



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

NOTE D'ORIENTATION N° 6

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 moyen et long terme



Institut National de la Recherche
Agronomique de Tunisie



NOTE D'ORIENTATION N° 6

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 moyen et long terme

Ahmed Yanguï, Mohamed Elloumi, Yannick Fiedler, Emna Ouertani,
Abdallah Ben Saad et Arbia Labidi

Citer comme suit:

Yangui, A., Elloumi, M., Fiedler, Y., Ouertani, E., Ben Saad, A. et Labidi A. 2022. *Note d'orientation n°6: 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 moyen et long terme*. Rome, FAO. <https://doi.org/10.4060/cb9985fr>

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.

ISBN 978-92-5-136164-1
© FAO, 2022



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) et peuvent être obtenus sur demande adressée par courriel à: publications-sales@fao.org. Les demandes visant un usage commercial doivent être soumises à: www.fao.org/contact-us/licence-request. Les questions relatives aux droits et aux licences doivent être adressées à: 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), animé par une équipe du Laboratoire d'économie rurale (LER) 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 (APIA). Le PRIJA est un pôle de réflexion multipartite qui réunit des représentants des principales parties constitutives de l'environnement des jeunes agri-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 formulé une série de recommandations.

Ces recommandations ont été classées par les participants aux groupes de travail en deux catégories. La première a regroupé les solutions dont la mise en œuvre a été jugée urgente pour améliorer les conditions d'investissement des jeunes dans les secteurs agricoles et agro-alimentaires. La seconde catégorie regroupe les recommandations à plus long terme.

L'ensemble de ces recommandations a été validé à travers des consultations ouvertes en ligne, qui ont bénéficié d'une large participation, notamment de jeunes diplômés, promoteurs et à la recherche d'emploi. Ces notes sont l'aboutissement 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 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 notes portant sur les solutions à court terme ont déjà été publiées sur le site de la FAO (voir les liens des trois premières notes dans la section «Pour aller plus loin»). Les présentes notes portent sur les solutions dont la mise en place nécessite un délai plus long et qui dépasse la durée du PRIJA.

Les auteurs

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

Ahmed Touhami (APII); Zaineb Gannouchi (FAO); Ali Menif (Startup act); Bassem Mouelhi (AVFA); Chaker Sleimi (Collective lab); Cyrine Ben Khamlia (APIA); Ghada Belhaoui (APIA); Taoufik Ayari (DGFIOP); Mahdi Fendri (IO); Maroua Nouri (Centre d'affaires de Béja); Monia Ben Romdhane (APIA); Moncef Kthiri (ODESYPANO); Mohamed Chebbi (jeune agriculteur); Sonia Barka (ATIC); et Wiem Chebbi (jeune agri-entrepreneur).

Cette note a été rédigée par une équipe constituée du LER/INRAT et de la FAO.

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

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.

Les auteurs tiennent à remercier aussi Teresa Lamas Menéndez pour la coordination du processus d'édition, et Carolina Saiz pour la mise en page et les éléments graphiques.

1. Introduction

L'accès à l'information constitue, de nos jours, une préoccupation importante pour les jeunes dans le cadre de leur orientation professionnelle. Elle est indispensable à leur autonomisation et à l'élaboration d'un parcours de vie. L'enjeu consiste à renforcer l'accès des jeunes à des informations objectives, fiables et de qualité en communiquant avec eux d'une part et d'autre part, en les accompagnant pour leur permettre d'utiliser ces informations à leur avantage pour leur avenir professionnel. Cependant, la question posée est la suivante: quand est-ce que les sociétés, telles que celle de Tunisie, et de manière générale, celles des pays en développement, prendront-elles en considération la communication et en feront un mode de valorisation professionnelle de l'information?

Par ailleurs, ces dernières décennies, les technologies du numérique sont devenues omniprésentes dans notre société. Ainsi, 61 pour cent des internautes tunisiens passent, plus d'une heure, connectés, et 60 pour cent se connectent quotidiennement. Tous les jours nous faisons des recherches sur Internet, nous échangeons des courriels, partageons des informations sur nos vies et nos passions sur les réseaux sociaux. L'utilisation d'Internet en Tunisie est principalement pour le «chat» et les actualités. Les jeunes sont particulièrement sensibles à ces technologies de communication et d'information et les pratiquent de manière assidue. À titre d'exemple, alors que plus de 30 pour cent des Tunisiens sont des internautes, 70 pour cent des internautes tunisiens sont des jeunes qui ont entre 18 et 34 ans et 80 pour cent d'entre eux ont au moins un niveau universitaire. Ils maîtrisent les outils numériques et ne quittent jamais leurs portables, terminal vital de leurs connexions. À cela, il faut ajouter que les jeunes masculins ou féminins, semblent préférer le français et l'anglais, dans leur navigation à la langue arabe (ASMR, 2011).

Le nouveau comportement des jeunes et leur manière d'absorber et d'analyser les données, ainsi que l'essor rapide du monde digital et des réseaux sociaux, rendent nécessaire un changement dans notre stratégie de communication avec les jeunes. Il est crucial d'offrir un mode de communication et d'information innovant, adapté aux préférences des jeunes et au niveau de leurs attentes et qui soit capable de les accompagner dans leurs prises de décisions, en tenant compte des données susmentionnées.

Depuis de nombreuses années, la situation des jeunes Tunisiens sur le marché du travail se dégrade d'une année à l'autre, notamment pour les jeunes ruraux, et leur relation avec le monde agricole et les systèmes agroalimentaires est réduite malgré leur grand potentiel de développement. Ceci est principalement dû à la mauvaise communication qui reste dépourvue d'informations importantes et attractives. Nous sommes donc conduits à aborder la question du numérique comme un moyen de communication et d'information suffisant et satisfaisant pour les jeunes. Il serait alors intéressant de comprendre comment le numérique et l'accès à l'information peuvent être des leviers de réussite pour ces jeunes. Il faut ajouter à cela que la prépondérance du numérique a bouleversé les pratiques des professionnels responsables de la communication avec les jeunes dans leurs missions sans aucune interrogation sur le comportement des jeunes et leur mode de consommation de l'information. Les nouveaux enjeux du numérique soulèvent des problématiques importantes tant aux plans économique, technique qu'éthique.

Ce document résume les principales recommandations envisageables à moyen et à long termes pour que l'information soit plus accessible aux jeunes par le biais de plusieurs alternatives qui la valoriseront de la meilleure manière.

2. Messages clés

- La simplicité, le confort, la fiabilité et la sécurité sont les caractéristiques d'une recherche d'information pratique et satisfaisante pour les jeunes.
- L'information mise à la disposition des jeunes doit évoluer dans sa forme et dans son contenu, ceci constituera une richesse indéniable.
- Le développement de la visibilité et de la réputation des organisations de la société civile (OSC) (associations, organisations professionnelles de base, etc.) est à la fois un objectif et un outil pour une meilleure communication entre les jeunes.
- L'implication des OSC est une nécessité pour pousser les jeunes entrepreneurs à changer de comportement et pour renforcer leurs connaissances.



3. Enjeux et recommandations

Cette section présente les recommandations et les enjeux qui se posent à moyen et à long terme, afin que les informations deviennent pour tout un chacun et surtout les jeunes plus accessibles, disponibles et compréhensibles, en garantissant qu'elles soient correctes, actualisées, faciles à interpréter et présentées d'une manière à accompagner les jeunes vers leurs besoins. Dans ce cadre, trois principales pratiques communicationnelles et informationnelles et même, à un certain niveau, organisationnelles, sont recommandées pour permettre aux jeunes d'avoir davantage confiance et plus de compétences:

3.1. Des moyens de communication et d'information suffisants et satisfaisants pour les jeunes

De nos jours, les réseaux mobiles se sont profondément étendus dans le territoire tunisien tant dans les zones urbaines que rurales. En effet, le taux de pénétration de ces réseaux et de l'Internet est de l'ordre de 32 pour cent, indiquant une réaction spontanée aux avancées technologiques qui ont favorisé le développement d'une vaste clientèle pour les applications des technologies de l'information et de la communication (TIC) telles que les applications orientées vers le secteur agricole et les systèmes agroalimentaires. Cet essor a permis de familiariser une grande partie de la population à l'utilisation des terminaux (téléphone intelligent, tablette, etc.) en plus de la fonction d'appel de base.

Les progrès techniques ont développé notre capacité à produire et à diffuser de plus en plus vite et de manière plus efficace un nombre considérable d'informations de toute nature. Cependant, un plus grand nombre d'informations, n'assure pas forcément une meilleure communication. L'essentiel n'est pas seulement dans la transmission, mais dans la communication, c'est-à-dire le partage d'un minimum de valeurs compréhensibles pour accepter de débattre et de partager ce qui est reçu en dépit de la diversité et de l'hétérogénéité culturelles des récepteurs. Par contre, cette mission n'est pas une simple responsabilité technologique, mais c'est aussi la confiance et la conviction de la part de toutes les composantes de l'environnement de l'investissement agricole (acteurs économiques, parties prenantes, jeunes, associations, institutions publiques et privées, etc.) que les moyens technologiques sont des outils efficaces et rapides de communication avant d'être de simples outils d'information. Une communication caractérisée par la légitimité politique et sociale et la recherche de l'intérêt général contribue à donner un sens et une valeur à l'information.

Améliorer les interfaces numériques des différents organismes et parties prenantes, publics ou privés, dans leur forme et leur contenu afin de satisfaire les besoins des jeunes

Cette recommandation a pour objectif d'aider les différentes composantes de l'environnement de l'investissement agricole à développer leurs interfaces digitales, comme un moyen de communication efficace et essentiel. Normalement, une interface digitale (site web) doit accomplir le rôle d'un outil de communication institutionnelle qui permet de présenter l'organisme en question, ses produits et ses services aux visiteurs. Elle lui donne la possibilité de communiquer d'une manière professionnelle sur ses actions, ses activités, ainsi que sur les différents programmes de soutien qu'elle propose pour les jeunes. Désormais, un site Internet se doit aussi d'être interactif en permettant des échanges avec ses visiteurs et il doit

remplir une fonction d'information et d'accompagnement et, le cas échéant, de préparation des dossiers. Il s'agit donc d'un outil relationnel permettant d'interagir avec des particuliers ou des professionnels par le biais de forums, d'espaces questions/réponses, et d'espaces personnalisés qui permettent aux visiteurs de suivre leurs requêtes ou leurs dossiers.

La mise en place d'un relationnel interactif sur les plateformes Internet s'impose à tous les organismes afin de répondre aux attentes et pratiques de leurs utilisateurs. Sinon, un décalage communicationnel va s'établir entre l'organisme et ses partenaires, ce qui risque d'avoir des répercussions négatives sur son image institutionnelle et sa crédibilité. Une présence sur le web permet à un organisme de construire ou de renforcer son image institutionnelle, de présenter ses performances et d'affirmer sa position dans son environnement. Le site web donne à son propriétaire l'occasion de toucher des intéressés jusque-là inaccessibles, et par conséquent de réduire les frais de recherche de l'information. Pour accomplir ces objectifs, il s'agit de travailler dès le début sur la simplicité, le confort, la fiabilité et la sécurité du site. Ceci constituerait alors un atout qui contribuerait à la satisfaction des visiteurs.

Plus concrètement, pour qu'un site soit capable d'instaurer une relation communicationnelle satisfaisante avec les visiteurs, il faut avant tout que la page d'accueil soit bien structurée et permette à ces derniers de se repérer facilement afin de renforcer la visibilité et la compréhension de l'ensemble. Les informations présentées doivent être mises à jour, bien sélectionnées et apparaître de manière claire selon les besoins des visiteurs. S'il faut d'une part que les informations soient classées et ordonnées par thématique et par ordre de priorité selon les attentes des jeunes, il faut également que leur contenu soit facile à comprendre par le plus grand nombre de jeunes, quel que soit leur niveau d'instruction.

3.2. Les technologies de l'information et de la communication: la simplicité et le confort dans la disponibilité et l'accès rapide à l'information

La disponibilité de l'information est un élément essentiel de la compétitivité des entrepreneurs notamment pour les plus jeunes. Plus notre système d'information est capable de fournir de bonnes informations au bon moment, plus les données peuvent être valorisées. Inversement, plus le délai entre le besoin d'informations et la fourniture de données pertinentes est long, plus sa valeur baisse. En effet, accéder à une donnée périmée peut même avoir des conséquences dramatiques pour les jeunes entrepreneurs, en particulier au sein des secteurs agricoles et agroalimentaires. Par conséquent, il est important de garantir la disponibilité d'informations actualisées, même si ceci engendre un coût.

En outre, parallèlement à la disponibilité immédiate des informations, il est fort utile d'établir une classification des informations et d'étudier leur cycle de vie afin d'identifier leur degré d'utilité. Cette étape est cruciale et c'est un élément décisif pour que nos jeunes réussissent surtout dans un secteur qui vit une mutation continue et avec une concurrence agressive. Les questions qui se posent sont les suivantes: comment élaborer une classification, en fonction de quels paramètres, qui en a la charge et comment le cycle de vie de l'information peut être évalué?

Accéder aux informations fiables et en temps réel permet aux jeunes entrepreneurs de gagner en réactivité et représente un élément essentiel de leur compétitivité. Cependant, cela nécessite la mise en place d'un système d'information performant et à la hauteur des attentes des jeunes. La nouvelle génération de jeunes ne désire plus, mais elle exige la disponibilité immédiate de bonnes informations vu le rythme accéléré de l'évolution technologique qui caractérise leur environnement, et leur permet de se renseigner par de simples «clics» sur les téléphones tactiles.

La création d'un moteur de recherche relatif à toutes informations concernant l'investissement dans l'agriculture et les systèmes agroalimentaires

La création d'un moteur de recherche, relatif à toutes les informations concernant l'investissement agricole, capable d'identifier et de localiser des données pertinentes dans les requêtes de recherche est un outil indispensable pour renforcer l'accès des jeunes aux informations.

Cet outil de recherche sur Internet vise à présenter, structurer, analyser, épurer, stocker, rechercher et récupérer l'information, en plus, d'une évaluation de sa pertinence et de son utilité par rapport aux attentes des utilisateurs qui sont les principaux juges de la qualité de l'information.

Pour cela, il est fondamental d'instaurer une relation interactive avec les visiteurs afin de cerner leurs attentes et de les accompagner durant leur recherche. La définition des requêtes de recherche peut être faite sous la forme d'une simple demande d'investissement, ou bien d'un programme d'appui national ou international, ou encore dans le cadre d'un partenariat existant, tels que des projets de développement en cours de réalisation.

Les moteurs de recherche, dont la performance est jugée en fonction du temps de réponse et du débit des résultats, peuvent contribuer à diminuer l'incertitude de l'utilisateur quant à la pertinence d'une information, car ils sont capables de vérifier la source et l'âge de l'information. Le moteur de recherche doit être évolutif dans son périmètre et son contenu, afin qu'il puisse s'adapter à la quantité de données et au nombre d'utilisateurs qui augmente constamment. Il représente ainsi l'un des aspects les plus pratiques pour améliorer l'accès des jeunes à l'information et sa mise en place constitue une richesse certaine.

Afin d'assurer la réussite de cette recommandation, les institutions qui devraient s'en charger seraient l'APIA en étroite collaboration avec les autres directions du Ministère de l'agriculture, des ressources hydrauliques et de la pêche (MARHP). Cette solution pourrait être réalisée dans le cadre d'une nouvelle startup, une solution menée par les jeunes pour les jeunes.

3.3. La bonne organisation est un atout de communication et de transfert d'information

Afin de promouvoir l'entrepreneuriat des jeunes et stimuler ainsi une relance économique post COVID-19, il convient d'orienter ces derniers dans une vision économique nationale et dans un objectif commun. Dans ce contexte, le rôle des OSC est d'encourager activement les jeunes entrepreneurs à changer de comportement. Ces derniers sont perçus comme l'un des leviers les plus efficaces pour faire progresser le secteur de l'agriculture et les systèmes agroalimentaires. En fait, l'objectif est d'apporter une réponse immédiate aux besoins d'insertion des jeunes par le biais d'un appui à l'entrepreneuriat en particulier dans les filières agricoles.

Un appui spécifique, orienté aux catégories marginalisées, consiste à:

- créer un cadre d'échange entre jeunes leaders et ceux de la diaspora;
- renforcer les capacités des jeunes entrepreneurs et porteurs de projets;
- promouvoir le dialogue, l'échange d'informations et la mise en réseau des jeunes porteurs de projets;
- offrir aux différentes catégories d'acteurs économiques l'occasion de rencontrer les jeunes porteurs de projets audacieux;

- sensibiliser les acteurs économiques, les structures de référence et les différentes parties prenantes impliquées dans l'investissement agricole sur les principaux obstacles que rencontre la jeunesse face à l'entrepreneuriat;
- former les jeunes pour qu'ils acquièrent la capacité de mobiliser les ressources pour atteindre les objectifs fixés; et
- donner confiance aux jeunes qui représentent de fait une lueur d'espoir dans un contexte socio-économique assez compliqué.

Développer la visibilité et la réputation des OSC auprès de la communauté des jeunes

Cette proposition consiste à instaurer un projet qui vise à gagner la confiance des jeunes envers les OSC en améliorant leur réputation. Ce projet devrait s'articuler autour d'une bonne stratégie de communication inter et intra OSC. Dans ce sens les campagnes de communication des OSC devraient avoir un double objectif: de sensibilisation, et d'appel à participation. Premièrement, ces campagnes devraient ainsi permettre de sensibiliser le public aux causes qu'elles défendent. Ainsi, elles auront tout d'abord une mission informative, tout en ayant comme objectif à long terme de donner envie au public et aux parties prenantes de soutenir l'organisation en question. En second lieu, les OSC devraient s'adresser aux jeunes afin de les convaincre d'adhérer à un projet commun, généralement à but non lucratif, et de faire du lobbying et du plaidoyer pour défendre leurs intérêts. Elles devraient aussi offrir aux jeunes adhérents un espace d'échange pour progresser ensemble.

Afin que le niveau de réputation et de confiance des associations soit assez élevé, il faudrait que celles-ci renforcent à la fois:

- leur importance dans la vie quotidienne des jeunes, notamment les jeunes ruraux, par leur contribution au développement territorial et par leurs questionnements concernant les enjeux et les contraintes auxquels ils font face;
- leur présence médiatique à travers l'organisation d'événements et d'ateliers d'échanges et d'informations avec les adhérents et les acteurs locaux;
- la dimension sociale attachée à leurs actions en promouvant, à titre d'exemple, l'égalité hommes-femmes dans les pratiques organisationnelles et l'inclusion des catégories sociales vulnérables.

Bien que les associations et les OSC soient normalement des organisations à but non-lucratif, elles sont obligées de communiquer, parfois en empruntant les techniques du marketing pour se faire connaître et toucher le public cible. En fait, il est judicieux que les OSC organisent des événements interactifs, des projections de webdiffusion, des conférences, qu'elles diffusent des communiqués, et surtout qu'elles s'approprient les outils que les réseaux sociaux offrent, afin d'être le plus proche possible des jeunes. Par ailleurs, il faut être conscient qu'il est aujourd'hui indispensable que les OSC renforcent leurs compétences opérationnelles et de planification stratégique et qu'elles soient capables de lancer et d'animer une démarche d'autodiagnostic et de contrôle interne inclusif, qui fait participer tous les intervenants, notamment les jeunes, pour une meilleure concrétisation et le pilotage des projets, afin de renforcer leur efficacité en termes de levée de fonds auprès des bailleurs, et leur attractivité pour les jeunes.

Pour aller plus loin

Note d'orientation n° 1: Des institutions et une coordination efficaces pour un environnement institutionnel favorisant l'inclusion des jeunes agri-entrepreneurs. Solutions à court terme. <https://www.fao.org/3/cb5966fr/cb5966fr.pdf>

Note d'orientation n° 2: Des services financiers et des incitations à l'investissement plus accessibles pour les jeunes agri-entrepreneurs. Solutions à court terme. <http://www.fao.org/documents/card/fr/c/cb5963fr>

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. <https://doi.org/10.4060/cb6972fr>

Note d'orientation n° 4: Des institutions et une coordination efficaces pour un environnement institutionnel favorisant l'inclusion des jeunes agri-entrepreneurs. Solutions à moyen et long terme. Solutions à moyen et long terme. <https://doi.org/10.4060/cb8755fr>

Note d'orientation n° 5: Des services financiers et des incitations à l'investissement plus accessibles pour les jeunes agri-entrepreneurs. Solutions à moyen et long terme. <https://doi.org/10.4060/cb9132fr>

Bibliographie

FAO et INRAT. 2020a. Dynamique de l'investissement dans le système agricole tunisien et perspectives de développement des investissements par et pour les jeunes. Rome. <https://doi.org/10.4060/cb0563fr>

FAO et INRAT. 2020b. Pour un environnement institutionnel et financier favorable à l'investissement par les jeunes dans l'agriculture et les systèmes alimentaires en Tunisie. <http://www.fao.org/3/cb0884fr/CB0884FR.pdf>



Soutenu par:

Mécanisme multidonateurs flexible (FMM)

En collaboration avec:

