

Ecobed Biotech Brand

Ouganda

<https://ecobedbiotech.org/>

À PROPOS DE ECOBED BIOTECH BRAND

- Statut de l'entreprise : Entreprise sociale
- Année d'enregistrement : 2021
- Nombre d'employés : 22 (12 employés à temps plein, 10 employés à temps partiel, 16 femmes)



Jovia Kisaakye, Fondatrice et Directrice Générale

Jovia Kisaakye est une entrepreneuse sociale ougandaise et la fondatrice et PDG d'Ecobed Biotech Brand, une entreprise respectueuse du climat qui transforme les déchets alimentaires en lotion anti-moustiques, en engrais biologiques et en aliments pour animaux. Forte d'une formation en statistiques d'entreprise, Jovia combine des analyses fondées sur les données avec des innovations issues de la base pour lutter contre le paludisme, l'insécurité alimentaire et la dégradation de l'environnement. Son travail autonomise les femmes et les petits agriculteurs grâce à des modèles d'économie circulaire. Jovia est une ancienne participante des programmes YALI EA, Vital Voices et Watson Institute. Elle a été reconnue par la CNUCED pour son rôle dans l'économie circulaire et a reçu le prix Empretec Women in Business.

Elle a également reçu plusieurs soutiens et financements d'organisations telles que RUFORUM,

NSSF Ouganda, la Fondation Mastercard, la Fondation Tony Elumelu, l'AGRA, Moonshot Inc et la Fondation Dovetail Impact, entre autres, pour développer et déployer à grande échelle des solutions à fort impact à travers l'Afrique de l'Est. Ancienne représentante de la jeunesse et des femmes au sein du Comité de référence de la jeunesse de l'Union africaine et militante pour le climat, Jovia s'impose comme une figure de proue dans les domaines des systèmes de bioéconomie circulaire, de la résilience climatique et des marchés alimentaires inclusifs à travers l'Afrique de l'Est.

Par l'intermédiaire d'Ecobed Biotech, elle a développé des solutions telles que la conversion des déchets alimentaires en engrais organiques et en aliments pour animaux, ainsi que la transformation du lait avarié en répulsif anti-moustiques et en lotion de soin pour la peau. Parallèlement à l'innovation en matière de produits, elle se lance dans les solutions numériques pour améliorer la récupération alimentaire et l'accès aux marchés.



Financé par
l'Union européenne

MODÈLE D'ENTREPRISE

Ecobed Biotech a été fondée pour relever le défi croissant du gaspillage alimentaire et de son impact sur les agriculteurs, les marchés et les communautés. L'idée est née de l'observation de la manière dont de grandes quantités de denrées alimentaires et de sous-produits agricoles étaient jetées malgré leur valeur potentielle. Derrière sa maison, la fondatrice a vu ses parents jeter chaque jour des centaines de litres de lait en raison de mauvaises conditions de stockage sur des marchés limités. Pour y remédier, elle s'est consacrée à la recherche de moyens de prolonger la durée de vie du lait ou de trouver une utilité au lait gaspillé, ce qui l'a ensuite amenée à transformer le lait avarié en lotions et crèmes. L'entreprise a progressivement évolué pour relever des défis plus larges au sein de l'écosystème agricole. Grâce à un apprentissage continu et à une exposition aux réalités du terrain, Jovia a élargi le modèle pour y inclure la technologie de la mouche soldat noire, permettant la transformation des déchets organiques en aliments pour animaux et en engrais.

Au fil du temps, Ecobed Biotech est passée d'une simple idée à une solution diversifiée abordant la gestion des déchets, la production d'intrants et les inefficacités du marché. L'entreprise a également lancé une application mobile pour faciliter la collecte et la redistribution des surplus alimentaires, contribuant ainsi à réduire les pertes et à mettre en relation les commerçants et les agriculteurs avec de nouvelles opportunités de marché.

Ecobed Biotech fonctionne selon un modèle d'agro-industrie circulaire, combinant la valorisation des déchets, la transformation et des solutions numériques.

Mission : Transformer les déchets alimentaires et agricoles en produits de valeur qui soutiennent les agriculteurs, réduisent les pertes et créent des moyens de subsistance durables.

Vision

Construire un écosystème innovant et inclusif où les déchets sont minimisés, les ressources utilisées efficacement et où les agriculteurs bénéficient d'un meilleur accès aux intrants et aux marchés.

Activités principales

- **Collecte des déchets alimentaires** et des surplus auprès des marchés et des commerçants
- **Transformation des déchets organiques** en : engrais organiques, aliments pour animaux (grâce à la technologie de la mouche soldat noire)
- **Transformation du lait avarié** en répulsif anti-moustiques et en lotion de soin pour la peau
- **Développement d'une application mobile** pour la redistribution alimentaire et l'accès aux marchés

Principaux facteurs de différenciation

- Approche circulaire reliant la gestion des déchets à la production agricole
- Combinaison de produits physiques et d'une plateforme numérique
- Accent mis sur des solutions pratiques et adaptées au contexte local
- Itération continue du produit basée sur les retours des utilisateurs

DES RELATIONS ÉTROITES AVEC LES PETITS EXPLOITANTS, LES COOPÉRATIVES...

Ecobed Biotech fonctionne comme une plateforme intégrée et multipartite reliant les petits exploitants agricoles, les coopératives, les commerçants alimentaires, les supermarchés et les acheteurs finaux via une place de marché numérique. La relation de l'entreprise avec les agriculteurs est à la fois commerciale et axée sur le développement. Elle les

soutient en leur facilitant l'accès au marché, en assurant la mise en relation avec les fournisseurs d'intrants, en proposant la location de matériel et en dispensant des formations aux pratiques agricoles intelligentes face au climat. Ecobed Biotech collabore également avec des agrégateurs, des distributeurs, des restaurants, des détaillants et d'autres entreprises du secteur

alimentaire afin d'améliorer l'efficacité de l'approvisionnement et de favoriser la redistribution des produits et des surplus alimentaires.

À ce jour, Ecobed Biotech travaille avec plus de 170 560 agriculteurs, dont environ 60 % sont des femmes. L'âge moyen des agriculteurs participants varie entre 25 et 45 ans, ce qui reflète une forte présence des jeunes. La plupart des agriculteurs exploitent de petites parcelles d'environ 1 à 3 acres, principalement dans le cadre de systèmes d'agriculture mixte.

Le réseau de l'entreprise comprend également des partenariats avec des transformateurs locaux, des fournisseurs d'emballages et des acteurs de l'logistique. Ces partenariats contribuent à rationaliser les chaînes de valeur, à réduire les pertes post-récolte,

à améliorer la qualité des produits et à renforcer l'efficacité des livraisons.

Ecobed Biotech opère à la croisée de l'agriculture, de la gestion des déchets et des marchés locaux en Ouganda. Son modèle répond à plusieurs défis majeurs, notamment les niveaux élevés de gaspillage alimentaire sur les marchés urbains, l'accès limité à des intrants agricoles abordables et la faiblesse des liens avec les marchés pour les petits agriculteurs.

En collaborant avec les commerçants, les fournisseurs alimentaires, les agriculteurs, les transformateurs et les acteurs de la logistique, Ecobed Biotech se positionne comme un fournisseur de solutions pour la chaîne de valeur plutôt que comme une entreprise axée sur un seul segment de produits.

PRODUITS ET MARCHÉS

Ecobed Biotech propose une gamme de solutions circulaires qui transforment les déchets alimentaires en produits utiles, tout en utilisant des outils numériques pour mettre en relation les agriculteurs, les vendeurs et les acheteurs de manière plus efficace.

Gamme de produits :

- Engrais organiques issus de déchets alimentaires
- Aliments pour animaux produits à partir de larves de mouches soldats noires
- Lotion anti-moustiques et soin pour la peau à base de lait avarié

Canaux de distribution :

- Application mobile permettant :

- La vente de surplus alimentaires à prix réduits
- L'accès au marché pour les agriculteurs
- Réduction des pertes après récolte
- Portée du marché et projets d'expansion
 - Principalement en Ouganda (marchés urbains et communautés agricoles environnantes)
 - Potentiel de croissance croissant à mesure que la demande en intrants durables et en solutions de gestion des déchets augmente



INNOVATIONS : JALONS ET PLANS D'EXPANSION

L'innovation d'Ecobed Biotech réside dans sa capacité à combiner des ressources simples et disponibles localement avec des technologies pratiques.

Principales innovations et étapes clés :

- Introduction de la technologie de la mouche soldat noire pour la transformation des déchets en aliments pour animaux
- Développement d'utilisations alternatives pour le lait avarié
- Lancement d'une plateforme numérique reliant la gestion des déchets à l'accès au marché
- Mise en place d'approches de démonstration pour favoriser l'adoption par les agriculteurs

Plans d'expansion

- Développement et production de nouvelles gammes de produits, notamment des membranes biodégradables et des additifs pour carburants
- Déploiement à grande échelle des systèmes de collecte des déchets grâce à des outils numériques
- Renforcement de l'engagement des agriculteurs et de l'adoption d'intrants biologiques
- Renforcement des liens avec les marchés grâce à la plateforme mobile

FACTEURS DE SUCCÈS ET ENSEIGNEMENTS TIRÉS

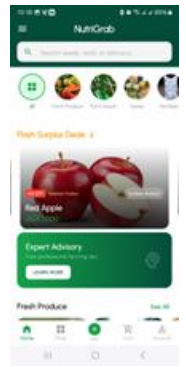
La croissance d'Ecobed Biotech repose sur une combinaison de résilience, de réactivité face au marché et de réseautage stratégique. Malgré des difficultés de financement au démarrage, Jovia a continué à développer et à affiner les solutions de l'entreprise, en s'appuyant sur les retours des clients et les études de marché pour mieux comprendre les besoins réels et adapter le modèle économique en conséquence.

Plusieurs facteurs ont contribué aux progrès de l'entreprise, notamment sa capacité à rester flexible, à tester de nouvelles idées et à étendre ses solutions au-delà d'un simple produit. La visibilité acquise grâce à des événements, des réseaux et des partenariats a également joué un rôle important dans l'ouverture de nouvelles opportunités et le renforcement du positionnement de l'entreprise.

Parallèlement, ce parcours a mis en évidence les principaux défis auxquels sont confrontées de

nombreuses entreprises agroalimentaires en phase de démarrage. L'accès au financement reste difficile, et les petites subventions ont joué un rôle important pour soutenir la croissance initiale. La validation par le marché s'est également avérée essentielle, car les produits doivent être continuellement testés, améliorés et alignés sur les attentes des clients. De plus, l'introduction de nouvelles solutions circulaires et durables nécessite une sensibilisation, une éducation et un changement de comportement chez les utilisateurs et les partenaires.

Dans l'ensemble, l'expérience de Jovia montre que la réussite d'une entreprise agroalimentaire ne repose pas uniquement sur l'innovation. Elle dépend également d'un engagement constant auprès du marché, d'une documentation rigoureuse des progrès et de l'impact, ainsi que de la capacité à établir des relations stratégiques au fil du temps.



Cet événement a été organisé par le programme Fit For Market Plus (FFM+), mis en œuvre par COLEAD dans le cadre de la coopération au développement

Cette publication a été élaborée par le programme Fit For Market Plus (FFM+), mis en œuvre par COLEAD dans le cadre de la coopération au développement entre l'Organisation des États d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique (OACPS) et l'Union européenne (UE). Son contenu relève de la seule responsabilité de COLEAD et ne reflète pas nécessairement les opinions de l'OACPS ni de l'UE.