

Au départ de Ouagadougou, Inoussa Maiga coordonne une rédaction de correspondants africains focalisés sur les questions agricoles.

L'équipe d'Agribusiness TV est ambitieuse : elle veut démontrer à une nouvelle génération en Afrique que l'agriculture est un secteur de réussites professionnelles et d'innovations importantes. À terme, elle veut y parvenir sans subsides.



## Une TV au cœur des solutions agricoles africaines

**S**ur les images, des mains gantées s'appliquent à fermer les petits sachets remplis de chips. Malgré le travail à la chaîne et le bruit des machines, les visages sont souriants. Nous sommes dans les locaux de Micam, à Yaoundé, au Cameroun. C'est là que Stéphane Kouam a établi sa micro-usine de fabrication de chips à base de noix de coco. Ce diplômé d'économie industrielle a créé Micam en 2013 : « Grâce à un prêt de 500 000 francs CFA (760 euros), j'ai pu lancer la production. Aujourd'hui, on propose une gamme de sept produits différents à base de coco. »

Dans le sujet de près de cinq minutes que lui consacre Agribusiness TV, l'entrepreneur raconte les obstacles auxquels il a été confronté : « Très vite, le premier défi a été de trouver une lame qui permettrait d'émincer la noix de coco. Comme elle n'existait pas sur le marché, j'ai décidé de la concevoir moi-même et de la faire fabriquer par un forgeron. » Cette persévérance est au cœur du reportage : « L'entrepreneur voit des solutions là où les gens voient des difficultés. Il sait que ça peut marcher mais ne sait pas encore comment. Donc, il faut croire en ses rêves. Il faut croire en ce qu'on a », dit Stéphane dans la vidéo.

### Donner goût en l'entrepreneuriat agricole

C'est sans doute là l'objectif principal de la jeune TV disponible sur le web : « Utiliser la vidéo comme outil de promotion et de (re)valo-

risation du secteur agricole aux yeux des jeunes en montrant les parcours réussis de jeunes entrepreneurs agricoles et leurs innovations en Afrique ». Sur son site, Agribusiness TV s'annonce ainsi, avant tout, comme un outil au service de l'agriculture : « On s'est rendu compte que l'un des problèmes de l'agriculture dans nos pays, c'est son image. On a tous grandi avec l'idée que ceux qui allaient vers l'agriculture étaient ceux qui avaient échoué à l'école et n'avaient aucune autre option. Il fallait montrer une autre image de l'agriculture africaine », explique Inoussa, le fondateur d'Agribusiness TV.

« L'entrepreneur voit des solutions là où les gens voient des difficultés. Il sait que ça peut marcher mais ne sait pas encore comment. »

Avec plus de 1 milliard d'habitants, dont 70% sous la barre des 30 ans, l'Afrique est l'une des régions les plus dynamiques au monde. L'agriculture y représente, selon les chiffres et les pays, plus ou moins 60% de l'emploi, ce qui en fait un secteur fondamental, non seulement pour la sécurité alimentaire, mais aussi pour la croissance économique : « En dépit de cela, de nombreux

jeunes Africains ne sont pas attirés par l'agriculture en raison de son image, de sa précarité, de son manque de compétitivité et de soutien. La moyenne d'âge dans le secteur dépasse les 50 ans. La mission centrale d'AgribusinessTV est là. Montrer qu'on peut innover dans le domaine de l'agriculture et de l'élevage. Montrer aussi qu'on peut en vivre bien. »

Dans la vidéo consacrée à Neuly Behanzin, on découvre une consultante béninoise qui a monté en 2015 « Panafricana », une ferme-école pour entrepreneurs agricoles située à Koklofinta, à 120 km de Cotonou. En discutant avec les jeunes, la jeune coach s'était rendu compte que beaucoup d'entre eux s'aventureraient bien dans l'agriculture, mais ne savaient pas comment s'y prendre : « Ils ont besoin d'être formés et encadrés. » Plutôt que de théoriser l'entrepreneuriat rural et agricole, Neuly décide de monter une ferme où des élèves très différents, jeunes et moins jeunes, diplômés et analphabètes, des villes et des campagnes, rencontrent des professionnels et travaillent la terre : « Aujourd'hui, il faut vraiment se différencier et c'est de par notre différence que nous irons loin, que nous enrichissons le pays et nos propres âmes, s'enflamme Neuly. La terre rapporte, mais elle rapporte à moyen terme. Le principal est de ne pas se décourager au début. »

## Un média adapté à son public

Agribusiness TV, lancée en 2016 à Ouagadougou au Burkina Faso, ne se décourage pas non plus. En un an, elle a produit 60 vidéos vues près de trois millions de fois : « Cela dépasse de très loin l'objectif de 500 000 vues que nous avons fixé », se félicite Inoussa Maiga. La page Facebook enregistrerait plus de 154 000 fans et la chaîne YouTube dépassait les 2 700 abonnés à la fin de cet été.

Il faut dire que l'équipe avait bien cerné sa cible : « Les jeunes Africains étant très présents sur les réseaux sociaux, Agribusiness TV a un compte Facebook, Twitter, LinkedIn et Instagram. » Encore plus que sur les autres continents, l'essentiel des connexions à Internet se fait via téléphone mobile : « Les statistiques montrent que 80% des visiteurs se connectent via mobile. Agribusiness TV a été conçue spécifiquement pour cela. Les vidéos de la webtélé circulent de téléphone portable à téléphone portable à travers ses applications mobiles (An-



Micam, micro-usine de fabrication de chips à base de noix de coco.

droid & iOS) téléchargeables gratuitement et échangées par Bluetooth là où la connexion internet fait défaut. »

En démarrant, les journalistes n'avaient pas de modèles desquels s'inspirer : « C'est pour cela que nous avons tenu un atelier de "cadrage" à Ouagadougou en février 2016 avec une dizaine de personnes (des journalistes du Bénin, de Côte d'Ivoire, du Cameroun et du Burkina Faso, des acteurs du secteur agricole et un consultant français en innovation dans les médias) qui nous a permis de définir nos ambitions, cadrer notre concept éditorial et mettre en place une démarche de travail à distance pour la production des vidéos. Pour chaque reportage, avant tournage, on conçoit le contenu sur papier, on s'accorde sur les séquences à filmer, les lieux, les acteurs à interviewer, les questions à poser, etc. »

## Un défi financier énorme

Une fois les séquences tournées par les journalistes, le script et les images sont transmis à une personne unique à Ouagadougou qui se charge de tous les montages : « Cela garantit une harmonie dans les vidéos », explique Inoussa Maiga. Ces contenus largement diffusés se révèlent aussi de bons outils pour les entrepreneurs mis



■ ■ ■ Panafricana, une ferme-école pour jeunes entrepreneurs agricoles.

■ ■ ■ Démonstration de l'utilisation des drones pour surveiller les champs.

■ ■ ■ A Gaoua, dans le sud-ouest du Burkina Faso, toute première mini rizerie de la région.

■ ■ ■ Plateforme permettant aux femmes rurales de vendre en ligne leurs produits agricoles.

en avant dans les reportages : « Par notre action, ils ont bénéficié d'une grande exposition qui a leur a ouvert la voie à des opportunités diverses comme de nouveaux contrats, de meilleures ventes, le réseautage, la participation à des débats sur les politiques, etc. » Ainsi, pour Richard Monè, un jeune entrepreneur du Burkina Faso : « Le fait de passer sur Agribusiness TV est en soi une reconnaissance de notre travail et cela nous a motivés à aller encore plus loin. »

En tout cas, on peut affirmer que le concept séduit non seulement un large public, mais aussi les confrères : en un an d'existence, Agribusiness TV a reçu plusieurs distinctions internationales (Prix catégorie média au Sommet mondial de la société de l'information ; Premier prix de l'innovation dans les médias décerné par l'OIF, RSF et RFI ; Vainqueur d'Afrique Innovation Entrepreneurs ; ou encore Prix de la meilleure webtélé de l'Africa Web Festival).

Jusque-là, le projet a pu se développer grâce aux subventions du Centre technique de coopération agricole, ce qui ne devrait pas être prolongé au-delà d'avril 2018 : « Cet appui a été déterminant, mais l'ambition, c'est de parvenir à être autonome. On essaie plusieurs choses : publiereportages, publicité, offre de programmes à des chaînes de télévision, coproduc-

tion, etc. » Les ambitions pour l'avenir ? « C'est déjà réussi à maintenir la production sur la durée : une nouvelle vidéo chaque mardi représente un énorme défi, vu les coûts. Sur le long terme, notre volonté est vraiment de contribuer

## Il fallait montrer une autre image de l'agriculture africaine.

à changer définitivement cette image négative qui colle à l'agriculture en Afrique. »

L'équipe se penche aussi sur de nouveaux formats : « On prend beaucoup de plaisir à essayer : nous travaillons sur un concept de magazine télé 26 minutes. En plus des reportages, on aura Conversation, où il s'agira de retourner chez les entrepreneurs rencontrés précédemment. Enfin, on va lancer Astuces, de petites vidéos de 90 secondes pour montrer des techniques spécifiques, par exemple comment bien assurer le chauffage pour ses poussins. » À ce stade, il ne reste plus qu'à souhaiter longue vie à Agribusiness TV ! ■■■

Rédaction : Charline Cauchie