

Agriculture numérique en Afrique : du producteur au marché

Note stratégique gratuite • Première édition • Chaînes de valeur, accès aux marchés et données fiables

Résumé exécutif

Les plateformes numériques peuvent réduire les frictions de coordination entre producteurs, coopératives, transporteurs, transformateurs et acheteurs. Leur succès dépend cependant de la connectivité, de la confiance, de la qualité des données et de la logistique hors ligne.

La Banque mondiale documente des initiatives significatives en Côte d'Ivoire, au Bénin et au Cameroun. Ces résultats constituent des références de programmes publics et ne préjugent pas de la performance future d'une plateforme MSI.

Indicateur publié	Interprétation prudente
Côte d'Ivoire : plus de 400 000 bénéficiaires d'e-Agriculture (2018-2023)	Démonstration de portée d'un programme, pas d'impact causal isolé
Bénin : plus de 103 000 personnes inscrites à des plateformes rurales	Adoption initiale dépendante de l'appui institutionnel
Cameroun : plus de 9 000 producteurs inscrits à un système d'e-vouchers fin 2024	Les outils ciblés peuvent démarrer à échelle limitée

Six obstacles à résoudre avant la technologie

1. Fiabilité des volumes, unités et grades de qualité annoncés ; 2. identification et vérification des contreparties ; 3. tarification, change et paiement ; 4. transport, stockage et chaîne du froid si nécessaire ; 5. langues et accès mobile ; 6. gouvernance des données et gestion des litiges.

Architecture d'un pilote commercial mesurable

Choisir une filière et un corridor plutôt qu'un marché continental abstrait. Exemple de protocole : 5 coopératives et 3 acheteurs volontaires, offres agricoles horodatées, confirmation humaine des quantités, journal des demandes, contrats hors plateforme puis mesure des transactions documentées.

La plateforme doit distinguer offre vérifiée, demande exprimée, accord commercial et livraison réellement effectuée. Un clic ou une mise en relation ne prouve pas une vente.

Modèle de données minimal

Producteur ou coopérative (identifiant et consentement) ; produit et variété ; quantité et unité ; localisation agrégée ; période de disponibilité ; exigences qualité ; acheteur et critères ; statut de vérification ; preuve de livraison facultative ; incidents. Accès limité selon le rôle.

Trois modèles de commercialisation à comparer

Abonnement coopérative : prévisible mais sensible au prix et au support.

Service acheteur : valorise l'accès à des offres qualifiées mais exige une forte fiabilité.

Service de gestion et formation : facturé aux opérateurs ou projets ; plus adapté à une phase de lancement.

Décision recommandée : tester la disposition à payer des acheteurs et la charge réelle de support avant de fixer un prix.

Feuille de route 120 jours

J1-30 : sélection pays/filière, entretiens et vérification réglementaire ; J31-60 : prototype de catalogue et demandes ; J61-90 : opérations pilotes contrôlées ; J91-120 : analyse des coûts, incidents et taux de transactions avant extension.

Implications pour entreprises et institutions

Entreprises agroalimentaires : commencer par la visibilité des approvisionnements et les preuves qualité. Coopératives : exiger outils accessibles et formation. Autorités : privilégier l'interopérabilité, la protection des données et la traçabilité du financement. ONG : documenter l'inclusion et les effets observables sans promettre des revenus non mesurés.

Sources et limites

Banque mondiale, From fields to markets, mars 2025 : <https://www.worldbank.org/en/results/2025/03/04/afw-from-fields-to-markets-the-role-of-digital-platforms-in-west-africa-agricultural-success>

FAO, Digital Villages Initiative Africa : <https://www.fao.org/digital-villages-initiative/africa>

Banque mondiale, Driving Agricultural Transformation in West Africa, juin 2026 : <https://www.worldbank.org/en/results/2026/06/23/agricultural-transformation-improve-food-security-create-jobs-west-africa>

Limites : synthèse bibliographique ; scénarios MSI non validés ; aucune promesse de performance commerciale.