

# Mobiliser les potentialités de la vulgarisation rurale et agricole



# **Mobiliser les potentialités de la vulgarisation rurale et agricole**

**Ian Christoplos**

Institut danois d'études internationales

ORGANISATION DES NATIONS UNIES POUR L'ALIMENTATION  
ET L'AGRICULTURE

Bureau de l'échange des connaissances, de la recherche et de la vulgarisation

FORUM MONDIAL POUR LE CONSEIL RURAL

Rome, 2011

Les appellations employées dans ce produit d'information et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'Organisation des Nations pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) aucune prise de position quant au statut juridique ou au stade de développement des pays, territoires, villes ou zones ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites. La mention de sociétés déterminées ou de produits de fabricants, qu'ils soient ou non brevetés, n'entraîne, de la part de la FAO, aucune approbation ou recommandation desdits produits de préférence à d'autres de nature analogue qui ne sont pas cités. Les opinions exprimées dans ce produit d'information sont celles de ou des auteurs et ne reflètent pas nécessairement les opinions de la FAO.

Tous droits réservés. La FAO encourage la reproduction et la diffusion des informations contenues dans ce produit d'information. Les utilisations non commerciales seront autorisées gratuitement sur demande. La reproduction FAO pour la revente ou d'autres fins commerciales, y compris à des fins éducatives, peut entraîner des coûts. Les demandes d'autorisation pour reproduire ou diffuser les matériels protégés des droits d'auteur et pour toute autre demande sur les droits et les licences devront s'adresser, par courrier électronique, à [copyright@fao.org](mailto:copyright@fao.org) ou au Chef de la Sous-division des politiques et de l'appui en matière de publications, Bureau de l'échange des connaissances, de la recherche et de la vulgarisation, FAO, Viale delle Terme di Caracalla, 00153 Rome, Italy.

© FAO 2011

Photo de couverture: Magdalena Blum.

# Table des matières

<b>Sigles et abréviations</b>	iv
<b>Remerciements</b>	v
<b>1. Introduction</b>	<b>1</b>
1.1. Vue d'ensemble	1
1.2. Qu'est-ce que la vulgarisation ?	2
1.3. Le défi	6
<b>2. Les nouvelles institutions et approches mondiales, nationales et locales</b>	<b>15</b>
2.1. Vue d'ensemble	15
2.2. Vers le pluralisme par le biais de la réforme des politiques	18
2.3. De la privatisation à la commercialisation et à la responsabilité	19
2.4. Perspectives des plates-formes régionales et mondiales	22
<b>3. La lutte contre la pauvreté ; la sécurité alimentaire et l'atténuation des risques</b>	<b>25</b>
3.1. Vue d'ensemble	25
3.2. La vulgarisation en faveur des pauvres: peut-elle assurer la viabilité des petites exploitations ?	25
3.3. Les préjugés contre les femmes dans la vulgarisation, au-delà du ciblage des agents	27
3.4. Repenser les priorités de la vulgarisation en faveur des pauvres	30
<b>4. Une vulgarisation répondant aux besoins du marché et déterminée par la demande</b>	<b>33</b>
4.1. Vue d'ensemble	33
4.2. Les réponses de la vulgarisation aux besoins du marché	34
4.3. La vulgarisation déterminée par la demande	37
4.4. Approches et méthodes pour promouvoir de la vulgarisation déterminée par la demande	39
4.5. Le financement de la vulgarisation	40
<b>5. La vulgarisation et l'interdépendance entre le changement climatique et la sécurité alimentaire</b>	<b>47</b>
5.1. Vue d'ensemble	47
5.2. La vulgarisation et les risques liés au climat	49
5.3. La vulgarisation et les futures opportunités sobres en carbone	51
5.4. La vulgarisation et la sécurité alimentaire	52
<b>6. La vulgarisation dans la recherche pour le développement</b>	<b>57</b>
6.1. Vue d'ensemble	57
6.2. Les défis à relever pour atteindre les potentialités de la vulgarisation dans la recherche pour le développement	60
6.3. Apprendre de la vulgarisation	63
<b>7. Conclusion</b>	<b>67</b>

## Sigles et abréviations

ATMA	Agricultural Technology Management Agency (Organisme de gestion des technologies agricoles)
BTT	Block Technology Team (Equipe technologique de sous-district)
CASC	Commercial Agricultural Service Center (Centre commercial de services agricoles)
CATIE	Centre agronomique tropical de recherche et d'enseignement
CIRAD	Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement
CRISP	Centre for Research on Innovation and Science Policy (Centre pour la recherche sur les politiques de l'innovation et des sciences)
DAAS	Danish Agricultural Advisory Service (Service de conseil agricole danois)
FAO	Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture
FC	Facilitation Cycle (Cycle de facilitation)
FIDA	Fonds international pour le développement agricole
FPPL	Hillside Farmers Fund (Fonds pour les producteurs des zones montagneuses)
FSC	Farmer Study Circles (Cercles d'études des agriculteurs)
GCARD	Conférence mondiale sur la recherche agricole pour le développement
GFRAS	Forum mondial pour le conseil rural
ICAR	Indian Council of Agricultural Research (Conseil indien de la recherche agricole)
KHDP	Kenya Horticulture Development Programme (Programme de développement de l'horticulture au Kenya)
KHDP	Kerala Horticultural Development Programme (Programme de développement de l'horticulture au Kerala)
KOPGT	Kalangala Oil Palm Growers Trust (Association des producteurs de palmiers à huile de Kalangala)
MANAGE	National Institute of Agricultural Extension Management in India (Institut national de gestion de la vulgarisation agricole en Inde)
NATP	National Agricultural Technology Project (Projet national de technologies agricoles)
NUCAFE	Uganda Coffee Association (Association du café de l'Ouganda)
ONG	Organisations non gouvernementales
PDDAA	Programme détaillé pour le développement de l'agriculture africaine
REDD+	Réduction des émissions provenant de la déforestation et de la dégradation des forêts et amélioration des stocks de carbone forestier dans les pays en développement
RKN	Rural Knowledge Network (Réseau des connaissances rurales)
SNRA	Systèmes nationaux de recherche agricole
TIC	Technologies de l'information et des communications
UE	Union européenne
USAID	United States Agency for International Development (Agence des Nations Unies pour le développement international)
VERCON	Réseau virtuel de communication pour la vulgarisation et la recherche
VIH/SIDA	Virus de l'immunodéficience humaine qui cause le syndrome d'immunodéficience acquise
VODP	Projet de développement de la production d'huile végétale

## Remerciements

L'auteur remercie toutes les personnes qui ont apporté des contributions précieuses et ont révisé le document, en particulier : Gary Alex (USAID), Tom Anyonge (FIDA), Magdalena Blum (FAO), Sanne Chipeta (DAAS), Kristin Davis (GFRAS), David Nielson (Banque mondiale), Guy Faure (CIRAD), May Hani (FAO), Willem Heemskerk (Royal Tropical Institute, KIT), Ajit Maru (FMRA), Karin Nichterlein (FAO), Barry Pound (Institut des ressources naturelles), John Preissing (FAO), Riikka Rajalahti (Banque mondiale), Rasheed Sulaiman (CRISP - Inde), Fabio Maria Santucci (Université de Perugia) et Paul Van Mele (Centre du riz pour l'Afrique).

Magdalena Blum (FAO) a assuré la coordination d'ensemble de ce travail et Kristin Davis (GFRAS) a organisé l'atelier de révision de cette publication.



# 1. Introduction

## 1.1. Vue d'ensemble

Ce document offre une vue d'ensemble sur les possibilités et les défis habituels auxquels sont confrontées les initiatives visant à augmenter l'impact des services de conseil et de vulgarisation rurale et agricole. L'analyse part du constat selon lequel les jours où la vulgarisation agricole était synonyme de travail avec les seuls organismes du secteur public sont terminés. Les « services de vulgarisation » décrits dans ce document pourraient par exemple être assurés par un fournisseur d'intrants donnant des conseils à un agriculteur sur les semences à planter, par une chaîne de télévision diffusant des prévisions météorologiques, par un supermarché donnant des conseils aux commerçants en matière de normes requises pour les légumes qu'ils achètent ou par une organisation de producteurs exerçant des pressions pour que la recherche reflète les demandes de ses membres en matière de nouvelles technologies. Mobiliser les potentialités de la vulgarisation signifie améliorer les flux d'informations et de conseils élargis et complexes dans l'ensemble du secteur agroalimentaire. Les idées présentées dans ce document décrivent comment les systèmes de conseil et de vulgarisation peuvent contribuer à l'amélioration de la rentabilité, de la durabilité et de l'équité de la petite agriculture dans le cadre de systèmes d'innovation élargis. Le document expose brièvement le rôle potentiel de la vulgarisation dans la réalisation des objectifs de « l'Initiative pour la sécurité alimentaire de L'Aquila » qui a mobilisé un engagement international important en faveur de la sécurité alimentaire. Pour mettre en œuvre ces objectifs, des systèmes de conseil et de vulgarisation efficaces sont une condition nécessaire mais non suffisante. La vulgarisation ne sera efficace que si les autres services sont en place, si la recherche se concentre sur les problèmes auxquels sont confrontés les agriculteurs, si l'accès aux marchés et aux terres est facilité et si la sécurité sociale, politique et économique est présente pour créer un environnement propice au développement rural. La vulgarisation fait partie des systèmes de connaissance et d'information agricole, eux-mêmes intégrés dans des systèmes d'innovation du secteur agroalimentaire et du développement rural offrant des perspectives en faveur de la réduction de la pauvreté rurale et de la sécurité alimentaire. La vulgarisation peut apporter une contribution cruciale à ces systèmes élargis.

Même si toutes ces conditions sont satisfaites, aucune des idées présentées dans ce document ne peut garantir que la plupart des petits exploitants pourront continuer à pratiquer l'agriculture. Même en cas d'investissements massifs dans les services de conseil et de vulgarisation au cours des prochaines années, de multiples raisons expliquent pourquoi des centaines de millions de petits exploitants pourraient abandonner le secteur agricole ou passer à des moyens d'existence plus diversifiés dans lesquels l'agriculture devient une occupation à temps partiel ou une activité de repli pour assurer la sécurité alimentaire. La vulgarisation sera encore indispensable pour soutenir les efforts des petits exploitants qui restent et pour contribuer à l'augmentation de la sécurité alimentaire des ménages et aux niveaux national et mondial. La vulgarisation peut et devra être mobilisée pour accroître la production alimentaire et également pour réduire la pauvreté rurale. On s'attend à un doublement des demandes en denrées alimentaires d'ici 2050 et ces demandes ne pourront être satisfaites que si les petits exploitants contribuent à l'augmentation de la production. Ne serait-ce qu'en Inde, plus de 600 millions de petits exploitants sont en activité, et la plupart continueront probablement à travailler dans l'agriculture dans un avenir prévisible. En plus de la nécessaire contribution à la



sécurité alimentaire et aux moyens d'existence de ces petits exploitants, les investissements dans leurs capacités productives représentent souvent le moyen le plus efficace pour soutenir la sécurité alimentaire mondiale et le développement économique national. Malgré des rendements faibles par hectare, les coûts d'exploitation des petits exploitants africains sont généralement plus faibles que ceux de nombreux concurrents internationaux et les hypothèses selon lesquelles des économies d'échelle les écarteraient des marchés ont souvent été réfutées.<sup>1</sup> Les petits exploitants ne sont pas mis en faillite par les marchés, mais plutôt par différents facteurs qui les empêchent d'atteindre les marchés. La vulgarisation est une partie essentielle de la réponse permettant de développer les potentialités des petites exploitations agricoles, ainsi que du développement rural en général.

Ce document présente la position de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) et du Forum mondial pour le conseil rural (GFRAS) sur la place actuelle des services de vulgarisation et de conseil agricole et sur les chemins qu'elle devra suivre à l'avenir. Les résultats présentés dans le document sont destinés à mieux situer la vulgarisation compte tenu de l'avenir de la recherche agricole en faveur du développement. Le document intègre les commentaires et suggestions d'un certain nombre de participants au sein de l'Initiative de Neuchâtel ([www.neuchatelinitiative.net](http://www.neuchatelinitiative.net)) et d'autres partenaires, ainsi que les résultats d'un certain nombre d'études de cas succinctes. Ces études sont présentées ici pour montrer l'éventail d'expériences et d'approches qui caractérisent les systèmes pluralistes de vulgarisation actuels et pour sensibiliser les lecteurs à la grande variété de méthodes que la vulgarisation utilise pour apporter sa contribution au développement rural durable et à la réduction de la pauvreté.

## **1.2. Qu'est-ce que la vulgarisation ?**

La vulgarisation n'est plus uniquement l'affaire d'employés des organismes agricoles du secteur public qui se déplacent en moto pour parler aux agriculteurs, même si ce stéréotype concerne encore une partie importante des agents de vulgarisation. Le terme « vulgarisation » évoque des images du passé et suggère des hypothèses erronées sur la signification de la réforme de la vulgarisation. Dans ce document, on utilise le terme « vulgarisation » en tant que terme général neutre pour parler de **toutes les activités qui fournissent des services d'information et de conseil nécessaires et demandés par les agriculteurs et par d'autres acteurs des systèmes agroalimentaires et du développement rural**. Le terme vulgarisation, tel qu'il est utilisé dans ce document, représente le synonyme de services de conseil agricole et rural. Le mot « vulgarisation » est considéré par certains comme un terme démodé indiquant le transfert de technologies à sens unique. Malgré ces connotations, le mot vulgarisation est utilisé intentionnellement dans ce document pour mettre en lumière l'importance de la rupture avec ces hypothèses du passé et pour transmettre la nouvelle signification du concept de la vulgarisation.

La vulgarisation comprend les connaissances techniques et implique la facilitation, la négociation et l'assistance à divers acteurs en vue d'améliorer l'accès aux marchés, la gestion de schémas de risques en évolution constante et la protection de l'environnement. Ce travail s'effectue au sein de systèmes complexes engageant les anciens et les nouveaux prestataires de services ainsi que les technologies de l'information et des communications (téléphones et téléphones cellulaires, Internet, radio et télévision). Les « systèmes de vulgarisation » décrits dans ce document ne sont généralement pas totalement fixes. Ils reflètent les différentes priorités et responsabilités d'une

---

<sup>1</sup> Banque mondiale et FAO, 2009, *Awakening Africa's Sleeping Giant: Prospects for Commercial Agriculture in the Guinea Savannah Zone and Beyond*.

large gamme d'organisations des secteurs public et privé et de la société civile fournissant des conseils et des informations. En fait, certains de ces prestataires ne se définiraient pas comme des « vulgarisateurs », mais plutôt comme des animateurs de communautés, des facilitateurs de l'innovation, des planificateurs des ressources naturelles, etc. Cependant, ils sont tous reliés parce qu'ils se focalisent sur la fourniture de conseils et d'informations.

De surcroît, il est primordial de reconnaître que personne ne contrôle ces systèmes de vulgarisation sans règles. Les structures réglementaires et politiques influencent les différents acteurs de la vulgarisation de façon différente et à différents degrés. Le présent document sert de guide pour analyser comment les acteurs publics et de la société civile – aux niveaux international, national et local – devraient s'engager pour accroître les avantages que les ruraux pauvres peuvent tirer de la vulgarisation. Il n'est pas supposé que le lecteur de cet ouvrage aura le contrôle de ces systèmes, mais plutôt que, grâce à des conseils normatifs plus clairs et à la reconnaissance de ce que la vulgarisation représente aujourd'hui, il pourra identifier les bases pour des investissements plus réalistes et efficaces et pour des initiatives de réforme.

**Dans ce document, la vulgarisation est définie comme un ensemble de systèmes qui doivent faciliter l'accès des agriculteurs, de leurs organisations et d'autres acteurs du marché aux connaissances, aux informations et aux technologies ; elle doit faciliter leurs interactions avec les partenaires des institutions de recherche, de l'enseignement, du secteur agroalimentaire et d'autres institutions concernées ; elle doit les aider à développer leur propres compétences et pratiques techniques, organisationnelles et de gestion.**

Le rôle de la vulgarisation a été ainsi élargi pour y inclure des questions relatives aux zones rurales et qui vont au-delà de l'agriculture ; elle pourrait comprendre des services comme ceux qui sont indiqués ci-après :

- diffuser des informations à propos de technologies, de la recherche récente, de marchés, d'intrants et de services financiers ou sur le climat et les conditions météorologiques ;
- former et fournir des conseils aux agriculteurs individuellement ou en groupes, aux organisations de producteurs, aux coopératives et à d'autres entreprises agroalimentaires de la filière commerciale ;
- tester de nouvelles technologies et pratiques agricoles au niveau des exploitations et les adapter aux conditions concrètes de leur utilisation ;
- développer les compétences en gestion commerciale chez les petits producteurs ainsi que chez d'autres entrepreneurs locaux ;
- faciliter les liens entre les acteurs du marché (concernant les apports financiers et non financiers, la transformation, la commercialisation, etc.) tout en prenant en compte la collaboration lors de leurs échanges commerciaux et en favorisant un apprentissage social entre eux ;
- relier les petits exploitants, les entrepreneurs ruraux et d'autres membres de la communauté agricole aux institutions qui offrent de la formation et de l'enseignement dans des domaines pertinents pour le secteur agricole ;
- faciliter les liens entre les producteurs, leurs organisations et le secteur public ;
- soutenir les processus de développement institutionnel et les innovations sociales, institutionnelles et organisationnelles ;
- développer des organisations formelles et informelles de producteurs ainsi que des organisations de jeunes ruraux, et les aider à formuler, organiser et présenter leurs demandes ;
- soutenir la mise en œuvre des politiques et des programmes gouvernementaux par le biais de l'information, de la sensibilisation et du conseil sur les options technologiques, y compris la gestion avisée des terres, la sécurité alimentaire et le bien-être des animaux ;

- contribuer à la préparation de politiques et de programmes plus appropriés, en favorisant la prise en compte des informations et suggestions provenant des agriculteurs et des entrepreneurs locaux ;
- sensibiliser les agriculteurs aux nouvelles opportunités offertes par la certification biologique, le commerce équitable et d'autres méthodes de production ;
- faciliter l'accès au soutien gouvernemental non relié à la vulgarisation (comme les assurances sur les aléas climatiques, les services phytosanitaires et ceux concernant la certification) et aux programmes de subventions, comme le paiement pour les services environnementaux et d'autres mesures concernant les crédits d'émission de carbone ;
- faciliter l'accès au crédit des institutions financières rurales pour les agriculteurs et les entrepreneurs locaux ;
- fournir des connaissances en matière de nutrition et d'économie domestique ;
- servir de médiateurs dans les conflits sur les ressources naturelles ;
- fournir des conseils juridiques et fiscaux.

Certaines de ces fonctions ne seront vraisemblablement pas assurées par les types d'organisations qui sont habituellement associées à la vulgarisation. Une compagnie transnationale de téléphones cellulaires pourrait par exemple offrir l'accès aux informations sur le climat et sur les services juridiques ruraux et les organisations non gouvernementales (ONG) pourraient fournir aux agriculteurs les conseils essentiels en matière de régime foncier et de questions réglementaires. Certaines fonctions, comme l'économie domestique et la gestion des ressources naturelles, sont en général abordées par le biais de partenariats entre les organismes gouvernementaux de vulgarisation agricole et d'autres acteurs comme les ministères de la santé ou de l'environnement, ou comme des ONG ayant des mandats en matière de nutrition ou de protection environnementale.

Les services de vulgarisation concernent aussi bien le domaine public que les biens privés. Pour ces derniers, il s'agit de conseils personnalisés sur des aspects commerciaux. Les biens publics impliquent, eux, de nombreuses fonctions liées à la gestion des ressources naturelles, à l'adaptation au changement climatique et à la sécurité alimentaire. Cependant, dans les pays où le développement du secteur agricole est crucial pour l'économie nationale et où la production alimentaire dépend d'un grand nombre de petits exploitants, le renforcement de la vulgarisation est un enjeu public. Par conséquent, les services de vulgarisation nécessitent et méritent les investissements du secteur public aussi bien que ceux du secteur privé. La tâche de la vulgarisation est compliquée par le fait que de nombreuses fonctions se trouvent à cheval entre biens publics et biens privés. Par exemple, de nombreuses activités de la vulgarisation en matière de promotion de la sécurité alimentaire peuvent être perçues soit comme des facteurs qui augmentent la rentabilité, soit comme des tâches qui assurent le droit à l'alimentation, selon les critères de l'observateur, le choix du groupe cible et les résultats attendus lorsque l'investissement est public. La vulgarisation en matière de production alimentaire est un bien public car l'expérience a démontré que, lorsqu'elle est uniquement considérée comme une question privée, elle peut entraîner l'exclusion des petits exploitants, ce qui à son tour peut conduire à l'extension généralisée de la faim, à l'instabilité politique ou à la dégradation de l'environnement.

Quelle que soit la situation, les vulgarisateurs ne s'occupent pas uniquement de vulgarisation. Les prestataires de services de vulgarisation, en particulier les organismes du secteur public, sont souvent considérés comme des organismes universels de développement rural, qui mettent en œuvre toutes sortes d'activités, pouvant aller de la production de semences à la distribution de secours en cas de catastrophe. Ces tâches ont probablement peu à voir avec la fourniture de conseils et d'informations et peuvent représenter un détournement grave des tâches fondamentales,

mais elles font partie de la vie et il est souvent important que les organismes de vulgarisation fournissent ces services de façon efficace pour garder la confiance de leurs clients et de leurs bailleurs. Cette situation est toutefois très problématique lorsque les organismes de vulgarisation sont principalement considérés par les agriculteurs comme des voies d'accès à des intrants gratuits ou hautement subventionnés, surtout si ces intrants sont distribués dans le cadre de campagnes politiques (comme cela arrive trop souvent). Elle pose encore plus de problèmes lorsque les organismes de vulgarisation sont chargés de responsabilités telles que la perception des impôts, la récupération des emprunts ou l'application des règlements. Pour pouvoir accomplir leurs tâches fondamentales, les organismes de vulgarisation doivent conserver la confiance de leurs clients. L'application des règles, la politique et les conseils ne font pas bon ménage.

Ainsi, il est possible que les organismes de vulgarisation se chargent de fonctions étrangères à la vulgarisation, tandis que les organisations qui, d'habitude, ne sont pas classées comme des « organismes de vulgarisation » fournissent à présent quelques-uns des services de vulgarisation les plus novateurs et les plus pertinents. Pour comprendre la vulgarisation, il est par conséquent essentiel de chercher au-delà de ces organisations qui sont normalement considérées comme des « organismes de vulgarisation » pour se concentrer, au contraire, sur les demandes et sur les besoins des agriculteurs et des entrepreneurs en matière d'information et de conseil, plutôt que sur des notions figées relatives à des processus standardisés de diffusion descendante. La mobilisation des potentialités de la vulgarisation agricole requiert une grande ouverture d'esprit pour comprendre ce qu'il est nécessaire de faire et qui doit s'en charger. Cette action devra être alimentée par les expériences relatives aux différents rôles des acteurs des secteurs public et privé et de la société civile dans les différentes fonctions de vulgarisation et par l'importance des investissements, afin de renforcer les capacités de tous les prestataires de services. Le vieux débat sur ce qu'il faudrait faire des organismes traditionnels de vulgarisation de l'Etat commence par le mauvais bout.

La réforme de la vulgarisation doit par conséquent impliquer un éventail très large de parties prenantes. Au début, bon nombre de ces intervenants pourraient ne pas comprendre qu'ils sont parties prenantes d'un système innovant (sans même parler d'un système de vulgarisation). Les acteurs qui se reconnaissent en tant qu'acteurs de ces systèmes peuvent avoir des a priori sur les rôles de l'administration publique ou sur le transfert linéaire de technologies, ce qui empêche une réflexion ouverte sur les indications offertes par les expériences locales et mondiales sur la nature d'un système adéquat et durable et sur les façons d'utiliser au mieux les ressources publiques limitées. La réforme de la vulgarisation portera souvent sur le transfert des investissements publics vers le renforcement des capacités des acteurs du secteur privé, mais ce transfert sera uniquement possible si le secteur public est capable de s'appropriier ces changements.

### ***Préparer un nouveau départ pour la vulgarisation au Niger<sup>2</sup>***

*Au Niger, la FAO, convaincue du fait qu'un nouveau système de vulgarisation ne peut être durable que s'il est développé dans le cadre d'une appropriation nationale de parties prenantes multiples, a conçu, avec ces acteurs, un processus d'évaluation des systèmes existants et*

<sup>2</sup> Blum, M.L. et Mbaye, A. 2009. A Participatory Process Approach for Developing a Pluralistic, Demand-driven and Market-oriented Advisory System – Case Study of Niger. Dans Paffarini, C. et Santucci, F.M. (éditeurs) Theory and practice of advisory work in a time of turbulences. Comptes rendus du Séminaire européen sur l'éducation en matière de vulgarisation. Assise, 15-19 septembre 2009.

*de développement d'un nouveau système de conseil. La focalisation a été concentrée sur les caractéristiques de pluralisme, orientée vers la demande et vers le marché, ce qui a permis de développer un système spécifique à ce pays, basé sur les capacités institutionnelles et organisationnelles existantes et visant les producteurs pauvres et vulnérables. Un des objectifs principaux de cette initiative a été de promouvoir la participation des agriculteurs dans le processus de conception et de les responsabiliser pour qu'ils assument le rôle dominant au sein du nouveau système de conseil.*

*Une des conclusions de ce processus a été que l'évaluation et la conception d'un nouveau système de vulgarisation devaient se faire dans un cadre élargi de services liés à la connaissance agricole (recherche, éducation et formation, vulgarisation) et de leurs institutions. Il est primordial de mettre en œuvre un processus dans lequel les différentes parties prenantes sont engagées dès le début afin qu'elles puissent exprimer leurs points de vue ; il faut également réorienter le système de vulgarisation et de conseil agricole sur la base des capacités présentes dans le pays et sur les leçons apprises du passé. De surcroît, l'engagement des organisations de producteurs et leur soutien dans le processus a été crucial pour transformer l'idée d'un système déterminé par la demande en un mécanisme concret. L'engagement de la fédération régionale de producteurs a apporté les expériences d'autres pays, aspect qui pourrait être renforcé davantage dans les processus relatifs à tout système d'innovation.*

### **1.3. Le défi**

La vulgarisation est un investissement indispensable en faveur des acquis humains et sociaux des populations rurales. En ce moment, il existe un besoin urgent de mobiliser les services de conseil et de vulgarisation agricole afin d'assurer la sécurité alimentaire et de mettre en œuvre un éventail d'objectifs de développement. Ainsi, des efforts urgents doivent être entrepris pour :

- favoriser l'accès et la formation des hommes et des femmes aux nouvelles technologies ;
- s'assurer que les agriculteurs et les autres acteurs des filières seront en mesure de travailler dans un environnement de marchés fluctuants ;
- permettre aux agriculteurs de comprendre, d'atténuer et de s'adapter aux nouveaux défis du changement climatique ;
- soutenir les communautés rurales pour une gestion plus efficace de leurs ressources naturelles ;
- aider les agriculteurs à exploiter de façon optimale les ressources disponibles afin d'assurer l'accès à la nourriture et au revenu pour leurs familles.

Les services de conseil et de vulgarisation rurale doivent également aborder les besoins concernant les moyens d'existence en matière d'amélioration de la nutrition, de gestion des impacts du VIH/SIDA sur la main-d'œuvre agricole, de développement institutionnel local (par exemple, les coopératives, les associations de femmes) et de promotion de la création d'emplois. On est de plus en plus conscient que bon nombre des réformes requises avec urgence dans les domaines de la sécurité alimentaire, du développement des marchés et du changement climatique ne seront efficaces que si de solides institutions de conseil sont en mesure de fournir la base de

soutien nécessaire pour que les populations rurales aient accès aux marchés, aux technologies et influencent les politiques qui affectent leur vie.

De nos jours, seuls quelques rares services de vulgarisation sont en mesure de relever ce défi. Les capacités sont limitées en termes de ressources humaines, d'efficacité des organisations, de financement et, plus important encore, de leadership et de structures en mesure d'établir des normes. Lors des débats sur les questions allant de la sécurité alimentaire au changement climatique, de plus en plus d'appels pour avoir « davantage de vulgarisation » se font entendre, mais on n'a pas encore atteint le consensus sur ce que ces services améliorés de vulgarisation devraient comporter. Si l'on ne veut pas répéter les erreurs du passé, il faudra comprendre et analyser les interventions qui ont été couronnées de succès et celles qui ont échoué, les actions durables et les actions non durables, et savoir qui a eu accès et a bénéficié des différentes formes de services de vulgarisation. Dix défis d'ordre général doivent être abordés si l'on veut exploiter les potentialités de la vulgarisation agricole.

1. *Procéder à la réforme normative sans s'appuyer sur un modèle unique de grande envergure.* On a beaucoup appris sur la manière dont les acteurs peuvent fournir différents services. Une conclusion évidente est qu'il n'existe aucune réponse simple aux questions de savoir qui pourrait fournir une vulgarisation et comment le faire. Les investissements publics dans les services de conseil et de vulgarisation sont en hausse dans certains pays, mais ceci intervient après une longue période de déclin. Cette reprise d'engagement envers la vulgarisation est encourageante et attendue depuis longtemps, mais il est nécessaire qu'elle prenne en compte les enseignements tirés du passé sur les échecs inhérents au choix d'un éventail très limité de méthodes et de formes organisationnelles pour mobiliser de nouvelles ressources. Aucune approche, seule, ne peut améliorer en même temps l'orientation vers le marché, la sécurité alimentaire et atténuer le changement climatique, mais l'empressement à aborder ces « crises » a parfois alimenté des espoirs irréalistes de trouver un « remède miracle », alors que des solutions spécifiques aux pays, et même aux situations locales, sont nécessaires.
2. *S'orienter vers le pluralisme tout en maintenant les engagements financiers et la coordination du secteur public.* Il y a dix ans, on espérait que les différentes formes privées de services de conseil combleraient les lacunes créées par l'affaiblissement des organismes publics, c'est-à-dire que le vide en matière de fourniture de services créerait un marché que les prestataires privés de services identifieraient pour en tirer profit et faire évoluer leurs affaires. Les entreprises privées de conseil fournissent en fait des services qui portent surtout sur les produits à valeur marchande élevée et à des producteurs relativement aisés qui constituent une clientèle limitée. Les fournisseurs d'intrants donnent de plus en plus d'informations sur les nouvelles variétés et les nouvelles méthodes de culture, mais ceci ne répond habituellement pas aux besoins de conseils impartiaux et n'aborde pas les questions relatives à la gestion durable des ressources naturelles. Les services privés de conseil sont importants et fournissent un service durable à leurs clients, mais on reconnaît désormais que des centaines de millions d'agriculteurs pauvres, particulièrement les femmes, n'auront probablement pas accès à ces services fournis par les opérateurs du secteur privé qui, s'ils ne sont pas subventionnés par des fonds publics considérables, s'occuperont uniquement des agriculteurs les mieux nantis. Le pluralisme institutionnel apporté par le biais des différents prestataires de services doit

s'accompagner d'un pluralisme dans les flux financiers, si l'on veut que la vulgarisation soit largement accessible. Les investissements privés ne répondront pas aux besoins de tous les agriculteurs. Par conséquent, les investissements publics dans la vulgarisation seront toujours cruciaux, même lorsque les services sont mis en œuvre par des prestataires non-étatiques.

3. *Accroître la responsabilité.* Dans de nombreux pays, les organisations de producteurs prennent conscience des sérieuses difficultés pour accéder à des conseils appropriés et impartiaux et commencent à chercher des moyens pour identifier, choisir et fournir des services utiles à leurs membres. Cette évolution représente une forme potentiellement importante de vulgarisation déterminée par les agriculteurs, mais jusqu'à présent, ces services ont généralement une portée limitée et la plupart des organisations de producteurs ont du mal à trouver l'équilibre entre les différentes demandes de vulgarisation et d'autres fonctions souvent plus urgentes. En plus, ces organisations de producteurs et leurs structures faîtières sont souvent très faibles, surtout pour ce qui est de la représentativité de leurs membres et de l'inclusion des petits exploitants et exploitantes. Elles ont, elles-mêmes, besoin de services de conseil pour renforcer leurs organisations et leurs capacités afin que tous leurs membres (ainsi que les membres potentiels) soient autonomes en matière de commercialisation des produits, de participation à l'élaboration des politiques et de choix des priorités en termes de services. Les organisations de producteurs ne sont pas la seule voie pour rendre la vulgarisation plus responsable. La décentralisation, si elle est bien planifiée, peut accroître la responsabilité par le biais de la subsidiarité. La manière de financer les services de vulgarisation peut devenir un moyen de les responsabiliser quant à la quantité et à la qualité des services qu'ils fournissent. Lorsque le client paie (peut-être avec une aide financière publique), les prestataires de services sont obligés de tenir davantage compte du client pour assurer leur survie économique.
4. *Créer des marchés de fourniture de services.* Au moment du déclin des services du secteur public, on espérait que les ONG locales et internationales apporteraient une contribution pour combler cette lacune. Les activités ont été largement sous-traitées par ces organisations. Bien que, dans de nombreux cas, ces organisations aient été en mesure d'innover et de fournir une plus grande flexibilité dans la réponse aux demandes des agriculteurs pauvres, leurs capacités dans ce domaine se sont avérées limitées et les coûts de leurs services ont été souvent plus élevés que ceux des organismes publics qu'elles étaient censées remplacer. La même chose s'est souvent produite lorsque l'on sous-traitait à des entreprises de conseil privées. L'externalisation à des prix supérieurs est justifiée uniquement si les impacts de ces services sont également plus importants. Il est nécessaire d'apprendre des expériences initiales d'externalisation pour trouver de nouvelles façons de créer des marchés concurrentiels pour les services de vulgarisation et pour trouver de nouvelles façons d'associer l'externalisation à d'autres formes de contrats, financés par des fonds publics, basées sur des critères de performance. On peut également apprendre en regardant comment les commerçants, les transformateurs et les détaillants du secteur privé ont sous-traité les services de vulgarisation pour assurer une fourniture fiable et en temps opportun de produits agricoles de qualité.
5. *Faire face et traiter le problème des limitations des ressources humaines.* Les ressources humaines représentent une contrainte fondamentale à la réforme de la vulgarisation. La vulgarisation n'est plus uniquement la fourniture d'informations aux agriculteurs sur un

ensemble de technologies. Il est à présent généralement reconnu que les vulgarisateurs doivent être en mesure de faciliter les débats et de coordonner les différentes parties prenantes dans le domaine de la gestion des ressources naturelles et de l'appui technique, de la production à la commercialisation. Ils doivent être capables de passer d'activités d'enseignement à celles de soutien aux agriculteurs dans la gestion globale de leur exploitation. En raison des incertitudes et de la variabilité liées au changement climatique et aux évolutions du marché, les vulgarisateurs doivent plutôt aider les agriculteurs à identifier et à analyser une diversité de choix plutôt que de continuer à promouvoir des conseils standardisés. Ces fonctions requièrent des compétences en matière d'esprit critique et de résolution des problèmes qui étaient découragées dans les bureaucraties de la vulgarisation du passé. Ces compétences vont au-delà des capacités dont disposent la plupart des agents de vulgarisation du secteur public. De surcroît, le niveau moyen d'éducation des vulgarisateurs est en baisse dans bon nombre de pays à cause de l'affaiblissement des établissements d'enseignement et de formation agricole et de développement rural et de la concurrence des marchés du travail qui payent davantage et recrutent le personnel qualifié. La vulgarisation dans certains pays accuse le coup de la pandémie du VIH/SIDA par des pertes de personnels confirmés. L'enseignement agricole des agriculteurs eux-mêmes (tel qu'il est fourni dans les écoles agricoles supérieures) est une composante importante dans les initiatives visant à améliorer leur capacité à demander et à utiliser les conseils de la vulgarisation, mais ces établissements sont également dans un grave état de déclin dans la plupart des pays. Les plans de vulgarisation doivent prendre en compte cette crise des ressources humaines et, pour l'aborder, inclure des stratégies concertées et durables d'investissement.

6. *Aller au-delà des projets.* Disposer de services de vulgarisation durables requiert l'engagement des gouvernements et l'utilisation de formes de financement qui soient efficaces et durables. Les projets de vulgarisation agricole ont montré que les apports en ressources permettait de mobiliser des efforts de vulgarisation pour une courte période, mais aussi que la durabilité de ces projets demeure généralement très faible. Des ressources temporaires supplémentaires peuvent être nécessaires pour des campagnes spécifiques ou pour traiter des problèmes temporaires (comme une sécheresse ou la sensibilisation sur un nouvel ensemble de normes de sécurité sanitaire des aliments), mais trop souvent ces investissements prestigieux « à impact rapide » ont détourné l'attention de la nécessité de renforcer les institutions qui devront mettre en œuvre les programmes dans le futur. Du fait des pressions pour faire face aux crises de sécurité alimentaire, pour répondre au changement climatique et pour appuyer une multitude d'objectifs de développement rural, la vulgarisation a souvent été financée comme une composante temporaire de projets plus larges et couvrant divers domaines. Elle a été ensuite souvent jugée incapable de maintenir un niveau de services adéquat lorsque les projets passent le relais aux services de l'Etat. Si l'on veut éviter ce genre de problèmes, il faut trouver l'équilibre entre le soutien aux projets et des approches systématiques et institutionnelles visant à réformer et à développer des systèmes pluralistes de vulgarisation.
7. *Equilibrer les investissements entre demande et offre de vulgarisation.* On dispose d'un corpus croissant de connaissances sur les façons de mettre l'accent sur la demande et d'améliorer la qualité des services, mais ces deux aspects de la réforme de la vulgarisation ne sont pas toujours abordés de façon cohérente et coordonnée. Même si la voix des agriculteurs est



devenue plus forte, alors que les capacités de la vulgarisation à y répondre sont en baisse, le résultat sera inévitablement déception et perte de confiance. Il est important d'impliquer un large éventail de prestataires de services et d'organisations de producteurs dans les processus des parties prenantes pour créer un environnement institutionnel capable de soutenir à la fois les dispositifs d'offre et de demande de ces services. Il reste toutefois encore à relever les défis concernant l'application systématique et durable de ces approches. On pense encore que le simple soutien, soit pour améliorer les capacités des vulgarisateurs soit pour donner la parole aux organisations de producteurs, sera suffisant pour créer une collaboration effective, alors qu'il est nécessaire de faire les investissements requis pour améliorer l'offre et la demande et arriver à un équilibre permettant de rendre fonctionnelle la vulgarisation.

8. *Se concentrer sur les institutions plutôt que sur des solutions méthodologiques et technologiques de grande envergure.* On commence à reconnaître qu'il n'existe pas de méthodes prédéterminées pour la vulgarisation. L'association évoquée plus haut entre la vulgarisation et les projets a également montré que, avec la méthode « adéquate », la vulgarisation peut réaliser ses nouveaux objectifs et sera plus durable. Cette hypothèse a entraîné l'élaboration d'un éventail de méthodes novatrices et efficaces ayant démontré que la vulgarisation pouvait réellement apporter une contribution profonde à un développement rural durable du point de vue environnemental et de l'accès au marché. Le paysage technologique en évolution, notamment la diffusion de l'Internet et des téléphones cellulaires, a révélé des potentialités pouvant permettre d'améliorer l'accès à l'information sur les marchés, sur la météorologie et sur les options technologiques et d'améliorer les communications et les liens entre les parties prenantes. Il reste encore à affronter le défi concernant l'ancrage de ces changements dans les structures et organisations institutionnelles en vigueur et celui d'identifier et d'aborder les contraintes en matière de ressources humaines et financières et l'intensification de leur utilisation. Il faudra adapter les méthodes aux capacités existantes et au contexte dans lequel elles seront utilisées, ce qui implique en outre qu'il faudra adapter les approches de vulgarisation et les investissements technologiques aux différents pays, produits et clients et aux différents types de relations qui existent entre secteur public et privé dans un pays donné.
9. *Passer des offres standardisées aux conseils sur mesure.* Un autre défi majeur est la capacité à fournir des conseils qui s'adaptent aux besoins d'agriculteurs spécifiques dans des circonstances particulières. Les changements rapides et imprévisibles des marchés et des climats locaux requièrent un nouveau paradigme qui s'oppose aux conseils généralisés. Cette constatation aura des implications différentes selon que l'on considère les systèmes de vulgarisation fournissant des conseils personnalisés aux agriculteurs ou ceux où le rapport entre les vulgarisateurs et les agriculteurs rend ce genre d'approche non viable. Néanmoins, ces deux systèmes requièrent des approches reconnaissant que les agriculteurs adapteront inévitablement l'ensemble des conseils qu'ils reçoivent. Dans ce cadre, le défi sera d'assurer la synchronisation et de rendre accessibles les intrants, le crédit, la formation et les informations (au bon endroit, au bon moment et sous forme appropriée) de manière à favoriser l'accès aux innovations et à réduire les coûts de transaction. Un autre aspect est le besoin évoqué ci-dessus de compétences en matière d'esprit critique et de résolution des problèmes ; c'est une condition préalable pour que les vulgarisateurs comprennent ce qui se passe lorsque leurs conseils font l'objet d'adaptations.

10. *Aborder les différences en matière de parité hommes-femmes, d'âge et d'ethnie ainsi que les besoins spécifiques de ces groupes d'agriculteurs et d'entrepreneurs.* S'agissant de développement rural équitable et intégré, la vulgarisation a souvent été présentée comme une activité amplifiant plutôt les problèmes que contribuant à les résoudre. En relevant les défis énumérés précédemment, on peut soit préparer le terrain pour une vulgarisation plus efficace destinée à ceux qui possèdent déjà de grandes potentialités de croissance, soit considérer la réforme de la vulgarisation comme un moyen de créer un environnement favorable à un développement rural élargi. Les femmes jouent un rôle important dans les systèmes agroalimentaires, les divers groupes ethniques ont des liens spécifiques mais aussi des contraintes nombreuses pour accéder aux différents marchés de commercialisation, les jeunes sont peu informés et peu motivés en matière d'agriculture et de développement rural, ce qui à son tour a favorisé l'isolement, l'urbanisation rapide et, dans certains pays, un grave problème de vieillissement de la main-d'œuvre agricole. La vulgarisation n'est pas une panacée pour traiter toutes ces évolutions. La vulgarisation, à elle seule, ne peut pas rendre accessible, à leurs voisins plus démunis, la recherche développée pour des agriculteurs nantis. Mais la vulgarisation doit faire partie d'une solution plus globale permettant de traiter les défis en matière d'équité ; c'est en impliquant plus d'acteurs gouvernementaux, publics ou privés dans les systèmes d'innovation qu'elle y parviendra.

Le pluralisme deviendra presque certainement la forme prédominante et intégrée aux modes d'organisation, aux méthodologies et aux structures institutionnelles. La recherche d'opportunités permettant d'accroître l'efficacité de la vulgarisation doit donc être effectuée dans deux domaines. D'abord, il s'agit de mieux tirer profit des expériences des dernières années et de mettre en œuvre les réformes structurelles requises depuis longtemps et portant sur des systèmes de vulgarisation pluralistes déterminés par la demande et répondant aux besoins du marché. Ensuite, quelques-unes des plus fortes demandes en vulgarisation proviennent de domaines nouveaux tels que l'accroissement de la fourniture d'informations sur le climat, l'amélioration de la programmation en matière de sécurité alimentaire, les changements dans les programmes d'aide en faveur du commerce et la réforme globale de la recherche agricole pour le développement. Au vu de toutes ces questions, il est nécessaire d'exploiter les connaissances existantes, mais également d'étudier la nécessité et la pertinence de changer les formes de vulgarisation au sein des nouveaux programmes de développement, d'organisation de l'aide humanitaire et des structures organisationnelles.

### ***Les enseignements pour savoir ce qu'il ne faut pas faire : grandeur et décadence du système de formation et visites en Inde<sup>3</sup>***

*En Inde, le système de vulgarisation « formation et visites » a été efficace dans la diffusion des technologies de la Révolution verte, surtout dans les zones irriguées à haut potentiel, mais ses effets sur la productivité et sur les revenus des agriculteurs ont été faibles dans les zones non irriguées. En plus, au début des années 90, de nombreux autres problèmes systémiques sont apparus :*

- L'introduction du système de vulgarisation de formation et visites a beaucoup augmenté le nombre d'agents de vulgarisation villageois de la Direction générale de l'agriculture, au-delà des capacités des gouvernements des Etats à financer les dépenses renouvelables.*
- La focalisation continue du gouvernement sur l'augmentation de la production alimentaire s'est traduite par une vulgarisation déterminée par les produits et par l'offre au lieu de se concentrer sur la diversification et sur le revenu agricole (en étant, par exemple, plus orientée vers le marché).*
- La diffusion des technologies de la Révolution verte a considérablement augmenté la production des aliments de base ; par conséquent, les prix des produits ont baissé au cours des années 80-90, ce qui a fait diminuer le revenu agricole.*
- L'accent mis sur la sécurité alimentaire au cours des années 60-80 a donné lieu à un système de vulgarisation qui était limité aux cultures des aliments de base et dominé par la Direction générale de l'agriculture. Les autres directions générales, y compris celles de l'élevage, de l'horticulture, des pêches, de la sériciculture, etc. n'avaient que quelques rares agents, virtuellement sans programme de vulgarisation et travaillant de façon isolée. Le résultat a été un manque d'intégration entre les départements (c.-à-d., l'absence d'approche fondée sur les « systèmes agricoles »).*

*Vers les années 90, les directions générales se concentraient principalement sur la distribution de subventions et d'intrants financés au niveau central. Cette situation a eu les effets suivants :*

- le personnel des directions générales est devenu plus responsable envers le gouvernement qu'envers les agriculteurs ;*
- comme le gouvernement était en partie engagé dans la fourniture d'intrants, le personnel gouvernemental de terrain considérait les fournisseurs d'intrants du secteur privé plus comme des concurrents que comme des partenaires ;*
- compte tenu de cette focalisation sur les programmes du gouvernement central, le travail en étroite collaboration avec les chercheurs est devenu moins nécessaire, ce qui a conduit à l'affaiblissement des liens entre la recherche et la vulgarisation ;*
- enfin, à l'exception des programmes financés par les donateurs, la vulgarisation a consacré une attention très faible à l'organisation des agriculteurs dans des groupes et, par conséquent, à leur responsabilisation.*

<sup>3</sup> Singh, J. P., Swanson, B. E., et Singh, K. M. (2006). Developing a decentralized, market-driven extension system in India: The ATMA model. Good Practice Paper. Washington, DC. Banque mondiale.

### ***Les nouvelles formes de mise en réseau font partie du nouveau programme de vulgarisation<sup>3</sup>***

*Le projet pilote pour l'Afrique de l'Est, Rural Knowledge Network (RKN – Réseau des connaissances rurales) soutient l'émergence de services d'accès au marché qui soient viables d'un point de vue commercial afin de créer des filières de commercialisation rurales au profit de tous les acteurs. Le RKN développe un processus de gestion des connaissances centré sur les populations et fondé sur la compréhension des besoins des agriculteurs, il adapte les informations techniques existantes pour répondre aux exigences des agriculteurs et fournit de façon compréhensible des connaissances aux agriculteurs. Le réseau comprend les réseaux d'accès aux marchés du Kenya, de la Tanzanie et de l'Ouganda ; les acteurs nationaux, régionaux et locaux de ces réseaux entretiennent des liens de communication constants et efficaces (courrier électronique, téléphone, SMS, réunions en face à face, Internet, etc.) pour le partage des informations et l'apprentissage du commerce interentreprises. Les leçons apprises à tous les niveaux sont notées, détaillées et partagées grâce à l'utilisation élargie de la plate-forme de l'Internet.*

*Une initiative associée au RKN, First Mile (Premier mille), fait des essais de location pour vérifier les coûts, l'utilité et l'opportunité de l'installation, dans les zones rurales, des ordinateurs portables avec solid-state drive (SSD) qui utilisent un modem avec une carte SIM pour avoir accès à l'Internet. Ces portables sont à présent testés par des responsables du conseil de l'information sélectionnés et par des compagnies qui s'occupent de l'accès aux marchés.*

<sup>4</sup> RKN-FAO 2009. The Rural Knowledge Network: Facilitating smallholders' access to markets in East Africa. Sharing Knowledge with rural people. Division de la recherche et de la vulgarisation de la FAO. Organisation pour l'alimentation et l'agriculture, Rome, Italie.



expected benefits

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

**REQUISITIUS**

- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..

**CONSTRAINTS**

- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..

**SOLUTIONS**

- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..

**PRESENT STATUS**

- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..

expected benefits

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

**REQUISITIUS**

- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..

**CONSTRAINTS**

- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..

**SOLUTIONS**

- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..

**PRESENT STATUS**

- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..

expected benefits

... ..

... ..

... ..

... ..

... ..

**REQUISITIUS**

- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..

**CONSTRAINTS**

- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..
- ... ..

**SOLUTIONS**

- Organic manure
- Traditional Egypt.
- Construction of ditches
- Charcoal Pal control
- Kafu leader's office in village
- Money carts to transport wood
- to transport part of the land to other village
- abandoning dunking women for slaves**
- Trust maintenance by an apprentice fiber on the milking machine

**PRESENT STATUS**

- Waiting for the rains (for aqua activities)
- In progress (money generating activities)

Magdalena Blum

## 2. Les nouvelles institutions et approches mondiales, nationales et locales

### 2.1. Vue d'ensemble

La vulgarisation est reconnue en tant que composante stratégique de nouveaux cadres institutionnels au niveau mondial, comme par exemple dans le cadre du Partenariat mondial sur l'agriculture et la sécurité alimentaire ou de nouvelles structures qui seront probablement créées pour aborder les questions relatives à l'adaptation aux changements climatiques et à l'atténuation de leurs effets. Des processus parallèles sont en cours au niveau régional par le biais, par exemple, du Programme détaillé pour le développement de l'agriculture africaine (PDDAA) et d'un éventail d'autres initiatives régionales, ainsi que dans le cadre d'initiatives nationales visant à renforcer la sécurité alimentaire et les échanges commerciaux. Des modifications institutionnelles sont également en cours pour que la vulgarisation fasse partie intégrante des nouvelles structures qui ont vu le jour pour aborder les changements agricole, rural et environnemental et pour que les systèmes de vulgarisation soient mieux en phase avec les priorités nationales et les demandes des petits exploitants.

Si l'on veut que la voix et les expériences de la communauté des vulgarisateurs soient prises en compte, les acteurs clés en charge de la vulgarisation devront être inclus dans les plates-formes organisées aux niveaux mondial, national et local, ou même les diriger. Les dialogues politiques en cours à ces trois niveaux dans les domaines du développement agricole, de la sécurité alimentaire et du changement climatique seront plus pertinents et reposeront sur des données concrètes si l'on prévoit la présence des experts de la vulgarisation au sein de ces plates-formes. La communauté des vulgarisateurs dispose d'une expérience précieuse permettant d'expliquer le chemin à suivre pour mettre en œuvre les politiques en milieu rural.

Pour concrétiser ces engagements, les parties prenantes de la vulgarisation ont également besoin de leurs propres forums afin de réfléchir sur leurs expériences et formuler des propositions utiles et fortes à soumettre dans ces débats plus élargis. Le nouveau Forum mondial pour le conseil rural (GFRAS) a été récemment créé et sera la voix de la communauté internationale des services de conseil aux agriculteurs, dans la mise en harmonie des politiques de vulgarisation avec le cadre plus large du développement rural. Le Forum africain pour l'appui-conseil agricole assumera une responsabilité semblable en Afrique et il est probable que d'autres réseaux seront créés dans d'autres régions.

La redéfinition du rôle de la vulgarisation dans les nouvelles institutions oblige à reconnaître que, seule, elle ne peut être la solution. En raison de la nature complexe des fonctions, des tâches et des rôles de la vulgarisation dans le cadre des systèmes agroalimentaires et de la gestion des ressources naturelles, une perspective mieux intégrée est nécessaire pour permettre à la vulgarisation de jouer son rôle de facilitation afin de développer les synergies entre les nouveaux investissements dans le domaine de la recherche, des autres services ruraux et des nouveaux modes de programmation participative. Les voies que la vulgarisation pourrait utiliser pour avoir un impact sur le développement rural doivent être mieux comprises. La recherche peut s'occuper de

l'élaboration d'une variété améliorée de semences, mais il est impossible d'attribuer l'adoption de cette variété uniquement soit à la vulgarisation, soit à la recherche (même si la vulgarisation est souvent considérée comme responsable si la variété n'est pas adoptée). Les investissements dans la vulgarisation ont été justifiés à partir d'annonces d'importants résultats obtenus, mais souvent difficiles à mesurer avec certitude. Il faut disposer de données de meilleure qualité, de meilleures méthodes de collecte et de davantage de défenseurs pour convaincre les décideurs clés des gouvernements et du secteur privé que la vulgarisation est un stimulant rentable de la croissance économique, une condition préalable de la lutte contre la pauvreté rurale et un outil de base pour affronter les défis des changements planétaires. Il faudra également reconnaître que ces résultats ne seront apparents que dans le cadre d'approches liées au développement rural, elles-mêmes ancrées dans des plates-formes permettant l'apprentissage, l'échange et la coordination.

Le besoin d'une perspective intégrée est particulièrement important au niveau local. Grâce à la décentralisation et aux dispositions plus pluralistes, des progrès sont en train d'être réalisés dans la promotion de la subsidiarité des services de conseil et de vulgarisation et dans leurs obligations de rendre des comptes aux agriculteurs. Cependant, il faut encore plus d'échanges pour l'apprentissage et la coordination entre le gouvernement local, le secteur privé et la société civile. Le transfert des responsabilités au niveau local n'a souvent pas été accompagné d'un transfert de ressources ou de facilités de paiement des dépenses renouvelables relativement élevées de ces services. En matière de ressources humaines, il a été également difficile de transférer les compétences des administrations ministérielles centrales aux administrations locales. La décentralisation exige une transparence quant aux besoins et aux objectifs et un leadership solide afin de s'assurer que l'efficacité et la durabilité de la vulgarisation soient reconnues comme une responsabilité locale, bien qu'elle soit souvent soutenue financièrement par le gouvernement central. La vulgarisation décentralisée ne doit pas devenir la responsabilité de tous et de personne ; il faut qu'elle soit dirigée par des prestataires professionnels de services spécialisés dans le développement agricole et rural. Les nouvelles formes de collaboration, de coordination, de communication et d'accès financièrement intéressants aux innovations, par exemple en utilisant les nouvelles technologies de l'information et des communications (TIC), sont cruciales pour que les prestataires de vulgarisation décentralisée puissent répondre à ces nouveaux défis et tenir à jour leurs connaissances et compétences.

Bon nombre des nouveaux défis institutionnels visant à améliorer l'efficacité de la vulgarisation requièrent qu'un nouveau regard soit porté sur une vieille institution souvent oubliée – l'enseignement agricole. Les écoles supérieures et les collèges agricoles sont une voie essentielle pour investir dans le renforcement des capacités tant des agriculteurs que des agents de vulgarisation afin qu'ils puissent s'adapter aux nouvelles tâches et repenser leurs rôles. Les grandes demandes et les attentes issues de l'éventail de propositions décrites dans ce rapport devraient s'accompagner d'investissements pour développer la capacité des agriculteurs et des agents qui les conseillent à les appliquer. Mais ce lien a souvent fait défaut. La recherche de solutions rapides aux problèmes urgents a détourné l'attention de ces institutions qui sont indispensables en tant que base pour le développement des compétences et des connaissances fondamentales requises.

### ***Les problèmes de la décentralisation déterminée par les projets en Inde<sup>5</sup>***

*Le soutien de la Banque mondiale au National Agriculture Technology Project (NATP – Projet national de technologies agricoles) a été un terrain d'essai important pour la décentralisation des services de vulgarisation indiens. Avant le NATP, presque tous les financements opérationnels des programmes de vulgarisation en Inde provenaient du gouvernement central sous forme d'activités de vulgarisation prédéfinies ou désignées, tels que des ensembles de démonstration sur les engrais ou sur les nouvelles technologies en matière d'irrigation (habituellement sous forme d'intrants subventionnés). Compte tenu du fait que ces fonds gouvernementaux étaient préalablement affectés à des activités spécifiques du programme de vulgarisation, ils étaient canalisés par des directions générales distinctes, les agents de vulgarisation aux niveaux du district et du sous-district ne disposaient alors pas d'autres fonds pour faire face aux besoins locaux des différents groupes d'agriculteurs de leur zone de service. Par conséquent, une caractéristique fondamentale du NATP a été de piloter un modèle de vulgarisation décentralisée dans le cadre duquel les fonds nationaux étaient transférés directement à ces organismes semi-autonomes et officiellement enregistrés, les Agricultural Technology Management Agencies (ATMA – Organismes de gestion des technologies agricoles). Chaque équipe technologique de sous-district (Block Technology Team - BTT) élaborait son plan de travail annuel, en étroite consultation et avec l'approbation du Comité consultatif local des agriculteurs, le plan de travail proposé était directement envoyé au Comité de direction de l'ATMA pour un examen technique et ensuite au Conseil de direction de l'ATMA pour l'approbation finale et le financement. Une fois le plan de travail approuvé par l'ATMA, le programme était renvoyé à chaque BTT pour que les agents de vulgarisation de terrain puissent mettre en œuvre ces programmes de vulgarisation spécifiques dans la zone concernée.*

*En raison de l'établissement et de l'enregistrement de ces ATMA en tant qu'ONG semi-autonomes, ces organismes pouvaient recevoir des fonds tant publics que privés, y compris le recouvrement de certains coûts pour les services fournis par des agriculteurs qui participaient au programme. Il faudrait mentionner que lorsque ce modèle ATMA était en fonction, la plupart des fonds de programme et opérationnels utilisés aux niveaux de district et de sous-district étaient en réalité financés par le projet. Par conséquent, cette disponibilité de fonds plus rapide de la part de chaque ATMA avait un impact considérable et positif sur les activités. Malheureusement, la disponibilité de ces fonds sans restriction a disparu en grande partie à la fin du projet. Le problème n'était pas le manque de fonds en soi, mais le fait que presque tous les fonds nationaux étaient encore affectés à des activités préétablies de vulgarisation.*

*En particulier, le Ministère de l'agriculture n'a pas poursuivi le processus de réforme commencé dans le projet NATP avec le transfert directement aux ATMA de chaque district des fonds de programme préalablement affectés en tant que sources continues de fonds libres. Au contraire, les différentes directions générales au sein du ministère se sont opposées à ce nouvel arrangement politique et ont pu continuer à transférer des fonds réservés directement à chaque direction. La reprise de cette procédure descendante de financement limite sérieusement les capacités, tant des ATMA que des agents de vulgarisation au niveau du sous-district, à répondre aux besoins locaux des différents groupes d'agriculteurs dans leurs zones.*

<sup>5</sup> Singh, J. P., Swanson, B. E. et Singh, K. M. (2006). Developing a decentralized, market-driven extension system in India: The ATMA model. Good Practice Paper. Washington, DC, Banque mondiale.



## **2.2. Vers le pluralisme par le biais de la réforme des politiques**

La réforme de la vulgarisation agricole est un exemple de ce qu'il faut faire pour promouvoir l'harmonisation de l'aide et sa mise en conformité avec les structures et les priorités nationales. Elle indique clairement si la Déclaration de Paris sur l'efficacité de l'aide au développement (telle que convenue en 2005) a un impact réel sur les services vraiment destinées aux populations rurales pauvres. Pour améliorer l'harmonisation et la mise en conformité, des changements dans les moyens utilisés dans le passé pour soutenir les systèmes de vulgarisation doivent être mis en œuvre. L'harmonisation des interventions de vulgarisation est restée limitée car les différents donateurs, ONG et instituts de recherche ont favorisé des « modèles » différents, y compris dans un même pays. Cette situation n'a pas entraîné de pluralisme, mais plutôt une fragmentation dans laquelle chaque bailleur de fonds a favorisé un modèle de service particulier dans chaque province, district ou même village, ne laissant qu'un choix limité aux destinataires ultimes de ces services.

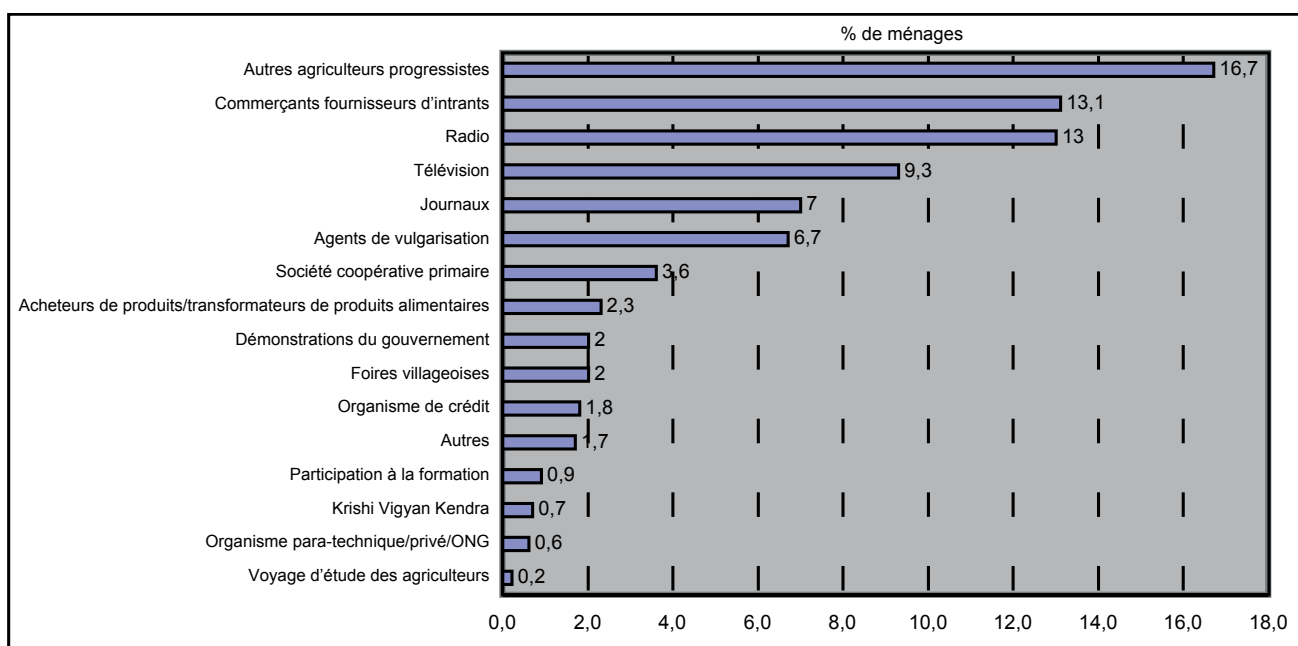
La mise en conformité a également été limitée, car ces interventions ont été gérées avec peu d'efforts pour appuyer des réformes de politiques et pour développer la compréhension et les principes d'une fourniture plus efficace de services au niveau national. Les donateurs, les ONG et les chercheurs se sont souvent concentrés sur la création de structures permettant de mettre en œuvre leurs projets au détriment de la recherche de moyens capables de servir les agriculteurs de façon durable. Les capacités de la vulgarisation ont été trop souvent empruntées ou payées pour la mise en œuvre des projets plutôt que pour leur propre renforcement. Les investissements dans la formation en matière de vulgarisation ont diminué, tandis que les organismes externes ont « réquisitionné » les agents les plus compétents pour leurs projets.

Pour inverser ces tendances, il est nécessaire de renforcer les initiatives de développement institutionnel en misant sur les avantages comparés entre les acteurs des différentes zones. On peut apprendre beaucoup des projets de vulgarisation, mais uniquement si l'on prend en compte les réalités du développement institutionnel dès le début. Par conséquent, il ne s'agit pas simplement d'introduire de nouveaux modèles et de nouvelles méthodes. La vulgarisation pluraliste repose sur le changement des règles du jeu et sur le renforcement des capacités des acteurs à comprendre et à tirer avantage des nouvelles règles grâce à un travail mieux coordonné et replacé dans son contexte.

L'objectif devra être de créer de nouveaux modes d'échanges pour la fourniture de services, l'établissement de relations de confiance ainsi qu'une synergie entre un grand nombre de prestataires de services et leurs clients. Pour atteindre ce but, il faudra un soutien bien étudié dans ses dimensions structurelles et organisationnelles, permettant d'accroître la qualité et la quantité de la fourniture des services, tant dans le secteur public que privé, ainsi que la capacité des agriculteurs à demander ces services, essentiellement par le biais de leurs organisations de producteurs.

### ***Le pluralisme existe vraiment !***

*Les agriculteurs cherchent et reçoivent continuellement des informations de sources différentes. La figure ci-dessous indique que le pluralisme existe déjà, comme le démontre, en Inde, le pourcentage de ménages ruraux ayant accès aux informations sur les technologies agricoles modernes par le biais de diverses sources.<sup>6</sup>*



### **2.3. De la privatisation à la commercialisation sélective et à la responsabilité**

Au cours des années 90, la baisse de confiance dans l'efficacité des organismes de vulgarisation du secteur public a entraîné l'émergence d'un paradigme différent, selon lequel on présumait que les solutions fondées sur le marché et la privatisation de la fourniture de vulgarisation pourraient devenir une base solide et durable en faveur du pluralisme. De nombreux gouvernements et organismes d'aide ont entrepris des expériences. Parallèlement, le déclin des organismes publics de vulgarisation a entraîné l'augmentation des investissements du secteur privé dans les services de vulgarisation. De nos jours, les services pour les agriculteurs commerciaux relativement aisés sont de plus en plus dominés par le privé, mais ces investissements sont rarement réalisés en

<sup>6</sup> Birner, R. et Anderson, J.R. 2007. How to make agricultural extension demand-driven? The case of India's agricultural extension policy. Document de travail de l'IFPRI 00729. Novembre 2007. Kishri Vigyan Kendra fait référence aux Farmer Information and Advisory Centres (Centres d'information et de conseil pour les agriculteurs).

faveur des ruraux pauvres. Dans bon nombre de pays, la privatisation (souvent mise en œuvre simplement du fait du retrait des fonds destinés aux organismes du secteur public) a eu pour résultat la perte totale, pour la plupart des agriculteurs, de conseils impartiaux et indépendants. Cette expérience a démontré que la création d'un environnement où les prestataires privés de services travaillent sur un pied d'égalité est très importante, mais qu'elle doit faire partie d'un processus de réforme élargi qui favorise le pluralisme tout en reconnaissant le besoin d'un soutien financier du secteur public.

Il est à présent admis que les financements publics sont essentiels pour permettre aux pauvres d'accéder à la vulgarisation et de leur permettre de maintenir cet accès. Ceci ne signifie toutefois pas que l'on revient aux approches du passé fondées sur les services publics gratuits. La vulgarisation financée par le secteur public, mais fournie par le secteur privé, peut être associée à des mesures permettant de mettre les ressources à la disposition des agriculteurs pauvres et de leurs organisations. Avant tout, les différentes formes de contrats utilisées pour mobiliser les services peuvent être un facteur important d'amélioration de la responsabilité de la vulgarisation envers les agriculteurs. Les marchés pour les services de vulgarisation peuvent fonctionner pourvu que l'on fournisse les encouragements et la réforme structurelle adéquats. Les organismes du secteur public auront encore un rôle à jouer dans la diffusion des informations par le biais des moyens de communication de masse, dans la fourniture de certains biens publics (par exemple la protection de l'environnement et en assurant l'implication des agriculteurs sans ressources ainsi que des groupes sociaux délaissés) et dans le contrôle de la qualité des services privés. Sinon, le secteur public pourrait encore fournir ses services, mais de façon plus étroitement liée aux agriculteurs par l'intermédiaire des administrations locales. Ces organismes pourraient également avoir un rôle à jouer pour que les agriculteurs aient la possibilité d'entendre un large éventail de prestataires de services privés (pour la vulgarisation et d'autres services agricoles) et soient mieux informés pour faire un choix entre les services répondant au mieux à leurs besoins. Au plan mondial, les expériences ont démontré que les rôles pertinents des organismes du secteur public sont différents d'un endroit à l'autre. Le discours exclusif sur la fourniture de services réalisée soit par le secteur public, soit par le secteur privé devient ainsi plus nuancé. Par conséquent, la concentration a été déplacée de considérations générales pour savoir quels sont les acteurs qui devraient se charger de la vulgarisation vers la recherche des meilleures façons pour que tous les prestataires de services s'engagent réellement à rendre des comptes à tous les clients qu'ils servent – qu'il s'agisse d'hommes ou de femmes, de pauvres ou de riches.

***Commerce équitable et privatisation, des partenariats en faveur d'une plus grande équité<sup>7</sup>***

*Il existe, au Malawi, plusieurs exemples de nouveaux types de partenariats issus des opportunités que le commerce équitable peut créer pour les petits exploitants. Le secteur de la culture artisanale du thé est en train de se développer rapidement. La vulgarisation en matière de culture de thé est fournie par les domaines qui achètent le thé vert et sont, par conséquent, particulièrement intéressés par sa qualité et par la continuité de la fourniture.*

<sup>7</sup> Chipeta, S.; 2008; FARA.AFAAS-RFO-NI Consultation 2008, Consultation in Malawi; Pound, B. et Phiri, A., 2009, Longitudinal impact assessment of Fairtrade certified tea producers and workers in Malawi, Londres, Fairtrade Foundation.

*En plus des conseils, les domaines fournissent les engrais à crédit. Récemment, quelques-unes des associations de petits producteurs ont obtenu la certification « commerce équitable ». La majoration de prix obtenue grâce à la vente avec cette certification permet aux petits producteurs d'investir dans l'amélioration de leurs plantations de thé ainsi que dans des services de développement social. Un autre exemple est la Mzuzu Coffee Planters' Union (Association coopérative des producteurs de café Mzuzu), qui fédère les petits producteurs pour la production de café, fournit des services de vulgarisation, transforme et commercialise le café. La vulgarisation est ainsi financée par le biais de la commercialisation avec la certification « commerce équitable » du café.*

Une autre leçon tirée de ces initiatives de réforme est que les coûts de transaction des contrats commerciaux sont habituellement trop élevés pour les agriculteurs pauvres et pour les organismes de vulgarisation qui travaillent directement avec les ménages agricoles. Les approches de groupe sont essentielles dans de nombreux contextes pour augmenter la portée et l'impact des initiatives. Dans certains endroits, des prestataires para-professionnels demandent des paiements limités pour leurs services et ont été en mesure de créer des liens avec les agriculteurs pauvres. L'éducation des agriculteurs peut également jouer un rôle important car les agriculteurs instruits sont en mesure de développer des liens avec les prestataires de services de vulgarisation grâce auxquels ils peuvent, ainsi que leurs voisins, avoir accès aux conseils.

Pour donner du pouvoir aux agriculteurs, il est beaucoup plus réaliste et approprié du point de vue politique de se baser sur l'obligation de rendre des comptes aux organisations de producteurs que de s'attendre à ce que les ménages pauvres soient en mesure de contracter les services dont ils ont besoin. Les coopératives qui s'occupent de produits spécifiques se sont montrées efficaces dans la commercialisation des productions agricoles et dans l'investissement d'une partie des bénéfices dans les services de vulgarisation. Ces activités ne sont toutefois pas une panacée. Les ménages ruraux pauvres considèrent souvent comme trop élevés les coûts de transaction nécessaires pour rejoindre les organisations de producteurs. Des efforts particuliers sont nécessaires pour soutenir des organisations de producteurs plus ouvertes et pour s'assurer que les ménages qui choisissent de ne pas faire partie de ces organisations ne seront pas oubliés. Le soutien au développement de services commerciaux d'accès au marché en faveur des pauvres peut aider davantage ces ménages à accéder aux marchés.

### ***Les partenariats entre les secteurs public et privé en Ouganda<sup>8</sup>***

*On commence à reconnaître que les partenariats entre les secteurs public et privé sont un moyen permettant d'améliorer la vulgarisation agricole au même titre que les autres services ruraux. Ces partenariats peuvent apporter l'efficacité des entreprises dans la fourniture de services publics, tandis que le gouvernement joue un rôle d'habilitation. Dans le cadre de la composante palmier à huile du Projet de développement de la production d'huile végétale (VODP) de l'Ouganda, le gouvernement a mis en place un partenariat unique entre les secteurs*

<sup>8</sup> Projet de développement de la production d'huile végétale - Ouganda: Evaluation intermédiaire, FIDA, décembre 2009.

*public et privé en favorisant des investissements directs pour l'introduction de la culture du palmier à huile par un opérateur privé de grande échelle (Oil Palm of Uganda Limited – OPUL). Le FIDA, de son côté, a fourni au gouvernement des fonds pour l'établissement du Kalangala Oil Palm Growers Trust (KOPGT – Association des producteurs de palmiers à huile de Kalangala) qui finance les petits producteurs pour qu'ils développent leurs palmeraies. L'OPUL fournit le savoir-faire et les intrants nécessaires pour permettre aux petits exploitants d'utiliser dans leurs parcelles les mêmes technologies que l'on utilise dans les grandes exploitations de base, tandis que la KOPGT joue le rôle d'intermédiaire pour les agriculteurs. Le FIDA couvre les frais de démarrage et de vulgarisation pour une période initiale, mais des dispositions ont été prises pour que la KOPGT devienne une organisation autonome financée par un prélèvement sur les revenus des cultures.*

## **2.4. Perspectives des plates-formes régionales et mondiales**

Pour mieux servir ses clients, y compris les pauvres et les femmes, la vulgarisation a besoin d'une voix plus forte ; d'une analyse et d'une assistance vigoureuses en matière de politiques, de principes, d'approches et d'investissements ; d'une amélioration de l'interaction et du dialogue ; de la synthèse des innovations.

En raison de la convergence de différents éléments, comme la hausse des prix des denrées alimentaires, la Déclaration conjointe de L'Aquila sur la sécurité alimentaire mondiale, qui a souligné l'importance des services de vulgarisation agricole, l'intérêt accru des donateurs pour l'agriculture et les services de conseil ainsi que l'un engagement élargi en faveur de la restructuration des institutions de développement agricole au niveau mondial, les possibilités de soutien et de renforcement de la vulgarisation sont désormais considérables. Il est également nécessaire que ces nouvelles initiatives soient gérées par la communauté de la vulgarisation. A la lumière de ces développements, le GFRAS a été récemment créé. Sa mission est d'offrir un espace de plaidoyer et de leadership pour un appui-conseil en milieu rural, diversifié et fondé sur la demande, favorisant la croissance rurale et aidant les pauvres dans le cadre de l'agenda mondial du développement.

Les objectifs du forum sont :

1. soutenir la synthèse et la promotion d'idées destinées à améliorer l'efficacité des services de conseil et à revoir le concept de la vulgarisation ;
2. améliorer l'interaction, la mise en réseau, l'échange entre pairs, le renforcement institutionnel et le partage des expériences en matière de services de conseil agricole et rural ;
3. faire entendre la voix de ses participants au niveau mondial et jouer un rôle de chef de file pour organiser, mobiliser, dynamiser et harmoniser les services de conseil agricole et rural ;
4. promouvoir la création d'un environnement propice aux investissements dans les services de conseil.

Le GFRAS a un rôle important à jouer au plan mondial, mais il devra travailler en étroite collaboration avec un éventail de partenaires si l'on veut qu'il ait un impact sur les pratiques de vulgarisation. Les réseaux régionaux de prestataires de services de vulgarisation sont devenus rarissimes (par rapport aux réseaux régionaux de recherche et d'organisations de producteurs). Le Forum africain pour l'appui-conseil agricole a été récemment établi pour satisfaire les besoins de la communauté de la vulgarisation de ce continent. Son rôle est d'améliorer l'accès des agriculteurs au marché, de renforcer leurs capacités, de fournir des informations et de partager les meilleures pratiques et de lancer un système de gestion des connaissances relatives à la vulgarisation en Afrique. Une des tâches principales du GFRAS sera l'élaboration d'une stratégie visant à encourager et à soutenir le développement de réseaux régionaux comme le Forum africain d'appui-conseil agricole.



### **3. La lutte contre la pauvreté, la sécurité alimentaire et l'atténuation des risques**

#### **3.1. Vue d'ensemble**

La vulgarisation a été critiquée pendant longtemps et à juste titre pour avoir été trop orientée vers les agriculteurs aisés, masculins, ayant accès aux marchés et contrôlant les conditions environnementales. La vulgarisation n'est pas toujours à condamner, car ce sont seulement les agriculteurs qui ont accès aux marchés et qui disposent des capitaux nécessaires pour acheter les intrants ou pour engager la main-d'œuvre qui peuvent demander les conseils ; ces conseils ne sont utiles qu'à ce type d'agriculteurs. Pour cette raison, une piste ou un programme de crédit représentent des investissements bien plus efficaces pour orienter la vulgarisation vers les pauvres. Avec le pluralisme, la subsidiarité et l'harmonisation avec les priorités nationales, il faudra relever le défi de pouvoir atteindre les pauvres sous un nouvel angle. La réforme n'est pas uniquement une question de dotation de nouvelles directives aux organismes gouvernementaux de vulgarisation pour qu'ils travaillent avec des populations cibles spécifiques. Les ruraux pauvres disposent d'un large éventail de stratégies agricoles et de moyens d'existence. La réforme pluraliste en faveur des pauvres consiste par conséquent à trouver les moyens de mobiliser et de coordonner les prestataires de services pouvant mieux satisfaire les demandes et les besoins des différents groupes. La vulgarisation est, à bien des égards, l'institution qui pourra décider du succès ou de l'échec des tentatives visant à trouver une cohérence entre les efforts permettant d'accroître la productivité et les initiatives pouvant viser les ménages en situation d'insécurité alimentaire et aborder les différents risques auxquels font face les agriculteurs et les agricultrices pauvres en ressources.

Un aspect de cette capacité est la mobilisation de la vulgarisation pour soutenir de façon flexible les moyens d'existence par le biais d'initiatives encourageant les stratégies de diversification par lesquelles les pauvres gèrent eux-mêmes les risques auxquels ils doivent faire face. Les pauvres et les groupes vulnérables au climat, aux marchés et à d'autres incertitudes et variabilités ont besoin de nouvelles formes de vulgarisation qui les aident à comprendre ces risques et à les gérer. Il faut que les services soient assez flexibles pour répondre aux demandes différentes et changeantes des pauvres qui cherchent à relever les défis écrasants associés à l'avenir de leurs systèmes agricoles. Les services de vulgarisation, en tant que partie intégrante de cette approche, devront fournir des informations et des connaissances, ou assurer le lien avec celles-ci, sur les conditions météorologiques et le changement climatique, sur les prix du marché, sur les structures de régulation, sur les normes de qualité et sur les demandes des consommateurs, pour pouvoir aider les pauvres à relever les défis associés à ces risques en pleine évolution.

#### **3.2. La vulgarisation en faveur des pauvres : peut-elle assurer la viabilité des petites exploitations ?**

Bien qu'il soit reconnu depuis longtemps que la vulgarisation échoue habituellement à atteindre les pauvres, les progrès accomplis pour surmonter l'orientation marquée vers l'élite traditionnelle et ceux en faveur de la parité hommes-femmes restent insuffisants. Les nouvelles déclarations



politiques, comme la Déclaration conjointe de L'Aquila sur la sécurité alimentaire mondiale, requièrent de nouveaux efforts pour inverser ces tendances persistantes des initiatives de développement rural.

Cependant, certaines voix s'élèvent pour mettre en doute la valeur du soutien aux agriculteurs marginalisés. Ils affirment que le développement rural en faveur des pauvres « idéalise » à tort les petites exploitations agricoles.<sup>9</sup> Cette idée se base sur la supposition que les ruraux pauvres, et en fait bon nombre d'agriculteurs relativement mieux nantis, devraient abandonner l'agriculture et « faire autre chose » car ils échoueront de toute façon dans le nouveau système agroalimentaire globalisé et ne pourront pas apporter une contribution suffisante à la sécurité alimentaire mondiale.

Ces affirmations sont parfois utilisées par certains pour justifier l'abandon des services de vulgarisation financés par le secteur public en faveur des pauvres. Cette critique de « l'idéalisation » sous-entend en outre que les riches peuvent se permettre de payer pour leurs propres services (y compris ceux de la vulgarisation) et que la fourniture de services subventionnés en faveur des pauvres ne fera que retarder une transformation qui est nécessaire. Malgré la présence de preuves significatives sur le fait que les petites exploitations agricoles peuvent être efficaces tant en termes de production que dans la lutte contre la pauvreté, ces arguments gagnent de plus en plus de terrain auprès de nombreux gouvernements et ministères de l'agriculture. Certaines affirmations discutables sur la plus grande efficacité supposée des grandes exploitations sont même utilisées pour justifier le transfert de propriété de grandes étendues de terres aux investisseurs commerciaux pour y réaliser des plantations agricoles.

Les arguments contraires en faveur du maintien du financement public des services de vulgarisation pour les pauvres doivent être basés sur une analyse claire des options en matière de sécurité alimentaire des ménages en milieu rural et sur les droits des ruraux pauvres, même si leurs moyens d'existence semblent atteindre des points critiques. La vulgarisation pourrait aider les petits exploitants dans des conditions difficiles à modifier et, ainsi, à s'accrocher aux systèmes de production existants lorsque l'échec des exploitations entraîne des souffrances humaines ou des activités qui sapent d'autres objectifs ou engagements nationaux – par exemple là où le manque de moyens d'existence, la perte des terres et l'isolement conduisent à des troubles politiques.

Dans de nombreux cas, la vulgarisation pourrait avoir un impact faible sur la production des agriculteurs les plus pauvres, mais ce constat implique qu'il est nécessaire de transférer l'attention sur le développement économique rural au niveau local, plutôt que de déclarer simplement que les zones marginalisées ne sont pas « viables ». Là où les pauvres abandonnent leurs exploitations, la vulgarisation pourrait aider les anciens agriculteurs à « faire autre chose ». La mondialisation est vraiment en train d'augmenter radicalement, pour les petits exploitants commerciaux, les seuils en termes d'exigences de qualité, de ponctualité, de volume, de sécurité sanitaire des aliments et de certification. La vulgarisation n'est pas une panacée pouvant aider tous les agriculteurs à s'engager dans les marchés. Certains agriculteurs échoueront et les marchés de certains produits sont de plus en plus dominés par les grands exploitants. Quelques-unes de ces exploitations créent un niveau considérable d'emplois pour les populations rurales (par exemple, l'horticulture), tandis que d'autres n'en créent pas (par exemple le palmier à huile). En même temps, il y a de nombreux exemples de petits exploitants qui s'engagent de façon efficace dans les marchés avec des investissements publics relativement faibles voire inexistantes dans la vulgarisation, comme ceux qui se lancent dans le commerce équitable, l'agriculture biologique ou la production pour les marchés locaux. La

---

<sup>9</sup> Collier, P. 2009. *Africa's organic Peasantry: Beyond romanticism*. Agriculture. Vol. 3(2) Publication de l'été 2009.

vulgarisation peut aussi améliorer certains des aspects négatifs des transformations en cours dans les systèmes agroalimentaires et qui excluent les pauvres. Il est important de repérer ce genre de possibilités et de mieux cibler les investissements de la vulgarisation dans ces domaines.

De plus, l'analyse de l'économie politique relative à l'accès aux services de vulgarisation prouve certaines des inexactitudes présentes dans la critique de « l'idéalisation ». Les grands exploitants ont souvent un accès privilégié aux intrants, aux services et aux marchés en raison de leur position dans la société, tandis que les pauvres pourraient en fait produire avec une efficacité économique plus élevée. La critique de « l'idéalisation » se base sur la supposition que les services ruraux destinés aux pauvres faussent les marchés et les rendent moins efficaces, mais ces marchés pourraient déjà être faussés en faveur d'autres intervenants. Il existe des raisons pour mettre en doute la supposition selon laquelle le marché améliorera automatiquement « l'efficacité » en conduisant les agriculteurs pauvres à la faillite et également la supposition selon laquelle cette situation aura à la fin pour résultat l'amélioration du bien-être.

Les nouveaux éléments qui pourraient réduire la tendance à favoriser l'élite des agriculteurs comprennent la prise de conscience que, dans de nombreux pays, les pauvres n'ont ni abandonné leurs exploitations comme les économistes l'avaient prévu (par exemple les régions de l'Europe de l'Est où les tendances au morcellement ont résisté aux « forces du marché ») ni cherché des moyens d'existence peu recommandables dans des activités illicites (dans de nombreux pays en période d'après-guerre). La nouvelle attention consacrée aux problèmes des états fragiles a fait comprendre que la fourniture de services de soutien aux moyens d'existence d'une grande partie des pauvres qui sont encore des petits exploitants, représente une part essentielle de toute stratégie de consolidation de la paix. La vulgarisation est ainsi un outil qui permet aux populations en difficulté de comprendre que le gouvernement s'intéresse à leurs moyens d'existence. C'est une pierre angulaire du contrat social entre les Etats et les citoyens dans toute société en période d'après-guerre.

De surcroît, la décision de supprimer les financements publics destinés à la vulgarisation ne signifie pas que la vulgarisation n'existe pas, simplement qu'elle peut ne pas apporter sa contribution aux objectifs du secteur public. Une des plus grandes « réussites » de la vulgarisation en faveur de l'agriculture familiale répondant aux besoins du marché est la propagation de la production du pavot à opium en Afghanistan, surtout dans des zones où, par le passé, cette culture n'était pas pratiquée. Là où il existe un marché assez rentable, il y a une demande de vulgarisation et une fourniture de services.

### ***3.3. Les préjugés contre les femmes dans la vulgarisation, au-delà du ciblage des agents***

Au cours des deux dernières décennies, une grande attention a été consacrée à la nécessité de surmonter les préjugés contre les femmes, mais les plaintes contre la vulgarisation pourraient signifier que l'on vise seulement les agents qui transmettent les messages alors que ces préjugés font partie d'un contexte plus large des normes de l'environnement politique et du développement rural. Pour surmonter les préjugés contre les femmes, il faut consacrer de l'attention à ce qui fait obstacle à la fourniture de services équitables, plutôt que se plaindre uniquement des agents de vulgarisation qui ne parlent pas aux femmes.

L'inégalité entre hommes et femmes persiste dans le secteur agricole car elle est profondément enracinée dans les relations entre hommes et femmes dans plusieurs domaines cruciaux pour

l'agriculture : les relations entre hommes et femmes au niveau des ménages, les droits fonciers et de propriété, l'accès aux intrants agricoles, les services de vulgarisation, les services financiers et de crédit, les services de développement du commerce, la transformation agricole, pour en nommer quelques-uns des plus significatifs. Dans de nombreux pays, la vulgarisation est responsable de la promotion de l'agriculture pour les cultures de rente, soit pour l'exportation, soit pour atteindre l'autosuffisance nationale en céréales. Ces objectifs peuvent être incompatibles avec les objectifs visant à atteindre les agricultrices car elles n'ont probablement aucun intérêt, ou un intérêt limité, à adopter ou planter des cultures de rente qui produiront un revenu sur lequel elles n'auront pas de contrôle. Elles préfèrent souvent se concentrer sur les cultures de subsistance et/ou sur le petit commerce ou sur le travail occasionnel car il s'agit de sources de revenu qu'elles peuvent contrôler plus facilement. La vulgarisation pourrait donc ne pas être en mesure d'atteindre l'équité en matière de parité hommes-femmes parce que l'environnement politique plus élargi, y compris les priorités de la recherche, des finances, etc., n'est pas équitable. L'équité en matière de parité hommes-femmes dans l'accès aux services de vulgarisation requiert que l'on consacre de l'attention aux rôles des hommes et des femmes dans les ménages, dans la société, dans l'agriculture et dans le développement rural dans son ensemble.

### ***Les facteurs qui appauvrissent les femmes limitent leur accès à la vulgarisation***

*En Ouganda, une étude sur le renforcement des liens entre la pauvreté et l'analyse des questions de parité hommes-femmes<sup>10</sup> a souligné les problématiques, indiquées ci-après, qui affectent la vulgarisation en faveur des femmes:*

- *Les possibilités d'accès des femmes aux services de vulgarisation sont réduites dans les situations où la culture traditionnelle limite les mouvements en dehors de la sphère domestique.*
- *Le manque d'accès aux terres, et de leur contrôle, de la part des femmes a pour résultat qu'elles s'intéressent beaucoup moins que les hommes aux investissements dans l'expansion ou l'intensification de la production agricole et, par conséquent, elles s'intéressent également moins aux messages relatifs à ces thèmes.*
- *La charge journalière de travail des femmes ne leur laisse pas le temps nécessaire pour chercher des services qui sont uniquement disponibles dans la sphère publique.*
- *Les messages de vulgarisation ne sont pas sensibles aux activités, aux intérêts et aux responsabilités stratégiques agricoles des petites exploitantes.*

La vulgarisation est une arène où les conflits autour des objectifs en matière de développement rural, de croissance économique, de sécurité alimentaire nationale et des ménages et de lutte contre la pauvreté doivent être pris en compte en priorité lors de la prise de décision relative aux cibles de la vulgarisation. Plutôt que d'attribuer la responsabilité aux agents, il faut considérer les échecs de la vulgarisation dans le soutien de l'équité en matière de parité hommes-femmes comme un indicateur qui éclaire l'importance d'analyser de manière plus détaillée les raisons pour lesquelles les approches concernant les systèmes de connaissances et d'informations agricoles et les politiques en général ne réussissent pas à aborder ces questions de façon équitable.

Le contexte est fondamental, mais ce n'est pas pour autant que la vulgarisation n'a pas le pouvoir de surmonter ses propres défauts. Les acteurs de la vulgarisation peuvent choisir d'être dynamiques et

<sup>10</sup> Mukasa, S. Tanzam Baza, N. T. Kabuchu, H. et Vusia Kayongo, S. 2004. Uganda – Poverty and Gender Assessment – Strengthening Linkages between Poverty and Gender Analysis in Uganda. Ambassade du Royaume du Danemark, Kampala.

de relever le défi des contraintes de base relatives à l'équité en matière de parité hommes-femmes, par exemple en ajoutant le conseil juridique dans leurs activités, ou bien en abordant directement la question des relations entre hommes et femmes au niveau des ménages grâce à une facilitation des débats au sein des organisations ou des coopératives de producteurs.

### ***La vulgarisation en faveur des femmes : aborder les questions de pouvoir plutôt que celles de production<sup>11</sup>***

*Une organisation d'avocates de l'Ouganda, FIFA-Uganda, a eu de bons résultats en proposant aux femmes des services d'assistance juridique dans des centres de consultation, répondant ainsi aux questions de disparités sexuelles concernant les droits de propriété. Elles fournissent des conseils sur la légalisation des opérations commerciales et sur d'autres formes de justice commerciale. Ces nouvelles connaissances favorisent le développement d'entreprises agricoles et agroalimentaires de la part des femmes et, en même temps, améliorent leur accès aux services financiers.*

*La Uganda Coffee Association (NUCAFE – Association du café de l'Ouganda) a démontré qu'il était possible, en facilitant les négociations au sein des ménages, d'avoir des relations entre hommes et femmes plus favorables à l'accroissement du revenu et du bien-être des familles ainsi qu'à la productivité et à la qualité d'ensemble de la fourniture de café à l'association.,*

*De surcroît, des progrès considérables ont été accomplis dans les innovations méthodologiques qui se sont montrées efficaces dans l'amélioration de l'intégration. Les questions de parité hommes-femmes peuvent être abordées par le biais d'innovations qui considèrent les femmes et les hommes comme des clients différents, ce qui, à son tour, signifie l'adaptation des méthodes de vulgarisation aux réseaux sociaux, aux contraintes de la mobilité et aux systèmes agricoles. D'autres approches ont été élaborées par le biais d'une réflexion critique sur les façons dont les différentes méthodes de vulgarisation sont acceptées au sein des différentes cultures.*

### ***L'importance des approches et des méthodes<sup>12</sup>***

*Le choix des méthodes et des approches de conseil peut faire une différence énorme quant aux acteurs pouvant avoir accès aux services de vulgarisation. Au Bénin, l'African Rice Centre (AfricaRice – Centre du riz pour l'Afrique) a découvert que l'utilisation de vidéos d'agriculteur à agriculteur était accessible aux femmes de tous les niveaux socio-économiques et était, par conséquent, un moyen utile pour ne pas fausser l'accès aux services qui était inévitable lorsque l'on utilisait les méthodes traditionnelles de vulgarisation, qui se basent sur les chefs des villages comme intermédiaires. Tout le monde peut regarder et faire des commentaires sur une vidéo. Les moyens de communication traditionnels ne sont ainsi plus nécessaires pour toucher les agriculteurs. Les habitudes préexistantes qui obligeaient à passer par les « agriculteurs progressistes » ou les « chefs des villages » pouvaient inciter les planificateurs de la vulgarisation à ne pas tenir compte du fait que ces catégories sont des groupes socioculturels qui doivent être compris, mais auxquels il ne faut pas nécessairement se conformer.*

<sup>11</sup> Danida, 2008. Preparatory study of U-growth component Gender Equality for Rural Economic Growth and Poverty reduction. Agence danoise pour le développement international.

<sup>12</sup> Zossou, E., Van Mele, P., Vodouhe, S. D. et Wanvoeke, J. 2009. Comparing Farmer-to-Farmer Video with Workshops to Train Rural Women in Improved Rice. Parboiling in Central Benin, The Journal of Agricultural Education and Extension, 15: 4, 329 — 339.

### **3.4. Repenser les priorités de la vulgarisation en faveur des pauvres**

Pour avoir un impact sur les moyens d'existence des pauvres, les décideurs doivent reconnaître que les pauvres ont besoin de tout un éventail de services. Par exemple, l'agriculture de semi-subsistance est importante en tant que moyen permettant d'amortir les effets des incertitudes du marché et du climat. Les pauvres ont probablement besoin de sentir que la sécurité alimentaire de leurs ménages est protégée avant de prendre le risque de s'engager sur les marchés. La répartition des rôles entre les hommes et les femmes, évoquée ci-dessus, évoque le fait que les femmes sont souvent responsables de la sécurité alimentaire du ménage et, par conséquent, se concentrent sur la subsistance. Même si l'agriculture répondant aux besoins du marché est de plus en plus un moyen important des pauvres pour échapper à la pauvreté, il est important de reconnaître que les pauvres dépendent d'une diversité de stratégies leur permettant de gérer les risques auxquels ils sont confrontés et que, par conséquent, ils ont besoin d'une diversité de soutiens de vulgarisation.

Un autre exemple des impacts que la vulgarisation peut avoir sur la sécurité alimentaire des ménages les plus vulnérables est représenté par les conseils en matière d'économie domestique. Ce domaine était, par le passé, une fonction importante de la vulgarisation qui fait un retour dans les initiatives actuelles de vulgarisation. On reconnaît en fait que la sécurité alimentaire concerne la consommation et l'utilisation saine des denrées alimentaires, et pas uniquement la production. Le fait d'optimiser l'impact nutritionnel des denrées alimentaires disponibles grâce à la conservation, l'entreposage, la transformation ou de meilleures pratiques de préparation a probablement un impact plus important sur le bien-être des pauvres que les tentatives visant à augmenter le rendement de parcelles minuscules.

Dans les zones isolées et éloignées des marchés plus importants, en particulier, l'accès aux marchés est souvent limité, ce qui suggère que la vulgarisation devrait donner la priorité aux cultures qui participent à la subsistance des ménages ou qui sont destinées aux marchés locaux. Même lorsqu'il est possible de renforcer les capacités de collecte et d'augmentation de certains produits pour les vendre dans des marchés plus éloignés et de favoriser des produits à valeur élevée et à volume réduit, il est conseillé d'évaluer de façon réaliste la concurrence potentielle de ces produits, compte tenu de la faible durabilité et de l'important éparpillement de nombre de ces initiatives. En l'absence d'investissements gouvernementaux de grande envergure (habituellement dans les infrastructures), il est rarement possible d'avoir un « remède miracle » pour relier les producteurs isolés aux marchés. Dans les zones à potentiel plus élevé et avec un accès facile aux marchés, la vulgarisation sera sans doute davantage en mesure d'associer commercialisation et objectifs de lutte contre la pauvreté.

Comme il a été évoqué ci-dessus, les pauvres sont exclus des marchés en raison de leurs faibles capacités à atteindre de hauts niveaux de qualité, d'uniformité, de volume, de disponibilité et de sécurité sanitaire des aliments. La vulgarisation ne peut à elle seule résoudre ces problèmes, mais elle peut soutenir les agriculteurs, riches et pauvres, pour qu'ils comprennent les obstacles à l'accès aux différents marchés locaux, nationaux et internationaux et, ainsi, en étant bien informés, faire des choix sur leurs stratégies de commercialisation, de production et de moyens d'existence. C'est la vulgarisation – généralement privée, mais parfois publique – qui doit fournir aux grands et aux petits exploitants les informations et les connaissances nécessaires pour atteindre les niveaux requis par le marché.

La vulgarisation en faveur des pauvres doit également reconnaître les impacts indirects sur la pauvreté par le biais des marchés du travail. Comme cela a été évoqué plus haut, il est inévitable que bon nombre de ruraux pauvres abandonnent les petites exploitations. En se mettant au service

d'autres formes d'agriculture et de transformation, la vulgarisation peut contribuer à la lutte contre la pauvreté en soutenant l'économie rurale au sens plus large du terme. La vulgarisation en faveur des pauvres ne consiste pas uniquement à distribuer des conseils aux petits producteurs, mais également sur la manière d'exploiter les avantages de l'économie rurale par le biais de la diversification des moyens d'existence. Les emplois dans la transformation, dans l'agrotourisme, dans les services d'accès au marché, dans les services des TIC et dans d'autres domaines vont sans doute nécessiter des compétences et des approches différentes. Les services de développement des entreprises ou de formation professionnelle pourraient représenter la forme la plus adéquate de vulgarisation pour les ruraux pauvres qui diversifient leurs moyens d'existence ou abandonnent leurs exploitations.

La vulgarisation a un rôle particulier à jouer dans l'aide aux ruraux pauvres pour la gestion des risques associés aux événements extrêmes, qui peuvent comprendre soit les risques naturels soit les conflits. Il est rarement possible de lutter contre la pauvreté par le biais de projets à impact rapide lancés après des catastrophes ou des conflits, mais la vulgarisation est souvent engagée dans ces initiatives et peut apporter une contribution positive. La fourniture de semences et d'intrants fait souvent partie des interventions humanitaires après les catastrophes ou les conflits. Cette fourniture d'intrants n'est pas une « vulgarisation » en soi, mais elle est souvent mise en œuvre par les agents de la vulgarisation. Ces agents peuvent jouer un rôle crucial dans la fourniture d'informations à ceux qui s'occupent de cette assistance sur ce qu'il est approprié de faire dans les zones affectées, où il est souvent possible de trouver des intrants d'origine locale et également d'aider les agriculteurs à apprendre à utiliser les nouvelles variétés introduites. Dans sa qualité d'institution intermédiaire, disposant de la connaissance des marchés et des régimes de gestion des ressources naturelles, la vulgarisation peut également contribuer à la pertinence et à la durabilité des programmes de relance de l'agriculture. Enfin, la vulgarisation est souvent le seul organisme en place dans les zones rurales après une catastrophe. L'incapacité à répondre dans les moments de crise peut porter préjudice à la confiance qui doit exister entre les agents de vulgarisation et leurs clients.

Même si on consacre une attention considérable à ces tâches, le rôle principal de la vulgarisation en matière de prévention des risques relatifs aux événements extrêmes doit s'exercer bien en amont des catastrophes. Ainsi, la vulgarisation en matière de gestion durable des bassins hydrographiques et des ressources naturelles permet réduire les risques d'inondations et de sécheresse. De même, la vulgarisation qui facilite les plates-formes dans lesquelles les différentes parties prenantes peuvent se rencontrer et discuter des marchés, de l'utilisation des terres et d'autres questions controversées, peut contribuer à atténuer les conflits locaux.

