysen und Empfehlungen |
| Étude AVE 25/2020 | Bliss, Frank: Soziokulturelle Aspekte von Entwicklung, Partizipation und Gender. Analysen und Empfehlungen |
| Étude AVE 02/2021 | Bliss, Frank / Gaesing, Karin / Mahla, Anika: Die Verstetigung von Armut in Entwicklungsländern (2. aktual. Auflage) |
| Étude AVE 26/2022 | Rieber, Arne / Bliss, Frank / Gaesing, Karin: Nachhaltige Finanzielle Inklusion im Ländlichem Raum |
| Étude AVE 27/2022 | Rieber, Arne / Kiplagat, Andrew / Gaesing, Karin: Sozialunternehmen in der Landwirtschaftsförderung – Das Once Acre Fund Modell in Kenias |

L'Institut pour le Développement et la paix (INEF)

Fondé en 1990, l'Institut pour le Développement et la Paix (Institut für Entwicklung und Frieden) est un organisme de recherche rattaché à la faculté des Sciences sociales de l'Université de Duisburg-Essen et situé sur le campus de Duisburg. L'INEF œuvre en étroite collaboration avec la Fondation pour le Développement et la Paix (Stiftung Entwicklung und Frieden, SEF), organisation créée en 1986 à Bonn à l'initiative de Monsieur Willy Brandt, ancien chancelier fédéral et prix Nobel de la paix.

L'INEF associe la recherche fondamentale à des activités de recherche appliquée et de conseil politique dans les domaines suivants : la gouvernance mondiale (Global Governance) et la sécurité humaine, les États fragiles, la prévention des crises et la gestion des conflits civils, ainsi que le développement, les droits de l'homme et la responsabilité sociétale des entreprises.

L'INEF est le seul organisme de recherche universitaire d'Allemagne à examiner des questions à l'interface entre le développement et la paix, et cette approche spécifique se reflète également dans la variété des donateurs tiers. L'INEF dirige ses propres programmes d'étude, souvent en coopération avec des partenaires nationaux et internationaux, et donne systématiquement accès à une expertise internationale ainsi qu'à des rapports d'études. L'INEF réalise également des projets pour le compte d'organisations non gouvernementales (ONG) et de réseaux d'ONG. L'institut est lui-même intégré dans un réseau de recherche international.

Direction et Comité directeur

Directeur: Prof. Dr. Christof Hartmann
Directeur scientifique: Dr. Cornelia Ulbert

Comité directeur: Prof. Dr. Christof Hartmann (conférencier); Prof. Dr. Tobias Debiel (conférencier adjoint); Prof. Dr. Petra Stein (doyenne de la faculté des Sciences sociales); Prof. Dr. Dr. Nele Noeselt; Jannis Saalfeld; Ursula Schürmann; Leonie Lynn Stornier.

UNIVERSITÄT
DUISBURG
ESSEN

Offen im Denken

FAKULTÄT FÜR
GESELLSCHAFTSWISSENSCHAFTEN

Institut für
Entwicklung
und Frieden



Institut für Entwicklung und Frieden (INEF)
Lotharstr. 53 47057 Duisburg, Germany
Telefon +49 (203) 379 4420
Fax +49 (203) 379 4425
E-Mail: inef-sek@uni-due.de

Homepage: <http://www.uni-due.de/inef>