

Assises de la Solidarité - Chantier 5, Table ronde 2

« Quels modes de production et de financement privés innovants au service du développement »

Fiche « Complémentarités au sein de collaborations hybrides multipartites »

Le Star Shea Network au Ghana : un exemple d'innovation organisationnelle et de débouchés

De plus en plus de projets associent acteurs publics, privés et associatifs. L'hybridation devient une caractéristique partagée de l'innovation sociale au service du développement. Le projet présenté ci-dessous est particulièrement intéressant de par la complémentarité des rôles et des compétences mises en œuvre par les différents types d'acteurs impliqués. Le projet a ainsi évolué d'un projet porté par une ONG, limité dans le temps, vers un modèle plus pérenne à travers la création d'un *social business* (Star Shea Ltd) permettant l'accès au marché des femmes du réseau, accompagné du support nécessaire au développement de la qualité des produits (formation, certification).

Exemple : Star Shea network

Localisation : Communautés rurales du Nord du Ghana.

Besoin social : Améliorer la situation économique, sociale et sanitaire des femmes travaillant dans l'économie informelle du secteur karité.

Innovation : Innovation organisationnelle et innovation produit. Partenariat hybride complémentaire pour la mise en place d'un *social business* des produits de karité, entre une ONG (**PlaNet Finance**), deux institutions de microfinance (**IMF**) locales (**Grameen Ghana and Maata-N-Tudu**), une entreprise (**SAP**) spécialisée dans les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC), une institution publique (**AFD**) et la **Commission Européenne**.

Modèle économique :

- Qualité des produits améliorée, permettant de les vendre à des prix premium/plus élevés
- Connexion avec le marché et traçabilité des produits via les TIC

Reposant sur :

- L'organisation des femmes productrices de karité en une association Star Shea Network (SSN), permettant de construire une force de négociation, et de proposer une plus importante quantité de produits aux acheteurs.
- L'accès des productrices à des produits de microfinance adaptés à leurs activités
- La mise en place d'un fonds social communautaire permettant aux femmes de gérer les risques de la vie quotidienne
- Le lancement d'un *social business* destiné à assurer l'accès à long terme à ces femmes au-delà de la durée du projet

Descriptif :

Afin de répondre au besoin social identifié, différents acteurs sont intervenus à différentes étapes du projet, qui a progressivement évolué vers un *social business* :

Les IMF : octroient des produits de microfinance adaptés au cycle des récoltes et qui répondent aux besoins de liquidités des femmes de la filière. Cela leur permet d'investir dans leur activité, payer l'accès aux soins de santé, et stabiliser leurs revenus tout au long de l'année.

PlaNet Finance : a réalisé des apports en fonds propres, conseille et soutient techniquement les IMF partenaires pour améliorer et développer des nouveaux produits de crédit pour leurs clientes. L'ONG appuie également la mise en place du réseau de productrices « Star Shea Network » et propose, en coordination avec les IMF, des formations en éducation financière ainsi que des formations professionnelles (de renforcement des acquis du processus de production).

SAP : a mis en place le programme Rural MarketConnection (RMC) qui facilite la traçabilité des produits pour les acheteurs et la connexion avec le marché des productrices, via internet et les téléphones portables. Les productrices ont notamment accès en temps réel aux prix des marchés, ce qui renforce leurs capacités de négociations et augmente leurs profits en réduisant le nombre d'intermédiaires. SAP a également consenti un prêt sans intérêt au projet.

AFD : a engagé 288 595 euros dans le projet sous forme de subvention à l'ONG PlaNet Finance

Commission Européenne : a engagé 888 000 euros sous forme de subvention

Objectif : toucher 4500 femmes durant les 3 premières années du projet. L'impact direct recherché est l'augmentation de 20 % à 30 % des revenus des productrices, dans le cadre d'une entreprise sociale capable d'assurer la viabilité du projet.

Impacts identifiés au bout de 3 ans :

- 5000 femmes se sont organisées et ont été formées au traitement de qualité des noix et du beurre de qualité.
- Dès la première année, en novembre 2010, vente de 93 tonnes de noix au prix fort à Olam International, leader mondial de la gestion intégrée de la chaîne d'approvisionnement et du traitement des produits agricoles. 2013 : 220 MT de noix de karité vendues à LodersCrocklaan, numéro deux mondial du CBE



(cocoa butter equivalent), 64 MT de beurre vendue à des clients européens.

Freins :

Le rapport *The Shea Value Chain Reinforcement Initiative in Ghana* réalisé par SAP, PlaNet Finance, Grameen Ghana et Maata-N-Tudu identifie des freins à la réussite du projet, essentiellement liés à l'accès et au fonctionnement des marchés local et global, ainsi que des pistes de solution (d'où la création du *social business* en 2012). A l'instar du montage de projet, la collaboration des différents acteurs apparaît comme décisive pour surmonter ces difficultés, par exemple pour créer de nouveaux produits financiers afin de combler le manque de liquidités durant la saison maigre ou pour identifier/développer de nouveaux outils pour décrypter les opportunités du marché.

En savoir plus :

Star Shea Network : <http://www.starshea.com/>

Fiche de communication du projet, AFD : <http://www.afd.fr/base-projets/consulterProjet.action?idProjet=CGH1117>

Rapport du Stanford Global Supply Chain Management Forum :

<http://www.stanford.edu/group/knowledgebase/cgi-bin/2011/01/13/program-helps-women-in-ghana-improve-their-cottage-industry/>