



LA BANQUE AGRICOLE

les échos

LE JOURNAL D'INFORMATION TRIMESTRIEL DE LA BANQUE AGRICOLE

ISSN 2517-9020 • N° 10 – Juillet – Août – Septembre 2019



NOUVELLE IDENTITÉ

La CNCAS devient La Banque Agricole

PARTENARIAT

La Banque Agricole pour
une démarche ambitieuse de
partenariat en faveur du climat

FOCUS SUR...

Mise en place d'un système de
récépissé d'entrepôt (SRE) dans
la Vallée du Fleuve Sénégal

ZOOM SUR ...

L'impact de la Tierce Détention
dans le remboursement des
crédits à La Banque Agricole



LA BANQUE AGRICOLE

Experte et ouverte

Réseau de La Banque Agricole

SIEGE DAKAR : 31-33, Rue Amadou Assane Ndoye, Email : labanqueagricole@labanqueagricole.sn
BP : 3890 Dakar; Tél : +221 33 839 36 36 Fax : +221 33 821 26 06

Réseau Dakar

AGENCE PRINCIPALE DE DAKAR

31-33, Rue Amadou A. Ndoye,
labanqueagricole@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 839 36 36
Fax : +221 33 821 26 06

AGENCE V.D.N

Rte de la Foire N°9, Dakar ;
vdn@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 869 37 67
Fax : +221 33 869 37 77

PARCELLES ASSAINIES

Unité 22 P. Assainies N°498, Dakar
parcelles@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 855 32 17 / 18/19
Fax : +221 33 855 32 15

KEUR MASSAR

Qtr. Ainoumady face Gendarmerie
keurmassar@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 879 39 11
Fax : +221 33 821 26 06

PIKINE,

Tally Boumack face marché Zinc
pikine@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 879 02 32
Fax : +221 33 834 13 02

MARISTES

EDK Maristes, Dakar
maristes@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 859 25 00
Fax : +221 33 832 93 47

BARGNY,

Route Nationale N°1
bargny@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 839 20 96
Fax : +221 33 836 14 50

YOFF

Cité Alia Diène, Dakar, Yoff
yoff@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 839 36 36
Fax : +221 33 821 26 06

DIASPORA

Rue Malenfant X rue Paul holle
Tél : +221 33 849 73 73

CAMBERENE,

Cité Fayçal, Croisement cambérène
camberene@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 839 36 36
Fax : +221 33 821 26 06

Réseau Nord

SAINT-LOUIS

Quai Henri Jay
saintlouis@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 961 14 14 / 05
Fax : +221 33 961 23 73

EDK SAINT-LOUIS

Face Université G. Berger
edkugb@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 938 21 90/91
Fax : +221 33 938 21 94

ROSS BETHIO

Route nationale 2
rossbethio@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 963 80 81
Fax : +221 33 963 81 6

MATAM

Rue de la Préfecture
matam@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 966 61 91
Fax : +221 33 966 62 56

RICHARD – TOLL

Route de Matam
richardtoll@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 963 31 61
Fax : +221 33 963 33 53

OUROSSOGUI

Quartier Moderne, BP 70
ourossogui@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 966 16 63 ou 64
Fax : +221 33 966 16 65

NDIOUM

Rte de Matam
ndioum@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 965 30 27
Fax : +221 33 965 30 43

Réseau Sud

ZIGUINCHOR

Rue du Commerce
ziguinchor@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 991 10 01
Fax : +221 33 991 19 56

BIGNONA

bignona@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 938 80 82
Fax : +221 33 994 08 05

KOLDA

Imm. Dramé - face IDEN
kolda@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 996 11 91
Fax : +221 33 996 10 51

DIAOBE

Kabendou
diaobe@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 990 66 10
Fax : +221 33 990 66 14

SEDHIOU,

sedhiou@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 995 12 03
Fax : +221 33 995 12 04

Réseau Centre

KAOLACK

Marché central
kaolack@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 941 24 71
Fax : +221 33 941 29 29

FATICK

Rte de la Gouvernance
fatick@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 949 12 55
Fax : +221 33 949 12 40

BONGRE

Gare routière Kaolack
bongre@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 938 42 70
Fax : +221 833 94140 45

TOUBA

Qtr. Touba Khaïra, rte 28
touba@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 978 30 48
Fax : +221 33 978 30 40

DIORBEL

Rue Maurice Guèye x Av L.S.S
diourbel@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 971 13 90
Fax : +221 33 971 13 00

KAFFRINE

RN3, Villa N° 164
kaffrine@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 941 11 12
Fax : +221 33 941 29 29

KOUNGHEUL

Route nationale 3
koungheul@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 946 73 73
Fax : +221 33 946 70 70

Réseau Ouest

THIES-Agence Principale

Place de France
aphies@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 951 17 29
Fax : +221 33 951 12 70

THIES Grand Standing

Station edk Gd. standing
gstanding@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 939 77 70 / 71
Fax : +221 33 939 77 74

DAHRA

Place du Marché
dahra@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 968 60 56
Fax : +221 33 968 60 55

TIVAOUANE

Quartier Keur Mass
tivaouane@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 839 76 25

THIES Centre

2 Avenue Leopold S.Senghor
thiescentre@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 939 77 70 / 71
Fax : +221 33 939 77 74

LOUGA

Rue 11 Nov. x Rue de la Mame
louga@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 967 01 80 ou 81
Fax : +221 33 967 01 82

MBOUR

Mbour Escale
mbour@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 957 10 95
Fax : +221 33 957 14 97

POUT

Pout Garage
pout@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 953 40 40
Fax : +221 33 953 60 65

Réseau Est

TAMBACOUNDA

Avenue Demba Diop
tamba@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 981 14 88
Fax : +221 33 981 15 55

BAKEL

bakel@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 981 14 88
Fax : +221 33 981 15 55

KEDOUGOU

Quartier Dandé Mayo
kedougou@labanqueagricole.sn
Tél : +221 33 985 19 50 / +221 33 985 19 43
Fax : +221 33 985 19 24



#labanqueagricole



www.labanqueagricole.sn

04

EDITORIAL

06

ACTUALITES

La CNCAS devient LA BANQUE AGRICOLE

16

PARTENARIAT

Signature de convention entre La Banque Agricole et ANIPL

18

THEME DU TRIMESTRE

Politique Environnementale et Sociale

La Banque Agricole pour une démarche ambitieuse de partenariat en faveur du climat

21

FOCUS SUR...

La mise en place de d'un Système de Récépissé d'Entrepôt (SRE) dans la Vallée du Fleuve Sénégal

24

ZOOM SUR ...

L'impact de la Tierce Détention dans le remboursement des crédits à La Banque Agricole

05

PRODUITS ET SERVICES :

Notre offre commerciale sur la chaine de valeur Arachide

EDITORIAL

REBRANDING OU REFONTE TOTALE D'UNE MARQUE



Malick NDIAYE,
Directeur Général

Une décision de rebranding se singularise par sa rareté dans les choix stratégiques des entreprises. Opération de communication de grande envergure, une refonte de marque est un des faits marquants dans l'histoire des entreprises et sonne généralement comme une transition dans le management stratégique des institutions. Vue comme la représentation symbolique de l'histoire, de la mission, des valeurs et attributs partagés par l'ensemble des composantes de l'entreprise, la marque finit par intégrer le quotidien des employés, clients et partenaires auxquels elle s'adresse au point de devenir le principal point de référence de toute l'Institution. En cela, la force de la marque réside dans sa capacité à cristalliser, capitaliser et fédérer autour d'elle ses valeurs et symboles, facteurs de communion, de socialisation et d'assimilation.

Deuxième expérience de refonte de marque après celle de 2000, l'opération de rebranding de cette année a été une refonte globale avec un changement de dénomination sociale, de logo, de signature et de jingle. Cette opération a été dictée par un besoin pressant de doter la banque d'une marque moderne, pouvant refléter son identité, sa mission et sa vision. Rebrandir la marque CNCAS n'a pas été une chose aisée. En effet, la réussite de ce projet a nécessité la participation de toutes les parties prenantes, dans une démarche concertée et inclusive impliquant les agents, les cadres, les partenaires et les actionnaires de la banque. Le pilotage interne du projet a été aussi un élément de satisfaction démontrant une fois de plus la capacité de nos cadres et agents à travailler dans nos projets stratégiques à côté des tâches d'exploitation quotidienne. Ce travail de dix-sept mois a abouti à la création d'une marque « LA BANQUE AGRICOLE en abrégé LBA SA avec un

logo et une identité visuelle et sonore déclinés dans une charte graphique destinée à porter et orienter notre stratégie de communication marque, institutionnelle et commerciale. Ainsi, l'occasion nous a été donnée de découvrir lors de la campagne de lancement grand public la déclinaison concrète de ce bloc marque sur nos supports de communication comme les enseignes, les totems, le site web, les goodies et autres objets publicitaires.

Ce dixième numéro de ECHOS DE LA BANQUE AGRICOLE revient sur les différentes phases qui ont précédé la naissance de la marque « LA BANQUE AGRICOLE » et fait un focus sur les cérémonies de lancement en interne, externe et le dévoilement public de la nouvelle marque le 15 Juillet 2019 au siège.

En outre, ce numéro revient sur notre stratégie de politique environnementale et sociale avec un article portant sur la revue de nos partenariats dans ce domaine. Aussi, deux articles de fond traitant respectivement de la mise en place d'un système de réception d'entrepôt dans la vallée du Fleuve Sénégal, et l'impact de la tierce détention sur le remboursement du crédit à LA BANQUE AGRICOLE apporteront à coup sûr des éléments d'informations sur ces innovations majeures apportées à nos activités de financement et de commercialisation des produits agricoles. Le volet commercial n'est pas en reste avec un article sur notre offre commerciale sur la chaîne de valeur Arachide. Enfin, le volet partenariat a été couvert avec un article sur la signature de la convention entre LA BANQUE AGRICOLE et l'Association Nationale pour l'Intensification de la Production Laitière (ANIPL).

Bonne lecture



AXIMA

Vous aussi, vous êtes à la Banque Agricole ?

La CNCAS devient **La Banque Agricole**



LA BANQUE AGRICOLE

Experte et ouverte

La CNCAS devient LA BANQUE AGRICOLE

Le rebranding de la CNCAS en LA BANQUE AGRICOLE s'inscrit dans la mise en œuvre des projets structurants inscrits dans le plan stratégique de la banque « SYNERGIE 2022 ». Le Projet sur le changement de la nouvelle marque de la banque a été confié au Cabinet AXIMA avec l'implication forte des collaborateurs de la banque autour d'une équipe projet sponsorisée par la Direction Commerciale et Marketing. Cette dernière assistée par le cabinet AXIMA, avec une approche participative et concertée impliquant toutes les entités de la banque, a conduit toutes les concertations et études préparatoires qui ont abouti à la création de la nouvelle marque. Le dévoilement de la nouvelle image et le lancement interne et grand public de LA BANQUE AGRICOLE ont été fait avec succès. Ce dossier ci-après vous fait l'économie des moments forts qui ont marqué ces événements inscrits désormais dans les annales de cœur de la banque.

Lancement en interne de la Banque Agricole

Par Sokhna Faty MBACKE

Chef du Département Risques

Rapporteur du Panel sur le Lancement
en interne du Rebranding

Le lancement de la marque LA BANQUE AGRICOLE a commencé par un événementiel en interne organisé à l'occasion de l'Assemblée Générale de l'Amicale des Employés de la Banque à l'hôtel Palm Beach de Saly le 06 Juillet 2019. L'objectif de ce lancement en interne était d'harmoniser les niveaux d'information au sein du personnel et de maîtriser les attributs et symboles de la nouvelle marque pour une utilisation harmonieuse.

Le format choisi pour le lancement a été un panel modéré par M. le Directeur Général. Le panel thématique intitulé « lancement en interne du Rebranding de la CNCAS » a été divisé en sous thèmes suivants :

- **Contexte du Rebranding** par Mme Fatma FALL DIEYE, Directrice du Contrôle de Gestion, des Etudes et de la Stratégie ;
- **Stratégie et charte graphique** par le cabinet AXIMA ;
- **Opérationnalisation et mise en œuvre du Rebranding** par M. Cheikh NDIAYE, Directeur Commercial et Marketing Adjoint ;

- **Défis et attentes** par M. Gilbert NDONG, Directeur Commercial et Marketing ;
- **Présentation de la marque AGRICASH** par M. Racine Mamadou DEME, Directeur des Systèmes d'Information Adjoint

Contexte du Rebranding : Dans sa présentation, Mme DIEYE a rappelé les 06 chantiers du plan d'affaires synergie 2022 en mettant un accent particulier sur le chantier « Développement commercial et amélioration de l'image » qui comporte 23 projets dont le Rebranding. Ceci traduit la forte orientation commerciale de la banque qui place le client au centre de ses préoccupations.

Poursuivant sa présentation, Mme DIEYE dira qu'à travers le Rebranding la banque veut :

- S'assurer une certaine notoriété ;
- Définir une image de marque percutante, attrayante et unique qui marquera sa cible et son cœur de métier ;
- Obtenir un meilleur positionnement sur la place bancaire ;
- Se donner un nouveau souffle à même de porter ses perspectives ambitieuses.



Stratégie de marque et charte graphique

Cette communication présentée par M. Cheikhou KOUYATE et Stéphane DEZALAY du cabinet AXIMA, a porté sur la phase d'études et la stratégie menée pour aboutir au Rebranding de la CNCAS. M. Cheikhou KOUYATE dira qu'après des études menées en interne et à l'externe sur la marque CNCAS, les différentes observations ont conduit à la conception d'une stratégie de marque s'articulant sur quatre facteurs :

- Revendiquer l'héritage de la banque en gardant les acquis ;
- Capitaliser l'accueil, l'écoute, l'accessibilité reconnus par les clients ;
- Moderniser les codes pour attirer les nouvelles cibles ;
- Evoluer en alliant le monde rural à celui de la modernité.

Le changement de marque repose sur une analyse profonde de ces facteurs tout en recueillant les avis et suggestions de toutes les parties prenantes. Les idées et propositions de marque ont conduit

au choix porté sur « LA BANQUE AGRICOLE » qui a suscité une adhésion totale de l'équipe projet et la validation du Conseil d'Administration. Ce nouveau nom est accompagné d'une signature reflétant l'esprit d'ouverture de la banque :

- Ouverture aux préoccupations des clients ;
- Ouverture aux nouvelles cibles ;
- Ouverture aux nouvelles technologies.

LA BANQUE AGRICOLE a voulu apporter un air nouveau dans le paysage bancaire sénégalais dira Cheikhou KOUYATE. La nouvelle image, dévoilée au personnel sous un tonnerre d'applaudissements, est ainsi constituée de :

- Fond mauve => modernité ;
- Pétale => ouverture ;
- Pétale verte => financement secteur agricole ;
- Pétale rouge => financement autres secteurs.

Insistant sur l'importance de la préservation de l'identité visuelle, le cabinet AXIMA a présenté le logotype avec ses différentes déclinaisons et interdictions.

Opérationnalisation et mise en œuvre du Rebranding

M. Cheikh NDIAYE est revenu sur la feuille de route du Rebranding et a fait l'état sur la production de supports de la nouvelle marque sur papier, la brochure institutionnelle, le site web, la production de goodies, la décoration des agences et le rebranding des produits Ndoorté, Crédit-bail et Agricash.

Poursuivant, M. NDIAYE dira que la gestion de la transition de l'ancienne à la nouvelle marque est essentielle tenant compte de la cohabitation qui sera inévitable, notamment la présence de l'enseigne de la CNCAS et l'utilisation des imprimés de LA BANQUE AGRICOLE. Cette transition est liée à la taille du projet qui a nécessité la mobilisation de beaucoup de ressources financières.

M. Cheikh NDIAYE a fortement salué les efforts consentis par l'équipe projet et les prestataires. Il a remercié la Direction Générale pour l'opportunité qui leur a été offerte de travailler sur cette transition.

Défis et attentes

M. Gilbert NDONG s'est réjoui des présentations faites qui reflètent bien l'image de la banque. Le travail fait dans le cadre de ce projet a été un travail au quotidien, de longue haleine, qui a mobilisé beaucoup de ressources. Un outil a

été mis en place pour améliorer l'image de la banque qui se veut dynamique. Cette image doit être préservée par le personnel pour qui le client doit être au centre des préoccupations.

Il a souligné l'importance de l'appropriation de cette nouvelle marque qui va faire évoluer le corps de métier de la banque. Une adhésion au changement du personnel, axé sur le développement des compétences, sera nécessaire pour mener à bien ce projet. Aujourd'hui, **LA BANQUE AGRICOLE** invente la banque de demain.

En conclusion, le Directeur Général a salué les efforts de tous, particulièrement ceux consentis autour du chantier « développement commercial et amélioration de l'image de la banque », et a félicité Mme Marie Jeanne Gomis SECK et M. Gilbert NDONG qui en sont les sponsors.

Le Directeur Général s'est fortement réjoui de la présence massive des membres du personnel en rappelant le changement profond de la banque entamé depuis 2 ans à travers son plan d'affaires Synergie 2022.

Il a remercié le Conseil d'Administration et l'ensemble des administrateurs de la banque pour leur soutien et accompagnement dans les projets. Une nouvelle page s'ouvre marquant le début d'une nouvelle histoire, avec l'espoir et le défi de faire La Banque Agricole la Banque de Demain.

Lancement VIP en avant-première de la Banque Agricole

Par Abdou Aziz DIEDHIOU

Chef du Département Etudes et Stratégie



Après le succès éclatant du lancement en interne de LA BANQUE AGRICOLE à l'occasion de l'Assemblée Générale des Employés de la Banque, le comité Rebranding en collaboration avec le cabinet AXIMA, a procédé le jeudi 11 juillet 2019 au lancement externe qui constitue la première phase de découverte de la nouvelle marque au public. A cet effet, la banque a invité en avant-première les Administrateurs, ses cadres, ses partenaires, ses clients institutionnels, ses agents retraités et surtout les anciens Directeurs Généraux pour partager ce moment fort important de l'institution. Ceci, afin de communiquer sur objectifs et la démarche qui ont gouverné ce projet structurant du plan de transformation de la banque « SYNERGIE 2022 » sur le rebranding et en assurer une meilleure compréhension de ces enjeux par tous.

La cérémonie a été rehaussée par ailleurs par la présence notée d'une forte délégation de dignitaires Lébus dirigée par le Grand Serigne de Dakar Mr Abdoulaye Moctar DIOP et d'anciens cadres civils et militaires de la république qui sont venus répondre à l'invitation du Conseil d'administration et la Direction Générale de la Banque.

Souhaitant la bienvenue à ce riche public,, le Directeur Général M. Malick NDIAYE après s'être félicité et honoré de leur présence, est revenu sur les raisons et motivations de ce changement. Mr NDIAYE de dire que *« Le changement d'identité visuelle de la CNCAS fait suite à un profond diagnostic qui a été fait sur les 35 ans d'existence de la banque. Ce travail exécuté dans le cadre de la mise en œuvre du plan de transformation a révélé qu'il était nécessaire de faire évoluer notre appellation, nos couleurs et nos offres de produits et services dans le sens de les moderniser et lever toute équivoque sur notre statut de banque ».*

La banque pour un travail de qualité et dans un élan participatif impliquant tous les collaborateurs et les clients, s'est ouverte les services du cabinet AXIMA pour l'accompagner et l'assister dans tout le processus du rebranding. M. Cheikhou KOUYATE, Directeur Général du cabinet AXIMA a fait l'économie de l'étude et la stratégie déployée et ayant abouti à la création de cette nouvelle marque et de son identité visuelle et sonore. La nouvelle identité dira M KOUYATE s'appuie sur les trois notions-clés d'engagement, d'écoute et de modernité, qui liées ensemble, dessinent le nouveau visage de la Banque Agricole ». La nouvelle marque « LA BANQUE AGRICOLE » et son système d'identité visuel et sonore ont été ainsi dévoilés à l'audience sous un valse d'applaudissements. Joignant l'utile à l'agréable, la cérémonie a pris fin autour d'un délicieux cocktail offert aux invités par la Direction Générale de LA BANQUE AGRICOLE.



CONTENU DU DISCOURS PRONONCE PAR LE DIRECTEUR GENERAL A L'OCCASION DU LANCEMENT EXTERNE DE LA BANQUE AGRICOLE

Madame la Présidente du Conseil Economique, Social et Environnemental,
 Monsieur le Directeur de Cabinet du Ministre des Finances et du Budget ;
 Monsieur le Représentant du Ministre de l'Agriculture et de l'équipement rural ;
 Monsieur le Représentant du Ministre de l'Elevage et des Productions animales ;
 Monsieur le Représentant du Ministre du Commerce et des Petites et Moyennes Entre-
 prises ;
 Monsieur le Président du Conseil d'Administration de la CNCAS ;
 Mesdames et Messieurs les Administrateurs de la banque ;
 Mesdames et Messieurs les Actionnaires de la banque
 Monsieur le Représentant du Ministre de la Microfinance et Economie Sociale et Solidaire ;
 Monsieur le Directeur National de la BCEAO ;

Le secteur rural au Sénégal a toujours occupé et continue d'occuper encore une place de choix dans les politiques économiques depuis les indépendances à nos jours. Les initiatives prises par l'Etat pour mettre en place un système de financement adapté aux besoins des producteurs, ont abouti vers les années 80 à **la création de la Caisse Nationale de Crédit Agricole du Sénégal (CNCAS), précisément le 06 avril 1984**. Le démarrage effectif des activités de la banque s'est fait avec l'ouverture du premier guichet à Matam en 1986.

Mesdames et Messieurs,

La CNCAS c'est donc une histoire, un vécu qui fonde véritablement son ancrage et sa position actuelle dans le financement des chaînes de valeurs agricoles au Sénégal. En effet, les différentes phases de développement de la banque demeurent intimement liées aux évolutions notées dans le développement et la mise en œuvre des stratégies et politiques d'accompagnement du secteur primaire par l'Etat.

Principale banque de financement de l'Economie agricole et partenaire principal de l'Etat dans le développement économique du Sénégal, la CNCAS a su développer au fil de ses 35 années d'existence, un système de crédit rural qui repose sur une offre de produits et services diversifiés et adaptés à sa clientèle. Le Crédit Agricole, c'est aussi un dispositif de financement efficace basé sur une proximité client et une approche terrain avec un réseau fortement décentralisé de 37 Agences et Bureaux assurant un parfait maillage du territoire national.

Mesdames et Messieurs,

La CNCAS c'est également un capital d'expérience, une ouverture et une expertise soutenus par un fort engagement du Top Management pour la quête perpétuelle de performance et la satisfaction du client.

Dans cette dynamique, la banque a lancé il y a quelques mois un ambitieux programme de transformation structurelle « SYNERGIE 2022 » articulé autour de 6 chantiers et 35 projets qui amorcent le début d'une mutation profonde dans un contexte fortement marqué par la concurrence.

« SYNERGIE 2022 » comme son nom l'indique c'est l'engagement et la détermination du personnel autour de la matérialisation d'une vision qui est « **d'Etre la Banque Leader dans le financement des chaînes de valeurs agricoles, Partenaire privilégié de l'Etat dans la transformation structurelle de l'économie, Référence dans la qualité de services aux clients et l'expérience salarié** ». Ceci passe par des Objectifs certes ambitieux mais réalisables grâce à la contribution de tous les collaborateurs et le développement d'un partenariat fort.

SYNERGIE 2022 vise donc :

- Un meilleur positionnement de la banque et une bonne visibilité institutionnelle et commerciale sur la place ;
- Une consolidation de la position de leader dans le financement des chaînes de valeurs agricoles ;
- La définition d'une stratégie agressive de mobilisation de ressources additionnelles permettant de faire face à la croissance continue des emplois ;
- Le développement de produits bancaires innovants, attractifs et compétitifs sur le marché et l'amélioration des conditions de l'exploitation ;
- La prise en charge des enjeux de développement durable et environnemental et de la révolution digitale qui va entraîner de profondes transformations dans l'offre de services et la satisfaction client ;
- La disponibilité d'un système d'information bancaire performant et évolutif capable de satisfaire les nouvelles exigences réglementaires, sécuritaires ainsi que le développement de la finance digitale et de l'inclusion financière ;
- Le développement de modèles de partenariats féconds avec tous les acteurs clés de l'écosystème ;
- La mise en place d'un dispositif de suivi évaluation adapté, une politique de communication moderne et un plan de conduite du changement opérationnel pour accompagner la transformation de la CNCAS.

Mesdames et Messieurs,

La cérémonie qui nous réunit cet après-midi entre en droite ligne de l'opérationnalisation de SYNERGIE 2022 et marque le lancement de notre nouvelle identité.

La CNCAS a donc choisi ce jeudi 11 juillet 2019, jour historique pour convier ses invités de marque, ses honorables clients et partenaires à la cérémonie de dévoilement de sa nouvelle marque.

Cet événement annonce un tournant décisif qui pose les jalons d'un changement profond de l'institution. Le Crédit Agricole va continuer encore de vous satisfaire, de vous accompagner dans le financement de vos activités et projets dans un esprit plus ouvert, plus attrayant et diversifié qui touche à tous les secteurs d'activités de l'économie sénégalaise.

Au-delà de changer de nom et de couleurs, nous nous sommes engagés dans une transformation en profondeur de nos pratiques, de nos méthodes et de nos offres de services définitivement orientés vers la satisfaction de la clientèle.

C'est la raison pour laquelle nous nous sommes attaché les services de compétences spécifiques et aussi nous avons noué des partenariats de qualité pour pouvoir proposer au grand public les services innovants ci-après :

- Un guichet crédit-bail agricole qui est ouvert ;
- Une plateforme digitale AgriCash fonctionnelle ;
- Une application bancaire mobile (OMB/OWB) ;
- Une offre monétique diversifiée (cartes salaire personnalisée) ;
- Une incursion forte dans la finance climat en lien avec notre accréditation au Fonds Vert Climat ;
- Le tout accompagné d'un approfondissement et d'un élargissement de nos interventions dans les chaînes de valeur agricole grâce à de nouveaux instruments de financement basés sur l'assurance agricole et le contrôle des contreparties par la Tierce détention et le monitoring des stocks en attendant l'adoption prochaine du Système de Récépissé d'Entrepôt (SRE) que nous avons déjà testé avec les partenaires dans la Vallée du Fleuve Sénégal.

Mesdames et Messieurs ;

A la banque qui a toujours partagé vos réalités, nous associerons plus d'ouverture, d'écoute, de modernité, de diversification, de partenariat et d'expertise au service du client. Le rebranding de la banque, oui pour encore apporter mieux et donner plus de confiance et de confort aux clients et aux partenaires ;

Le rebranding de la banque pour améliorer la visibilité et donner un souffle nouveau et de nouvelles aspirations ;

Le rebranding de la banque pour une image de marque percutante et attrayante, une meilleure attractivité et une notoriété en qualité d'établissement Bancaire ;

Bref un positionnement commercial confortable sur tous les segments de diversification tout en maintenant son ancrage dans le financement de l'économie primaire.

La CNCAS, de nouveaux attributs, un nouveau tournant, une nouvelle ambition, une Banque encore et toujours plus proche de vous.....

Pour finir je voudrais remercier sincèrement tous ceux qui ont contribué à l'aboutissement de ce projet :

Les autorités de la République en particulier son Excellence le Président de la République Macky SALL qui informé depuis décembre 2018, nous a encouragé à continuer ce projet ;

- Les Membres de Conseil d'Administration et en particulier le Président Faty ;
- Les Actionnaires de la Banque qui ont validé le projet lors d'une session extraordinaire au Radisson Blu ;
- Le Régulateur je veux dire la Banque Centrale qui nous a accompagné dans ce projet ;
- Le représentant de la Profession Bancaire, Grand Souleymane Soumaré ;
- Le Cabinet AXIMA qui a accepté de cheminer avec nous sur cet exercice complexe ;
- Les partenaires techniques et financiers de la Banque qui nous ont fait confiance ;
- Les Projets et Programmes ;
- Les Organisations professionnelles des producteurs des différents sous-secteurs et des différentes filières agricoles ;
- Les Commissaires aux Comptes ;
- Les autres Cabinets Conseils qui sont partenaires de la Banque ;
- Les chers clients (profils variés) qui sont notre raison d'être ;
- Les Prestataires dans leurs différents domaines de compétence ;
- Les anciens de la Banque avec leurs suggestions conseils et prières ;
- Les collaborateurs et l'ensemble du personnel ;
- Chers partenaires de la Presse qui vont nous aider à diffuser l'information.

Merci pour votre aimable attention.



LA BANQUE AGRICOLE



POURQUOI UNE NOUVELLE MARQUE ?

(Extrait du dossier de presse publiée à l'occasion du lancement externe)

Créée en 1984 avec la mission principale de financement des besoins à court, moyen et long terme du secteur primaire, la CNCAS a adopté depuis 2002, une stratégie de diversification de son portefeuille, tout en maintenant un fort ancrage dans le secteur agricole.

Cette option a été confirmée dans la vision de son plan stratégique « Synergie 2022 », qui consiste à rester « *leader dans le financement des chaînes de valeur agricoles – partenaire privilégié de l'État dans la transformation structurelle de l'économie – Référence dans la qualité de service aux clients et l'expérience salarié* ».

Pour marquer ce repositionnement stratégique, la CNCAS a opté pour une refonte globale de son image, en adoptant un nouveau nom – La Banque Agricole – et une nouvelle identité visuelle. Celle-ci traduit l'esprit d'ouverture de la Banque à tous les niveaux : clientèle, produits, services, technologies...

La nouvelle identité s'appuie sur les trois notions-clés d'engagement, d'écoute et de modernité, qui liées ensemble, dessinent le nouveau visage de la Banque Agricole

Le nouveau logotype

Le logotype exprime d'abord le positionnement élargi de la Banque : tout en revendiquant ses racines agricoles, elle déploie, à l'image de cette fleur, son expertise à l'industrie, au commerce, aux services où se prolongent naturellement ses activités d'origine.

Les pétales symbolisent ainsi cette ouverture. Verts et rouges, ils illustrent cette diversité complémentaire des activités de la Banque Agricole. La typographie, simple, élargie et compacte, apporte au logotype la solidité inhérente à l'identité bancaire.

Enfin, l'ensemble répond aux 3 critères de style issus des notions-clés : simple, lumineux, fluide.

La signature de la Banque Agricole

La signature « Experte et ouverte » placée en dessous du nom de la banque rappelle son positionnement :

Experte : une banque forte de ses savoir-faire pointu, technique et humain.

Ouverte : une banque affirmant son savoir-être : accessibilité, disponibilité, compréhension.

La rime des deux mots Experte et ouverte favorise enfin la mémorisation de cette nouvelle signature de la banque.



LA BANQUE AGRICOLE
Experte et ouverte

DEVOILEMENT DE LA NOUVELLE MARQUE AU SIEGE DE LA BANQUE

A la suite du lancement en interne et externe de la nouvelle marque, la Banque a procédé au dévoilement public de sa nouvelle identité visuelle le 15 Juillet 2019 au siège. Ce fut un moment solennel présidé par M. le Directeur Général en compagnie du comité de gestion, et des membres du personnel du siège. La surprise de la cérémonie a été la touche secrète de l'Amicale de Femmes qui a habillé le personnel féminin à l'occasion au couleur de la nouvelle marque. Aussi pour joindre l'utile à l'agréable la troupe Maggui Demb de Yoff, invitée à l'occasion, a entretenu le public avec une belle chorégraphie au son de Ngoubmé et de Ndawrabine.



CHAINE DE VALEUR LAIT : SIGNATURE D'UNE CONVENTION ENTRE LA BANQUE AGRICOLE ET L'ASSOCIATION NATIONALE POUR L'INTENSIFICATION DE LA PRODUCTION LAITIERE (ANIPL)

Par Cheikh NDIAYE

Directeur Commercial et Marketing Adjoint



La Banque Agricole a signé le Vendredi 22 Février 2019 une convention de partenariat avec l'Association Nationale pour l'Intensification de la production laitière (ANIPL) dans les locaux de la Banque. Ce partenariat s'inscrit dans le cadre de la collaboration entre La Banque Agricole et ANIPL en vue de créer des synergies dans la mise en œuvre de leurs activités.

Par la signature de cette convention, La Banque Agricole et ANIPL se fixent comme objectifs :

- Le renforcement des capacités des éleveurs regroupés au sein de l'ANIPL par la mise à disposition de moyens matériels et financiers pour la conduite optimale de leurs activités ;
- La participation au développement et à la compétitivité de la chaîne de valeur lait au Sénégal ;
- L'augmentation et la facilitation de l'accès au financement des membres de l'ANIPL dans tous les domaines d'activités pour augmenter la production de lait de qualité ;
- La promotion de l'activité de transformation pour la création de valeur ajoutée à la production ;

- La domiciliation des ressources de l'ANIPL et de ses membres dans les livres de La Banque Agricole afin de bénéficier de tous les appuis financiers pour l'exécution correcte des opérations de production, de collecte, de commercialisation et de transformation.

Au demeurant, La Banque Agricole et ANIPL s'engagent à :

- Instaurer un cadre permanent de concertation sur les questions de financement, de suivi et d'accompagnement des acteurs de la chaîne de valeur lait ;
- Identifier les contraintes au développement des activités de production, de collecte, de transformation et de commercialisation ainsi que celles relatives à la concurrence ;
- Etablir d'un commun accord un dispositif de renforcement des capacités des membres de l'ANIPL et d'information en temps réel ;
- Coordonner leurs actions par des rencontres techniques périodiques.



AXIMA

Vous aussi, vous êtes à la Banque Agricole ?

La CNCAS devient **La Banque Agricole**



LA BANQUE AGRICOLE

Experte et ouverte



*Signature d'une convention de partenariat entre
La Banque Agricole et le Centre de Suivi Écologique*

LA BANQUE AGRICOLE POUR UNE DÉMARCHE AMBITIEUSE DE PARTENARIAT EN FAVEUR DU CLIMAT

Par Abdou Aziz DIEDHIOU
Chef du Département Etudes et Stratégie

Le changement climatique et les dérèglements environnementaux constituent de nos jours une réelle menace pour le développement durable dans les régions sahéniennes où l'essentiel des contributions dans l'économie nationale des pays proviennent des apports du secteur primaire. Dès lors, se pose la question fondamentale de l'élaboration et la mise en œuvre de stratégies d'adaptation anticipatrices de ces changements pour assurer la viabilité de nos économies rurales et la sécurité alimentaire des populations. Par ailleurs, la question de l'accès au financement durable du développement est devenue un enjeu stratégique pour les pays moins avancés et les pays en développement dans un contexte fortement marqué par le changement climatique. Face à ces nouveaux défis d'ordres climatique et financier, La Banque Agricole est plus que jamais interpellée en tant que principale banque de financement de l'économie primaire au Sénégal. Dans ce cadre, la banque conformément à sa politique



de bonne gouvernance environnementale et sociale travaille depuis plus de deux (02) ans à élargir son portefeuille de financement de projets durables et résilients par le biais du partenariat. Les conventions signées récemment avec le Centre de Suivi Ecologique (CSE) et le Global Green Growth Institute (GGGI) s'inscrivent dans ce contexte et constituent une contribution certaine de la banque à l'atteinte des objectifs du Programme Pays et autres documents de stratégies en matière d'adaptation et d'atténuation au changement climatique. Cette démarche de La Banque Agricole vient corroborer par ailleurs l'orientation et l'engagement déjà notés dans le financement de projets verts et climatiques (agriculture écologique, efficacité énergétique, énergies renouvelables, biogaz domestique, hydraulique solaire, transport à basse émission, etc.).

Le CSE en phase avec La Banque Agricole dans le processus d'accréditation au Fonds Vert Climat (FVC) et le développement de projets climato-résilients

Le Centre de Suivi Ecologique (CSE) est impliqué dans le développement et les études de projets sur les problématiques et challenges du changement climatique au Sénégal et dans la région du Sahel. Le CSE soutient la mise en œuvre de projets stratégiques d'adaptation et d'atténuation et développe plusieurs collaborations avec les institutions au niveau national, régional et international. Le CSE est la première institution au monde accréditée Fonds d'adaptation et la seule entité nationale accréditée au FVC au Sénégal pour faire des subventions. Le partenariat avec La Banque Agricole s'inscrit dans le cadre de la mise en œuvre de la politique de gouvernance durable et l'accompagnement au processus d'accréditation au FVC. En effet, La Banque Agricole demeure de par la nature

et la diversité de son portefeuille, et la taille de ces financements dans l'économie rurale, la banque la mieux indiquée stratégiquement pour loger des Fonds Vert pour le Climat et accompagner sous forme de prêts ou de refinancement la mise en œuvre de projets à haut potentiel d'impact portés par le secteur public et privé.

Les orientations du partenariat avec le CSE outre l'accréditation au FVC, visent entre autres priorités les axes de collaboration suivante :

- o La préparation de projets éligibles à soumettre au FVC en rapport avec les critères du Green Climate Fund et l'appui à la mise en place d'une Unité Finance Climat en charge du suivi des projets ;
- o L'élaboration d'un programme de géo-référencement de nos financements et la mise en place d'une base de données dynamique pour le suivi des productions dans les six (06) zones ;
- o L'appui au programme de géolocalisation initiée par La Banque Agricole et l'établissement d'un Système d'Information Géographique ;
- o La gestion des risques environnementaux et climatiques liés à nos financements

Avec le GGGI pour un accompagnement des entreprises et du secteur privé national dans le financement de leurs projets verts et durables

L'institut Mondial pour la Croissance Verte (en anglais Global Green Growth Institute - GGGI) est une organisation internationale qui a pour mission de supporter et de promouvoir une croissance économique verte puissante, inclusive et durable dans les pays vulnérables

et ceux à économies émergentes. Pour ce faire, GGGI collabore avec le gouvernement, le secteur privé et d'autres acteurs et institutions clés aussi bien au niveau international, sous régional, que national et local pour faire du « vert » une opinion majoritaire. La Banque Agricole, du fait de sa position de banque leader dans le financement des chaînes de valeurs agricoles et ses perspectives prometteuses dans l'accès aux fonds climat a été ciblée comme partenaire stratégique par le GGGI pour promouvoir et accompagner le financement d'entreprises vertes et de projets résilients. Ceci partant de tout le travail abattu ces derniers temps par La Banque Agricole dans le développement et l'implémentation de sa politique de durabilité environnementale adossée à son Système de Gestion Environnementale et Sociale.

Le partenariat avec l'institut mondial pour la croissance verte est par conséquent hautement stratégique tant dans la mise en relation de la banque avec les entreprises soutenues et accompagnées par GGGI, que dans le plaidoyer porté dans l'accréditation de La Banque Agricole comme deuxième entité de mise en œuvre du Fonds Vert Climat. Les efforts combinés des deux institutions seront orientés en matière de financement de projets ainsi que l'identification et le mix de financements de différentes sources. L'accompagnement de la banque dans la compréhension de l'environnement financier des projets permettra également à GGGI de mieux analyser les besoins en financements et de prendre les due diligences et mesures appropriées pour éliminer les obstacles de non bancabilité et s'assurer de leur viabilité.

MISE EN PLACE D'UN SYSTEME DE RECEPISSE D'ENTREPÔT (SRE) DANS LA VALLEE DU FLEUVE SENEGAL

Par Massaer DIOP

Superviseur Commercial Réseau Nord



Le bradage de la production de paddy par les producteurs a toujours été un frein au développement de la chaîne de valeur riz du fait qu'il réduit le revenu du producteur. En fin de campagne pour faire face aux besoins familiaux après plus de quatre mois de travail, les producteurs vendent le surplus de production à des prix inférieurs au prix fixé par le Comité Interprofessionnel du Riz (CIRIZ). C'est ainsi que l'Assemblée nationale a adopté le 29 Juin 2017, le projet de loi portant mise en place du système de récépissé d'entrepôt de marchandise. Un instrument qui devrait protéger les producteurs et leurs productions avec comme finalité d'arriver à terme, à l'institution d'une bourse agricole.

Ainsi, le Ministre du Commerce, de la Consommation, du Secteur informel et des PME, en collaboration avec la Banque Mondiale à travers la Société Financière Internationale (SFI) a mis en place le pilote du système de récépissé d'entrepôt (SRE) dans la vallée du fleuve Sénégal avec l'appui de La Banque Agricole.

C'est quoi le SRE ?

Le SRE vise à contribuer à la commercialisation des productions agricoles, notamment le riz dans la vallée du fleuve Sénégal, en favorisant l'obtention de financements pour les producteurs, les transformateurs et les commerçants, à aider au

développement de meilleures infrastructures de stockage ainsi qu'au renforcement des capacités des acteurs publics et privés concernés.

Un récépissé d'entreposage est établi au nom d'un déposant (un agriculteur, un groupe d'agriculteurs, un transformateur ou un négociant) pour attester qu'il a déposé un produit de base donné, dans les quantités et qualités indiquées, dans l'entrepôt (magasin). Le titulaire du récépissé peut le donner en gage à un prêteur (la marchandise déposée servant de garantie pour le prêt) ou le transférer à un acheteur (par le biais d'une vente). L'exploitant de l'entrepôt ou le tiers détenteur (collateral manager), qui détient les stocks, garantit la livraison contre le récépissé, et devrait compenser toute perte de valeur due au vol, à l'incendie ou à d'autres catastrophes. Les acteurs principaux du système des récépissés d'entreposage sont les déposants, l'exploitant de l'entrepôt ou le tiers détenteur, et les prêteurs.

Quels sont les objectifs du SRE ?

Les objectifs du SRE sont :

- Réduction des pertes post-récolte, grâce à la possibilité d'acheminer la marchandise dans un magasin sécurisé immédiatement après la récolte ;
- Augmentation de la flexibilité des producteurs par rapport à la décision de stocker ou de vendre leur récolte ;
- Augmentation de l'accès au crédit post-récolte pour les producteurs grâce à la mobilisation des stocks de riz comme garantie ;
- Augmentation du pouvoir de négociation des producteurs pour obtenir un meilleur prix de vente ;
- Amélioration des conditions de stockage, due au cahier des charges que devront respecter les magasins SRE ;
- Meilleure prise de conscience des producteurs et autres acteurs de la filière sur l'importance de la qualité du paddy pour déterminer le prix de vente ;
- Augmentation des revenus des acteurs de la filière riz.

Rôle de La Banque Agricole dans la mise en place du SRE dans la VFS

La Banque Agricole, leader dans le financement de la production agricole au Sénégal a naturellement accepté d'accompagner l'État dans ce programme. La banque, en tant qu'acteur majeur du financement des chaînes de valeurs agricoles apporte ses concours financiers multiformes aux autres acteurs depuis plus de trois (3) décennies.

La chaîne de valeur riz qui a porté le projet pilote SRE, en reçoit une moyenne annuelle de 15 milliards de FCFA dont plus de 6 milliards FCFA sont réservés à la commercialisation du paddy.

La position stratégique et la bonne compréhension des dynamiques des chaînes de valeur agricole ont amené la Banque à intégrer dès le départ le Comité de Pilotage du Projet SRE. Elle a mis généreusement sa plateforme et l'expertise de son personnel à la disposition du Projet et aussi facilité l'introduction des équipes de terrain auprès des organisations de producteurs.

A cela, s'ajoutent les conditions préférentielles de financement du récépissé accordées par la Banque dans le cadre de cette opération pilote :

- (i) un taux d'intérêt exceptionnel de 5% l'an,
- (ii) un montant du crédit fixé à 80% de la valeur faciale du récépissé et
- (iii) un délai de mise à disposition des fonds de 48 heures maximum.

Le mécanisme de financement du pilote SRE

Le financement du pilote consiste à mettre à la disposition du producteur un crédit correspondant à 80% de la valeur faciale de son récépissé 48 heures après le dépôt du stock dans le magasin avec un taux d'intérêt annuel de 5%.

Le récépissé est un document délivré par une société tierce détentrice (EGF dans le cadre du pilote) qui a la charge de garder le stock et qui indique le poids du paddy stocké dans l'entrepôt, la variété, le nom du producteur et la valeur du stock selon le prix fixé par l'interprofession. L'entreprise Entreposage et Gestion Financière (EGF) a la responsabilité de vérifier que le paddy rentrant dans le magasin respecte les conditions préétablies et de contrôler la quantité et la qualité des stocks de paddy déposés et de délivrer les récépissés certifiant des caractéristiques du produit.

Le SRE a été une réussite au plan du remboursement des crédits octroyés. Un taux de remboursement de 100% est atteint à la phase pilote.

Les contraintes notées dans la mise en place du pilote SRE

Malgré que le pilote SRE ait permis à un bon nombre de producteurs de bénéficier d'un crédit de la banque et de différer la mise en marché de leur production pour avoir une marge bénéficiaire plus importante, quelques contraintes peuvent constituer un obstacle pour son passage à l'échelle.

- **Le positionnement du magasin :** l'entrepôt situé au village Diagambal dans le bas delta à 25 Km de la ville de Saint Louis, est très éloigné des zones à forte production de riz notamment les villages de Boundoum barrage, Diawar, Kheun etc...
- **Le prix de 130 FCFA fixé par l'interprofession du riz** à la campagne contre saison chaude 2018 est jugé abordable par la majorité des producteurs qui ne trouvent pas l'intérêt de différer la mise en marché de leur production avec les risques de pertes de poids qui peuvent en découler.
- **Le nombre important d'agroindustriels dans la vallée :** l'Association des Riziers du Nord (ARN) qui est devenue l'Association Nationale des Riziers (ANR) compte plus

de quarante membres qui n'ont pas encore atteints leur capacité de transformation estimée à 359 000 T/H. La demande en paddy est largement supérieure à l'offre.

- **La non prise en charge des frais de transport par le pilote :** Avant la vente de sa production le producteur ne dispose pas de fonds lui permettant de supporter les charges liées au transport jusqu'à l'entrepôt. Et donc, il préfère vendre à bord champ aux agroindustriels.
- **La durée appliquée par le pilote.** La durée de six mois appliquée correspond à une échéance au mois de Décembre ou Janvier, période durant laquelle l'offre en paddy est plus importante avec l'arrivée sur le marché du riz de l'hivernage, ce qui fait baisser les prix. Ainsi, le producteur sera obligé de vendre son stock avec un prix plus faible que le prix de départ.

Perspectives de développement

Pour un bon passage à l'échelle, il est impératif de mettre en place des stratégies allant dans le sens d'une bonne appropriation du système par le producteur :

- Trouver un entrepôt dans les zones à forte production rizicole ;
- Accentuer la sensibilisation au niveau producteur ;
- Allonger la durée de stockage de 6 à 10 mois (échéance au mois d'Avril ou Mai) pour permettre au producteur d'avoir un prix plus abordable ;
- Elargir le système dans les zones à forte production où la demande est supérieure à l'offre pendant les périodes de pic notamment dans la zone des Niayes pour l'oignon, le bassin arachidier et en Casamance pour l'arachide.

IMPACT DE LA TIERCE DETENTION SUR LE REMBOURSEMENT DU CREDIT A LA BANQUE AGRICOLE

Par Djibril BA
Chef d'Agence de Louga



Le financement de la chaîne de valeur riz occupe une place centrale dans les politiques agricoles du Sénégal. En effet, avec une consommation de 80Kg/habitant/an, le riz est la première céréale consommée au Sénégal. Il constitue de ce fait, une denrée stratégique du point de vue nutritionnelle, économique et politique.

Acteur principal du financement de l'agriculture au Sénégal, La Banque Agricole a consenti ces dix dernières années plusieurs milliards dans le financement des chaînes de valeurs agricoles. Dans le réseau Nord, le financement apporté à la chaîne de valeur riz irrigué constitue plus de 60% du portefeuille agricole de la zone. Cependant la sécurisation du crédit au profit des producteurs et organisations de producteurs constitue

un véritable casse-tête. Malgré tous les efforts consentis, des taux de remboursement assez faibles ont été enregistrés, notamment sur les maillons de la production et de la commercialisation du riz paddy.

Pour pallier ce problème, La Banque Agricole, en collaboration avec des partenaires stratégiques comme le projet USAID/Naatal Mbay, a très rapidement abandonné le système de relations fragmentées et informelles dans les différents maillons de la chaîne de valeurs riz en le remplaçant par des systèmes intégrés et structurés. Plusieurs outils et mécanismes de financement de la chaîne de valeur riz ont été mis en place pour améliorer les taux de remboursement. On peut ainsi citer

le système de contractualisation tripartite dans le cadre de la commercialisation du riz paddy. Ce système a fortement contribué à l'amélioration des taux de remboursement du financement accordé aux producteurs de riz paddy et la sécurisation des approvisionnements pour les transformateurs. Dans le même sillage et afin de faciliter le recouvrement du crédit octroyé aux agroindustriels, le système de tierce détention a été mis en place par La Banque Agricole avec l'appui du projet USAID Natal Mbay. Dans cet article, nous nous intéresserons principalement à ce système de financement intégré et nous chercherons à déterminer ses performances et ses principales limites.

OBJECTIFS

Cet article a pour objectif d'analyser l'impact du système de tierce détention sur les taux de remboursement du crédit accordé par La Banque Agricole aux transformateurs de riz paddy (agroindustriels) de la VFS.

DEFINITION DU CONCEPT

La tierce détention est un contrat tripartite entre

- Le porteur des fonds (banque, créancier gagiste, financier),
- L'emprunteur et
- Le tiers détenteur, désigné pour le dépôt, la garde et la conservation du stock de marchandises.

Les marchandises sont mises en gage en faveur du porteur de fonds pour sécuriser une facilité de crédit qu'il accorde à son client. Dans la zone nord, le schéma appliqué met en relation l'agroindustriel (emprunteur), La Banque Agricole (le porteur de fonds) et la société EGF.SA (Tiers détenteur).

METHODOLOGIE UTILISEE

✓ La Synthèse bibliographique

Elle a permis de regrouper l'information nécessaire pour définir et approfondir certains concepts afin de mieux cerner la problématique. D'autre part, elle a aidé à identifier les besoins en informations et dans l'orientation de nos différentes interviews.

✓ Collecte de données

La collecte de données s'est faite à travers des interviews accordés aux différents acteurs, les transformateurs, la société de tierce détention et aux différents responsables d'agences de la zone Nord (Saint Louis, Ross Béthio et Richard Toll principalement).

RESULTATS ET DISCUSSION

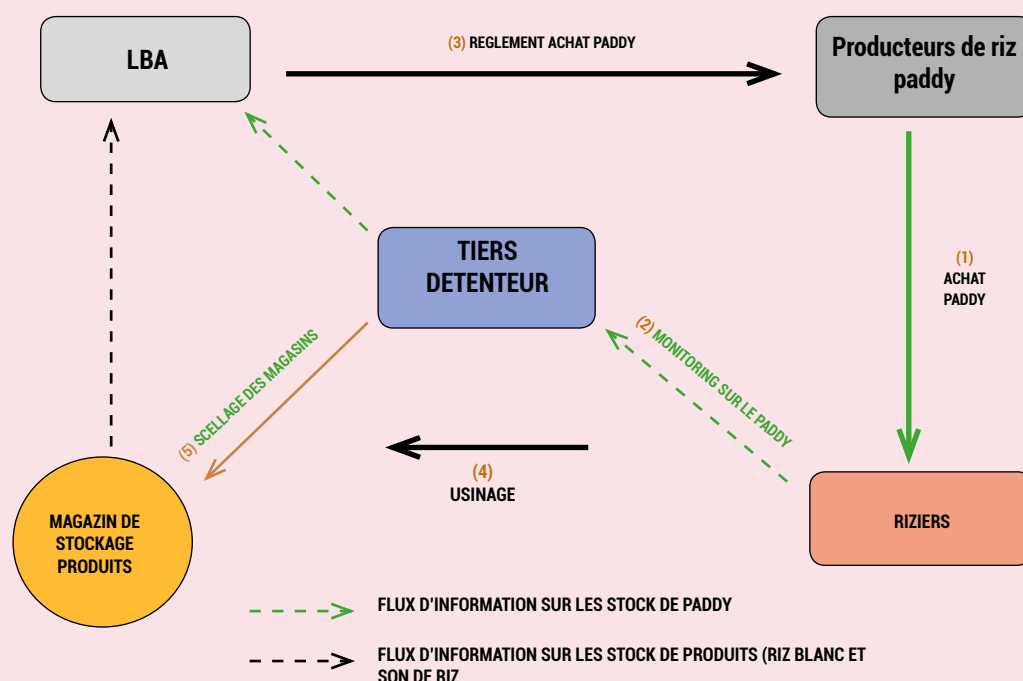
Dans la vallée du fleuve Sénégal, la tierce détention est un contrat tripartite, mettant en relation La Banque Agricole (porteur de fonds), le transformateur de riz paddy ou rizier (le demandeur) et une société de tierce détention. Ce système a été mis en place en 2016 par La Banque Agricole avec l'appui du projet USAID Naatal Mbay. Le contrat de tierce détention a pour but de garantir un stockage sécurisé et adéquat des produits et d'améliorer les taux de remboursement du crédit accordé par La Banque Agricole aux rizières.

1-LE MONITORING SUR LE PADDY

Le rizier reçoit de La Banque Agricole, un crédit destiné à l'achat de riz paddy, produit par les organisations de producteurs qui au préalable ont reçu également un crédit de La Banque Agricole pour la production. Le tiers détenteur exerce ainsi un monitoring sur le riz paddy, autrement dit tout achat de paddy financé par La Banque Agricole est enregistré par le tiers détenteur et rigoureusement suivi. La Banque Agricole reçoit périodiquement un rapport sur les quantités achetées par le rizier.

Le tiers détenteur est chargé de superviser le stockage de la matière première dans des magasins sécurisés et conformes (présence de palettes et bien aéré), de suivre les prélèvements effectués sur ce stock.

TIERCE DETENTION ET MONITORING SUR LE PADDY : PROCESSUS

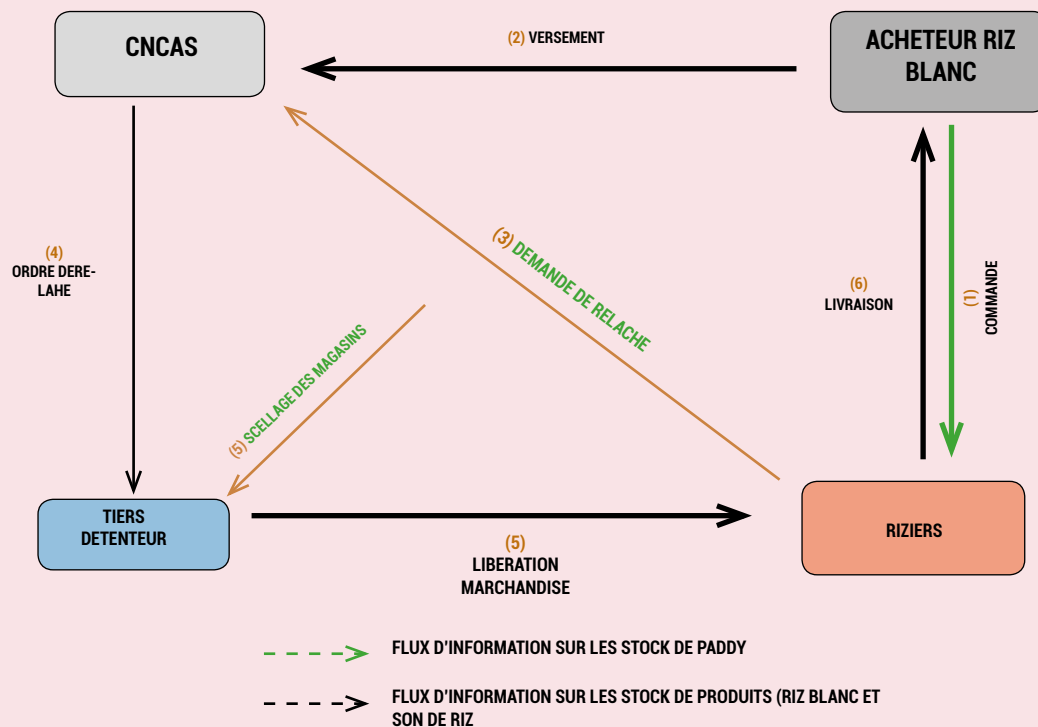


TIERCE DETENTION SUR LES PRODUITS (RIZ BLANC ET SON DE RIZ)

Sur le riz blanc, c'est le système de tierce détention qui est appliqué. La société de tierce détention est chargée de contrôler les stocks de riz blanc produits par le rizier (l'agroindustriel) et de mettre sous scellé toute la production. Les ventes de riz blanc ne se font que suite à l'émission d'un ordre de relâche délivré par le tiers détenteur sur ordre de la banque. En effet, ce n'est qu'après versement par le rizier ou le commerçant (acheteur de riz blanc) de la somme correspondante à la quantité à livrer que la banque autorise la relâche du produit. Il peut également arriver que le rizier vende à ses clients à crédit (paiement différé), dans ce cas de figure, le rizier s'acquitte lui-même du paiement. Le montant peut correspondre à une vente ponctuelle ou à des commandes cumulées...

Dans les deux cas de figure, il est à noter que la libération des marchandises se fait suivant des prix au kg fixés d'un commun accord avec la banque. Ce prix est en général inférieur au prix de vente réellement appliqué. Ainsi, le versement, la somme correspondante aux quantités livrées est prélevée sur le compte du rizier et placée dans un compte séquestre. Ce montant séquestré servira à épouger la dette du rizier.

PROCEDURE DE LIBERATION DU STOCK (RELACHE)



AVANTAGES ET INCONVENIENTS DU SYSTEME

La tierce détention génère un certain nombre d'avantages pour les différentes parties impliquées

✓ Pour le riziers

La tierce détention constitue un avantage du fait qu'elle facilite :

- L'amélioration des conditions de stockage des produits (riz paddy et riz blanc) ;
- Les magasins sont sécurisés et scellés ;
- Le suivi du stock est plus rigoureux.

Cependant, la commercialisation du riz blanc se faisant encore, pour la plupart des riziers à crédit, il n'est pas souvent facile d'obtenir les ressources financières nécessaires pour faire libérer le stock de riz blanc. Ceci a pu entraîner la perte d'une partie de la clientèle pour certains riziers.

Egalement la prise en charge des coûts de la tierce détention (honoraires du tiers détenteur) vient alourdir les charges de transformation.

✓ Pour la CNCAS,

La tierce détention a permis :

- De sécuriser et de garantir la transaction financière ;
- D'avoir un état en temps réel et un suivi des stocks, à l'entrée et à la sortie des marchandises ;

Comme en témoigne la figure ci-dessous, les taux de remboursement des riziers ont nettement évolué passant de 92 % avant l'application du système à 99,70% en 2018 soit trois années après (source : SCRZ La Banque Agricole). Cependant des efforts sont à faire par La Banque Agricole pour la mise en place d'une ligne de crédit destinée aux acheteurs et permettant de faciliter la libération des marchandises.

Figure 3 : Evolution du taux de remboursement suivant les agences

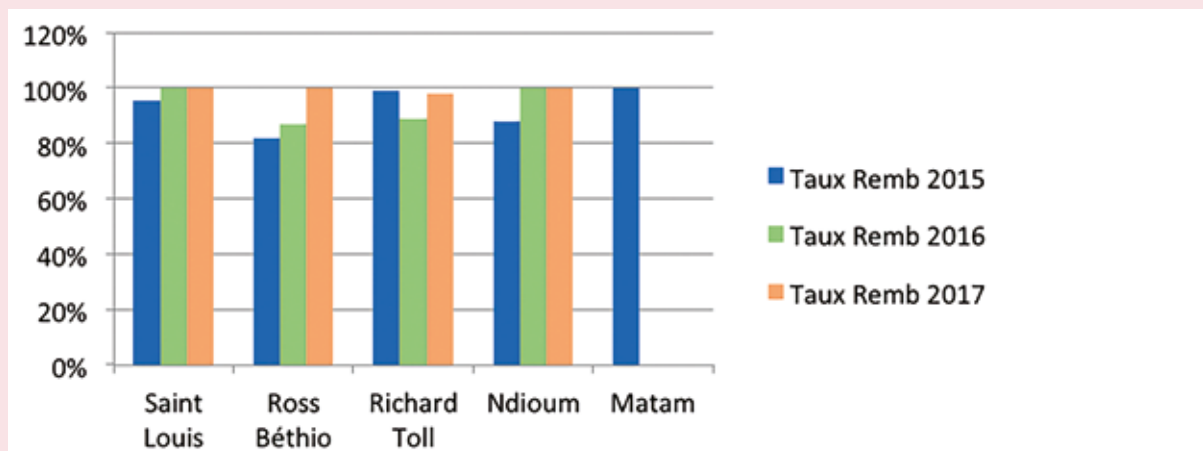
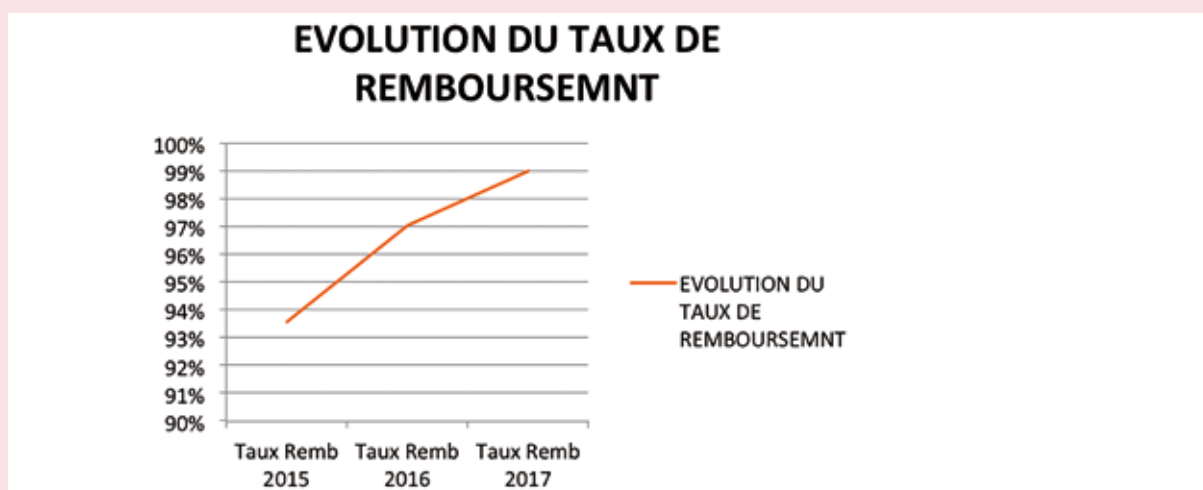


Figure 4 : Evolution du taux de remboursement suivant les années



CONCLUSION :

La tierce détention a permis à La Banque Agricole d'avoir des taux de remboursement très favorables ces dernières années. Elle a eu comme champ d'application la vallée du fleuve Sénégal à travers la chaîne de valeur riz.

Aussi, la banque accompagne les producteurs d'oignon dans la zone des Niayes. Toutefois la sécurisation du crédit reste un véritable casse-tête pour les institutions financières en général. A travers ses nouvelles orientations, La Banque Agricole va-t-elle mettre en place, à l'image de la tierce détention, des schémas de financement sécurisant pour la chaîne de valeur oignon.

NOTRE OFFRE COMMERCIALE SUR LA CHAÎNE DE VALEUR ARACHIDE

Par Cheikh NDIAYE,
Directeur Commercial et Marketing Adjoint



Pour satisfaire sa clientèle et contribuer de manière efficiente au Programme de relance de la Chaîne de valeur Arachide, La Banque Agricole offre les types de crédits suivants :

CREDIT D'INVESTISSEMENT

Un prêt destiné à financer vos besoins d'investissement et d'équipement

- Vous êtes producteur d'arachides ?
- Vous souhaitez investir dans la filière ?
- Vous voulez réaliser une extension de votre activité ?

La Banque Agricole vous propose des financements pour :

- L'acquisition du foncier, l'aménagement des parcelles de culture et des voies d'accès, la mise en défens ou tout autre investissement structurant ;
- La construction d'infrastructures de stockage équipées pour les intrants et les produits agricoles ;
- L'achat des équipements de travail du sol (tracteur complet), de récolte et post récolte (récolteuse, ramasseuse, batteuse, etc.) ;
- L'acquisition d'unités de transformation et d'équipements connexes.

LES PLUS :

- Financement taillé sur mesure pour répondre à vos besoins ;
- Durée de remboursement pouvant aller jusqu'à 120 mois ;
- Un coût global des plus compétitifs du marché.

CREDIT DE CAMPAGNE

Un prêt destiné à financer vos besoins d'exploitation

- Vous êtes producteur d'arachides ?
- Vous souhaitez conduire vos opérations culturales en toute tranquillité ?
- Vous voulez booster vos rendements par l'acquisition d'intrants de qualité et leur application à bonne date ?

La CNCAS vous propose des financements pour :

- L'achat des semences, engrais et produits phytosanitaires ;
- Le paiement des charges de prestations des services agricoles ;
- La prise en charge des frais d'approche (ensachage, transport, etc.)

LES PLUS :

- Financement flexible et adapté à tous vos besoins pour une campagne réussie ;
- Remboursement pouvant aller jusqu'à 12 mois ;
- Un coût global des plus compétitifs du marché.

CREDIT DE COLLECTE ET DE COMMERCIALISATION

Un prêt destiné à financer vos besoins fonds de roulement

- Vous êtes négociant de graines d'arachide ou agroindustriel ?
- Vous souhaitez collecter et commercialiser des graines d'arachide ?
- Vous voulez approvisionner votre entreprise en matières premières ?

La CNCAS vous propose des financements pour :

- La collecte des graines auprès des organisations de producteurs, des marchés de produits agricoles, des coopératives, etc ;
- Le conditionnement, la manutention et le stockage des graines ;
- Le transport et les frais accessoires de convoyage vers les agro-industries ou l'export.

LES PLUS :

- Financement pouvant atteindre 100% du coût du projet ;
- Durée de remboursement pouvant aller jusqu'à 12 mois ;
- Un coût global des plus compétitifs du marché.

CREDIT DE TRANSFORMATION

Le crédit de transformation

Un prêt destiné à financer vos besoins en fonds de roulement

- Vous êtes dans la transformation des graines d'arachides ?
- Vous souhaitez acquérir les intrants indispensables à votre activité ?
- Vous voulez prendre en charge vos frais de fonctionnement ?

La CNCAS vous propose des financements pour :

- L'achat des graines d'arachides ;
- Le paiement des frais de manutention, conditionnement, convoyage et stockage ;
- Les charges de fonctionnement et autres besoins de trésorerie.

LES PLUS :

- Financement pouvant atteindre 100% des besoins d'exploitation ;
- Durée de remboursement pouvant aller jusqu'à 12 mois ;
- Un coût global des plus compétitifs du marché.



AXIMA

Vous aussi, vous êtes à la Banque Agricole ?

La CNCAS devient **La Banque Agricole**



LA BANQUE AGRICOLE

Experte et ouverte



LA BANQUE AGRICOLE

Experte et ouverte

La Banque Agricole (LBA)

Place de l'Indépendance - BP 3890 - Dakar Tél. (221) 33 839 36 36

Fax (221) 33 821 26 06 - R.C : SN - DKR84 /B/ 130-LBSK0048R

www.labanqueagricole.sn