



Présentation et offres de services

Table des matières

Présentation	2
Nos formations et appui / conseil pour bénéficier du support de N’kalô	4
Module 1 « Formation de formateurs » Comprendre le fonctionnement d’un marché agricole et l’importance de la gestion du risque-prix	4
Module 2 « Formation pratique destinée aux professionnels » (producteurs, OP, transformateurs, commerçants) : Former les professionnels à comprendre l’information reçue et à adapter leur stratégie commerciale	5
Module 3 « Formation de formateur » Comment établir un bilan de campagne, analyser la campagne passée et faire des perspectives globales pour la campagne suivante.	6
Appui-Conseil destiné aux équipes projet/entreprises et acteurs pro des filières : recevoir et utiliser l’information de marché sur une campagne	7

Présentation

Qu'est-ce que le Service n'kalô?

- **Un service d'information et de conseil:**

- Il produit de l'information et du conseil économique et technique pour les acteurs privés des filières agricoles d'Afrique de l'Ouest
- Il diffuse différents supports: Bulletins, SMS, Call Center, USSD, Message vocaux, études personnalisées

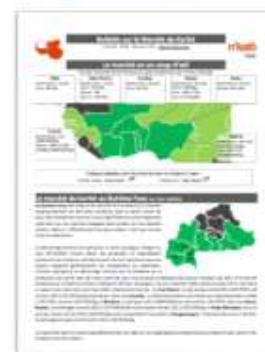
- **Une initiative de l'ONG nitidæ :**

- Né en 2010, en Côte d'Ivoire grâce à un financement de l'Union européenne
- En 2018, n'kalô couvre 13 pays et s'autofinance en grande partie.



- **Une méthodologie plutôt qu'une structure:**

- Le service n'kalô implique de nombreuses organisations: Organisations de Producteurs, ONG, consultants indépendants, établissements publics, commerçants, opérateurs télécom, etc.
- Elles sont liées par leur engagement à fournir une information et un conseil de qualité aux opérateurs privés mais sont indépendantes



Comment n'kalô produit de l'intelligence économique

- **Les analystes nationaux collectent et traitent l'information à l'échelle nationale:**

- Ils s'appuient sur un important réseau d'acteurs privés dans les zones de production et de commercialisation (producteurs, commerçants, transformateurs, fonctionnaires, transporteurs)
- Ils perfectionnent continuellement leur connaissance de la filière et de ses acteurs



- **Les analystes internationaux produisent une synthèse et des conseils en croisant le local et l'international**

- Ils compilent et vérifient les informations nationales et les complètent avec des informations internationales
- Ils synthétisent ces informations pour produire des supports d'information (Bulletins, SMS, etc.) et des conseils (Venez-vite, stockez, attendez le prix XXX pour vendre/acheter...)



Comment n'kalô diffuse de l'information et des conseils commerciaux:

- L'information et les conseils destinés aux producteurs sur téléphone mobile et à l'oral:

- En fonction des partenariats avec des opérateurs téléphoniques et du dispositif au sein de chaque filière, l'information et les conseils aux producteurs est relayée par SMS, USSD, Call Center, Messages Vocaux, Réunions et bouche à oreille.
- Les mécanismes d'abonnement à l'information sont divers mais restent abordables pour les producteurs (entre 2 et 4 USD/an)

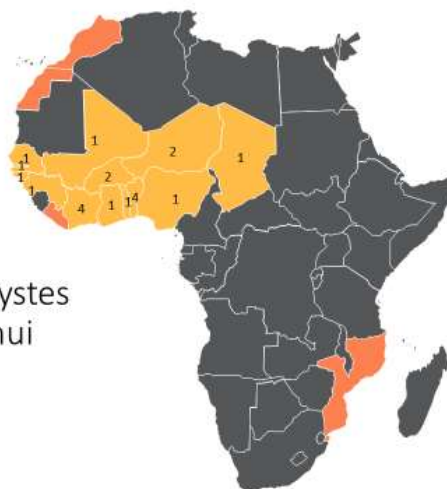
- L'information et les conseils destinés aux acteurs de l'aval de la filière par email:

- Les informations plus complètes et plus techniques sont diffusées par emails à des abonnés très divers (OP, Grossistes, Transformateurs, Négociants internationaux, Agences Publiques, Chercheurs, investisseurs, etc.)
- Des abonnements à tarifs préférentiels sont proposés aux organisations de producteurs (18 USD/an contre 120 USD/an pour les autres acteurs)



Quels impacts?

- Une étude d'impact conduite en 2018 au Sénégal a notamment montré que le service touche les producteurs et les acteurs de la filière à différents niveaux
- En moyenne, **un récepteur de l'information la rediffuse à 30 personnes** autour de lui.
- Le gain moyen par producteur récepteur de l'information varie entre **25 et 150 EUR/an** selon les campagnes et les filières agricoles.
- Nous estimons que **le service fait gagner chaque année entre 1 et 3 millions d'euros à de petits producteurs abonnés**. Sans compter l'impact sur les autres acteurs de la filière



Notre réseau d'analystes nationaux aujourd'hui

Nos formations et appui / conseil pour bénéficier du support de N'kalô

Module 1 « Formation de formateurs » Comprendre le fonctionnement d'un marché agricole et l'importance de la gestion du risque-prix

Cible : formateurs / équipes projet / cadres interprofessions et institutions nationales (15 à 20 pers. Max.)

Filières couvertes : anacarde/karité/sésame/gomme arabique/céréales/oléagineux/cacao

Objectifs : Comprendre le principe d'une chaîne de valeur. Comprendre pourquoi les prix varient. Savoir comment et pourquoi l'analyse prospective apporte une réponse concrète aux problèmes des producteurs.

Durée minimale : 2 jours pour la base, 4 jours pour une formation approfondie

Répondre aux questions : Où va le produit ? Pourquoi on veut le vendre ? Pourquoi les prix varient ? Quels sont les périodes de pointe de la vente du produit ? Qui décide du prix de vente du produit ? Les prix dépendent-ils de la qualité et de la distance ? Qui taxe le produit et à quel montant ? Quelles informations collecter ? A quelle période de l'année ? Comment concevoir et remplir les documents ? Comment traiter les informations collectées ? Qui traite les informations ? Quels sont les outils de traitement ? Quelles informations diffusées ? Quelle est la fréquence de la diffusion des informations ? Comment les envoyer avec régularité ? Quels sont les acteurs bénéficiaires de ce service ? Quels sont les avantages et les inconvénients de ce système ?

Messages clés : Le rôle de chaque acteur est important, à l'image d'une chaîne de vélo : bien huilé, on roule plus vite. Les produits sont connectés aux marchés local, national, et international. Les campagnes se suivent mais ne se ressemblent pas. Suivre le marché n'est pas seulement suivre les prix. Adapter le contenu et l'outil de diffusion aux utilisateurs.

Supports d'animations disponibles :

- boîte à images sur les phénomènes de marchés,
- boîte à image des pays producteurs/transformateurs/consommateurs,
- boîte à image sur la prise de décision, comment bien utiliser l'information.
- Jeu de rôle : une campagne fictive
- Divers présentations PowerPoint (graphiques, images, comparaison...)

Résultats :

Les formateurs sont capables :

- de comprendre le fonctionnement d'un marché, les facteurs à suivre et la situation actuelle, passée et future ;
- de restituer la formation auprès des bénéficiaires avec des supports mis à disposition
- de mettre en place un système de collecte/traitement de l'information;
- de produire une information de premier niveau et d'utiliser l'information N'kalô

Coûts : 15 000 €, plus frais de mission du formateur. Prise en charge des participants par l'organisateur.



Module 2 « Formation pratique destinée aux professionnels » (producteurs, OP, transformateurs, commerçants) : Former les professionnels à comprendre l'information reçue et à adapter leur stratégie commerciale

Cible : bénéficiaires/utilisateurs (par session de 15 à 20 pers. max. par jour)

Filières couvertes : anacarde/karité/sésame/gomme arabique/céréales/oléagineux/cacao

Objectifs : Aider les acteurs de la chaîne de valeur à bien comprendre les informations reçues et à en tirer le meilleur parti afin d'améliorer leurs ventes.

Durée minimale : 1 jour par groupe de 15-20 personnes

Répondre aux questions : Quand stocker, quand vendre ? Comment limiter mes risques de ventes ? Pourquoi vendre si les prix vont baisser ? Où va le produit ? Pourquoi les prix varient ? Quels sont les périodes de pointe de la vente du produit ? Qui décide du prix de vente du produit ? Les prix dépendent-ils de la qualité et de la distance ? Qui taxe le produit et à quel montant ? A quelle période de l'année les pays produisent ? Quelle qualité pour quelle demande ? Le commerçant essaie-t-il de me voler ?

Messages clés : Le rôle de chaque acteur est important, à l'image d'une chaîne de vélo : bien huilé, on roule plus vite. Les prix varient en fonction de l'offre et la demande. Suivre l'information permet de vendre au bon moment. Ne pas prendre trop de risque. Les produits sont connectés aux marchés local, national, et international. Les campagnes se suivent mais ne se ressemblent pas.

Supports d'animations disponibles :

- boîte à images sur les phénomènes de marchés,
- boîte à image des pays producteurs/transformateurs/consommateurs,
- boîte à image sur la prise de décision, comment bien utiliser l'information

Résultats :

Les utilisateurs sont capables :

- de comprendre le fonctionnement d'un marché, les facteurs à suivre et la situation actuelle, passée et future ;
- de s'abonner, lire, comprendre les SMS et bulletins reçus
- de définir leur stratégie commerciale éclairée en temps réel
- d'améliorer leur appro, leur revenus, leur business plan

Lieu : Au village, au magasin, au marché

Coûts : à définir en fonction du nombre de personnes à former/distance à parcourir. Peut se combiner avec le module 1 en étant une mise en situation des Formateurs devant un public professionnels (producteurs, transformateurs, commerçants.).



Module 3 « Formation de formateur » Comment établir un bilan de campagne, analyser la campagne passée et faire des prospectives globales pour la campagne suivante.

Cible : formateurs / équipes projet / cadres interprofessions et institutions nationales (15 à 20 pers. Max.)

Filières couvertes : anacarde/karité/sésame/gomme arabique/céréales/oléagineux/cacao

Objectifs : Comprendre ce qui s'est passé pendant la campagne. Tirer les leçons des réussites et échecs. Analyser la compréhension et la prise en compte des informations reçues les acteurs. Consolider la campagne avec des statistiques/analyses rétrospectives. Définir les grandes orientations de marché des filières (grands facteurs) pour l'année suivante voire long terme (5-10 ans).

Durée minimale : 2 jours pour la base, 4 jours pour une analyse approfondie

Répondre aux questions : Qu'ont fait les prix cette année ? L'analyse était-elle juste ? Les consignes ont-elles été suivies ? Quelles erreurs ont été faites par les acteurs ? Comment explique-t-on la situation vécue ? Quelles perspectives pour l'année suivante ? Comment adapter mon business plan face à cette situation ?

Messages clés : L'analyse a généré des bonnes recommandations. Le suivi des consignes ont générées des gains. L'année suivante se prépare maintenant.

Supports d'animations disponibles :

- statistiques consolidées
- grandes recommandations
- Divers présentations PowerPoint (graphiques, images, comparaison...)

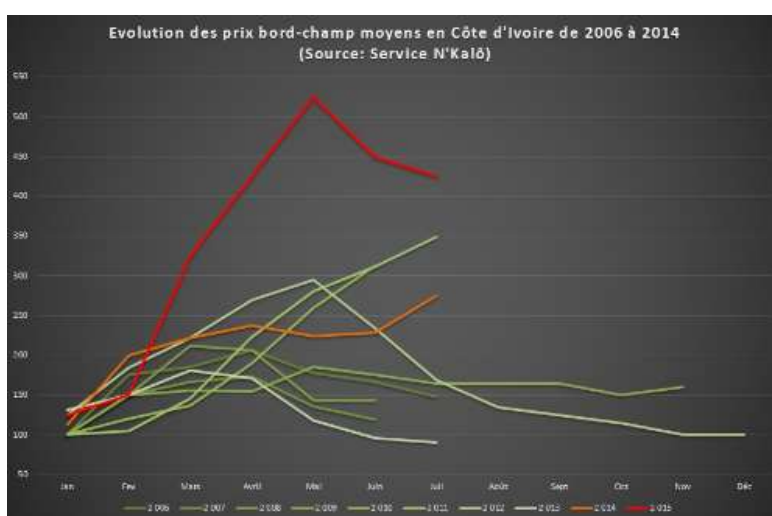
Résultats :

Les personnes formées sont capables :

- de comprendre ce qui s'est passé et la justesse des recommandations ;
- de tirer les leçons de cette campagne (réussites, échecs)
- de préparer leurs activités pour l'année prochaine
- de modifier leur stratégie commerciale en fonction de la situation de la filière

Lieu : Au siège de l'organisation/entreprise (si possible capitale du pays pour réduire les coûts).

Coûts : avec les options minimales : ~4000 euros, plus 2000 euros de logistique mission.



Appui-Conseil destiné aux équipes projet/entreprises et acteurs pro des filières : recevoir et utiliser l'information de marché sur une campagne

Cible : utilisateurs professionnels (entreprise, commerçants, OP, producteurs, transformateurs, exportateurs...)

Filières couvertes : anacarde/karité/sésame/gomme arabique/céréales/oléagineux/cacao

Objectifs : Diffuser une information pertinente fiable en temps réel pour informer les acteurs de la situation du marché.

Durée minimale : 1 campagne agricole voir annuel

Répondre aux questions : Quand vendre mon produit ? Quand réaliser mon approvisionnement ? Comment sécuriser mes revenus ? Comment anticiper les chutes de prix ?

Messages clés : Suivre les informations de marché me permet de mieux vendre mon produit, d'améliorer le business plan de mon OP/unité de transformation/commerce.

Supports d'animations disponibles :

- SMS hebdomadaire aux producteurs. Ces messages courts s'adressent à tout le monde, avec un niveau d'étude relativement faible, et permettant d'adopter une stratégie de vente/stockage adaptée. Il s'agit en général de 20 à 30 SMS par an, à un coût de **0,03 €/SMS**, soit environ 1 €/producteur/an. Possibilité de SMS vocal (prévoir budget environ **0,35€/min**).
- Bulletin hebdomadaire de 2 pages diffusé par email ou par photocopies locales, pour une analyse approfondie, des explications sur la situation et des recommandations sur la stratégie commerciale à adopter. Ce bulletin s'adresse aux acteurs disposant d'un niveau d'étude/compréhension plus élevé. Son coût est lié au temps de travail pour réaliser l'analyse prospective de la filière, souvent autour d'un minimum de 20 jours de travail par an/filière.

Résultats :

Les utilisateurs sont capables :

- De vendre aux meilleurs prix
- De limiter leur risque lors des chutes de prix
- D'améliorer leur approvisionnement et leur Business Plan
- D'avoir l'information en temps réel

Lieu : A distance (SMS et bulletin)

Coûts : avec les options minimales : ~20 000 euros/an (incluant développement d'une plateforme *ad'hoc*) auxquels il faut ajouter les SMS à raison de 1€/an/producteur (ex. donc 10000 € pour 10000 producteurs).

