

11 ACTIONS CONCRÈTES POUR DYNAMISER LE SECTEUR AGRICOLE AU CAMEROUN

*Lettre ouverte aux
décideurs du secteur*



Yvan Tongo

www.yvantongo.com

INTRODUCTION

Lettre ouverte à ceux qui croient encore en la terre

Tout a commencé par une conversation simple autour des élections présidentielles,
puis Scott m'a demandé :

“Et toi, Yvan, si tu étais ministre de l’Agriculture, tu ferais quoi ?”

Sur le moment, j'ai souri.

Puis la question m'a hanté.

Parce qu'au fond, elle disait tout :

Et si, pour une fois, on arrêtait d'attendre les solutions d'en haut,
et qu'on prenait la parole, nous, ceux du terrain,
ceux qui croient encore que ce pays peut se nourrir de lui-même ?

C'est de là qu'est né ce manifeste.

Pas comme un programme politique.

Pas comme un document technique.

Mais comme une lettre ouverte adressée aux jeunes qui rêvent d'un Cameroun différent,
à ceux qui, dans le silence, cultivent des idées, des projets, des convictions,
et aussi aux décideurs, aux institutions,
pour leur dire : regardez, une nouvelle génération arrive avec des visions claires, et des plans d'action.

Je ne prétends pas avoir toutes les réponses.

Je ne suis ni ministre, ni expert, ni prophète.

Je suis juste un fils du Cameroun,

témoin d'un potentiel immense trop souvent gaspillé,

et convaincu qu'avec un peu de méthode, de courage et de confiance,
notre agriculture peut redevenir le cœur battant de notre économie.

Ce manifeste s'intitule “11 actions pour dynamiser le secteur agricole au Cameroun”,

mais au fond, il parle de plus que d'agriculture.

Il parle de vision, de jeunesse, de leadership.

Il parle d'un pays qui cherche sa direction,

et d'une génération qui refuse d'attendre qu'on la lui trace.

J'ai voulu que ces 11 actions soient concrètes, accessibles, réalisables, mais surtout porteuses d'un souffle humain.

Elles ne viennent pas d'un bureau,

mais d'une observation sincère du terrain,

des fermiers qui se battent,

des coopératives qui survivent,

des jeunes qui rêvent,

et des décideurs qui, souvent, manquent simplement d'un plan lisible pour agir.

Chaque action est une proposition,
mais aussi une main tendue :
à l'État, pour qu'il planifie mieux,
aux partenaires, pour qu'ils croient encore,
et aux jeunes, pour qu'ils osent.
Parce que l'agriculture, ce n'est pas un vieux métier :
c'est le plus grand chantier de transformation de notre génération.

Alors, à toi qui lis ces lignes
que tu sois ministre, jeune entrepreneur, bailleur, ou étudiant
je t'écris avec respect, mais aussi avec franchise.
Parce que le Cameroun n'a plus besoin de discours,
il a besoin de direction,
et d'une jeunesse qui prend la plume,
non pas pour critiquer, mais pour proposer.

Voici ma contribution.
Voici notre lettre.
Celle d'une génération qui ne veut plus subir,
mais semer —
et récolter enfin, le pays qu'elle mérite.

ACTION 1

IDENTIFIER DIX FILIÈRES QUI NOURRISSENT VRAIMENT LES CAMEROUNAIS

*« Avant de rêver d'exportation, commençons
par savoir ce qu'il y a dans nos assiettes. »*



Yvan Tongo

www.yvantongo.com

LE CONSTAT

Au Cameroun, près de 45 % du panier alimentaire provient encore de l'importation.

Chaque année, nous dépensons plus de 850 milliards FCFA pour acheter ce que nous pourrions produire : du riz asiatique, du poisson congelé, du blé, des huiles végétales, et même du piment.

Nous produisons ce que nous ne consommons pas, et nous consommons ce que nous ne produisons pas.

Cette phrase, qu'on retrouve dans tous les concours d'agronomie du pays, résume à elle seule le désalignement entre nos champs et nos assiettes.

L'agriculture camerounaise est riche, mais dispersée.

Elle manque non pas de bras, mais de cap, de cohérence, de direction claire.

MON EXPÉRIENCE

Je me souviens du concours d'entrée à la FASA : la fameuse question sur le problème central de notre agriculture revenait chaque année. À l'époque, je la trouvais presque trop évidente. Mais quelques années plus tard, elle a pris tout son sens.

En 2019, avec mon ami Christ Nziwan, nous avons cofondé AVUPA, une agence qui permettait de faire ses courses de marché en ligne, sans se déplacer.

C'était avant même que le COVID ne bouleverse nos habitudes. Et sans le savoir, nous étions en train d'observer la réalité la plus concrète du pays : ce que les Camerounais consomment vraiment.

Jour après jour, nous avons vu ce que les ménages achetaient : du plantain, du maïs, du manioc, de la tomate, du poisson, du porc, du riz, du piment...

Mais jamais du cacao, du café ou de l'hévéa.

Ces cultures sont importantes, oui, mais elles ne nourrissent pas nos familles.

Et si nous voulons sérieusement parler d'autosuffisance alimentaire, nous devons d'abord nous concentrer sur les produits du quotidien, ceux qui entrent dans le panier de la ménagère.

MA PROPOSITION

Je ne dis pas qu'il faut abandonner les grandes cultures d'exportation. Je dis simplement qu'il faut, pour une fois, regarder là où se joue la vraie souveraineté. Je propose que le Cameroun identifie et priorise dix filières de consommation courante, comme base de sa stratégie agricole :



Ces dix filières représentent plus de 80 % des repas quotidiens du Cameroun. Elles offrent le meilleur potentiel de transformation locale et les plus grandes opportunités de création d'emplois ruraux. Pour y parvenir, je propose trois gestes simples :

- [1] Cartographier ces filières, région par région, pour comprendre leur géographie réelle : où elles prospèrent, où elles souffrent, et pourquoi.
- [2] Publier un “Guide national des filières stratégiques”, lisible et concret — un outil de planification que tout acteur, du fermier au partenaire, puisse consulter.
- [3] Faire de ces dix filières des causes nationales, soutenues par l’État, les communes et les jeunes entrepreneurs.

CE QUE ÇA CHANGE

Indicateur	Objectif à 3 ans
Part des produits locaux dans le panier alimentaire	+20 %
Réduction des importations alimentaires	-150 milliards FCFA/an
Volume de production des 10 filières ciblées	+25 %
Nombre de coopératives actives par filière	+30 %
Régions ayant adopté une filière phare	10/10

« *Chaque progrès mesuré est une victoire collective.* »

CITATION FINALE

*« Avant de rêver d'exportation,
commençons par savoir ce qu'il y a
dans nos assiettes. »*

ACTION 2

RÉUNIR LES ACTEURS DE
CHAQUE FILIÈRE

*« Les solutions durables se construisent
avec ceux qui les vivent.”*



Yvan Tongo

www.yvantongo.com

LE CONSTAT

Depuis des décennies, nous essayons d'appliquer au Cameroun des modèles agricoles venus d'ailleurs.

Des plans copiés-collés de l'Occident, souvent beaux sur papier, mais déconnectés des réalités du terrain.

Je ne dis pas que ces modèles sont mauvais.

Je dis simplement qu'ils ne peuvent pas remplacer l'expérience de ceux qui vivent la terre au quotidien.

Les vendeurs de semences, les femmes qui transforment le manioc, les jeunes qui livrent les produits, les restaurateurs, les consommateurs...

Tous ces acteurs ont une partie de la solution, mais on ne les écoute presque jamais.

Et c'est pour ça que tant de politiques agricoles échouent : elles sont conçues sans les vrais concernés.

MON EXPÉRIENCE

En côtoyant les marchés, les coopératives, les jeunes entrepreneurs,
j'ai compris une chose simple :
le savoir est déjà là, mais il est éparpillé.

Chaque acteur détient une pièce du puzzle,
mais personne ne s'occupe de rassembler l'image complète.

C'est pour cela que je crois que la première réforme agricole
n'est pas technique, mais humaine :
elle consiste à rassembler et écouter.

MA PROPOSITION

Je propose qu'on réunisse les acteurs de chaque filière,
non pas pour de grands forums symboliques,
mais pour des espaces de travail vivants, réguliers, concrets.

- 1 Créer un “Cercle de filière” pour chacune des dix filières stratégiques.

Un groupe restreint : producteurs, transformateurs, chercheurs, banques, transporteurs, distributeurs, restaurateurs, et même consommateurs.

Chacun vient avec son expérience, pas avec un discours.

- 2 Se voir tous les trois mois, dans un format simple :

Identifier trois blocages majeurs ;

Choisir trois actions concrètes à mener avant la prochaine rencontre.

Pas de protocoles, pas de jargon : des solutions vécues, testées, mesurables.

- 3 Élaborer ensemble un “Plan de Résilience & Croissance” pour chaque filière, sur trois ans, mis à jour en fonction de la réalité du terrain.

Ce plan devient la feuille de route commune entre l’État, les coopératives et les partenaires.

CE QUE ÇA CHANGE

Indicateur	Objectif à 3 ans
Nombre de cercles de filière créés et actifs	10
Nombre de décisions concrètes mises en œuvre par trimestre	3 par filière
Taux de satisfaction des acteurs du terrain	+70 %
Niveau de coordination entre acteurs (évaluations croisées)	Amélioration continue
Nombre de partenariats public-privé nés des cercles	+50

« Chaque progrès mesuré est une victoire collective. »

CITATION FINALE

« Les solutions durables se construisent avec ceux qui les vivent. »

ACTION 3

**FINANCER 200 COOPÉRATIVES
AGRICOLES OPÉRATIONNELLES**

*« Finançons ceux qui sèment déjà,
encadrions-les, et les autres suivront.»*



Yvan Tongo

www.yvantongo.com

LE CONSTAT

Quand on pose la question à un agriculteur :
“Quel est ton plus grand problème ?”
La réponse est presque toujours la même : le financement.

Et il n'a pas tort.

Parce qu'au Cameroun, l'agriculture fait vivre plus de 60 % de la population active, mais elle ne reçoit qu'une infime part du budget national.

En 2024, le budget du Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural (MINADER) n'a représenté qu'environ 1,5 % du budget de l'État, soit 113 milliards FCFA sur plus de 7 000 milliards.

À titre de comparaison, plusieurs pays africains en développement dépensent en moyenne au moins 5 à 10 % de leur budget pour l'agriculture.

Et du côté du secteur privé, la situation n'est pas meilleure : moins de 3 % des crédits bancaires nationaux sont orientés vers l'agriculture.

Les investisseurs hésitent, les garanties sont quasi inexistantes, et les agriculteurs sont considérés comme “non bancables”.

Résultat : le secteur qui nourrit le pays est le moins financé, et ceux qui produisent chaque jour sont souvent les plus oubliés.

MON EXPÉRIENCE

Sur le terrain, j'ai observé un phénomène qui m'a profondément marqué. Beaucoup de jeunes se lancent dans l'agriculture non pas par passion, mais parce qu'ils ont entendu le mot "subvention".

Ils montent un projet, remplissent un dossier, reçoivent parfois une aide, et dès que l'argent arrive... on ne les revoit plus.

Certains appellent cela une mafia,
moi je préfère y voir un manque de culture de suivi et de mérite.

Pendant ce temps, il existe des hommes et des femmes,
souvent sans diplômes ni business plan,
mais avec une terre, de la volonté, et la preuve vivante que l'agriculture est possible avec peu.

Ils produisent déjà, avec les moyens du bord.
Eux, ce sont ceux qu'il faut encourager.
Parce que la différence entre un projet et un producteur,
c'est que le producteur, lui, ne parle pas de rendement : il récolte.

MA PROPOSITION

Je propose un programme clair, humain et mesurable : financer 200 coopératives agricoles déjà opérationnelles.

Ces coopératives deviendraient les ambassadrices du renouveau agricole camerounais : des modèles vivants de ce que peut produire la terre lorsqu'on lui fait confiance et qu'on lui donne les moyens d'avancer.

Ce que je propose :

1 Sélectionner 20 coopératives par filière stratégique (voir Action 1), soit 200 coopératives au total, composées d'au moins 15 fermiers chacune : plus de 3 000 producteurs directement concernés.

2 Financer ce qui existe déjà, sur la base de trois critères simples :
Une activité réelle depuis au moins 12 mois ;
Une gouvernance claire (président, trésorier, transparence minimale) ;
Un potentiel de croissance local identifiable.

3 Accompagner et contrôler.

Le financement ne doit pas être une fin en soi.
Il doit s'accompagner d'un suivi trimestriel,
d'un appui technique (formation, gestion, comptabilité)
et d'un contrôle des résultats.

On ne sème pas des milliards, on sème la confiance.

4 Mettre en avant les réussites.

Chaque coopérative soutenue devient un cas d'école,
visible, mesuré, partagé, pour inspirer d'autres à se lancer.

CE QUE ÇA CHANGE

Indicateur	Objectif à 3 ans
Nombre de coopératives soutenues	200
Producteurs directement bénéficiaires	3 000 +
Augmentation moyenne de la production par filière	+25 %
Taux de survie des coopératives financées	$\geq 80 \%$
Revenus agricoles moyens des membres	+30 %
Nouvelles coopératives inspirées par le programme	+100 %

CITATION FINALE

*« Finançons ceux qui sèment déjà,
encadrons-les, et les autres
suivront. »*

ACTION 4

CRÉER 10 UNITÉS INDUSTRIELLES
RURALES DE TRANSFORMATION

*« Chaque tonne transformée ici est un
emploi qui reste ici.»*



Yvan Tongo

www.yvantongo.com

LE CONSTAT

Chaque tonne vendue “brute” est une histoire inachevée :
des pertes post-récolte qui auraient pu être évitées,
des emplois qui auraient pu naître au village,
une fierté qui aurait pu rester sur place.

La transformation locale, c'est le circuit court qui marche :
on valorise le produit, on stabilise le prix,
on crée de l'activité autour de l'usine,
on fait vivre les services,
on retient les jeunes.

Tant que nous vendrons nos produits à l'état brut,
nous resterons prisonniers d'un schéma déséquilibré :
nous exportons la matière première et importons la richesse.

MON EXPÉRIENCE

À Mbandjock, *Bertin Tchocco* a installé une filière manioc intégrée : des plantations à l'usine, avec de la farine de manioc produite localement, jusqu'à 20 tonnes par jour annoncées, et un objectif clair : remplacer une partie du blé dans nos pains et viennoiseries.

On parle d'hectares mis en culture par étapes (plusieurs centaines à près de 2 000 ha selon les phases) et d'une ambition assumée : faire du manioc un moteur industriel local.

Ce n'est pas un rêve lointain, c'est une réalité camerounaise.
Multiplions ces initiatives.

MA PROPOSITION

Je propose la création de 10 unités rurales pilotes de transformation, liées directement aux filières stratégiques identifiées dans l’Action 1.

- 1 Proximité des champs : chaque unité implantée au cœur des zones de production (plantain, tomate, manioc, maïs, poisson, etc.).
- 2 Chaîne courte, valeur longue : collecte → transformation → conditionnement → marque locale.
- 3 Anchrage coopératif : cogestion avec les coopératives (Action 3) pour sécuriser l’approvisionnement et partager la valeur.
- 4 Jeunes & femmes d’abord : recrutement local prioritaire, montée en compétences sur place.
- 5 Anti-gaspillage : la transformation réduit fortement les pertes post-récolte et stabilise les revenus.

CE QUE ÇA CHANGE

Indicateur	Objectif à 3 ans
Unités rurales de transformation opérationnelles	10
Emplois locaux directs/indirects créés	Plusieurs centaines par unité
Pertes post-récolte dans les zones ciblées	-30 %
Part de la production locale transformée	+40 %
Hausse moyenne du revenu producteur	+25 %

CITATION FINALE

« *Chaque tonne transformée ici
est un emploi qui reste ici.* »

ACTION 5

OFFRIR 100 BOURSES D'EXCELLENCE AGRICOLES

« Envoyons nos jeunes apprendre des meilleurs, pour qu'ils reviennent bâtir le Cameroun que nous méritons.»



Yvan Tongo

www.yvantongo.com

LE CONSTAT

Le Cameroun regorge de jeunes brillants, passionnés par la terre, l'entrepreneuriat, la transformation, la recherche.

Mais la plupart manquent d'accès à des formations de pointe, à des outils modernes, à des réseaux internationaux.

Pendant ce temps, dans des pays comme la Chine, l'Inde ou le Rwanda, les gouvernements ont compris très tôt que former leurs élites à l'étranger, c'était accélérer la modernisation du pays.

Ils ont envoyé des centaines d'étudiants se former dans les meilleures écoles du monde,
avec un contrat moral :
“Va apprendre, reviens bâtir.”

Et ce pari a marché.

Parce que la vraie indépendance, ce n'est pas seulement produire ce qu'on mange,
c'est aussi maîtriser les savoirs et les technologies qui permettent de produire mieux.

MON EXPÉRIENCE

Je ne parle pas de théorie.

Au moment où j'écris ces lignes, je suis moi-même à Paris,
en formation en management et expertise agricole et agroalimentaire.

Je suis venu apprendre auprès de ceux qui ont su transformer leur
agriculture,
non pour rester là-bas, mais pour revenir construire ici.

Je veux comprendre comment les chaînes de valeur sont organisées,
comment la recherche est connectée à l'entreprise,
comment les politiques agricoles s'appuient sur des données,
et comment, demain, nous pouvons appliquer ces modèles
intelligemment à notre contexte.

MA PROPOSITION

Je propose de créer un programme de 100 bourses d'excellence agricoles, destiné à envoyer chaque année de jeunes Camerounais dans les meilleures écoles et universités du monde, en Afrique, en Europe, en Asie ou en Amérique Latine, pour y apprendre les métiers de l'agriculture moderne :

- 1 Production durable et intelligente (agroécologie, irrigation, climat)
- 2 Transformation agroalimentaire (chaînes de valeur, normes, packaging)
- 3 Agri-tech et innovation (IA, robotique, data, biotechnologies)
- 4 Management agricole et entrepreneuriat rural
- 5 Politiques publiques et financement agricole

Mais ces bourses ne seraient pas un passeport pour l'exil. Chaque bénéficiaire signerait une clause de retour d'impact, avec un engagement clair : mettre ses nouvelles compétences au service du pays pendant au moins trois ans après sa formation.

C'est ce que j'appelle le développement silencieux : former aujourd'hui ceux qui transformeront demain.

CE QUE ÇA CHANGE

Indicateur	Objectif à 5 ans
Nombre de bourses attribuées à des jeunes du secteur agricole	100
Taux de retour et d'engagement des lauréats au Cameroun	100 %
Nombre de projets agricoles ou d'entreprises lancés par les lauréats	50+
Nombre de jeunes intégrés dans l'administration ou les coopératives agricoles	80+
Réseaux d'alumni Farmerspirit formés et actifs	10 régions connectées

CITATION FINALE

*« Envoyons nos jeunes apprendre
des meilleurs, pour qu'ils
reviennent bâtir le Cameroun que
nous méritons. »*

ACTION 6

LANCER UN AWARDS POUR LES
ACTEURS DU SECTEUR AGRICOLE

« Parce qu'on valorise ce qu'on célèbre.»



Yvan Tongo

www.yvantongo.com

LE CONSTAT

Au Cameroun, les récompenses pluvent pour les artistes, les sportifs, les influenceurs, les acteurs publics.

Mais combien de fois a-t-on vu un fermier sur un plateau télé ?

Combien de journaux mettent en couverture une coopérative agricole ?

Combien de jeunes rêvent de devenir agriculteurs parce qu'ils ont vu un modèle inspirant ?

La vérité est simple : on ne valorise pas ceux qui nourrissent le pays.

Pourtant, derrière chaque assiette servie, il y a un homme, une femme, un jeune qui travaille, souvent loin des caméras, dans la poussière, sous la pluie, avec courage et dignité.

Tant que ces visages resteront invisibles, l'agriculture restera sous-estimée.

Et pourtant, ce sont eux, les vrais bâtisseurs silencieux.

MON EXPÉRIENCE

Depuis que je suis dans ce secteur, j'ai rencontré des femmes extraordinaires dans les champs de manioc, des jeunes ingénieurs qui expérimentent des solutions sur leurs fermes, des coopératives rurales qui survivent sans subventions.

Mais ces réussites ne font jamais la une.
Elles se partagent par bouche à oreille, ou finissent dans l'oubli.

Et puis, il y a quelque chose que j'ai compris au contact de ces acteurs : le pouvoir de la compétition saine.

Ce que ça fait de savoir que ton travail, tes sacrifices, tes nuits blanches, tes saisons ratées, tes saisons réussies... peuvent être vus, reconnus, célébrés.

Ce que ça fait de sentir que les décideurs te regardent, que les consommateurs t'apprécient, que les autres acteurs te considèrent comme une référence.

Cela donne un sens différent à son travail.
Cela pousse à se dépasser.
Et surtout, cela donne une boussole aux autres : "voilà ce que l'excellence agricole peut produire".

Dans un secteur où beaucoup travaillent dans le silence, un award n'est pas juste un trophée.
C'est un moteur.
Un repère.
Une raison de continuer.

MA PROPOSITION

Je propose de lancer une grande cérémonie annuelle, les Farmerspirit Awards,
pour reconnaître, célébrer et récompenser les acteurs qui font avancer notre agriculture.
Un événement médiatique, populaire et porteur de sens.

Ce que je propose :

1 Un événement annuel national, retransmis sur les télévisions, les radios et les réseaux sociaux.

Pas un gala d'apparat, mais un moment d'unité nationale.

2 Des catégories ouvertes et inclusives :

Meilleur jeune agripreneur

Meilleure femme transformatrice

Coopérative exemplaire

Chercheur ou innovateur agricole

Projet d'impact rural

Journaliste ou créateur de contenu agricole

3 Une sélection transparente, avec un jury composé d'experts, de partenaires, de médias et d'agriculteurs eux-mêmes.

4 Des portraits inspirants diffusés avant et après la cérémonie : reportages, mini-documentaires, podcasts.

Parce que ce qu'on célèbre, on le valorise ; et ce qu'on valorise, on le multiplie.

5 Une dotation d'accompagnement, pas en trophées, mais en moyens : matériel, formations, opportunités de marché, mentorat, mise en réseau.

CE QUE ÇA CHANGE

Indicateur	Objectif à 3 ans
Éditions des Farmerspirit Awards organisées	3
Nombre de lauréats valorisés chaque année	50
Audience cumulée (télé + réseaux)	2 millions +
Taux de participation des jeunes/femmes	$\geq 60\%$
Nombre de partenariats médias ou institutionnels durables	10 +

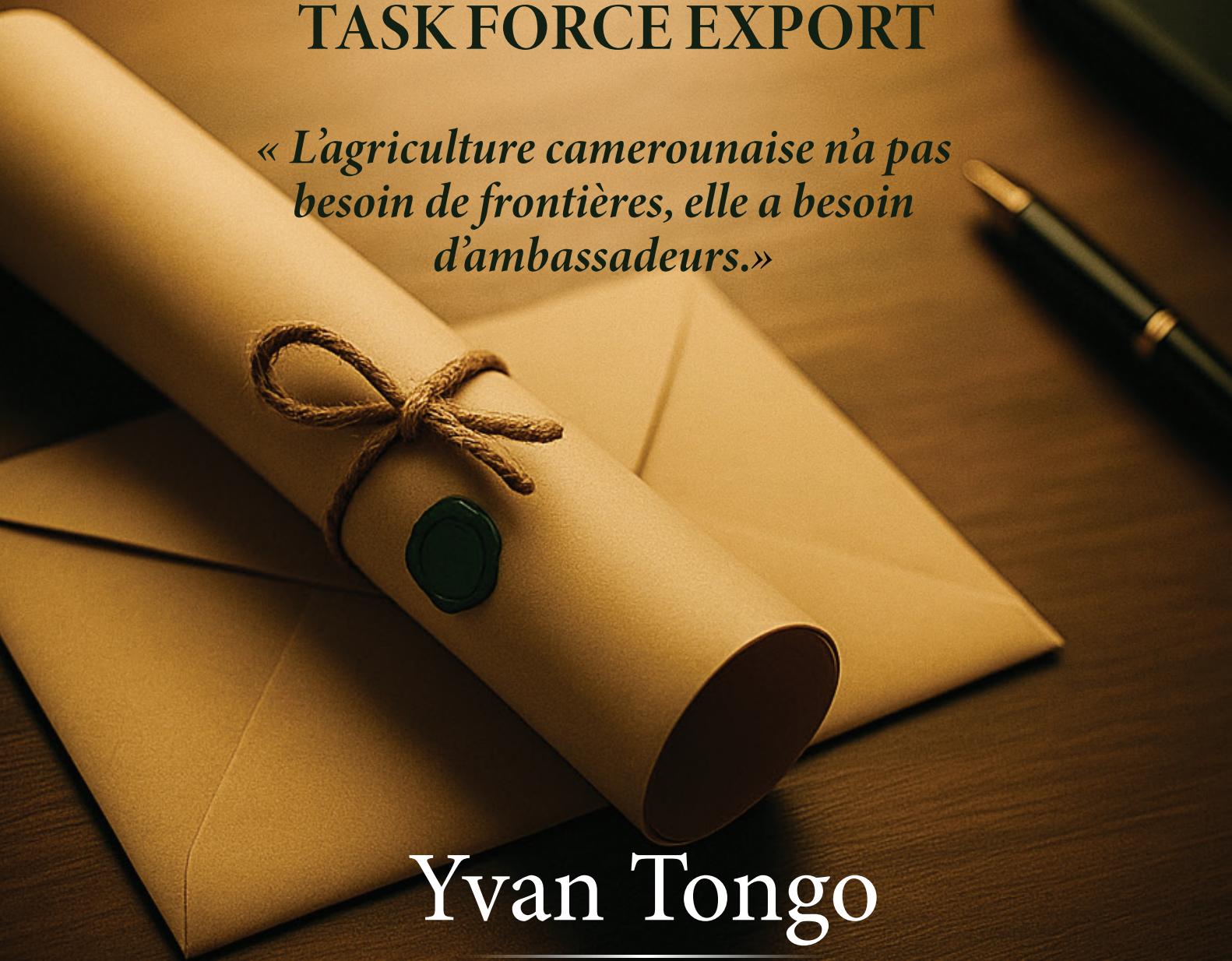
CITATION FINALE

« Parce qu'on valorise ce qu'on célèbre. »

ACTION 7

CRÉER UNE TASK FORCE EXPORT

« L'agriculture camerounaise n'a pas besoin de frontières, elle a besoin d'ambassadeurs.»



Yvan Tongo

www.yvantongo.com

LE CONSTAT

Le Cameroun produit, souvent beaucoup.

Mais quand il s'agit de vendre, de trouver des débouchés, de franchir les frontières, tout devient flou.

Nos produits locaux restent cantonnés aux marchés de quartier, pendant que d'autres pays, parfois moins dotés que nous, réussissent à écouler les leurs jusqu'en Europe ou en Amérique.

La vérité, c'est que notre agriculture est riche, mais mal connectée au monde.

On ne manque ni de talent, ni de terres, ni de produits : on manque de passeurs économiques, de ces profils capables d'ouvrir les portes, de signer des contrats, de ramener des partenaires.

MON EXPÉRIENCE

Ferme les yeux un instant.

Imagine la série Suits — ces avocats élégants, précis, charismatiques, qui négocient dans les tours de Manhattan.

Maintenant, transpose cette image dans le monde agricole : des hommes et des femmes en vestes en lin, tablettes en main, parcourant les plantations, évaluant la qualité d'un lot de cacao ou d'un piment transformé, signant des accords de distribution avec des partenaires étrangers, accompagnant un producteur local vers un marché à Douala, à Abidjan ou même à Paris.

Ce sont eux, la Task Force Export.

Les businessmen et businesswomen du secteur agricole.

Pas des bureaucrates, mais des chasseurs d'opportunités.

Des personnes formées, connectées, agiles, qui parlent le langage des investisseurs, comprennent les normes, et savent transformer un produit rural en success story internationale.

MA PROPOSITION

Je propose la création d'une Task Force Export Agricole, composée d'une équipe de 50 experts stratégiques, placée sous la supervision du Ministère de l'Agriculture et du Commerce, mais fonctionnant avec une culture d'entreprise, orientée vers les résultats.

Leur mission :

- 1 Créer des débouchés internationaux pour les produits bruts et transformés camerounais.
- 2 Identifier les marchés porteurs : Afrique de l'Ouest, CEMAC, diaspora européenne, Asie.
- 3 Accompagner les producteurs et coopératives à se formaliser, à se labelliser, à comprendre les normes d'exportation.
- 4 Négocier des partenariats concrets avec des distributeurs, importateurs et marques étrangères.
- 5 Assurer la veille stratégique sur les tendances de consommation, les circuits logistiques et les opportunités émergentes.

Leur simple présence sur une exploitation doit inspirer confiance : quand un membre de la Task Force Export visite une ferme, cela doit donner l'impression que le monde vient de s'ouvrir à ce producteur.

CE QUE ÇA CHANGE

Indicateur	Objectif à 3 ans
Membres actifs de la Task Force Export	50
Nouveaux marchés internationaux ouverts	20
Volume de produits agricoles exportés (tonnes)	+40 %
Producteurs accompagnés à la labellisation/export	500 +
Partenariats signés avec entreprises étrangères	100 +
Montant total des contrats d'export facilités	50 milliards FCFA cumulés

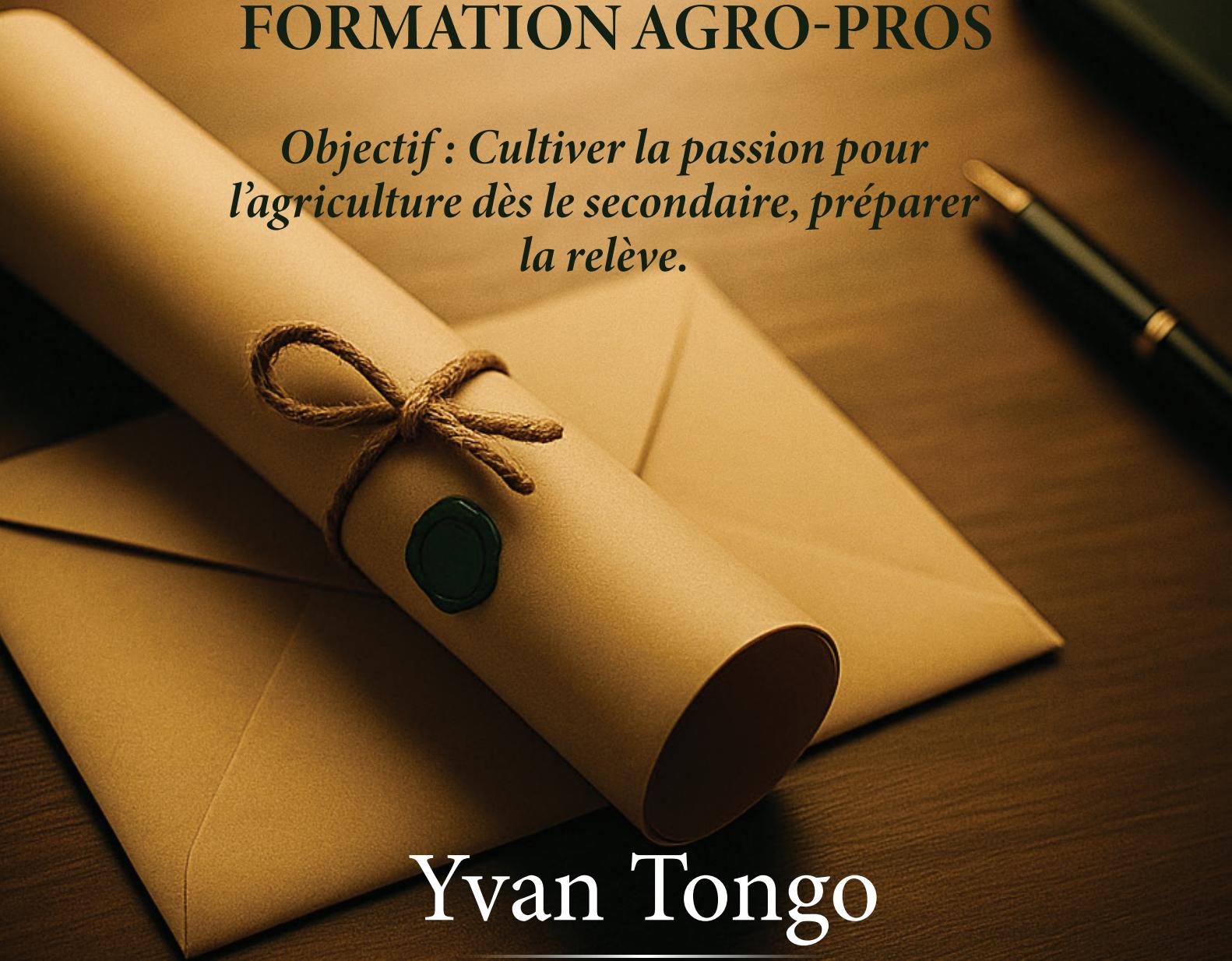
CITATION FINALE

« L'agriculture camerounaise n'a pas besoin de frontières, elle a besoin d'ambassadeurs. »

ACTION 8

CONSTRUIRE 10 CENTRES DE FORMATION AGRO-PROS

*Objectif: Cultiver la passion pour
l'agriculture dès le secondaire, préparer
la relève.*



Yvan Tongo

www.yvantongo.com

LE CONSTAT

Au Cameroun, l'agriculture emploie des millions de personnes, mais très peu de jeunes rêvent encore d'en faire un métier.

Et si le problème venait de là ?

De ce manque de passion que nous n'avons pas su cultiver assez tôt.

En France, l'enseignement agricole accueille plus de 200 000 élèves et étudiants chaque année, dans plus de 200 lycées agricoles.

Là-bas, l'agriculture s'enseigne comme une science vivante, un métier d'avenir, un domaine d'innovation et d'entrepreneuriat.

Les jeunes apprennent à produire, à gérer, à transformer, à communiquer dès le secondaire.

Résultat : ils sortent non seulement avec des diplômes, mais avec une vocation.

Chez nous, combien d'établissements scolaires éveillent cette passion ?

Combien de jeunes Camerounais savent qu'il existe des formations agricoles de haut niveau dans leur propre pays ?

Combien connaissent seulement la FASA ?

MON EXPÉRIENCE

J'ai eu le privilège de faire la FASA la Faculté d'Agronomie et des Sciences Agricoles au Cameroun.

Une école prestigieuse, respectée dans toute la sous-région, symbole du savoir agricole au Cameroun.

Mais soyons honnêtes : combien de personnes la connaissent vraiment ? Combien d'élèves de terminale rêvent d'y entrer ?

Le plus paradoxal, c'est que sur le terrain, beaucoup d'étudiants intègrent la FASA non pas par passion, mais parce qu'ils n'ont pas réussi le concours de médecine ou d'autres filières dites "prestigieuses". C'est dire à quel point notre système n'a pas su rendre ce secteur désirable.

Et pourtant, ceux qui y passent savent : c'est un lieu de rigueur, de savoir, de potentiel immense.

Mais la passion, elle, se forge bien avant l'université.

Elle doit naître au collège, s'enraciner au lycée, et se concrétiser à la faculté.

C'est là que tout commence.

Et c'est là que tout doit changer.

MA PROPOSITION

Je propose de créer **10 centres régionaux de formation agro-professionnelle**, répartis dans les grandes zones agro-écologiques du Cameroun proches des bassins de production et des filières identifiées (Action 1).

Ces centres auront pour mission de rendre l'agriculture attractive, technique et moderne, dès le secondaire.

Ils offriront :

des formations agricoles intégrées (seconde, bac pro, technicien supérieur) ;
des modules pratiques (production, transformation, entrepreneuriat, marketing agricole, agri-digital) ;
des partenariats avec les entreprises agroalimentaires, les coopératives, les universités et la diaspora ;
des fermes-écoles, des laboratoires, et des ateliers modernes ;
un encadrement humain : des professionnels du terrain, pas seulement des enseignants.

Ces centres ne seront pas seulement des lieux d'apprentissage, mais des incubateurs de vocations.

Ils permettront à la jeunesse rurale et urbaine de voir dans la terre un avenir concret, ambitieux et noble.

CE QUE ÇA CHANGE

Indicateur	Objectif à 3-5 ans
Nombre de centres agro-pros opérationnels	10
Nombre d'élèves/étudiants formés par an	1 000+ par centre
Taux d'insertion professionnelle ou d'auto-emploi à 12 mois	$\geq 80\%$
Pourcentage de femmes parmi les apprenants	$\geq 40\%$
Nombre de projets agricoles créés par les diplômés	100+
Taux de jeunes réorientés vers les métiers agricoles	+30 %

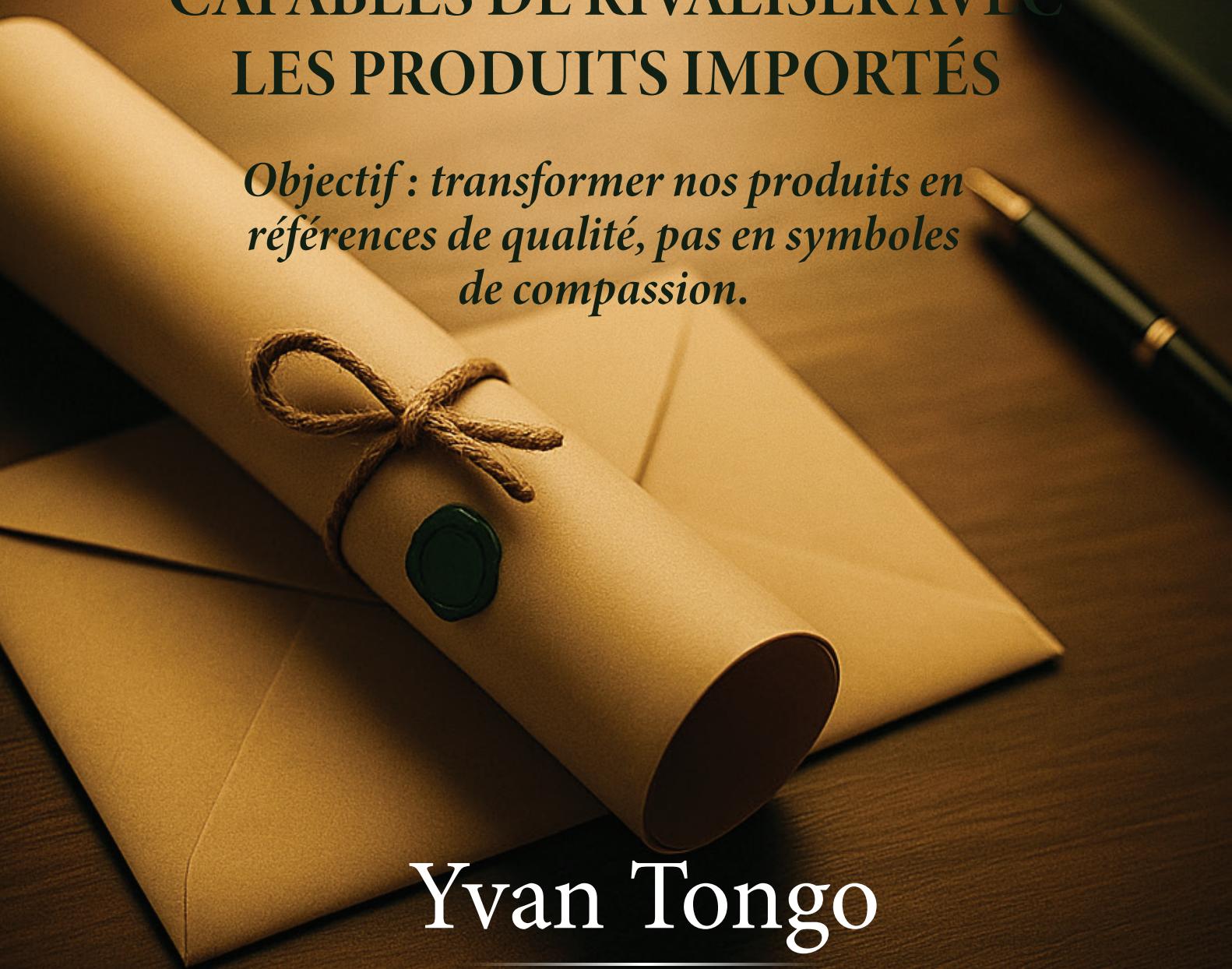
CITATION FINALE

*« La passion pour la terre ne naît
pas à l'université,
elle se cultive dès le lycée. »*

ACTION 9

BÂTIR 10 MARQUES LOCALES
CAPABLES DE RIVALISER AVEC
LES PRODUITS IMPORTÉS

Objectif : transformer nos produits en références de qualité, pas en symboles de compassion.



Yvan Tongo

www.yvantongo.com

LE CONSTAT

Trop souvent, nos marques locales misent sur le sentiment patriotique pour convaincre :

« Consommez camerounais ! Soutenez le local ! »

Mais la vérité est simple : le consommateur n'achète pas par pitié. Il achète ce qui est beau, bon, pratique et digne de confiance. Peu importe d'où cela vient, ce qu'il recherche, c'est la qualité et la constance.

Pendant ce temps, les produits importés envahissent nos rayons, non pas parce qu'ils sont meilleurs, mais parce qu'ils sont mieux présentés, mieux emballés et mieux racontés.

Nous avons la matière première, les talents et les histoires. Ce qui manque, c'est la rigueur industrielle et la vision marketing.

MON EXPÉRIENCE

J'ai toujours eu cette conviction :
le patriotisme économique ne doit jamais devenir une excuse pour la
médiocrité.

Si nous voulons que les Camerounais consomment local,
alors faisons en sorte que le local soit irrésistible.

Chaque filière (voir Action 1) doit pouvoir présenter un produit phare :
celui qui incarne son savoir-faire, son terroir et son ambition.
Pas dix marques fragiles, mais une marque forte, professionnelle et
compétitive.

Le consommateur doit être fier d'acheter local, sans même penser que
c'est local.

Parce que la marque, le packaging, le goût, la cohérence du produit
parleront d'eux-mêmes.

MA PROPOSITION

Je propose que chaque filière agricole identifiée au départ (maïs, manioc, plantain, tomate, poulet, porc, riz, arachide, piment, poisson) bâtisse une marque nationale de référence, accompagnée sur quatre leviers :

Branding — nom, logo, identité visuelle, positionnement ; réalisés avec de vrais designers et marketeurs.

Packaging — matériaux de qualité, respect des normes, ergonomie, storytelling visuel.

Marketing — stratégie digitale, influence, placement produit, publicité ciblée.

Storytelling — raconter une histoire universelle, pas seulement nationale : effort, fierté, goût, durabilité.

Exemple :

pour le plantain, une marque qui valorise la transformation premium (chips, farine, purée) ;

pour le manioc, une farine qui rivalise avec celle de blé ;

pour le poisson, une marque de fumé ou de conserve aux normes CEMAC ;

pour le piment, une gamme de sauces calibrées à l'international.

Et surtout, valoriser nos modèles existants.

Je pense à **Thierry Nyamen**, fondateur de la marque TANTY.

Parti d'une bouillie de maïs enrichie, il a bâti une entreprise camerounaise respectée,

employant des centaines de jeunes, valorisant nos produits locaux, et prouvant qu'une marque née ici peut s'imposer avec rigueur et fierté. Des initiatives comme celle-là doivent être multipliées et soutenues.

CE QUE ÇA CHANGE

Indicateur	Objectif à 3 ans
Marques nationales certifiées “Label Cameroun Qualité”	10
Produits locaux distribués en grande surface	+ 50 %
Taux de satisfaction consomma- teurs (enquête urbaine)	$\geq 85\%$
Volume d'exportation de pro- duits transformés	+ 30 %
Partenariats avec distributeurs régionaux (CEMAC, CEDEAO)	20+
Revenus des PME agroalimen- taires labellisées	+ 40 %

CITATION FINALE

« *Le made in Cameroon ne doit pas émouvoir.
Il doit impressionner.* »

ACTION 10

LANCER UN PLAN MÉDIA NATIONAL POUR RECONNECTER LE CAMEROUN À SA TERRE

*Objectif : faire aimer à nouveau la terre,
par la puissance de l'image et du récit.*



Yvan Tongo

www.yvantongo.com

LE CONSTAT

Depuis quelques années, je me rends compte d'une chose : l'agriculture camerounaise existe, mais elle ne se raconte pas.

Nos produits sont dans les marchés, nos fermiers sont dans les champs, mais nos écrans, eux, racontent une autre histoire.

On parle d'agriculture dans les réunions, pas dans les médias.

Dans les statistiques, pas dans les récits.

Et tant qu'elle ne sera pas visible, elle ne deviendra jamais enviable.

Parce que la vérité, c'est que les jeunes s'inspirent de ce qu'ils voient, pas de ce qu'on leur dit.

Et si tout ce qu'ils voient, ce sont des clips, des talk-shows et des buzz urbains,
alors la terre leur semblera lointaine, poussiéreuse, sans avenir.

Pendant ce temps, des pays voisins comme la Côte d'Ivoire ont compris que l'image peut transformer un secteur.

Des émissions comme Made in Africa et bien d'autres ont su raconter avec fierté les visages, les produits et les réussites du continent.
Elles montrent que l'agriculture peut être médiatique, belle, populaire — et que la terre peut inspirer autant qu'un plateau télé.

MON EXPÉRIENCE

Depuis que je travaille dans ce secteur, j'ai remarqué une chose : quand on raconte bien, même le travail le plus simple devient inspirant.

Chaque fois que j'ai publié une image, une vidéo ou un texte sur un agriculteur,

l'engagement a été immédiat.

Parce que les gens ont soif d'histoires vraies.

Ils veulent ressentir, pas seulement apprendre.

Je me suis souvent dit : si les médias s'intéressaient à l'agriculture comme ils s'intéressent au football,

le Cameroun aurait déjà changé de visage.

C'est de là qu'est née cette conviction :

pour transformer la perception d'un secteur,

il faut d'abord changer la manière dont on le raconte.

MA PROPOSITION

Je propose de lancer un Plan Média Agricole National, porté par le ministère, les médias et les acteurs privés, pour rendre le secteur visible, désirable et moderne.

Ce plan reposera sur quatre piliers :

1  10 documentaires immersifs

Sur les visages qui changent le pays : femmes rurales, jeunes entrepreneurs, coopératives, chercheurs.

Format Netflix ou Canal+ Afrique.

 Objectif : créer de l'émotion, de la fierté, de la transmission.

2  5 émissions télé modernes et engageantes

Des talk-shows, concours et magazines de terrain.

Exemple : AgriTalks, Fier d'être agriculteur, Nos champs ont du talent.

 Objectif : reconnecter la jeunesse urbaine à la réalité du terrain.

3  Campagnes digitales et storytelling

Courtes vidéos, séries web, portraits, podcasts en langues locales.

 Objectif : occuper les espaces numériques où les jeunes se trouvent déjà (TikTok, YouTube, Instagram).

4  Un magazine national bilingue (papier + digital)

Distribué dans les lycées, universités, mairies, ONG et supermarchés.

 Objectif : diffuser la connaissance, les opportunités et les modèles.

Ce plan ne vise pas à "faire joli" ;
il vise à changer la perception collective.
Parce qu'à la fin, on investit dans ce qu'on admire.

CE QUE ÇA CHANGE

Indicateur	Objectif à 3 ans
Nombre de programmes TV/ radio produits	10 +
Audience cumulée des contenus agricoles	5 millions +
Engagement des jeunes (réseaux sociaux, challenges)	+ 100 000 participants
Taux de couverture médiatique du secteur agricole	x 3
Indice de perception positive du secteur agricole	+ 50 %

CITATION FINALE

« On ne valorise que ce que l'on voit. Rendons l'agriculture visible, et elle deviendra invincible. »

ACTION 11

MOBILISER 100 INFLUENCEURS AFRICAINS POUR FAIRE DE L'AGRICULTURE UNE TENDANCE

*Objectif : faire de l'agriculture une
tendance, pas un sujet oublié.*



Yvan Tongo

www.yvantongo.com

LE CONSTAT

Ce serait une erreur pour n'importe quel secteur d'activités de ne pas considérer les réseaux sociaux — surtout à l'époque où nous vivons.

Ces plateformes sont aujourd'hui le moteur des conversations, des tendances et des perceptions.

Et elles sont portées par une nouvelle génération : les influenceurs.

À eux seuls, ils peuvent changer la manière dont un pays pense, consomme et rêve.

Leur pouvoir de viralité est immense.

Regardons simplement le secteur de la mode : il a connu une véritable renaissance grâce aux créateurs de contenu. Ils ont donné un visage, un style, une voix à la mode africaine. Résultat : des marques locales exportent désormais leurs produits dans le monde entier.

Pourquoi pas l'agriculture ?

MON EXPÉRIENCE

Je reste persuadé d'une chose :
à l'heure actuelle, un Samuel Eto'o qui visite une ferme
fait plus de bruit, plus d'engagement, et plus d'impact
qu'un ministre qui inaugure une usine.

C'est une réalité.
Et l'accepter, c'est déjà un signe d'intelligence stratégique.

Les influenceurs, les créateurs, les vidéastes, les blogueurs, les journalistes 2.0...
forment aujourd'hui une force culturelle.
Ils peuvent faire aimer, comprendre et désirer un secteur.
Ils peuvent rendre une idée virale en 24 heures.

Et si, demain, ces mêmes créateurs faisaient briller la terre ?

MA PROPOSITION

Je propose la création d'un programme continental baptisé #AgriInfluence100, rassemblant 100 influenceurs africains autour d'un objectif commun : montrer que l'agriculture peut être moderne, inspirante et rentable.

Voici comment :

#FarmChallenge
48 heures d'immersion sur une ferme, sans filtres, partagées en direct sur les réseaux.

#AgriTalksLive
Des discussions en direct entre influenceurs, jeunes agripreneurs et experts du secteur.

#StoriesFromTheSoil
Mini-séries vidéos ou photos racontant des parcours agricoles inspirants.

#MadeInCamerounStories
Mise en avant des marques agricoles locales (voir Action 9) à travers des formats lifestyle.

Les influenceurs deviendront des vitrines du nouveau dynamisme agricole : des relais positifs, des ambassadeurs de la terre, des ponts entre le monde rural et la jeunesse connectée.

CE QUE ÇA CHANGE

Indicateur	Objectif à 3 ans
Influenceurs mobilisés et actifs	100
Portée cumulée (toutes plateformes)	50 millions + vues
Campagnes ou hashtags agricoles viraux	10 +
Taux d'engagement des jeunes (18-35 ans)	+ 40 %
Augmentation du trafic sur les pages agricoles officielles	x 3
Nombre de partenariats public/privé autour du projet	20 +

CITATION FINALE

« Si les influenceurs peuvent vendre des vêtements, ils peuvent aussi vendre des idées. Et l'agriculture mérite d'être la prochaine grande tendance. »

**LETTRE OUVERTE
À CEUX QUI PEUVENT
ENCORE FAIRE LA
DIFFÉRENCE**

LETTRE OUVERTE

Je n'ai pas écrit ce livre pour plaire.

Je l'ai écrit pour provoquer une réflexion — et, je l'espère, une action.

Je l'ai écrit parce qu'un jour, en discutant avec un ami, on m'a posé une question simple :

“Et toi, si tu étais ministre de l’Agriculture, tu ferais quoi ?”

Cette question m'a poursuivi,
et de fil en aiguille, elle m'a obligé à réfléchir à ce que je veux vraiment
pour mon pays.

Je ne suis pas un ministre.

Je suis un jeune Camerounais parmi d'autres,
passionné par la terre, par ceux qui la travaillent,
et par l'idée que notre avenir repose encore sur elle.

Mais je crois que nous avons trop attendu.

Attendu des réformes, des budgets, des discours.

Alors qu'en réalité, ce qu'il nous faut, ce sont des directions claires et des volontés fermes.

AUX DÉCIDEURS



À ceux qui dirigent

Vous avez entre les mains la chance de laisser une empreinte durable.
Le Cameroun n'a pas besoin de promesses,
il a besoin de plans cohérents, humains et mesurables.

Les 11 actions proposées ici ne sont pas des rêves.
Elles sont faisables.
Elles demandent du courage, de la méthode, et surtout de la continuité.

Faites confiance à la jeunesse.
Appuyez-vous sur les initiatives locales.
Structurez ce qui existe avant de chercher ce qui brille.

AUX ACTEURS DU TERRAIN

 À ceux qui sont sur le terrain

Continuez à produire, même quand personne ne vous voit.
Votre travail nourrit des millions de familles.
Et un jour, il sera reconnu à sa juste valeur.

Ne laissez personne vous faire croire que vous êtes “petits producteurs”.
Vous êtes les colonnes vertébrales de cette nation.
Sans vous, il n'y a ni sécurité alimentaire, ni paix sociale.

À LA JEUNESSE

À ma génération

Je sais que beaucoup d'entre nous doutent.

Nous avons vu les lenteurs, les blocages, les injustices.

Mais ce livre est aussi un cri d'espérance.

Nous avons grandi avec des outils, des idées et une ouverture que nos parents n'avaient pas.

À nous de les utiliser autrement.

À nous d'apporter du professionnalisme, de la rigueur et du rêve dans un secteur qui en manque.

AUX PARTENAIRES



À nos partenaires et institutions

Regardez-nous autrement.

La nouvelle génération d'acteurs agricoles africains n'attend plus seulement vos aides.

Elle cherche des opportunités, des échanges, des transferts de savoirs.

Nous voulons apprendre, collaborer, expérimenter, bâtir.

Nous voulons des alliances durables, pas des projets éphémères.

Investissez dans les jeunes.

Investissez dans les femmes.

Investissez dans les idées locales.

C'est là que se trouve la vraie transformation.

L'agriculture n'est pas un plan B.

C'est le plan A du futur.

C'est là que se joueront la souveraineté, les emplois, la fierté et la résilience de notre pays.

MESSAGE FINAL

Y Enfin, à tous ceux qui liront ces pages

Je ne prétends pas avoir toutes les réponses.
Mais je sais une chose :

Le Cameroun ne changera pas sans un sursaut collectif.

Chacun peut apporter quelque chose :
un champ, une idée, une vidéo, une formation, un geste, une parole.
C'est comme cela qu'on construit une nation.

Alors, à vous qui lisez ces lignes,
ne les refermez pas comme on ferme un livre.
Refermez-les comme on ouvre un engagement.

Le futur se cultive maintenant.
Et si nous étions la génération qui a fait de la terre notre plus grande
victoire ?

À PROPOS DE L'AUTEUR



Yvan Tongo

Étudiant MSc en Management et Expertise

Agricole & Agroalimentaire

Agribusiness & Rural Transformation

Jeune leader engagé entre l'Europe et l'Afrique.

Cette lettre, je l'ai écrite comme on écrit un message important à son pays.

Elle ne vient pas d'un bureau, mais d'un parcours : celui d'un jeune Camerounais formé sur le terrain, passé par la FASA, puis parti en Europe pour apprendre auprès des meilleures institutions afin de mieux revenir contribuer.

Depuis plusieurs années, je m'engage pour la professionnalisation des acteurs agricoles, l'intégration des jeunes, et la modernisation des chaînes de valeur rurales. J'ai vu les défis. J'ai vu les blocages.

Mais surtout, j'ai vu un potentiel immense encore intact.

Aujourd'hui, en me formant à Paris, je poursuis une mission claire : ramener une vision, des compétences et une nouvelle manière de penser l'agriculture camerounaise et africaine.

Ce manifeste n'est pas une conclusion.

C'est un début.

Un appel.

Une invitation à construire, ensemble, un secteur agricole plus fort, plus structuré, plus ambitieux.

Merci d'avoir pris le temps de lire cette lettre ouverte.

Que ces pages deviennent des actions, des projets, ou simplement une source de conviction c'est tout ce que je souhaite.

Contact : yvantongo237@gmail.com

www.yvantongo.com