



PROGRAMME DE RÉSILIENCE DU SYSTÈME ALIMENTAIRE EN AFRIQUE DE L'OUEST (PRSA/FSRP)

CARTOGRAPHIE DES METHODES ET OUTILS INNOVANTS DE CONSEIL AGRICOLE POUR LA MISE A L'ECHELLE DES INNOVATIONS ET DES TECHNOLOGIES AGRICOLES

DIX-HUIT FICHES DE CAPITALISATION SUR LES METHODES ET OUTILS INNOVANTS DE CONSEIL AGRICOLE



Août 2024

Étude conduite par le Réseau des Services de Conseil Agricole et Rural d'Afrique de l'Ouest et du Centre



Funded by
the European Union

Étude menée dans 13 pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre



Equipe de coordination de l'étude

- **M. Malamine OUATTARA**, Directeur Exécutif du RESCAR-AOC
- **Dr Patrice DJAMEN**, Membre du Conseil d'Administration du RESCAR-AOC
- **Mme Gifty GUIELLA/NARH**, Présidente du Conseil d'Administration du RESCAR-AOC
- **M. Calixte MBENG**, Secrétaire Général du Conseil d'Administration du RESCAR-AOC
- **Prof Tunji AROKOYO**, Vice-Président du Conseil d'Administration du RESCAR-AOC
- **Prof Ismaïl MOUMOUNI**, Personne ressource sur le conseil agricole

Edition des fiches :

Mme Mint Mohamed Rahmatou, Chargée de Communication et de Gestion des Connaissances du RESCAR-AOC

Fiches de capitalisation des méthodes innovantes de
conseil agricole pour la mise à l'échelle des technologies et
innovations agricoles



CAPITALISATION

Documentation sur la méthode du conseil à l'exploitation familiale (CEF) ou du conseil à la gestion des exploitations agricoles (CGEA)



Août 2024



Funded by
the European Union

Note d'introduction

Cette fiche d'information a été réalisée dans le cadre de l'étude cartographique des méthodes et outils innovants de conseil agricole en Afrique de l'Ouest et du Centre. Commanditée par le CORAF (Conseil Ouest et Centre Africain pour la Recherche et le Développement Agricoles) et réalisée par le RESCAR-AOC (Réseau Ouest et Centre Africain de Conseil Agricole et Rural) dans 13 pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre, cette étude a été menée.

L'objectif général de l'étude était de constituer un répertoire descriptif des méthodes et outils innovants de conseil agricole pour la mise à l'échelle des technologies et innovations agricoles en Afrique de l'Ouest et du Centre.

Plusieurs personnes, au sein du CORAF et du RESCAR-AOC et en dehors de ces structures, dans les 13 pays de l'étude, ont contribué au succès de cette initiative. Nous exprimons notre gratitude à tous ceux qui ont contribué à cette initiative.

1. Aperçu de la méthode de conseil à l'exploitation familiale (CEF)

Le conseil à l'exploitation familiale (CEF) est une approche globale qui renforce les capacités des agriculteurs et de leurs familles à suivre leurs activités, analyser leur situation, planifier et faire des choix, et évaluer leurs résultats (Faure et al., 2004). Il s'agit donc d'une approche consultative visant à aider les agriculteurs à améliorer leur processus décisionnel et la gestion de leurs cultures, notamment en améliorant la gestion des cultures pour améliorer la sécurité alimentaire, en ajustant l'utilisation des intrants pour réduire les coûts de production, en prévoyant le budget des ménages pour éviter l'endettement et en utilisant plus efficacement la main-d'œuvre familiale (David et Cofini, 2019). Le CAF prend donc en compte les aspects techniques, économiques, sociaux et, si possible, environnementaux des activités des agriculteurs (Faure et al., 2004).

Les approches CEF ont été promues en Afrique francophone avec le soutien de la coopération française, et notamment de l'Agence française de développement (AFD), depuis près de deux décennies (Legile et Faure, 2013). Les soutiens d'autres coopérations (néerlandaise, suisse, belge) et les engagements de certains États ont également permis d'adapter l'approche CEF à différents contextes (Legile et Faure, 2013). La méthode CEF est développée dans plus de 10 pays d'Afrique francophone, dont le Bénin, le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, la Guinée, le Mali et le Sénégal en Afrique de l'Ouest et le Cameroun, le Congo et le Tchad en Afrique centrale (Dugué et Faure, 2003 ; Legile et Faure, 2013).

2. Brève description des types de bénéficiaires qui ont été soutenus par la méthode de conseil à l'exploitation familiale (CEF)

Les bénéficiaires du Conseil à l'exploitation familiale (CEF) sont des exploitations familiales comptant en moyenne 5 à 8 personnes par foyer, avec des superficies variant de 2 à 10 ha. Les principales catégories de personnes concernées sont les hommes, les femmes et les jeunes. Les systèmes de production sont des cultures mixtes, intégrant la production animale et forestière. Les principales espèces animales élevées par les agriculteurs soutenus par le CEF sont les bovins, les ovins, les caprins et la volaille. Les principales cultures produites et commercialisées par les agriculteurs soutenus dans le cadre du CEF sont les céréales et les légumineuses.

3. Importance et objectif de la méthode du conseil à l'exploitation familiale (CEF)

Le Conseil à l'exploitation familiale (CEF) a été introduit dans un contexte où les gouvernements s'étaient quelque peu désengagés de certaines actions en faveur des agriculteurs, notamment la fourniture d'intrants agricoles, la facilitation de l'accès au crédit et le soutien aux agriculteurs pour faciliter la commercialisation de leur production. Les organisations paysannes (OP) ont donc mis en œuvre des stratégies pour faciliter l'accès des agriculteurs aux intrants et au crédit. Cela a nécessité une évaluation du volume d'intrants par agriculteur et une bonne gestion des intrants mis à disposition de chaque agriculteur. La méthode CEF a donc été utilisée pour mieux gérer le soutien apporté aux agriculteurs, mais aussi pour mieux évaluer le coût de production, ce qui permettrait aux syndicats de mieux évaluer la fixation des prix de collecte de la production auprès de leurs agriculteurs.

Les objectifs de l'introduction du CEF sont principalement : (i) d'améliorer les capacités des agriculteurs à planifier les activités de leurs exploitations, (ii) d'améliorer les capacités des agriculteurs à gérer leurs exploitations, (iii) d'améliorer la rentabilité des exploitations agricoles par un choix judicieux de technologies et d'innovations en fonction des besoins des agriculteurs.

4. Méthodologie de mise en œuvre de la méthode de conseil à l'exploitation familiale (CEF)

En règle générale, les agriculteurs (un membre par ménage) se réunissent en groupe toutes les deux semaines, animés par un conseiller de vulgarisation ou un facilitateur agricole. Un cycle CEF dure en moyenne 3 ans et se déroule en six étapes : (i) diagnostic pour identifier les besoins des agriculteurs ; (ii) formation de groupe sur des pratiques agricoles sélectionnées ; (iii) formation à la gestion (planification des campagnes agricoles, gestion des stocks de céréales, planification des flux de trésorerie, comptabilité des revenus et des dépenses, etc.) ; (iv) visites de conseil individuelles à l'exploitation ; (v) analyse des résultats techniques et économiques au niveau de la parcelle et de l'exploitation par les groupes (assistée par ordinateur, dans certains cas) ; et (vi) auto-planification de la prochaine campagne agricole en fonction des résultats passés et des objectifs souhaités (David et Cofini, 2019).

Les discussions avec certains acteurs de terrain lors de la documentation de la méthode CEF ont révélé que celle-ci était initialement menée individuellement avec les agriculteurs, mais qu'elle a évolué vers une mise en œuvre en groupe pour des raisons d'efficacité et d'interaction entre les agriculteurs afin d'améliorer ses impacts. Le CEF en groupe est réalisée avec en moyenne 25 à 30 agriculteurs. Les principales activités du processus sont les suivantes :

- discussions préliminaires avec les autorités locales et les personnes ressources de la zone sur l'intervention sur le CEF afin d'obtenir leur soutien et leur adhésion ;
- sensibiliser la communauté à le CEF par le biais d'une Assemblée Générale de Village (AGV) ;
- identification des participants selon des critères définis (être agriculteur, être volontaire et s'engager à accepter les innovations, accepter de partager ses connaissances avec d'autres agriculteurs, être disponible pour être formé aux activités, etc.)
- identification des besoins des agriculteurs à travers un questionnaire (formation, équipement, technologie, financement, etc.) dans un focus group

Après ces activités préliminaires, la planification et la mise en œuvre des activités du groupe CEF sont réalisées. Celles-ci comprennent notamment les activités suivantes :

- séances de renforcement des capacités des agriculteurs relais ou des animateurs,

- séances de renforcement des capacités des membres sur : les techniques de production des cultures sélectionnées ; l'identification des technologies et innovations à promouvoir ; la gestion des greniers, etc.
- inventaire des exploitations agricoles par le biais d'un suivi et d'un appui conseil aux membres ;
- Informations sur le carnet de notes du CEF
- Retour sur les résultats.

5. Impacts de la méthode de conseil à l'exploitation familiale (CEF)

Le CEF est une méthode intégrée aux services de conseil fournis par les ONG, les OP, les sociétés cotonnières ou les agences gouvernementales et a atteint près de 100 000 agriculteurs (Legile et Faure, 2013).

Le CEF peut avoir des impacts sur l'exploitation ; ces impacts sont évalués à travers des critères de performance technique (planification de la production, gestion et organisation de l'exploitation familiale, etc.), économique (augmentation des revenus, investissements productifs) et environnemental (gestion des ressources naturelles) mais aussi sur l'agriculteur et sa famille (Grain de sel, 2019). Une étude menée au Bénin montre que le CEF a un effet positif sur les rendements et les revenus agricoles des agriculteurs (Ayena et Yabi, 2013). En effet, Ayena et Yabi (2013) ont trouvé une marge nette moyenne des agriculteurs pratiquant le CEF supérieure d'environ **32%** (91 577 francs CFA/ha) à celle des agriculteurs ne pratiquant pas le CEF (69 040 francs CFA/ha). Au Burkina Faso par exemple, la marge brute moyenne par ha par agriculteur pratiquant le CEF est respectivement d'environ **68%** pour la culture du coton, **94%** pour la culture du maïs et 6% pour la culture du sorgho par rapport aux agriculteurs qui ne pratiquent pas le CEF (Lalba, 2010). Le CEF induit donc une dynamique d'intensification de la production dans les exploitations des bénéficiaires qui parviennent à augmenter les rendements.

Français Lors de la documentation de la méthode CEF sur le terrain, les organisations qui la promeut et les bénéficiaires ont exprimé leur satisfaction quant aux effets et impacts de la méthode. Selon eux, son adoption contribue à assurer : (i) une meilleure planification des activités agricoles par les agriculteurs (ii) une meilleure évaluation des besoins en intrants agricoles par les agriculteurs, (iii) l'adoption de bonnes pratiques agricoles par le biais des capacités des agriculteurs, (iv) une meilleure structuration des OP pour la production de fumure organique en quantité suffisante pour répondre aux demandes des agriculteurs, (v) la prise en compte des besoins réels des agriculteurs dans les activités de

vulgarisation agricole, (vi) la sécurité alimentaire des exploitations et les revenus des producteurs grâce à une meilleure gestion des exploitations.

Selon les jeunes, l'agriculture est aujourd'hui devenue une activité économique et rien n'est laissé au hasard. La méthode CEF leur permet d'obtenir des informations utiles pour évaluer la rentabilité économique de leurs activités agricoles. Hommes et femmes apprécient également la méthode CEF, ce qui, selon eux, leur permet d'améliorer leurs compétences en gestion d'exploitation.

Selon certaines structures de conseil, le CEF a permis une amélioration des rendements agricoles. Par exemple, pour l'USCCPA au Burkina Faso, les rendements du maïs sont passés de 2 à 2,5 tonnes/ha ; de 1 à 1,2 tonne/ha pour le sorgho ; et de 200 à 450 kg/ha pour le niébé. Ces améliorations résultent, entre autres, de l'adoption d'itinéraires techniques de production et de bonnes pratiques de production et de post-récolte, ainsi que de l'adoption de semences améliorées.

Lors des groupes de discussion, les agriculteurs ont confirmé ces augmentations de rendement qui, selon eux, sont liées à l'adoption d'itinéraires techniques et de variétés améliorées, ainsi qu'à l'utilisation de fumure organique. Selon eux, les rendements du maïs sont passés de 1 t/ha à 2,5 t/ha ; de 400 kg à 1 t/ha pour le niébé ; et de 800 kg à 1,5 t/ha pour le sorgho.

6. Technologies et innovations promues par la méthode du conseil à l'exploitation familiale (CEF)

Des retours satisfaisants ont été reçus des structures de conseil et des agriculteurs concernant l'adoption de technologies et d'innovations agricoles par le biais du CEF.

Selon les structures de conseil agricole qui promeuvent la méthode, la mise en œuvre du CEF comme méthode de conseil agricole a favorisé chez les bénéficiaires :

- l'adoption de variétés améliorées,
- le respect des itinéraires techniques de production,
- l'adoption de bonnes pratiques de production et de post-récolte,
- l'adoption de certaines techniques et/ou technologies dont la fertilisation organo-minérale, la technique du microdosage, l'agriculture de conservation (scarification, rotation et association de cultures), les cultures fourragères (bracharia, mucuna, pois d'Angole, andropogon gayanus, etc.).

- l'acquisition de compétences sur la gestion rationnelle des ressources financières de l'exploitation, etc.

D'après les retours des hommes lors du focus group, le CEF leur a permis d'adopter des itinéraires techniques de production et des semences améliorées ; d'évaluer le coût de production et de faire le point ; de produire de la fumure organique et de l'utiliser ; de connaître et d'utiliser des produits phytosanitaires homologués.

Selon les femmes, le CEF leur a permis de connaître et d'acquérir des variétés à cycle court de maïs, de niébé et d'arachide ; de mieux maîtriser l'élevage (entretien du poulailler, hygiène et produits vétérinaires) ; de produire et d'utiliser la fumure organique ; de mieux vendre le niébé (vente au kilogramme) ; de maîtriser l'itinéraire du niébé et l'utilisation des sacs Purdue Improved Crop Storage (PICS).

Pour les jeunes, l'approche CEF leur a permis d'apprendre le microdosage ; de moins perturber le sol (labour réduit) ; de produire de la fumure organique ; d'utiliser des produits phyto biologiques à base de piment, de gingembre (1kg/produit avec 5L d'eau enfermés pendant 4 jours, ajouter 10L d'eau, après 15 jours répartir dans 1L dans 13L) ; de connaître et d'utiliser des variétés améliorées de maïs et de soja ; de produire des comptes d'exploitation.

7. Coûts moyens de mise en œuvre de la méthode de conseil à l'exploitation familiale (CEF)

Les coûts de mise en œuvre du CEF comprennent les salaires et les indemnités des conseillers et des gestionnaires du CEF, le développement des outils et des méthodes, et la mise en œuvre des activités de soutien (David et Cofini, 2019). Le coût moyen des programmes CEF en Afrique est de 20 à 80 USD/agriculteur/an, y compris les salaires et les coûts de fonctionnement des animateurs, la formation des animateurs et la supervision (David et Cofini, 2019). Le recours à des animateurs pour la mise en œuvre du programme peut réduire considérablement les coûts de mise en œuvre (Faure et al. 2015). En effet, pour les programmes CEF qui combinent plus fortement « conseil technique de groupe pour les personnes analphabètes » et « conseil en gestion pour les personnes alphabétisées » ou qui mobilisent fortement les animateurs agriculteurs, le coût de consultation varie entre 2 et 20 USD/an/agriculteur en termes de conseil (Legile et Faure, 2013).

Les discussions avec certains acteurs promoteurs de la méthode lors de la phase de documentation nous ont permis de comprendre que les coûts de mise en œuvre de la méthode varient d'une structure à l'autre. Cependant, certains coûts sont pris en compte

dans les calculs de la majorité des structures, notamment : le coût de la restauration des agriculteurs lors des réunions communautaires, le coût des incitations pour les facilitateurs endogènes chargés du suivi des agriculteurs, le coût des visites guidées sur le terrain et le coût des ateliers d'évaluation et de restitution des résultats. Par exemple, dans le cas de l'USCCPA au Burkina Faso, le coût par bénéficiaire pour le déploiement d'une CEF individuelle varie de 75 000 à 100 000 FCFA/participant pour un cycle de trois ans et de 5 000 à 10 000 FCFA/participant pour une CEF en groupe pour un cycle d'un an avec possibilité de renouvellement.

8. Forces et faiblesses de la méthode de conseil à l'exploitation familiale (CEF)

Les principales forces et faiblesses de la méthode de conseil à l'exploitation familiale identifiées lors des ateliers nationaux de discussion et d'évaluation et lors des phases d'entretiens de documentation des méthodes et outils sont :

Avantages de la méthode CEF

- obtenir des données de qualité pour une bonne gestion agricole
- sensibilisation des bénéficiaires à la bonne gestion de leurs exploitations
- diffusion facile des technologies aux agriculteurs avec le CEF.

Limites de la méthode CEF

La principale limitation du CEF est liée au coût élevé de l'approche individuelle.

9. Conditions préalables à la réussite et rôles des différents acteurs dans la réussite de la méthode de conseil à l'exploitation familiale (CEF)

Les facteurs critiques pour le succès du CEF sont liés au renforcement des capacités, au partage d'expériences, à la fourniture d'intrants et d'équipements à crédit aux bénéficiaires, à l'accès facile aux nouvelles technologies.

La recherche et les services techniques ont contribué au succès du CEF en facilitant l'accès aux technologies et aux innovations. L'engagement des agriculteurs dans la conduite de leurs activités afin de vivre dignement de leur métier d'agriculteur a également contribué à ce succès.

Les messages clés ont été formulés par les structures en utilisant l'approche CEF, notamment les suivants :

- la méthode CEF permet de sensibiliser les agriculteurs à la gestion de leur exploitation et au choix judicieux des cultures ;

- Le CEF réalisée en groupe est moins coûteuse et favorise la diffusion des innovations et des technologies agricoles ;
- la mobilisation des facilitateurs endogènes dans le système CEF est moins coûteuse que le recrutement de techniciens pour les facilitations ;
- le partage d'expérience renforce les compétences et la motivation des agriculteurs du CEF ;
- pour une bonne appropriation de la gestion des exploitations, il est nécessaire d'accompagner les bénéficiaires de chaque CEF pendant trois ans ;
- la mise en place d'outils de gestion doit se faire progressivement, en commençant par des outils simplifiés et adaptés au départ, qui seront renforcés au fil du temps.

Bibliographie

Ayena M., et Yabi AJ, 2013. Effets du conseil à l'exploitation familiale (CEF) sur les performances économiques des exploitations bénéficiaires à Banikoara au Nord-Bénin. (Effets des services de conseil à l'exploitation familiale (CEF) sur la performance économique des exploitations bénéficiaires à Banikoara, Nord Bénin). Présenté à la 4ème Conférence internationale de l'Association africaine d'économie agricole, 22-25 septembre 2013, Hammamet, Tunisie, 14p.

David S., et Cofini, F., 2019. Un guide d'aide à la décision entre les diverses méthodes du conseil agricole. (Un guide d'aide à la décision entre les différentes méthodes de conseil agricole). Rome. FAO. 64 p.

Dugué P., et Faure G., 2003. Le conseil à l'exploitation familiale. Actes de l'atelier sur le conseil aux exploitations agricoles en Afrique de l'Ouest et du Centre, 19-23 novembre 2001, Bohicon, Bénin. Montpellier, France, Cirad, Colloques, 78p.

Faure G., et Dugué P., et Beauval V., 2004. Conseil à l'exploitation familiale : Expériences en Afrique de l'Ouest et du Centre. Ouvrages parus dans la collection « Guide pratique », 123p. (*Conseil aux exploitations agricoles familiales: Expériences en Afrique de l'Ouest et du Centre. Ouvrages publiés dans la collection « Guide pratique », 123 p..*

Faure G., Pautrizel L., de Romémont A., Toillier A., Odru M. & Havard M., 2015. Conseils de gestion pour les exploitations familiales afin de renforcer les compétences

entrepreneuriales. Notes de bonnes pratiques du GFRAS pour les services de vulgarisation et de conseil, note 8. GFRAS, Lindau, Suisse.

Grain de sel, 2019.Évaluer le conseil à l'exploitation familiale. Grain de sel n° 77 - Janvier - juin 2019, pages 32-33.

Lalba A., 2010.Évaluation de l'impact / effets du conseil à l'exploitation familiale dans la zone d'intervention de la SNV. Rapport d'enquête, 65p (Evaluation de l'impact/effets des conseils aux exploitations familiales de la zone d'intervention de la SNV. Rapport d'enquête, 65p).

Legile A., et Faure G., 2013.Le conseil à l'exploitation familiale en Afrique francophone en 2013 : une démarche novatrice ancrée dans les réalités paysannes. 18h. (Le conseil à l'exploitation familiale en Afrique francophone en 2013 : une approche innovante ancrée dans les réalités rurales. 6p.)





CAPITALISATION

Documentation sur la méthode de démonstration



Août 2024



Funded by
the European Union

Note d'introduction

Cette fiche d'information a été réalisée dans le cadre d'une étude visant à cartographier les méthodes et outils innovants en matière de conseil agricole en Afrique de l'Ouest et du Centre. Commandée par le CORAF/WECARD (Conseil Ouest et Centre Africain pour la Recherche et le Développement Agricoles) et réalisée par le RESCAR-AOC (Réseau Ouest et Centre pour le Conseil Agricole et Rural) dans 13 pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre, cette étude a été menée.

L'objectif général de l'étude était de compiler un répertoire descriptif des méthodes et outils innovants de conseil agricole pour la mise à l'échelle des technologies et innovations agricoles en Afrique de l'Ouest et du Centre.

Plusieurs personnes au sein du CORAF, du RESCAR-AOC et d'autres acteurs, répartis dans les 13 pays couverts par l'étude, ont contribué au succès de cette initiative. Nous exprimons notre gratitude à tous ceux qui ont contribué à cette initiative.

1. Aperçu de la méthode de démonstration

La démonstration est l'une des méthodes de vulgarisation les plus courantes. Elle consiste à présenter une technique ou une compétence, un intrant, une pratique ou une technologie, ainsi que ses avantages potentiels, à un public cible. Certains experts distinguent les démonstrations de méthodes, qui montrent comment mettre en œuvre une pratique ou utiliser une technologie, et les démonstrations de résultats, qui comparent une pratique recommandée à une pratique existante. Il s'agit d'une méthode très flexible, utilisable ponctuellement ou sur une période prolongée, selon les objectifs. Le lieu et l'échelle étant importants pour une visibilité maximale, les démonstrations peuvent avoir lieu dans le champ d'un agriculteur, dans un centre de ressources agricoles, sur une parcelle communale ou dans un champ d'école. Les démonstrations peuvent être animées par des agriculteurs (démonstrations participatives) ou des conseillers en vulgarisation et organisées par divers types d'organisations (services publics de vulgarisation, ONG, acteurs du secteur privé) (GIZ, 2020). Les démonstrations font partie intégrante d'autres méthodes de vulgarisation, telles que les écoles pratiques d'agriculture, les clubs de vidéo projection et les ateliers communautaires.

2. Brève description des types de bénéficiaires soutenus par la méthode de démonstration

La méthode de démonstration s'adresse à toutes les catégories de producteurs (exploitations familiales, agro-industries) et s'adapte à tous les profils (culture, élevage, foresterie). Très pratique, elle ne requiert aucune connaissance de l'anglais, ni même aucune connaissance de l'anglais.

3. Nécessité et objectif de la méthode

Les méthodes de démonstration permettent de montrer et d'expliquer oralement une technique ou une pratique, sans nécessiter de compétences en lecture ou en écriture (David et Cofini, 2019). Cette méthode offre donc une certaine flexibilité temporelle et ne nécessite pas de savoir lire et écrire pour être efficace. Le thème de la démonstration dépend des problèmes à résoudre par les producteurs et de leur niveau de connaissances ou d'expérience (GIZ, 2020).

Des démonstrations ont été développées pour répondre aux défis liés à : (i) la réticence des agriculteurs à adopter certaines technologies et innovations agricoles, (ii) la diffusion limitée et localisée de certaines technologies et innovations agricoles, et (iii) le nombre limité de producteurs qui possèdent des connaissances et ont adopté de nouvelles méthodes innovantes de production, de conservation et de transformation des produits agrosylvopastoraux.

4. Méthodologie de mise en œuvre de la méthode de démonstration

La mise en œuvre de la méthode de démonstration suit les étapes suivantes :

- Mise en place d'une équipe technique : Une équipe spécialisée est constituée pour gérer la mise en œuvre de la démonstration.
- Diagnostic participatif : Une analyse diagnostique est réalisée en collaboration avec les parties prenantes pour identifier les besoins et les priorités des producteurs.
- Identification des innovations et des technologies : Les innovations, technologies ou techniques à démontrer sont sélectionnées en fonction des besoins identifiés.
- Planification des activités : Les dates de mise en œuvre de la démonstration sont planifiées.
- Préparation de la démonstration : Des activités préparatoires, incluant la logistique et l'organisation de la démonstration, sont réalisées.

- Mobilisation des équipements et intrants : Les équipements, outils et intrants nécessaires sont rassemblés.
- Préparation du site : Les parcelles de démonstration sont délimitées et aménagées ; dans le cas du bétail, le troupeau de démonstration est identifié.
- Déroulement de la démonstration : La démonstration est réalisée selon le plan établi.
- Suivi et évaluation : L'avancement de la démonstration est suivi et évalué pour mesurer son impact et son efficacité.

5. Impacts de la méthode de démonstration

Le nombre de producteurs formés grâce aux parcelles de démonstration et aux démonstrations d'élevage dépend souvent des programmes spécifiques en place dans chaque région ou pays. Il n'existe pas de chiffre unique, car il varie selon les initiatives agricoles et les programmes de formation proposés. En général, ces projets visent à former un nombre important de producteurs à l'amélioration des techniques culturales et d'élevage.

Les parcelles de démonstration et les démonstrations d'élevage jouent un rôle crucial dans la promotion de pratiques agricoles durables. Elles permettent aux agriculteurs d'observer directement les bénéfices de techniques innovantes et de diversifier leurs cultures grâce à des méthodes éprouvées, contribuant ainsi à l'amélioration de la santé des sols et encourageant des pratiques agricoles plus durables. Les résultats obtenus sur ces sites de démonstration surpassent souvent ceux des pratiques conventionnelles, favorisant ainsi une adoption plus large de méthodes avantageuses (David et Cofini, 2019).

L'utilisation de technologies et d'innovations agricoles par le biais de démonstrations a permis aux producteurs d'améliorer leurs rendements – avec des augmentations allant de 5 % à 50 % – ainsi que d'accroître leurs revenus de plus de 10 %.

6. Technologies et innovations promues par la méthode

Plusieurs technologies et innovations ont été promues par le biais de démonstrations.

Parmi celles-ci :

- Compostage;
- Bokashi (compostage fermenté pour la décomposition rapide de la matière organique) ;

- Biopesticides et insecticides biologiques (utilisant des solutions naturelles telles que le bouillon de cendres, le bouillon de soufre et de chaux et les pesticides à base de feuilles de neem pour lutter contre les parasites) ;
- Agroforesterie (intégration d'arbres pour améliorer la biodiversité et prévenir l'érosion) ;
- Biochar (ajout de charbon de bois pour améliorer la rétention d'eau et la disponibilité des nutriments) ;
- Cultures intercalaires;
- Fertilisation organo-minérale;
- Semences améliorées; etc.

7. Coûts moyens de mise en œuvre de la méthode de démonstration

Les coûts associés à la méthode de démonstration comprennent la formation des conseillers de vulgarisation, le matériel et les intrants nécessaires à la démonstration, les coûts d'entretien et les activités de suivi. Selon Ramaratsialonina et Francillette (2011), le coût moyen de l'accompagnement pour la réalisation d'une démonstration est de 34 000 Ar (Ariary malgache), soit environ 12,2 €. Les démonstrations d'élevage coûtent généralement plus cher que les parcelles de démonstration, car elles nécessitent souvent davantage d'équipements et d'infrastructures (Ramaratsialonina et Francillette, 2011).

8. Forces et limites de la méthode

Les principaux points forts et limites de la méthode de démonstration, tels qu'identifiés lors des ateliers nationaux de discussion et d'évaluation et lors des entretiens de terrain sur les méthodes et les outils, sont les suivants :

Points forts :

- Disponibilité d'un espace suffisant pour réaliser des démonstrations.
- Présence de techniciens qualifiés pour animer les démonstrations.
- Un grand enthousiasme parmi les producteurs pour la méthode.
- Disponibilité du matériel et des outils nécessaires aux démonstrations.
- Un environnement politique de plus en plus propice aux services de conseil agricole.

Limites :

- La disponibilité d'un espace sécurisé pour la parcelle « mère de démonstration » (la parcelle de démonstration principale utilisée pour la formation de tous les agriculteurs) peut être une contrainte.
- La sélection des agriculteurs qui dirigeront les démonstrations peut soit faciliter, soit limiter la mise à l'échelle des technologies développées grâce à la démonstration.

9. Conditions préalables au succès et rôle des différentes parties prenantes

Le succès de la méthode de démonstration est dû en grande partie à l'adéquation étroite des thématiques abordées avec les défis et besoins réels des agriculteurs. Les sujets abordés incluent des questions cruciales telles que la fertilité des sols, la restauration des terres dégradées, l'adaptation au changement climatique, les semences améliorées à cycle court, l'amélioration génétique des races animales, etc. La méthodologie participative, qui comprend des formations pratiques, des retours d'expérience entre pairs et un engagement actif des producteurs, a été déterminante pour le succès de la méthode. La qualité et l'implication des techniciens jouent également un rôle crucial dans la qualité de la formation.

Pour que la méthode soit efficace, plusieurs conditions préalables doivent être réunies. Premièrement, les agriculteurs doivent être impliqués et proactifs ; deuxièmement, des techniciens qualifiés doivent être disponibles pour piloter le processus ; et troisièmement, l'équipement et les intrants nécessaires à la réalisation des activités doivent être accessibles. De plus, les agriculteurs participant à ces démonstrations doivent être capables de les reproduire avec leurs pairs.

Les enseignements tirés des expériences de démonstration montrent que la réussite de la méthode nécessite la mobilisation de tous les acteurs concernés, notamment les producteurs, les techniciens agricoles et les partenaires. La formation des agriculteurs chefs de file ou des formateurs internes s'est avérée essentielle, car elle facilite le transfert des connaissances et l'adoption des pratiques recommandées.

Pour les décideurs politiques et les organismes de conseil agricole, il est essentiel de promouvoir une approche participative et collaborative en renforçant les synergies entre les différents acteurs et en soutenant activement les agriculteurs dans la mise en œuvre de nouvelles pratiques par le biais de démonstrations.

Les principaux enseignements et messages tirés de la mise en œuvre des démonstrations sont les suivants : (i) l'importance de la convergence entre les acteurs pour la diffusion des

technologies ; (ii) l'adaptation du contenu aux besoins locaux pour faciliter l'adoption des technologies ; (iii) la formation et le renforcement des capacités des acteurs sur les technologies promues par la démonstration sont nécessaires à l'adoption et à la diffusion ; (iv) l'accès à l'information en temps opportun suscite l'intérêt des producteurs pour la méthode et les technologies promues ; (v) l'intégration du retour d'information est essentielle pour l'amélioration continue de la méthode.

Bibliographie

David S., et Cofini, F., 2019.Un guide d'aide à la décision entre les diverses méthodes du conseil agricole. Rome. FAO. 64p

GIZ, 2020.Guide d'animation de démonstration pour la formation des animateurs endogènes en petite irrigation. GIZ, Novembre 2020 (Guide d'animation de démonstration pour la formation d'animateurs endogènes en petite irrigation. GIZ, novembre 2020), 13p.

Ramaratsialonina C., et Francillette H., 2011.Parcelles et élevages de démonstration : capitalisation d'expériences dans trois régions de Madagascar. Association FERT, Confédération FIFATA. 17h. (Parcelles et fermes de démonstration : capitaliser sur l'expérience de trois régions de Madagascar. Association FERT, Confédération FIFATA. 17p.)





CAPITALISATION

Documentation sur la méthode des champs écoles paysans (champs écoles des producteurs ou champs écoles agro-pastoral)



Août 2024



Funded by
the European Union

Note d'introduction

Cette fiche d'information a été réalisée dans le cadre d'une étude visant à cartographier les méthodes et outils innovants en matière de conseil agricole en Afrique de l'Ouest et du Centre. Commandée par le CORAF/WECARD (Conseil Ouest et Centre Africain pour la Recherche et le Développement Agricoles) et réalisée par le RESCAR-AOC (Réseau Ouest et Centre pour le Conseil Agricole et Rural) dans 13 pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre, cette étude a été menée.

L'objectif général de l'étude était de compiler un répertoire descriptif des méthodes et outils innovants de conseil agricole pour la mise à l'échelle des technologies et innovations agricoles en Afrique de l'Ouest et du Centre.

Plusieurs personnes au sein du CORAF, du RESCAR-AOC et d'autres acteurs, répartis dans les 13 pays couverts par l'étude, ont contribué au succès de cette initiative. Nous exprimons notre gratitude à tous ceux qui ont contribué à cette initiative.

1. Aperçu de la méthode

Les champs-écoles paysans (CEP) et les champs-écoles agropastoraux (CAAP) sont deux variantes de la méthode des champs-écoles paysans. Le CEP est principalement axé sur la production végétale (agriculture), tandis que le CEAP intègre trois composantes : l'agriculture, l'élevage et l'environnement. Selon la FAO, les premiers champs-écoles paysans (CEP) ont été lancés en Asie à la fin des années 1980. Le champ-école représente une innovation majeure dans le domaine des services de conseil. Le terme a été utilisé pour la première fois en 1989 en Indonésie, lorsque la collaboration entre l'IRRI et la FAO a conduit à une nouvelle approche de la vulgarisation participative sur le terrain (Duveskog, 2013). Il s'agit d'une approche participative de la formation et des services de conseil, fondée sur l'expérimentation collective de systèmes de culture innovants (Bakker et al., 2022). Les champs-écoles ont été promus sur tous les continents, et il existe désormais des champs-écoles paysans dans plus de 90 pays. <https://www.fao.org/farmer-field-schools/overview/fr/>). L'APFS, qui est également une initiative de la FAO, a été lancé en 2018 grâce au financement du Fonds pour l'environnement mondial (FEM).

2. Brève description des types de bénéficiaires soutenus par la méthode des champs-écoles paysans

La méthode des champs-écoles paysans est généralement utilisée pour soutenir les exploitations familiales d'une taille moyenne comprise entre 0,5 et 3 hectares. Cette méthode est inclusive et prend en compte les hommes, les femmes et les jeunes. Il existe des groupes mixtes (hommes et femmes), ainsi que des groupes exclusivement masculins ou féminins.

La méthode FFS est mise en œuvre dans des chaînes de valeur diversifiées, notamment la production animale (volaille, petits ruminants), la production végétale (céréales, légumineuses, maraîchage) et la foresterie (arboriculture).

3. Nécessité et objectif de la méthode des champs-écoles paysans

La méthode des champs-écoles paysans est nécessaire pour répondre aux défis de production courants auxquels sont confrontées les communautés, tels que les faibles rendements agricoles, la protection phytosanitaire des cultures, la santé alimentaire et animale, le manque de connaissances ou l'adoption limitée des technologies et innovations agricoles, etc.

L'objectif principal de l'école de terrain est donc d'améliorer l'adoption des innovations agricoles afin d'accroître la productivité des cultures et de renforcer la résilience des agriculteurs face au changement climatique. Cet objectif est atteint en améliorant les compétences des agriculteurs afin qu'ils puissent adapter leurs pratiques et faire évoluer leurs exploitations vers des systèmes de production plus durables (Bakker et al., 2022).

4. Méthodologie de mise en œuvre de la méthode des champs-écoles paysans

La mise en œuvre de la méthode des Champs-Écoles Paysans comporte plusieurs étapes, dont principalement :

- Organiser une réunion préparatoire : dialoguer avec les autorités locales et la communauté pour présenter le projet et obtenir leur soutien ou leur adhésion.
- Exploration/diagnostic sur le terrain ou évaluation participative rapide : réalisation d'une enquête initiale auprès des agriculteurs pour identifier les besoins, les défis et les opportunités de la zone.

- Déterminer les options à considérer : sélectionner les pratiques ou innovations à tester sur les Parcelles d'Apprentissage (PA) et les Parcelles d'Étude Spéciales (PES).
- Constitution du groupe de producteurs : création d'un groupe de 20 à 25 personnes, divisé en 5 à 6 sous-groupes composés de participants volontaires et motivés.
- Elaboration d'un règlement intérieur : établir conjointement avec le groupe les règles de participation et de fonctionnement.
- Identifier un facilitateur local : choisir un facilitateur local pour servir de mobilisateur et d'intermédiaire.
- Élaboration d'un plan d'action et d'un plan de soutien : définition d'un plan détaillé décrivant les activités à entreprendre, les responsabilités et le calendrier des réunions.
- Choix de la culture et finalisation du protocole : sélection de la culture à expérimenter et finalisation des protocoles de mise en place et de gestion du champ-école.
- Délimitation et aménagement des parcelles : délimitation des parcelles d'apprentissage et des parcelles de pratiques habituelles des agriculteurs. Les cultures sont ensuite plantées avec l'agriculteur, sous la supervision d'un animateur ayant suivi l'apprentissage des meilleures pratiques.
- Animation de modules hebdomadaires : animation d'ateliers et de séances d'apprentissage avec le groupe chaque semaine pour discuter des progrès, des défis et des leçons apprises.
- Collecte de données pour analyse comparative : suivi et collecte de données sur la production, les rendements et les aspects économiques des parcelles.
- Analyse comparative des résultats : comparer les résultats pour évaluer la valeur ajoutée des nouvelles pratiques testées par rapport aux pratiques traditionnelles. Cette évaluation permet d'identifier les bénéfices potentiels et de sélectionner les meilleures options à adopter.

5. Impacts de la méthode des champs-écoles paysans

La méthode des champs-écoles paysans a un impact positif sur les communautés rurales. Sa mise en œuvre permet aux agriculteurs de mener des activités (formation sur le terrain par l'observation des cultures, des sols et des ravageurs ; expérimentation ; partage de

connaissances et de savoir-faire) qui leur permettent de « résoudre leurs problèmes par eux-mêmes » (Bakker et al., 2022).

Des milliers d'agriculteurs ont été formés aux technologies et innovations agricoles grâce à la méthode des champs-écoles paysans. À cet égard, selon la FAO, les champs-écoles paysans ont contribué à renforcer les compétences de plus de 4 millions d'agriculteurs, d'éleveurs et de pêcheurs dans le monde. <https://www.fao.org/farmer-field-schools/overview/fr/>). Plus de 60 000 petits exploitants agricoles ont été formés, dont 30 % sont des femmes, et 900 facilitateurs ont été formés à la méthode au Mali, tandis que plus de 25 000 agriculteurs ont été atteints au Togo, selon la documentation de l'étude de cas.

En agriculture, les champs-écoles paysans ont contribué à accroître les rendements des cultures et à maintenir le potentiel productif des ressources naturelles disponibles, notamment le sol, la végétation et l'eau (FAO, 2003). Cela s'est traduit par une amélioration des rendements. Au Mali, par exemple, les champs-écoles paysans ont entraîné une augmentation de **25 %** des rendements du riz et de **40 %** du revenu brut. Pour le coton, le revenu brut a augmenté de **54 %**. Ces améliorations des rendements et des revenus ont également été soulignées par les producteurs lors des groupes de discussion sur place. Selon eux, selon les zones d'intervention, les rendements ont doublé ou triplé. L'augmentation des revenus, résultant de l'amélioration des rendements, varie d'environ **30 à 50 %**.

6. Technologies et innovations promues par la méthode des champs-écoles paysans

Plusieurs technologies et innovations ont été promues grâce à la méthode des Champs-écoles paysans. Parmi celles-ci, on peut citer :

- Gestion intégrée de la fertilité des sols (GIFS)
- Gestion intégrée de la production et des ravageurs (GIPD) : le cas de la chenille légionnaire d'automne
- Gestion intégrée de la fertilité des sols, de l'eau et des ravageurs par les champignons (GIFERC)
- Le système de riziculture intensive (SRI)
- Gestion intégrée des mauvaises herbes (utilisation rationnelle des pesticides, contrôle du Striga, etc.)

- L'utilisation d'inoculum dans la culture du soja pour favoriser une meilleure fixation de l'azote et réduire la dépendance aux engrais chimiques
- Protection et amélioration de la base productive (travaux CES/DRS), ainsi que des techniques culturales (densité de semis, traitement phytosanitaire)
- Intégration de l'agriculture et de l'élevage (agroforesterie) ; etc.

7. Coûts moyens de mise en œuvre de la méthode des champs-écoles paysans

Les coûts associés à la mise en œuvre de l'approche des écoles de terrain varient considérablement. Selon David et Cofini (2019), ces variations dépendent du sujet et de la durée du cycle d'école de terrain, et incluent l'évaluation des besoins, l'élaboration du programme, la formation d'un formateur expert et des animateurs, les coûts de fonctionnement des écoles de terrain (tels que le matériel), la supervision des animateurs et les coûts supplémentaires liés à l'institutionnalisation. Le coût moyen d'une école de terrain est de 56 USD par participant, bien que la plupart des écoles de terrain coûtent entre 20 et 40 USD par participant (David et Cofini, 2019).

8. Forces et limites de la méthode des champs-écoles paysans

Les principaux atouts et limites de la méthode des Champs-écoles paysans, tels qu'identifiés lors des ateliers nationaux de discussion et d'évaluation et lors des entretiens pour la documentation des méthodes et des outils, sont les suivants :

Points forts de la méthode des champs-écoles paysans

- Approche participative : elle implique directement les agriculteurs dans le processus d'apprentissage, renforçant ainsi leur implication et leur sentiment d'appropriation.
- Apprendre en faisant : cela permet aux agriculteurs d'apprendre par l'expérience directe, ce qui conduit à une meilleure compréhension des connaissances.
- Prise en compte des points de vue des agriculteurs : Les préoccupations et suggestions des producteurs sont prises en compte, garantissant que la formation et les solutions proposées répondent directement à leurs besoins réels.
- Intégration de pratiques locales éprouvées : Elle valorise les savoir-faire locaux tout en introduisant de nouvelles techniques adaptées.

Limites de la méthode des champs-écoles paysans

- Le coût de mise en œuvre par bénéficiaire direct est élevé ;
- Limitation du nombre de bénéficiaires directs (25 à 30 agriculteurs par groupe) : Le nombre d'agriculteurs touchés par groupe reste limité, ce qui peut restreindre l'impact à grande échelle ;
- Impact des aléas climatiques : La sécheresse et la variabilité des précipitations peuvent perturber les activités des écoles de terrain et, en particulier, celles des agriculteurs, affectant ainsi les résultats de la méthode.

9. Conditions préalables à la réussite et rôle des différentes parties prenantes dans la réussite de la méthode des champs-écoles paysans

La réalisation d'un diagnostic participatif et l'adoption d'une démarche de co-construction ont contribué au succès de la méthode des Champs-Écoles Paysans.

Ces deux conditions ont été cruciales pour créer un environnement d'apprentissage collaboratif et inclusif. Le diagnostic participatif a permis une compréhension approfondie des enjeux locaux, tandis que la co-construction a renforcé l'engagement et la motivation des agriculteurs. En garantissant des solutions adaptées aux contextes locaux et en impliquant les agriculteurs à chaque étape du processus, la méthode a permis d'établir des mécanismes d'apprentissage efficaces et durables.

Le succès de la méthode des champs-écoles paysans (CEP) dépend de plusieurs rôles joués par les politiques gouvernementales, l'environnement institutionnel et diverses parties prenantes, y compris les agriculteurs.

Les pouvoirs publics jouent un rôle crucial en fournissant les ressources nécessaires aux services de conseil agricole. Cela inclut l'amélioration des moyens financiers et logistiques pour faciliter le déploiement de la méthode à grande échelle. Une politique de soutien claire et des investissements adéquats sont essentiels pour une diffusion efficace de la méthode dans tout le pays.

Les agriculteurs doivent être activement impliqués dans la mise en œuvre de la méthode. Leur engagement est essentiel à l'adoption et à la pérennité des pratiques enseignées. Leur contribution en temps, en ressources (comme la mise à disposition de terres ou

d'équipements) et leur participation active aux activités sont essentielles au succès et à l'impact de la méthode.

Les partenaires techniques et financiers, tels que les ONG, les fournisseurs d'intrants et divers projets, apportent le soutien technique, financier et logistique indispensable au succès de la méthode. Leur collaboration contribue à élargir l'accès aux ressources, aux innovations et aux réseaux nécessaires à sa mise en œuvre et à sa diffusion.

Bibliographie

Bakker T., Dugué P., Ktia Roesch K., Phillips S., et Poirot, A.-S., 2022. Comment utiliser la démarche champ-école pour accompagner les transitions agroécologiques des agricultures familiales des pays du Sud ? Recommandations pour les facilitateurs.rice.s des champs-écoles, concepteur.rice.s et responsables de projets de développement agricole. Rome (Comment utiliser l'approche champs-écoles pour accompagner les transitions agroécologiques des agricultures familiales dans les pays du Sud ? Recommandations aux animateurs des champs-écoles, aux concepteurs de terrain et aux porteurs de projets de développement agricole. Rome).<https://doi.org/10.4060/cb9920fr>

David S., et Cofini, F., 2019. Un guide d'aide à la décision entre les diverses méthodes du conseil agricole. (Un guide pour vous aider à choisir parmi les différentes méthodes de conseil agricole.) Rome. FAO. 64p

Duveskog D., 2013. Les champs-écoles paysans, un espace d'apprentissage transformateur en milieu rural africain. Doctorat, Département de développement urbain et rural, Université suédoise des sciences agricoles.

FAO, 2003. Manuel de formation pour les vulgarisateurs et les paysans III. Champs écoles Paysans (CEP). Archives de documents de la FAO ». Département de l'agriculture (Manuel de formation pour les agents de vulgarisation et les agriculteurs III. Champs-écoles paysans sur le terrain (FFS). Archives documentaires de la FAO ». Département de l'agriculture), 2003

Waddington H., et White H., 2014. Champs-écoles paysans : de la vulgarisation agricole à l'éducation des adultes, 3ie Systematic Review Summary 1. Londres, International Initiative for Impact Evaluation (3ie).

Webographie: <https://www.fao.org/farmer-field-schools/overview/fr/>, Consulté le 21 janvier 2025 à 13h30





CAPITALISATION

Documentation sur la méthode de la plateforme d'innovation (PI)



Août 2024



Funded by
the European Union

Note d'introduction

Cette fiche d'information a été réalisée dans le cadre d'une étude visant à cartographier les méthodes et outils innovants en matière de conseil agricole en Afrique de l'Ouest et du Centre. Commandée par le CORAF/WECARD (Conseil Ouest et Centre Africain pour la Recherche et le Développement Agricoles) et réalisée par le RESCAR-AOC (Réseau Ouest et Centre pour le Conseil Agricole et Rural) dans 13 pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre, cette étude a été menée.

L'objectif général de l'étude était de compiler un répertoire descriptif des méthodes et outils innovants de conseil agricole pour la mise à l'échelle des technologies et innovations agricoles en Afrique de l'Ouest et du Centre.

Plusieurs personnes au sein du CORAF, du RESCAR-AOC et d'autres acteurs, répartis dans les 13 pays couverts par l'étude, ont contribué au succès de cette initiative. Nous exprimons notre gratitude à tous ceux qui ont contribué à cette initiative.

1. Présentation de la méthode de la plateforme d'innovation

Une plateforme d'innovation agricole (PI) peut être définie comme un réseau réunissant des parties prenantes, en présentiel, virtuellement ou via un format hybride (présentiel et virtuel), afin de générer des innovations techniques ou organisationnelles en facilitant les collaborations et les partenariats. Les plateformes d'innovation permettent de rassembler d'autres acteurs ruraux et diverses parties prenantes, telles que les agriculteurs, les commerçants, les agro-industriels, les prestataires de services, les chercheurs et les représentants des gouvernements, afin d'identifier des solutions à des défis communs, de mettre en œuvre des activités visant des objectifs communs, et de négocier et coordonner leurs efforts. Cette méthode est couramment utilisée par les organismes de recherche agricole, les agences de développement, les ONG et les gouvernements locaux et nationaux.

Les plateformes d'innovation peuvent être temporaires ou permanentes et être établies à différents niveaux : local, national ou sectoriel, par exemple au sein d'une chaîne de valeur ou d'un secteur économique spécifique (Posthumus et Wongtschowski, 2014). Elles peuvent se concentrer sur un domaine thématique unique, comme un produit spécifique, ou aborder des sujets plus larges, comme la gestion des ressources naturelles, le renforcement des processus décisionnels, la sensibilisation et les interventions ciblées.

Les plateformes d'innovation performantes nécessitent une facilitation compétente et neutre, assurée soit par le personnel de l'organisation initiatrice, soit par un facilitateur externe. Le rôle du facilitateur comprend la gestion de la communication, la résolution des conflits, l'amélioration de la dynamique de groupe, la documentation des activités, le renforcement des capacités et la promotion du changement institutionnel.

2. Brève description des bénéficiaires soutenus par la méthode de la plateforme d'innovation

La méthode de la plateforme d'innovation soutient principalement les exploitations agricoles de taille moyenne, dont la superficie moyenne varie de 2 à 3 hectares par ménage. Les bénéficiaires sont des hommes, des femmes et des jeunes. Ces exploitations exploitent généralement des systèmes de production mixtes, intégrant diverses espèces végétales et animales. L'élevage comprend la volaille, les petits ruminants, les bovins et les animaux de trait ou de compagnie tels que les chevaux et les ânes. Les principales cultures cultivées et commercialisées sont le mil, le sorgho, le maïs, le riz, l'arachide, le niébé, le coton, le sésame, le manioc, les mangues et les tomates. Les produits agricoles sont vendus sur les marchés locaux, dans les villes voisines, les capitales et sur les marchés transfrontaliers.

3. Nécessité et objectifs de la méthode de la plateforme d'innovation

Les plateformes d'innovation ont été créées en réponse à la diffusion limitée des technologies issues de la recherche et à la faible participation des bénéficiaires directs à l'identification et à la mise en œuvre des projets de développement. Les objectifs de la création de plateformes d'innovation sont les suivants : (i) faciliter la mise en réseau des acteurs des chaînes de valeur agricoles ; (ii) améliorer l'accès à l'information des parties prenantes ; (iii) accroître la diffusion des technologies et des innovations parmi les membres des PI ; et (iv) renforcer la commercialisation des produits agricoles.

Les PI ont été créées pour servir de cadre de co-crédation et de partage de connaissances et d'expériences entre ses membres afin de : (i) identifier les défis et les opportunités dans la production et la transformation des produits agroforestiers, (ii) focaliser les questions de recherche sur les systèmes de production, (iii) évaluer les impacts sociaux et économiques des systèmes de production, (iv) identifier les leviers d'adoption de technologies et d'innovations pour améliorer les rendements agricoles et les revenus des producteurs, (v) soutenir l'innovation et la diffusion des technologies.

4. Méthodologie de mise en œuvre de la méthode de la plateforme d'innovation

La mise en œuvre de la méthode de la plateforme d'innovation suit plusieurs étapes clés : (i) informer et sensibiliser les communautés sur les PI et les profils des membres, (ii) sélectionner les membres de la PI par la communauté, (iii) tenir une assemblée générale pour lancer officiellement la PI, (iv) élire les membres exécutifs de la PI, (v) élaborer un plan d'action pour chaque PI, (vi) organiser régulièrement des réunions et des sessions de la PI.

5. Impact de la méthode de la plateforme d'innovation

Français Les plateformes d'innovation n'auront pas d'impact immédiat et direct, car leur contribution aide les gens à se parler et à agir ensemble pour mettre en pratique de nouvelles idées et solutions (Posthumus et Wongtschowski, 2014). Par conséquent, elles ont un effet positif sur l'amélioration de la production végétale et animale des agriculteurs bénéficiaires (Barro, 2013 ; Teno et Cadhilon, 2016). Ce renforcement des capacités a un impact positif sur les rendements agricoles et les revenus des membres. Selon Barro (2013) et Millogo (2013), les plateformes d'innovation ont eu un impact positif sur la performance agronomique des agriculteurs membres dans la région de Sissili au Burkina Faso. Les rendements agricoles ont augmenté de près de **90 %** (Barro, 2013). L'augmentation des rendements étant étroitement liée aux revenus, Barro (2013) a constaté que le renforcement des capacités des producteurs grâce aux plateformes d'innovation a conduit à une augmentation du revenu net par hectare d'environ **102 %** et à une amélioration du revenu net par travailleur d'environ **225 %**.

Au cours des entretiens de documentation de l'étude de cas, les agriculteurs et les organisations promouvant les PI sont revenus sur certains impacts des PI, notamment :

- une plus grande synergie entre les agriculteurs, les chercheurs et les services de conseil agricole ;
- en tenant compte des besoins réels des producteurs, en concentrant ainsi les activités de recherche et de vulgarisation sur les connaissances et les innovations qui intéressent les agriculteurs ;
- une meilleure utilisation des savoirs locaux par le partage de ces connaissances entre agriculteurs et entre agriculteurs et techniciens, et surtout la planification d'expérimentations au niveau de la recherche pour évaluer l'efficacité et les conditions optimales d'application de certains savoirs endogènes ;

- une meilleure appropriation et adoption des technologies ;
- augmentation de la production agricole grâce à l'adoption de nouvelles technologies et pratiques agricoles ;
- améliorer les revenus des agriculteurs grâce à une meilleure organisation des chaînes de valeur et une meilleure commercialisation ;
- améliorer la sécurité alimentaire grâce à des systèmes de production plus durables et diversifiés ;
- résilience des communautés aux impacts du changement climatique grâce à l'adoption de technologies résilientes.

Par exemple, au Tchad, le taux d'adoption des nouvelles technologies grâce aux PI varie entre **60 %** et **90 %**, ce qui reflète l'acceptation croissante des innovations agricoles par les agriculteurs. Cette adoption est facilitée par des démonstrations pratiques, des conseils techniques et un soutien direct aux agriculteurs pour la mise en œuvre de bonnes pratiques agricoles. L'augmentation des rendements grâce aux PI varie entre **50 %** et **70 %**, ce qui peut être attribué à l'adoption de techniques modernes, telles que des pratiques culturales améliorées et l'introduction de technologies de production plus efficaces. Cela se traduit par une amélioration directe de la production et des revenus des agriculteurs.

6. Technologies et innovations promues par la méthode de la plateforme d'innovation

Plusieurs technologies et innovations ont été promues grâce à l'approche de la plateforme d'innovation, notamment :

- L'utilisation de variétés de semences améliorées.
- La mise en place de pépinières et de techniques de greffage de manguiers.
- Technologies de transformation des produits agricoles.
- Accès à de nouveaux marchés.
- Achat collectif d'intrants agricoles.
- Paillage du sol à partir de biomasse ligneuse.
- Stratégies d'alimentation du bétail intégrant des arbres fourragers.
- La gestion des arbres et des arbustes dans les terres agricoles.
- L'utilisation de variétés de semences améliorées
- Des hommes défendent les droits fonciers des femmes.

- Faciliter l'accès des femmes au crédit de microfinance, etc.

7. Coûts moyens de mise en œuvre de la méthode de la plateforme d'innovation

La mise en œuvre de plateformes d'innovation nécessite souvent un investissement financier conséquent (Gning et al., 2021). Les coûts varient selon les activités concernées, mais s'élèvent généralement à environ 1 000 USD par an (Posthumus et Wongtschowski, 2014). Ces dépenses couvrent les frais de formation et les salaires des animateurs, la location des locaux, le transport, la restauration, les frais de communication et, si nécessaire, le financement pour tester de nouvelles idées (David et Cofini, 2019).

Les frais de déplacement et de séjour des membres du PI varient selon qu'ils sont autofinancés ou soutenus par des partenaires externes. Les membres autofinancés contribuent entre 1 500 et 2 500 francs CFA par réunion, tandis que les participants financés par des partenaires externes reçoivent un soutien allant de 8 000 à 10 000 francs CFA par réunion, avec une moyenne de 2 à 4 réunions par an.

8. Forces et limites de la méthode de la plateforme d'innovation

Selon Ouidoh (2018), l'existence de marchés et la proximité des acteurs facilitent la mise en œuvre des PI. La diversité des acteurs et l'implication des leaders communautaires favorisent l'identification et la résolution des défis auxquels sont confrontés les agriculteurs. Cependant, la faible diversité des acteurs au sein des PI, l'absence d'un facilitateur et la faible capacité des membres à apporter des solutions aux problèmes identifiés ont limité leur fonctionnement.

9. Conditions préalables à la réussite et rôle des différents acteurs dans la réussite de la méthode Plateforme d'Innovation

Les résultats positifs des PI sont liés à :

- Tout d'abord, l'engagement de l'organisation faïtière de la Plateforme d'Innovation a été crucial. Un syndicat bien structuré et dynamique, doté d'un partenariat diversifié et de facilitateurs endogènes pour servir de relais à l'encadrement des productrices ;
- Les conflits sont résolus de manière endogène. C'est notamment le cas pour l'harmonisation des prix de vente de certaines cultures ;

- L'organisation de collectes collectives et de transports groupés de produits vers les sites d'entreposage et les sites de foires et de marchés, ce qui résout les problèmes liés au transport.

Le déploiement de la méthode des plateformes d'innovation (PI) nécessite des ressources humaines qualifiées et des compétences spécifiques. Le développement durable des PI est envisagé à travers : (i) leur composition (membres directs et indirects, présents en permanence dans les communautés), (ii) leur gestion, assurée par les acteurs directs eux-mêmes, (iii) le renforcement des capacités des membres pour assurer leur autonomie de fonctionnement avant la fin du projet, (iv) l'instauration d'une cotisation pour constituer un fonds de roulement pour la PI avant la fin du projet, (v) la recherche d'autres partenariats et financements par les membres.

Bibliographie

Barro P., 2013. Approche plateforme multi-acteurs comme facteur d'amélioration des revenus des ménages au Burkina Faso : cas des entrepreneurs agricoles de la Sissili. Mémoire de fin de cycle, Institut du Développement Rural, Université Polytechnique de Bobo-Dioulasso, 67p. (L'approche plateforme multi-acteurs comme facteur d'amélioration des revenus des ménages au Burkina Faso : le cas des entrepreneurs agricoles à Sissili. Mémoire de fin d'études, Institut du Développement Rural, Université Polytechnique de Bobo-Dioulasso, 67p)

David S., et Cofini, F., 2019. Un guide d'aide à la décision entre les diverses méthodes du conseil agricole. Rome. FAO. 64 p (Un guide d'aide à la décision pour différentes méthodes de conseil agricole. Rome. FAO. 64 p).

FN OUIDOH, MN BACO, PBI AKPONIKPE, AJ DJENONTIN, C. SOSSA-VIHOTOGBE

et SA ADECHIAN, 2018. Facteurs influençant la mise en œuvre des plateformes d'innovation : cas des plateformes de légumes feuilles traditionnelles au Bénin. 17p (Facteurs influençant la mise en œuvre des plateformes d'innovation : le cas des plateformes traditionnelles de légumes feuilles au Bénin. 17p)

Gning SB, Dione M., Traoré I., Sow A., Fall A., 2021. Évaluation des plateformes d'innovation dans le cadre de la diffusion des technologies de l'élevage au Mali. Nairobi, Kenya. ILRI, 17p. (Évaluation des plateformes d'innovation pour la diffusion des technologies d'élevage au Mali. Nairobi, Kenya. ILRI, 17p.)

Gouwy L., et Penot E., 2018.Le concept des plateformes d'innovation en agriculture : analyse bibliographique et illustrations avec deux exemples agroforestiers sur l'hévéa en Thaïlande et sur le café au Nicaragua. Document de travail, UMR Innovation, 27p. (Le concept de plateformes d'innovation en agriculture : revue de la littérature et illustrations avec deux exemples d'agroforesterie sur l'hévéa en Thaïlande et le café au Nicaragua. Document de travail, UMR Innovation, 27p)

Millogo C., 2013.Plateforme d'innovation multi-acteurs pour le transfert de technologies comme facteur d'amélioration de la performance agronomique chez les producteurs au Burkina Faso : cas des entrepreneurs agricoles de la Sissili. Mémoire de fin de cycle, Institut du Développement Rural, Université Polytechnique de Bobo-Dioulasso, 71p. (Plateforme d'innovation multi-acteurs pour le transfert de technologies comme facteur d'amélioration des performances agronomiques des agriculteurs du Burkina Faso : le cas des entrepreneurs agricoles à Sissili. Mémoire de fin d'études, Institut de Développement Rural, Université Polytechnique de Bobo-Dioulasso, 71p.)

Posthumus H., et Wongtschowski M., 2014.Plateformes d'innovation. Note 1. Notes du GFRAS sur les bonnes pratiques de services de vulgarisation et de conseil rural. GFRAS : Lindau, Suisse, 4p. (Plateformes d'innovation. Note 1. Notes du GFRAS sur les bonnes pratiques en matière de services de vulgarisation et de conseil rural. GFRAS : Lindau, Suisse, 4p.)

Teno G., et Cadilhon JJ, 2016.Les plateformes d'innovation comme outil d'amélioration de la production agricole : le cas de la province du Yatenga, au nord du Burkina Faso. Field Actions Science Reports 9.<http://journals.openedition.org/factsreports/4239>

Webographie :

AfriqueRiz | Plateformes d'innovation (IP).Consulté le 03 février 2025 à 11h30.<https://www.africarice-fr.org/plateformes-d-innovation>

ICARDA:Formation en ligne sur les plateformes d'innovation
:<https://elearning.icarda.org/course/info.php?id=109&lang=fr>

CORAF:Un guide pratique pour mettre en place et animer une plateforme d'innovation
:https://frao.org/wp-content/uploads/2018/03/Guide_CORAF_Franc%CC%A7ais_final.pdf

CIRAD-ES-UMR INNOVATION : "Le concept des plateformes d'innovation en agriculture : analyse bibliographique et illustrations avec deux exemples agroforestiers sur l'hévéa en Thaïlande et sur le café au Nicaragua"

[:https://www.researchgate.net/publication/325225502_Les_plates_formes_d'innovation_comme_nouveau_modèle_de_développement_agricole_inter-acteurs_dans_les_pays_en_développement_regard_croise_sur_deux_expériences_en_cours_en_Thaïlande_et_au_Nicaragua](https://www.researchgate.net/publication/325225502_Les_plates_formes_d'innovation_comme_nouveau_modèle_de_développement_agricole_inter-acteurs_dans_les_pays_en_développement_regard_croise_sur_deux_expériences_en_cours_en_Thaïlande_et_au_Nicaragua)





CAPITALISATION

Documentation sur la méthode des centres de formation agricole



Août 2024



**Funded by
the European Union**

Note d'introduction

Cette fiche d'information a été réalisée dans le cadre d'une étude visant à cartographier les méthodes et outils innovants en matière de conseil agricole en Afrique de l'Ouest et du Centre. Commandée par le CORAF/WECARD (Conseil Ouest et Centre Africain pour la Recherche et le Développement Agricoles) et réalisée par le RESCAR-AOC (Réseau Ouest et Centre pour le Conseil Agricole et Rural) dans 13 pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre, cette étude a été menée.

L'objectif général de l'étude était de compiler un répertoire descriptif des méthodes et outils innovants de conseil agricole pour la mise à l'échelle des technologies et innovations agricoles en Afrique de l'Ouest et du Centre.

Plusieurs personnes au sein du CORAF, du RESCAR-AOC et d'autres acteurs, répartis dans les 13 pays couverts par l'étude, ont contribué au succès de cette initiative. Nous exprimons notre gratitude à tous ceux qui ont contribué à cette initiative.

1. Aperçu de la méthode des centres de formation agricole

La méthode du centre de formation agricole est principalement axée sur le renforcement des capacités des agriculteurs (apprenants). Cependant, le centre de formation est avant tout un moyen de diffusion des technologies et innovations agricoles. Plusieurs méthodes et outils peuvent y être intégrés, notamment des écoles pratiques, des parcelles de démonstration, des supports imprimés, des plateformes numériques, etc.

2. Brève description des types de bénéficiaires soutenus par la méthode

Les agriculteurs soutenus par les centres de formation sont généralement de petits exploitants agricoles. Ils sont généralement jeunes (moins de 35 ans) et aspirent à se lancer dans l'agriculture comme activité économique (agroalimentaire).

3. Nécessité et objectif de la méthode

Les centres de formation agricole sont créés pour remédier aux inégalités sociales rencontrées dans la diffusion des technologies et innovations agricoles (en tenant compte des femmes, des jeunes et des personnes handicapées) et renforcer les compétences des

apprenants afin de résoudre les problèmes de production agro-sylvo-pastorale rencontrés par les communautés locales. Les objectifs de cet outil sont notamment : (i) inspirer et former les jeunes aux métiers agricoles ; (ii) adapter les programmes de formation aux besoins des marchés ; (iii) former des entrepreneurs agricoles ; et (iv) renforcer les capacités entrepreneuriales des travailleurs existants.

4. Méthodologie de mise en œuvre de la méthode

Pour la création et le fonctionnement efficace des centres de formation, certains changements et innovations sont nécessaires, notamment : (i) développer les compétences communicationnelles, linguistiques et socio-anthropologiques des apprenants, (ii) susciter une vocation pour les carrières agricoles et (iii) accompagner le changement des pratiques des agriculteurs par l'application de bonnes pratiques agricoles.

Le recrutement et la formation des apprenants suivent les étapes suivantes :

- Programmation de la session de formation : mise à jour des modules de formation en fonction des objectifs et des besoins, mobilisation des équipes de formateurs et des ressources, etc.
- Planification et rencontre avec les autorités locales : organisation d'une rencontre avec les autorités locales.
- Annonce radio : préparation et diffusion d'une annonce radio pour lancer l'appel à candidatures.
- Traitement des candidatures : réception et traitement des candidatures.
- Sélection des résultats : affichage des résultats des apprenants sélectionnés.
- Réunion d'échange : tenue d'une réunion avec les apprenants sélectionnés.
- Choix du site de démonstration : sélection du site de démonstration.
- Préparation du terrain : division et attribution du terrain en fonction des objectifs de la pratique.
- Conduite d'activités : réalisation d'activités expérimentales et/ou de démonstration.

- Suivi et évaluation : suivi et évaluation des activités sur le site de démonstration.
- Comparaison des résultats : comparaison des résultats à la fin de l'expérience.
- Évaluation de l'adoption de la technologie : évaluer le degré auquel les apprenants ont adopté les technologies et les innovations.
- Recommandations : formuler des recommandations pour une adoption et une diffusion plus poussée des technologies parmi les apprenants.

5. Impacts de la méthode

Il est difficile de préciser le nombre exact de personnes formées dans les centres de formation agricole. Par exemple, au Burkina Faso, plusieurs centres de formation agricole ont contribué au fil des ans à la formation de nombreux agents et agriculteurs, avec des flux de formation estimés à 12 000 apprenants par an, dont **37 %** de femmes.reseau-far.com).

Les centres de formation ont réalisé les objectifs suivants : (i) briser les barrières linguistiques, de genre, religieuses et physiques ; (ii) fournir une solution pour la production et la multiplication de semences saines ; (iii) améliorer les rendements et la qualité organoleptique des produits cultivés, et mettre progressivement à l'échelle de nouvelles méthodes de production grâce aux échanges entre agriculteurs ; (iv) démontrer aux agriculteurs l'importance d'identifier un marché pour leurs produits avant de commencer la production.

Selon les agriculteurs, la formation reçue a permis d'augmenter les rendements grâce à une meilleure gestion agricole et à des revenus plus élevés grâce à la transformation des produits récoltés. Des modules sur les études de marché et le marketing ont facilité l'accès à de nouveaux marchés. Pour les jeunes, cet accès se traduit par la vente en ligne et le réseautage entre jeunes entrepreneurs agricoles et coopératives.

6. Technologies et innovations promues par la méthode

Les centres de formation professionnelle agricole jouent un rôle essentiel dans la diffusion et la promotion des technologies agricoles. Ils servent de passerelle entre la recherche et les agriculteurs, tout en les formant aux innovations qui améliorent la productivité, la

résilience climatique et la durabilité des exploitations agricoles. Les technologies promues et adoptées dans ces centres comprennent, entre autres :

- Agroécologie et agriculture de conservation (Altieri, 2018)
- Mécanisation agricole (Pingali, 2007)
- Irrigation et gestion de l'eau (FAO, 2011)
- L'utilisation des biotechnologies (Qaim, 2020)
- Agriculture numérique et agriculture intelligente (Wolfert et al., 2017)
- Techniques de fertilisation durable (Vanlauwe et al., 2015)
- Gestion intégrée des ravageurs et des maladies (Pretty et Bharucha, 2015)
- Élevage durable et alimentation animale optimisée (Thornton et Herrero, 2015)
- Directives techniques pour des cultures spécifiques
- L'utilisation de variétés de semences améliorées
- Production et utilisation de fumier organique
- Semis en ligne
- Différentes pratiques de gestion des sols adaptées aux différentes cultures
- Protection phytosanitaire des cultures
- Utilisation de fiches techniques pour des cultures et des variétés de semences spécifiques, etc.

7. Coûts moyens de mise en œuvre de la méthode des centres de formation agricole

La création d'un Centre de Formation Agricole et Rurale (CFAR) est un projet important et coûteux (Fert, s.d.). Bien que les fermes pédagogiques des CFAR puissent générer leurs propres ressources, la recherche de rentabilité interne peut parfois entrer en conflit avec la qualité de la formation (Fert, s.d.). Les coûts d'investissement des CFAR peuvent varier de 363 500 euros (Collège Agricole de Fekama) à 451 600 euros (CFAR des Savanes) (Fert, s.d.).

Les coûts comprennent l'installation du centre (bâtiments et équipements) ainsi que les dépenses spécifiques de fonctionnement telles que : les frais de formation des agriculteurs ; les coûts d'adaptation des modules de formation liés aux nouvelles innovations ou technologies ; les coûts d'acquisition des intrants agricoles (semences, matériel agricole) pour les exercices pratiques ; les frais de déplacement (carburant, nourriture et boissons,

hébergement) des consultants et autres personnes telles que les ouvriers et les agents ; les frais d'aménagement du site (défrichage, préparation des planches de plantation, etc.)

8. Points forts et limites de la méthode

Points forts :

Les principaux points forts des centres de formation agricole tels qu'identifiés dans la littérature et lors des ateliers nationaux de discussion et d'évaluation et lors des entretiens pour la documentation des méthodes et des outils sont les suivants :

- Disponibilité de personnel qualifié pour encadrer les apprenants.
- Un fort engouement des jeunes pour la formation aux métiers agricoles.
- Un contexte politique favorable à la création de centres de formation agricole.
- Amélioration des compétences et professionnalisation des apprenants.
- Accès aux innovations et aux nouvelles technologies.
- Promotion de l'entrepreneuriat et du développement rural.
- Accompagnement à la transition agroécologique.
- Adaptation aux besoins locaux et diversité des programmes de formation.

Limites :

- Coûts très élevés pour la mise en place d'un centre (bâtiments et équipements) et son fonctionnement (mobilisation du personnel d'encadrement et des apprenants, consommables, etc.).
- Insuffisance des ressources financières allouées aux centres pour améliorer l'expertise des formateurs et mettre à jour les modules de formation, ainsi que pour adapter les supports de formation aux différents groupes sociaux.
- Infrastructures et équipements limités.
- Défis d'insertion professionnelle et lente adaptation aux défis climatiques et économiques.

9. Conditions préalables au succès et rôle des différentes parties prenantes dans la réussite de la méthode

Le succès des centres de formation agricole dépend de : (i) l'élaboration de programmes de formation cohérents et adaptés aux agriculteurs et aux marchés locaux ; (ii) une coordination et une collaboration claires entre les parties prenantes, ainsi qu'une gestion efficace et performante des ressources humaines et financières du centre. Pour assurer le

succès d'un centre de formation, il est important de prendre en compte : (i) la disponibilité de terres agricoles pour les activités du centre ; (ii) la diversification des thèmes de formation afin de couvrir tous les aspects de l'agriculture ; (iii) une proportion plus élevée de formation pratique que d'enseignement théorique ; (iv) la fourniture de kits de démarrage aux apprenants à la fin de leur cycle de formation pour leur permettre de s'auto-employer, les transformant ainsi en agriculteurs modèles qui facilitent la diffusion entre pairs des technologies et innovations agricoles.

L'expérience de la création de centres de formation agricole montre que : (i) le conseil agricole peut à lui seul améliorer les rendements et les conditions de vie des agriculteurs de 30 % ; (ii) le conseil agricole doit être une profession à part entière ; (iii) la réalisation de la souveraineté alimentaire nécessite la mise en œuvre d'une stratégie nationale de conseil et de vulgarisation agricole raisonnée, planifiée, correctement financée et durable.

Bibliographie

Altieri MA, 2018.Agroécologie : la science de l'agriculture durable. CRC Press.

Doukouré CF, 2018.Impact Du Conseil Agricole Sur Les Performances Des Producteurs D'anacarde De Cote d'Ivoire (Impact des services de conseil agricole sur les performances des producteurs de noix de cajou en Côte d'Ivoire). Journal scientifique européen, édition d'octobre 2018 Vol.14, n°30, 292-310. Est ce que je:10.19044/esj.2018.v14n30p292.**URL :**
<http://dx.doi.org/10.19044/esj.2018.v14n30p292>

FAO, 2011.L'état des ressources mondiales en terres et en eau pour l'alimentation et l'agriculture.

Fert, sdGuide technique pour la création d'un centre de formation agricole et rurale. 92p, (Guide technique pour la création d'un centre de formation agricole et rurale. 92p,) Téléchargeable surfert-cneap-guide-creation-cfar-ecran-vf.pdf

Pingali P., 2007. Mécanisation agricole : modèles d'adoption et impact économique. Agricultural Economics, 37(1), 25-35.

Pretty J., Bharucha ZP, 2015.Lutte intégrée contre les ravageurs pour une intensification durable de l'agriculture. Progrès en agronomie, 132, 251-321.

Qaim M., 2020Cultures génétiquement modifiées et développement agricole. Palgrave Macmillan.

Rabe M., Baoua I., Sitou, L., et Amadou L., 2017.Champ école paysan, une approche participative pour l'amélioration du rendement du Niébé, *Agronomie Africaine*, sp, 29(2), 1-9

Thornton PK, et Herrero M., 2015.Élevage et changement climatique. *Revue annuelle de l'environnement et des ressources*, 40, 185-205.

Vanlauwe B., Descheemaeker K., Giller KE, Huising J., Merckx R., Nziguheba G. et Zingore S., 2015.Gestion intégrée de la fertilité des sols en Afrique subsaharienne. *Progrès en agronomie*, 132, 197-256.

Wolfert S., Ge L., Verdouw C. et Bogaardt MJ, 2017.Big Data dans l'agriculture intelligente – Une revue. *Systèmes agricoles*, 153, 69-80.





CAPITALISATION

Documentation sur la méthode de conseil paysan à Paysan/Paysan relais ou Farmer to Farmer en anglais



Août 2024



Funded by
the European Union

Note d'introduction

Cette fiche d'information a été réalisée dans le cadre d'une étude visant à cartographier les méthodes et outils innovants en matière de conseil agricole en Afrique de l'Ouest et du Centre. Commandée par le CORAF/WECARD (Conseil Ouest et Centre Africain pour la Recherche et le Développement Agricoles) et réalisée par le RESCAR-AOC (Réseau Ouest et Centre pour le Conseil Agricole et Rural) dans 13 pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre, cette étude a été menée.

L'objectif général de l'étude était de compiler un répertoire descriptif des méthodes et outils innovants de conseil agricole pour la mise à l'échelle des technologies et innovations agricoles en Afrique de l'Ouest et du Centre.

Plusieurs personnes au sein du CORAF, du RESCAR-AOC et d'autres acteurs, répartis dans les 13 pays couverts par l'étude, ont contribué au succès de cette initiative. Nous exprimons notre gratitude à tous ceux qui ont contribué à cette initiative.

1. Aperçu de la méthode de conseil de paysan à paysan

L'approche de vulgarisation de paysan à paysan (VPP) implique que les agriculteurs eux-mêmes agissent en tant que conseillers agricoles, travaillant avec des organismes de vulgarisation publics, privés ou des ONG. Ces conseillers, selon leur rôle et leur rémunération, sont également appelés agriculteurs de contact, facilitateurs ruraux, agriculteurs chefs de file, agents de savoir communautaire ou formateurs agricoles bénévoles. Généralement, ils ne sont pas officiellement salariés, mais peuvent percevoir des indemnités pour couvrir leurs dépenses. Ces conseillers sont souvent motivés par l'accès à de nouvelles connaissances et informations, la reconnaissance sociale et l'altruisme.

Les activités menées par les formateurs agricoles comprennent la formation, le conseil, le suivi et l'organisation de réunions, de démonstrations et de journées portes ouvertes. Ils sont recrutés localement et sélectionnés par un organisme de vulgarisation, en collaboration avec les autorités et les communautés locales, sur la base de leurs connaissances, de leur expertise agricole, de leurs compétences en communication, de leur fiabilité et de leur disponibilité. Ils sont généralement formés aux techniques, aux méthodes et approches de vulgarisation, à l'animation et à la communication, avec une formation continue et un soutien régulier du personnel de vulgarisation. La méthode de

paysan à paysan (Farmer-to-Farmer-F2F) est souvent utilisée en combinaison avec d'autres approches telles que les écoles pratiques d'agriculture, les approches basées sur les TIC et les parcelles de démonstration afin d'en accroître la portée.

2. Brève description des bénéficiaires soutenus par la méthode de conseil de paysan à paysan

Le conseil de paysan à paysan est principalement utilisé pour soutenir les exploitations familiales d'une superficie moyenne d'environ 1,5 hectare. Les bénéficiaires sont des producteurs ruraux (agriculteurs et éleveurs), des jeunes engagés dans la production agricole et des femmes chefs d'exploitation. Ces ménages ont des systèmes de production mixtes, avec une variété d'espèces végétales et animales. Les principales espèces d'élevage sont les bovins, les ovins, les caprins et la volaille. Les principales cultures cultivées sont les céréales, les légumineuses, les tubercules et les racines.

Plusieurs facteurs motivent certains producteurs à devenir agriculteurs relais ou formateurs endogènes. Parmi eux figurent principalement (i) l'accès aux innovations techniques et la possibilité d'améliorer leurs propres compétences par la formation et l'échange avec d'autres leaders ; (ii) leur désir de partager leurs connaissances et de soutenir leurs collègues agriculteurs ; (iii) la possibilité de générer des revenus complémentaires grâce aux services fournis en complément des activités de conseil et de formation ; et (iv) la reconnaissance sociale associée au statut de relais.

3. Nécessité et objectifs de la méthode de conseil de paysan à paysan

Cette méthode de conseil a été mise en place pour améliorer le ratio conseillers/agriculteurs accompagnés, assurant ainsi un suivi plus étroit des agriculteurs. Ses objectifs sont notamment : accroître la production agro-sylvo-pastorale et donner aux agriculteurs les moyens de gérer leurs exploitations en améliorant leurs compétences (apprentissage et acquisition de connaissances).

4. Méthodologie de mise en œuvre de la méthode de conseil de paysan à paysan

La mise en œuvre de la méthode de conseil de paysan à paysan suit plusieurs étapes :

- (i) Les agriculteurs relais sont initialement membres d'un groupement d'agriculteurs de base.
- (ii) Ils sont identifiés et sélectionnés par leurs pairs au sein de ces groupes de base.
- (iii) Une fois sélectionnés, ils reçoivent une formation sur les aspects techniques, l'animation, la pédagogie et l'utilisation d'outils adaptés à leur rôle.
- (iv) Ils sont équipés de matériels de base, tels que des kits de vaccination ou des pulvérisateurs, pour faciliter leurs interventions.
- (v) Ils fournissent des services à leurs collègues agriculteurs.

5. Impact de la méthode de conseil de paysan à paysan

Les programmes de vulgarisation entre agriculteurs sont utilisés aux Philippines depuis les années 1950 et en Amérique centrale depuis les années 1970 (Selener et al., 1997). En Afrique, ces programmes ont connu un essor considérable (Simpson et al., 2015) et sont relativement courants.

Français Ce modèle de vulgarisation par les agriculteurs a fait ses preuves au Pérou en Amérique latine (Hellin et al., 2002), en Indonésie en Extrême-Orient et dans plusieurs pays africains dont le Cameroun, le Malawi, le Ghana et le Kenya (Franzel et al., 2015). Selon Masangano et Mthinda (2012), près de **78 %** des organisations de développement au Malawi utilisent cette approche. Au Cameroun, cependant, seulement un tiers des organisations utilisent cette approche dans sept régions (Tsafack et al., 2014). Cependant, même si ces programmes sont répandus, les ressources pédagogiques sur l'utilisation de l'approche ainsi que les analyses et comparaisons des programmes F2F sont rares (Franzel et al., 2015).

La méthode de vulgarisation de paysan à paysan (VPP) favorise l'adoption des technologies, améliore la productivité et accroît la rentabilité des principaux agriculteurs (Yuko et al., 2018). Ces auteurs ont démontré, dans leur étude sur la production rizicole en Tanzanie, que la méthode VPP permettait aux producteurs d'améliorer leur rendement en riz paddy de 3,1 tonnes par hectare à 5,3 tonnes.

Sur le plan financier, les agriculteurs relais offrent des services de conseil à faible coût : la proximité locale réduit les frais de déplacement et aucun salaire n'est versé. Ils peuvent percevoir des indemnités de déplacement ou une compensation pour le temps passé hors de leur exploitation. Ces indemnités sont limitées afin d'éviter que les agriculteurs relais privilégient les interventions auprès d'autres agriculteurs au détriment de leurs propres exploitations. Outre ces indemnités, les coûts comprennent le matériel fourni aux agriculteurs relais et les frais de formation et d'accompagnement, qui peuvent être partiellement pris en charge par les organisations agricoles. L'originalité de ce service de conseil réside dans sa prise en charge par l'agriculteur relais ou son groupe de base (les frais de déplacement et de repas sont pris en charge conformément au règlement intérieur des groupes locaux). Un service rentable qui permet un faible coût.

Français Les producteurs relais sont utilisés dans la mise en œuvre d'autres méthodes de conseil agricole notamment le conseil agricole, les champs écoles paysans, les démonstrations, etc. A cet effet, les résultats de l'étude de Tchegnon et al. (2022), au Bénin sur l'efficacité du recours aux producteurs relais dans la mise en œuvre du conseil à l'exploitation familiale (CEF), ont montré que les membres ont connu une amélioration significative de leur capacité à planifier leurs activités (**85%**), à gérer la trésorerie (**87%**), à gérer les stocks de production (**89%**), à gérer la main d'œuvre (**70%**) et à définir un projet de développement de leur exploitation (**95%**). Les résultats ont également montré une réduction des contraintes techniques des principales cultures (**68%**), une augmentation des rendements (**76%**). De plus, une augmentation des revenus (**91%**) et une amélioration de la sécurité alimentaire (**73%**).

6. Technologies et innovations promues par la méthode de conseil de paysan à paysan

Plusieurs technologies et innovations ont été promues à travers la méthode de conseil de paysan à paysan, notamment le compostage, le microdosage, la production et l'utilisation de biopesticides, la régénération naturelle assistée, les techniques de zaï, les blocs alimentaires multi-nutritionnels densifiés, les pierres à lécher minérales, les itinéraires techniques agricoles, etc.

7. Coûts moyens de mise en œuvre de la méthode de conseil de paysan à paysan

Français Les coûts de mise en œuvre peuvent inclure les coûts de formation, l'équipement des conseillers agricoles (moto/vélo ou frais de transport, vêtements, papeterie, téléphones portables et temps d'antenne) et les coûts de supervision et de soutien (Franzel et al. 2015 ; David et Cofini 2019). De plus, les agriculteurs en formation ont souvent des attentes élevées en termes de compensation financière et non financière (David et Cofini, 2019). Kiptot et al. (2012) ont montré, dans leur étude au Kenya pour un projet laitier, que le coût investi dans la formation et le soutien des conseillers agricoles était d'environ 160 USD/an. Wellard et al. (2013) ont estimé les coûts de mise en œuvre VPP à 400 USD par agriculteur formateur sur quatre ans.

8. Forces et limites de la méthode de conseil de paysan à paysan

Dans la documentation de l'étude de cas, les organisations consultatives et les producteurs ont souligné certains points forts et certaines limites de la méthode de paysan à paysan.

Points forts

On observe que la méthode de paysan à paysan : (i) renforce la confiance entre les participants, facilitant l'adoption de la technologie ; (ii) encourage l'apprentissage continu et le partage d'expériences en l'absence de conseillers de vulgarisation ; (iii) renforce l'engagement et la connectivité de la communauté ; (iv) c'est un système à faible coût (aucun salaire direct versé) ; etc.

Fert (2019) constate que les agriculteurs relais du Burkina Faso, du Kenya et de Madagascar partagent un atout commun : ils combinent des connaissances endogènes avec de nouvelles techniques testées sur leur propre exploitation. Ainsi, la méthode VPP a une capacité de persuasion rapide auprès des agriculteurs. Sa crédibilité est d'autant plus grande qu'elle entretient des relations étroites, voire complices, avec ceux dont elle partage la réalité et le quotidien. Enfin, contrairement aux techniciens qui vont et viennent en fonction des financements disponibles, les agriculteurs relais sont plus résilients et fournissent un service minimum en toutes circonstances.

Limites:

Pour les limites, on note que : (i) les résultats et impacts de la méthode sont peu documentés, (ii) il y a une faible prise en compte de la dimension genre dans le choix des agriculteurs relais, (iii) la méthode nécessite beaucoup de temps de suivi et de renforcement des capacités du relais pour qu'il devienne plus ou moins autonome, (iv) il y a le défi de l'accompagnement durable de l'agriculteur relais (les agriculteurs paient eux-mêmes les prestations).

9. Prérequis de réussite et rôle des différentes parties prenantes dans la réussite de la méthode de paysan à paysan.

Fert (2019) indique que la mise en place d'un système d'agriculteurs relais nécessite :

- le respect du principe de subsidiarité, et donc l'affiliation des agriculteurs relais à leur organisation paysanne ou groupe de base, notamment en ce qui concerne les conditions de soutien ou de portage ;
- de ne pas rémunérer les agriculteurs relais comme des salariés, mais de compenser le service rendu (notamment par des marges sur la vente des produits, des semences...);
- accompagner les agriculteurs relais dans leur fonction, que ce soit par des conseillers, l'Etat ou d'autres acteurs (formation, accès à l'information...);
- favoriser les échanges entre agriculteurs relais sur des thématiques spécifiques, pour éviter l'isolement et l'ouvrir à d'autres contextes.

Principaux enseignements et messages

Les principaux enseignements et messages que l'on peut tirer de l'expérience de la méthode de paysan à paysan pour guider les politiques publiques et les organismes de conseil agricole dans l'utilisation judicieuse de la méthode sont que la méthode permet d'apporter des solutions adaptées aux besoins de l'exploitation et nécessite le déploiement de ressources humaines importantes.

Bibliographie

David S., et Cofini, F., 2019.Un guide d'aide à la décision entre les diverses méthodes du conseil agricole. Rome. FAO. 64 p (Un guide d'aide à la décision pour différentes méthodes de conseil agricole. Rome. FAO. 64 p)

Fert, 2019.Les paysans relais, des acteurs clés pour des systèmes de conseil plus pérennes au plus près des agriculteurs. 23p (Les agriculteurs relais, acteurs clés d'un conseil plus durable et proche des agriculteurs. 23p)

Franzel S., Degrande A., Kiptot E., Kirui J., Kugonza J., Preissing J. et Simpson B., 2015.La vulgarisation de paysan à paysan. NOTE DU GFRAS SUR LES BONNES PRATIQUES DE SERVICES DE VULGARISATION ET DE CONSEIL RURAL, 4p. (Vulgarisation de paysan à paysan. NOTE DU GFRAS SUR LES BONNES PRATIQUES EN MATIÈRE DE SERVICES DE VULGARISATION ET DE CONSEIL RURAL, 4p.)

Hellin J., Rodriguez D. et Coello J., 2002.Mesure de l'impact des services de vulgarisation de paysan à paysan sur les moyens de subsistance dans les Andes. Groupe de développement technologique intermédiaire. Bourton Hall, Bourton-on-Dunsmore, Warwickshire, CV23 9QZ

Kiptot E., Franzel S. et Kirui J., 2012.Agriculteurs-formateurs bénévoles : améliorer l'accès des petits exploitants agricoles à l'information pour un secteur laitier plus fort. Note d'orientation n° 13. Nairobi : Centre mondial d'agroforesterie. Disponible à l'adresse :<http://www.worldagroforestry.org/downloads/publications/PDFS/PB12236.PDF>

Masangano C., et Mthinda C., 2012.Système de vulgarisation pluraliste au Malawi. Document de discussion IFPRI 01171. Washington, DC : Institut international de recherche sur les politiques alimentaires (IFPRI). Disponible à l'adresse :<http://www.ifpri.org/publication/pluralistic-extension-system-malawi>

Philippe TCHEGNON, Ismail M. MOUMOUNI, Mohamed N. BACO, Jacob A. YABI, Simplicie D. VODOUHE, 2022.Efficacité de l'utilisation des animateurs relais dans la mise en œuvre du conseil à l'exploitation familiale au Bénin. 14p (Efficacité de l'utilisation des animateurs relais dans la mise en œuvre du conseil en agriculture familiale au Bénin. 14p)

Selener D., Chénier J. et Zelaya R., 1997. Vulgarisation de paysan à paysan : leçons du terrain. New York : Institut international pour la reconstruction rurale.

Simpson B., Franzel S., Degrande A., Kundhlande G. et Tsafack S., 2015. Vulgarisation de paysan à paysan : problèmes de planification et de mise en œuvre. Note technique du MEAS. Urbana, Illinois : Modernisation des services de vulgarisation et de conseil, USAID.

Ssemakula E et Mutimba JK, 2011. Efficacité du modèle de vulgarisation de paysan à paysan pour accroître l'adoption de la technologie dans les districts de Masaka et de Tororo en Ouganda. [Journal sud-africain de vulgarisation agricole](#), Version en ligne ISSN° 2413-3221 Version imprimée ISSN 0301-603X

Tsafack S., Degrande A., Franzel S. et Simpson B., 2014. La vulgarisation de paysan à paysan au Cameroun : une enquête auprès des organismes de vulgarisation. Document de travail de l'ICRAF n° 182. Nairobi : Centre mondial d'agroforesterie.

Wellard K., Rafanomezana J., MNyirenda M., Okotel M. et Subbey V., 2013. Examen des approches de vulgarisation communautaire en matière d'innovation pour l'amélioration des moyens de subsistance au Ghana, en Ouganda et au Malawi. *The Journal of Agricultural Education and Extension*, 19 (1) : 21-35.

Yuko N., Takuji W.T., Takeshi UN., Valérien O.P., 2018. La vulgarisation entre agriculteurs est-elle efficace ? L'impact de la formation sur l'adoption des technologies et la productivité de la riziculture en Tanzanie. *Développement mondial*, [Volume 105](#), Mai 2018, Pages 336-351. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2017.12.013>





CAPITALISATION

Documentation sur la méthode des Foires Agricoles



Août 2024



Funded by
the European Union

Note d'introduction

Cette fiche d'information a été réalisée dans le cadre d'une étude visant à cartographier les méthodes et outils innovants en matière de conseil agricole en Afrique de l'Ouest et du Centre. Commandée par le CORAF/WECARD (Conseil Ouest et Centre Africain pour la Recherche et le Développement Agricoles) et réalisée par le RESCAR-AOC (Réseau Ouest et Centre pour le Conseil Agricole et Rural) dans 13 pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre, cette étude a été menée.

L'objectif général de l'étude était de compiler un répertoire descriptif des méthodes et outils innovants de conseil agricole pour la mise à l'échelle des technologies et innovations agricoles en Afrique de l'Ouest et du Centre.

Plusieurs personnes au sein du CORAF, du RESCAR-AOC et d'autres acteurs, répartis dans les 13 pays couverts par l'étude, ont contribué au succès de cette initiative. Nous exprimons notre gratitude à tous ceux qui ont contribué à cette initiative.

1. Aperçu de la méthode des foires agricoles

L'organisation de foires agricoles est un moyen de diffusion des technologies de recherche et peut également être organisée à d'autres fins. Par exemple, il existe des foires aux semences améliorées ou locales, qui servent de plateformes d'exposition pour les différentes variétés de diverses cultures ; des foires à l'innovation, qui présentent les innovations développées autour de thèmes spécifiques ; des foires aux savoirs ; etc. Les foires contribuent ainsi à sensibiliser à la sécurité alimentaire, à promouvoir les produits agricoles au sein de l'économie nationale, à mettre en valeur les compétences des producteurs et à diffuser les variétés de semences locales et améliorées. D'autres types de foires sont décrits par certains auteurs en fonction de leurs domaines d'intérêt. À cet égard, il existe la foire aux technologies agricoles, généralement organisée par le Programme Technologies pour la Transformation de l'Agriculture Africaine (TAAT) et le CORAF. L'objectif de cette foire est de présenter les technologies agricoles du programme TAAT et celles des Centres Nationaux de Spécialisation ou d'Excellence du CORAF, afin de promouvoir leur diffusion, leur adoption et leur intégration dans la transformation agricole et le développement socio-économique des pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre.

Catholic Relief Services (CRS), pour sa part, décrit quatre (4) principaux types de foires agricoles, soulignant que toutes celles qui réussissent ont en commun d'être organisées

au bon moment et d'avoir des objectifs clairement définis (CRS, 2017). Ces quatre (4) principaux types de foires sont :

- La foire aux bons de semences du CRS. Originnaire d'Afrique de l'Est, cette foire vise à permettre aux agriculteurs touchés par des catastrophes d'obtenir les semences de leur choix. Elle s'adresse généralement aux vendeurs/agriculteurs locaux, mais peut également inclure le secteur privé et les pouvoirs publics.
- La Foire DiNER (Diversité pour la Nutrition et la Résilience Renforcée). Originnaire d'Afrique australe, cette foire vise à améliorer l'accès à une variété de produits agricoles et de semences afin d'améliorer la nutrition des ménages, la sécurité alimentaire et la résilience. Elle intègre des actions d'éducation nutritionnelle, de prise de décision au sein des ménages, de participation des fournisseurs d'intrants du secteur privé, des multiplicateurs communautaires et des vendeurs individuels.
- La Foire des moyens de subsistance, originaire d'Asie du Sud, vise à protéger et à restaurer les moyens de subsistance. Elle propose souvent des semences, du bétail et d'autres produits non agricoles.
- La Foire aux bestiaux. Originnaire d'Afrique de l'Est et d'Afrique centrale, cette foire vise à améliorer l'accès au bétail et aux ressources nécessaires à son entretien.

2. Brève description des types de bénéficiaires soutenus par la méthode des foires agricoles

Les foires agricoles conviennent à toutes les catégories de producteurs. Hommes, jeunes, femmes et personnes handicapées peuvent tous y participer. En fonction des objectifs de la foire, il convient de cibler le profil des participants. Ainsi, l'organisation de la foire doit tenir compte du niveau d'éducation et de la langue des participants.

3. Objectif de la méthode des foires agricoles

L'objectif de l'organisation de foires est multiple, notamment :

- Permettre aux participants de découvrir et d'apprécier les produits agricoles exposés ;
- Favoriser les échanges et/ou la vente de produits et de technologies agricoles ;
- Établir des relations d'affaires entre les acteurs des chaînes de valeur agrosylvopastorales ;

- Créer et renforcer les relations de partenariat entre producteurs, chercheurs, services techniques et projets.

4. Méthodologie de mise en œuvre de la méthode des foires agricoles

L'organisation d'une foire agricole peut suivre ces étapes :

- Encadrement de l'activité par l'initiateur : définition des objectifs, des dates, des lieux, etc.
- Identifier et communiquer les conditions et critères de participation ;
- Identification des participants ;
- Identifier et sélectionner les domaines thématiques, les produits et les technologies à présenter ;
- Définir les spécifications des échantillons à afficher et les quantités disponibles ;
- Définir les informations d'accompagnement qui doivent être fournies avec les échantillons ;
- Aménagement du parc des expositions ;
- Préparer les communications pour l'événement ;
- Le déroulement proprement dit de la foire ;
- Suivi et évaluation des activités de la foire et formulation de recommandations d'amélioration.

5. Impacts de la méthode des foires agricoles

La tenue d'une foire crée un espace d'échanges entre les producteurs et les différents acteurs des chaînes de valeur, ce qui facilite l'appropriation et l'adoption des technologies présentées et la distribution de certains produits, comme les semences améliorées (CRA-Maradi, 2015).

Pour la foire du savoir, espace de travail dynamique, interactif et collaboratif proposant des discussions animées et des démonstrations pratiques, les séances animées permettent aux participants d'apprendre comment d'autres ont amélioré l'efficacité et la qualité de leur travail. Les foires, comme d'autres types d'événements, sont des occasions de réseautage qui permettent de nouer des contacts, de partager des idées et d'échanger des points de vue naturellement dans une ambiance détendue (FAO, 2014).

6. Technologies et innovations promues par la méthode des foires agricoles

Plusieurs technologies et innovations sont promues par le biais des foires agricoles. Parmi celles-ci :

- Intrants agricoles, y compris les semences améliorées ;
- Races améliorées d'espèces animales ;
- Matériel et machines agricoles;
- Fiches techniques sur la production, la conservation et la transformation des produits agrosylvopastoraux ; etc.

7. Coûts moyens de mise en œuvre de la méthode des foires agricoles

L'organisation de foires est chronophage, présente des défis logistiques et est coûteuse (David et Cofini, 2019). Elle prend en compte la location du lieu et du matériel, la publicité et le transport des agriculteurs. Par conséquent, le coût de l'organisation de foires, d'expositions et d'événements agricoles peut varier considérablement.

8. Forces et limites de la méthode des foires agricoles

Les principaux atouts et limites de la méthode des foires agricoles, tels qu'identifiés lors des ateliers nationaux de discussion et d'évaluation et à travers des entretiens de documentation sur les méthodes et les outils, sont les suivants :

Les points forts de la méthode des foires agricoles

- Une large portée, qui favorise la connectivité et le partage d'expériences et de connaissances entre différents acteurs ;
- Réseautage, prise de contacts et mise en valeur du savoir-faire local ;
- Présentation des innovations;
- La possibilité d'organiser des foires en langues locales, les rendant ainsi plus accessibles aux bénéficiaires.

Limites de la méthode des foires agricoles

- Conditions de participation pouvant rendre l'accès difficile pour les producteurs (ex. : déplacements, location de stand, etc.) ;
- Coûts élevés liés à l'organisation d'une foire ;

- Souvent limité aux niveaux régional ou national, ce qui peut entraver l'accès du plus grand nombre d'agriculteurs.

9. Conditions préalables au succès et rôle des différentes parties prenantes dans la réussite de la méthode des foires agricoles

Pour que l'organisation d'une foire agricole soit réussie, certaines conditions préalables doivent être avant tout respectées :

- La mise en place d'une équipe inclusive dédiée à l'organisation du salon ;
- Objectifs clairement définis et résultats attendus ;
- Les questions logistiques (communication, transport, restauration) doivent être planifiées et budgétisées ;
- Les intérêts des participants doivent être en phase avec les objectifs du salon ;
- Les communications et affichages doivent être préparés et évalués au préalable avec l'équipe de coordination du salon ;
- Les participants doivent recevoir les invitations et toutes les informations nécessaires en temps opportun, leur permettant de décider de participer, de préparer leur participation et d'organiser leur voyage.

Bibliographie

Services de secours catholiques, 2017. Manuel des bons et des foires agricoles Baltimore, MD, É.-U. 128p. (Manuel des foires agricoles et des bons d'achat Baltimore, MD, USA. 128p.)

CORAF : La Foire des technologies agricoles de l'Afrique de l'Ouest : soutenir l'élan vers la transformation de l'Agriculture. 4p (Le Salon des technologies agricoles ouest-africaines : soutenir la dynamique de transformation agricole. 4p)

David S., et Cofini, F., 2019. Un guide d'aide à la décision entre les diverses méthodes du conseil agricole. Rome. FAO. 64 p. (Un guide pour la prise de décision entre les différentes méthodes de conseil agricole. Rome. FAO. 64 p.)

FAO, 2014 : fiche de bonne pratique sur l'organisation d'une foire aux savoirs. 22p (Fiche de bonnes pratiques pour organiser une foire du savoir. 22p)

Nourrir l'avenir, 2022 : Guide d'organisation de la foire régionale agricole, commerciale et artisanale. 12p (Guide d'organisation du salon régional agricole, commercial et artisanal. 12p)

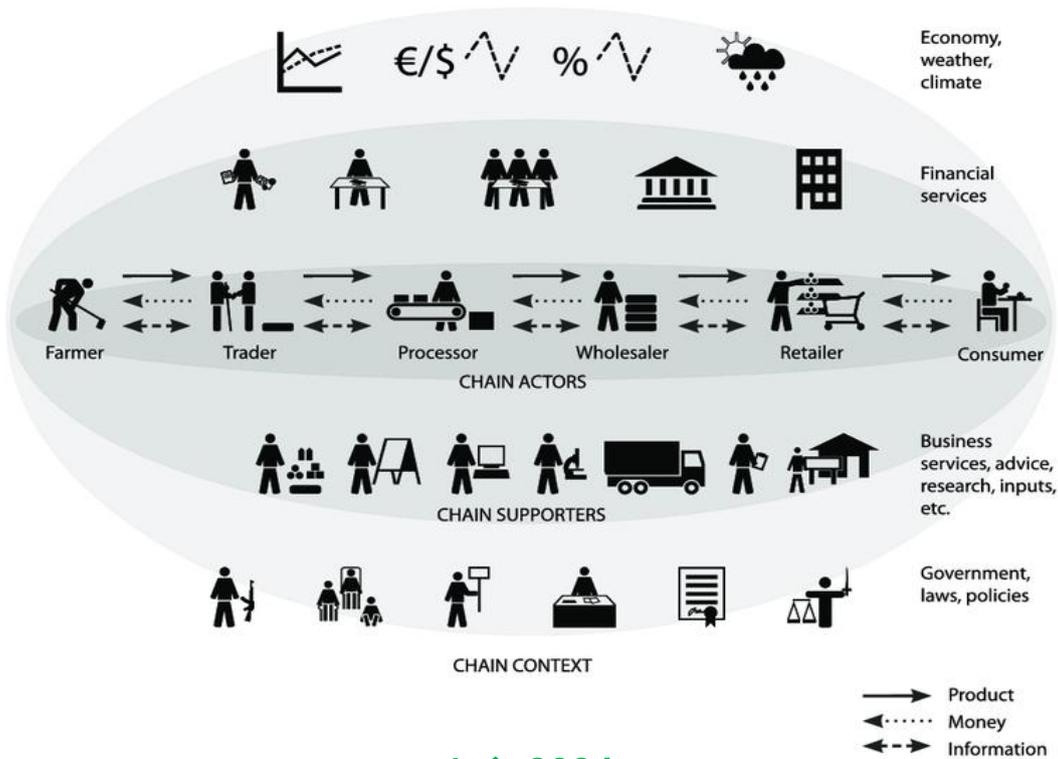
Prolinnova : Quelques lignes directrices pour organiser une foire de l'innovation agricole. 12h. (Quelques lignes directrices pour organiser un salon de l'innovation agricole. 12p.)





CAPITALISATION

Documentation sur la méthode de conseil orienté chaîne de valeur



Août 2024



Funded by the European Union

Note d'introduction

Cette fiche d'information a été réalisée dans le cadre d'une étude visant à cartographier les méthodes et outils innovants en matière de conseil agricole en Afrique de l'Ouest et du Centre. Commandée par le CORAF/WECARD (Conseil Ouest et Centre Africain pour la Recherche et le Développement Agricoles) et réalisée par le RESCAR-AOC (Réseau Ouest et Centre pour le Conseil Agricole et Rural) dans 13 pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre, cette étude a été menée.

L'objectif général de l'étude était de compiler un répertoire descriptif des méthodes et outils innovants de conseil agricole pour la mise à l'échelle des technologies et innovations agricoles en Afrique de l'Ouest et du Centre.

Plusieurs personnes au sein du CORAF, du RESCAR-AOC et d'autres acteurs, répartis dans les 13 pays couverts par l'étude, ont contribué au succès de cette initiative. Nous exprimons notre gratitude à tous ceux qui ont contribué à cette initiative.

1. Aperçu de la méthode de conseil orienté chaîne de valeur

La vulgarisation agricole vise à améliorer les connaissances et les compétences des agriculteurs afin d'optimiser leurs pratiques et de renforcer leur compétitivité. L'approche chaîne de valeur (CV) des services de conseil agricole repose sur l'idée que les agriculteurs ne sont pas isolés, mais intégrés dans un réseau d'acteurs interconnectés (fournisseurs, transformateurs, commerçants, consommateurs).

La méthode de conseil orienté chaîne de valeur est une approche qui accompagne tous les acteurs (agriculteurs, transformateurs, commerçants, etc.) d'une chaîne de valeur agricole donnée. Cette méthode identifie les contraintes et les opportunités à différents niveaux et propose des conseils personnalisés pour améliorer la performance de l'ensemble de la filière. Elle vise principalement à renforcer les capacités des agriculteurs à surmonter les défis liés au sous-développement du secteur agricole et au manque de connaissances et de compétences nécessaires pour répondre aux exigences des marchés internationaux.

2. Brève description des types de bénéficiaires soutenus par la méthode de conseil orienté chaîne de valeur

Cette méthode est utilisée pour soutenir les exploitations de taille moyenne, généralement de 0,5 à 2 hectares. Les bénéficiaires sont composés à 50 % d'hommes, 25 % de femmes et 25 % de jeunes. Les agriculteurs pratiquent à la fois la monoculture et la polyculture. En termes de production animale, les bénéficiaires élèvent des volailles telles que des poulets, des pintades et des canards, ainsi que des petits ruminants comme des chèvres et des moutons, à titre secondaire. Les principales cultures produites sont le soja, le maïs et l'igname, la commercialisation étant principalement axée sur le soja, principalement destiné à l'exportation, tandis que l'igname et le maïs sont vendus sur les marchés locaux.

3. Nécessité et objectif de la méthode de conseil orienté chaîne de valeur

La méthode de conseil orienté chaîne de valeur a été développée dans un contexte d'appui au développement du secteur agricole, notamment pour la production de soja biologique destiné à l'exportation. Cette méthode a été adoptée pour répondre aux exigences du marché biologique international en matière de qualité et de traçabilité des produits agricoles. Elle vise à optimiser chaque étape du processus, de la planification de la production grâce à l'utilisation de bonnes pratiques agricoles, à la récolte, au stockage, à la transformation et à la commercialisation. Dans ce contexte, la force de la méthode réside dans sa capacité à créer des synergies entre les différents maillons de la chaîne de valeur agricole, facilitant ainsi l'intégration des agriculteurs dans les chaînes d'approvisionnement mondiales tout en garantissant un développement agricole durable et équitable. Développée en 2015, la méthode s'est avérée nécessaire pour répondre à plusieurs enjeux liés au passage à l'échelle des innovations agricoles : organiser les agriculteurs en groupes structurés, tels que les groupes de cautions solidaires et solidaires, pour mieux négocier et accéder aux ressources ; satisfaire aux exigences de qualité des produits, notamment pour le marché international du soja biologique ; résoudre les problèmes de financement en structurant les besoins financiers et en mettant en place des mécanismes de garantie pour l'obtention de prêts ; consolider les différents maillons de la chaîne pour améliorer l'efficacité et la cohésion ; faciliter la création ou le renforcement des relations commerciales entre les agriculteurs, les transformateurs et les

autres parties prenantes ; et assurer l'accès au marché en mettant en œuvre des stratégies de commercialisation appropriées.

4. Méthodologie de mise en œuvre de la méthode de conseil orienté chaîne de valeur

La mise en œuvre de la méthode de conseil orienté chaîne de valeur comprend les étapes suivantes :

- Recrutement de conseillers agricoles ;
- Formation ou renforcement des capacités des agents/techniciens sur les normes de production biologique ;
- Identifier et sensibiliser les agriculteurs ;
- Organisation des agriculteurs en sociétés coopératives ;
- Formation ou renforcement des capacités des agriculteurs sur les normes de production biologique ;
- Évaluer les besoins des agriculteurs et planifier la production ;
- Faciliter l'accès au crédit et aux intrants agricoles ;
- Fournir un soutien consultatif technique périodique par des conseillers agricoles ;
- Suivi et contrôle de l'application des Bonnes Pratiques Agricoles (BPA) et certification des parcelles ;
- Réalisation d'un bilan annuel de la campagne couplé à la collecte des retours des agriculteurs.

5. Impacts de la méthode de conseil orienté chaîne de valeur

La méthode de conseil orienté chaîne de valeur facilite l'adoption de techniques améliorées (semences améliorées, gestion intégrée des cultures, fertilisation durable), conduisant à une augmentation des rendements (GIZ, 2019). Selon Davis et al. (2020), les agriculteurs engagés dans des chaînes de valeur bien organisées ont un meilleur accès aux intrants de qualité (engrais, semences certifiées) et au crédit. En effet, une étude menée au Kenya a montré que les agriculteurs intégrés dans des chaînes de valeur structurées ont augmenté leurs rendements de **20 à 50 %** grâce à un meilleur approvisionnement en intrants (Muriithi et Mats, 2015). En facilitant les accords contractuels et en réduisant les intermédiaires, cette méthode de conseil garantit aux agriculteurs des débouchés commerciaux plus sûrs et des prix plus stables (Ton et al., 2018).

Sur la base d'entretiens avec les parties prenantes lors de la documentation sur le terrain, le conseil agricole axé sur la chaîne de valeur a permis d'atteindre les objectifs suivants :

- Conformité aux normes du marché biologique : Les agriculteurs ont commencé à proposer des produits répondant aux normes de qualité biologique ;
- Accès facilité au financement : L'amélioration des mécanismes de financement a permis aux agriculteurs d'obtenir des prêts agricoles ;
- Consolidation de la chaîne de valeur : La coordination entre les différentes parties prenantes de la chaîne de valeur a été renforcée, améliorant l'efficacité du secteur ;
- Création de liens commerciaux : De solides relations commerciales ont été établies entre les agriculteurs et les autres acteurs de la chaîne de valeur, favorisant des partenariats durables ;
- Meilleure organisation des agriculteurs : Les agriculteurs ont été organisés en groupes structurés, tels que des coopératives, améliorant ainsi leur capacité à négocier et à accéder aux ressources ;
- Accès sécurisé au marché : les agriculteurs ont bénéficié de garanties de marché pour leurs produits.

Les bénéficiaires (femmes, jeunes et hommes) ont doublé leurs superficies de soja et leurs rendements à l'hectare grâce à l'utilisation des BPA, au respect des normes de production biologique et à l'accès à un marché équitable (meilleurs prix, mesures équitables et absence de tricherie). Ils ont également confirmé avoir désormais accès au marché biologique grâce à des techniques de vente améliorées.

6. Technologies et innovations promues par la méthode de conseil orienté chaîne de valeur

Plusieurs technologies et innovations ont été promues grâce à cette méthode, notamment :

- Accords contractuels agricoles : Établissement de contrats formels entre producteurs et acheteurs pour garantir un accès sécurisé au marché et des prix stables ;
- Accompagner les agriculteurs dans la création, la formalisation et la gestion de sociétés coopératives ;

- Diffusion de semences certifiées de qualité, de biofertilisants et de biopesticides ;
- Introduction d'équipements post-récolte (par exemple, batteuses) pour améliorer la qualité de la production ;
- Mise en place d'un système de contrôle interne et d'assistance technique : Les conseillers surveillent les activités des agriculteurs, veillent au respect des Bonnes Pratiques Agricoles (BPA) et des normes de production biologique et fournissent des conseils techniques en fonction de leurs besoins ;
- Soutien à la résolution de problèmes : les agriculteurs peuvent poser des questions, exprimer leurs préoccupations et recevoir une assistance immédiate pour surmonter les défis ;
- Faciliter l'accès aux intrants, au financement et aux marchés ;
- Techniques de gestion intégrée de la fertilité des sols (Giller et al., 2021) ;
- Irrigation de précision et agriculture intelligente (Gebbers & Adamchuk, 2010) ;
- Techniques de conservation des produits agricoles (FAO, 2018).

7. Coûts moyens de mise en œuvre de la méthode de conseil orienté chaîne de valeur

Les coûts de mise en œuvre de la méthode de conseil orienté chaîne de valeur comprennent les dépenses de conception, d'impression et de diffusion des supports de formation ; les coûts liés à la formation des techniciens ; les dépenses de sensibilisation et de formation des agriculteurs ; l'attribution de véhicules et d'outils de travail aux techniciens ; les coûts de mise en place et de réalisation des parcelles d'essai ; les dépenses de fonctionnement des techniciens ; et les salaires du personnel.

8. Forces et limites de la méthode de conseil orienté chaîne de valeur

Les principaux points forts de la méthode de conseil orienté chaîne de valeur identifiés lors des ateliers nationaux de discussion et d'évaluation et des entretiens sur le terrain sont les suivants :

Points forts de la méthode de conseil orienté chaîne de valeur

- Il facilite l'accès aux marchés nationaux et internationaux ;
- Il simplifie l'accès au financement grâce à des mécanismes tels que les garanties solidaires et les accords contractuels avec partage des risques entre les acteurs de la chaîne de valeur ;

- Elle organise les agriculteurs en sociétés coopératives, renforçant ainsi la solidarité et la capacité collective ; Elle fournit des services de conseil qui se concentrent spécifiquement sur une chaîne de valeur donnée, en tenant compte de toutes les parties prenantes de cette chaîne ;
- Il propose une approche pratique qui permet un meilleur contrôle du système d'exploitation ;
- Elle permet la formalisation des relations d'affaires entre les parties prenantes ;
- Cela favorise une confiance accrue entre les parties prenantes ;
- Elle améliore la coordination entre les acteurs pour une meilleure structuration des filières agricoles (Trienekens, 2011) ;
- Elle encourage l'adoption de technologies et de pratiques innovantes adaptées aux besoins du marché (Devaux et al., 2009) ;
- Elle promeut des modèles économiques durables et inclusifs (Donovan et al., 2015) ;
- Elle soutient une production socialement équitable (Vermeulen et al., 2008).

Limites de la méthode de conseil orienté chaîne de valeur

Les limites des méthodes sont dues au fait que :

- Il nécessite un temps et des ressources importants pour son déploiement ; Il souffre d'un manque de personnel technique (formateurs) pour sa mise en œuvre ; Certains agriculteurs ont du mal à respecter les clauses contractuelles, ce qui peut compromettre la confiance et l'efficacité du système ;
- Le manque de soutien de certaines entreprises peut entraver la mise en œuvre et le succès de la méthode ;
- Les difficultés de remboursement des prêts de certains agriculteurs peuvent rendre les institutions financières réticentes à accorder de nouveaux crédits, limitant ainsi le financement nécessaire ;
- Cela peut être difficile à mettre en œuvre dans des contextes où les structures de marché sont sous-développées (Faße et al., 2009) ;
- Risque de marginalisation des agriculteurs les moins compétitifs (Hellin et Meijer, 2006) ;
- Risque d'accroître la dépendance des agriculteurs à l'égard d'acheteurs spécifiques (Kaplinsky et Morris, 2001) ;

- Cela nécessite des capacités d'analyse et de gestion qui ne sont pas toujours disponibles dans les zones rurales (Altenburg, 2007) ;
- Il peut être difficile de financer sans le soutien des institutions publiques ou des partenaires privés (Humphrey et Schmits, 2002).

9. Conditions préalables au succès et rôle des différentes parties prenantes dans le succès de la méthode de conseil orienté chaîne de valeur

Pour un déploiement réussi de la méthode de conseil orientée sur les chaînes de valeur, plusieurs conditions doivent être réunies : (i) un cadre juridique facilitant l'accès aux marchés et au crédit (GIZ, 2016 ; Faure et al., 2018) ; (ii) l'engagement des producteurs et des entreprises dans une démarche collaborative (Devaux et al., 2009 ; FAO, 2014) ; (iii) la disponibilité d'outils de suivi et d'évaluation pour apprécier la performance des chaînes de valeur (KIT et al., 2010 ; Biénabe et al., 2017) ; (iv) le développement des compétences en gestion, traçabilité et commercialisation (Hellin et Meijer, 2006 ; Faure et al., 2018) ; (v) le développement de labels et certifications pour faciliter la commercialisation des produits agricoles (Reardon et al., 2009 ; Trienekens, 2011).

D'après les entretiens menés lors de la documentation de terrain, la mise en œuvre réussie de cette méthode de conseil nécessite : (i) un marché de production fiable ; (ii) l'identification d'un financier disposé à investir dans la chaîne de valeur ; (iii) l'identification d'une production répondant aux exigences du marché ; (iv) l'organisation des producteurs. Pour y parvenir, des changements et des innovations sont nécessaires au sein des organisations de conseil agricole, notamment :

- Développer des compétences en matière de bonnes pratiques agricoles, de normes de production biologique, de certification biologique et de services de vulgarisation ;
- Impliquer des experts en agriculture durable et en normes de production biologique ;
- Renforcer les partenariats entre les parties prenantes (ONG, institutions de microfinance et autres partenaires techniques) ;
- Améliorer les techniques et les méthodes d'accompagnement des agriculteurs.

Pour une mise en œuvre réussie, il est nécessaire de :

- Identifier les besoins des agriculteurs et adapter les initiatives de sensibilisation et de formation en conséquence ;
- Organiser des réunions et des discussions régulières avec les agriculteurs pour planifier les activités de suivi et de conseil ;
- Mettre en place un système de collecte des retours des agriculteurs et d'évaluation de leur satisfaction ;
- Mettre en place un système de contrôle interne, de suivi et d'évaluation des techniciens/conseillers de terrain.

Bibliographie

AGRIDAPE, 2013. Vulgarisation et conseil agricole. Revue sur l'agriculture durable à faibles apports extérieurs. Septembre 2013 - Tome 29 n°3. Téléchargeable sur le site (Vulgarisation et conseil agricoles. Revue sur l'agriculture durable à faibles intrants extérieurs. Septembre 2013 - Volume 29 n°3. Téléchargeable sur) https://www.iedafrique.org/IMG/pdf/Agridape_n29-3_Vulgarisation_et_Conseil_Agricoles.pdf

Aker JC, et Mbiti IM, 2016. Téléphones mobiles et développement économique en Afrique. Revue des perspectives économiques, 24(3), 207-232.

Biénabe E., Coronel C., Le Coq JF, Liagre L., 2017. Les chaînes de valeur agricole et alimentaire : Un cadre d'analyse pour les actions de développement. Cirad, AFD.

Davis KE ; Babu, Chandra S., et Catherine R., (éd.) 2020. Vulgarisation agricole : situation mondiale et performance dans certains pays. Washington, DC : Institut international de recherche sur les politiques alimentaires (IFPRI). <https://doi.org/10.2499/9780896293755>.

Devaux A., Horton D., Velasco C., Thiele G., López G., Bernet T., Ordinola, M., 2009. Action collective pour l'innovation dans les chaînes de marché dans les Andes. Politique alimentaire, 34(1), 31-38.

Donnet M., Weatherspoon DD et Hoehn JP, 2011. Déterminants des prix des cafés de spécialité de qualité supérieure. Agricultural Economics, 42(1), 17-30.

FAO, 2013a.Intégration des petits exploitants dans les marchés alimentaires en évolution. Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, Rome, 2013, 48p.

FAO, 2013b.Financement des chaînes de valeur agricole – Outils et leçons. Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, Rome 216p.

FAO, 2014.Approche des chaînes de valeur durables pour le développement agricole et rural : principes et cadres d'analyse. FAO.

FAO, 2017.L'état de l'alimentation et de l'agriculture : tirer parti des systèmes alimentaires pour une transformation rurale inclusive. Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, Rome, 2017, 181 p.

FAO, 2018.L'avenir de l'alimentation et de l'agriculture : tendances et défis.

Faure G., Toillier A., et Hainzelin E., 2018.Transformations des agricultures et des systèmes alimentaires : enjeux et questions de recherche pour les pays en développement. Quae (Transformations de l'agriculture et des systèmes alimentaires : enjeux et questions de recherche pour les pays en développement. Quae).

Gebbers R. et Adamchuk VI, 2010.Agriculture de précision et sécurité alimentaire. Science, 327(5967), 828-831.

GIZ, 2016.ValueLinks 2.0 : La méthodologie de promotion de la chaîne de valeur. GIZ.

GIZ, 2019.Développement de chaînes de valeur pour la croissance rurale et la création d'emplois. Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit.

Hellin J. et Meijer M., 2006.Lignes directrices pour l'analyse de la chaîne de valeur dans le secteur agricole. Développement en pratique, 16(3-4), 342-357.

Kaplinsky R. et Morris M., 2001. Manuel de recherche sur la chaîne de valeur. CRDI.

KIT, Faida MaLi, et IIRR, 2010.Mettre les chaînes au défi du changement : l'égalité des sexes dans le développement des chaînes de valeur agricoles. KIT Publishers.

Muriithi BW et Matz JA, 2015.Effets sur le bien-être de l'accès au marché par l'agriculture contractuelle au Kenya. Food Policy, 50, 129-140.

Reardon T., Timmer CP, Barrett CB, Berdegú J., 2009.L'essor des supermarchés en Afrique, en Asie et en Amérique latine". American Journal of Agricultural Economics, 85(5), 1140-1146.

Ton G. ; Vellema W. ; Desière S., Weituschat S., D'Haese M., 2018.L'agriculture contractuelle pour améliorer les revenus des petits exploitants : que pouvons-nous apprendre des études d'efficacité ?. World Development, Volume 104, 46–64.doi.org/10.1016/j.worlddev.2017.11.015

Torres C., Seters JV, Karaki K. et Kpadonou R., 2017.Analyse exploratoire des mesures visant à faciliter les échanges commerciaux pour des chaînes de valeur agroalimentaires régionales inclusives en Afrique de l'Ouest. Centre européen de gestion des politiques de développement (ECDPM), Document de travail n° 214, 34 p. Téléchargeable sur www.ecdpm.org/dp214

Trienekens JH, 2011.Les chaînes de valeur agricoles dans les pays en développement : un cadre d'analyse. Revue internationale de gestion de l'alimentation et de l'agro-industrie, 14(2), 51-82.





CAPITALISATION

Documentation sur la méthode des Emissions radiophoniques



Août 2024



Funded by
the European Union

Note d'introduction

Cette fiche d'information a été réalisée dans le cadre d'une étude visant à cartographier les méthodes et outils innovants en matière de conseil agricole en Afrique de l'Ouest et du Centre. Commandée par le CORAF/WECARD (Conseil Ouest et Centre Africain pour la Recherche et le Développement Agricoles) et réalisée par le RESCAR-AOC (Réseau Ouest et Centre pour le Conseil Agricole et Rural) dans 13 pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre, cette étude a été menée.

L'objectif général de l'étude était de compiler un répertoire descriptif des méthodes et outils innovants de conseil agricole pour la mise à l'échelle des technologies et innovations agricoles en Afrique de l'Ouest et du Centre.

Plusieurs personnes au sein du CORAF, du RESCAR-AOC et d'autres acteurs, répartis dans les 13 pays couverts par l'étude, ont contribué au succès de cette initiative. Nous exprimons notre gratitude à tous ceux qui ont contribué à cette initiative.

1. Aperçu de la méthode des émissions radiophoniques

L'émission radiophonique est une plateforme virtuelle d'échange d'informations sur un sujet donné entre différents acteurs. Elle repose sur un processus méthodologique, qui commence par la sélection du sujet, le développement du contenu, la stratégie d'animation, le ciblage des publics et le choix du moment idéal. Elle est donc considérée comme une méthode compte tenu de son approche spécifique. La radio, en tant que canal de diffusion, est l'outil utilisé en complément de supports d'information tels que des fiches techniques. La radio est souvent associée à d'autres TIC, comme les téléphones portables qui permettent aux agriculteurs de répondre et de poser des questions pendant l'émission, les enregistreurs vocaux portables (par exemple, les enregistreurs MP3) et les serveurs vocaux qui permettent une communication bidirectionnelle avec le public cible (par exemple, en fournissant des informations préalables à la diffusion, telles que les prix du marché, les prévisions météorologiques et les résumés des émissions précédentes).

2. Brève description des types de bénéficiaires soutenus par les émissions radiophoniques

Grâce aux émissions radiophoniques, les groupes vulnérables ont accès aux technologies, même s'ils ne possèdent pas de poste de radio. Selon les agriculteurs, toutes les catégories d'agriculteurs peuvent accéder aux technologies grâce aux émissions radiophoniques.

En Afrique, la plupart des communautés agricoles vivent dans des zones rurales : on estime que deux milliards de personnes résident dans les zones rurales des pays en développement ([Atelier international sur la radio rurale](#)). Dans ces régions, le lien entre l'agriculture et le développement rural est vital puisque la majorité de la population dépend de l'agriculture pour sa subsistance.

L'utilisation des langues locales dans les émissions radiophoniques permet de cibler les agriculteurs peu alphabétisés (David et Cofini, 2019), touchant ainsi un grand nombre d'entre eux. Selon Rao (2015), une radio communautaire peut atteindre jusqu'à 200 000 foyers.

3. Besoin et objectif des émissions radiophoniques

Les émissions radiophoniques ont été initiées dans un contexte où les agriculteurs n'avaient pas accès en temps réel à certaines informations techniques pour faciliter leurs opérations agricoles. De plus, certaines zones reculées étaient difficiles d'accès par le biais d'activités de conseil conventionnelles. De plus, dans de nombreuses localités, les agriculteurs utilisaient déjà la radio pour s'informer et répondre à d'autres besoins. Les acteurs du conseil agricole ont saisi cette opportunité pour multiplier les canaux de communication afin d'atteindre le plus grand nombre d'agriculteurs possible, en particulier dans les zones reculées et inaccessibles. Le recours aux émissions radiophoniques était donc nécessaire pour : (i) communiquer avec les agriculteurs, (ii) atteindre un plus grand nombre d'agriculteurs dans un court laps de temps, (iii) surmonter les obstacles (tels que les restrictions liées à la COVID-19 et l'insécurité dans les zones reculées), et (iv) favoriser les interactions entre agriculteurs et entre agriculteurs et techniciens lors d'émissions interactives.

Les objectifs de ces émissions radiophoniques sont : (i) atteindre le maximum d'agriculteurs, (ii) répondre en temps réel aux préoccupations des agriculteurs, et (iii) fournir des conseils opportuns au fur et à mesure de l'évolution de la campagne agricole.

4. Méthodologie de mise en œuvre des émissions radiophoniques

La mise en œuvre de la méthode des émissions radiophoniques suit les étapes suivantes:

- Évaluer les besoins des agriculteurs ;
- Préparer les thématiques à développer en réponse aux besoins des agriculteurs ;

- Etablissement et signature de partenariats avec des stations de radio pour les diffusions ;
- Élaborer la grille de diffusion en collaboration avec les stations de radio ;
- Produire des micro-émissions (messages techniques audio et/ou vidéo) destinés à être diffusés ;
- Réaliser les émissions radio avec les animateurs radio et l'expert technique sur le sujet.

Pendant le temps de diffusion, un bref résumé des activités agricoles de la période est présenté pour fournir des conseils et ouvrir la parole à l'interaction.

5. Impacts des émissions radiophoniques

Les principaux services fournis par les émissions radiophoniques comprennent la diffusion d'informations et de technologies, le renforcement des capacités des agriculteurs sur les méthodes de production technique et les pratiques phytosanitaires, ainsi que sur d'autres méthodes de production, de récolte, de conservation et de transformation.

Les émissions radiophoniques influencent positivement le comportement des agriculteurs en encourageant l'adoption de méthodes de production techniques, en améliorant les connaissances sur les produits de traitement phytosanitaire, etc. Lors des groupes de discussion, les hommes ont constaté que ces émissions encourageaient l'utilisation de semences améliorées, d'engrais organiques, de biopesticides et la réduction des surfaces de production pour faciliter l'entretien. Les femmes ont indiqué que ces émissions les aidaient à comprendre les techniques de production des différentes cultures et les dosages appropriés d'intrants agricoles.

L'adoption de ces techniques de production, notamment la sélection des meilleures variétés, entraîne souvent une amélioration des rendements agricoles. Bien que difficile à évaluer en raison des nombreux facteurs de rendement, les groupes de discussion ont signalé une augmentation des rendements de maïs de 30 à 40 sacs de 100 kg par hectare, tandis que les femmes ont constaté une amélioration des rendements d'arachide (augmentation de 2 à 3 sacs) et de maïs (augmentation de 20 à 30 sacs de 100 kg par hectare).

De plus, les Radios Rurales Internationales ont démontré que les émissions radiophoniques ont accru la demande de matériel de semis et ont incité davantage d'agriculteurs à essayer des innovations (Rao, 2015). Moussa et al. (2011) ont montré que

la radio a accru l'intérêt et l'adoption du triple ensachage du niébé par les agriculteurs nigériens. De plus, les émissions radiophoniques ont permis à plus de 50 % des agriculteurs auditeurs d'améliorer leurs connaissances sur la culture du teff (*Eragrostis tef*) en Éthiopie (Rao, 2015).

6. Technologies et innovations promues à travers des émissions radiophoniques

Plusieurs technologies et innovations ont été promues par le biais d'émissions radiophoniques. Parmi celles-ci figurent la gestion durable des emballages, la gestion durable de la fertilité des sols, la gestion des revenus des ménages, l'utilisation sûre des pesticides, le microdosage, la production et l'utilisation d'engrais organiques, les semences améliorées, etc.

7. Coûts moyens de mise en œuvre des émissions radiophoniques

Français Le coût global de mise en œuvre d'une émission radiophonique comprend les frais de personnel, le soutien technique des experts agricoles, les coûts de production de l'émission et le temps d'antenne, qui varie selon le type de station (David et Cofini, 2019). Les stations de radio communautaires peuvent être créées avec un budget modeste de 20 000 USD (couvrant l'équipement, la licence de diffusion et d'autres éléments essentiels) (Rao, 2015). Par exemple, une émission radiophonique bolivienne diffusant six séquences de trois minutes sur la pourriture bactérienne de la pomme de terre a coûté 840 USD et a touché environ 2 000 agriculteurs (environ 0,42 USD par agriculteur) (Bentley et al., 2007). Une émission radiophonique de quatre mois sur le teff en Éthiopie a coûté environ 0,38 USD par agriculteur (Rao, 2015).

Les coûts de mise en œuvre dépendent également de la structure organisationnelle. Par exemple, dans le cas de la SOFITEX au Burkina Faso, avec un budget annuel minimum de 700 000 FCFA, un partenariat peut être établi avec une radio rurale pour animer au moins une émission par mois, soit un coût moyen de 58 333 FCFA par diffusion. Chaque diffusion touchant plus de 100 agriculteurs, cela représente environ 583,33 FCFA par agriculteur et par diffusion. Plus le nombre d'auditeurs est élevé, plus le coût par agriculteur est faible.

8. Forces et limites des émissions radiophoniques

Les principaux points forts et limites de la méthode des émissions radiophoniques, tels qu'identifiés lors des ateliers nationaux de discussion et d'évaluation et par le biais d'entretiens sur le terrain, sont les suivants :

Points forts de la méthode :

- Disponibilité de stations de radio ouvertes à la collaboration ;
- Un grand enthousiasme parmi les agriculteurs, démontrant un besoin clair ;
- Un grand enthousiasme des agriculteurs pour la méthode
- Capacité à atteindre un grand nombre d'agriculteurs de tous profils et catégories à faible coût ;
- Capacité à délivrer un message uniforme à de nombreux agriculteurs, avec la possibilité d'adapter les messages par région (via la radio rurale) ;
- Facilitation du partage d'expériences entre agriculteurs ; etc.

Limites de la méthode

- Insuffisance de ressources financières pour produire les émissions ;
- Manque d'informations détaillées sur les auditeurs (ce qui rend difficile de déterminer le nombre de personnes qui ont écouté, leurs emplacements, leurs profils et leurs villages) ;
- Défis sécuritaires dans certaines localités.

9. Conditions préalables au succès et rôle des différentes parties prenantes dans le succès des émissions radiophoniques

Le succès des émissions radio est dû à :

- La méthode étant bien adaptée aux profils et catégories d'agriculteurs ;
- Des émissions répondant aux besoins actuels des agriculteurs ;
- Horaires de diffusion fixes (avec jour et heure connus pour les agriculteurs) ;
- Couverture étendue de plusieurs zones via des ondes radio, etc.

Les principaux enseignements et messages tirés de l'utilisation des émissions radiophoniques dans le conseil agricole sont les suivants :

- Les agriculteurs ont besoin d'informations de référence en temps réel sur les questions d'actualité (telles que les coûts des intrants, les prix du coton, etc.) pour mieux gérer leurs activités ;
- Il est essentiel de fournir aux agriculteurs un canal pour exprimer leurs besoins ;
- Établir un climat de confiance avec les agriculteurs est essentiel au succès des émissions interactives.

Bibliographie

Bentley JW, Barea O., Priou S., Equise H. et Thiele G., 2007. Comparaison des écoles pratiques d'agriculture, des ateliers communautaires et de la radio : Enseigner aux agriculteurs boliviens le flétrissement bactérien de la pomme de terre. *Journal of International Agricultural and Extension Education*, 14(3) : 45–61. Consultable à : https://www.aiaee.org/attachments/137_Bentley-Vol-14.3-4.pdf

David S., et Cofini, F., 2019. Un guide d'aide à la décision entre les diverses méthodes du conseil agricole. Rome. FAO. 64p

Moussa B., Otoo M., Fulton J. et Lowenberg-DeBoer J., 2011. Efficacité des méthodes alternatives de vulgarisation par radiodiffusion en Afrique de l'Ouest. *Journal of Agricultural Education and Extension*, 17(4) : 355-369.

Rao S., 2015. Utilisation de la radio pour la vulgarisation agricole. Note 18. Notes du GFRAS sur les bonnes pratiques de services de vulgarisation et de conseil rural. GFRAS : Lindau, Suisse, 4p. (Utilisation de la radio pour la vulgarisation agricole. Note 18. Notes du GFRAS sur les bonnes pratiques en matière de services de vulgarisation et de conseil rural. GFRAS : Lindau, Suisse, 4p.)

Webographie : [Atelier international sur la radio rurale](#) Consulté le 27 janvier 2025 à 18h30





CAPITALISATION

Documentation sur la méthode de la
plateforme CCASA



C-CASA

Août 2024



Funded by
the European Union

Note d'introduction

Cette fiche d'information a été réalisée dans le cadre d'une étude visant à cartographier les méthodes et outils innovants en matière de conseil agricole en Afrique de l'Ouest et du Centre. Commandée par le CORAF/WECARD (Conseil Ouest et Centre Africain pour la Recherche et le Développement Agricoles) et réalisée par le RESCAR-AOC (Réseau Ouest et Centre pour le Conseil Agricole et Rural) dans 13 pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre, cette étude a été menée.

L'objectif général de l'étude était de compiler un répertoire descriptif des méthodes et outils innovants de conseil agricole pour la mise à l'échelle des technologies et innovations agricoles en Afrique de l'Ouest et du Centre.

Plusieurs personnes au sein du CORAF, du RESCAR-AOC et d'autres acteurs, répartis dans les 13 pays couverts par l'étude, ont contribué au succès de cette initiative. Nous exprimons notre gratitude à tous ceux qui ont contribué à cette initiative.

1. Présentation de la méthode de la plateforme CCASA

La plateforme CCASA (Plateforme nationale de dialogue science-politique pour l'adaptation de l'agriculture et la sécurité alimentaire face au changement climatique) est un cadre d'échanges qui met en relation l'ensemble des acteurs du secteur agricole. Les principaux acteurs de la mise en œuvre de la méthode sont : (i) le ministère de l'Agriculture, chargé de la coordination, du suivi-évaluation, du renforcement des capacités, de la levée de fonds et de la promotion des innovations ; (ii) les institutions de recherche pour le développement des innovations et le renforcement de la résilience des agriculteurs ; (iii) les organisations paysannes (OP) pour l'identification des besoins des agriculteurs et le partage d'expériences ; (iv) les collectivités territoriales pour faciliter les interactions et accompagner les acteurs ; (v) les médias pour une large diffusion des résultats. Cette initiative favorise les synergies entre les principaux acteurs nationaux impliqués dans l'orientation et la prise de décisions politiques essentielles aux plans et stratégies nationaux de lutte contre le changement climatique.

2. Brève description des bénéficiaires soutenus par la méthode de la plateforme CCASA

Les bénéficiaires de la méthode de la plateforme CCASA sont les communautés rurales, les agriculteurs étant les bénéficiaires finaux. Cependant, la plateforme sert de cadre

départemental pour aider les décideurs et les dirigeants à élaborer des options et des stratégies de résilience pour leurs communautés. Elle favorise également la diffusion de pratiques agricoles résilientes au changement climatique. Les exploitations soutenues ont une superficie moyenne de 4 à 5 hectares et regroupent des hommes, des femmes et des jeunes. Les systèmes de production sont diversifiés, intégrant l'agriculture mixte et intégrée. Les animaux d'élevage les plus couramment élevés sont la volaille et les petits ruminants, bien que l'élevage bovin et la pisciculture artisanale soient également pratiqués. Les principales cultures sont les céréales, les légumineuses, les racines et tubercules, ainsi que les fruits et légumes.

3. Nécessité et objectif de la méthode de la plateforme CCASA

La méthode de la plateforme CCASA a été officiellement introduite au Sénégal en 2015 dans un contexte de variabilité et de changement climatique, caractérisé par des phénomènes météorologiques extrêmes récurrents, la dégradation des terres, des perturbations variétales et la prolifération de ravageurs. Le contexte géopolitique mondial de l'époque, notamment l'Accord de Paris sur le climat, a également fortement influencé la mise en place de cette méthode. La plateforme CCASA était nécessaire à la planification des campagnes agricoles à partir des prévisions agro météorologiques. Elle a été créée pour relever les défis de la planification des activités agricoles en intégrant les informations climatiques et en développant des technologies et innovations résilientes pour faire face au changement climatique. Son objectif est de réduire la vulnérabilité des agriculteurs et des systèmes agricoles aux effets néfastes du changement climatique. Les objectifs spécifiques de la plateforme CCASA sont les suivants :

- Partage des connaissances sur le changement climatique ;
- Renforcer les cadres et espaces de concertation existants ;
- Assurer la circulation de l'information et des activités entre les institutions de recherche et les principaux acteurs nationaux, notamment les services techniques de développement rural, les institutions universitaires, les organisations d'agriculteurs, les acteurs du secteur rural privé, les médias, les ONG et les décideurs politiques ;
- Renforcer les capacités des parties prenantes sur les questions liées au changement climatique ;

- Renforcer les interactions entre les niveaux local et national pour favoriser un dialogue politique qui intègre le changement climatique dans les politiques publiques liées à l'agriculture et à la sécurité alimentaire ;
- Développer et mettre en œuvre des projets innovants favorisant une agriculture intelligente face au climat.

4. Impacts de la méthode de la plateforme CCASA

L'utilisation de la plateforme CCASA a touché un nombre important d'agriculteurs et a contribué à l'augmentation des rendements agricoles. Selon les agriculteurs, la plateforme est très efficace car elle fournit des informations climatiques essentielles (pluie, vent, etc.), leur permettant de mieux planifier leurs activités agricoles grâce à l'accès aux prévisions météorologiques en langues locales directement sur leurs téléphones. La participation aux discussions sur la plateforme et l'adoption des technologies ont conduit à une amélioration des rendements agricoles. Plus précisément, les agriculteurs ont signalé une augmentation de **25 %** des rendements avec le Système de Riziculture Intensive (SRI) et de **30 %** avec la technique Zai. De plus, ils ont constaté une augmentation de leurs revenus. L'accès aux informations météorologiques les a aidés à mieux planifier leurs campagnes agricoles, ce qui a entraîné une amélioration des rendements et, par conséquent, une augmentation des revenus provenant de la vente des produits (augmentation moyenne de **20 %**).

5. Technologies et innovations promues par la méthode de la plateforme CCASA

Plusieurs technologies et innovations ont été promues à travers la plateforme CCASA, notamment la technique Zai, la Régénération Naturelle Assistée (RAN), le Système de Riziculture Intensive (SRI), le Semis en Ligne du riz, etc.

6. Coûts moyens de mise en œuvre de la méthode de la plateforme CCASA

Les coûts de mise en œuvre de la plateforme CCASA sont élevés et couvrent les dépenses liées aux réunions nationales et locales, à la création de parcelles de démonstration d'agriculture intelligente face au climat (AIC), à la diffusion des émissions radiophoniques « Kaddu Baykat », à la mise à l'échelle des cadres locaux, au soutien aux instituts de recherche, ainsi qu'à la coordination et au suivi des activités de terrain. Le coût estimé des

services de la plateforme est d'environ 750 000 FCFA par mois et par département. Ces coûts sont pris en charge à **90 %** par les partenaires et à **10 %** par l'État sénégalais.

7. Forces et faiblesses de la méthode de la plateforme CCASA

Les principales forces et faiblesses de la plateforme CCASA telles qu'identifiées lors des ateliers nationaux de discussion et d'évaluation, et lors des entretiens de documentation sur les méthodes et les outils, sont les suivantes :

Points forts de la plateforme CCASA :

- Il facilite la diffusion de l'information aux agriculteurs ;
- Il soutient la prise de décision en réunissant de multiples parties prenantes ;
- Il favorise le consensus sur les aspects techniques, organisationnels et de communication entre toutes les parties prenantes ;
- Elle bénéficie d'un fort soutien institutionnel ;
- Elle encourage une implication significative des collectivités locales et des agriculteurs dans sa mise en œuvre.

Limites de la plateforme CCASA :

La mise en place de la plateforme CCASA nécessite du temps pour rassembler les parties prenantes ; elle exige des ressources financières importantes pour sa mise en œuvre.

8. Conditions préalables au succès et rôles des différentes parties prenantes dans le succès de la plateforme CCASA

Pour que la plateforme CCASA fonctionne efficacement, d'importants efforts de sensibilisation des autorités administratives et des élus locaux sont nécessaires. De plus, des initiatives de renforcement des capacités des agriculteurs sur la méthodologie de la plateforme et les enjeux du changement climatique sont essentielles, ainsi que la mise en place d'une équipe pluridisciplinaire pour la gestion et l'animation de la plateforme.

Les principaux enseignements et messages tirés du fonctionnement de la plateforme CCASA sont les suivants :

- L'implication politique a facilité le déploiement de la plateforme ;
- L'engagement des différentes parties prenantes (collectivités locales et agriculteurs) a contribué à atteindre les objectifs de la plateforme ;
- Le respect des engagements a contribué à maintenir la motivation des utilisateurs de la plateforme ;

- La disponibilité des ressources financières (contributions du Gouvernement et des partenaires financiers) a permis la mise en œuvre dans les délais de toutes les activités de la plateforme.





CAPITALISATION

Documentation sur la méthode SHEP (Smallholder Horticulture Empowerment & Promotion)



Août 2024



Funded by
the European Union

Note d'introduction

Cette fiche d'information a été réalisée dans le cadre d'une étude visant à cartographier les méthodes et outils innovants en matière de conseil agricole en Afrique de l'Ouest et du Centre. Commandée par le CORAF/WECARD (Conseil Ouest et Centre Africain pour la Recherche et le Développement Agricoles) et réalisée par le RESCAR-AOC (Réseau Ouest et Centre pour le Conseil Agricole et Rural) dans 13 pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre, cette étude a été menée.

L'objectif général de l'étude était de compiler un répertoire descriptif des méthodes et outils innovants de conseil agricole pour la mise à l'échelle des technologies et innovations agricoles en Afrique de l'Ouest et du Centre.

Plusieurs personnes au sein du CORAF, du RESCAR-AOC et d'autres acteurs, répartis dans les 13 pays couverts par l'étude, ont contribué au succès de cette initiative. Nous exprimons notre gratitude à tous ceux qui ont contribué à cette initiative.

1. Aperçu de la méthode SHEP

Le SHEP (Smallholder Horticulture Empowerment & Promotion) a été conçu comme un outil de conseil agricole visant à apporter des solutions concrètes à ces problématiques sous-jacentes. Il s'agit d'une approche de vulgarisation agricole favorisant l'agriculture de marché auprès des petits exploitants agricoles (JICA, 2018). Il a été développé au Kenya en 2006 dans le cadre d'un projet de coopération technique entre le ministère kenyan de l'Agriculture et la JICA (Sugimoto Fall, 2022).

Français Les principales caractéristiques de SHEP comprennent le soutien aux activités agricoles, notamment en favorisant le partage d'informations sur le marché entre les agriculteurs et les acteurs du marché, réduisant ainsi le déficit d'information, et la conception d'une série d'activités qui prennent en compte la motivation des agriculteurs (JICA, 2018). Selon JICA (2018) et Sugimoto Fall (2022), la vision de SHEP est de maximiser l'initiative des agriculteurs en suivant quatre étapes clés : (i) partager l'objectif et la vision du succès avec les agriculteurs cibles, (ii) encourager les agriculteurs à prendre conscience des opportunités commerciales grâce à des études de marché initiées par les agriculteurs eux-mêmes, (iii) permettre aux agriculteurs de prendre des décisions sur la sélection des cultures et les calendriers de culture, et (iv) doter les agriculteurs des compétences nécessaires pour améliorer leurs pratiques agricoles.

SHEP vise à susciter un changement de comportement chez les agriculteurs et les agents de vulgarisation. Il passe d'une approche « produire pour vendre » à une approche « produire pour vendre ». L'objectif est de donner aux petits exploitants agricoles les moyens de s'engager dans une agriculture axée sur le marché.

La méthode SHEP est actuellement utilisée dans près de 51 pays à travers le monde (Sugimoto Fall, 2022), une trentaine de pays africains ayant adopté et mis en œuvre l'approche SHEP (Mwangi et al., 2021).

2. Brève description des types de bénéficiaires soutenus par la méthode SHEP

La méthode SHEP est principalement utilisée auprès des petits exploitants agricoles disposant de terres agricoles limitées, avec une superficie maximale de 2 hectares. Cela inclut les jeunes, les femmes et les hommes. Ces ménages pratiquent généralement une agriculture mixte, avec une forte concentration sur la production maraîchère. En matière d'élevage, l'approche SHEP se concentre sur les petits ruminants et l'aviculture, des filières bien adaptées aux petits producteurs. Les principales cultures cultivées et vendues par ces ménages comprennent divers types de légumes. La commercialisation de ces produits se fait principalement au niveau local, bien que certaines organisations paysannes (OP) aient la possibilité d'accéder aux marchés des villes voisines.

3. Nécessité et objectif de la méthode SHEP

La méthode SHEP (Smallholder Horticulture Empowerment & Promotion) a été introduite dans de nombreux pays d'Afrique de l'Ouest à partir de 2014, avec le soutien de l'Agence japonaise de coopération internationale (JICA), afin de répondre aux défis spécifiques rencontrés par les petits producteurs horticoles. Ce choix méthodologique a été motivé par plusieurs constats clés : une part importante de la population agricole de ces pays est constituée de petits exploitants agricoles dont les revenus restent faibles en raison de l'exploitation par des intermédiaires, des coûts de transport élevés et d'une méconnaissance des prix du marché. Cette situation entraîne également une asymétrie d'information croissante et des pertes post-récolte dues à l'absence de stratégies de commercialisation efficaces. L'approche SHEP a été introduite pour répondre à ces problèmes en transformant l'agriculture en activité commerciale et en donnant aux agriculteurs les moyens de devenir entrepreneurs. L'objectif de SHEP est d'améliorer la commercialisation des produits agricoles et d'accroître les revenus des agriculteurs. Les

services fournis dans le cadre de cette approche comprennent le partage de la vision SHEP, la sensibilisation à son importance, l'appui à la prise de décision pour la commercialisation et la proposition de solutions pour l'accès au marché et le développement de partenariats.

4. Méthodologie de mise en œuvre de l'approche SHEP

La méthode SHEP est mise en œuvre à travers un cycle d'accompagnement en quatre étapes :

- Partage de vision (ateliers de sensibilisation) ;
- Sensibilisation (enquêtes de base, études de marché, forums de réseautage) ;
- Prise de décision (sélection des cultures cibles, élaboration de plans d'action, calendriers de culture) ;
- Fourniture de solutions (formations techniques).

5. Impacts de la méthode SHEP

Français Selon Sugimoto Fall (2022), plus de 225 807 petits exploitants agricoles ont bénéficié de la méthode SHEP, avec le soutien d'environ 25 438 agents impliqués dans les activités SHEP. Au Kenya, par exemple, un projet promouvant cette méthode a touché plus de 20 000 petits exploitants agricoles (MOALF et JICA, 2020, cité par Mwangi et al., 2021). Au Sénégal, les résultats de l'étude de documentation indiquent que la méthode SHEP a permis à **13,4 %** des syndicats de producteurs horticoles de la zone de mise en œuvre de recueillir des informations pour améliorer leurs revenus. De plus, **76,9 %** des organisations de producteurs ont modifié leurs activités de production et commerciales en utilisant les outils SHEP. De plus, **96 %** des agriculteurs ciblés ont commencé à collecter des informations pour améliorer leurs revenus, et plus de **54 %** des groupements de producteurs ont observé une augmentation de leurs revenus de plus de **20 %** depuis l'introduction de la méthode. Environ **62 %** des syndicats de la zone de mise en œuvre ont également connu une croissance de leurs revenus horticoles. Les bénéficiaires directs comprennent 2 594 personnes (1 128 femmes et 1 466 hommes), avec 20 887 bénéficiaires indirects (7 234 femmes et 13 653 hommes).

Les agriculteurs ont constaté une augmentation de leurs revenus grâce à une meilleure connexion aux marchés, au renforcement de leurs relations commerciales et à une meilleure compréhension de leur environnement économique. L'accès à de nouveaux

marchés a été facilité par des voyages d'affaires, permettant aux producteurs d'établir des partenariats avec des commerçants et d'autres acteurs de la chaîne de valeur.

Selon d'autres sources, les agriculteurs ont pu appliquer les compétences et les connaissances acquises grâce à la formation SHEP, ce qui a eu des effets positifs sur leurs exploitations (Mwangi et al., 2021). En moyenne, SHEP a aidé les agriculteurs à augmenter leurs revenus horticoles de **70 à 80 %** sur deux ans (Mwangi et al., 2021 ; Sugimoto Fall, 2022).

6. Technologies et innovations promues par la méthode SHEP

Plusieurs technologies et innovations ont été promues grâce à l'approche SHEP, notamment :

- Promouvoir une agriculture orientée vers le marché ;
- Créer des forums pour les acteurs de la chaîne de valeur ;
- Réalisation d'études de marché par les agriculteurs eux-mêmes ;
- Encourager les agriculteurs à tenir des registres pour suivre les coûts de production, améliorer la gestion des coûts et la sensibilisation à la rentabilité ;
- Établir des relations d'affaires par le biais de visites de marché et de voyages d'études ;
- Diversifier la production pour répondre aux demandes du marché identifiées par des études de marché ;
- Faciliter l'accès à de nouveaux services tels que le microcrédit et les technologies d'irrigation.

7. Coûts moyens de mise en œuvre de la méthode SHEP

Les coûts liés à la mise en œuvre de la méthode SHEP comprennent principalement les frais de transport pour les études de marché et les forums, ainsi que le soutien financier aux conseillers agricoles. Ces coûts peuvent être partiellement pris en charge par les organisations paysannes ou par les participants eux-mêmes. Cette méthode se distingue par son rapport coût-efficacité, car elle couvre un large éventail d'agriculteurs à un coût relativement faible.

La mise en œuvre réussie de l'approche SHEP nécessite divers apports, notamment des ressources humaines, du matériel de formation, de l'équipement et des dépenses opérationnelles (Mwangi et al., 2021).

8. Forces et limites de la méthode SHEP

Les principales forces et limites de la méthode SHEP identifiées lors des ateliers nationaux de discussion et d'évaluation et lors des entretiens sur la documentation des méthodes et des outils sont les suivantes :

Les points forts de la méthode SHEP

- Simplicité et flexibilité de l'approche ;
- Coûts de mise en œuvre réduits.

Limites de la méthode SHEP

La dépendance initiale des agriculteurs à l'aide extérieure constitue une limitation majeure, car elle peut conduire à des attentes élevées en matière de soutien continu, nécessitant une communication proactive pour éviter les malentendus.

9. Conditions préalables à la réussite et rôle des différentes parties prenantes dans la méthode SHEP

Les conditions préalables à la réussite de la mise en œuvre du SHEP incluent une communication claire dès le départ afin d'harmoniser les attentes, un engagement actif des bénéficiaires et des conseillers, et un soutien institutionnel fort. Les principaux rôles des institutions et autres parties prenantes clés sont les suivants : les institutions locales et nationales doivent soutenir et légitimer la méthode afin d'en garantir la durabilité ; la coopération avec les acteurs de la chaîne de valeur horticole est essentielle pour renforcer l'efficacité de l'approche tout en facilitant l'accès au marché et la disponibilité des ressources. De plus, la connaissance du marché est essentielle pour un accompagnement efficace de la production, avec des efforts également consacrés à la commercialisation et à la gestion de la chaîne de valeur.

Bibliographie

JICA, 2018. Manuel SHEP pour les vulgarisateurs : guide pratique sur la mise en place de l'approche SHEP. Octobre 2018, 54p. (Manuel SHEP destiné aux agents de vulgarisation : un guide pratique pour la mise en œuvre de l'approche SHEP. Octobre 2018, 54p)

Mwangi M., Shuto K., Mwangi P., Mburu M. et Mburugu S., 2021. Motiver la production orientée vers le marché des agriculteurs – Approche d'autonomisation et de promotion de l'horticulture à petite échelle au Kenya. Centre d'investissement de la FAO, Faits saillants sur les investissements dans les pays, n° 6. Rome, FAO et IFPRI. (Motivation de la production agricole orientée vers le marché - Une approche pour autonomiser et promouvoir l'horticulture à petite échelle au Kenya. Centre d'investissement de la FAO, Country Investment Highlights, No. 6. Rome, FAO et IFPRI) <https://doi.org/10.4060/cb7026fr>

SUGIMOTO FALL K., 2022. Introduction de l'approche SHEP et aperçu de la collaboration FIDA-JICA. Atelier sur l'approche SHEP (l'autonomisation des petits exploitants horticoles) JICA et FIDA, Jeudi 8 septembre 2022, 41p. (Présentation de l'approche SHEP et aperçu de la collaboration FIDA-JICA. Atelier sur SHEP (Smallholder Horticultural Empowerment) JICA et FIDA, jeudi 8 septembre 2022, 41p.)





CAPITALISATION

Documentation sur la méthode Farmer Business School (FBS)



Août 2024



Funded by
the European Union

Note d'introduction

Cette fiche d'information a été réalisée dans le cadre d'une étude visant à cartographier les méthodes et outils innovants en matière de conseil agricole en Afrique de l'Ouest et du Centre. Commandée par le CORAF/WECARD (Conseil Ouest et Centre Africain pour la Recherche et le Développement Agricoles) et réalisée par le RESCAR-AOC (Réseau Ouest et Centre pour le Conseil Agricole et Rural) dans 13 pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre, cette étude a été menée.

L'objectif général de l'étude était de compiler un répertoire descriptif des méthodes et outils innovants de conseil agricole pour la mise à l'échelle des technologies et innovations agricoles en Afrique de l'Ouest et du Centre.

Plusieurs personnes au sein du CORAF, du RESCAR-AOC et d'autres acteurs, répartis dans les 13 pays couverts par l'étude, ont contribué au succès de cette initiative. Nous exprimons notre gratitude à tous ceux qui ont contribué à cette initiative.

1. Présentation de la méthode Farmer Business School (FBS)

L'École d'entrepreneuriat agricole (EFA) est une adaptation des écoles pratiques d'agriculture, conçue pour renforcer les compétences en gestion d'entreprise des petits exploitants agricoles (David et Cofini, 2019). L'EFA est une méthode complète d'apprentissage pour adultes qui vise à changer les mentalités des petits exploitants agricoles en les sensibilisant aux opportunités du marché et aux possibilités d'amélioration de la productivité, des revenus familiaux et de la nutrition (GIZ, 2019).

La méthode FBS a été développée par la GIZ en 2010 et a été utilisée dans divers projets pour former 480 000 producteurs et productrices de cacao dans quatre pays d'Afrique de l'Ouest (Côte d'Ivoire, Ghana, Nigéria et Togo) et un pays d'Afrique centrale (Cameroun) selon la GIZ (2024a). Après un pilote réussi en 2017, au cours duquel 7 206 petits exploitants agricoles ont été formés aux chaînes de valeur du soja, de l'arachide et du manioc au Malawi, la FBS a été étendue en 2018 pour atteindre 15 510 petits exploitants agricoles dans les anciennes et nouvelles chaînes de valeur adoptées (GIZ, 2019). À l'échelle mondiale, plus de 1 930 000 agriculteurs africains (dont 35% de femmes) répartis dans 25 pays africains ont été formés à la Farmer Business School (FBS) depuis 2010 (GIZ, 2024b) et la méthode est répandue dans plus de 16 pays d'Afrique de l'Ouest, centrale et de l'Est (Matthess et al., 2017).

2. Brève description des types de bénéficiaires soutenus par la méthode Farmer Business School (FBS)

La méthode FBS est principalement utilisée pour soutenir les coopératives agricoles ainsi que les petites exploitations familiales, qui possèdent généralement une superficie moyenne d'environ 2 hectares et pratiquent une agriculture manuelle peu mécanisée. Les coopératives comptent généralement entre 15 et 30 membres, dont les exploitations varient selon la culture, avec une moyenne d'environ 5 hectares pour le cacao. Outre le cacao et la banane plantain, les bénéficiaires produisent également des céréales, des légumineuses, des racines et des tubercules, ainsi que de l'élevage (volaille, petits ruminants, porc) et des cultures arboricoles (palmier à huile).

3. Nécessité et objectif de la méthode Farmer Business School (FBS)

L'introduction de la méthode FBS visait principalement à transformer les coopératives en véritables entreprises créatrices de richesses durables. L'objectif était d'élever les coopératives au niveau entrepreneurial en les rendant autonomes et génératrices de revenus, plutôt que de fonctionner comme de simples groupes en attente de subventions gouvernementales. Cette transformation visait à changer la perception des coopératives en démontrant leur rôle central dans le développement entrepreneurial. La méthode visait ainsi à remédier aux lacunes observées dans le fonctionnement des coopératives, notamment leur dépendance aux subventions et leur manque d'autonomie dans la gestion des entreprises. De plus, la FBS a été développée pour renforcer les compétences des agriculteurs, améliorer leur productivité et leurs revenus, promouvoir l'adoption de technologies agricoles et renforcer la résilience au changement climatique. La FBS vise également à autonomiser les jeunes et les femmes et à contribuer au développement rural tout en améliorant la sécurité alimentaire et en promouvant des pratiques agricoles respectueuses de l'environnement.

4. Méthodologie de mise en œuvre de la méthode Farmer Business School (FBS)

Le FBS est mis en œuvre en plusieurs étapes : identification des groupes d'agriculteurs, sensibilisation des bénéficiaires potentiels ; identification et priorisation des problèmes, organisation de sessions de formation FBS, suivi et évaluation des sessions de formation,

élaboration, mise en œuvre et suivi/supervision des plans d'affaires des bénéficiaires, coordination globale des activités.

La méthode FBS est inclusive et prend en compte les femmes, les jeunes et les autres groupes vulnérables. Par exemple, au Nigéria, sur les 650 FBS mis en place, 173 étaient entièrement composés de femmes et 37 étaient mixtes.

5. Impacts de la méthode Farmer Business School (FBS)

L'approche Farmer Business School (FBS) a un impact positif sur les rendements agricoles en aidant les agriculteurs à adopter une perspective entrepreneuriale (David et Cofini, 2019). Grâce à cette approche, les agriculteurs améliorent leur efficacité, leur rentabilité et leur capacité d'adaptation aux fluctuations du marché (Imorou et Afouda, 2018). Les formations basées sur l'apprentissage expérientiel permettent également aux agriculteurs d'appliquer concrètement les concepts appris, ce qui peut entraîner des augmentations significatives des rendements.

Les données de la GIZ (2024a) indiquent que **50 %** des diplômés de la FBS interrogés disposent d'une épargne dans une banque ou au sein de leur coopérative, et que **41 %** ont eu accès à des prêts agricoles. Selon la même source, **40 %** des groupes formés ont enregistré ou réactivé des organisations paysannes ; **74 %** utilisent les outils de la FBS pour la planification, la tenue de registres et le calcul des pertes/profits ; plus de **50 %** des groupes de la FBS organisent des achats et des ventes groupés d'intrants ; et **45 %** des groupes ont adhéré à une coopérative ou à une association.

D'après les entretiens menés lors de la documentation des études de cas, l'adoption de technologies par le biais du FBS au Nigéria a considérablement amélioré les rendements agricoles, passant de 2 à 3 tonnes par hectare à 5 à 7 tonnes par hectare, soit une augmentation moyenne d'environ **250 %**. Cette augmentation des rendements a entraîné une hausse des revenus des agriculteurs, certains bénéficiaires ayant enregistré une augmentation de plus de **100 %** grâce à une production plus élevée.

6. Technologies et innovations promues par la méthode Farmer Business School (FBS)

Plusieurs technologies et innovations ont été promues grâce à la méthode FBS, notamment :

- Lutte intégrée contre les ravageurs (IPM)

- Gestion de l'eau
- Plantation en ligne et repiquage de plants individuels
- Utilisation de la technologie de placement profond de l'urée (PPU)
- Adoption de nouvelles cultures et variétés de cultures
- Diversification des cultures

7. Coûts moyens de mise en œuvre de la méthode Farmer Business School (FBS) ou Cooperative Business School (CBS)

Il est difficile de définir le coût exact de la mise en œuvre de la méthode FBS, mais une estimation est possible à partir des retours d'expérience des projets et programmes ayant utilisé cette méthode. Selon la GIZ (2015), dans divers projets, hors salaires des formateurs, le coût direct de la formation FBS se situe en moyenne entre 8 et 13 euros par agriculteur, soit environ 5 250 à 8 500 FCFA par bénéficiaire. Ce montant reflète le coût réel que chaque organisation doit prendre en compte avant d'organiser une formation FBS, sous réserve de la disponibilité du personnel (GIZ, 2015). Dans certains pays, des projets sont parvenus, après de vastes campagnes de sensibilisation, à réduire le coût direct à 7 euros (environ 4 600 FCFA) par agriculteur. En incluant les salaires des formateurs, le coût direct total varie entre 11 et 17 euros (7 215 à 11 150 FCFA) pour chaque agriculteur formé à l'approche FBS (GIZ, 2015).

Par exemple, au Nigéria, selon les données du projet issues des entretiens menés lors de la documentation de la méthode, le coût de déploiement d'un FBS est d'environ 1,5 million de nairas (environ 1 000 USD) pour deux saisons de 4 à 5 mois chacune, soit environ 3 millions de nairas (2 000 USD) par FBS, un investissement qui s'avère relativement efficace compte tenu du nombre de bénéficiaires atteints et de l'ampleur des activités.

8. Forces et limites de la méthode Farmer Business School (FBS)

Les principaux points forts et limites de la méthode FBS, tels qu'identifiés lors des ateliers nationaux de discussion et d'évaluation et au travers des entretiens de documentation, sont les suivants :

Points forts de la méthode Farmer Business School (FBS)

La méthode FBS présente plusieurs atouts remarquables. Elle renforce les capacités des agriculteurs grâce à l'apprentissage par la pratique, leur permettant de participer

activement et de devenir des experts dans leur domaine. L'approche participative favorise une forte implication des agriculteurs, renforçant leur sentiment d'appropriation et d'engagement. De plus, la méthode favorise la cohésion du groupe, facilitant le partage des connaissances et l'adoption d'innovations.

Le FBS contribue à la professionnalisation du secteur agricole en renforçant l'autonomie et la professionnalisation des coopératives, améliorant ainsi leur gestion et leur rentabilité. La méthode est flexible et s'adapte à différents contextes et aux besoins spécifiques des producteurs. Elle offre un cadre de formation structuré qui facilite la mise en œuvre de pratiques agricoles innovantes.

Limites de la méthode Farmer Business School (FBS)

Malgré ses atouts, la méthode FBS présente certaines limites. Elle se concentre sur une seule culture par saison, ce qui limite la diversification immédiate des compétences. De plus, la réussite d'une FBS repose sur l'accord unanime des membres du groupe sur le choix de l'entreprise, ce qui peut s'avérer difficile en cas de désaccord. De plus, la méthode FBS exige un niveau d'alphabétisation minimal, ce qui peut exclure certains agriculteurs. De plus, la FBS cible principalement les organisations d'agriculteurs, alors que les agriculteurs individuels sont plus nombreux, ce qui peut limiter la portée globale de la méthode.

9. Conditions préalables à la réussite de la méthode Farmer Business School (FBS) et rôle des différentes parties prenantes

Les facteurs clés de succès de la FBS comprennent l'engagement et la formation des agriculteurs, le soutien politique, notamment par le biais de politiques de promotion agricole qui mettent l'accent sur l'agriculture en tant qu'entreprise, et le soutien de formateurs et de facilitateurs bien formés, qui sont essentiels à l'efficacité de la méthode.

Bibliographie

David S., et Cofini, F., 2019.Un guide d'aide à la décision entre les diverses méthodes du conseil agricole. Rome. FAO. 64 p.

EI-Hadj Imorou S., et Afouda M., 2018.Effet des formations école entrepreneuriat agricole sur l'esprit entrepreneurial des producteurs : étude de cas des producteurs de soja dans la commune de tchaourou, nord-est du Bénin.RILALE Vol.1 N°1, décembre 2018, 302-318.

GIZ, 2015. Expériences de la mise en œuvre de l'approche FBS - Ecoles d'Entrepreneuriat Agricole en Afrique. Juillet 2015, 68p. (Expériences de mise en œuvre de l'approche FBS - Écoles d'entrepreneuriat agricole en Afrique. Juillet 2015, 68p.)

GIZ, 2019.KULIMA Plus de revenus et d'emplois dans les zones rurales du Malawi (KULIMA MIERA) Centre d'innovation verte pour le secteur agricole et alimentaire (GIAE). 2p.

GIZ, 2024a.ABF – Facilité de soutien aux entreprises pour des chaînes de valeur agricoles résilientes. Février 2024, 2p.

GIZ, 2024b.École de commerce coopérative 2.0, Facilité agroalimentaire pour les jeunes en Afrique (ABF). Février 2024, 2 p.

Matthess A., Akinola A., Asare BH, Makong EH, Kling V., Hasse D., 2017.École d'Entrepreneuriat Agricole/ Farmer Business School : un guide de l'introduction et de la gestion. Août 2017, 12p. (École d'entrepreneuriat agricole/Farmer Business School : un guide d'introduction et de gestion. Août 2017, 12p.)



Fiches de capitalisation des outils innovants de conseil
agricole pour la mise à l'échelle des technologies et
innovations agricoles



CAPITALISATION

Documentation sur les médias folkloriques



Août 2024



Funded by the European Union

Note d'introduction

Cette fiche d'information a été réalisée dans le cadre d'une étude visant à cartographier les méthodes et outils innovants en matière de conseil agricole en Afrique de l'Ouest et du Centre. Commandée par le CORAF/WECARD (Conseil Ouest et Centre Africain pour la Recherche et le Développement Agricoles) et réalisée par le RESCAR-AOC (Réseau Ouest et Centre pour le Conseil Agricole et Rural) dans 13 pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre, cette étude a été menée.

L'objectif général de l'étude était de compiler un répertoire descriptif des méthodes et outils innovants de conseil agricole pour la mise à l'échelle des technologies et innovations agricoles en Afrique de l'Ouest et du Centre.

Plusieurs personnes au sein du CORAF, du RESCAR-AOC et d'autres acteurs, répartis dans les 13 pays couverts par l'étude, ont contribué au succès de cette initiative. Nous exprimons notre gratitude à tous ceux qui ont contribué à cette initiative.

1. Aperçu des médias folkloriques

La vulgarisation agricole repose sur la diffusion de nouvelles technologies et de bonnes pratiques auprès des agriculteurs afin d'améliorer la productivité et la durabilité des systèmes agricoles (Rogers, 1995). Dans ce contexte, les médias folkloriques jouent un rôle essentiel en facilitant la transmission d'informations à travers la culture et les traditions des communautés rurales. Ils désignent l'ensemble des moyens de communication traditionnels et culturels utilisés pour transmettre les connaissances et les innovations agricoles aux agriculteurs. Les médias folkloriques comprennent les contes, les chants, les danses, le théâtre populaire, les proverbes et d'autres formes d'expression orale et artistique propres à une communauté. La force particulière des médias folkloriques réside dans leur capacité à impliquer activement les populations locales dans le processus de communication et d'apprentissage, renforçant ainsi leur efficacité (Anyaeibunam et al., 2004). Ce faisant, ils contribuent à une meilleure adoption des innovations agricoles en intégrant les savoirs traditionnels et les valeurs locales.

2. Brève description des types de bénéficiaires soutenus par les médias folkloriques

Les médias folkloriques sont utilisés pour soutenir toutes les catégories de producteurs : hommes, femmes, jeunes et personnes handicapées. Selon le thème de l'échange, les

experts du domaine trouvent des moyens et des techniques pour mobiliser l'ensemble de la communauté.

3. Nécessité et objectif des médias folkloriques

Les médias folkloriques sont utilisés dans les services de conseil agricole pour faciliter l'accès des agriculteurs à l'information, aux technologies et aux innovations agricoles via des supports largement utilisés par les communautés rurales. Les activités de sensibilisation menées par ces médias sont menées en langue locale. Malgré l'utilisation croissante des outils numériques, les médias folkloriques restent essentiels pour les agriculteurs ruraux en raison de leur forte résonance culturelle. Lors de ces sessions, des informations sur les services de vulgarisation et de conseil agricoles sont fournies. L'introduction des médias folkloriques dans les services de conseil agricole vise à sensibiliser, diffuser l'information, clarifier les enjeux et encourager l'adoption de technologies et d'innovations agricoles.

4. Impacts des médias folkloriques

L'adoption de technologies et d'innovations agricoles par le biais des médias folkloriques a conduit à des augmentations de rendement de 80 à 90 pour cent et à une augmentation des revenus des agriculteurs d'au moins 50 pour cent, selon les résultats des entretiens sur le terrain.

5. Technologies et innovations promues par les médias folkloriques

Les médias folkloriques permettent de transmettre des informations agricoles de manière accessible et engageante. En effet, Simpson (2016) a démontré dans son étude l'importance d'utiliser des approches culturelles pour transmettre des informations agricoles en s'adaptant aux contextes locaux pour une meilleure adoption des technologies. Les médias folkloriques peuvent ainsi être utilisés pour diffuser des pratiques agricoles améliorées, des techniques de lutte intégrée contre les ravageurs et de conservation de l'eau. Ces informations peuvent être transmises par le biais de chants traditionnels, de contes et/ou de pièces de théâtre (Peace Corps, 2009). D'autres technologies mentionnées par les parties prenantes lors de la documentation de terrain comprennent l'amélioration des technologies de production et de transformation des produits agrosylvopastoraux, l'amélioration des variétés de semences et des races animales, etc.

6. Coûts moyens de mise en œuvre des médias folkloriques

Les coûts de mise en œuvre des médias folkloriques peuvent varier en fonction de plusieurs facteurs, notamment :

- Création de contenu : élaboration de scripts, de compositions musicales ou d'histoires adaptées aux messages agricoles ;
- Formation des animateurs : préparer les artistes ou les animateurs à assurer une transmission efficace des messages ;
- Logistique : organisation des événements, déplacements dans les communautés rurales et besoins matériels ;
- La durée et la fréquence des interventions : le nombre de séances prévues et leur fréquence.

7. Forces et limites des médias folkloriques

La littérature a décrit certains atouts et limites des médias folkloriques. Parmi ces atouts, on peut citer :

- Accessibilité culturelle et linguistique (FAO, 2004) ; les médias folkloriques utilisent des formes d'expression et des langues locales, ce qui facilite la compréhension et l'acceptation des messages par les communautés rurales
- Transmission orale efficace (Corps de la paix, 2009 ; FAO, 2004) ; les traditions orales permettent la diffusion d'informations de manière mémorable, en s'appuyant sur des histoires et des chansons qui peuvent être facilement mémorisées et partagées
- Le renforcement de la cohésion sociale (FAO, 2004) : les événements folkloriques rassemblent les membres de la communauté, favorisant ainsi le partage des connaissances agricoles et l'adoption collective de nouvelles pratiques
- La valorisation des savoirs locaux (FAO, 2004) : en intégrant des éléments culturels locaux, ces médias sont fidèles aux savoirs traditionnels et les valorisent, incitant les agriculteurs à adopter des innovations compatibles avec leurs pratiques.

Les limites des médias folkloriques dans la vulgarisation agricole identifiées par la FAO (2004) sont leur portée limitée, leur manque de précision technique, leur évolution culturelle et leurs ressources limitées.

D'autres points forts et limites identifiés lors des ateliers nationaux d'échange et d'évaluation et à travers des entretiens de documentation sur les méthodes et les outils sont les suivants :

Les atouts des médias folkloriques

- La pertinence culturelle des médias folkloriques ;
- Leur accessibilité facile aux communautés;
- La participation inclusive des communautés, qui motive l'engagement communautaire ;
- La facilité avec laquelle les pratiques agricoles durables peuvent être promues par le biais des médias folkloriques dans le cadre d'initiatives de sensibilisation ;
- L'appropriation et l'autonomisation effectives de la communauté à travers les médias folkloriques ;
- La facilité d'adaptation des médias folkloriques aux contextes et aux besoins changeants, etc.

Limites des médias folkloriques

- La difficulté d'atteindre un large public
- Le temps long nécessaire à la préparation du contenu de ces médias ;
- Ressources financières insuffisantes pour soutenir le processus ;
- La disponibilité limitée d'interprètes qualifiés pour traduire les messages ;
- La difficulté d'évaluer l'impact de cet outil sur les pratiques agricoles ;
- Le contenu peut rapidement devenir obsolète ;
- La difficulté de s'adapter aux nouvelles technologies.

8. Conditions préalables au succès et rôle des différents acteurs dans le succès des médias folkloriques

Pour le déploiement des médias folkloriques, la disponibilité de personnes ressources qualifiées et d'un personnel technique dédié est indispensable. De plus, des ressources financières et des moyens pour l'utilisation de ces outils sont nécessaires. Il est donc essentiel : (i) d'assurer la formation continue et le renforcement des capacités des utilisateurs de ces médias ; (ii) d'utiliser des technologies modernes et avancées dans la production de médias folkloriques pour une plus grande efficacité ; (iii) de responsabiliser

les responsables de la production des supports de communication destinés aux médias folkloriques.

Les leçons tirées de l'utilisation des médias folkloriques sont les suivantes : (i) ces médias doivent rester un outil complémentaire aux différentes méthodes et outils utilisés dans les services de conseil agricole ; (ii) les agents de vulgarisation doivent avoir une connaissance approfondie des traditions, coutumes et expressions culturelles locales afin d'adapter les messages agricoles aux contextes spécifiques des communautés ; (iii) la participation active des membres de la communauté à la création et à la diffusion des messages garantit que l'information est pertinente et acceptée par le public cible ; (iv) les agents de vulgarisation doivent être formés à l'utilisation des médias folkloriques et comprendre comment intégrer efficacement ces outils dans leurs stratégies de communication ; (v) les informations techniques doivent être traduites dans un langage accessible et incorporées dans des formats folkloriques tels que des chansons, des histoires ou des pièces de théâtre, facilitant ainsi la compréhension et la rétention.

Bibliographie

Anyaegbunam C., Mefalopulos P., Moetsabi T., 2004Évaluation de la communication rurale participative : commencer par les populations. FAO et SADC.

FAO, 2004.La communication pour le développement rural. Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture. Consulté en ligne sur le site (Communication pour le développement rural. Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture. Consulté en ligne sur)<https://www.fao.org/4/t7974f/t7974f02.htm>le 13 février 2025.

Mundy P., et Sultan J., 2001Révolutions de l'information : comment la gestion de l'information et de la communication change la vie des populations rurales. Centre technique de coopération agricole et rurale (CTA).

Corps de la paix, 2009.Vulgarisation agricole. 174p Téléchargeable sur (Vulgarisation agricole. 174p Téléchargeable depuis)https://files.peacecorps.gov/documents/M0040_Agricultural-Extension-FRENCH.pdf

Rogers, EM (1995). Diffusion des innovations. 4e édition. Free Press.

Simpson BM, 2016.Préparer les ménages de petites exploitations agricoles à s'adapter au changement climatique. Guide de poche N°1. La pratique de la vulgarisation pour l'adaptation agricole. Services de Secours Catholiques : Baltimore, MD, États, 102p. Téléchargeable sur (Préparer les petits ménages agricoles à s'adapter au changement climatique. Guide de poche n° 1. Pratiques de vulgarisation pour l'adaptation agricole. Catholic Relief Services : Baltimore, MD, USA, 102p. Téléchargeable sur)<https://www.crs.org/sites/default/files/tools-research/guide-de-poche-no-1.pdf>





CAPITALISATION

Documentation sur les Focus Groups



Août 2024



Funded by the European Union

Note d'introduction

Cette fiche d'information a été réalisée dans le cadre d'une étude visant à cartographier les méthodes et outils innovants en matière de conseil agricole en Afrique de l'Ouest et du Centre. Commandée par le CORAF/WECARD (Conseil Ouest et Centre Africain pour la Recherche et le Développement Agricoles) et réalisée par le RESCAR-AOC (Réseau Ouest et Centre pour le Conseil Agricole et Rural) dans 13 pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre, cette étude a été menée.

L'objectif général de l'étude était de compiler un répertoire descriptif des méthodes et outils innovants de conseil agricole pour la mise à l'échelle des technologies et innovations agricoles en Afrique de l'Ouest et du Centre.

Plusieurs personnes au sein du CORAF, du RESCAR-AOC et d'autres acteurs, répartis dans les 13 pays couverts par l'étude, ont contribué au succès de cette initiative. Nous exprimons notre gratitude à tous ceux qui ont contribué à cette initiative.

1. Aperçu du focus group

Les focus groups servent à identifier les besoins spécifiques d'un groupe d'agriculteurs donné afin que les solutions proposées au sein de la communauté puissent les prendre en compte. Dans le domaine de la vulgarisation agricole, les focus groups contribuent à comprendre les besoins, les défis et les perceptions des agriculteurs concernant diverses pratiques agricoles. Par exemple, ils peuvent servir à évaluer l'efficacité des programmes de vulgarisation, à identifier les obstacles à l'adoption de nouvelles technologies ou à recueillir des retours sur des initiatives spécifiques.

De plus, les focus groups permettent de prendre en compte les besoins des groupes vulnérables – tels que les femmes, les jeunes et les personnes handicapées. Cela permet de comprendre non seulement leurs besoins en matière de technologies et d'innovations agricoles, mais aussi les aspects spécifiques qui affectent ces groupes dans la diffusion et le déploiement à grande échelle de ces technologies et innovations. Au-delà des questions de vulnérabilité, les focus groups peuvent être organisés selon d'autres critères de profil tels que le niveau d'éducation, le type d'activité principale, etc.

2. Brève description des types de bénéficiaires soutenus par les focus groups

Les focus groups sont utilisés avec différentes catégories d'agriculteurs. L'idée principale est de former des sous-groupes plus ou moins homogènes afin que chaque agriculteur puisse être inclus dans un groupe spécifique selon des critères tels que le sexe, l'âge, le niveau d'éducation, le type d'activité, etc.

3. Objectif du focus group

L'objectif premier d'un focus groups est de faciliter le partage de connaissances et d'expériences au sein d'un groupe plus ou moins homogène d'agriculteurs (hommes, femmes, jeunes, personnes handicapées, agriculteurs, éleveurs, etc.). Les membres de ce groupe spécifique partageant des critères communs peuvent échanger plus facilement dans une atmosphère détendue.

4. Étapes de la conduite d'un focus group

Organiser un focus groups permet de toucher un grand nombre d'agriculteurs et d'encourager leur participation active au développement et à la diffusion des technologies et innovations agricoles. Pour y parvenir, les étapes suivantes doivent être suivies :

- Identifier l'innovation à diffuser ;
- Mobiliser les agriculteurs ayant le profil approprié en fonction du domaine thématique du focus groups ;
- Mobiliser des agents ou des agents de vulgarisation pour faciliter la discussion avec les membres du focus groups ;
- Améliorer les compétences des animateurs dans la conduite de focus groups ;
- Réaliser les séances de discussion sur le terrain ;
- Suivre et évaluer les résultats des focus groups ; etc.

5. Impacts du focus group

Le recours à des focus groups encourage les changements de comportement chez les agriculteurs, ce qui conduit à une plus grande adoption des technologies et des innovations agricoles ; ainsi cela se traduit à terme par une augmentation des rendements et des revenus des agriculteurs.

L'outil focus groups a permis aux animateurs d'atteindre un grand nombre d'agriculteurs. Le suivi de groupe est plus efficace, ce qui permet d'économiser du temps et des

ressources. Par exemple, en un mois, un agent de vulgarisation peut atteindre 100 exploitations grâce à des focus groups, contre 30 avec un accompagnement individuel.

6. Technologies et innovations promues par le biais des focus groups

Plusieurs technologies et innovations sont promues par le biais de focus groups. L'adoption se fait progressivement, car il est initialement difficile pour les bénéficiaires de partager des informations économiques au sein de groupes divers, par crainte de méfiance et de mauvaise volonté. Grâce aux focus groups, les agriculteurs gagnent en confiance (au sein de groupes plus petits et plus homogènes), ce qui facilite le partage d'expériences et de connaissances. Les discussions deviennent plus fluides et les agriculteurs plus ouverts aux innovations et aux nouvelles technologies.

7. Coûts moyens pour mener un focus group

Les coûts liés à la conduite d'un focus groups varient en fonction du nombre de participants par groupe et de la structure organisationnelle. Les coûts directs pour les agriculteurs sont faibles et incluent les frais de déplacement et de séjour, le cas échéant. Les autres coûts concernent la mobilisation et le transport des conseillers ou des animateurs.

8. Forces et limites des focus groups

Les principaux points forts et limites des focus groups, tels qu'identifiés lors des discussions nationales, des ateliers d'évaluation et des entretiens de documentation, sont les suivants :

Les points forts des focus groups

- Ils permettent la collecte de données qualitatives : les focus groups fournissent des informations détaillées sur les attitudes, les motivations et les expériences des participants, offrant une compréhension approfondie de la dynamique agricole locale ;
- Elles favorisent l'interaction et la synergie : la dynamique de groupe encourage l'échange d'idées, les participants se questionnant, débattant et argumentant, enrichissant ainsi la discussion ;

- Ils facilitent l'identification des consensus et des divergences : les focus groups aident à observer les domaines dans lesquels les participants sont d'accord ou en désaccord, aidant ainsi à identifier les points de consensus et de divergence au sein de la communauté agricole ;
- Ils sont adaptables et flexibles : les focus groups peuvent être adaptés à divers contextes agricoles, permettant d'aborder une gamme de sujets pertinents pour les agriculteurs ;
- Elles sont inclusives : elles permettent d'inclure des catégories spécifiques en fonction du sujet traité ;
- Ils veillent à ce que les besoins spécifiques du groupe soient pris en compte ; etc.

Limites des focus groups

- La portée d'un focus groups est limitée (en raison du petit nombre de participants) ;
- Les résultats sont trop spécifiques au groupe et ne sont pas souvent représentatifs ;
- Il existe un risque que des participants dominants influencent la discussion : certains individus peuvent dominer tandis que d'autres restent silencieux, ce qui peut biaiser les résultats et empêcher l'expression de toutes les opinions ;
- Il existe un risque de réponses socialement souhaitables : les participants peuvent être enclins à donner des réponses qu'ils estiment attendues ou socialement acceptables, plutôt que leurs véritables opinions ;
- Il existe un risque de conflits potentiels : des conflits ou des luttes de pouvoir peuvent survenir entre les membres du groupe, nécessitant une modération efficace pour maintenir un environnement de discussion constructif.

9. Conditions préalables au succès et rôle des différentes parties prenantes dans la réussite des focus groups

Pour qu'un focus group réussisse, certaines conditions doivent être réunies, notamment : (i) la disponibilité et le dévouement du personnel pour l'animation du focus group ; (ii) la disponibilité de ressources logistiques pour le transport des agents et d'un lieu approprié pour la réunion et les discussions ; (iii) la sélection d'agriculteurs dynamiques et motivés pour discuter du thème choisi. À cet égard, certaines innovations sont nécessaires, telles que : (i) la structuration des agriculteurs ; (ii) le renforcement des capacités des agents à

animer les focus groups ; (iii) la collecte et l'analyse des données socio-économiques du focus groups, etc. Impliquer les agriculteurs dans l'identification des sujets de discussion contribue grandement au succès d'un focus group.

Nordstrom PA, Wilson LL, Kelsey TW, Maretzki AN, Pitts CW, 2000. L'utilisation d'entretiens de groupe pour évaluer le matériel pédagogique agricole destiné aux étudiants, aux enseignants et aux consommateurs. Consulté le 13 février 2025 à l'adresse <https://archives.joe.org/joe/2000october/rb2.php>

Député de Tchatchoua, Sambo A., et Kouebou CP, 2014. Expérience de diffusion des « innovations agricoles » par les organisations des producteurs du Département du Diamare (Région de l'Extrême-Nord, Cameroun). Spécial hors-série n°1, mai 2014, Science et technique, Lettres, Sciences sociales et humaines. 241-253. Téléchargeable sur (Expérience de diffusion des « innovations agricoles » par les organisations de producteurs dans le département du Diamare (Région de l'Extrême-Nord, Cameroun). Cahier spécial n°1, mai 2014, Science et technique, Lettres, Sciences sociales et humaines. 241-253. Téléchargeable sur)

https://www.academia.edu/22346735/Exp%C3%A9rience_de_diffusion_des_innovations_agricoles_par_les_organisations_des_producteurs_du_D%C3%A9partement_du_Diamare_R%C3%A9gion_de_l'Extr%C3%AAme_Nord_Cameroun

Webographie

usabilis.com, Consulté le 13 février 2025 à 16 h 05 min

agriconnaissances.fr, Consulté le 13 février 2025 à 16 h 15 min

<https://www.scribbr.fr/methodologie/focus-group/>, Consulté le 13 février 2025 à 16 h 45 min

<https://ec.europa.eu/eip/agriculture/en/content/focus-groups.1.html>, Consulté le 13 février 2025 à 17 h 40 min

https://eu-cap-network.ec.europa.eu/training/evaluation-learning-portal/raais_fr, Consulté le 13 février 2025 à 17 h 56 min





CAPITALISATION

Documentation sur les outils de vulgarisation pour le conseil agricole : Cas des centres d'appels

Cocorico
(centre d'appel en langues nationales)

**Assistance
des paysans
en zone rurale**

**Appel/SMS
30 07**

Centre d'appels en langues locales
Aide aux agriculteurs des zones rurales
APPEL / SMS 30 07

Août 2024



Funded by
the European Union

Note d'introduction

Cette fiche d'information a été réalisée dans le cadre d'une étude visant à cartographier les méthodes et outils innovants en matière de conseil agricole en Afrique de l'Ouest et du Centre. Commandée par le CORAF/WECARD (Conseil Ouest et Centre Africain pour la Recherche et le Développement Agricoles) et réalisée par le RESCAR-AOC (Réseau Ouest et Centre pour le Conseil Agricole et Rural) dans 13 pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre, cette étude a été menée.

L'objectif général de l'étude était de compiler un répertoire descriptif des méthodes et outils innovants de conseil agricole pour la mise à l'échelle des technologies et innovations agricoles en Afrique de l'Ouest et du Centre.

Plusieurs personnes au sein du CORAF, du RESCAR-AOC et d'autres acteurs, répartis dans les 13 pays couverts par l'étude, ont contribué au succès de cette initiative. Nous exprimons notre gratitude à tous ceux qui ont contribué à cette initiative.

1. Aperçu de la méthode du centre d'appels

Les centres d'appels agricoles sont des plateformes téléphoniques dédiées à fournir aux agriculteurs des informations et des conseils techniques, économiques ou réglementaires pour améliorer leurs pratiques agricoles (Saravanan et al., 2015). Ces services peuvent être gérés par des agences gouvernementales, des ONG, des entreprises privées ou des coopératives agricoles. Les centres d'appels jouent un rôle crucial en facilitant l'accès à des informations pertinentes, contribuant ainsi à l'amélioration des pratiques agricoles et soutenant les agriculteurs dans leurs activités quotidiennes.

2. Brève description des types de bénéficiaires pris en charge par le centre d'appels

Les centres d'appels sont utilisés pour aider toutes les catégories d'agriculteurs, hommes, femmes, jeunes et personnes handicapées. La seule condition est de posséder un téléphone portable pour passer un appel. Même sans téléphone, un agriculteur peut en emprunter un à un voisin, d'autant plus que des appels gratuits sont proposés, sans avoir besoin de crédit prépayé.

3. Nécessité et objectif du recours aux centres d'appels

Français Les centres d'appel ont été introduits dans un contexte caractérisé par un financement insuffisant des services de conseil agricole, un faible ratio agents de conseil/agriculteurs, des demandes croissantes de ces derniers en matière de formation et d'information, des ressources matérielles et logistiques limitées pour les agents de vulgarisation, des villages isolés, de vastes zones de conseil et des problèmes de sécurité rendant les visites de terrain difficiles, voire impossibles, pour les agents dans certaines localités. Le développement des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC), notamment la téléphonie mobile et les outils numériques, a également favorisé l'émergence des centres d'appel comme outil de conseil agricole. Les principaux objectifs derrière l'introduction des centres d'appel sont : (i) améliorer l'efficacité et l'efficacités des services de conseil agricole ; et (ii) améliorer l'accès rapide des acteurs du secteur agropastoral aux ressources, à l'information et à la formation.

4. Impact de l'utilisation des centres d'appels

Les centres d'appel permettent aux agriculteurs de recevoir rapidement des conseils personnalisés sans avoir à se déplacer. Ceci est particulièrement avantageux pour les exploitations situées dans des zones rurales reculées (Nakasone et al., 2014). Comparés aux visites sur site, les services de conseil téléphoniques ou numériques sont plus rentables et permettent d'atteindre un plus grand nombre d'agriculteurs à moindre coût (Aker, 2011). En fournissant des informations actualisées sur les meilleures pratiques agricoles, la gestion des cultures et la prévention des maladies, ces services contribuent à améliorer la productivité et la durabilité des exploitations (Goyal, 2010). De plus, les centres d'appel jouent un rôle essentiel en cas de crise (sécheresse, épidémie ou invasion de ravageurs) en diffusant rapidement des alertes et des recommandations aux agriculteurs (Mittal et Mehar, 2016).

À long terme, les centres d'appels contribuent à la professionnalisation des acteurs, à l'adaptation au changement climatique, à l'augmentation des rendements et des revenus, ainsi qu'à l'amélioration de la sécurité alimentaire et nutritionnelle des ménages.

De plus en plus d'agriculteurs sont contactés par les centres d'appel. À cette fin, en Afrique, une étude du Centre technique de coopération agricole et rurale (CTA) et de Dalberg Advisors a identifié près de 400 solutions agricoles numériques, dont des centres d'appel, auprès d'environ 33 millions de petits exploitants agricoles enregistrés sur le continent.

Ces services connaissent une croissance annuelle de 45 % depuis 2012 (SPORE, 2019). Par exemple, au Niger, le centre d'appel agricole mis en place par le Réseau des Chambres d'Agriculture (RECA) en 2017 a enregistré 2 029 appels au cours des 15 premières semaines (RECA, 2018) ; pour le cas du service 3-2-1 au Burkina Faso, une moyenne de 95 000 agriculteurs sont contactés par mois selon les données capitalisées par le DVRD (2024).

5. Technologies et innovations promues par les centres d'appels

Les centres d'appel jouent un rôle crucial dans la diffusion et l'adoption des technologies par les agriculteurs. Ils utilisent divers outils TIC pour fournir des informations pertinentes (FARA, 2009). Par exemple, les systèmes de réponse vocale interactive (RVI) permettent aux agriculteurs d'accéder à des informations essentielles dans leur langue locale. Pour obtenir des informations complémentaires, les agriculteurs peuvent être redirigés vers un centre d'appel doté d'un personnel compétent ou vers des agents de vulgarisation. Ce modèle facilite la diffusion d'informations spécifiques adaptées aux conditions locales, telles que le climat ou le type de sol (FARA, 2009).

Une étude menée au Burkina Faso a examiné l'impact des TIC sur les services de conseil agricole. Les résultats indiquent que l'utilisation des TIC, notamment des centres d'appels, a transformé les services de conseil en améliorant l'accès à l'information et en facilitant la communication entre les agriculteurs et les conseillers (Alexandre, 2018).

Les technologies et innovations promues par les centres d'appels comprennent, entre autres, les semences améliorées, l'agriculture contractuelle, la lutte contre les mouches des fruits, la fertilisation durable et les directives techniques pour des cultures spécifiques.

6. Coûts moyens de mise en œuvre des centres d'appels

Les coûts de mise en œuvre des centres d'appels prennent en compte : (i) les coûts d'établissement du système de centre d'appels (en collaboration avec un opérateur de réseau mobile) ; (ii) les coûts de développement du contenu à partager avec les agriculteurs ; (iii) les frais de traduction des messages dans différentes langues ; et (iv) les coûts des appels effectués par les agriculteurs.

Français Le coût de développement et d'utilisation des TIC varie considérablement selon l'infrastructure et l'étendue de la couverture. Évaluer les coûts de mise en œuvre des

centres d'appels agricoles est difficile. Par exemple, selon les études de Ouédraogo et al. (2020), « N'KALO », le service d'information et de conseil sur les marchés établi au Burkina Faso, a fixé des coûts de collecte d'abonnement dans les zones rurales allant de 1 à 60 USD par an (635 à 38 000 FCFA). En Côte d'Ivoire, selon RECA (2018), le coût total de mise en œuvre du programme e-Extension a été estimé à 600 millions de FCFA, dont 300 millions pour les investissements (frais d'entreprise, smartphones, etc.), 75 millions pour les dépenses de l'ANADER (formation, mises à jour du portail), 170 millions pour les équipements (serveurs et logiciels) et 48 millions pour les services de télécommunication de MTN (hébergeant une partie de l'infrastructure informatique et couvrant les appels gratuits pendant une phase initiale de 2,5 à 3 millions de FCFA par mois).

7. Forces et faiblesses des centres d'appels

Les principales forces et faiblesses des centres d'appels, telles qu'identifiées lors des ateliers nationaux et des sessions d'évaluation ainsi que par le biais d'entretiens de documentation sur le terrain, sont les suivantes :

Les atouts des centres d'appels

- L'engagement du gouvernement et de ses partenaires dans la digitalisation des services agricoles.
- La disponibilité et la diversité des opérateurs de réseaux mobiles désireux de s'engager dans des efforts de numérisation.
- L'utilisation croissante des téléphones portables par les agriculteurs et leur ouverture à l'innovation.
- Couverture géographique étendue et portée du réseau dans les communautés rurales.
- Accessibilité des services en langues locales.
- La possibilité d'accéder aux services du centre d'appels à l'aide de téléphones de base sans Internet.
- Les services de conseil agricole gratuits offerts par certains centres d'appels et la rapidité de la prestation de services.
- La possibilité d'obtenir des conseils personnalisés auprès de certains centres d'appels (via des télé-conseillers).
- L'engagement des agriculteurs à utiliser ces canaux de communication.

Faiblesses des centres d'appels :

Dans certaines zones rurales, l'accès limité aux téléphones portables et à Internet peut réduire l'efficacité des centres d'appels (Aker et Mbiti, 2010). Les informations fournies peuvent être trop générales et ne pas tenir compte des spécificités locales (sol, climat, variétés de cultures), ce qui limite leur pertinence (Baumüller, 2018). La qualité des conseils dépend de l'expertise des opérateurs et de la mise à jour des bases de données ; des informations obsolètes ou erronées peuvent avoir des conséquences négatives pour les agriculteurs (Goyal, 2010). La communication par téléphone ou SMS peut ne pas suffire à transmettre des connaissances complexes nécessitant des démonstrations pratiques (Glendenning et Ficarelli, 2012).

Les limitations supplémentaires mentionnées par les parties prenantes dans la documentation sur le terrain comprennent :

- crises sécuritaires pouvant amener des groupes armés à détruire les infrastructures de télécommunication ;
- le coût des appels pour les agriculteurs (par exemple, 25 FCFA par appel après les quatre appels gratuits prévus par mois au Burkina Faso),
- des ressources financières insuffisantes pour entretenir les plateformes,
- dépendance aux opérateurs de réseaux mobiles,
- et une couverture nationale incomplète par les réseaux mobiles.

8. Conditions préalables au succès des centres d'appels

Pour qu'un centre d'appels fonctionne efficacement, une infrastructure de communication adéquate est essentielle. Cela inclut une couverture réseau suffisante dans les zones rurales (Kumar et Sharma, 2020) et un accès aux TIC, notamment à la téléphonie mobile et à Internet (Aker, 2011). Les services fournis doivent être disponibles, accessibles et adaptés aux besoins des agriculteurs (Mittal et al., 2010), et les coûts des appels doivent être abordables pour les utilisateurs à faibles revenus.

Les informations diffusées doivent être exactes, régulièrement mises à jour (Gakuru et al., 2009), adaptées aux conditions locales et aux besoins des agriculteurs (Meera et al., 2004) et délivrées dans une langue et un dialecte que les agriculteurs comprennent (Chapota et al., 2014).

Les opérateurs des centres d'appels doivent bénéficier d'une formation adéquate pour répondre aux besoins techniques et socio-économiques spécifiques des agriculteurs

(Ferris et al., 2014). De plus, il est crucial de mettre en place un système de suivi et d'évaluation pour mesurer l'impact des centres d'appels et garantir des améliorations continues (Qiang et al., 2012).

Les principales conditions préalables mises en évidence par les organisations lors de la documentation sur le terrain comprennent :

- Volonté politique de promouvoir la vulgarisation électronique.
- Accords de partenariat avec les opérateurs de réseaux mobiles.
- Tarifs d'appel négociés avec les opérateurs mobiles pour faciliter un accès abordable à tous les agriculteurs.
- Organisation de séances d'information et de sensibilisation pour sensibiliser les utilisateurs à l'outil.
- Implication de toutes les parties prenantes pour encourager une adoption généralisée.
- Création d'un comité multipartite (comprenant des agronomes, des chercheurs, des communicateurs et des représentants d'organisations paysannes) pour identifier les thèmes et messages clés à diffuser.

Bibliographie

Aker JC, 2011.Composez le « A » pour l'agriculture : une revue des technologies de l'information et de la communication pour la vulgarisation agricole dans les pays en développement. *Économie agricole*, 42(6), 631-647.

Aker JC, et Mbiti IM, 2010.Téléphones mobiles et développement économique en Afrique. *Journal of Economic Perspectives*, 24(3), 207-232.

Alexandre C., 2018.Comment l'utilisation des technologies de l'information et de la communication transforme-t-elle les dispositifs de conseil agricole ? Une enquête auprès de 16 services au Burkina Faso. Fiche de capitalisation AFD. Processus de réflexion sur le conseil agricole. Montpellier : CIRAD-AFD, 19 p. (Comment l'usage des technologies de l'information et de la communication transforme-t-il le conseil agricole ? Enquête auprès de 16 services au Burkina Faso. Fiche de capitalisation AFD. Processus de réflexion sur le conseil agricole. Montpellier : CIRAD-AFD, 19 p.)

Baumüller H., 2018.Le peu que nous savons : une revue exploratoire de la littérature sur l'utilité des services de téléphonie mobile pour les petits exploitants agricoles. *Journal of International Development*, 30(1), 134-154.

Chapota R., Fatch P., et Mthinda C., 2014.Le rôle de la radio dans les services de vulgarisation et de conseil agricoles. Série de documents de discussion MEAS, 2, 1-12.

FARA, 2009.Inventaire des services d'Information agricole innovants utilisant les TIC. Accra, Ghana. 68 p. (Inventaire des services d'information agricole innovants utilisant les TIC. Accra, Ghana. 68 p.)

Ferris S., Engoru P. et Kaganzi E., 2014.Améliorer l'efficacité des services d'information sur les marchés pour les populations pauvres en Ouganda. Institut international de recherche sur les politiques alimentaires (IFPRI).

Gakuru M., Winters K. et Stepman F., 2009.Inventaire des services innovants de conseil aux agriculteurs utilisant les TIC. Forum pour la recherche agricole en Afrique (FARA).

Glendenning CJ et Ficarelli PP, 2012.La pertinence du contenu des services d'information agricole basés sur les TIC en Inde. Document de travail de l'Institut international de recherche sur les politiques alimentaires, 01180.

Goyal A., 2010.Information, accès direct aux agriculteurs et performance du marché rural en Inde centrale. *American Economic Journal : Applied Economics*, 2(3), 22-45.

Kanté M., Chepken C. et Oboko R., 2017.Revisitant les facteurs affectant l'utilisation des Tics sur l'information relative aux intrants agricoles par les paysans dans les pays en voie de développement d'Afrique et Asie. *Journal de gestion des systèmes d'information et des technologies*, vol. 14, n° 2, pp. 169-189, 2017.

Kumar R., et Sharma AK, 2020.Les TIC dans l'agriculture : une passerelle pour le développement des agriculteurs. *Journal of Agricultural & Food Information*, 21(1), 1-18.

Meera SN, Jhamtani A. et Rao DUM, 2004.Technologies de l'information et de la communication dans le développement agricole : analyse comparative de trois projets indiens. *Agricultural Research & Extension Network Paper*, 135.

Mittal S., et Mehar M., 2016.Facteurs socio-économiques influençant l'adoption des technologies modernes de l'information et de la communication par les agriculteurs indiens. *Journal of Agricultural Education and Extension*, 22(2), 199-212.

Mittal S., Gandhi S., et Tripathi G., 2010.Impact socio-économique des téléphones portables sur l'agriculture indienne. Document de travail de l'ICRIER, 246.

NAAAN, 2021.La vulgarisation agricole pour nourrir l'Amérique du Nord – un rapport du North American Agricultural Advisory Network (NAAAN). 138p.

Nakasone E., Torero M. et Minten, B., 2014.Le pouvoir de l'information : la révolution des TIC dans le développement agricole. » *Annual Review of Resource Economics*, 6(1), 533-550.

Ouédraogo A., Traoré O., Tiatite N., Toillier A., 2020.Sous-système d'innovation : agriculture numérique Domaine d'innovation : systèmes d'information aux agriculteurs Cas d'innovation : Agrialerte. Rapport d'analyse de l'étude de cas WP3 – Projet Servinnov au Burkina Faso, 56p. (Sous-système d'innovation : agriculture numérique Domaine d'innovation : systèmes d'information paysans Étude de cas d'innovation : Agrialerte. Rapport d'analyse d'étude de cas WP3 - Projet Servinnov au Burkina Faso, 56p.)

Outani BA, et Kimba A., 2018.Centre d'Appels pour un conseil agricole à distance : un exemple de l'utilisation de Whatsapp par des producteurs. Note du Réseau des Chambres d'Agriculture du Niger (RECA), 2p. (Centre d'Appels pour un conseil agricole à distance : un

exemple de l'utilisation de Whatsapp par des agriculteurs. Note du Réseau des Chambres d'Agriculture du Niger (RECA), 2p.)

Qiang CZ, Kuek SC, Dymond A. et Esselaar S., 2012. Applications mobiles pour l'agriculture et le développement rural. (Applications mobiles pour l'agriculture et le développement rural.) Rapport de la Banque mondiale.

RECA, 2018. Rapport du Centre d'appels pour un conseil agricole à distance. Programme e-Extension – Période Janvier – Juin 2018, 18p. (Rapport du centre d'appel de conseil agricole à distance. Programme e-Extension - Période janvier - juin 2018, 18p.)

Saravanan R., Sulaiman RV, Davis K. et Suchiradipta B., 2015. Les TIC au service de la vulgarisation et du conseil rural. Note 11. Notes du GFRAS sur les bonnes pratiques pour les services de vulgarisation et de conseil rural. GFRAS : Lindau, Suisse, 18p. (TIC pour la vulgarisation et le conseil ruraux. Note 11. Notes du GFRAS sur les bonnes pratiques en matière de services de vulgarisation et de conseil rural. GFRAS : Lindau, Suisse, 6p.)

SPORE, 2019. Digitalisation et vulgarisation : des services de conseils intelligents. SPORE N° 194, Septembre – Novembre 2019, 48p. (Numérisation et vulgarisation : des services de conseil intelligents. SPORE N° 194, septembre - novembre 2019, 48p)

Webographie

www.scidev.net/afrique-sub-saharienne/news/centre-appels-langues-locales-planteurs-togo, Consulté le 05 Février 2025 à 9h10

[Stimuler l'innovation agricole en Afrique -](#)

[Agridigitale;https://epgglobal.com/fr/adminstration-services/customer-contact-centre](https://epgglobal.com/fr/adminstration-services/customer-contact-centre),

Consulté le 05 Février 2025 à 9h25

[Conseil numérique - CHAMBRE D'AGRICULTURE DE RÉGION ILE-DE-FRANCE](#) , Consulté le 05 Février 2025 à 9h35



CAPITALISATION

Documentation sur les plateformes numériques



Août 2024



Funded by
the European Union

Note d'introduction

Cette fiche d'information a été réalisée dans le cadre d'une étude visant à cartographier les méthodes et outils innovants en matière de conseil agricole en Afrique de l'Ouest et du Centre. Commandée par le CORAF/WECARD (Conseil Ouest et Centre Africain pour la Recherche et le Développement Agricoles) et réalisée par le RESCAR-AOC (Réseau Ouest et Centre pour le Conseil Agricole et Rural) dans 13 pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre, cette étude a été menée.

L'objectif général de l'étude était de compiler un répertoire descriptif des méthodes et outils innovants de conseil agricole pour la mise à l'échelle des technologies et innovations agricoles en Afrique de l'Ouest et du Centre.

Plusieurs personnes au sein du CORAF, du RESCAR-AOC et d'autres acteurs, répartis dans les 13 pays couverts par l'étude, ont contribué au succès de cette initiative. Nous exprimons notre gratitude à tous ceux qui ont contribué à cette initiative.

1. Présentation de l'outil plateforme numérique

Une plateforme numérique agricole est une interface en ligne qui donne aux agriculteurs accès à une variété de services et de ressources, leur permettant de gérer leur exploitation de manière plus efficace et durable. Les plateformes contribuent à la transformation numérique du secteur agricole en offrant aux agriculteurs des outils pour améliorer leur productivité, accéder à de nouveaux marchés et bénéficier de services adaptés à leurs besoins. Elles constituent un point de convergence entre les producteurs agricoles et les différents acteurs de la chaîne de valeur, tels que les distributeurs, les prestataires de services et les consommateurs. Le développement des plateformes numériques dans le secteur agroalimentaire redéfinit les modes de commercialisation et de consommation de la production agricole (Grain de Sel, 2018).

2. Brève description des types de bénéficiaires soutenus par les plateformes numériques

Les plateformes numériques sont ouvertes à toutes les catégories d'agriculteurs. Cependant, leur utilisation est difficile pour les agriculteurs n'ayant pas un niveau d'études élevé. Elles sont davantage utilisées par les techniciens, qui les utilisent pour trouver les informations dont ils ont besoin pour les fournir aux agriculteurs. Les vidéos et documents

divers présents sur ces plateformes sont le plus souvent téléchargés et mis à disposition des producteurs via d'autres canaux.

3. Objectif des plateformes numériques

La principale fonction des plateformes numériques est de favoriser le partage et l'utilisation de vidéos de formation agricole. Ces vidéos couvrent un large éventail de sujets liés à la production végétale, animale et forestière.

Dans le cas de « Accès Agriculture », les vidéos couvrent les domaines suivants : [Grains](#); [Racine, tubercule et banane](#); [Légume](#); [Légumineuses](#); [Fruits et noix](#); [Autres cultures](#); [Bétail](#); [Aquaculture](#); [Gestion durable des terres](#); [Santé des plantes](#); [Équipement](#); [Compétences commerciales](#); [Approches](#); [Autres](#) (tout en français).

Dans le cas de « Agritube » du ministère de l'Agriculture du Burkina Faso, les vidéos couvrent les thèmes suivants : Céréales ; Tubercules et racines ; Fruits et légumes ; Légumineuses et oléagineux ; Mécanisation agricole ; Intrants et réglementations agricoles ; Production de semences ; Fabrication et utilisation d'intrants biologiques ; Technologies innovantes ; Gestion des ravageurs des cultures ; Agri'Voucher.

4. Impacts des plateformes numériques

Les plateformes agricoles numériques jouent un rôle croissant dans l'amélioration des rendements des agriculteurs en facilitant l'accès à des informations essentielles et en optimisant les pratiques agricoles. Elles fournissent aux agriculteurs des données météorologiques précises, des conseils techniques, des services financiers et des opportunités de marché, contribuant ainsi à une meilleure prise de décision et à une gestion agricole plus efficace. En termes de productivité, Feed the Future (nd) affirme que des études indépendantes ont démontré des améliorations de rendement allant jusqu'à **170%**. La contribution de NpAg (innovation et numérisation pour l'agriculture) à l'amélioration de la productivité serait associée à de meilleures prévisions météorologiques, à des recommandations d'utilisation d'engrais ou simplement à la possibilité d'acheter des intrants améliorés (Feed the Future, nd).

Les effets du NpAg sur les revenus ont été observés régulièrement au cours de la dernière décennie et ont varié de **2%** à **20%**, mais avec quelques valeurs aberrantes positives allant jusqu'à **60%** d'amélioration des revenus (Feed the Future, sd).

Le nombre d'agriculteurs abonnés à des services agricoles numériques a augmenté de **40 à 45%** par an au cours des trois dernières années (www.microsave.net/fr/blog/2020/05/28/levolution-de-l-economie-de-la-plateforme-agricole). La Banque africaine de développement (BAD) estime que 33 millions de personnes se sont déjà inscrites à des services agricoles numériques tels que les prévisions météorologiques et l'accès aux marchés. (www.microsave.net/fr/blog/2020/05/28/levolution-de-l-economie-de-la-plateforme-agricole). La plateforme « Accès Agriculture » compte 90 millions d'utilisateurs, 266 entrepreneurs dans 18 pays et plus de 4 500 vidéos sur l'agroécologie, avec du contenu dans plus de 100 langues (<https://www.accessagriculture.org/fr/global-use>). La plateforme « Accès Agriculture » compte 90 millions d'utilisateurs, 266 entrepreneurs dans 18 pays, avec plus de 4 500 vidéos sur l'agroécologie, avec du contenu dans plus de 100 langues (<https://senegal.un.org/fr/123751-84-000-producteurs-s%C3%A9n%C3%A9galais-ont-re%C3%A7u-les-tous-premiers-conseils-agricoles-de-la-plateforme>). La plateforme « Agritube » du ministère de l'Agriculture du Burkina Faso contient une variété de vidéos en cinq langues relatives aux productions végétales, animales et forestières (<https://agritube.gov.bf/>). La plateforme numérique M-Louma, opérationnelle au Sénégal depuis 2012, compte 75 000 utilisateurs enregistrés (Grain de Sel, 2018).

5. Technologies et innovations promues via les plateformes numériques

Les plateformes numériques (comme Agritube, Accès Agriculture, etc.) permettent une diffusion rapide et à grande échelle des connaissances agricoles. Elles proposent du contenu multimédia (vidéos, tutoriels, forums de discussion) qui facilite l'autoformation des agriculteurs. Un large éventail de technologies est diffusé, notamment l'agriculture de conservation, l'agriculture intelligente face au climat et les techniques d'irrigation efficaces. Selon Rogers (2003), les plateformes numériques accélèrent l'adoption de nouvelles technologies en réduisant la distance entre les experts et les agriculteurs. Grâce à l'effet de démonstration offert par les vidéos, les agriculteurs peuvent visualiser les techniques et les mettre en œuvre plus facilement.

6. Coûts moyens de mise en œuvre des plateformes numériques

Le coût de développement et d'utilisation des TIC varie considérablement selon l'infrastructure et l'étendue de la couverture (Saravanan et al., 2015). Pour des applications telles que les médias sociaux, le coût peut être de quelques dollars seulement pour les appareils et les frais de données, tandis que pour des applications complexes telles que les portails web, les plateformes d'apprentissage en ligne, les applications, les systèmes experts ou le développement de systèmes d'aide à la décision, le coût peut atteindre plusieurs millions de dollars (Saravanan et al., 2015). Selon ces auteurs, il faudrait en moyenne entre 300 et 2 000 dollars américains pour créer un site web basique, entre 2 000 et 10 000 dollars américains pour intégrer un système de gestion de contenu (CMS) et entre 10 000 et 60 000 dollars américains pour un portail web sophistiqué doté de fonctionnalités supplémentaires. À ces coûts, il faut également ajouter la maintenance des portails web, qui représente également un coût considérable. Un système expert peut coûter entre 1 000 et 10 000 dollars américains, selon sa conception, le logiciel et la taille du contenu.

7. Forces et limites des plateformes numériques

Les plateformes agricoles numériques offrent de nombreux avantages au secteur agricole, mais présentent également certaines limites. Elles facilitent l'accès à l'information, réduisent les coûts de production, facilitent et améliorent la traçabilité des produits agricoles et contribuent au renforcement des communautés agricoles. [Comment le numérique peut-il être utilisé en agriculture pour améliorer la gestion des exploitations, de la production à la commercialisation ? - francenum.gouv.fr](#) en français).

Les limites des plateformes numériques comprennent la difficulté d'accès aux infrastructures, le manque de compétences numériques des agriculteurs, le coût d'achat des appareils numériques et la confidentialité et la sécurité des données. [Stimuler l'adoption des outils numériques par les petits agriculteurs](#) en français) (Royer et al., 2020).

8. Conditions préalables au succès et rôle des différentes parties prenantes dans le succès des plateformes numériques

L'utilisation des plateformes numériques nécessite une infrastructure technologique appropriée, notamment une connexion Internet stable et rapide (UIT, 2021), des équipements adaptés (smartphones, tablettes, ordinateurs) (FAO, 2020) et une couverture réseau appropriée, notamment dans les zones rurales (Banque mondiale, 2019).

Pour adopter les plateformes numériques, les agriculteurs doivent se familiariser avec les outils numériques et les nouvelles technologies (UNESCO, 2022), être conscients de la cybercriminalité et comprendre les bonnes pratiques numériques (OCDE, 2021).

Pour garantir une utilisation efficace, les plateformes doivent proposer un contenu adapté aux besoins des agriculteurs (FAO, 2021 ; FAO, 2020 ; CTA, 2018).

Bibliographie

CTA, 2018.Rapport sur la numérisation de l'agriculture africaine. 1ère édition, juin 2019, 241p.

FAO, 2020.Agriculture numérique : l'avenir de l'agriculture durable au XXIe siècle. Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture.

FAO, 2021.L'e-agriculture en action : les technologies numériques pour une agriculture durable.

Nourrir l'avenir, sdSituation de l'industrie agricole numérique, Synthèse. Exploiter le potentiel du numérique pour influencer l'agriculture ; Chaînes de valeur dans les pays à revenu faible et intermédiaire ; 26p. (État de l'industrie agricole numérique, Synthèse. Exploiter le potentiel du numérique pour influencer l'agriculture ; Chaînes de valeur dans les pays à revenu faible et intermédiaire ; 26p.)

Grain de Sel, 2018.Les plateformes numériques au service du secteur agricole ? Grain de Sel N°75 – juillet 2017 – août 2018, 2p. (Les plateformes numériques au service de la filière agricole ? Grain de Sel N°75 - Juillet 2017 - Août 2018, 2p.)

UIT, 2021.Mesurer le développement numérique : Faits et chiffres 2021. Union internationale des télécommunications.

OCDE, 2021.Promouvoir une économie numérique de confiance.

Rogers EM, 2003.Diffusion des innovations (5e éd.). Presse libre.

Royer A., De Marcellis-Warin N., Peignier I., Warin T., Panot M., et Mondin C., 2020.Les enjeux du numérique dans le secteur agricole - Défis et opportunités. Rapport de projet, 2020RP-12, 217p.

Saravanan R., (éd.) 2010. Les TIC pour la vulgarisation agricole : expériences, innovations et expériences mondiales. New Delhi, Inde : New India Publishing Agency (NIPA), 172p, Consulté en ligne le 05 Février 2025 sur [TIC pour la vulgarisation agricole : expériences, innovations et pratiques mondiales - Google Livres](#)

Saravanan R., Sulaiman RV, Davis K. et Suchiradipta B., 2015. Les TIC au service de la vulgarisation et du conseil rural. Note 11. Notes du GFRAS sur les bonnes pratiques pour les services de vulgarisation et de conseil rural. GFRAS : Lindau, Suisse, 18p.

UNESCO, 2022. Littératie numérique et développement des compétences dans les zones rurales.

USAID, 2021. Opportunités de financement pour les startups AgriTech.

OMPI, 2020. Propriété intellectuelle et agriculture numérique.

Banque mondiale, 2019 Rapport sur le développement dans le monde 2019 : L'évolution de la nature du travail.

Banque mondiale, 2020. Le rôle du gouvernement dans la transformation numérique.





CAPITALISATION

Documentation sur les Supports imprimés



rescar.org



Août 2024



Funded by
the European Union

Note d'introduction

Cette fiche d'information a été réalisée dans le cadre d'une étude visant à cartographier les méthodes et outils innovants en matière de conseil agricole en Afrique de l'Ouest et du Centre. Commandée par le CORAF/WECARD (Conseil Ouest et Centre Africain pour la Recherche et le Développement Agricoles) et réalisée par le RESCAR-AOC (Réseau Ouest et Centre pour le Conseil Agricole et Rural) dans 13 pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre, cette étude a été menée.

L'objectif général de l'étude était de compiler un répertoire descriptif des méthodes et outils innovants de conseil agricole pour la mise à l'échelle des technologies et innovations agricoles en Afrique de l'Ouest et du Centre.

Plusieurs personnes au sein du CORAF, du RESCAR-AOC et d'autres acteurs, répartis dans les 13 pays couverts par l'étude, ont contribué au succès de cette initiative. Nous exprimons notre gratitude à tous ceux qui ont contribué à cette initiative.

1. Aperçu des supports imprimés

Les supports imprimés en vulgarisation agricole désignent l'ensemble des documents papier destinés à diffuser des informations techniques, scientifiques et pratiques aux agriculteurs. Autrement dit, ils incluent tous les supports imprimés (brochures, affiches, dépliants, fiches techniques, guides, bulletins ou magazines spécialisés) visant à transmettre des connaissances, à sensibiliser et à former les acteurs agricoles aux innovations technologiques, aux bonnes pratiques agricoles et aux méthodes de gestion des exploitations agricoles (Inter-Réseaux, 2013).

Les supports imprimés facilitent l'accès à l'information et aux technologies pour toutes les catégories de producteurs, contribuant ainsi à la diffusion à grande échelle des technologies et innovations agricoles. Principaux types de supports imprimés utilisés en vulgarisation agricole.

- **Brochures et dépliants** – Il s'agit de documents courts et illustrés présentant des informations techniques sur une culture spécifique, une technique agricole ou une meilleure pratique (FAO, 2014).
- **Affiches et bannières** – Ils sont utilisés pour sensibiliser les agriculteurs dans les centres de formation, les coopératives ou les marchés (Rogers, 2003).

- **Manuels et guides techniques** – Ils fournissent des informations détaillées sur des sujets agricoles spécifiques et sont souvent destinés aux formateurs ou aux agents de vulgarisation (CIRAD, 2018).
- **Journaux et bulletins agricoles** – Ils servent à publier des articles techniques, des conseils saisonniers et des témoignages d'agriculteurs.
- **Fiches techniques ou d'information** – Il s'agit de documents très concis expliquant une technique agricole spécifique avec des illustrations et des instructions étape par étape (GIZ, 2019).
- **Bandes dessinées et documents illustrés** – Ils facilitent la compréhension des messages, notamment pour les agriculteurs ayant un faible niveau d'alphabétisation.
- **Calendriers agricoles** – Ils indiquent les périodes optimales pour diverses pratiques agricoles telles que la plantation, la récolte et les traitements.

2. Brève description des types de bénéficiaires des supports imprimés

Les supports imprimés sont utilisés par toutes les catégories d'agriculteurs, des exploitations familiales aux entreprises agroalimentaires. Cependant, certains supports sont plus adaptés à des groupes spécifiques. Par exemple, les livrets illustrés sont plus adaptés aux agriculteurs illettrés, tandis que les fiches techniques sont plus adaptées à ceux qui maîtrisent l'anglais.

3. Nécessité et objectif de l'utilisation de supports imprimés

Des supports imprimés ont été développés pour aider les techniciens à maîtriser les résultats de recherche et à faciliter leur diffusion auprès des agriculteurs. Ces supports, notamment des brochures illustrées, des fiches techniques et des dépliants, sont utilisés pour le renforcement des capacités et la diffusion des technologies. Ils peuvent être utilisés par les agents de vulgarisation sur le terrain ou par d'autres canaux, comme les radios locales, pour communiquer du contenu aux agriculteurs. Les supports imprimés servent de guides de production pour les agriculteurs et de manuels de référence pour les agents de vulgarisation, facilitant ainsi l'accès à des informations précises, utiles directement aux agriculteurs et à leurs conseillers.

4. Impacts de l'utilisation de supports imprimés

Le nombre d'agriculteurs touchés par les supports imprimés de vulgarisation agricole varie en fonction de plusieurs facteurs, notamment la portée des programmes de vulgarisation, le type de supports utilisés (brochures, affiches, manuels, magazines agricoles, etc.) et leur accessibilité. En Afrique de l'Ouest, par exemple, les supports imprimés distribués dans le cadre des programmes de vulgarisation agricole ont touché entre 10 000 et 50 000 agriculteurs par pays (FAO, 2018).

Les documents imprimés fournissent divers services aux agriculteurs, tels que le renforcement des capacités, l'aide à la prise de décision, la diffusion d'innovations et l'information sur le marché des produits et intrants agricoles, etc.

Selon les agriculteurs, l'utilisation des fiches techniques a permis d'augmenter les rendements agricoles, avec des améliorations allant de 20 % à 100 %. Cette augmentation est principalement due à l'adoption de variétés à haut rendement et au respect des pratiques techniques agricoles recommandées.

5. Technologies et innovations promues par le biais de supports imprimés

Plusieurs technologies et innovations sont promues par le biais de supports imprimés, notamment :

- Techniques de séchage du cacao (par exemple, four Samoa) ;
- Techniques appropriées de fermentation du café ;
- Voies de production simplifiées pour diverses cultures ;
- Techniques de production d'aliments pour le bétail;
- Engraissement et gestion de la santé animale;
- Techniques de compostage;
- Techniques de fertilisation organique et/ou minérale ;
- Production de semences;
- Sélection variétale;
- Conservation des semences traditionnelles et autres produits alimentaires ;
- Techniques locales de transformation des aliments, etc.

6. Coûts moyens d'utilisation des documents imprimés

Les principaux coûts associés aux supports imprimés comprennent les frais de reproduction et, dans une moindre mesure, les frais de transport. Le coût de production

d'un document imprimé dépend de plusieurs facteurs, tels que le type de document (brochure, dépliant, affiche, guide technique), le format, la quantité, le type de papier, la conception, la rédaction, l'impression, la distribution, la logistique et les frais promotionnels. Selon le type de document et le nombre d'agriculteurs visés, le coût final d'utilisation des supports imprimés peut être élevé. Dans de nombreux pays de la zone d'étude, les coûts d'impression de supports comportant des images varient de 100 à 200 FCFA par page, tandis que les simples pages de texte en noir et blanc coûtent entre 15 et 25 FCFA par page.

7. Points forts et limites des documents imprimés

Les principaux points forts des supports imprimés identifiés lors de la revue de la littérature et lors des ateliers nationaux de discussion et d'évaluation et lors des entretiens sur la documentation des méthodes et des outils sont les suivants :

- **Accessibilité et durabilité** – Les documents imprimés (brochures, affiches, manuels, etc.) peuvent être conservés et consultés à tout moment, contrairement aux documents numériques qui nécessitent de l'électricité ou un accès à Internet (FAO, 2014).
- **Facilité de distribution** – Les documents imprimés peuvent être distribués dans les zones rurales reculées où l'accès à la technologie moderne est limité (Rivera et al., 2001).
- **Simplicité d'utilisation** – Les agriculteurs n'ont pas besoin de compétences technologiques particulières pour utiliser des documents imprimés (Van den Ban et Hawkins, 1996).
- **Des informations fiables** – Les documents imprimés sont souvent examinés et validés par des experts avant publication (FAO, 2014), contrairement aux sources en ligne qui peuvent contenir des erreurs.
- **Soutien à la formation continue** – Les supports imprimés facilitent l'auto-apprentissage et la formation des agriculteurs et des agents de vulgarisation (Swanson et Rajalahti, 2010).

Les limites des supports imprimés sont principalement :

- **Coûts de production et de distribution élevés** – L'impression et la distribution de documents peuvent être coûteuses, en particulier dans les pays en développement (Pretty et al., 2011).
- **Difficulté à mettre à jour les informations** – Contrairement aux documents numériques, les documents imprimés deviennent rapidement obsolètes et nécessitent une réimpression pour mettre à jour les informations (FAO, 2014).
- **Accessibilité limitée pour les personnes analphabètes** – Dans certaines communautés rurales, les faibles taux d'alphabétisation peuvent réduire l'efficacité des supports imprimés, nécessitant des méthodes complémentaires telles que la radio ou les vidéos (Van den Ban et Hawkins, 1996).
- **Impact environnemental** – L'utilisation de papier pour l'impression peut avoir un impact négatif sur l'environnement en raison de la consommation de ressources naturelles (Swanson et Rajalahti, 2010).
- **Manque d'interactivité** – Contrairement aux outils numériques, les documents imprimés ne permettent pas une interaction en temps réel avec les agriculteurs pour répondre à leurs questions (Rivera et al., 2001).

8. Conditions préalables à la réussite et rôle des différentes parties prenantes dans l'utilisation des supports imprimés

Pour garantir une utilisation efficace, les supports imprimés doivent répondre à plusieurs critères, notamment l'adaptation au public cible, la qualité du contenu, la clarté, l'attractivité et une large accessibilité. Il est également essentiel de recueillir les commentaires des agriculteurs afin d'améliorer et d'ajuster le contenu.

Les facteurs clés du succès des supports imprimés comprennent : (i) la traduction dans les langues locales avec plus d'images que de texte ; (ii) des démonstrations pratiques après l'utilisation de supports imprimés ; (iii) la numérisation des supports pour réduire les coûts de reproduction.

Pour améliorer la diffusion des supports imprimés, il est nécessaire d'impliquer les partenaires du secteur privé. De plus, le contenu devrait être régulièrement mis à jour en fonction des avancées scientifiques et technologiques afin de maintenir l'intérêt des agriculteurs.

Enfin, il faut faire preuve de patience lors de l'introduction de supports imprimés dans les zones à faible taux d'alphabétisation, car l'adoption peut prendre plus de temps.

Bibliographie

Benor D., Harrison JQ, 1977. Vulgarisation agricole : le système de formation et de visites. Banque mondiale, mai 1977, 70p.

CIRAD, 2018. Guide pratique de l'agroécologie en Afrique de l'Ouest. CIRAD.

FAO, 2014. La communication pour le développement rural : Guide pratique pour la vulgarisation agricole. Rome : FAO.

FAO, 2018. L'impact des supports imprimés sur la vulgarisation agricole en Afrique de l'Ouest. Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture.

GIZ, 2019. Fiches techniques sur l'agriculture durable en Afrique. GIZ.

GIZ, 2021. Stratégies innovantes de vulgarisation agricole en Amérique latine. Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit.

CICA, 2020 Systèmes de vulgarisation agricole en Inde : documents imprimés pour la formation des agriculteurs. Conseil indien de la recherche agricole.

Inter-Réseaux, 2013. Supports de formation et d'animation sur la thématique de la production agricole. Bulletin thématique, Décembre 2013, 14p.

Pretty J., Toulmin C., et Williams, S., 2011. Intensification durable de l'agriculture africaine. Revue internationale de la durabilité agricole.

Rivera WM, Qamar MK, et Crowder, LV, 2001. Vulgarisation agricole et rurale dans le monde : options pour une réforme institutionnelle dans les pays en développement. FAO.

Rogers EM, 2003. Diffusion des innovations. Presse libre.

Swanson BE et Rajalahti R., 2010. Renforcement des systèmes de vulgarisation et de conseil agricoles : Procédures d'évaluation, de transformation et de suivi des systèmes de vulgarisation. Banque mondiale.

Van den Ban, AW et Hawkins, HS 1996. Vulgarisation agricole. Blackwell Science.

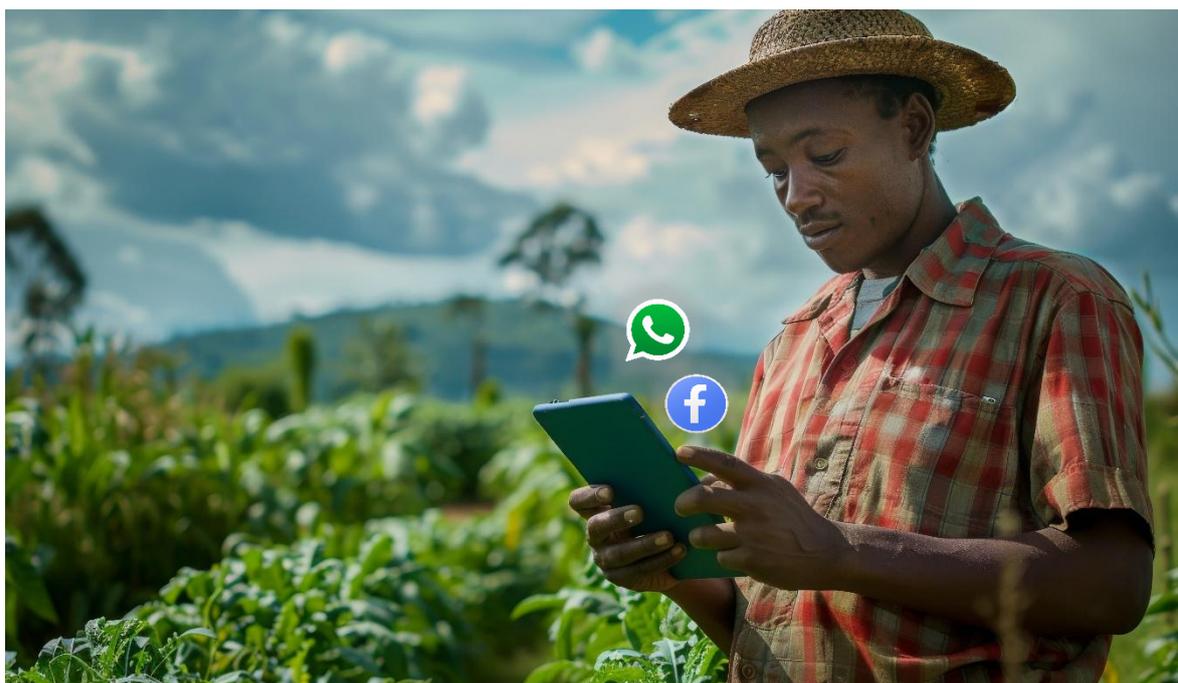
Webographie : <https://www.fao.org/4/w9889f/w9889f07.htm>, consulté le 11 février 2025 à 11 heures 25 minutes





CAPITALISATION

Documentation sur les réseaux sociaux comme outils de conseil agricole : Facebook, WhatsApp



Août 2024



Funded by
the European Union

Note d'introduction

Cette fiche d'information a été réalisée dans le cadre d'une étude visant à cartographier les méthodes et outils innovants en matière de conseil agricole en Afrique de l'Ouest et du Centre. Commandée par le CORAF/WECARD (Conseil Ouest et Centre Africain pour la Recherche et le Développement Agricoles) et réalisée par le RESCAR-AOC (Réseau Ouest et Centre pour le Conseil Agricole et Rural) dans 13 pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre, cette étude a été menée.

L'objectif général de l'étude était de compiler un répertoire descriptif des méthodes et outils innovants de conseil agricole pour la mise à l'échelle des technologies et innovations agricoles en Afrique de l'Ouest et du Centre.

Plusieurs personnes au sein du CORAF, du RESCAR-AOC et d'autres acteurs, répartis dans les 13 pays couverts par l'étude, ont contribué au succès de cette initiative. Nous exprimons notre gratitude à tous ceux qui ont contribué à cette initiative.

1. L'utilisation des réseaux sociaux comme outil de conseil agricole : Facebook, WhatsApp

Les réseaux sociaux sont de plus en plus utilisés comme outils de conseil agricole. Facebook et WhatsApp, par exemple, sont largement utilisés par de nombreuses organisations de conseil agricole. Elles utilisent ces deux outils dans leurs services de conseil agricole de la manière suivante :

- (i) identifier un thème d'actualité intéressant les agriculteurs ;
- (ii) créer et partager un lien d'inscription sur Facebook pour la session de formation ;
- (iii) enregistrement et validation des inscriptions des participants ;
- (iv) création d'un groupe pour la session de formation avec des inscriptions validées sur WhatsApp ;
- (v) partager le lien de formation sur le groupe WhatsApp qui a été créé ;
- (vi) diriger la séance d'entraînement

À l'issue de la formation, des règles de gestion sont mises en place pour maintenir et exploiter le groupe WhatsApp. Ces règles comprennent :

- Interdiction de partager d'autres liens sur le groupe

- Interdiction de publier quoi que ce soit en dehors du développement agricole (le développement agricole concerne l'agriculture, l'élevage et l'environnement) : partager des vidéos, des fiches techniques et d'autres technologies au sein des groupes.
- L'autogestion du groupe est encouragée
- Environ 15 à 20 administrateurs pour tous les groupes, nationaux et étrangers, sont en place pour veiller au respect des règles de gestion du groupe.

Les réseaux sociaux sont des outils de vulgarisation électronique, mais ils sont également utilisés par un certain nombre d'autres méthodes telles que l'école de terrain, l'approche SHEP (Smallholder Horticulture Empowerment and Promotion), l'approche VBA (Village-based Advisors), la Farmer Business School, etc. D'autres outils utilisés avec les médias sociaux comprennent des fiches d'information, des vidéos, etc.

2. Brève description des types de bénéficiaires soutenus via les médias sociaux : Facebook, WhatsApp

Les réseaux sociaux sont utilisés dans le conseil agricole pour soutenir toutes les catégories d'agriculteurs : hommes, femmes, jeunes, personnes handicapées, etc. L'essentiel est que l'agriculteur dispose d'un téléphone lui permettant de communiquer. Une fois inscrit à un groupe, notamment sur WhatsApp, il n'est pas obligatoire de savoir lire et écrire, car les messages peuvent être transmis dans la langue locale au format audio.

3. Nécessité et objectifs de l'utilisation des médias sociaux : Facebook, WhatsApp

Les principaux objectifs de l'utilisation des médias sociaux dans les services de conseil agricole sont : (i) faciliter la diffusion à grande échelle de l'information, (ii) maintenir les échanges entre les participants à une activité donnée, (iii) faciliter les échanges entre les différentes parties prenantes sur une problématique spécifique liée aux services de conseil agricole, (iv) faciliter l'accès des agriculteurs aux marchés, (v) limiter les frais de déplacement des agents de vulgarisation.

Les médias sociaux permettent une diffusion rapide et interactive de l'information, la prise de décision et les changements dans la gestion agricole (Phillips et al., 2018), contribuant ainsi à l'adoption de nouvelles pratiques agricoles.

4. Impact de l'utilisation des médias sociaux dans les services de conseil agricole

L'utilisation des médias sociaux facilite le partage d'informations, de connaissances et d'expériences, ainsi que d'innovations et de technologies entre agriculteurs et entre agriculteurs et techniciens, et favorise la recherche. Grâce à ces échanges, les agriculteurs ont accès aux innovations et aux technologies, ce qui facilite leur adoption. Selon les agriculteurs, les discussions au sein de ces groupes leur permettent d'accéder aux technologies et de les adopter. C'est le cas des itinéraires techniques, de l'utilisation de fumure organique, des variétés de semences améliorées, des lieux de vente d'intrants agricoles, etc. L'adoption d'innovations et de technologies contribue à accroître les rendements agricoles, et donc les quantités produites et les revenus des agriculteurs. De plus, grâce aux médias sociaux, les agriculteurs accèdent à de nouveaux marchés, selon leurs témoignages. C'est le cas des informations sur les foires agricoles, où la participation leur permet de gagner de nouveaux clients. Enfin, grâce aux discussions au sein des différents groupes sur l'offre et la demande de produits agroforestiers, les agriculteurs accèdent à de nouveaux marchés.

Des sources documentaires ont également mentionné l'impact des médias sociaux sur le conseil agricole. Au Sénégal, par exemple, les agriculteurs utilisent des groupes WhatsApp pour échanger des messages vocaux en langues locales, partageant des conseils sur les pratiques agricoles, les conditions météorologiques et les solutions aux défis courants (warimag.net). De nombreux agriculteurs utilisent Facebook pour commercialiser leurs produits, partager des vidéos de leurs récoltes et attirer de nouveaux clients, augmentant ainsi leurs ventes et leur visibilité (dakar-echo.com). Des plateformes telles qu'Agribusiness TV utilisent Facebook pour diffuser des vidéos présentant des entrepreneurs agricoles, inspirant d'autres agriculteurs à adopter de nouvelles technologies et pratiques (shs.cairn.info). Au Burkina Faso, La Cause Rurale utilise les réseaux sociaux pour diffuser des informations sur diverses questions relatives au conseil agricole et faciliter le partage d'expériences entre agriculteurs et entre agriculteurs et techniciens. Sa page Facebook compte plus de 224 000 membres, son groupe Facebook plus de 14 000 membres, plus de 14 groupes WhatsApp avec plus de 7 000 membres et un site web avec une bibliothèque de plus de 3 000 documents, dont des fiches techniques (www.lacauserurale.com).

5. Technologies et innovations promues via les réseaux sociaux : Facebook, WhatsApp, etc.

Plusieurs innovations et technologies sont promues sur les réseaux sociaux. Parmi celles-ci :

- Gestion phytosanitaire des ravageurs, avec des lignes directrices sur les produits phytosanitaires ou les bonnes pratiques culturales à adopter pour la gestion des ravageurs ;
- Techniques de production et bonnes pratiques ;
- Irrigation par la promotion de l'irrigation goutte à goutte ;
- Itinéraires et bonnes pratiques en arboriculture fruitière ;
- Partage de bulletins agro-météorologiques ;
- Partage de fiches techniques sur différentes cultures et variétés améliorées ;
- Le partage de vidéos relatives à des sujets spécifiques de conseil agricole ;
- Informations sur les marchés agricoles (disponibilités, prix, points de vente) ; etc.

6. Coûts moyens de mise en place des réseaux sociaux : Facebook, WhatsApp

L'utilisation des médias sociaux pour la vulgarisation agricole offre des avantages significatifs en termes de coût et d'efficacité. Ces réseaux permettent une diffusion rapide et interactive de l'information agricole, réduisant ainsi les déplacements et l'utilisation de supports imprimés. Les coûts liés à l'utilisation des médias sociaux comme outil de conseil agricole comprennent principalement l'achat d'un téléphone Android, les frais de connexion et le coût de la motivation des administrateurs pour réguler les échanges sur les groupes. Outre les coûts de motivation des administrateurs, les autres coûts sont supportés par les agriculteurs, non seulement pour les services de conseil agricole, mais aussi pour leurs besoins en général.

7. Forces et limites des médias sociaux : Facebook, WhatsApp

Les TIC facilitent l'accès à l'information agricole et améliorent la prise de décision des agriculteurs (Aker, 2011). L'utilisation des réseaux sociaux, notamment WhatsApp et Facebook, réduit les déplacements des agents de vulgarisation, diminuant ainsi les coûts associés (Banque mondiale, 2017). Elles permettent également d'atteindre un grand nombre d'agriculteurs, y compris ceux des zones rurales disposant d'une connexion internet. WhatsApp permet une interaction rapide entre les agriculteurs et les agents de

vulgarisation par le biais de messages texte, audio et vidéo (Munthali et al., 2018 ; Chhachhar et Hassan, 2013 ; Mwalukasa, 2013).

L'absence d'interaction physique peut constituer une limite à ces réseaux. La vulgarisation agricole repose très souvent sur des démonstrations pratiques, difficiles à réaliser via les réseaux sociaux (Davis et Sulaiman, 2014). De plus, l'accès limité à Internet dans certaines zones rurales réduit l'efficacité de ces outils (FAO, 2018 ; Aker et Mbiti, 2010). La diffusion d'informations erronées ou non vérifiées constitue un risque majeur sur ces plateformes (Zanello et al., 2019). Certains agriculteurs ont des difficultés à utiliser ces outils en raison de l'analphabétisme numérique ou de la langue dans laquelle les plateformes sont utilisées (Meera et al., 2004).

Les principales forces et limites des médias sociaux identifiées lors des ateliers nationaux de discussion et d'évaluation et lors des entretiens visant à documenter les méthodes et les outils sont les suivantes :

Les points forts des réseaux sociaux : Facebook, WhatsApp

- Les applications sont gratuites et peu coûteuses ;
- la facilité avec laquelle les agriculteurs peuvent utiliser ces outils et le fait qu'ils sont désormais adoptés par toutes les catégories d'agriculteurs, même ceux qui ne savent ni lire ni écrire une langue (comme dans le cas de WhatsApp) ;
- la facilité avec laquelle les parties prenantes peuvent être mises en contact et la facilité avec laquelle elles peuvent interagir avec les experts ;
- la disponibilité et l'accessibilité de l'information et des technologies à tout moment ;
- la facilité de partage d'expériences entre agriculteurs et entre agriculteurs et techniciens ;
- Les discussions sont basées sur les besoins et les intérêts des agriculteurs ;
- la large couverture géographique et la portée des médias sociaux (un grand nombre d'agriculteurs touchés) ;
- la possibilité de visionner des vidéos et des images sur les technologies et innovations agricoles

Limites des réseaux sociaux : Facebook, WhatsApp

- Les informations partagées ne sont pas contrôlées ;

- L'accès obligatoire à un téléphone Android et à Internet constitue une limitation pour les agriculteurs, qui disposent de ressources financières limitées ;
- Les discussions sont souvent floues et peu fructueuses ;
- Le faible niveau d'alphabétisation des agriculteurs constitue un facteur limitant ;
- Le manque de personnel dédié à l'animation et à la gestion des groupes.

8. Conditions préalables au succès des médias sociaux (le cas des groupes WhatsApp)

L'utilisation des médias sociaux tels que WhatsApp et Facebook à des fins de vulgarisation agricole nécessite la mise en place d'un certain nombre de conditions essentielles pour garantir leur efficacité. Il s'agit notamment d'infrastructures adéquates, telles que l'accès à l'électricité et une connexion internet fiable, notamment en milieu rural. Sans ces éléments, l'utilisation des technologies numériques reste limitée (Union africaine, 2023). Les coûts associés à l'accès à internet et à l'acquisition d'appareils compatibles doivent également être abordables pour les agriculteurs. Les tarifs élevés peuvent constituer un obstacle majeur à l'adoption de ces technologies (Trendov et al., 2019). De plus, les utilisateurs (agriculteurs) doivent posséder les compétences nécessaires pour utiliser efficacement ces plateformes. Des programmes de formation à l'utilisation des médias sociaux peuvent faciliter cette adoption (Trendov et al., 2019).

D'après les données issues des entretiens menés lors de la phase de documentation, l'utilisation des médias sociaux dans les services de conseil agricole requiert : (i) l'existence d'une infrastructure technologique suffisante, l'existence d'un contexte sociopolitique stable et l'implication des utilisateurs dans la conception des contenus médiatiques. Des innovations sont également nécessaires à leur utilisation, notamment : (i) le renforcement des capacités des utilisateurs pour faciliter la compréhension et l'utilisation des médias sociaux, et le renforcement des capacités des gestionnaires de médias sociaux sur des sujets spécifiques : transformation numérique, gestion de communautés en ligne, création de contenu multimédia, éducation et pédagogie numériques, analyse de données, gestion du changement, réseautage et partenariats, etc.

L'utilisation réussie des médias sociaux est principalement associée à :

- autorégulation des groupes par des administrateurs bénévoles
- animer une séance de formation avant la mise en place des groupes de discussion.
- La plupart des technologies et innovations des groupes sont diffusées par les membres eux-mêmes.

Les agriculteurs et les autres acteurs (chercheurs, techniciens) ont joué un rôle important dans le succès obtenu. Les agriculteurs s'engagent à se former davantage afin d'améliorer la mise en œuvre de leurs activités. De plus, l'engagement des membres, aux profils variés, à soutenir les agriculteurs est remarquable.

Les principaux enseignements et messages à tirer de l'utilisation des médias sociaux (comme dans le cas des groupes WhatsApp) sont les suivants :

- ces réseaux sont plus faciles à utiliser pour les agriculteurs ;
- Ils permettent aux agriculteurs de se former sur des thématiques spécifiques ;
- Des compétences informatiques sont nécessaires pour gérer les forums d'échange et de partage sur les réseaux sociaux ;
- Il est nécessaire de prévoir du temps pour animer des forums de discussion et de partage sur les réseaux sociaux, d'où la nécessité de personnes ressources pour animer les sessions thématiques spécifiques ;
- Il est important de suivre une formation sur un sujet donné avant de mettre en place certains forums de discussion tels que les groupes WhatsApp ;
- Le contenu des médias sociaux doit être adapté aux besoins et aux intérêts des agriculteurs, afin de garantir leur participation active ;
- Il est nécessaire d'organiser des sessions de renforcement des capacités pour les utilisateurs des médias sociaux et les gestionnaires de contenu, afin de garantir qu'ils s'approprient davantage ces réseaux et diffusent les technologies plus efficacement ;
- Il est nécessaire d'impliquer les agriculteurs dans la conception du contenu du réseau, afin que leurs besoins réels puissent être pris en compte.

Bibliographie

Union africaine, 2023. Stratégie d'agriculture numérique et plan de mise en œuvre. Octobre 2023, 169p. Téléchargeable sur (Stratégie et plan de mise en œuvre de l'agriculture numérique. Octobre 2023, 169p. Téléchargeable sur) faolex.fao.org

Aker JC, 2011. Composez le « A » pour l'agriculture : une revue des technologies de l'information et de la communication pour la vulgarisation agricole dans les pays en développement. *Économie agricole*, 42(6), 631-647.

Aker JC, et Mbiti IM, 2010. Téléphones mobiles et développement économique en Afrique. *Revue des perspectives économiques*, 24(3), 207–232.

Chhachhar AR, et Hassan, MS, 2013.L'utilisation du téléphone mobile chez les agriculteurs pour le développement agricole. *Revue internationale de recherche scientifique*, 2(6), 95-98.

CIPESA, 2016.Le rôle des TIC dans l'agriculture : autonomiser les agriculteurs en Afrique subsaharienne. Rapport du CIPESA.

David S., et Cofini F., 2019.Un guide d'aide à la décision entre les diverses méthodes du conseil agricole. Rome. FAO. 64 p. (Un guide pour la prise de décision entre les différentes méthodes de conseil agricole. Rome. FAO. 64 p.)

Davis K. et Sulaiman R., 2014.Le nouveau vulgarisateur : rôles, stratégies et capacités pour renforcer les services de vulgarisation et de conseil. *Journal of Agricultural Education and Extension*, 20(3), 271-273.

FAO, 2018.L'état de l'alimentation et de l'agriculture 2018 : Migration, agriculture et développement rural.

Kitson L., 2014.L'impact de Facebook et des médias sociaux sur le développement agricole rural. Forum mondial des TIC.

Meera SN, Jhamtani A. et Rao DUM, 2004.Technologies de l'information et de la communication dans le développement agricole : une analyse comparative de trois projets en Inde. Réseau de recherche et de vulgarisation agricoles.

Munthali GN, Moyo M. et Nyirenda-Jere T., 2018.Digitalisation de l'agriculture africaine : sommes-nous prêts ? Centre technique de coopération agricole et rurale (CTA).

Mwalukasa N., 2013.Sources d'information agricole utilisées pour l'adaptation au changement climatique en Tanzanie. *Library Review*, 62(4/5), 266-292.

Njiru C., 2016.Médias sociaux et développement agricole en Afrique : une étude de cas de Facebook. *Revue africaine d'études du développement*, 12(4), 75-85.

Phillips T., Klerkx L., McEntee M., 2018.Une enquête sur le rôle des médias sociaux dans l'échange de connaissances par les agriculteurs. 13e Symposium européen de l'IFSA, 1er-5 juillet 2018, La Canée (Grèce), Thème 1 – Systèmes d'apprentissage et de connaissances, éducation, vulgarisation et services de conseil, 21p.

Trendov NM, Varas S. et Zeng M., 2019. Technologies numériques dans le secteur agricole et dans les zones rurales en brève. FAO, Rome, 2019, 26p. Téléchargeable sur openknowledge.fao.org

Banque mondiale, 2017. Les TIC dans l'agriculture : connecter les petits exploitants aux connaissances, aux réseaux et aux institutions.

Zanello G., Shankar B. et Srinivasan CS, 2019. Téléphones portables et autonomisation des agriculteurs. Développement mondial, 129, 104919.

