



Market Bite Tunisie

*Opportunités de digitalisation et de
financement des chaînes de valeur agricoles*

EN PARTENARIAT AVEC:



Novembre 2022





Contenu



Résumé Exécutif.....	1	Recommandations.....	17
Cartographie et caractéristiques des chaînes de valeur agricoles.....	3	Approche et Méthodologie	18
Chaîne de valeur de l'huile d'olive.....	3	Remerciements	19
Chaîne de valeur de la datte	5	Acronymes	19
Chaîne de valeur de la tomate.....	7		
Potentiel, défis et opportunités de digitalisation des paiements.....	9		
Usage du cash et potentiel de digitalisation	9		
Opportunités de digitalisation des paiements de la chaîne de valeur de l'huile d'olive	11		
Opportunités de digitalisation des paiements de la chaîne de valeur de la datte.....	12		
Opportunités de digitalisation des paiements de la chaîne de valeur de la tomate	13		
Besoins, défis et opportunités de financement	14		
Accès des agriculteurs au crédit formel	14		
Potentiel de financement du fonds de roulement et des investissements des agriculteurs	15		
Mobilisation des solutions digitales pour saisir les opportunités de financement	16		

Résumé Exécutif

La Tunisie poursuit ses efforts de promotion de l'inclusion financière; facteur de résilience et levier de croissance économique durable. Ainsi, les pouvoirs publics ont entrepris une série d'initiatives clés favorisant le développement d'acteurs financiers innovants et l'émergence de produits et services accessibles - désormais possibles grâce à la digitalisation. Le Plan National Stratégique « Tunisie Digitale 2020 », le Start-up Act¹, la stratégie nationale de «de-cashing» ainsi que la réglementation de l'activité des établissements de paiement² témoignent des différents chantiers menés au niveau national.

La pandémie de COVID-19 a par ailleurs mis en exergue l'urgence de soutenir les populations financièrement exclues, en particulier les personnes à bas revenus et les très petites et petites entreprises des secteurs vulnérables tels que l'agriculture. Ce rapport présente les conclusions d'une étude menée par la Société Financière Internationale (IFC) en 2021 visant à identifier les opportunités de renforcement de l'inclusion financière agricole par le biais de la digitalisation des paiements des chaînes de valeur. L'analyse porte sur trois filières agricoles majeures en Tunisie, à savoir l'huile d'olive, la datte et la tomate. Ces filières ont été sélectionnées sur la base de leurs poids respectifs en termes (i) de valeur ajoutée agricole, (ii) d'emplois pourvus et (iii) de contribution aux exportations. À ce titre, les trois chaînes de valeur mobilisent 370 000 agriculteurs³, réalisent un total de production annuelle estimée à 4 milliards de dinars et représentent 60 pour cent des exportations agricoles⁴.

Le secteur agricole revêt une importance significative pour l'économie tunisienne. Il représente 10 pour cent du PIB,

contribue à hauteur de 12 pour cent aux exportations et emploie 14 pour cent de la population active⁵. Toutefois, l'enquête menée auprès de 624 agriculteurs⁶ confirme que le secteur rencontre des défis structurels qui entravent son développement, comme le montre le Graphique 1. En effet, l'agriculture en Tunisie est caractérisée par une fragmentation des terres, une absence de titres fonciers formels, une forte vulnérabilité aux aléas climatiques, un vieillissement et un manque d'éducation de la population agricole ainsi qu'une prédominance des techniques agricoles traditionnelles.

L'enquête IFC révèle en outre que les agriculteurs tunisiens ont largement recours au cash et à des sources de financement informelles. Parmi les agriculteurs des trois chaînes de valeur sélectionnées, 96 pour cent utilisent de l'espèce dans le cadre de leurs opérations de décaissement et d'encaissement et 60 pour cent dépendent de sources informelles pour couvrir leurs besoins en capital. Des opportunités relatives aux trois filières – huile d'olive, datte et tomate - se présentent ainsi au secteur financier formel avec (i) un potentiel de digitalisation des paiements des trois chaînes de valeur estimé à environ 3,7 milliards de dinars (1,2 milliard de dollars)⁷, (ii) un besoin de financement de fonds de roulement des agriculteurs évalué à 810 millions de dinars (250 millions de dollars), et (iii) une demande de financement des investissements à long terme des agriculteurs de 5,7 milliards de dinars (1,8 milliard de dollars).

Sur la base d'une analyse approfondie des chaînes de valeur sélectionnées et d'une cartographie exhaustive des acteurs

¹ Loi n° 2018-20 du 17 avril 2018, et décret n° 2018-840 du 11 octobre 2018 relatifs aux start-ups

² Loi n° 2016-48 du 11 juillet 2016, relative aux banques et établissements financiers et la Circulaire n° 2018-16 de la Banque Centrale de Tunisie du 31 décembre 2018, relative aux règles régissant l'activité et le fonctionnement des établissements de paiement

³ Sur un total de plus de 510 000 agriculteurs; source : Observatoire National de l'Agriculture (ONAGRI)

⁴ Observatoire National de l'Agriculture (ONAGRI) - Ministère de l'Agriculture

⁵ Institut National des Statistiques (INS)

⁶ Enquête menée par IFC - dans le cadre de cette étude - auprès de 624 agriculteurs dont 351 opèrent principalement dans les filières huile d'olive, datte et tomate

⁷ Le taux de change appliqué dans ce rapport est : 1 dollar = 3,208 dinars tunisiens en date du 12 juillet 2022 sur xe.com.



3 chaînes de valeur analysées

~ 370 000 agriculteurs

Un potentiel de digitalisation
des paiements estimé à ~ 3,7
milliards de dinars

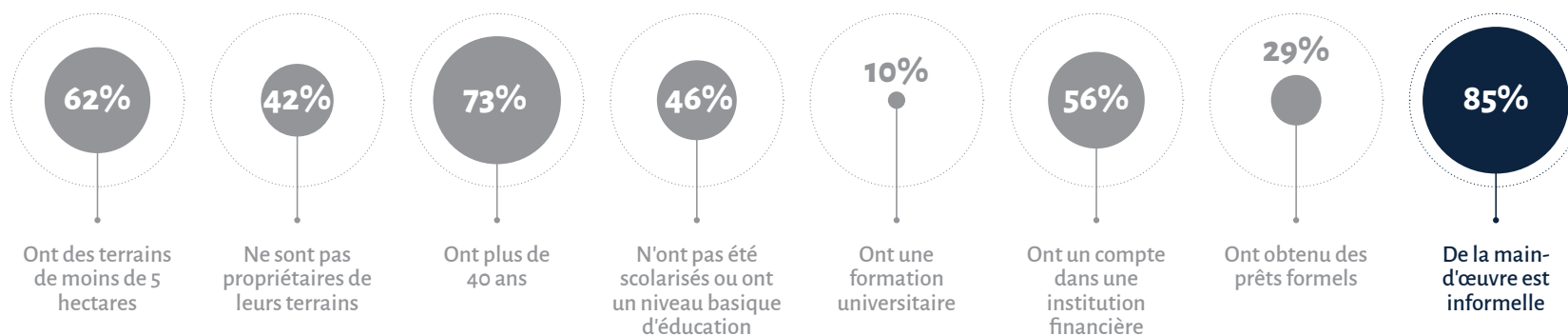
Un besoin de financement
de fonds de roulement des
agriculteurs de ~ 810 millions
de dinars

Un besoin de financement
des investissements de ~5,7
milliards de dinars

impliqués et des flux induits, ce rapport vise à présenter des cas d'usage de solutions digitales pertinents pour le secteur agricole. Au-delà de l'accès aux comptes, ces opportunités permettraient d'accroître l'inclusion financière parmi les agriculteurs grâce à la digitalisation des données agricoles et des différents rapports d'activité. L'accès numérisé à ces éléments permettra d'évaluer le risque de crédit, facilitant ainsi le financement formel du secteur.

La conjugaison des technologies digitales et des modèles de partenariat innovants représente une opportunité certaine pour les acteurs financiers et agroalimentaires, les agriculteurs tunisiens et les petites et moyennes exploitations agricoles.

Graphique 1 : Statistiques clés relatives aux agriculteurs et main d'oeuvre agricole en Tunisie, % d'agriculteurs, enquête IFC 2021





18% de la production agricole

80% du volume de production
destiné à l'export20% de la main-d'œuvre
agricole

~ 310 000 agriculteurs

10% des exportateurs
génèrent 70% des revenus
d'exportation

Cartographie et caractéristiques des chaînes de valeur agricoles



Chaîne de valeur de l'huile d'olive

Caractéristiques et défis de la chaîne de valeur

L'huile d'olive est une filière majeure du secteur agricole, représentant 18 pour cent de la production agricole⁸. La Tunisie fait partie des 5 premiers producteurs et exportateurs d'huile d'olive au monde. 80 pour cent du volume de la production est destiné à l'export et a atteint une valeur d'environ 2,07 milliards de dinars (645 millions de dollars) en 2020, contribuant ainsi à hauteur de 43 pour cent aux exportations agricoles du pays⁹. Environ 102 millions d'oliviers sont répartis sur une superficie de 1,96 million d'hectares sur l'ensemble du territoire national, ce qui représente 46 pour cent des terres arables¹⁰. L'oléiculture emploie par ailleurs 20 pour cent de la main-d'œuvre du secteur¹¹ agricole.

Malgré son poids significatif, la filière oléicole est confrontée à de nombreux défis en lien notamment avec les fluctuations de la production et des récoltes d'une saison à l'autre. En dépit de sa tendance générale à la hausse, la production reste instable et difficile à prévoir. Sur le plan international, la Tunisie fait également face à une concurrence accrue des autres grands producteurs comme l'Italie et l'Espagne¹², et à l'extrême volatilité des prix.

Les rendements tunisiens sont inférieurs à ceux des concurrents internationaux: environ 650 à 950 kilogrammes par hectare contre 2 tonnes par hectare pour l'Italie et l'Espagne. Cet écart s'explique par la persistance de l'usage de techniques agricoles traditionnelles, la faible utilisation d'engrais, le manque de mécanisation et d'utilisation des nouvelles technologies. Les ressources en eaux - de surface et souterraines - étant faibles, 96 pour cent des plantations d'oliviers dépendent des précipitations¹³.

La quasi-totalité (93 pour cent) de l'huile d'olive tunisienne destinée à l'export est expédiée en vrac¹⁴. Ainsi, la marge de manœuvre des acteurs lors des

phases de transformation et d'embouteillage en vue d'impacter la valeur du produit reste limitée. En effet, l'absence de capacité locale à produire des bouteilles de conditionnement et la concurrence internationale au niveau du marketing, du développement de produits, de la distribution et de la logistique constituent de réels défis pour le secteur.

Cartographie de la chaîne de valeur

Les agriculteurs, les huileries et les exportateurs (schéma 1) sont les principales parties prenantes de la chaîne de valeur de l'huile d'olive. La culture des oliviers compte environ 310 000 agriculteurs, dont les trois quarts exploitent des superficies de moins de 10 hectares¹⁵. La production annuelle atteint en moyenne 1,1 million de tonnes d'olives et 220 000 tonnes d'huile d'olive¹⁶.

À peu près 1 000 huileries en moyenne sur les 1 700 huileries tunisiennes sont actives par saison de récolte¹⁷. Durant les saisons de faibles récoltes, seules les huileries rentables sont actives. Sur la base du chiffre d'affaires et du nombre d'employés, ces huileries peuvent généralement être considérées comme des très petites, petites et moyennes entreprises¹⁸. Certaines de ces structures disposent d'une licence d'exportation, mais la plupart sont des sous-traitants d'exportateurs.

La Tunisie compte environ 200 exportateurs d'huile d'olive, dont la moitié est basée à Sfax et dans la région du Grand Tunis. Le volume des exportations atteint en moyenne 185 000 tonnes par an, principalement en vrac, comme indiqué précédemment. 10 pour cent des exportateurs génèrent 70 pour cent des revenus d'exportation contre seulement 1 pour cent des revenus réalisés par les 50 pour cent des exportateurs de plus petite taille. Cette situation génère des déséquilibres entre les acteurs en termes de prix fixés et de marges appliquées.

8 Annuaire des statistiques—Ministère de l'Agriculture, Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO)

9 Observatoire National de l'Agriculture (ONAGRI)—Ministère de l'Agriculture, Tableau de bord, décembre 2021

10 Office National de l'Huile (ONH), Ministère de l'Agriculture

11 La filière oléicole en Tunisie, OCL (Oilseeds & fats Crops and Lipids) Journal

12 [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/608690/EPRS_BRI\(2017\)608690_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/608690/EPRS_BRI(2017)608690_EN.pdf)

13 AgriData—Direction Générale de la Production Agricole (DGPA)—Ministère de l'Agriculture

14 Observatoire National de l'Agriculture (ONAGRI)—Ministère de l'Agriculture, Le secteur de l'huile d'olive en chiffres, 2020

15 Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), Analyse de la filière oléicole en Tunisie, 2015. <https://www.fao.org/3/i4104f/i4104f.pdf>

16 Ibid

17 Office National de l'Huile (ONH), Ministère de l'Agriculture

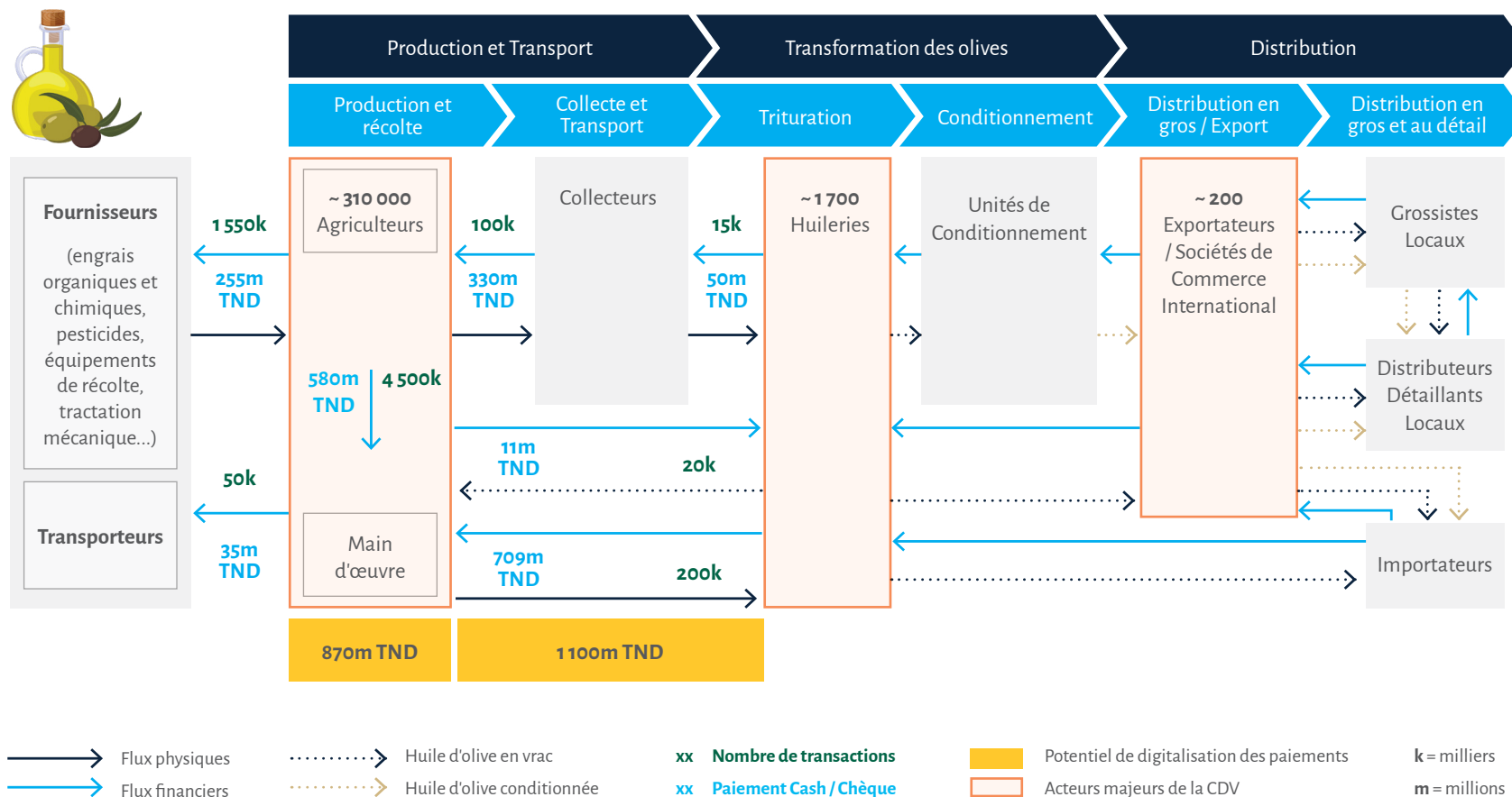
18 Selon l'Office Tunisien des Statistiques, les TPME sont les structures ayant moins de 300 employés, les grandes entreprises ayant 300 et plus. Le rapport est basé sur cette définition des TPME



Un potentiel
de digitalisation
des paiements
estimé à 2
milliards de
dinars.



Schéma 1 : Cartographie des flux physiques et financiers de la chaîne de valeur (CDV) de l'huile d'olive et opportunité de digitalisation des paiements





5^{ème} pays en volume d'exportation

15% des exportations agricoles

~ 50 000 agriculteurs

90% des agriculteurs exploitent des superficies de moins de 2 hectares

~ 1 tiers de déchets

19 Annuaire des statistiques, Ministère de l'Agriculture. Les estimations de la FAO Stat pour la production en 2020 atteignent 332,000 tonnes

20 Annuaire des statistiques – Ministère de l'Agriculture, Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO)

21 Trademap – Statistiques commerciales pour le développement des affaires internationales

22 Annuaire des statistiques, Ministère de l'Agriculture, Août 2020

23 Observatoire National de l'Agriculture (ONAGRI) – Ministère de l'Agriculture, Décembre 2021

24 Rapport d'analyse sur la chaîne de valeur des dattes et dérivés dans le cadre du Programme d'Innovation, de Développement Économique Régional et d'Emploi, Septembre 2015. Entrevue avec le Groupement des Dattes

Chaîne de valeur de la datte

Caractéristiques et défis de la chaîne de valeur

La filière de la datte en Tunisie a enregistré une importante croissance au cours des vingt dernières années, avec un triplement de la production annuelle, atteignant ainsi 328 000 tonnes en 2019¹⁹. Cette performance s'explique notamment par l'extension des superficies agricoles pour les palmiers dattiers, s'élevant désormais à 57 000 hectares. Cette culture est majoritairement présente dans les gouvernorats de Tozeur et de Kebili dans le Sud de la Tunisie, avec une production destinée en grande partie à l'export²⁰.

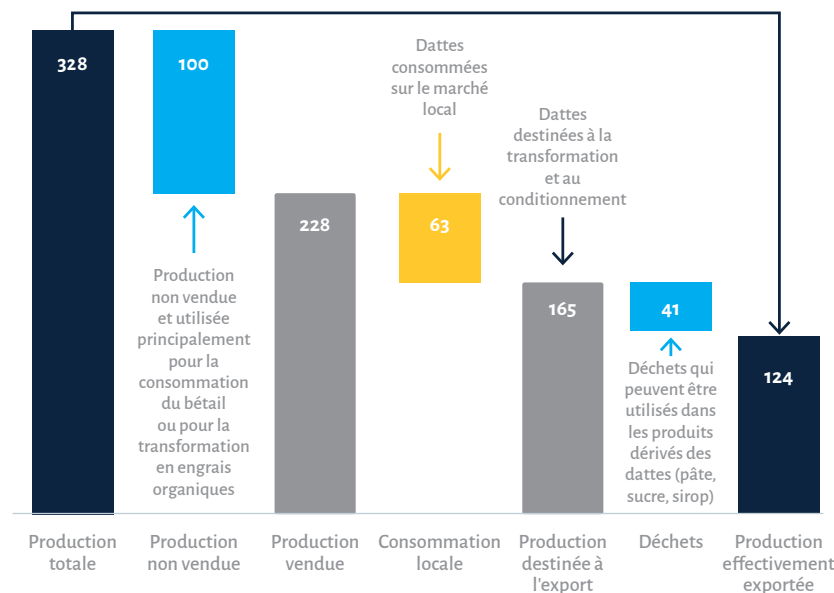
Les dattes tunisiennes sont réputées sur les marchés internationaux en raison de leur qualité. En témoigne la valorisation de la datte tunisienne au niveau international. La Tunisie est le cinquième pays au monde en volume d'exportation de dattes et premier en valeur d'exportation, ce qui s'explique par des prix plus élevés pour une qualité supérieure²¹. Le secteur bénéficie notamment de la stratégie nationale d'export : les exportations de dattes en vrac n'est pas permise et l'export n'est autorisé que pour les unités de transformation ayant un permis d'exportation. Les acteurs du marché ont également mis un accent particulier sur le marketing en développant le conditionnement, la certification et l'image de marque. La Tunisie est le neuvième producteur mondial et le cinquième exportateur de dattes. Le pays exporte 124 000 tonnes de dattes par an pour une valeur d'environ 270 millions de dollars²² (866 millions de dinars), soit 15 pour cent des exportations agricoles en 2021²³.

Le palmier dattier est une culture très exigeante et consommatrice en eau. Les techniques agricoles utilisées en Tunisie demeurent traditionnelles; la rareté de la main-d'œuvre qualifiée, le manque de formations agricoles et l'absence de mécanisation et de système d'irrigation moderne affecteraient ainsi la qualité des dattes. Les subventions des moustiquaires accordées par l'État constituent une aide majeure mais restent insuffisantes pour protéger les palmiers.

En dépit du bon positionnement de la Tunisie sur les marchés internationaux, les exportateurs de dattes font face à de multiples défis. L'exportation tunisienne est confrontée à la hausse des coûts liés au transport et au conditionnement, aux exigences strictes des importateurs, à la forte concurrence internationale et à des difficultés d'accès à de nouveaux marchés. Face à une croissance significative de l'offre au cours des vingt dernières années, la demande locale est restée stable. Les principaux exportateurs et

acteurs tunisiens de la transformation et du conditionnement nouent souvent des partenariats avec les agriculteurs et les coopératives afin de garantir une qualité et un approvisionnement répondant à leurs besoins. Les agriculteurs indépendants, quant à eux, rencontrent des difficultés en termes d'accès aux marchés et de capacité technique, et parviennent difficilement à écouler leurs produits dans un marché déjà saturé. Les agriculteurs interrogés déclarent un taux de déchets d'environ 30 pour cent de la production, ce qui présente une opportunité largement inexploitée. Cette production pourrait notamment servir pour les besoins de production locale de dérivés de dattes tels que le sucre, la poudre et le sirop.

Graphique 2 : Production, déchets et export annuels des dattes en tonnes



Cartographie de la chaîne de valeur

Les agriculteurs et les entreprises de transformation et de conditionnement – qui sont par ailleurs les exportateurs majeurs – sont les principaux acteurs de la chaîne de valeur de la datte (Schéma 2). 50 000 agriculteurs produisent des dattes en Tunisie, dont 90 pour cent exploitent des superficies de moins de 2 hectares²⁴. La culture fragmentée des dattes et la distance géographique séparant les petits exploitants agricoles des autres acteurs de la chaîne de valeur ont incité les agriculteurs à s'organiser en coopératives. Près d'un

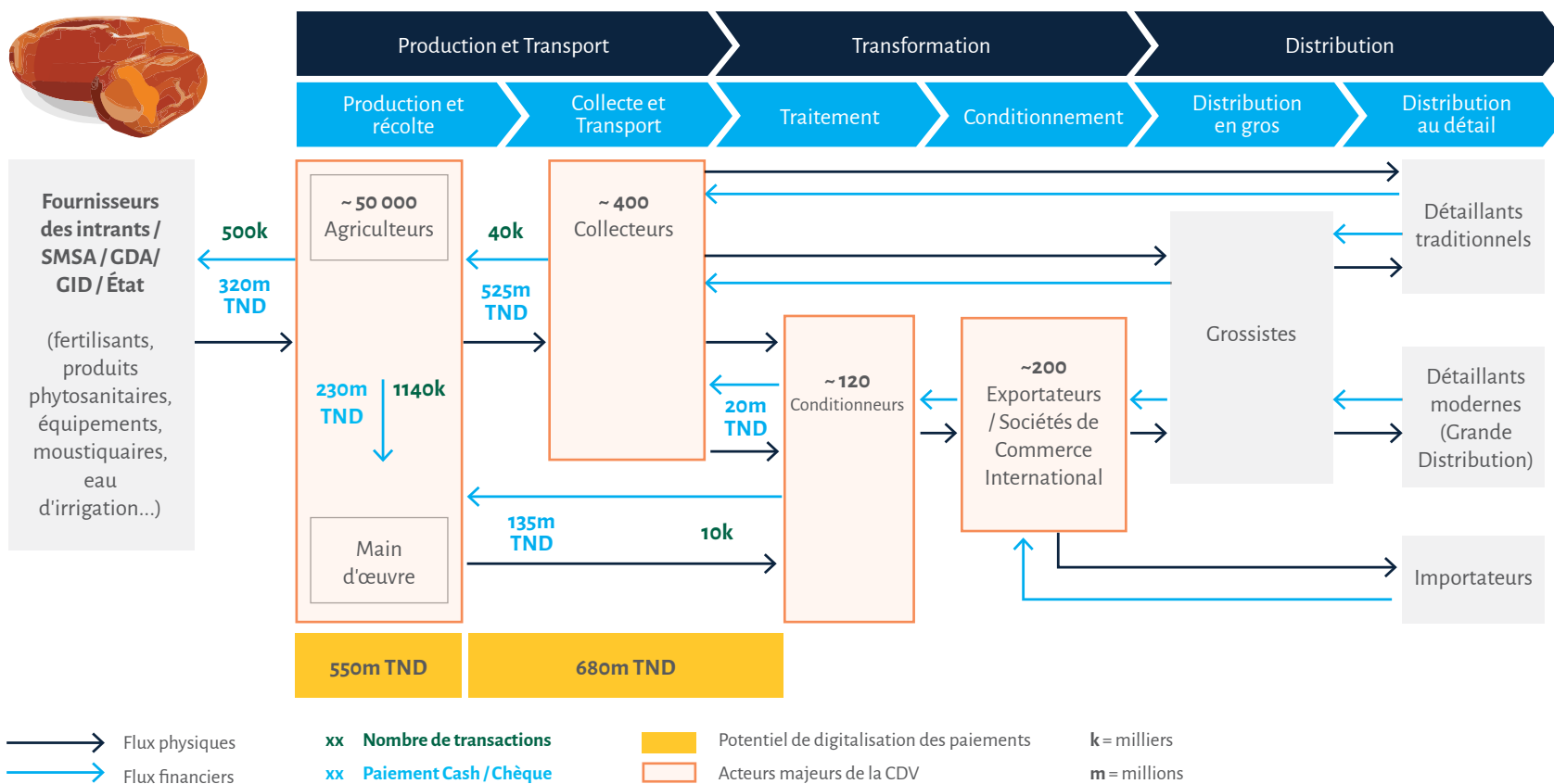
Un potentiel de digitalisation des paiements estimé à 1,2 milliard de dinars.

cinquième des producteurs interrogés dans le cadre de cette enquête, soit 21 pour cent, font partie d'une coopérative. Toutefois, le rôle de ces groupements se limite à la gestion de l'eau d'irrigation et à l'approvisionnement en intrants agricoles. En raison du manque de savoir-faire adéquat, les coopératives de dattes en Tunisie peinent encore à intervenir au niveau du marketing et de la commercialisation des dattes même si la loi le permet²⁵.

Les deux tiers de la production de la datte sont commercialisables. Le tiers restant est composé de déchets et de dattes de mauvaise qualité pouvant être i) utilisées pour la consommation du bétail, ii) transformées en engrais ou iii) exploitées dans le cadre de la fabrication de produits dérivés de la

datte comme le sucre ou le sirop. Les dattes répondant aux normes de qualité sont acheminées par des collecteurs soit vers les grossistes et/ou les détaillants - pour une distribution en gros sur le marché local - soit vers les quelques 120 conditionneurs. Ces derniers assurent le tri, le conditionnement et la commercialisation des dattes naturelles ou transformées directement destinées à l'export ou par le biais d'autres exportateurs²⁶. Les acteurs de la chaîne de valeur de la datte sont principalement des TPME (très petites, petites et moyennes entreprises)²⁷. Seul le leader du marché de l'export est considéré comme une grande entreprise.

Schéma 2 : Cartographie des flux physiques et financiers dans la chaîne de valeur (CDV) de la datte et potentiel de digitalisation des des paiements



²⁵ Société Mutuelle de Services Agricoles, loi sur le cadre réglementaire des coopératives (SMSA) en Tunisie, entrée en vigueur en 2005

²⁶ Annuaire des statistiques – Ministère de l'Agriculture, Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO)

²⁷ Statistiques issues du Répertoire National des Entreprises, Statistiques Tunisie, RNE – Édition 2020



1,3 million de tonnes de production

3/4 de la production destinés à la transformation

~ 10 000 producteurs

~ 18 000 hectares

28 Annuaire des statistiques, Ministère de l'Agriculture

29 Groupement des Industries de Conserves Alimentaires (GICA), Ministère de l'Industrie et des PME, Mise à jour des cultures du Conseil Mondial de la Tomate d'Industrie à date du 21 octobre 2021

30 Mémoire d'accord signé le 26 avril 2018 entre l'UTICA et l'UTAP visant à préciser les modalités tarifaires conformément à l'article 13 du décret n° 2008-2408 du 23 juin 2008 portant sur l'organisation de la campagne de production et de transformation des tomates de saison destinées au traitement.

31 Annuaire des statistiques, Ministère de l'Agriculture

Chaîne de valeur de la tomate

Caractéristiques et défis de la chaîne de valeur

La tomate et le piment sont les deux cultures maraîchères générant une valeur de plus de 500 millions de dinars (156 millions de dollars) par an²⁸. La production des tomates saisonnières et non saisonnières a atteint 1,3 million de tonnes en 2020. Les trois quarts de la production sont destinés à la transformation, notamment en double concentré de tomate (DCT), ce qui permet à la Tunisie de figurer parmi les 10 premiers producteurs de tomates transformées²⁹.

Les Tunisiens sont les premiers consommateurs de DCT par habitant dans le monde. Ce produit est donc considéré stratégique pour la sécurité alimentaire du pays. Par conséquent, l'État priorise l'approvisionnement local en tomates fraîches et transformées en premier lieu avant de procéder à l'autorisation des exportations. 3 pour cent seulement de la production est ainsi exportée. L'État a historiquement contrôlé le marché de la tomate à travers l'encadrement des prix et de la production. Malgré la libéralisation des prix du DCT en 2014, un prix de référence est fixé chaque année pour la tomate fraîche destinée à la transformation. La filière de la tomate s'avère être la mieux structurée des cultures maraîchères, mais demeure confrontée à certains défis en lien avec le manque de confiance au sein de la chaîne de valeur et la qualité des produits.

L'analyse a révélé un manque de confiance parmi les acteurs de la filière. Les entreprises agroalimentaires et les collecteurs approvisionnent souvent les agriculteurs en intrants agricoles - tels que des plants, des engrais et des pesticides - et en outils et informations relatives à la demande et aux techniques agricoles. Ces efforts ont certes eu un impact positif sur les récoltes mais le manque de confiance persiste au sein de la filière. Les échanges informels, le manque de transparence, les difficultés de suivi des flux physiques et financiers et la perception de marges élevées sur les intrants fournis aux agriculteurs influencent la nature des rapports entre les différents acteurs.

Par ailleurs, les unités de transformation déplorent un taux de perte allant jusqu'à 10 pour cent sur les produits frais reçus par les agriculteurs. Ce taux s'explique notamment par la faible qualité des intrants agricoles, des conditions climatiques et de sol défavorables dans certaines régions, des techniques agricoles obsolètes et des conditions de transport inadéquates. Afin de surmonter ces contraintes, un mécanisme de paiement sur qualité a été développé pour différencier le prix de référence des tomates fraîches destinées

à la transformation en fonction du taux de perte et de la qualité jaugée par la teneur en sucre et en minéraux. En 2018, un protocole d'accord a été signé³⁰ entre l'Union Tunisienne de l'Industrie du Commerce et de l'Artisanat (UTICA) et l'Union Tunisienne de l'Agriculture et de la Pêche (UTAP) pour déterminer la grille tarifaire, mais le mécanisme n'est pas encore opérationnel.

Cartographie de la chaîne de valeur

Les agriculteurs, les collecteurs et les unités de transformation sont les principaux acteurs de la chaîne de valeur de la tomate (Schéma 3). Le pays compte environ 10 000 producteurs qui cultivent approximativement 18 000 hectares par an³¹. 73 pour cent de la production totale, soit 950 000 tonnes, sont transformés. La plupart des agriculteurs ont recours aux techniques agricoles traditionnelles, avec près de 80 pour cent de la récolte réalisée manuellement. Le rendement est fortement dépendant de la région et des conditions climatiques.

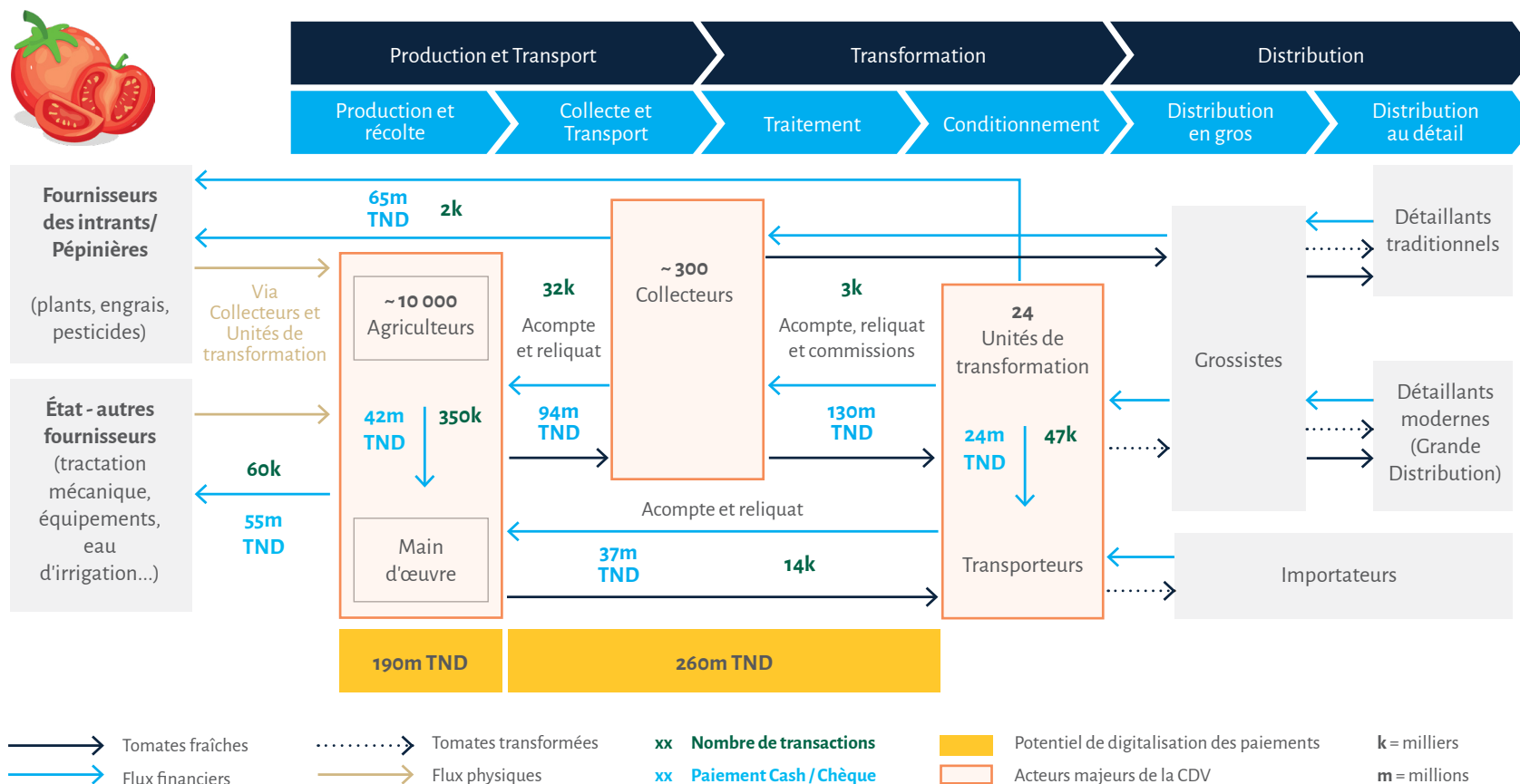
La production est acheminée vers les unités de transformation soit directement soit par le biais d'environ 300 collecteurs situés dans les régions de culture - à savoir Nabeul, le Centre, le Nord-Ouest et le Sahel. Le pays dispose actuellement de 24 unités de conditionnement et de transformation desservant le marché local et l'export, contre 40 dans les années 1990. Comme mentionné précédemment, les collecteurs, les entreprises agroalimentaires et les unités de conditionnement et de transformation jouent un rôle majeur tout au long de la chaîne de valeur. Grâce à leurs partenariats avec les agriculteurs, ces parties prenantes interviennent à tous les niveaux du processus; production, avances en nature, fourniture d'intrants et conseil en termes de techniques agricoles. À l'exception du leader du marché, toutes les autres entreprises impliquées dans la chaîne de valeur sont des TPME.



Un potentiel de digitalisation des paiements estimé à 450 millions de dinars.



Schéma 3 : Cartographie des flux physiques et financiers entre les acteurs dans la chaîne de valeur (CDV) de la tomate et opportunité de digitalisation des paiements



Potentiel, défis et opportunités de digitalisation des paiements



Usage du cash et potentiel de digitalisation

L'utilisation du cash et des chèques est prédominante. En effet 95 pour cent des agriculteurs des trois chaînes de valeur utilisent en effet exclusivement des moyens de paiement non-numériques, comme le montre le tableau 1. Cette pratique s'applique aussi bien aux décaissements - lors du règlement des frais d'approvisionnement et de main-d'œuvre - qu'aux encaissements - suite à la vente de la production. Le manque d'accès aux moyens de paiement numériques, la préférence de l'écosystème pour l'espèce et la perception de rapidité et de facilité d'utilisation des moyens non numériques sont les principales raisons évoquées par les agriculteurs justifiant l'utilisation du cash, comme l'indique le tableau 2.

Tableau 1 : Moyens de paiement utilisés par les agriculteurs

					
		Huile d'Olive	Datte	Tomate	3 CDV
		%	%	%	%
Agriculteurs - Fournisseurs	Exclusivement non-numérique*	95	92	98	95
	Exclusivement en cash	89	85	85	87
Agriculteurs - Clients	Exclusivement non-numérique*	96	97	100	97
	Exclusivement en cash	86	66	85	82

* cash, chèque et effets de commerce

32 Compte transactionnel : compte utilisé pour effectuer des opérations courantes de paiement, d'encaissement, de transfert. Il peut s'agir d'un compte bancaire, d'un compte postal ou d'un compte détenu auprès d'un établissement de paiement.

33 D'après l'étude menée en parallèle par IFC : Inclusion Financière en Tunisie : État des lieux et opportunités 2022.

Tableau 2 : Principales raisons expliquant l'utilisation du cash par les agriculteurs

Encaissements des agriculteurs (Transactions Agriculteurs-Clients)		Décaissements des agriculteurs (Transactions Agriculteurs - Fournisseurs)	
Principaux motifs	% Agriculteurs	Principaux motifs	% Agriculteurs
N'ayant pas d'autres moyens pour être payés	33	N'ayant pas d'autres moyens de paiement	46
Les clients préfèrent le cash	25	Les fournisseurs et les ouvriers (main-d'œuvre) préfèrent le cash	30
Simplicité / Rapidité	23	Simplicité / Rapidité	14
Transactions de petits montants	14	Transactions de petits montants	13

D'après les résultats de l'enquête IFC, 61 pour cent des agriculteurs des trois chaînes de valeur agricoles disposent d'au moins un compte transactionnel³² et 43 pour cent détiennent un compte bancaire, comme mentionné dans le tableau 3. Le taux de détention d'un compte transactionnel est légèrement plus élevé dans les trois chaînes de valeur que ceux observés pour le secteur agricole dans sa globalité (56 pour cent), mais demeure inférieur au taux recensé chez les particuliers (69 pour cent)³³. Les établissements de paiement ont récemment fait leur apparition sur ce marché, mais leurs solutions sont très peu utilisées par les agriculteurs.

Tableau 3 : Types de comptes détenus par les agriculteurs

				
	Huile d'Olive	Datte	Tomate	3 CDV
Taux d'équipement par type de compte	%	%	%	%
Agriculteurs ayant au moins 1 compte transactionnel ³²	60	65	63	61
Agriculteurs ayant un compte bancaire	44	38	45	43
Agriculteurs ayant un compte postal	31	47	40	36
Agriculteurs ayant un compte auprès d'établissements de paiement	0	0	0	0

Un agriculteur peut détenir un ou plusieurs comptes

Les agriculteurs expriment un manque de confiance vis-à-vis des institutions financières, comme le montre le tableau 4. Seule La Poste bénéficie d'un degré de confiance jugé satisfaisant parmi les agriculteurs, à 90 pour cent. Le niveau de confiance exprimé envers les autres institutions financières est d'environ 50 pour cent, voire à un niveau inférieur. Les agriculteurs avancent de nombreuses raisons pour justifier cette situation, notamment l'opacité et la complexité perçues des procédures (47 pour cent) et les coûts/taux d'intérêt jugés très élevés (44 pour cent).

Tableau 4 : Niveau de confiance des agriculteurs vis-à-vis des institutions financières

				
	Huile d'Olive	Datte	Tomate	3 CDV
Niveau de confiance envers les institutions financières	%	%	%	%
Niveau de confiance des agriculteurs envers les banques	53	53	65	55
Niveau de confiance des agriculteurs envers La Poste	89	96	87	90
Niveau de confiance des agriculteurs envers les institutions de microfinance	47	43	49	47
Niveau de confiance des agriculteurs envers les companies de leasing	38	39	52	40

L'analyse détaillée de la structure de production des trois chaînes de valeur et la cartographie des transactions induites révèlent un potentiel de digitalisation des paiements de 3,7 milliards de dinars (1,2 milliard de dollars). Le potentiel concerne les décaissements - liés à l'approvisionnement en intrants agricoles et au paiement de la main-d'œuvre - ainsi que les encaissements reçus au niveau des agriculteurs de la part des entreprises agroalimentaires et des autres acteurs.

Les agriculteurs tunisiens expriment un intérêt certain et une volonté d'utiliser les solutions digitales innovantes. Selon les conclusions de l'enquête IFC, 60 pour cent des agriculteurs sont intéressés par des solutions digitales leur permettant d'optimiser la gestion de leur approvisionnement en intrants, de leurs cultures, de la commercialisation de leurs produits et plus particulièrement des ressources en eau. Près de la moitié des agriculteurs des trois chaînes de valeur sondés (47 pour cent) a manifesté son intérêt pour des moyens de paiement digitaux, reconnaissant leur valeur ajoutée dans la facilitation des procédures de paiement et la réduction des risques liés à la manipulation du cash.

Tableau 5 : Intérêt des agriculteurs pour les solutions digitales de gestion des activités agricoles et de paiement

				
	Huile d'Olive	Datte	Tomate	3 CDV
Intérêt des agriculteurs pour les solutions digitales	%	%	%	%
Pour le pilotage de l'activité agricole, l'approvisionnement et les ventes	47	44	45	46
Pour la gestion des ressources en eau	59	57	65	60
Pour les paiements	47	46	50	47

L'expérience internationale témoigne de plusieurs déploiements réussis de solutions digitales dans le secteur agricole – notamment en Afrique subsaharienne. Il serait tout aussi possible d'innover dans les chaînes de valeur agricoles en Tunisie que ce soit au niveau de la digitalisation des paiements, du crédit, du leasing, des services d'information ou du commerce électronique.

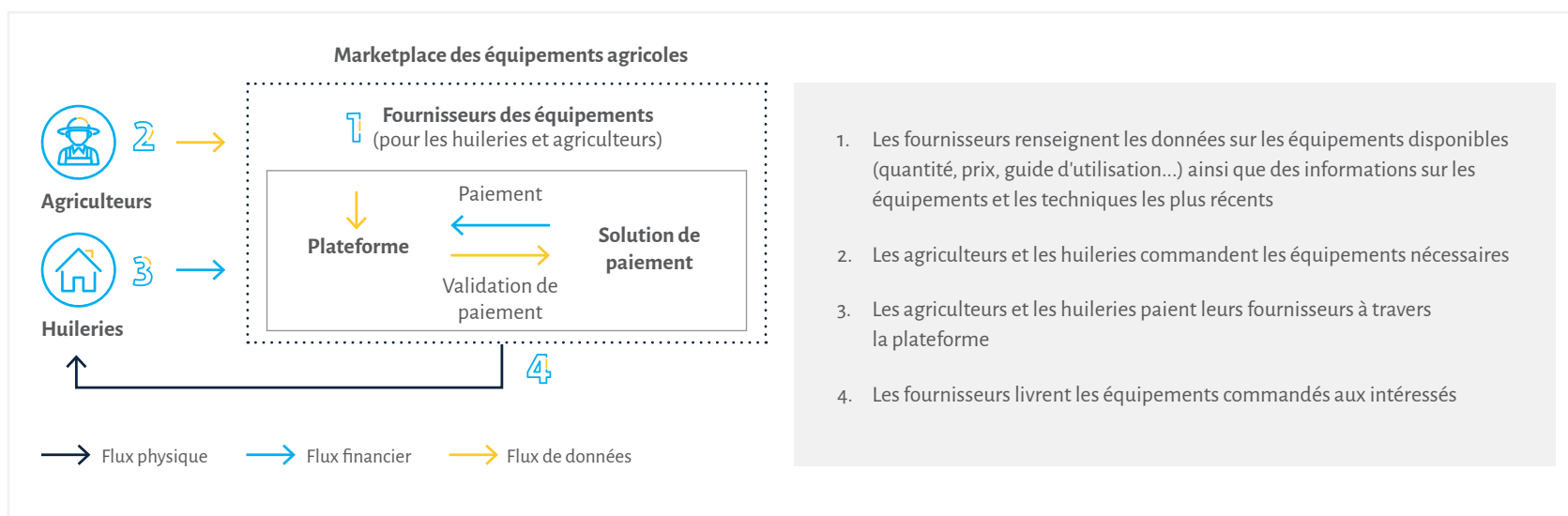
Opportunités de digitalisation des paiements de la chaîne de valeur de l'huile d'olive

La majorité (95 pour cent) des transactions entre les agriculteurs et leurs fournisseurs – y compris celles relatives à la main-d'œuvre – est effectuée via des moyens non-digitaux, principalement en cash. La main-d'œuvre représente les deux tiers du coût de production. 96 pour cent des transactions entre les agriculteurs et leurs clients, notamment les huileries et les grossistes, sont également non-digitales. Ces flux de décaissement et d'encaissement sont respectivement évalués à 870 millions de dinars (270 millions de dollars) et 1,1 milliard de dinars (340 millions de dollars), offrant une large opportunité de digitalisation des paiements estimée à 2 milliards de dinars (620 millions de dollars).

Le schéma 4 présente le cas d'usage d'une plateforme de commerce digitale qui vise à faciliter l'accès des agriculteurs et des unités de transformation des trois chaînes de valeur aux équipements agricoles modernes. Ce modèle permet de renforcer la productivité et la compétitivité dans un contexte de croissance du coût et de rareté de la main-d'œuvre qualifiée.

Concernant la chaîne de valeur de l'huile d'olive, de nombreuses huileries ont commencé à se moderniser, la moitié d'entre elles continue encore d'avoir recours à des techniques de trituration traditionnelles³⁴. La mise en place d'une plateforme de commerce digitale permettrait de connecter les agriculteurs et les entreprises de transformation aux fournisseurs d'équipements afin de faciliter les commandes et les paiements, aussi bien pour l'achat que pour la location ou le leasing. L'intégration d'une solution de paiement digitale favoriserait également la digitalisation des paiements tout en apportant plus de traçabilité, de rapidité et d'efficacité. La solution pourrait aussi intégrer des fonctionnalités permettant d'apporter un conseil sur les techniques agricoles et la transformation.

Schéma 4 : Exemple d'une plateforme de commerce électronique applicable à la chaîne de valeur de l'huile d'olive



Opportunités de digitalisation des paiements de la chaîne de valeur de la datte

Les interactions entre les agriculteurs et les autres acteurs de la chaîne de valeur de la datte sont généralement informelles, basées sur des contrats oraux et des paiements en espèces ou par chèque. À titre d'exemple, 6 pour cent des grossistes seulement détiennent des licences professionnelles³⁵. 92 pour cent des transactions effectuées entre les agriculteurs et leurs fournisseurs et 96 pour cent de celles réalisées entre les agriculteurs et leurs clients ne sont pas digitalisées. Ces flux sont évalués respectivement à 550 millions de dinars (170 millions de dollars) et 680 millions de dinars (210 millions de dollars), soit une opportunité totale de digitalisation des paiements de 1,2 milliard de dinars (380 millions de dollars).

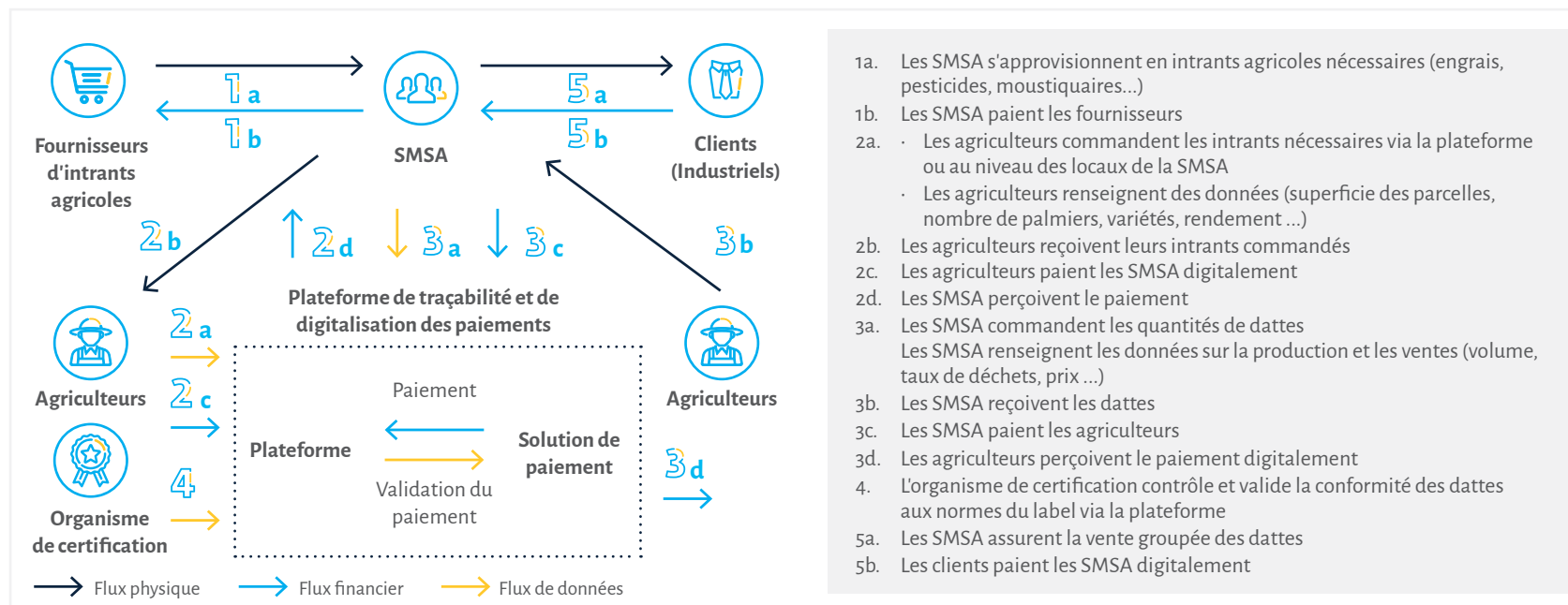
Le marché tunisien des dattes est passé d'un surplus de la demande à un excédent de l'offre. Les petits exploitants - avec des produits de moindre qualité - connaissent ainsi des difficultés à écouler leur production. L'organisation de certains agriculteurs en coopératives ne permet pas encore d'atteindre des objectifs de ventes groupées ou de contribuer à l'amélioration des techniques agricoles des membres.

Aussi, une solution de plateforme de traçabilité digitale, comme illustré par le schéma 5, améliorerait l'accès aux marchés des petits exploitants et des coopératives agricoles.

Cette plateforme regrouperait les coopératives et leurs membres affiliés afin d'optimiser les achats groupés d'intrants, de faciliter l'accès aux marchés et d'augmenter le pouvoir de négociation lors de la fixation des prix. L'intégration d'un label de certification des dattes permettra de renforcer l'accès au marché en garantissant un certain niveau de qualité. La plateforme pourra être enrichie au fur et à mesure pour permettre ultérieurement la mise en relation directe avec les entreprises de conditionnement et les exportateurs, favorisant ainsi la digitalisation des transactions entre tous les acteurs de la chaîne de valeur.

Une telle solution contribuera à renforcer la transparence et la confiance au sein du secteur. Les institutions financières pourraient tirer profit des données générées afin d'évaluer de manière plus précise le niveau de risque des acteurs du marché au travers de nouveaux modèles de scoring, ce qui contribuera au développement de produits de financement plus adaptés. La plateforme fournirait également des services de conseil en techniques agricoles, ce qui serait particulièrement précieux pour ce type de culture très exigeante. Des initiatives similaires sont, en effet, en cours de développement par des acteurs de la chaîne de valeur de la datte dans le but de faire bénéficier l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur – y compris les petits exploitants agricoles, les très petites et petites entreprises agroalimentaires ainsi que les autres intervenants – des avantages d'une telle solution de traçabilité et de digitalisation.

Schéma 5 : Cas pratique de digitalisation des paiements dans la chaîne de valeur de la datte



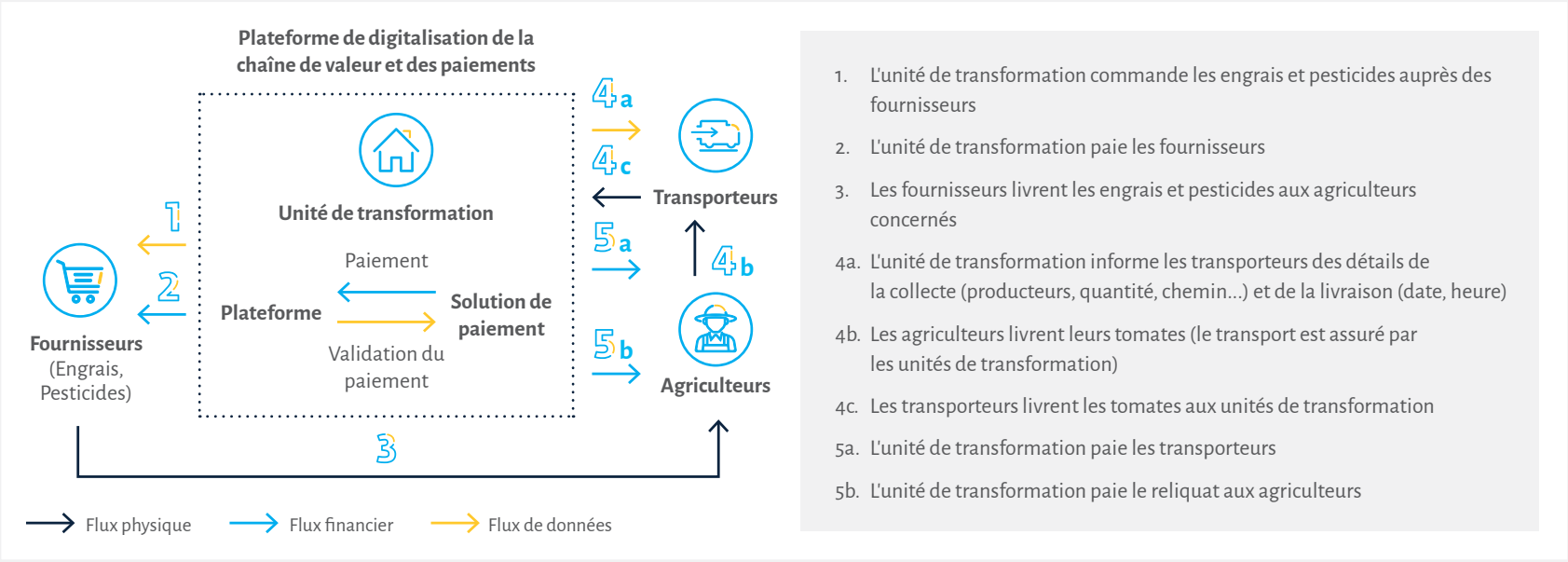
Opportunités de digitalisation des paiements de la chaîne de valeur de la tomate

Selon les résultats de l'enquête IFC, 85 pour cent des transactions financières réalisées par les agriculteurs de la chaîne de valeur de la tomate sont réalisées en espèces. 98 pour cent des décaissements aux fournisseurs et 100 pour cent des paiements reçus de la part des clients sont réglés via des moyens non-numériques (en espèce et par chèque). Les paiements relatifs aux intrants et à la main-d'oeuvre sont évalués à 190 millions de dinars (60 millions de dollars), alors que les paiements reçus sont estimés à 260 millions de dinars (81 millions de dollars), soit une opportunité totale de digitalisation des paiements de 450 millions de dinars (140 millions de dollars).

Les entreprises de transformation de la chaîne de valeur de la tomate accordent souvent des avances en espèces ou en nature – des intrants par exemple – aux collecteurs et aux agriculteurs. Toutefois, certaines mauvaises pratiques ainsi que le manque de traçabilité et de transparence ont impacté le niveau de confiance entre les acteurs de la chaîne de valeur. Les défis liés aux processus de livraison de la récolte - fragilité des produits frais, conditions climatiques difficiles de la saison agricole, pénuries de transport, distance entre les zones de production et les unités de transformation – peuvent impacter davantage à la fois la qualité des produits et le niveau de confiance entre les acteurs de la chaîne de valeur.

Le schéma 6 présente un modèle de plateforme digitale pouvant contribuer à favoriser un environnement commercial plus transparent. Il s'agit de digitaliser les flux entre les fournisseurs d'intrants, les agriculteurs, les transporteurs et les unités de transformation pour (i) optimiser l'organisation des phases de culture et de récolte, (ii) accompagner les unités dans la gestion des approvisionnements et la distribution des intrants agricoles, et (iii) superviser l'utilisation des intrants et des rendements. En intégrant les transporteurs, la plateforme permettrait également d'organiser la gestion des plannings de livraison pour optimiser les délais et préserver la qualité des produits. L'intégration d'une solution de paiement digitale renforcerait la valeur ajoutée de la solution en permettant une meilleure gestion des avances et des paiements de solde bénéficiant aux agriculteurs.

Schéma 6 : Cas pratique de digitalisation des paiements dans la chaîne de valeur de la tomate



Besoins, défis et opportunités de financement



Accès des agriculteurs au crédit formel

Les besoins de financement des petits exploitants agricoles ainsi que des TPME agroalimentaires des trois chaînes de valeur visent à couvrir leur approvisionnement en intrants agricoles, l'achat de matériel, ainsi que leur fonds de roulement. Ces acteurs restent confrontés à des difficultés d'accès au financement. Parmi les agriculteurs sondés dans le cadre de cette enquête, 83 pour cent ont exprimé un besoin de financement, alors que seuls 29 pour cent avaient obtenu des prêts auprès d'institutions financières formelles, comme le montre le tableau 6.

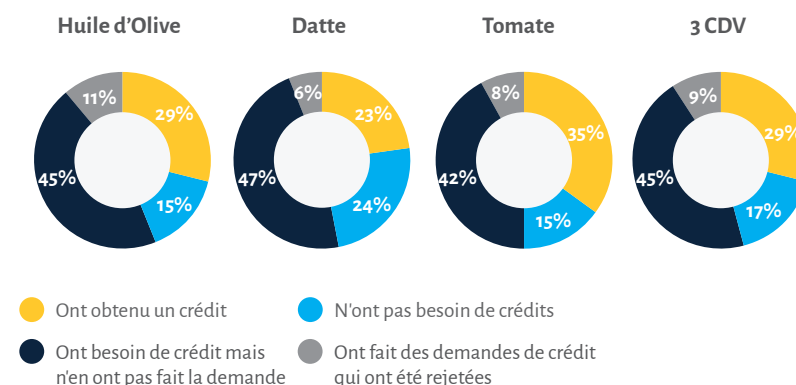
Tableau 6 : Accès des agriculteurs au crédit formel auprès des institutions financières

	 Huile d'Olive	 Datte	 Tomate	 3 CDV
Agriculteurs équipés en crédits formels	%	%	%	%
Auprès des institutions financières	29	24	35	29
Auprès des Banques	16	10	13	14
Auprès des IMF et de la BTS	17	15	22	18
Auprès des compagnies de Leasing	3	1,5	3	2,5

Selon les résultats de l'enquête, 9 pour cent des agriculteurs avaient effectivement effectué une demande de crédit qui a été rejetée, alors que 45 pour cent n'avaient jamais demandé de crédit auprès d'une institution financière formelle en dépit de leurs besoins de financement, comme l'indique le graphique 3. Concernant les acteurs

n'ayant pas eu recours au crédit, 28 pour cent estiment ne pas en avoir besoin, 14 pour cent expriment une aversion pour la dette, 14 pour cent avancent un manque de garantie et 11 pour cent déplorent des coûts très élevés.

Graphique 3 : Besoins et demande de crédit formel des agriculteurs



Les institutions financières, y compris les institutions de microfinance et les sociétés de crédit-bail, considèrent que les agriculteurs ont un profil de risque élevé compte tenu de leur vulnérabilité aux conditions climatiques, aux risques phytosanitaires, à la saisonnalité des flux de trésorerie, et à l'irrégularité de leurs revenus. Les petits exploitants agricoles dépendent des autres acteurs de la chaîne de valeur pour accéder au marché et sont dans l'incapacité de fournir des états financiers ou des rapports d'activité permettant l'alimentation de leur dossier de crédit.

L'absence de garanties constitue par ailleurs un défi majeur compte tenu des faibles niveaux de détention de titres fonciers et de formalisme; seuls 57 pour cent des agriculteurs sondés sont propriétaires de leurs exploitations (dont 75 pour cent détiennent des certificats de propriété) et 32 pour cent détiennent un certificat d'activité agricole. La faible couverture des zones rurales par les institutions

financières impliquerait le déploiement d'équipes terrain pour gérer le recouvrement auprès des agriculteurs. Les acteurs financiers sont généralement réticents à octroyer des crédits aux agriculteurs ou procèdent, le cas échéant, par l'application de taux d'intérêt très élevés afin de couvrir le coût du risque et les modalités éventuelles de recouvrement du prêt. Ainsi, les agriculteurs sont souvent amenés à mobiliser leurs propres ressources ou encore des sources de financement informelles dans le cadre de leurs activités agricoles. À ce titre, 60 pour cent des agriculteurs des trois chaînes de valeur interrogés sollicitent des prêts informels auprès d'amis, de la famille, de proches ou auprès de prestataires et prêteurs informels.

Les grossistes, les huileries et les entreprises de transformation et de conditionnement sont en majorité des TPME et font face aux mêmes difficultés d'accès au financement formel. La majorité de ces entreprises est effectivement informelle, avec une production fluctuante, ne disposant ni des garanties nécessaires ni d'une gestion structurée leur permettant de fournir des documents financiers et commerciaux fiables.

Potentiel de financement du fonds de roulement et des investissements des agriculteurs

Compte tenu des besoins en fonds de roulement des agriculteurs des trois chaînes de valeur, et du niveau de couverture en ressources propres, l'opportunité de financement formel annuel en fonds de roulement est estimée à 810 millions de dinars (250 millions de dollars) - comme affiché au tableau 7. La chaîne de valeur de l'huile d'olive présente l'opportunité la plus élevée avec 600 millions de dinars (190 millions de dollars), suivie de la datte avec une opportunité estimée à 145 millions de dinars (45 millions de dollars) et de la tomate qui affiche un potentiel de 65 millions de dinars (20 millions de dollars).

Tableau 7 : Besoin de financement en fonds de roulement des agriculteurs

			
	Huile d'Olive	Datte	Tomate
Dépenses annuelles moyennes par agriculteur (TND)	~ 6 200	~ 7 200	~ 11 600
Dépenses couvertes par les ressources propres des agriculteurs	28 %	36 %	32 %
Nombre d'agriculteurs concernés	135k	30k	8k
Potentiel de financement du fonds de roulement (TND)	600m	145m	65m
k = milliers m = millions mds = milliards			

Concernant le volet des investissements, 76 pour cent des agriculteurs des trois chaînes de valeur, soit 280 000 personnes, ont exprimé un besoin d'investissement à long terme en lien avec leur activité agricole. L'opportunité globale de financement des investissements est évaluée à 5,7 milliards de dinars (1,8 milliard de dollars) sur la base d'un investissement moyen d'environ 20 000 dinars par agriculteur, comme illustré par le tableau 8. Les besoins d'investissement des agriculteurs intervenant sur les filières de l'huile d'olive et de la datte portent essentiellement sur la mise en place de systèmes d'irrigation et de serres agricoles. L'installation d'unités de transformation fait partie des projets mentionnés par les acteurs de la filière de l'huile d'olive. Les producteurs de la datte font référence quant à eux à l'achat de machines et autres équipements. Les besoins exprimés pour la chaîne de valeur de la tomate concernent principalement le financement d'unités de production, suivies des machines et équipements et des bâtiments agricoles.

Tableau 8 : Potentiel d'investissement dans les exploitations de l'huile d'olive, de la datte et de la tomate

			
	Huile d'Olive	Datte	Tomate
Agriculteurs ayant exprimé des besoins d'investissement	78%	65%	88%
Besoin moyen d'investissement par agriculteur (TND)	21 000	15 400	21 800
Nombre d'agriculteurs concernés	240k	32k	9k
Potentiel de financement des investissements (TND)	5mds	500m	200m
k = milliers m = millions mds = milliards			

Mobilisation des solutions digitales pour saisir les opportunités de financement

Pour faciliter l'accès au financement du secteur agricole, il est primordial de permettre l'accès et l'échange d'information entre les exploitants agricoles et les institutions financières. Les solutions digitales peuvent jouer un rôle majeur car elles introduiront des méthodes alternatives de collecte de données et par conséquent d'évaluation du dossier de crédit. La digitalisation des paiements au niveau des trois chaînes de valeur permettra ainsi l'accès et l'exploitation de données précises – à la fois financières et non financières – qui seront utilisées pour évaluer le risque et prévoir la capacité de remboursement des petits exploitants agricoles.

L'implication des grandes entreprises agroalimentaires et des coopératives agricoles est un atout indéniable dans la mise en place des solutions digitales au niveau des chaînes de valeur. Ces acteurs bénéficient d'une relation de proximité avec les agriculteurs et d'une connaissance précise des caractéristiques de la chaîne de valeur, ce qui facilite l'identification, la mobilisation et la sensibilisation des producteurs sur ces nouvelles initiatives.

La mise en place d'un système de récépissés d'entrepôt (WRS – Warehouse Receipt System) numérisé figure parmi les opportunités de digitalisation de la filière de l'huile d'olive. L'implémentation d'une telle initiative offrirait de nouveaux mécanismes de garanties basés sur les produits agricoles, ce qui faciliterait l'accès au financement et renforcerait le pouvoir de négociation des acteurs de petite taille. La chaîne de valeur

de l'huile d'olive est caractérisée par un déséquilibre significatif entre les parties prenantes au niveau du pouvoir de fixation des prix et des marges bénéficiaires. Les huileries de petite taille ont souvent une capacité financière et de stockage limitée, ce qui les contraint à vendre l'huile d'olive à des prix plus bas pour pouvoir disposer de fonds de roulement et libérer des capacités de stockage. Les structures ayant une capacité suffisante de stockage bénéficient de plus de latitude pour négocier les prix de vente et maîtriser leurs marges.

Le concept illustré par le schéma 7 fait référence à un système de récépissés d'entrepôt numérisé se traduisant par la mise en place d'un mécanisme de financement alternatif basé sur les produits agricoles. Les huileries, par exemple, seraient en mesure de stocker l'huile d'olive dans des conditions optimales dans des entrepôts approuvés, et ainsi obtenir des récépissés pouvant être utilisés comme garantie dans le cadre d'une demande de crédit. La mise en place d'une plateforme digitale pour la gestion du WRS permettra d'émettre des récépissés numériques pouvant servir de nantissement auprès des institutions financières dans le cadre de demandes de prêts. L'intégration d'une solution de paiement à la plateforme permettra d'intégrer les transactions financières en lien avec les matières premières.

Ces propositions de cas d'usage mettent en exergue les différentes opportunités d'exploitation de la digitalisation. Il s'agit de proposer des solutions concrètes, répondant à des problématiques réelles du secteur qui permettront par ailleurs aux institutions financières de développer des produits de financement durables et sur mesure au profit des chaînes de valeur agricoles.

Schéma 7 : Système de récépissés d'entrepôt dans la chaîne de valeur de l'huile d'olive



Recommandations

Facteurs clés de succès pour implémenter des solutions digitales en faveur d'une inclusion financière agricole renforcée en Tunisie



Parmi les agriculteurs des trois chaînes de valeur de l'huile d'olive, de la datte et de la tomate, 61 pour cent disposent d'un compte transactionnel, mais 29 pour cent seulement ont déjà eu accès à un financement formel. Pour 98 pour cent de ces agriculteurs, le cash est le moyen de paiement le plus utilisé dans le cadre de leurs transactions. La demande de financement en fonds de roulement et l'opportunité de digitalisation des paiements au niveau de ces chaînes de valeur sont respectivement estimées à environ 810 millions de dinars (250 millions de dollars) et à 3,7 milliards de dinars (1,2 milliard de dollars). Les acteurs financiers gagneraient à exploiter ce potentiel en prenant notamment en considération les orientations suivantes :

Proposer des solutions digitales sur mesure répondant aux besoins financiers et non financiers des acteurs de la chaîne de valeur agricole. Les agriculteurs sont de plus en plus enclins à envisager et adopter des solutions financières digitales surtout si elles permettent de répondre à leurs problématiques quotidiennes en lien avec leur activité agricole.

Équiper les agriculteurs de solutions de paiement digitales répondant à leurs attentes. L'enquête, et notamment les focus groupes, révèlent que les agriculteurs préfèrent l'utilisation du cash aux solutions digitales. Les raisons citées sont en lien avec le manque d'équipement en moyens de paiement digitaux, la simplicité et la rapidité perçues de l'utilisation du cash et la large acceptation des paiements en espèces parmi les acteurs de la chaîne de valeur. Afin d'assurer l'adhésion des agriculteurs, il convient de (i) proposer des solutions digitales faciles d'accès, rapides, peu coûteuses, sécurisées et (ii) offrir une expérience client optimale.

Développer des infrastructures de paiement et des partenariats avec les Fintechs et les Agritechs. Les institutions financières gagneraient à (i) investir davantage dans les infrastructures favorisant la digitalisation des paiements et à (ii) développer des partenariats avec les parties prenantes de l'écosystème telles que les Fintechs, les Agritechs, et les établissements de paiement. Il s'agit de capitaliser sur les synergies possibles afin d'offrir des solutions intégrées.

Accompagner la transition digitale dans les chaînes de valeur agricoles en collaboration avec les principales parties prenantes. Pour être effectifs, les paiements digitaux doivent être adoptés par toutes des parties prenantes des différentes transactions. L'acceptation de la transition digitale par l'ensemble des acteurs est donc

primordiale. Pour ce faire, et afin de fournir une proposition de valeur adaptée à chaque maillon, l'ensemble des besoins et des attentes doit être pris en considération. Aussi, est-il crucial d'impliquer les parties prenantes clés telles que les grandes entreprises agroalimentaires ainsi que les coopératives qui ont une connaissance pointue de la chaîne de valeur et des différents besoins. À titre d'exemple, des mécanismes tels que le financement de la chaîne d'approvisionnement pourraient être envisagés dans le cadre de partenariats entre les institutions financières et les principales parties prenantes de la chaîne de valeur.

Tirer parti du potentiel des données issues de l'implémentation des solutions digitales. Les données issues des solutions de paiement digitales ont un potentiel et une utilité qui dépassent la simple transaction de paiement. Les institutions financières peuvent utiliser les données et les historiques des transactions résultant des flux des paiements digitaux dans le cadre d'une évaluation plus efficiente et plus adaptée du risque de crédit. Il s'agit de permettre une meilleure appréhension du risque et proposer ainsi des tarifs compétitifs améliorant l'accès au financement au niveau des chaînes de valeur. Plus généralement, les données digitales pourraient être exploitées pour optimiser la gestion et la supervision des activités agricoles et des flux physiques entre les parties prenantes de la chaîne de valeur, ce qui se traduira par davantage de transparence et de traçabilité.

Intégrer et prioriser une stratégie d'accompagnement au changement. La mise en place de nouvelles technologies et solutions digitales implique l'intégration de nouveaux types de transactions, d'opérations et de processus dans les chaînes de valeur agricoles. À titre d'exemple, la mise en place d'un système de récépissés d'entrepôt numérisé impacterait les pratiques et processus de l'écosystème de la filière dans sa globalité. L'accompagnement au changement garantit le succès d'une transformation effective et permet aux parties prenantes de comprendre les tenants et aboutissants et de s'approprier ainsi les différentes évolutions. Une communication efficace vis-à-vis des nouveaux utilisateurs des services financiers digitaux est un facteur clé de succès : il s'agit de leur permettre d'acquérir des connaissances financières et d'augmenter la confiance vis-à-vis des institutions financières. Il sera notamment important de communiquer efficacement sur les avantages des services financiers digitaux en comparaison avec les bénéfices perçus de l'utilisation d'espèces. La stratégie de communication devra être adaptée à chaque partie prenante cible et capitaliser sur les acteurs clés de la chaîne de valeur autant que possible.

Approche et Méthodologie



Les trois chaînes de valeur analysées dans le cadre de cette étude ont été sélectionnées compte tenu de leur importance en termes de valeur ajoutée agricole, d'emploi et de contribution aux exportations, et par conséquent pour leur potentiel en termes de digitalisation des paiements. L'huile d'olive, la datte et la tomate sont des filières majeures de l'agriculture tunisienne, générant environ 4 milliards de dinars (1,25 milliard de dollars) en termes de production, employant 370 000 agriculteurs et contribuant à plus de 60 pour cent aux exportations agricoles.

L'objectif de l'étude était d'identifier les opportunités de digitalisation des paiements et de financement dans les trois chaînes de valeur, en prenant en considération les besoins financiers et non financiers des parties prenantes de la chaîne de valeur. Il s'agit également de mettre en exergue des cas pratiques d'usage de la digitalisation des paiements pouvant être mis en œuvre par les acteurs du marché.

Ce rapport capitalise sur les conclusions (i) d'un sondage réalisé auprès de 624 agriculteurs, dont 351 opérant principalement dans les chaînes de valeur de l'huile d'olive, de la datte et de la tomate, (ii) des entretiens qualitatifs avec des groupes d'agriculteurs des trois chaînes de valeur (iii) des entretiens avec des acteurs de la

chaîne de valeur tels que des fournisseurs et des entreprises agroalimentaires, (iv) des ateliers avec des parties prenantes de l'écosystème financier et digital - par exemple des institutions financières et des établissements de paiement et (v) des réunions avec des experts du secteur. Les agriculteurs ont été sélectionnés sur la base d'une approche par quotas en fonction de la culture, de la taille de l'exploitation et de la répartition géographique, en utilisant le dernier recensement général du Ministère de l'Agriculture (2006). Afin de garantir une vision représentative des trois chaînes de valeur, le nombre d'agriculteurs impliqué dans ces filières a été augmenté.

En outre, les travaux menés ont inclus une recherche documentaire couvrant les trois chaînes de valeur. Les expériences de digitalisation des paiements et de financement dans d'autres pays, notamment en Afrique subsaharienne ont également été étudiées afin de capitaliser sur les meilleures pratiques en la matière. Le résumé de la méthodologie est présenté au tableau 9.

Taux de change

Le taux de change appliqué dans ce rapport est : 1 dollar = 3,208 dinars tunisiens en date du 12 juillet 2022 sur xe.com.

Tableau 9 : Méthodologie du projet

Sélection des 3 chaînes de valeur	Analyse des 3 chaînes de valeur		Phase terrain	Calcul du potentiel de digitalisation et de financement
 Huile d'olive	12 Rapports collectés (Recherche documentaire)	3 Experts mobilisés	19 Entretiens conduits	... en évaluant les flux financiers des transactions entre les acteurs des CDV
 Datte			3 Focus Groupes avec les agriculteurs	... et en les comparant aux résultats du sondage de 624 agriculteurs
 Tomate	Capitalisation sur les meilleures pratiques		13 Autres acteurs (Fournisseurs, collecteurs, industriels)	Identification et évaluation des opportunités
Périmètre des opportunités à identifier	30 Expériences identifiées	18 Pays couverts (Benchmark)	3 Parties prenantes (Agritechs, établissements de paiement)	5 Cas pratiques* (Solutions face aux problématiques et besoins des acteurs, fonctionnalités et proposition de valeur, parties prenantes, impact, feuille de route)
Digitalisation des paiements				
Financement				

(*) le rapport présente une sélection des cas pratiques identifiés

Remerciements

Cette étude a été financée par le programme TRACE. IFC a chargé Matine Consulting de mener cette étude et de rédiger ce rapport et voudrait remercier tout particulièrement Meriem Khalfallah, Mohamed-Ali Ben Rabeh, Ouisssem Chorbel ainsi que Sami Chaouch de Matine Consulting. L'équipe projet souhaiterait également remercier Khaled Souayah et Mohamed Ben Mansour pour leurs précieuses contributions et leur soutien dans la facilitation des entretiens et des échanges avec les parties prenantes des chaînes de valeur. Du côté d'IFC, cette étude a été pilotée par Wiame Benhaddi, Niklas Murken, Sinja Buri et Meritxell Martinez, qui souhaiteraient adresser leurs remerciements à Riadh Naouar, Amine Benjelloun, Ahmed Zairi, Ana Fernandez de Bobadilla, Margarete Biallas, Hans Dellien, Joseck Mudiri, Sarah El Yaalaoui et Sabar Ben Mbarek pour leur contribution technique. Ce rapport a été rédigé par Matine Consulting, et édité et produit par Anna Koblanck, Lisa Johnston, et Elena Franchi de l'IFC.

Acronymes

Définition	
Agritech	Entreprise capitalisant sur les nouvelles technologies pour proposer des services et produits innovants applicables au secteur agricole
CDV	Chaîne de Valeur
DCT	Double Concentré de Tomates
Fintech	Entreprise capitalisant sur les nouvelles technologies pour proposer des services et produits financiers innovants
GDA	Groupement de Développement Agricole
GID	Groupement Interprofessionnel des Dattes
IFC	International Finance Cooperation
IMF	Institution de Microfinance
PIB	Produit Intérieur Brut
SMSA	Société Mutuelle de Services Agricoles
TND	Dinar tunisien
TPME	Très petites, petites et moyennes entreprises
UTAP	Union Tunisienne de l'Agriculture et de la Pêche
UTICA	Union Tunisienne de l'Industrie du Commerce et de l'Artisanat
WRS	Système de Récépissés d'Entrepôt (Warehouse Receipt System)





IFC Market Bites

IFC Market Bites est une série de rapports axés sur des évaluations de marché menées par Financial Institutions Group d'IFC en vue de partager des données sur le marché et renforcer l'inclusion financière en Afrique.

www.ifc.org

Contacts

IFC Tunisie

Ahmed Zairi
Country Officer
azairi@ifc.org

IFC Financial Institutions Group

Amine Benjelloun
Senior Operations Officer
abenjelloun@ifc.org

IFC Applied Research & Learning

Soren Heitmann
Research Lead
sheitmann@ifc.org