



Organisation des Nations Unies  
pour l'alimentation  
et l'agriculture

## NOTE D'ORIENTATION N°3

# Des informations disponibles et accessibles pour un environnement favorable à l'investissement responsable des jeunes dans le secteur agricole et les systèmes agroalimentaires

*Solutions à court terme*



Institut National de la Recherche  
Agronomique de Tunisie





## NOTE D'ORIENTATION N°3

# Des informations disponibles et accessibles pour un environnement favorable à l'investissement responsable des jeunes dans le secteur agricole et les systèmes agroalimentaires

*Solutions à court terme*

Ahmed Yangui, Yannick Fiedler, Mohamed Elloumi,  
Emna Ouertani, Abdallah Ben Saad

Citer comme suit:

Yangui, A., Fiedler, Y., Elloumi, M., Ouertani, E. et Ben Saad, A. 2021. *Document d'orientation n°3: Des informations disponibles et accessibles pour un environnement favorable à l'investissement responsable des jeunes dans le secteur agricole et les systèmes agroalimentaires. Solutions à court terme*. Rome, FAO. <https://doi.org/10.4060/cb6972fr>

Les appellations employées dans ce produit d'information et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) aucune prise de position quant au statut juridique ou au stade de développement des pays, territoires, villes ou zones ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites. Le fait qu'une société ou qu'un produit manufacturé, breveté ou non, soit mentionné ne signifie pas que la FAO approuve ou recommande ladite société ou ledit produit de préférence à d'autres sociétés ou produits analogues qui ne sont pas cités.

Les opinions exprimées dans ce produit d'information sont celles du/des auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement les vues ou les politiques de la FAO.

© FAO, 2021



Certains droits réservés. Cette œuvre est mise à la disposition du public selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution-Pas d'Utilisation Commerciale-Partage dans les Mêmes Conditions 3.0 Organisations Intergouvernementales (CC BYNC-SA 3.0 IGO; <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/igo/legalcode.fr>).

Selon les termes de cette licence, cette œuvre peut être copiée, diffusée et adaptée à des fins non commerciales, sous réserve que la source soit mentionnée. Lorsque l'œuvre est utilisée, rien ne doit laisser entendre que la FAO cautionne tels ou tels organisation, produit ou service. L'utilisation du logo de la FAO n'est pas autorisée. Si l'œuvre est adaptée, le produit de cette adaptation doit être diffusé sous la même licence Creative Commons ou sous une licence équivalente. Si l'œuvre est traduite, la traduction doit obligatoirement être accompagnée de la mention de la source ainsi que de la clause de non-responsabilité suivante: «La traduction n'a pas été réalisée par l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO). La FAO n'est pas responsable du contenu ni de l'exactitude de la traduction. L'édition originale [langue] est celle qui fait foi.»

Tout litige relatif à la présente licence ne pouvant être résolu à l'amiable sera réglé par voie de médiation et d'arbitrage tel que décrit à l'Article 8 de la licence, sauf indication contraire contenue dans le présent document. Les règles de médiation applicables seront celles de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (<http://www.wipo.int/amc/fr/mediation/rules>) et tout arbitrage sera mené conformément au Règlement d'arbitrage de la Commission des Nations Unies pour le droit commercial international (CNUDCI).

**Matériel attribué à des tiers.** Il incombe aux utilisateurs souhaitant réutiliser des informations ou autres éléments contenus dans cette œuvre qui y sont attribués à un tiers, tels que des tableaux, des figures ou des images, de déterminer si une autorisation est requise pour leur réutilisation et d'obtenir le cas échéant la permission de l'ayant-droit. Toute action qui serait engagée à la suite d'une utilisation non autorisée d'un élément de l'œuvre sur lequel une tierce partie détient des droits ne pourrait l'être qu'à l'encontre de l'utilisateur.

**Ventes, droits et licences.** Les produits d'information de la FAO sont disponibles sur le site web de la FAO ([www.fao.org/publications](http://www.fao.org/publications)) et peuvent être obtenus sur demande adressée par courriel à: [publications-sales@fao.org](mailto:publications-sales@fao.org). Les demandes visant un usage commercial doivent être soumises à: [www.fao.org/contact-us/licence-request](http://www.fao.org/contact-us/licence-request). Les questions relatives aux droits et aux licences doivent être adressées à: [copyright@fao.org](mailto:copyright@fao.org).

# Avant-propos

---

Cette série de notes d'orientation est issue des travaux de trois groupes de travail mis en place dans le cadre du Pôle de réflexion sur les investissements des jeunes agri-entrepreneurs (PRIJA) de l'Institut national de la recherche agronomique de Tunisie (INRAT), organisé en coopération avec l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) et l'Agence de Promotion des investissements agricoles de Tunisie (APIA).

Le PRIJA est un pôle de réflexion multipartite qui réunit des représentants des principales parties constitutives de l'environnement des jeunes agro-entrepreneurs, et notamment les jeunes eux-mêmes. Sa mission consiste à identifier des solutions et stratégies permettant de stimuler les investissements responsables des jeunes agri-entrepreneurs tunisiens en menant une réflexion inclusive. Depuis novembre 2020, les trois groupes de travail du PRIJA (portant sur l'efficacité et la coordination interinstitutionnelle; l'accès au financement; et la communication et l'information) ont conçu une série de recommandations.

Ces notes dont la concrétisation est urgente pour améliorer les conditions d'investissement des jeunes dans les secteurs agricoles et agro-alimentaires portent sur les recommandations issues des travaux des groupes. Ces recommandations ont été validées à travers une consultation ouverte en ligne, qui a bénéficié d'une large participation, notamment de jeunes diplômés, promoteurs et en recherche d'emploi.

Ces notes sont le résultat d'un processus qui a démarré en juin 2019, avec une première phase de planification stratégique qui a duré jusqu'en février 2020 et qui a permis de faire un diagnostic approfondi des conditions-cadres d'accès des jeunes agri-entrepreneurs aux sources d'investissement et aux incitations. Les travaux de cette phase ont débouché, par ailleurs, sur une feuille de route stratégique identifiant les principaux domaines d'intervention qui a été validée en février 2020. L'une des principales conclusions de cette feuille de route porte sur le besoin de la mise en place du PRIJA qui constitue la seconde phase du processus.

Trois autres notes seront proposées aux lecteurs d'ici le mois d'octobre. Celles-ci porteront sur les solutions susceptibles d'être mises en place sur un délai plus long.

# Les auteurs

---

Cette note a été rédigée par une équipe constituée du Laboratoire d'économie rurale de l'INRAT (LER/INRAT) et de la FAO.

Y ont contribué: Ahmed Yangui, Mohamed Elloumi, Emna Ouertani, et Abdallah Ben Saad du LER/INRAT; et Yannick Fiedler de la FAO.

Ce document est le résultat des réflexions et échanges qui ont lieu au sein d'un groupe de travail constitué et animé par le LER/INRAT et auquel ont participé les personnes suivantes:

Arbia Labidi (FAO); Ahmed Touhami (Agence de promotion de l'industrie et de l'innovation); Zaineb Gannouchi (FAO); Ali Menif (Startup act); Bassem Mouelhi (Agence de la vulgarisation et de la formation agricoles); Chaker Sleimi (Collective lab); Cyrine Ben Khamlia (APIA); Ghada Belhaoui (APIA); Taoufik Ayari (Direction générale du financement des investissements et des organismes professionnels ); Mahdi Fendri (Institut de l'Olivier); Maroua Nouri (C. Aff. Béja); Monia Ben Romdhane (APIA); Moncef Kthiri (Office du développement sylvo-pastoral du Nord-Ouest); Mohamed Chebbi (jeune agriculteur); Sonia Barka (Association tunisienne des investisseurs en capital); et Wiem Chebbi (jeune agro-entrepreneure).

# Remerciements

---

Les auteurs voudraient saisir l'occasion de cette note d'orientation pour remercier tous ceux qui ont contribué au processus qui a permis de dégager ces recommandations, notamment les jeunes agri-entrepreneurs, les agriculteurs, les représentants de l'administration et les responsables des organisations professionnelles qui ont pris part aux différentes activités, ainsi que les responsables de la FAO, de l'APIA et de l'INRAT qui n'ont eu de cesse de soutenir l'équipe chargée du projet.

# 1. Introduction

---

La diminution du taux de chômage, en particulier celui des jeunes diplômés, la redynamisation du cycle du développement territorial des zones intérieures et marginalisées qui sont principalement à vocation agricole, et la stimulation de la reprise économique du pays en comptant sur l'un de ses principaux piliers à savoir les secteurs agricole et agroalimentaire, sont des défis importants à relever en Tunisie. Ce constat est sans appel, d'autant plus que la crise sanitaire de la COVID-19 a exacerbé ces problèmes. Des efforts concertés et substantiels s'imposent alors pour stimuler les investissements responsables au sein des systèmes agricole et agroalimentaire, en œuvrant notamment en faveur d'un environnement favorable et d'un soutien adéquat pour les jeunes afin qu'ils puissent investir dans un secteur ayant un grand potentiel de développement.

Bien que plusieurs initiatives innovantes, prises par les pouvoirs publics, visent à stimuler l'investissement dans les secteurs agricoles et agroalimentaires en Tunisie, l'accès des jeunes aux sources d'investissement reste limité. Il est évident qu'une efficacité accrue de l'environnement institutionnel, associée à des produits financiers plus accessibles et mieux adaptés aux besoins des jeunes sont deux grands chantiers indispensables et prioritaires pour encourager l'investissement des jeunes. Cependant, l'accès facilité à l'information et l'amélioration de la qualité de la communication représentent les rails dont il ne faut jamais dévier pour la réussite des deux premiers chantiers.

Dans un contexte de profondes transformations des modes de production, de diffusion et de consommation de l'information, nous constatons que les jeunes rencontrent de plus en plus de difficultés liées à l'accès à l'information. Ceci entrave leur capacité d'adoption des innovations et leur accès aux sources et aux opportunités d'investissement dans les systèmes agricoles et agro-alimentaires. Ce problème s'explique, d'une part, par une surabondance de sources d'information, notamment sur internet et les réseaux sociaux, qui sont les sources les plus utilisées par les jeunes pour accéder à l'information. D'autre part, force est de constater que les jeunes jugent ces sources souvent trop générales proposent des informations non individualisées et généralement non actualisées. Face à ce problème multidimensionnel, les jeunes se trouvent souvent découragés, d'autant plus qu'il leur manque l'accompagnement ciblé qui leur permettrait de s'orienter.

De meilleures informations, disponibles et facilement accessibles, permettraient par ailleurs au gouvernement, à la société civile et au secteur privé de prendre des décisions fondées sur une meilleure connaissance des faits. Par conséquent, dans le but d'améliorer les services d'information et de trouver des méthodes novatrices qui rendront les données, les informations et les connaissances accessibles aux jeunes et aux futurs agri-entrepreneurs, cette note d'orientation vise à enrichir les réflexions sur la mise en place d'un service d'information, d'orientation et d'accompagnement plus conforme aux attentes et aux besoins des jeunes. Ce document résume les principaux obstacles et les recommandations nécessaires pour que l'information soit toujours actualisée, disponible et surtout accessible à toutes les catégories de nouveaux agri-entrepreneurs, notamment les jeunes. Ce moyen ouvrira clairement la voie pour surmonter l'isolement physique des jeunes dans les zones rurales en renforçant leur accès à l'information et aux services dans les secteurs agricole et agroalimentaire.

## 2. Messages clés

---

- L'efficacité et la légitimité de toute stratégie de communication à l'égard des jeunes agri-entrepreneurs reposent sur un processus inclusif, qui permet aux jeunes eux-mêmes de participer pleinement à son élaboration. Elle doit par ailleurs être un effort concerté de toutes les parties prenantes constituant l'écosystème de l'investissement.
- Les stratégies de communication doivent être adaptées au contexte, aux habitudes et aux préférences des jeunes agri-entrepreneurs. Il convient de créer des contenus et des messages qui tiennent compte de ces contextes et habitudes, et de choisir les modes de diffusion les plus appropriés.
- Les technologies de l'information et de la communication (TIC), grâce à leur forte présence et à l'accès continu à l'information qu'elles offrent, constituent un outil important pour briser l'isolement socio-économique des petites et moyennes entreprises (PME) gérées par les jeunes.
- La promotion de l'investissement des jeunes a fait l'objet de plusieurs programmes de coopération bilatérale et multilatérale. Il convient d'harmoniser et centraliser les informations relatives aux opportunités qu'ils offrent, et d'œuvrer en faveur d'une mise à profit concertée de ces expériences, sans quoi cela constituerait un manque à gagner en termes d'information et d'opportunités pour les jeunes.
- Le recours aux TIC dans le secteur agricole doit être facilité et démocratisé et toujours renforcé par des actions de sensibilisation sur l'importance de ces outils.
- La constitution de réseaux est une nouvelle approche de la réussite, elle permet d'être à jour, d'évoluer et d'échanger et de saisir les opportunités.





# 3. Défis et recommandations

---

Cette section repose sur la présentation des défis et des recommandations destinées à rendre l'information plus accessible, disponible et compréhensible pour tous et avant tout pour les jeunes. Notre objectif consiste à formuler des recommandations qui serviront à faire en sorte que l'information soit correcte, actualisée, facile à interpréter et propre à orienter les jeunes vers des opportunités d'investissement dignes. Dans ce cadre de nombreuses pratiques communicationnelles et informationnelles et même, à un certain niveau, organisationnelles, sont recommandées pour permettre aux jeunes de gagner en confiance et en compétences.

Dans ce qui suit, nous présenterons les trois défis mis en évidence, accompagnés par des recommandations.

## 3.1. Renforcer l'accès à l'information sur les opportunités d'investissement, les services et incitations.

À ce jour, le manque d'accès aux informations de qualité, pertinentes et fiables relatives à d'éventuelles opportunités d'investissement demeure l'un des principaux obstacles que doivent affronter les porteurs de projets, avec également d'importantes asymétries d'accès à l'information. Or, l'information, d'après Maler et Reymond (2007), est un bien public qui doit être accessible à tous. Elle représente l'action d'informer, de s'informer, de porter à la connaissance d'un fait ou de la rechercher. Par conséquent, renforcer les capacités de chacun d'accéder à une bonne information, aux idées et au savoir, et réduire la surabondance de significations contradictoires des informations disponibles, mais dispersées est essentiel pour diminuer l'incertitude à laquelle est confronté un jeune porteur de projet.

Cette note d'orientation, entre autres, vise à promouvoir des stratégies et actions de communication efficaces concertées de tous les acteurs de l'écosystème de l'investissement agricole, afin de renforcer l'accès à l'information des jeunes agri-entrepreneurs. Elle démontre également qu'une stratégie de communication efficace puise sa légitimité dans l'implication des jeunes et des autres acteurs constituant l'écosystème de l'investissement.

### 1. Mettre au point une stratégie de communication, d'information et de sensibilisation sur les opportunités d'investissement, les services et incitations financiers et/ou techniques

La réussite d'une stratégie de communication repose sur les piliers suivants: des objectifs clairement définis; le ciblage; des contenus ciblés, adaptés et diffusés à travers des canaux correspondant aux besoins du public cible (les jeunes); un processus de mise au point de la stratégie inclusive, concertée et professionnelle; et une évaluation continue de l'impact.

**Objectifs.** Les objectifs principaux sont la mobilisation des jeunes, ainsi que le renforcement de leurs capacités à identifier des opportunités d'investissement, à mieux appréhender l'environnement entrepreneurial et à franchir les obstacles éventuels, et il faut aussi leur fournir une idée précise des modalités d'accompagnement, d'appui et des incitations existants.

**Ciblage.** À court terme, il serait intéressant de définir, lors de cette stratégie, les différentes catégories de jeunes et leurs besoins en termes d'information tout en reconnaissant la nécessité d'avoir recours aux supports médiatiques les plus adaptés à leurs besoins et à leur réalité afin de toucher toutes les catégories.

**Contenu.** Dans la logique d'accompagnement des jeunes agri-entrepreneurs, une stratégie doit être définie et mise en place pour recueillir, analyser et mettre à disposition des jeunes agri-entrepreneurs des informations pertinentes, actualisées et fiables sur les possibilités et les opportunités d'investissement dans les secteurs agricoles et agroalimentaires. Il conviendrait également de mettre en évidence les spécificités de l'investissement agricole, de passer essentiellement par la caractérisation des profils des nouveaux jeunes agri-entrepreneurs tout en intégrant dans cette stratégie, l'identité des régions cibles.

**Processus.** Il est fort important d'impliquer les jeunes, le sujet de cette stratégie, dans la définition, la validation et le contrôle de celle-ci afin de garantir que le processus favorise l'atteinte des objectifs. Il convient également d'impliquer toutes les parties prenantes constituant l'écosystème de l'investissement agricole afin d'assurer la cohérence de la mise à disposition et de la gestion de l'information. Finalement, il faut avoir recours à des spécialistes de la communication et de la vulgarisation, pour mieux définir le contenu d'information et sa présentation afin d'attirer l'attention de cette catégorie connue par sa forte consommation d'informations numériques, du fait de l'évolution rapide de la technologie.

**Évaluation continue.** Enfin, il convient d'analyser plus particulièrement si les activités de communication ont atteint leurs objectifs et si les informations mises à disposition ont été bien comprises et utilisées par le public cible.

Il ressort de la consultation que les parties prenantes les plus qualifiées pour assurer l'instauration de cette stratégie sont les institutions d'appui, notamment APIA, APII et AVFA.

## 2. Améliorer le contenu et la forme de la présentation de l'information

Les nouvelles technologies de la communication multiplient de façon exceptionnelle la masse d'informations disponibles. Cependant, force est de constater que le contenu dénote d'une part une certaine superficialité, et que d'autre part il se caractérise par sa complexité. Seule l'information exploitable, porteuse de messages clairs est mobilisatrice et susceptible de retenir l'attention des différentes catégories de jeunes agri-entrepreneurs. Comment peut-on combler les lacunes d'information et quelles mesures devraient être prises pour améliorer la présentation de l'information?

En effet, il faut éviter les termes techniques compliqués. L'information doit être simplifiée et standardisée au maximum. Afin d'améliorer le contenu, de nouvelles études sectorielles doivent être réalisées et surtout actualisées, accompagnées de modèles simples de projets compréhensibles pour une garantie de réussite. Les parties prenantes ont la responsabilité de présenter une information reflétant une image positive et réelle des possibilités d'innovation, des conditions de responsabilité en termes d'économie sociale et solidaire, d'économie circulaire et surtout en termes d'investissement responsable. Pour garantir la bonne diffusion de l'information dans le contexte de la réalité du monde rural, il est conseillable d'utiliser plusieurs outils de transfert de contenu tant traditionnels que modernes, tout en adaptant le contenu au modèle en question.

## 3. Définir le rôle des différentes parties prenantes et cartographier leur position en fonction du cycle de vie d'un projet d'investissement

Lorsqu'une bonne partie ou la totalité de l'information est dispersée, provenant de sources différentes, non structurées, non organisées, voire contradictoires dans certains cas, ces informations seront hétérogènes, leur pertinence irrégulière, et il devient alors très difficile de les interpréter correctement.

Dans ce contexte et dans le but d'orienter les jeunes vers la réalisation de leurs projets et surtout les aider à trouver les bonnes informations, il serait très utile de cartographier la présence des différentes parties prenantes de l'écosystème entrepreneurial tunisien et les différents acteurs en fonction des étapes fondamentales de l'installation d'un investissement dans le secteur agricole et les systèmes agroalimentaires. Il est indispensable de présenter, à chaque étape, le rôle de chaque intervenant, l'information disponible et les services et incitations proposés par celui-ci et dont les jeunes auraient besoin. Cette cartographie pourrait prendre la forme d'un schéma, d'une carte ou d'une plateforme qui permet de visualiser les acteurs selon leur position et leur importance dans le cycle de vie de l'investissement.

C'est un manuel à vocation pédagogique qui présente les institutions, organismes, autres acteurs impliqués dans la promotion de l'investissement des jeunes et les interactions possibles entre eux. Cette recommandation peut être dûment prise en charge par le Ministère de l'agriculture en concertation avec l'APIA.

### **3.2. Les opportunités que présentent les technologies d'information et de communication dans l'amélioration de l'accès à l'information et de sa disponibilité.**

L'utilisation des technologies d'information et de communication (TIC) représente une lueur d'espoir qui semble poindre à l'horizon. L'usage adapté des TIC peut notamment optimiser l'obtention, l'échange et le traitement des informations pertinentes pour l'investissement, en particulier, et l'activité agricole, en général, ainsi que l'acquisition et le renouvellement des savoir-faire. Entre autres, le bon usage des TIC permet de garantir la fiabilité de l'information et de favoriser la transparence dans l'application des procédures administratives.

Cependant, l'utilisation des TIC soulève plusieurs questions dans le contexte actuel, notamment en ce qui concerne le monde rural: les jeunes dans les zones intérieures et rurales ont-ils une culture numérique? Quels sont les objectifs de cette culture numérique? Est-ce qu'ils maîtrisent les TIC et les solutions qu'elles offrent? Quelles sont leurs préférences envers les solutions qu'offrent les TIC en termes de communication, de formation et d'information? Enfin, il est important de connaître le niveau d'acceptabilité de la perte de contact direct et réel en faveur de l'environnement virtuel.

#### **1. La maturité de l'utilisation des TIC dans le monde rural**

Les nouvelles technologies d'information et de communication (TIC) présentent, de nos jours, un grand intérêt pour le monde rural, en général, et pour les secteurs agricoles et agroalimentaires, en particulier. Au fur et à mesure de leurs apparitions, ces technologies ont permis, et permettront à l'avenir, la croissance rapide des entreprises et de leur adaptation au rythme de l'évolution technologique, la mise en place d'une gestion adaptée pour une meilleure communication interne et externe, et un meilleur positionnement de ces entreprises dans leurs environnements.

Néanmoins, ces technologies peuvent continuer à creuser les inégalités pour ceux qui n'y ont pas accès, soit par manque de moyen, ou bien à cause d'une faible culture numérique, d'un manque de connaissance ou de la faible maîtrise de ces technologies, facteurs qui accentuent la fracture numérique.

De ce fait, et avant tout engagement dans des solutions numériques basées sur la valorisation des TIC dans le monde rural, il est primordial d'étudier l'acceptabilité des solutions qu'offrent les TIC en termes de communication, d'information et de formation.

Cette activité demeure nécessaire afin d'assurer une allocation efficace des ressources et la cohérence entre les différentes opérations recommandées. Afin d'atteindre cet objectif, une prospection pourrait être conduite auprès des jeunes ruraux, qui viserait: (i) à diagnostiquer la présence des solutions TIC, leurs objectifs et dans quelle mesure les jeunes peuvent accéder facilement à ces solutions; (ii) à évaluer la maturité de l'utilisation des solutions numériques de la part des jeunes ruraux; (iii) à étudier les préférences des jeunes ruraux en matière d'utilisation des TIC et le niveau d'acceptabilité des solutions qu'offrent les TIC en fonction de leurs domaines d'applications (communication, information et formation).

## 2. Les TIC pour résoudre les problèmes dans le domaine des d'investissements

La stimulation des investissements agricoles gérés par les jeunes doit s'accompagner d'efforts visant à renforcer leurs capacités à exploiter les informations en accès libre. Ceci permet de relever les défis en termes de compétitivité et de concevoir des solutions permettant d'accroître la productivité et la résilience des secteurs agricoles et agroalimentaires.

La numérisation, les nouvelles TIC en particulier, offrent de vastes possibilités d'amélioration des moyens de subsistance ruraux. Elles permettent à la communauté rurale de se faire mieux entendre en amplifiant leurs voix et constituent des outils susceptibles d'aider les jeunes à tirer parti des nouvelles opportunités, notamment en matière d'éducation et d'activités génératrices de revenus. Les technologies modernes peuvent être mobilisées au profit des jeunes en leur permettant de rester informés, de recevoir des aides et des services financiers et de pénétrer des marchés de valeur plus élevée. Grâce à leur forte présence, les TIC permettent une veille concurrentielle efficace permettant d'obtenir une information stratégique pertinente pour tous les secteurs agricoles et agroalimentaires. En effet, ces outils au service de cette veille permanente donnent les moyens de rechercher, d'analyser et d'exploiter toutes les informations relatives aux concurrents et aux secteurs d'activités et de redécouvrir les marchés en question.

De nos jours, plusieurs outils et applications sont disponibles pour comprendre le comportement des concurrents directs et indirects, pour faire preuve de vigilance face à la position de votre PME et de celles des concurrents, pour étudier le référencement de votre entreprise et pour augmenter le trafic par exemple de votre site web, pour classer les sites web les plus performants dans votre domaine, etc. Parmi ces outils on peut citer SEMrush, Ahrefs, SpyFu, et d'autres qui aident les jeunes à améliorer leurs stratégies de marketing comme celle de webmarketing, de gestion et de veille concurrentielle. Toutefois, aujourd'hui ces outils ne sont pas adéquatement à la portée des jeunes, notamment des jeunes ruraux. Par conséquent, il est important d'augmenter les activités de sensibilisation et d'information concernant l'utilisation de ces outils auprès des jeunes, en premier lieu. D'autre part, ces activités de sensibilisation doivent concerner également les instructeurs pour assurer un contact direct efficace avec les jeunes ruraux qui veulent se lancer par exemple dans l'e-entreprenariat.

Pour terminer, l'absence de proximité, la culture, la langue, ainsi que les postures sont autant de freins susceptibles d'être surmontés pour briser l'isolement socio-économique des PME gérées par les jeunes, tant à l'échelle nationale qu'internationale, tout simplement grâce à l'accès continu à l'information que peuvent offrir les TIC, sans trop d'efforts et à faible coût. Dans cette perspective, les TIC peuvent servir de catalyseur à l'obtention d'une information riche et pertinente, en facilitant sa diffusion et du même coup l'innovation, en stimulant les collaborations fructueuses pour réduire l'incertitude et les risques associés à la distance et aux différences culturelles, et en accélérant la création de produits/services appropriés.

### 3. Instaurer une plateforme qui regroupe tous les programmes et les activités de toute coopération bilatérale et multilatérale

La promotion de l'entrepreneuriat au sein des secteurs agricoles et agroalimentaires dans les zones marginalisées, l'implication des jeunes et le rajeunissement de la population rurale active a fait l'objet de plusieurs interventions dans le cadre d'une stratégie nationale pour la promotion de l'investissement agricole ou bien dans le cadre des coopérations bilatérales et multilatérales, en particulier durant ces deux dernières décennies. Cependant, on constate, d'une part, l'absence d'harmonisation et de coordination entre la majorité de ces interventions. D'autre part, les résultats et les conséquences de ces différents projets ne sont pas documentés et portés à la connaissance des jeunes du monde rural.

Comme réponse immédiate à cette situation, il serait opportun de créer une plateforme numérique qui mettrait en évidence les objectifs et le plan d'action de la stratégie nationale pour la promotion de l'investissement des jeunes dans le secteur agricole et les systèmes agroalimentaires. En outre, il est crucial de présenter tous les programmes, projets et toutes les activités et interventions dans le cadre de la coopération bilatérale et/ou multilatérale, réalisés ou en cours de réalisation. De plus, il est impératif de communiquer sur les résultats, les recommandations, les solutions et les enseignements qu'ils présentent pour les jeunes en termes de renforcement de capacités, de compétences, de moyens financiers et d'opportunités d'investissement.

Afin de garantir la réussite de cette plateforme, il est nécessaire de garantir la bonne harmonisation entre ces programmes et projets, avec d'une part les objectifs de la stratégie nationale pour la promotion de l'investissement des jeunes, et d'autre part, la garantie d'une mise à jour des données présentées, pour que les jeunes puissent profiter des opportunités au bon moment. Cette action peut éventuellement être assurée par le Ministère de l'agriculture, des ressources hydrauliques et de la pêche (MARHP) et l'APIA.

### 4. Améliorer l'utilisation et l'adoption des TIC

En Tunisie, la majorité des exploitants agricoles n'ont aucune culture numérique. Par ailleurs, de nombreuses zones rurales ont une faible couverture de réseau. Par conséquent, plusieurs facteurs s'imposent pour contribuer à l'émergence des entrepreneurs e-agricoles ou bien de l'e-entrepreneuriat dans les secteurs agricoles et agroalimentaires. En fait, il est important de faciliter l'accès de cette population aux appareils intelligents comme les téléphones portables tactiles abordables et d'améliorer le taux de pénétration de l'internet à travers l'instauration de coopérations avec les opérateurs nationaux et internationaux. Les réseaux mobiles et d'internet doivent être profondément étendus dans les zones rurales.

Il est fondamental de tirer profit du rôle essentiel des TIC comme catalyseur de l'innovation et de l'investissement des jeunes. Il faut privilégier et améliorer davantage l'accès de la population rurale, notamment les jeunes, aux solutions et opportunités basées sur les nouvelles techniques de communication et d'information.

Eu égard à ce qui précède, il est impératif: (i) d'évaluer le rôle et le potentiel des TIC modernes au regard du changement de paradigme et de l'avènement de nouveaux acteurs dans l'investissement au sein des secteurs agricoles et agroalimentaires; (ii) d'identifier les obstacles et les contraintes liés à l'utilisation croissante des TIC et les solutions appropriées; (iii) de définir des principes communs et de créer un cadre d'application des TIC pour une meilleure croissance entrepreneuriale; (iv) d'élaborer un guide pratique pour une sensibilisation réussie.

En supplément, il convient de renforcer les efforts de l'État portant sur le soutien actif des entrepreneurs TIC au sein du secteur agricole et des systèmes agroalimentaires et de tirer profit des expériences des partenariats public-privé comme dans les autres secteurs. Le recours aux TIC dans le secteur agricole doit, de plus en plus, être facilité et démocratisé.

### **3.3. Inciter les jeunes agri-entrepreneurs à s'organiser, à se mettre en réseau et à constituer des partenariats.**

La création et/ou le développement d'une entreprise peuvent, dans certains cas, être un exercice solitaire. Le chef d'entreprise prend alors seul ses décisions stratégiques, financières, commerciales, techniques, etc. Dans ce contexte, il peut s'avérer difficile de prendre de la distance et de se rendre compte des bonnes et des mauvaises idées. Toutefois, pour développer une entreprise et créer son propre projet, dans les secteurs agricoles et agroalimentaires ou ailleurs, de manière pérenne, il faut éviter d'être isolé et dans ce cas, la constitution de réseaux est essentielle. S'associer à un réseau permet l'échange d'expériences, de prendre des décisions de manière éclairée, de rencontrer des personnes ayant les mêmes problèmes d'être à jour et d'échanger parfois sur un style de vie angoissant afin de se rassurer. Une attitude totalement nouvelle est indispensable pour s'adapter aux règles du jeu de la croissance macro et micro-économique.

#### **1. La mise en place d'une stratégie de sensibilisation sur les avantages des partenariats et la mise en réseau des jeunes entrepreneurs**

Promouvoir la concertation et la coopération entre les acteurs d'une filière et les parties prenantes d'une organisation paysanne, favoriser les partenariats entre ses membres, en particulier les jeunes agri-entrepreneurs, est l'une des dimensions de la réussite collective de ces activités. La gestion de réseaux offre aux jeunes la chance de rencontrer d'autres entrepreneurs et les professionnels de leur monde professionnel. Il faut toujours être conscient des réseaux et des avantages du partenariat qui peuvent relier les jeunes agri-entrepreneurs à la communauté des investisseurs en leur donnant accès à des opportunités d'expansion et à des informations pertinentes.

Par conséquent, la définition d'une stratégie de sensibilisation portant sur les avantages de la constitution de réseaux et de partenariats, et sur les clés de la réussite est jugée fondamentale. Toutefois, il est important que cette stratégie soit basée sur la définition d'un bon plan d'activité de mise en réseau des jeunes agri-entrepreneurs. Il faudrait proposer un programme d'activités de rencontre des entrepreneurs, notamment des jeunes, dans le cadre des foires, des salons spécialisés, des colloques et des congrès, avec des investisseurs, des experts professionnels, des accélérateurs, afin d'intégrer les jeunes dans la communauté des affaires.

Un plan de mentorat devrait aussi être mis en place pour encourager les jeunes à s'organiser et à travailler en réseau afin de mieux évoluer, apprendre, rayonner et bâtir leur crédibilité. Bâtir son réseau et s'impliquer activement au sein de celui-ci devrait être incontournable pour tout jeune agri-entrepreneur souhaitant voir évoluer sa carrière. En effet, c'est un style de vie qui permet le partage d'expériences et de connaissances. C'est un outil novateur d'accès à d'autres moyens de financement ou d'autres appuis comme dans le cadre de l'économie sociale et solidaire.

En outre, tout un programme de formation et d'information portant sur les avantages et les intérêts des partenariats et de la gestion des réseaux, sur les types de partenariats, ou comment trouver et adhérer au bon réseau, etc. devrait être créé. Finalement, il est important de signaler que les parties prenantes les plus qualifiées pour assurer l'instauration de cette



stratégie sont les institutions d'appui, notamment l'Agence de promotion des investissements agricoles (APIA), l'Agence de promotion de l'industrie et de l'innovation (APII) et l'Agence de la vulgarisation et de la formation agricoles (AVFA).

## 2. La mise en place d'un guichet unique virtuel pour accéder rapidement aux informations

Partant du constat que le guichet unique trouve sa justification dans la recherche d'optimisation de la logistique et pour faire face à la dispersion des services d'appui à l'investissement, cette recommandation consiste à mettre en place un guichet unique virtuel. Cette proposition a pour objectif d'améliorer l'efficacité et la rapidité d'accès à l'information et aux services relatifs à l'investissement dans le secteur agricole et les systèmes agroalimentaires.

Ce guichet unique virtuel sera une plateforme informatique d'interaction entre les différents intervenants dans l'environnement de l'investissement agricole et au sein des systèmes agroalimentaires, et pourrait être géré par une entité publique comme l'APIA et l'APII ou bien privée dans le cadre d'une startup. Une plateforme qui oriente et accompagne les jeunes agri-entrepreneurs dans les étapes de création de leurs entreprises et dans la formulation et la soumission de leurs dossiers en ligne. Cette plateforme fournira efficacement et rapidement des renseignements détaillés aux jeunes sur les démarches à effectuer, leur fera découvrir les différentes étapes à suivre pour créer leur propre projet et les informera sur les avantages, les services et les incitations auxquels ils ont droit et dont ils auraient besoin pour soutenir et développer leurs projets. Une plateforme qui pourrait être un lieu de rencontre entre les jeunes porteurs de projets et d'autres entrepreneurs et investisseurs et par la suite une excellente opportunité pour les soutenir.

Afin d'assurer l'accès à un maximum d'informations, cette plateforme, ou guichet unique virtuel, doit être connecté aux autres plateformes citées précédemment comme celle qui regroupera d'une part tous les programmes, projets et activités dans le cadre des différentes coopérations bilatérales et multilatérales, et qui d'autre part, aura la tâche fondamentale de faire référence à la cartographie des différents acteurs et parties prenantes de l'écosystème tunisien. Cette interaction entre les différentes plateformes et recommandations proposées mettra en évidence tous les efforts continus visant à renforcer l'accès à l'information et sa disponibilité et de mettre à la portée des jeunes, notamment les jeunes ruraux, toute l'actualité nécessaire qui peut accélérer les investissements dans les systèmes agricoles et agroalimentaires.

# Bibliographie

---

**Maler, H. et Reymond, M.** 2007. *Médias et mobilisations sociales. La morgue et le mépris?* Paris, Syllepse.







**Soutenu par:**

Mécanisme multidonateurs flexible (FMM)

**En collaboration avec:**

