

Tableau 13 : Leviers stratégiques pour un modèle économique

Levier d'action	Stratégie	Exemples concrets	Mesure d'adaptation locale
Valoriser les déchets et sous-produits (ingrédients à faible coût, forte valeur ajoutée)	Transformer des matières premières sous-utilisées en produits nutritifs abordables.	- Le CTAE (Bénin) utilise le tourteau de soja (résidu de la production d'huile) pour fabriquer du goussi de soja, un substitut nutritif et 30 % moins cher que le poulet. - Utilisation des brisures de riz pour faire de la farine, au lieu de les jeter. - Kwanza Tukule (Kenya) : Utilise les restes alimentaires des vendeurs pour alimenter un biodigesteur, ce qui réduit les coûts énergétiques.	- Identifie les sous-produits locaux (tourteaux, épluchures, poissons non commercialisés, fruits abîmés). - Teste leur utilisation dans ta recette - Forme les consommateurs : explique que ce n'est pas un déchet, mais une ressource valorisée.
Réduire les coûts d'ingrédients avec des alternatives locales	Remplacer les ingrédients coûteux par des alternatives locales, nutritives et moins chères.	Promasidor qui produit du lait en poudre en Afrique du Sud remplace la matière grasse du lait par de la graisse végétale et obtient un produit moins cher et plus stable.	- Faire une analyse des coûts par ingrédient (voir Section "Grille d'analyse des coûts"). - Chercher des substituts locaux (ex : fonio au lieu de semoule, baobab au lieu de vitamine C synthétique). - Ne pas occulter l'aspect nutrition : un substitut doit être équivalent ou meilleur sur le plan nutritionnel.

Adapter le format et l'emballage à la capacité d'achat	Permettre aux consommateurs de payer petit à petit, sans gaspiller.	• La marque Nestlé vend de petits sachets de lait à bas prix • Tarakwo Dairies (Kenya) a mis en place des distributeurs automatiques de lait : le client est libre de choisir la quantité qui convient à sa bourse • Une entreprise laitière au Kenya vend du lait en vrac, les consommateurs apportent leurs bidons réutilisables.	• Proposer des formats mini (sachet de 25 g, dose unique) • Offrir du vrac ou des emballages réutilisables.
Innover sur la distribution	Utiliser des réseaux de distribution locales pour atteindre les zones reculées ou les quartiers populaires.	• L'entreprise Promise Point (Nigeria) a engagé des vendeurs à vélo ou à pied qui livrent porte-à-porte. • Un projet de recherche sur les modèles commerciaux en Indonésie a mis en place un réseau de femmes entrepreneures équipées d'uniformes et de tricycles pour la distribution • Smart Logistics Solutions au Kenya vend des plats précuits via des points de vente communautaires	• Former des agent(e)s de vente locaux • Leur donner un kit, une formation. Ils deviennent ambassadeurs du produit.

Subventionner par croisement : utiliser une gamme premium pour financer une gamme économique	Générer des marges sur un segment (urbain, export, institutionnel) pour subventionner le prix sur un autre segment (rural, faible revenu).	• Protein Kissèe-La de Côte d'Ivoire vend du gruau de maïs aux brasseries (marge élevée) et subventionne la bouillie enrichie pour les familles. • Promise Point (Nigéria) vend de la farine de qualité supérieure aux multinationales et finance la farine biofortifiée locale. • Cargill (Inde) : Subventionne son huile fortifiée grâce aux profits d'autres produits.	• Identifier un produit ou canal à forte marge (ex : vente à l'hôtel, export, e-commerce). • Utiliser ces revenus pour réduire le prix de vente dans les marchés populaires. Pour cela il faut communiquer clairement : Un achat ici, un impact en zone rurale, ou en faveur des plus démunis.
---	---	---	---