

Série Sud-Sud :

Renforcer les entreprises dirigées par les femmes



FICHE D'ENTREPRISE



THE NUT PLACE

NIGERIA

[SITE WEB](#)

À PROPOS DE THE NUT PLACE

- **Statut de l'entreprise** : société à responsabilité limitée.
- **Année d'enregistrement** : 2020.
- **Nombre d'employés** : 9 employés.
- **Secteur d'activité** : Agroalimentaire.

Chigozie Bashua – Fondatrice



Chigozie Bashua est une entrepreneure visionnaire et une stratège en affaires hautement accomplie, forte de 15 années d'expérience dans divers marchés émergents dans le domaine des technologies de l'information, ainsi que de 8 années d'expérience entrepreneuriale. Spécialiste en analyse d'affaires, gestion de la prestation de services, planification stratégique et développement commercial, elle a dirigé avec succès de nombreux projets à fort impact dans ces domaines. Elle possède également une expertise reconnue en continuité des activités et en évaluation des risques. Chigozie est la fondatrice de The Nut Place, une entreprise innovante dans le secteur alimentaire, spécialisée dans la création de produits à base de noix, sans gluten et riches en nutriments, favorisant un mode de vie sain et durable.

Profondément engagée dans la résolution des défis mondiaux, notamment en matière de sécurité alimentaire, elle milite activement pour l'élimination de la faim dans le monde d'ici 2030, en accord avec l'Objectif de Développement Durable n°2 des Nations Unies. Son engagement en faveur de l'entrepreneuriat et du développement durable est également illustré par ses affiliations prestigieuses : elle est alumna de la Fondation Tony Elumelu, de la African Women Entrepreneurship Cooperative (AWEC), une initiative du Center for Global Enterprise aux États-Unis, du AWP Network, d'Impact Hub Lagos, de Women Entrepreneurship for Africa (mise en œuvre par SAFEEM du groupe Seedstars), de l'Academy for Women Entrepreneurs (AWE), de la Google Hustle Academy, et elle est également boursière du programme Vital Voices Grow 2023.



Funded by
the European Union

CONTEXTE

Historique

The Nut Place est né d'une découverte personnelle. En 2012, lors d'un voyage au Royaume-Uni, Chigozie Bashua a découvert des farines de noix sans gluten qui l'ont inspirée à explorer un processus similaire au Nigeria. Elle a même visité un transformateur de noix à Tottenham pour acquérir des connaissances pratiques. De retour chez elle, elle a fait des essais dans la cuisine de sa mère et, en juillet 2016, elle a commencé à produire de petits lots de produits alimentaires à base de noix. Ce qui a commencé comme une entreprise informelle dans une cuisine s'est transformé en une entreprise structurée qui a été officiellement constituée sous le nom de The Nut Place Limited en octobre 2020.

Position sur le marché

Aujourd'hui, The Nut Place se positionne sur le marché alimentaire nigérian comme une entreprise sociale spécialisée dans les technologies alimentaires qui comble les lacunes nutritionnelles en proposant des alternatives sans gluten, sans lactose et riches en

nutriments. L'entreprise a suscité la reconnaissance et le soutien d'organisations telles que la Fondation Tony Elumelu et le Programme de croissance et d'emploi de la Banque mondiale, consolidant ainsi sa place en tant que PME en plein essor dans l'industrie agroalimentaire nigériane.

Relations avec les petits exploitants

Les relations de The Nut Place s'étendent au-delà des consommateurs pour inclure les agriculteurs, auxquels elle fournit des plateformes de transformation qui réduisent les pertes après récolte. Ce lien renforce la chaîne de valeur agricole et garantit qu'un plus grand nombre de produits parviennent sur le marché sous une forme utilisable. Conformément aux principes de l'économie circulaire, l'entreprise collabore également avec des artisans locaux en transformant des sous-produits tels que les graines de tamarin et les coques de noix de coco en matériaux artisanaux. En outre, elle distribue ses produits à des points de vente au détail et approvisionne des fabricants de produits de boulangerie et de plats cuisinés.

PRODUITS ET MARCHÉS

Principaux produits

Les produits de l'entreprise sont principalement à base de noix comestibles cultivées localement, qui sont transformées en une variété d'aliments sans gluten et sans lactose. Les principaux produits sont la farine et le lait de souchet, la farine de noix de coco, la noix de coco desséchée, les flocons de noix de coco, le lait de coco et la farine de noix de bambara. Ceux-ci sont commercialisés à la fois comme ingrédients pour les ménages et comme intrants pour les fabricants de produits alimentaires. L'accent mis sur les produits à base de noix répond aux besoins alimentaires des consommateurs soucieux de leur

santé ainsi que des personnes intolérantes au gluten ou sensibles au lactose.

Principaux marchés

The Nut Place dessert principalement les consommateurs nigériens par le biais de points de vente au détail et de canaux de distribution directs. Ses produits sont également destinés aux fabricants qui les utilisent dans la boulangerie et les plats préparés. La vision à long terme de l'entreprise consiste à se positionner comme l'un des principaux fournisseurs d'aliments à base de noix en Afrique d'ici 2030.

UNSWEETENED
COCONUT FLAKES

TIGNUT FLOUR



TIGNUTS



CASHEW NUTS

SWEETENED
COCONUT FLAKES

TIGNUT MILK



BAMBARA FLOUR



COCONUT FLOUR

INNOVATIONS : JALONS ET PLANS D'EXPANSION

Chigozie Bashua et The Nut Place ont toujours intégré l'innovation dans la croissance de l'entreprise. L'une des principales réalisations réside dans ses initiatives à impact social axées sur les technologies alimentaires : l'entreprise utilise activement des outils numériques pour dispenser une éducation nutritionnelle aux communautés locales et offrir un accès à prix réduit à ses produits sains à base de noix aux populations défavorisées.

Depuis ses modestes débuts dans une cuisine familiale, la gamme de produits de l'entreprise a également évolué. Elle comprend désormais une gamme diversifiée de produits tels que des farines sans gluten, des snacks, des chips et des boissons sans lactose, en plus des produits à base de souchet et de noix de coco.

Surmonter les défis opérationnels a également été un apprentissage important. L'un des premiers obstacles a été la fabrication des machines. Les efforts ont été difficiles, la première fabrication n'a pas répondu aux attentes et la deuxième tentative a complètement échoué, sans que la machine ni l'argent ne soient restitués. Un autre obstacle initial a été l'obtention de l'autorisation réglementaire : l'enregistrement auprès de la NAFDAC a pris huit mois, ce qui a considérablement retardé les opérations.

La visibilité internationale a été une étape importante en matière d'innovation. The Nut Place a notamment participé au 68e Summer Fancy Food Show à New York, l'un des salons les plus prestigieux d'Amérique du Nord dans le domaine de l'alimentation et des boissons, où elle a présenté une gamme de produits tels que des flocons de noix de coco sucrés et non sucrés sans sucre, des bonbons à la noix de coco à base de miel naturel et de la farine de souchet. Le stand a attiré beaucoup d'attention, les visiteurs manifestant un vif intérêt pour l'intégration de ces produits dans leurs offres de vente au détail ou leurs recettes.

Grâce à ces efforts, l'entreprise contribue aux objectifs de développement durable (ODD), soutient l'approvisionnement local afin de réduire la dépendance vis-à-vis des importations et met en place des écosystèmes alimentaires plus sains, tout en favorisant la nutrition, l'autonomisation des femmes et la consommation responsable.

À l'avenir, The Nut Place a pour ambition de devenir le premier producteur et exportateur d'aliments à base de noix en Afrique d'ici 2030, en mettant l'accent sur l'importance d'augmenter la capacité de production, de développer les opérations et d'améliorer l'accessibilité au marché, tout en restant fidèle à ses valeurs fondamentales en matière de nutrition et d'impact social.

FACTEURS DE RÉUSSITE ET ENSEIGNEMENTS TIRÉS

Le succès de The Nut Place repose sur une combinaison de mentorat stratégique, de résilience et de leadership axé sur les valeurs. Après avoir rencontré des difficultés initiales en matière de gestion d'entreprise et de défis techniques, Chigozie a été acceptée dans le programme de la Fondation Tony Elumelu en 2016, qui, selon elle, lui a apporté des compétences commerciales essentielles, des cadres stratégiques et l'accès à un réseau entrepreneurial vital.

En plus du soutien de la Fondation Tony Elumelu, l'entreprise a reçu des subventions du programme de croissance et d'emploi de la Banque mondiale et de l'initiative de financement participatif 2Scale, ce qui lui a permis de financer des actions à impact social, notamment en fournissant des aliments sains à prix réduit aux patients diabétiques et en sensibilisant le public à une alimentation saine.

La notoriété et la portée de la marque se sont ainsi accrues. En 2018, The Nut Place a été classée parmi

les 100 meilleures PME émergentes du Nigeria par ConnectNigeria et Union Bank, ce qui témoigne de son importance croissante dans le secteur des aliments biologiques et sains au Nigeria.

Plus récemment, le rôle actif de Chigozie dans le dialogue public-privé de l'OCDE/SWAC sur le commerce intra-régional des denrées alimentaires en Afrique de l'Ouest a encore mis en évidence son influence au-delà de son entreprise. En tant que membre du groupe de travail sur l'accès à l'information, elle a contribué à identifier les principaux défis commerciaux et a recommandé des solutions pratiques, telles que la création d'une plateforme d'information centralisée au niveau de la CEDEAO afin de favoriser la transparence, la confiance et la fluidité des échanges transfrontaliers. Cet engagement souligne son attachement non seulement à la croissance de The Nut Place, mais aussi au renforcement de l'écosystème agroalimentaire ouest-africain dans son ensemble.



Chigozie Bashua lors du dialogue public-privé OCDE/SWAC



Cette fiche d'entreprise a été développée dans le cadre de la Série Sud-Sud : Renforcer les entreprises dirigées par les femmes soutenue par le programme Fit For Market Plus. Fit For Market Plus est mis en oeuvre par le COLEAD dans le cadre de la coopération au développement entre l'Organisation des Etats d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique (OEACP) et l'Union européenne (UE).

Cette publication a été produite avec le soutien financier de l'UE et de l'OEACP. Son contenu relève de la seule responsabilité du COLEAD et de la IICA et ne peut en aucun cas être considéré comme reflétant la position de l'UE ou de l'OEACP.