

Résultats pour A2, A3 et A4

Introduction

IGNITE mène une enquête annuelle en juillet - août, afin de suivre les changements réalisés par ses clients qui peuvent être attribués à l'assistance technique et au soutien au renforcement des capacités qu'elle leur fournit. L'enquête permet également de recueillir des informations et de connaître la satisfaction des clients à l'égard des services du projet. Au cours de l'année 4 (A4) (août 2021 - juillet 2022), IGNITE a travaillé avec 15 clients (institutions), leur apportant un soutien dans la conception, la mise en œuvre et l'évaluation d'interventions agricoles sensibles à la

nutrition et intégrant la dimension de genre. Les clients se trouvent dans plusieurs pays d'Afrique subsaharienne, avec des bureaux ou des opérations dans au moins un des pays cibles d'IGNITE - Burkina Faso, Nigeria, Éthiopie et Tanzanie. Six de ces clients appartiennent au secteur privé (6/15), un au secteur public (1/15), six aux ONG (6/15) et deux aux organisations à but non lucratif (2/15). 23 répondants ont été interrogés pour le rapport de l'année 4 (A4), représentant 10 des clients avec lesquels IGNITE a travaillé pendant cette période, y compris trois nouveaux clients - Associations des institutions de microfinance, TADB (TI3P), et ABAC¹.

Resultats

1. L'adhésion des dirigeants à l'intégration du genre et de la nutrition a augmenté chez les dix clients, tous les répondants sauf un signalant une augmentation. Ils ont signalé que les dirigeants sont plus impliqués et engagés dans l'intégration du genre, l'allocation des ressources pour soutenir le genre et la nutrition, et ont une meilleure compréhension des questions de genre et de nutrition.
 - 52 % des répondants de A4 pensent que les changements institutionnels se sont produits dans une large mesure grâce à IGNITE parmi les clients
 - AATF, AGRA, Digital Green et SAA ont signalé des augmentations de la proportion de leurs budgets consacrés aux initiatives liées au genre et à la nutrition au cours de l'année 4
2. Les principaux domaines de changement sont regroupés autour des politiques de genre et des approches nutritionnelles, de la sensibilisation et des capacités du personnel, de la stratégie, des plans, des mesures de responsabilisation, des outils et des conseils.
 - **6 des 10 clients** signalent des améliorations dans le type de données collectées ou rapportées pour le genre et la nutrition en A4 - similaire à ce qui a été observé en A3.
3. IGNITE a contribué dans une large mesure à la mise en œuvre de divers processus et activités dans les établissements. La moitié environ attribue la plupart des changements à IGNITE. Les autres attribuent une partie des changements à IGNITE.
 - Les répondants mentionnent également que des paramètres, des indicateurs et des feuilles de route d'amélioration ont été mis en place pour suivre les performances
 - AATF, PACA et SAA ont déclaré que leurs partenariats s'étaient « beaucoup améliorés ». Les partenariats avec TADB et Digital Green sont « légèrement améliorés ».
 - La participation d'IGNITE a facilité les collaborations avec des partenaires existants et nouveaux.
4. Cette année, tous les clients ont constaté une augmentation de la sensibilisation et de la capacité du personnel dans tous les cadres, par rapport à l'année 3, y compris un plus grand nombre de répondants indiquant une meilleure compréhension de l'intégration du genre - un facteur attribué à la formation complète sur le genre et la nutrition ainsi

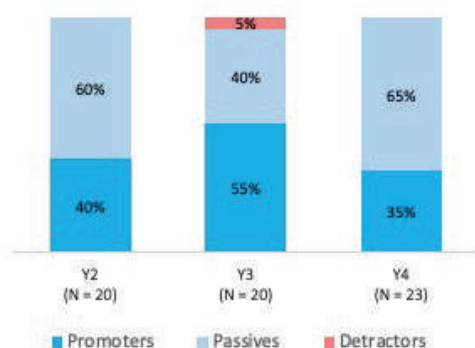
¹ APSFD : associations d'IMF ; TADB (TI3P) : Banque de développement de la Tanzanie (Tanzania Inclusive Processor-Producer Partnerships in Dairy Project)

qu'à la collaboration avec les experts IGNITE. inclusion of gender and nutrition factors at the programmatic level.

- 8 clients sur 10 signalent une amélioration de l'inclusion des facteurs de genre et de nutrition au niveau programmatique.

5. **Impact prévu au niveau des agriculteurs** : Tous les répondants, toutes institutions confondues, pensent que les changements institutionnels auront un impact positif sur les agriculteurs et les autres bénéficiaires de l'assistance technique d'IGNITE. Comme pour l'année 3, les changements attendus au niveau du genre incluent l'autonomisation économique et sociale des femmes par une participation accrue aux activités économiques et l'accès à des sources de revenus diversifiées, conduisant à une meilleure nutrition, une plus grande diversité alimentaire et une meilleure sécurité alimentaire parmi les bénéficiaires..

Figure 1 : NPS A2, A3, et A4



Que pensent les clients des services d'IGNITE ?

La satisfaction globale et l'expérience client d'IGNITE en 4e année sont moyennes et inférieures à celles de la 3e année. Le score de promoteur net (NPS²) et la valeur des efforts fournis ont tous deux baissé par rapport à l'année précédente (voir graphique). Cependant, dans 6 institutions sur 10, les répondants sont des promoteurs et recommanderaient les services d'IGNITE à une autre institution. Les attributs les plus appréciés par les promoteurs sont le professionnalisme, l'expertise, le soutien, l'esprit de collaboration et l'engagement des assistants techniques d'IGNITE.

Réponse aux effets du COVID-19 :

- Les restrictions de voyage et autres mesures d'atténuation du COVID-19 ont empêché les clients d'atteindre leurs groupes cibles et ont retardé l'exécution du programme.

Les clients ont adopté l'utilisation d'outils numériques - appels téléphoniques, modules de formation en ligne et vidéo - pour atteindre les agriculteurs.

- Les clients ont également redéfini les priorités des objectifs du programme et alloué des fonds pour aider davantage les agriculteurs pendant la pandémie.

Changements observés chez les clients de l'année 2 à l'année 4 à la suite de l'assistance technique IGNITE

Client	Genre	Nutrition
AATF	<ul style="list-style-type: none"> •! Meilleure intégration de la dimension de genre dans les politiques ; mise en œuvre de systèmes de retour d'information et de stratégies visant à promouvoir la responsabilisation. •! Augmentation du budget alloué aux programmes et initiatives liés au genre •! Meilleure compréhension des données ventilées par sexe grâce à des rapports et des analyses approfondis. 	<ul style="list-style-type: none"> •! Une plus grande intégration des approches nutritionnelles dans le plan primaire de l'AATF •! Amélioration de la transparence, de la conception aux essais, aux résultats et à la présentation.
AGRA	<ul style="list-style-type: none"> •! Des champions de l'égalité des sexes ont été déployés pour diriger les travaux sur l'égalité des sexes dans différents pays. •! Développement d'une stratégie de genre •! Affectation d'un budget plus important aux activités liées au genre 	<ul style="list-style-type: none"> •! Meilleure intégration de la nutrition dans les activités programmatiques
Digital Green	<ul style="list-style-type: none"> •! Début de la mise en œuvre des politiques et stratégies en matière de genre élaborées au cours de l'année 3. •! Révision des outils et modèles de suivi et d'évaluation existants. •! Amélioration de la collecte, de l'analyse et de la communication de données ventilées par sexe. •! Cependant, les difficultés liées à COVID-19 n'ont permis d'atteindre que 28% des femmes, alors que l'objectif était de 40%. 	
Sahel (ALDDN)	<ul style="list-style-type: none"> •! Accent accru sur les programmes fondés sur le genre, amélioration des capacités du personnel et compréhension de l'intégration de la dimension de genre. •! Introduction d'une nouvelle initiative de formation sur la violence fondée sur le sexe (VFS) pour renforcer la capacité du personnel et sa compréhension des questions de genre. 	<ul style="list-style-type: none"> •! Intégration du genre dans les programmes de nutrition et les outils de mise en œuvre •! Expansion des activités programmatiques telles que l'intervention « Home Garden ». •! Adoption de nouvelles technologies de formation en réponse aux défis de COVID 19.
SAA	<ul style="list-style-type: none"> •! Le plan stratégique sur le genre n'est pas encore intégré dans les opérations de la SAA •! Moins d'agricultrices touchées par le passage aux services numériques en raison de la pandémie de COVID-19 	<ul style="list-style-type: none"> •! Des progrès considérables ont été réalisés dans la mise en œuvre de messages sensibles à la nutrition.
Solidaridad	<ul style="list-style-type: none"> •! Adhésion accrue du leadership en A4, avec le développement et la mise en œuvre d'un plan de stratégie de genre. •! Aucun changement concret signalé concernant les outils et les budgets, les données et les partenariats. 	<ul style="list-style-type: none"> •! Augmentation de l'accent mis sur l'agriculture sensible à la nutrition par rapport à A3 & A2
PACA	<ul style="list-style-type: none"> •! Des changements significatifs ont été réalisés dans l'intégration de la dimension de genre dans les politiques de l'organisation, avec le développement d'outils et de documents d'orientation intégrant la dimension de genre, la coordination d'études sur le genre avec les pays partenaires. •! Incorporation de la dimension de genre dans les activités programmatiques par le biais de rapports et de produits livrables basés sur le genre. •! En A4, collecte de données ventilées par sexe à partir d'études dans 12 pays pilotes. 	

² Le NPS* est un indicateur de satisfaction et de fidélité. Le NPS de 35 d'IGNITE est bon mais inférieur à celui de A3 (50) et au score initial de A2 (40). Néanmoins, 6 institutions sur 10 ont des Promoteurs en A4 alors que 9 sur 10 ont des Passives.