

**UNIVERSITE DE LUBUMBASHI**



FACULTE DES SCIENCES AGRONOMIQUES  
DEPARTEMENT D'ECONOMIE AGRICOLE

**NOTES DE COURS DE VULGARISATION**

**AGRICOLE**

**BAC III**

Professeur Jean AUNGE MUHIYA

**Année Académique 2014 – 2015**

## OBJECTIFS DU COURS

Au terme de ce cours de vulgarisation agricole, l'étudiant de BAC 3 à la Faculté des Sciences Agronomiques de l'UNILU doit être capable de :

- Saisir la notion de vulgarisation agricole, l'importance et le rôle de la vulgarisation dans le processus de développement agricole ;
- Découvrir les sources de technologie et les liens entre la vulgarisation et la recherche;
- Déterminer les facteurs ambiants ayant une incidence sur le développement de la vulgarisation ;
- Circonscrire les problèmes de mise au point, d'adaptation et de transfert de technologie ;
- Etablir la nouvelle manière d'adopter et de diffuser la nouvelle technologie ;
- Déterminer les processus fondamentaux de l'information ;
- Etablir le rôle des medias dans l'enseignement par la vulgarisation ;
- Découvrir la fonction de la vulgarisation et l'organisation des structures administratives : approche produit, approche formation et visites ;
- Déterminer l'organisation et la structure des organismes de vulgarisation et planifier leurs activités ;
- Etablir les caractéristiques d'un service de vulgarisation, le rôle de l'agent de vulgarisation de village (AVV), son calendrier d'activités et le journal des agents de vulgarisation;
- Différencier les bonnes de mauvaises méthodes de vulgarisation agricole et leurs conséquences;
- Déterminer l'importance de la participation des paysans au programme de vulgarisation et établir les causes majeures des échecs de vulgarisation agricoles en RDC;
- Découvrir les raisons de la création de l'école paysanne, son fonctionnement et ses limites;
- Retracer l'évolution de la vulgarisation en RDC : situation, bilan et perspectives de développement ;
- Saisir la nécessité et l'importance de ce cours dans le programme de G3, dans sa formation d'ingénieur agronome, futur agent de développement du pays.

## INTRODUCTION

**Vulgariser signifie : diffuser, communiquer dans un système d'éducation parascolaire, c'est une démarche permanente qui consiste à transmettre les informations utiles (fonction de communication) et à aider un public donné à exploiter cette information ou cette technologie (fonction éducative).**

Il vient du mot latin « vulgus » qui désigne le petit peuple, sans instruction. Il y a un émetteur et un récepteur.

Pour faire adopter une technologie, il faut d'abord la faire connaître aux agriculteurs, ensuite leur apprendre à l'utiliser correctement en l'intégrant dans leurs systèmes de culture. L'objectif est de rendre ce public capable d'utiliser ces informations, ces connaissances et ces techniques pour améliorer la qualité de sa vie.

La définition de la vulgarisation converge vers l'idée selon laquelle la fonction générale de la vulgarisation est d'aider les populations à résoudre leurs propres problèmes en utilisant des connaissances scientifiques.

La notion de changement est implicite dans toutes les définitions de la vulgarisation agricole : changements du comportement des agriculteurs qui se traduiront par une amélioration de la production agricole, de meilleures conditions de vie et de croissance de l'économie nationale. Mais le changement des attitudes est la condition fondamentale de toute modification permanente du comportement (FAO, 1988).

Les définitions prennent en compte la totalité du milieu rural dans lequel vit et travaille un agriculteur et la considèrent comme le domaine légitime de la vulgarisation. Elles ne se limitent pas aux contacts avec les agriculteurs mais elles incluent d'autres aspects tels que la recherche, la formation et l'information considérées comme partie intégrante du système de vulgarisation agricole (FAO, 1988).

La vulgarisation vise d'améliorer les méthodes et les techniques agricoles, d'accroître la productivité et les revenus, d'améliorer son niveau de vie et d'élever les normes sociales et éducatives de la vie rurale, d'abandonner les méthodes agricoles traditionnelles au profit des méthodes scientifiquement éprouvées qui comportent de nouveaux éléments technologiques (nouvelles variétés, nouvelles pratiques culturales, l'utilisation des engrais minéraux, et de pesticides,...), de nouvelles cultures, de nouveaux systèmes de culture (FAO, 1988).

Une technologie nouvelle améliorée ne peut augmenter la productivité et les revenus de l'exploitation que si elle est utilisée par les agriculteurs. La vulgarisation a un rôle essentiel à jouer dans l'ensemble du processus de transfert de technologie.

Lorsqu'on parle de la vulgarisation ou communication, il vient dans l'esprit le rôle de celle-ci dans le transfert de technologie.

**Ainsi, la vulgarisation a donc un rôle essentiel dans l'ensemble du processus de transfert de technologie. Beaucoup d'approches ont été utilisées en matière de vulgarisation agricole, l'accent doit être mis sur le caractère fonctionnel de la vulgarisation car aucun modèle ou système particulier ne saurait être adapté à un ensemble varié de situation. Autrefois, la vulgarisation a au mieux remporté certains succès ponctuels. Plus souvent, elle a manqué son but**

Certains concepts même de la vulgarisation sont à l'origine de ces échecs. L'idée était fort répandue que la vulgarisation devait informer sur les techniques mises au point par la recherche internationale, nationale ou privée et assurer la promotion des produits que les agriculteurs auraient ignorés. Cette approche où les intervenants extérieurs pensent détenir la vérité est que les agriculteurs doivent accepter et appliquer les conseils prodigués, qu'ils en voient l'utilité ou non n'a plus cours.

Pour le Béninois Moïse Mensah (ancien Vice-président du FIDA), la vulgarisation est la diffusion des connaissances nécessaires à l'amélioration de la productivité agricole.

Jon Morris (1981), y voit la promotion des technologies répondant aux besoins des agriculteurs.

Jules Petty (1984), note que les populations rurales n'aiment pas du tout que d'autres prennent les décisions pour elles.

Les besoins des agriculteurs pourraient se résumer de la manière suivante :

- 1° Etre reconnus comme des hommes et des femmes exerçant des responsabilités diverses au sein de leurs exploitations et de leurs communautés.
- 2° Etre conviés (invités) à participer à l'élaboration des projets de développement.
- 3° Avoir la reconnaissance de leur savoir traditionnel aussi incomplet soit-il.

La vulgarisation doit aussi insister sur la valorisation des cultures locales par leur transformation et de plus en plus sur leur commercialisation car jusqu'alors l'accent de la vulgarisation a été mis sur la production.

La vulgarisation fait partie intégrante de la politique agricole du pays qui cherche à sortir celle-ci de son état de sous-développement pour le développement. Les alternatives, c'est-à-dire les autres voies possibles pour atteindre l'objectif du développement sont : l'école pour tous, le Service National, les projets agricoles publics...

## CHAPITRE I : DEVELOPPEMENT DE LA VULGARISATION AGRICOLE

### 1.1. DEFINITION DE LA VULGARISATION AGRICOLE

La notion de vulgarisation peut être utilisée dans les acceptions différentes mais les interprétations qui en sont données ont toutes quelques traits communs.

Toute vulgarisation se définit comme une démarche permanente qui consiste à transmettre les informations utiles (c'est sa fonction de communication) et à aider un public donné à exploiter cette information ou cette technologie (c'est la fonction éducative).

L'objectif visé de cette démarche est de rendre ce public capable d'utiliser ces informations, ces connaissances et ces techniques pour améliorer la qualité de sa vie (vie du public).

La fonction vulgarisation peut être exercée aussi bien dans le secteur privé que dans le secteur public, quoiqu'en général, les organisations de vulgarisations de vulgarisation appartiennent au pouvoir public. La vulgarisation ou l'éducation parascolaire concerne non seulement le secteur agricole, elle peut être utilisée dans le domaine de la santé rurale, la planification familiale ou le développement communautaire.

Le terme vulgarisation restreint le domaine d'application au secteur d'agriculture. La vulgarisation agricole est un service ou un système qui, au moyen des procédés éducatifs, aide la population rurale à améliorer les méthodes et les techniques agricoles, à accroître la productivité et les revenus, à améliorer son niveau de vie et à élever les normes sociales et éducatives de la vie rurale. Dans la vulgarisation, il faut intégrer l'aspect éducatif.

## 1.2. VULGARISATION AGRICOLE ET TRANSFERT DE TECHNOLOGIE

Le terme transfert de technologie (recouvre) concerne également les questions d'approvisionnement en facteur de production et des responsabilités des services agricoles, alors que la vulgarisation agricole doit enseigner aux exploitants les méthodes de gestion et des prises des décisions, l'introduction de nouvelles technologies exige une compétence plus poussée dans ce domaine.

La technologie est le produit de la recherche. La vulgarisation est le système de « diffusion-adoption » de ce produit. Les agricultures en sont les usagers.

L'idéal serait qu'un courant de retour apporte à la recherche les besoins des agriculteurs en matière de recherche. Ainsi, la vulgarisation doit aider les agriculteurs :

- A se préparer à la direction et à l'organisation de la communauté rurale ;
- A entrer dans des coopératives ou les diriger ;
- A participer dans des sociétés de crédits et autres organismes de soutien et de ce fait, contribuer pleinement au développement de leur communauté locale.

Bien que la vulgarisation agricole soit un facteur essentiel de transfert de technologie puisqu'elle apprend aux agriculteurs d'appliquer les technologies améliorées, les deux expressions ne sont pas synonymes.

## 1.3. IMPORTANCE DE LA VULGARISATION DANS LE PROCESSUS DEVELOPPEMENT

Le développement agricole implique souvent l'abandon des méthodes agricoles traditionnelles au profit des méthodes scientifiquement éprouvées qui comportent de nouveaux éléments technologiques (nouvelles variétés, nouvelles pratiques culturales, l'utilisation des engrais minéraux, le pesticide, ...), de nouvelles cultures (voir de nouveaux systèmes de culture).

Si l'on veut faire adopter cette technologie, il faut d'abord la faire connaître aux agriculteurs, ensuite apprendre à ceux-ci à les utiliser correctement en les intégrant dans leur système de culture.

Des changements simples comme l'adoption d'une nouvelle variété peuvent exiger une légère intervention de la vulgarisation mais si un changement des variétés exige l'adoption d'un calendrier agricole différent, un peuplement végétal plus dense, davantage d'engrais ou l'utilisation de pesticide, les cultivateurs auront beaucoup à apprendre avant de maîtriser la nouvelle technologie.

Si l'on admet que la vulgarisation est essentielle au développement agricole, on peut se demander pourquoi ces organismes sont parfois en butte à la critique ou pourquoi ces organismes sont critiqués ; s'il existe une diversité d'opinions sur la valeur de la vulgarisation, c'est que selon les situations, elle a été organisée de manière différente pour poursuivre des objectifs également différents.

Si en RDC, la vulgarisation n'a pas marché, c'est parce qu'on n'a pas fait participer l'exploitant et la plupart des projets qui viennent sont conçus à l'étranger et ne tenant pas compte de la population paysanne intéressée. Pour que la vulgarisation marche, il faut que l'exploitant participe. En Amérique du Nord et dans la plupart des pays du Nord, la participation de l'exploitant à l'échelon local, à la planification du programme, voire au recrutement et au licenciement du personnel de vulgarisation, reste aujourd'hui élevée.

En ce qui concerne le tiers-monde, les propos de Monsieur Clifford Wharton Junior (Président de l'Université de New-York) et ancien Président du « Board for International food and Agricultural development », organisme qui formule les politiques de l'Agence pour le Développement International (A.I.D.) et ce en 1993, ces propos : « Nous savons comment mobiliser les forces créatrices et novatrices de la science et de la technologie pour les mettre au service de la lutte contre la faim, mais je me vois contraint d'admettre que nous n'avons pas encore pleinement réussi dans le domaine de la diffusion de la technologie ».

#### 1.4. FACTEURS AMBIANTS AYANT UNE INCIDENCE SUR LE DEVELOPPEMENT DE LA VULGARISATION AGRICOLE

##### a. Climat politique

Le climat politique d'un pays est un élément important du succès ou de l'échec de l'effort de vulgarisation.

Normalement la vulgarisation suggère que les services ne se mêlent pas de la politique mais dans des pays en développement, la politique alimentaire prime surtout.

Dans la mesure où la vulgarisation introduit de changement, elle risque d'être considérée comme un danger par ceux qui ont intérêt à ce que rien ne bouge. Une vulgarisation efficace fait naître une population agricole plus sûre d'elle et mieux préparée politiquement car le progrès qu'aura encouragé le service de vulgarisation entraînera des changements inéluctables.

#### b. Environnement économique

Deux facteurs économiques sont particulièrement importants à la fois pour le champ d'activité de la vulgarisation et pour la façon dont son aide est perçue par les agriculteurs. Le premier est la possibilité offerte aux exploitants de réaliser des profits en améliorant la productivité grâce aux nouvelles technologies sur lesquelles la vulgarisation a attiré leur attention.

Le second est relatif au climat économique général dans lequel s'inscrit l'agriculture d'un pays.

#### c. Environnement socioculturel

De nombreux exemples témoignent de la manière dont l'environnement socioculturel peut influencer sur l'organisation et le fonctionnement du service de vulgarisation. Pour être efficace, les services de vulgarisation doivent être implantés dans la communauté locale, ce qui a fait et qui fait encore la force de la vulgarisation. C'est le pouvoir qu'elle ait affecté un agent ou une aide de terrain à une communauté locale, là où il sera facile pour celui-ci (agent) de contacter les agriculteurs où il sera aisément accessible.

C'est le milieu socioculturel qui détermine si un programme éducatif de vulgarisation peut s'adresser aux femmes ; or souvent les techniciens ou de nombreux projets oublient ces aspects.

Une communauté locale dotée d'un sens social aigu l'incitant à résoudre ses problèmes sur base de la participation collective et dirigée par les leaders et organisations efficaces est la base idéale pour apporter un changement utile.

A leur manière, ces communautés peuvent gagner les traditionalistes les plus récalcitrants et réfractaires au changement mieux que ne saurait le faire une influence étrangère.

La langue est une donnée socioculturelle qui a une importance capitale pour véhiculer et diffuser l'innovation agricole.

#### d. Environnement agro-écologique

L'une des erreurs les plus souvent commises par la recherche et les techniciens est de mettre au point des variétés qui semblent acceptables partout alors que cela est rarement le cas.

Les services de vulgarisation ont intérêt à établir un système de liaison efficace avec des stations locales de recherche afin d'être tenu au courant des activités de recherches relatives à la spécificité d'une zone donnée. Plus le personnel de vulgarisation de zone sera étroitement associé à l'équipe de recherche sur les systèmes agricoles, plus le programme gagnera.

#### e. Environnement administratif et organisation de la vulgarisation

Dans la plupart des pays, les services de communication agricoles font partie du Ministère d'Agriculture. Dans ce type d'organisation, la vulgarisation est comprise comme le « bras éducation » du Ministère de l'Agriculture.

Dans les pays qui ont choisi de créer des structures de vulgarisation pour chaque produit agricole ou pour toute une série d'activité, la prolifération de la fonction de la communication agricole ainsi que la concurrence entre les administrations seront inévitables. La multiplication des organismes de vulgarisation dans un pays a pour conséquence de rendre plus complexes les structures administratives. Il y aura davantage de gaspillage dans le système d'allocation des ressources et plus de concurrence entre diverses fonctions de vulgarisation au niveau de l'exploitation.

Permettre que des postes fassent doubles emplois et que l'effectif du personnel soit le double ou le triple de ce qu'il devrait être engendrera non seulement une augmentation de la dépense générale mais aussi une concurrence et une confusion regrettable.

Par exemple : un agent de la vulgarisation intéressé par un aspect de l'agriculture peut être tenté d'entrer en compétition avec un autre agent qui perçoit différemment les priorités en matières végétale ou animale.

### 1.5. SOURCES DE TECHNOLOGIE

Chaque pays déploie un arsenal de politique pour atteindre son développement. Il s'agit notamment de l'école pour tous, les projets agricoles publics, le Service National, la vulgarisation etc. Ce sont des instruments de l'Etat pour générer des connaissances, des technologies nouvelles et la transmission de celles-ci aux populations paysannes en vue de leur utilisation dans la transformation de la société et le progrès (FAO, 1988).

Il y a quatre sources de technologie : la recherche scientifique, le transfert de technologie, la licence de fabrication et l'espionnage technologique.

#### 1.5.1. Recherche scientifique

La recherche fondamentale permet de créer de nouvelles technologies. Cependant, elle exige beaucoup d'argent et beaucoup de temps et la matière grise pour aboutir.

#### 1.5.2. Transfert de technologie

Les pays du Sud, sous-développés, demandent aux pays du Nord, développés, de leur transférer, du Nord au Sud, l'ensemble de connaissances nécessaires pour la fabrication de différentes technologies.

Cette demande, rejetée par les pays du Nord, fait partie du dialogue Nord-Sud et qui a lieu actuellement au sein de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC).

### 1.5.3. Licence de fabrication

Toutes les inventions sont des marques déposées ( à HAVRE, au Pays-Bas) et sont l'objet d'une protection sévère. Toutes reproductions et imitations sont interdites ; seule une licence de fabrication permet à un pays non inventeur de le faire, sans s'exposer aux poursuites judiciaires.

Les pays ou les firmes inventeurs accordent rarement cette licence de fabrication et quand bien même celle-ci est donnée, ils finissent par la retirer.

### 1.5.4. Espionnage technologique

Devant les difficultés de mener la recherche fondamentale et le refus des pays du Nord de transférer la technologie ou d'accorder des licences de fabrication, certains pays procèdent par l'espionnage technologique. Des techniciens en provenance de ces pays se font passer pour des gens vulgaires et mènent leurs actions d'espionnage pour pénétrer le système afin de le reproduire, amélioré, dans leur pays.

## CHAPITRE II : CADRE THEORIQUE DE LA VULGARISATION AGRICOLE

### 2.1. PROBLEMES DE MISE AU POINT, D'ADAPTATION ET DE TRANSFERT DE TECHNOLOGIE

Il existe quatre grands groupes de problèmes :

1. L'ignorance et l'incompréhension des structures agricoles. Ce premier groupe comprend les problèmes touchant à une méconnaissance et une incompréhension des structures de l'agriculture. Ces structures se caractérisent par des activités relatives à la production végétale et animale, à la consommation familiale, à la répartition du temps entre le travail et le loisir et enfin par des occupations non agricoles.
2. L'insuffisance de l'information à partir de la base vers le programme de recherche. Lorsqu'on veut adopter et transférer une nouvelle technique, il est important de connaître au préalable l'avis de l'exploitant. Quelque fois, ni le

chercheur ni le vulgarisateur ne se préoccupe de ce que pensent les exploitants de la nouvelle technologie.

3. Une compréhension incomplète du milieu de travail des exploitants. Les activités agricoles et familiales sont fortement influencées par les facteurs physiques, économique, socioculturel qui peuvent changer avec le temps et l'espace.
4. Le manque d'organismes intermédiaires pour tester la technologie conseillée et d'adapter aux conditions des exploitants. Il faut que des essais d'adaptation et vérification soient effectués sur l'exploitation même en collaboration avec l'exploitant et le personnel de vulgarisation.

## 2.2. UNE NOUVELLE MANIERE D'ADOPTER ET DE DIFFUSER LA NOUVELLE TECHNOLOGIE

Il y a quatre étapes, pour ce faire :

### 1° Diagnostic de la situation et des actions des agriculteurs dans les territoires visés.

Cela consiste à recenser les territoires ayant une caractéristique agro-climatique homogène. Une fois ces territoires délimités, il faudra rechercher les conditions dans lesquelles les exploitants travaillent et les problèmes importants qui doivent retenir l'attention.

### 2° Conception et planification de l'adoption de la technologie.

La planification sert à établir le plan de travail des essais sur les terrains qui seront destinés à améliorer les pratiques d'un groupe donné d'exploitant dans une zone cible. C'est en fonction de ce potentiel d'amélioration que les objectifs seront définis, les méthodes appliqués sur le terrain seront sélectionnées, l'action des stations expérimentales et autres organisations coordonnées, et les tâches et les responsabilités du personnel de terrain établies. La planification des activités comporte des éléments ci-après :

- L'identification du groupe d'exploitant ;
- La préparation des actions de terrain ;
- L'étude des activités, des méthodes à mettre en œuvre et la mise au point définitive de programme d'essai sur les terrains.

### 3° Essais sur les exploitations et leur vérification.

Le personnel de recherche essaie souvent d'assumer la responsabilité de tous les tests mais comme les chercheurs sont peu nombreux en milieu rural, le nombre de sites s'en trouve réduit mais si cette responsabilité était confiée au personnel de vulgarisation, voire aux exploitants, il serait possible de multiplier le nombre de sites.

- Essais conduits par la recherche : application rigoureuse des méthodes scientifiques comme celle utilisée dans des stations expérimentales. L'obligation d'inspecter régulièrement les parcelles limite le nombre d'essais qu'un chercheur est à même de gérer.

- Essais conduits par la vulgarisation : contrairement aux essais contrôlés par la recherche, les essais conduits par la vulgarisation n'utilisent pas les techniques expérimentales employées par les stations de recherche. Ces essais contrôlent un nombre limité de variables expérimentales mais le niveau de contrôle auquel ils sont soumis est plus élevé que celui des essais exécutés par les seuls exploitants. Comme l'agent de vulgarisation vit et travaille dans le territoire, il a la possibilité de conduire plus d'essais que le chercheur.
- Essais conduits par l'exploitant : les tests conduits par les agriculteurs sont importants parce qu'ils leur permettent de participer à l'essai de nouvelles technologies. Le personnel de vulgarisation doit savoir que les résultats de ce type d'essai seront différents de ceux qu'on obtiendrait avec les tests conduits par la recherche et la vulgarisation. Les agriculteurs organisent leurs activités en fonction du temps dont ils disposent, c'est pourquoi, il est possible qu'ils omettent certaines opérations mais ce sont ces ajustements qui permettent l'intégration complète des essais dans le plan de culture de l'agriculture. Ces essais fournissent les moyens de repérer et de mesurer les contraintes qui pèsent sur l'exploitation, qui adoptent la technologie et permettent d'identifier le problème et des occasions d'effectuer des essais supplémentaires.  
Dès lors, lorsqu'au cours de l'étape de vérification sur le terrain, une technologie a fait ses preuves, on la teste à nouveau sur d'autres sites. On organise une série plus étendue d'essais pluri locaux dans les zones qui présentent les conditions édapho-climatiques comparables à celles de la zone d'essai initial.

#### 4° Essais pluri-locaux et diffusion :

Sur la base des informations fournies par des essais pluri-locaux, on définira les conditions dans lesquelles les technologies sont appropriées et on formulera des recommandations pour leur diffusion.

Les essais pluri-locaux devraient être exécutés par des organismes de vulgarisation de production et être conduits par les exploitants. Une fois qu'elle a été testée sur divers sites, et qu'il a été établi qu'elle est acceptable, la technologie est prête à être diffusée à l'échelon régional.

A ce stade, la responsabilité de la diffusion, c'est-à-dire de l'éducation et de la promotion au niveau de l'exploitant revient au service de la vulgarisation.

### 2.3. PROCESSUS FONDAMENTAUX DE L'INFORMATION

$E \rightarrow M \rightarrow C \rightarrow R$

$R \rightarrow C \rightarrow M \rightarrow E$

E : Emetteur

M : Message

C : Canaux

R : Récepteur

#### 2.3.1. Approche conceptuelle

Le vulgarisateur peut être considéré comme un émetteur, source de certaines informations, celui qui enseigne, il doit connaître son auditoire ou sa population cible.

Cependant, un agent de vulgarisation dépend des autres pour obtenir l'information qu'il doit transmettre à son public constituée d'agriculteurs.

On pourrait ainsi remonter la filière pour en trouver l'origine mais pour la simplification, l'agent de vulgarisation sera considéré ici non seulement comme l'un des nombreux initiateurs de la communication avec les exploitants ou paysans mais aussi au niveau tactique comme l'initiateur clé (à l'origine du processus du développement).

Le message préparé par un vulgarisateur doit être clair quant à son intention, ses objectifs doivent être spécifiques, son contenu doit être adapté à son auditoire et directement en rapport avec l'objet de l'information à communiquer. Ce message doit être présenté de telle façon qu'il puisse être compris par des auditoires auxquels il s'adresse. A cet effet, la formation du vulgarisateur revêt une grande importance.

Les canaux de l'information sont divers. Tous sont mis à la disposition du vulgarisateur pour lui permettre d'atteindre son public, les documents écrits présentent des inconvénients évidents dans notre pays où le taux d'alphabétisation est faible. La transmission orale en tête à tête directe par entretien est préférable en ce qu'elle permet de poser les questions qui surgissent et qu'en général un dialogue s'ensuit.

### 2.3.2. Processus de communication

#### a) Le modèle de communication

Toute communication suppose un échange des signaux entre un émetteur et récepteur, avec la mise en œuvre du processus de codage et de décodage destiné à permettre l'échange.

Emetteur → Codage → Message → Canaux → Décodage → Récepteur

Le bruit signifie qu'on n'arrive pas à capter le message transmis.

#### b) Les éléments de la communication

Qui ?      Dit quoi ?      Comment ?      A qui ?

E      →      M      →      C      →      R

## Feedback

Le schéma permet d'identifier les principaux partenaires de la communication, à savoir :

- Les annonceurs (Bralima, PNR, ...). Ce sont au fait les émetteurs du message. Pour émettre leur message, ils utilisent les agences : gens qui font la réalisation du message. Exemple : SNV, Lintas, ...
- Les médias : ce sont des canaux de diffusion (presse, télévision, radio, cinéma, ...) .
- Le public : c'est le groupe destinataire du message.

Le processus de communication agricole

Processus normal : E → M → C → R

Processus inverse : R → C → M → E (Feedback)

Cela illustre un autre élément de l'information, à savoir l'information en retour, qui fait de l'information un échange en 2 sens.

Lorsqu'il n'y a pas de réaction de la part de l'exploitant agricole, il est pratiquement impossible de savoir si le message est bel et bien passé et d'être assuré que le choix du canal utilisé pour la mise en œuvre de la campagne de la vulgarisation était bon. (Particularité dans le processus de vulgarisation agricole : Feedback).

### 2.3.3. Processus d'adoption

Les gens, en l'occurrence les agriculteurs, n'acceptent pas une nouvelle idée d'emblée et à l'unanimité. La plupart de nouvelles idées circulent sans causer de grands remous. Certaines d'entre elles cependant, semblent attrayantes pour que quelques individus décident de les mettre en pratique. L'observation du comportement de l'exploitant agricole (d'après la rapidité ou la lenteur) dans l'adoption d'une nouvelle idée permet de les classer en fonction de ses caractères dont ils sont plus ou moins doués. Le petit nombre de ceux qui, les premiers à mettre en pratique une idée neuve appartiennent à la catégorie (novatrice) des novateurs. Si l'idée survit et est acceptée par d'autres, on peut alors identifier une seconde catégorie d'exploitants dénommée Exploitants rapidement convaincus.

Si la nouvelle idée continue à se répandre, la masse d'agriculteurs qui vient finalement à l'accepter peut être classée en : majorité rapidement convaincue et majorité tardivement convaincue. Selon le délai relativement court ou long qu'il a fallu aux uns et aux autres pour se décider à adopter la nouvelle idée. Finalement, une minorité d'exploitants n'accepteront l'idée que très tardivement, ce sont les retardataires.

Schéma : Exploitants agricoles classés en fonction de leur rapidité ou de leur lenteur à adopter l'innovation.

1° Les novateurs :

Les novateurs sont les paysans qui acceptent l'innovation dès la première année de démonstration de la nouvelle technologie. Ils acceptent de prendre le risque.

Ils constituent 2,5 % de la population totale cible concernée par la vulgarisation.

#### 2° Les exploitants rapidement convaincus :

Ce sont les exploitants qui acceptent rapidement l'innovation, c'est-à-dire à partir de la 2<sup>ème</sup> année de la démonstration de l'innovation et forment 13,5 % de la population totale cible de la vulgarisation.

#### 3° La majorité rapidement convaincue :

Ce sont les paysans qui acceptent l'innovation à partir de la 3<sup>ème</sup> année de la démonstration de la nouvelle technologie. Ils forment 34 % de la population totale cible concernée par la vulgarisation.

#### 4° La majorité tardivement convaincue :

Ce sont les paysans qui acceptent l'innovation à partir de la 4<sup>ème</sup> année de la démonstration de la nouvelle technologie. Ils forment 34 % de la population totale cible concernée par la vulgarisation.

#### 5° Les retardataires :

C'est le groupe de paysans qui acceptent tardivement l'innovation, c'est-à-dire à partir de la 5<sup>ème</sup> année de la démonstration de l'innovation. Ils constituent 13,5 % de la population totale cible de la vulgarisation. Ils attendent plusieurs années de voir l'expérimentation se répéter et réussir avant d'accepter de l'adopter et trouvent ainsi que le risque que représente la nouvelle innovation a diminué.

#### 6° Les réfractaires :

C'est le groupe de paysans qui, après avoir observé plusieurs années, plusieurs fois la démonstration et la réussite de l'innovation, refusent définitivement de l'adopter pour des raisons des coutumes, de croyance, de tradition ou autre. Ils forment 2,5 % de la population totale cible de la vulgarisation.

N.B.

– La répartition des paysans, en pourcentage des populations ayant accepté l'innovation, année après année de démonstration, obéit à la loi de distribution normale de GAUSS, loi qui régit tous les phénomènes biologiques (Quotient Intellectuel, taille, poids, capacité à courir, capacité à se battre ..).

- Les paysans n'acceptent pas d'emblée une innovation, car celle-ci représente un risque pour eux et ils se posent la question : en cas d'échec de l'innovation, qui prendra en charge leur famille ?

Pour diminuer cette résistance des paysans à accepter l'innovation, il faudrait que l'Etat c'est à dire les pouvoirs publics apprennent à prendre ses responsabilités, prendre la population en charge en cas de problème (catastrophe naturelle, calamité, famine...). Les paysans prennent confiance en l'Etat qui se porte garant en cas d'échec de l'innovation et dans ce cas l'innovation n'est plus un risque pour le paysan. Quelle que soit l'issue ou le résultat de l'innovation, le paysan est assuré.

- Dans les conditions actuelles, tout projet de vulgarisation c'est-à-dire de développement chez les paysans ne peut durer moins de 5 ans afin de gagner le plus possible de paysans à l'adoption de l'innovation.

#### EVALUATION DES RESULTATS DE VULGARISATION (MESURES) :

Plusieurs paramètres peuvent être utilisés pour évaluer les résultats de vulgarisation c'est-à-dire pour savoir si on a atteint ou non les objectifs assignés à la vulgarisation et déterminer dans quelle mesure ou proportion on a atteint ces objectifs ou échoué d'atteindre ces objectifs poursuivis.

**Deux paramètres principaux : le taux d'adoption (utilisé par le SNV) et le taux de pénétration.**

$$\text{Taux d'adoption} = \frac{\text{Nombre de paysans ayant adopté l'innovation}}{\text{Nombre total de paysans cibles}} \times 100 = \dots \%$$

Tableau 1 : Adoption des thèmes techniques par les exploitants selon la culture pratiquée.

Cultures et thèmes techniques	Effectifs enquêtés	GROUPE DE CONTACT			
		Membres	Exploitants	ADOPTEURS	
				Nbre	TAUX
MANIOC	135	87	85	-	-
.Culture en pur	135	87		23	27,06
.Plant avec écartement 1 m sur 1 m	135	87		84	98,82
.Utilisation d'une nouvelle variété	135	87		2	2,35
MAIS	135	87		75	
.Culture en pur	135	87		0	-
.Triage de semence	135	87		73	0,00
Semis de 2 à 3 graines par poquet	135	87	75	75	97,33

.Utilisation d'une nouvelle variété	135	87		0	100,00 0,00
ARACHIDE	135	87		78	
Culture en pur	135	87		4	-
Semis en ligne	135	87		23	5,13
Ecartement de 20 Cm x 20 Cm	135	87		7	29,49
Ecartement 30 Cm x 30 Cm	135	87	78	16	8,97
1 ou 2 graines par poquet	135	87		17	20,51
Utilisation de semences améliorées	135	87		30	98,72
Utilisation de nouvelles variétés	135	87		0	38,46 <b>0,00</b>

Source : Ministère de l'agriculture, SNV, Résultats de l'enquête sur la vulgarisation, Kinshasa, 1997, p 21.

**Taux de pénétration =  $\frac{\text{Superficie où on a adopté l'innovation}}{\text{Superficie totale cible}} \times 100 = \dots \%$**

Tableau 2 Taux de pénétration

Superficie totale emblavée A	Superficie sur laquelle la technologie est appliquée B	Taux de pénétration = $\frac{B}{A} \times 100 = \dots \%$
	Nombre d'Ha	Taux de pénétration (% par rapport au total)
250 Ha	175 Ha	70

Le processus d'adoption suit la Loi de la distribution normale (Gauss).

#### 2.3.4. Processus de diffusion

Le processus de diffusion est le processus de propagation de l'innovation au sein d'une population d'exploitants. La diffusion est la résultante d'une quantité de décisions ou d'une

série de décisions individuelles d'adopter une technologie. Si celles-ci sont en partie révisables, il va de soi que le processus de diffusion l'est également. A mesure que le temps passe, les quelques novateurs sont rejoints par d'autres jusqu'à ce que quelques uns seulement restent en arrière : les retardataires.

Le point de décollage de la courbe de diffusion, c'est-à-dire le moment à partir duquel la diffusion tend à s'accélérer après la lenteur du début est la résultante d'un processus social d'interaction entre les exploitants.

Les canaux de communication et le lien entre les gens ont un rôle important à jouer à cet égard. L'information par la vulgarisation est renforcée par des échanges de vie privée qui s'établissent entre les exploitants jour après jour. (Cfr Ecole paysanne).

La courbe en S tend à stagner au bout de quelque temps à mesure que le nombre d'exploitants qui adoptent la nouvelle technologie augmente, le potentiel d'adoption décroît de sorte que le rythme de diffusion se ralentit. Le ralentissement peut se produire très vite après que l'ensemble d'exploitants ait été touché, ainsi chaque approche a sa méthode de communication mais le principe de la communication reste le même.

Le public peut faire l'objet de toute sorte de distinction mais on sera toujours avisé de reconnaître son public et de sélectionner en conséquence de cause des canaux et le contenu du message. De même, on a intérêt à tenir compte du contexte dans lequel agit l'exploitant, c'est-à-dire de son statut socio-économique. S'il peut détenir une radio, s'il est intellectuel, on peut utiliser les affiches.

## 2.4. MEDIAS DANS L'ENSEIGNEMENT PAR LA VULGARISATION

Les méthodes individuelles de face à face ne permettent pas d'atteindre tous ceux qui doivent être informés et qui en éprouvent le besoin. Pour atteindre rapidement un grand nombre de gens, on emploie les « mass

Medias » : comme la radio, la télévision, le cinéma, les journaux et les revues, les diapositives, les expositions ainsi que les documents imprimés. Les grands moyens de communication ne peuvent pas transmettre beaucoup d'informations détaillées mais ils sont irremplaçables pour stimuler l'intérêt des exploitants agricoles pour les nouvelles idées.

Une fois que les medias auront attiré leur attention, les agriculteurs chercheront à en savoir davantage auprès de leurs voisins, de leurs amis, de leurs parents, de vulgarisateurs ou des exploitants plus évolués de la zone.

### 2.4.1. Imprimé

Le mot imprimé désigne les techniques d'informations constituées essentiellement par des combinaisons de mots imprimés et images. Pour que ces techniques soient efficaces, il faut connaître le niveau d'instruction et d'alphabétisation du public.

#### a) Journaux

Ils diffèrent beaucoup par leur public et par leur style d'information, il y en a de toute sorte depuis le grand quotidien de la ville jusqu'au petit journal fait à la campagne. Ils sont publiés par le gouvernement ou des privés. Les journaux peuvent constituer des précieux canaux de diffusion des innovations en matière de vulgarisation. Les critères à considérer pour apprécier un journal sont :

- L'actualité : plus une information est actuelle, plus elle est intéressante ;
- La proximité : plus une information touche le lecteur de près (du point de vue géographique et psychologique), plus elle a de la valeur ;
- La conséquence : plus les lecteurs sont affectés par l'information, plus celle-ci a de la valeur ;
- L'importance : les personnes éminentes, le lieu et les choses connues ont une plus grande valeur journalistique ;
- L'intérêt humain : quand l'intérêt humain est mis en exergue, le lecteur apprécie beaucoup ;
- La politique d'édition : différents journaux publieront différentes sortes d'informations sur la vulgarisation selon différentes politiques d'édition qui évoluent dans le temps et dans l'espace.

#### b) Journal mural

La vulgarisation utilise avec de bons résultats des journaux muraux qui sont essentiellement picturaux ; dessins et ou des photographies, le texte étant aussi court et frappant.

#### c) Tableau d'affiche

C'est un tableau noir et de la craie, un crayon-feutre.

#### d) Dépliants et brochures

#### e) Fiches

Les fiches réduisent le sujet à l'essentiel. Elles ne traitent qu'un sujet à la fois et ne comportent qu'un feuillet.

### 2.4.2. Audio-visuel

#### a) Radio

C'est le plus puissant moyen d'information dont disposent les vulgarisateurs. La radio atteint un grand nombre d'auditeurs surtout depuis l'usage de poste à transistor.

La radio franchit la barrière d'analphabétisme qui limite l'exploitation de l'imprimé. L'inconvénient de la radio réside dans le fait que les auditeurs ne peuvent ni poser de questions sur ce qu'ils entendent ni voir ce qu'on leur décrit.

Elle ne peut pas transmettre des informations complexes et détaillées ; employée seule, c'est une méthode pédagogique d'une efficacité limitée mais néanmoins pour la radio, le programme de vulgarisation utilise deux approches :

- Emission ouverte ;
- Groupe d'écoute.

#### b) Télévision

L'émission de la télévision offre d'intéressantes perspectives aux vulgarisateurs. Le conseiller (agricole) peut présenter toute une série des démonstrations : des méthodes et des résultats qui soulignent le changement dans le temps.

Toute sorte d'auxiliaire visuel comme les tableaux, les graphiques, les modèles vivants, ... peuvent servir à intensifier l'efficacité pédagogique de la télévision :

- Séquence des images et des mots ;
- Chronométrage de temps d'antenne accordé ;
- Combinaisons des couleurs et de contraste de lumière,...

#### c) Cinéma

Les films ont le pouvoir de susciter des émotions et des impulsions fortes ou vives : ils sont aussi un moyen de présenter les étages successifs d'un travail donné ou de montrer le déroulement d'une action. Le cinéma permet de repasser indéfiniment une démonstration devant toute sorte de public et dans les lieux différents. Le cinéma peut montrer une action au ralenti ou l'accélérer au contraire.

#### d) Matériel à projeter

Les diapositives sont l'un des auxiliaires visuels les plus appréciés et les plus diversement utilisables. Actuellement, à une pellicule de 35 mm en 2 secondes, c'est-à-dire 50 mm x 50.

Les transparences : le rétroprojecteur est l'innovation la plus récente dans le domaine de technique de projection d'auxiliaire visuel. Son principal avantage vient du fait qu'il peut utiliser la lumière du jour. La salle n'ayant pas besoin d'être plongée dans l'obscurité. Les transparences de présentation sont faciles à manipuler. L'animateur écrit ou dessine directement sur les feuilles d'acétate incolore ou coloré à l'aide de toute série de matériels de culture.

## 2.5. MEDIAS STATIQUES

Ces medias sont désignés aussi parce qu'ils ne font intervenir ni le mouvement, ni le son : l'affiche par exemple. Les tableaux de papier, la carte géographique.

Parmi les inconvénients, on peut citer : ce matériel est encombrant, difficile à transporter et à arranger. Le mieux c'est de les utiliser dans l'intimité d'un petit groupe par un maximum de visibilité.

### 2.5.1. Affiches

Les affiches ont été conçues pour attirer l'attention des passants, leur faire assimiler une idée, ou un fait, les inciter à soutenir une idée et à se renseigner ou à agir d'une manière ou d'une autre.

Juste le temps de les identifier, mais si quelque chose dans cet objet attire son attention ou capte son intérêt, le passant le regarde un peu plus longtemps.

L'affiche n'aura peut-être droit qu'à un seul regard, il faut donc que le message soit simple et clair. Les détails et de longues phrases doivent être évités.

### 2.5.2. Expositions et étalages

Ils possèdent quelques caractéristiques en commun avec les affiches. La principale différence, c'est que les expositions et les étalages sont généralement plus importants et plus détaillés. Pour être efficaces, l'exposition doit être construite sur une idée unique en sorte d'un minimum d'informations.

En quelques mots, en quelques images, dire aux agriculteurs qu'une nouvelle variété de semence est meilleure qu'une autre et expliquer pourquoi.

### 2.5.3. Nouvelles méthodes

De nos jours, les organismes de vulgarisation expérimentent d'autres systèmes de communication de masse dont un bon nombre sont liés à l'informatique et à la télécommunication.

Voici quelques uns :

- a) Vidéotex : est un système interactif bidirectionnel qui relie les bases des données informatisées à des postes de télévision au moyen des lignes téléphoniques ou de la télévision par câble.
- b) Télétex : système non interactif, monodirectionnel qui transmet les textes et les graphiques sur un écran de télévision à l'aide d'un codeur spécial.

- c) Télévision à balayage lent : permet de transmettre les images par l'intermédiaire des réseaux par le téléphone, les satellites, les micro-ondes et de modulation de fréquence radio utilisée surtout dans le pays à fibre optique.
- d) Les satellites de communication : permettent d'atteindre les zones les plus reculées. Les usages agricoles des satellites existent déjà en Inde, au Pérou, en Indonésie, au Canada,...
- e) Le téléphone intelligent : système qui combine l'usage de téléphone avec celui des ordinateurs pour la vulgarisation agricole.
- f) Courrier électronique : E-mail (Internet) recourt au téléphone et à l'ordinateur pour l'échange des messages entre l'organisme de vulgarisation agricole et des exploitants.

## CHAPITRE III : FONCTION DE LA VULGARISATION ET ORGANISATION DE SES STRUCTURES ADMINISTRATIVES

### 3.1. ORGANISATION DES ORGANISMES DE VULGARISATION

L'organisation des organismes de vulgarisation varie énormément d'un pays à l'autre. La nature de l'organisme et son aspect opérationnel sont en rapport avec la mission qui lui est assignée. Les termes de la mission devraient être suffisamment précis pour être clairs.

Ainsi, on devra préciser les points suivants :

- 1° Le but et l'objet de l'organisme ;
- 2° Le résultat attendu ;
- 3° L'étendue des matières à enseigner et les tâches à accomplir ;
- 4° Le public à atteindre.

#### 3.1.1. Caractéristiques d'un service de vulgarisation

La participation des intéressés (agriculteurs) devrait être un élément important dans la mise en place des processus de gestion et de la structure d'organisation. La structure et la démarche de la vulgarisation sont affectées par les éléments suivants :

- 1° La liberté aux intéressés de rejeter les informations fournies ;
- 2° L'établissement des liens sociaux entre la vulgarisation et les fournisseurs de l'information ;
- 3° Le bénéfice des soutiens à tous les échelons du gouvernement par son organisation et son administration ;
- 4° La mobilité des vulgarisateurs ;
- 5° La régularité du flux d'information au niveau de vulgarisateur tant du côté de la recherche que celui des agriculteurs ;
- 6° La crédibilité de la vulgarisation en tant que service d'information objective ;
- 7° La vulgarisation concerne l'ensemble du secteur agricole.

#### 3.1.2. Organisation des activités de vulgarisation

La structure d'un service comme toutes les organisations a besoin des limites d'autorité claires pour tout le monde. Le personnel doit savoir devant qui et pourquoi il est responsable et comment il sera cêté.

Les limites d'autorité sont généralement associées à une hiérarchie administrative. Celles-ci partent du sommet (directeur) et descendent jusqu'aux cadres moyens et aboutissent sur les terrains au niveau de la surveillance des agents de vulgarisation de villages (A.V.V.)

### 3.1.3. Importance de la participation

La structure d'un service de vulgarisation doit permettre au personnel et à sa clientèle de se rencontrer. L'organisation doit faire le nécessaire pour faire participer la clientèle dans plusieurs domaines clés dont :

- a. L'identification des problèmes : seuls les agriculteurs sont à même d'exprimer pourquoi ils agissent comme ils le font, eux seuls peuvent identifier les problèmes tels qu'ils apparaissent.
- b. La remontée de l'information sur les résultats techniques nouvellement essayés (Feedback).
- c. Dans l'évaluation effectuée par les clients de l'efficacité du personnel de vulgarisation et de programme (cela doit se faire sans prix, c'est-à-dire c'est extrêmement important qu'ils évaluent le système de vulgarisation).

L'organisme de vulgarisation devra déléguer le maximum d'autorité au niveau local pour s'assurer de la participation permanente des exploitants agricoles à la planification de programme, à leur mise en œuvre et à leur évaluation.

### 3.1.4. STRUCTURE DES ORGANISMES DE VULGARISATION

Il y a un éventail de structure et les approches les plus diverses peuvent donner de bons résultats à conditions que les personnes impliquées les comprennent et désirent qu'elles fonctionnent.

On ne recommande aucun modèle comme étant une application universelle. Chaque organisme a ses forces et ses faiblesses, c'est pourquoi la recherche dans ces conditions court le risque de ne jamais être appliquée.

## 3.2. ADMINISTRATION DE LA VULGARISATION

La vulgarisation se sert de différentes approches opposées ou complémentaires selon le contexte dans lequel elle doit intervenir.

### III.2.1. Approche produit

Elle consiste essentiellement en une liaison étroite entre la recherche et la vulgarisation conjuguée à un environnement économique motivant

Les principes qui président aux activités de vulgarisation dans cette approche se résument de la manière suivante :

- La vulgarisation doit couvrir l'ensemble des activités agricoles sur une approche de masse au niveau du village. A cet effet, il n'y a pas de paysans pilotes ni de paysans de contact dans ce système. La vulgarisation est en général, en plus de la vulgarisation proprement dite, chargée de tout ou d'une partie des tâches d'approvisionnement, du crédit agricole, de la commercialisation, et de l'organisation villageoise.

- La vulgarisation ne transmet que des messages éprouvés (certifiés) mis au point en liaison avec la recherche et ayant perdu tout caractère expérimental. L'esprit de vulgarisation est de plus en plus vers un transfert de responsabilités à des associations villageoises. L'application d'une telle approche requiert deux phases :

1<sup>ère</sup> phase : la modernisation des pratiques culturelles par l'introduction des sujets simples (exemple : culture en ligne, densité des plantations).

2<sup>ème</sup> phase: l'intensification basée sur des recommandations qui visent l'utilisation des intrants et du matériel moderne.

### 3. 2.2. Approche formation et visites.

#### a) Technique de base

Cette technique est basée sur un programme systématique des formations permanentes de l'AVV, accompagnées de fréquentes visites sur le terrain de l'agent.

Ce système est conçu de manière à conférer à l'AVV une formation intensive, l'initiant aux techniques ou méthodes agricoles spécifiques et recommandations relatives au travail agricole pendant une semaine ou une quinzaine donnée.

Celui-ci peut ainsi rendre visite à chacun des groupes d'agriculteurs relativement restreints avec lesquels il travaille une fois par semaine ou tous les 15 jours, à jour fixe et convenu d'avance, pas d'improvisation. Le système de formations permanentes et de visites est la plus importante des méthodes adoptées par service de vulgarisation. Depuis leur réforme et le profil du personnel à chaque échelon, la hiérarchie du service de vulgarisation est établie d'après ce système.

#### b) Effectif d'un système de vulgarisation

Plusieurs facteurs sont pris en considération lorsqu'on décide de l'effectif qui devra être affecté à différents postes. Ce sont :

- La dimension de la zone à desservir ;
- La diversité de la production agricole ;
- La taille et la production des exploitations ;
- L'effectif d'agriculteurs à servir et leur niveau potentiel d'instruction ;
- La mobilité des agents de vulgarisation ;
- Le niveau d'instruction et d'expérience des agents de vulgarisation ;
- Les facilités de communication interpersonnelles ;
- La diversité et l'ampleur du programme (culture, élevage, commercialisation, ...)
- Les méthodes les plus couramment utilisées pour atteindre les vulgarisateurs.

Il existe une certaine ambiguïté entre les catégories dénommées « conseiller agricole ou fonctionnaire et agent de vulgarisation ou semi-professionnel ».

Dans certains pays, les conseillers agricoles constituent le personnel de vulgarisation qui travaille en première ligne avec les fermiers (contact direct).

Dans d'autres pays, les conseillers agricoles encadrent les AVV qui exécutent les actions de vulgarisation de base (contact avec les fermiers).

Selon certains auteurs, il serait préférable d'œuvrer à 13 % de niveau de techniciens spécialisés (T.S) et celui de personnel administratif et de surveillance à 12 % et 75 % aux AVV. Ce rapport varie considérablement à travers le monde de 1 à plus de 1000 dans certaines nations africaines jusque de 1 à 300 dans certains projets spéciaux assistés par les donateurs étrangers. Le rapport moyen est de quelques 800 agriculteurs tenus par un AVV.

#### c) Qualification et fonction du personnel de vulgarisation

La plupart des services de vulgarisation ont créé plusieurs catégories de personnel généralement en 3 catégories suivantes :

- Catégorie 1 : les AVV qui travaillent directement avec les exploitants :
- Catégorie 2 : les techniciens spécialisés (T.S), ils sont responsables de la formation des AVV auxquels ils doivent fournir une assistance technique.
- Catégorie 3 : le personnel administratif et de surveillance sont responsables de la supervision des AVV et l'exécution des tâches administratives ordinaires : telles que la sélection du personnel, la gestion du salaire, les prévisions budgétaires et la gestion financière.

#### d) AVV

L'AVV aide les agriculteurs à prendre conscience de nouveaux apports de la recherche et de la technologie et à adapter cette nouvelle technologie à la situation et aux conditions locales.

L'objectif est de conduire les agriculteurs au stade de prise de conscience, du processus d'adoption jusqu'à l'acquisition des connaissances et des capacités et éventuellement une modification d'attitude en vue de se prononcer sur la valeur de la nouvelle technologie.

Quelques principes directeurs sont à prendre en considération dans l'exécution de cette tâche :

1<sup>er</sup> principe : l'AVV devra vivre et travailler dans le secteur géographique qui lui est assigné, ceci est un facteur important pour se faire accepter de sa clientèle.

2<sup>ème</sup> principe : l'AVV est affecté uniquement à des tâches d'éducation et de formation. Ces mélanges des fonctions de vulgarisation avec d'autres peuvent susciter les conflits et jeter des discrédits au niveau local :

- Etablir de bonnes relations de travail avec tous les groupes d'agriculteurs et autres intéressés de la communauté. Pour y parvenir, l'AVV doit se rendre régulièrement dans les villages des exploitants, des sites de démonstrations et autres installations de la zone de son rayon.
- L'AVV doit opérer avec les agriculteurs, le chef de communauté, les négociants et autres notabilités du secteur agricole.

3<sup>ème</sup> principe : l'AVV devra établir des liens avec d'autres personnes travaillant dans d'autres organismes ou secteurs publics. Cependant, l'AVV devra posséder en outre des qualifications suivantes :

- Une formation suffisante en la matière ;
- Posséder des connaissances pratiques et de l'expérience en agriculture ou dans les domaines qui lui sont étroitement liés tels que le génie rural, l'environnement, la gestion des coopératives ;
- Etre capable et désireux de coopérer avec les ruraux pour les aider à atteindre leurs objectifs.

#### e) Techniciens spécialisés (T.S)

Pour qu'un système national de vulgarisation soit en état de transférer avec efficience la technologie améliorée aux agriculteurs, il faut que soit réservé au T.S. un rôle de première importance. Leur rôle consiste surtout à faire la liaison entre les AVV et les sources de la nouvelle technologie et de l'information, informer le personnel de la recherche des problèmes des agriculteurs pour les analyser et les résoudre. Les tâches incombant à ce personnel sont les suivantes :

- Maintenir le contact avec les organismes de recherche pour savoir quelles sont les orientations actuelles et fournir un apport aux activités de recherche en donnant au chercheur un aperçu de la situation dans le monde réel ;
- Etudier et analyser les tendances et les données de la recherche relative au secteur du spécialiste ;
- Formuler des programmes de formation pour mettre les AVV au courant des connaissances et résultats de la recherche en vue de leur transmission aux agriculteurs ;
- Collaborer avec les spécialistes de l'information agricole à la préparation des bulletins, circulaires, des lettres d'information, des fiches et auxiliaires visuels servant à former les AVV ;
- Participer aux activités de terrains en prenant part avec les chercheurs, les AVV et les agriculteurs aux démonstrations des recherches sur l'exploitation aux ateliers,...

Les qualifications exigées au T.S. sont au minimum les suivantes :

- a. Etre titulaire d'un premier grade universitaire (gradué) ou d'un titre équivalent avec une spécialisation dans une discipline agricole ;
- b. Etre capable et désireux de convertir les résultats et le matériel de recherche en techniques appropriées susceptibles d'être utilisées par les agriculteurs pour résoudre leurs problèmes.

Le rôle du T.S. consiste à réduire le décalage qui existe entre la recherche et l'application des résultats de ces dernières (recherches) dans les exploitations et les foyers.

La liaison recherche-vulgarisation est d'une importance capitale parce que la vulgarisation sera hors d'état de remplir sa mission si elle n'est pas second e par une source objective des connaissances.

D'un autre côté, la recherche ne pourra pas participer au développement agricole s'il n'existe aucun moyen d'appliquer les nouvelles technologies ni circuit pour répercuter l'information vers le haut (feed-back).

De plus, le T.S. doit être capable de traduire les résultats de la recherche ou formule donnant des directives réalistes adaptées à la situation locale.

- c. Divers types de personnel d'appui

Il existe d'autres sortes de personnel d'appui entre le spécialiste de l'information, de la rédaction de la mise au point des programmes, de la formation et de suivie et évaluation.

La plupart de ces postes d'appui exigent un niveau élevé de spécialisation, tous ont besoin que leurs titulaires comprennent les méthodes de vulgarisation et travaillent dans le but d'atteindre les objectifs de l'organisme de la vulgarisation agricole.

- d. Administration et supervision

Les deux premières catégories du personnel AVV et T.S. ne pourront rien faire à l'absence de la 3<sup> me</sup> catégorie. Les personnels responsables de l'administration et supervision sont chargés de gérer l'organisme et de lui donner une impulsion et une direction.

- e. Direction de service de vulgarisation

Il est le principal agent exécutif de l'organisme, comme dans n'importe quelle administration, le rôle du directeur est de planifier, d'organiser, de diriger et de contrôler toutes les activités de l'organisme. Le titulaire de ce poste sera responsable de la surveillance, de la gestion du personnel, des salaires, des équipements, de finances et enfin de la formulation, coordination, exécution et évaluation du programme.

Le directeur est en somme le responsable ultime de l'organisme de vulgarisation.

#### CHAPITRE IV : ECOLE PAYSANNE

Le colonisateur a travaillé durant environ quatre-vingt ans à transformer les milieux ruraux en République Démocratique du Congo « RDC ». Après l'indépendance, les différents Gouvernements ont œuvré, eux aussi, sur les mêmes milieux. Quel a été l'impact de toutes ces actions sur le plan de développement du pays?

L'école paysanne est un système de vulgarisation qui a été mis au point par la FAO, à la suite des incompréhensions entre agents chargés de la vulgarisation et les paysans et de plusieurs échecs écopés dans ce domaine.

Elle consiste à identifier, à travers la région visée par la vulgarisation, des paysans qui ont réussi dans tel ou tel domaine d'agriculture ou pour une activité agricole déterminée.

Ces paysans sont sélectionnés et utilisés par la suite pour vulgariser, auprès des autres paysans de la région ou du pays, leurs connaissances et leurs expériences.

Etant du même métier et parlant les mêmes langues ou dialectes, les paysans communiquent plus aisément entre eux et la vulgarisation réussit mieux qu'avec des agents venus de l'extérieur.

## CHAPITRE V : SITUATION AGRICOLE ET VULGARISATION AGRICOLE EN RDC

### 5.1. Situation actuelle de l'agriculture.

Les rendements moyens des principales cultures vivrières obtenus dans ce système sont très bas : 0,5 à 0,8 T/ha pour les céréales et les légumineuses, 3,7 T/ha pour la banane, 7 T/ha pour le manioc, 1,4 T/ha pour l'huile de palme (Ministère d'agriculture et du développement rural, 1992 et 1996).

Ces faibles productivités sont le résultat des pratiques culturales inadaptées, de l'absence d'intégration entre l'agriculture et l'élevage ainsi que du manque de relation fonctionnelles entre la recherche et les producteurs.

L'examen de ces contraintes fait apparaître à la base, l'absence de formation des agriculteurs traditionnels par des encadreurs compétents et motivés.

Pour faire face à cette situation, le Gouvernement devait mettre en œuvre une politique agricole qui vise à relancer l'agriculture congolaise tant pour les cultures vivrières que pour les cultures de rente et l'élevage.

Cette politique agricole requérait pour une part importante la redynamisation de la vulgarisation agricole grâce à l'application d'un système fonctionnel et efficace, apte à répondre aux besoins des agriculteurs et permettre d'améliorer la qualité des interventions des nombreuses structures de vulgarisation.

Pour y arriver, le Gouvernement a créé en Mars 1989 au sein du Ministère de l'agriculture, Animation Rurale et Développement Communautaire, le Secrétariat National de Vulgarisation.

La politique du Gouvernement congolais en matière de vulgarisation agricole est définie dans le plan Directeur du développement agricole et rural, ainsi que la méthodologie (Ministère de l'agriculture, 1992).

## 5.2. Situation de la vulgarisation agricole en RDC.

Jusqu'en 1990, en dehors des zones pilotes du SNV, la vulgarisation agricole est exécutée par de nombreux intervenants: services étatiques, sociétés, projets, ONG et selon des méthodes et objectifs différents et parfois contradictoires. Les services étatiques ont généralement conservé un aspect contraignant qui rend leurs relations avec les agriculteurs ambiguës.

Le SNV fût créé par Arrêté départemental n° 0045/BCE/89 du 06/03/89 portant création du service de vulgarisation.

L'arrêté n° 025/CAB/VPM/AGRIDRAL/94 du 26 Avril 1994, portant adoption de la politique nationale de vulgarisation institua l'adoption de la politique nationale de vulgarisation.

(Cfr textes de deux arrêtés en annexe).

### 5.2.1. Objectifs globaux de la vulgarisation agricole.

Selon le Gouvernement, les objectifs globaux de la vulgarisation sont les suivants :

- Assurer la sécurité alimentaire à l'ensemble de la population en créant les conditions qui garantissent l'accès à une alimentation suffisante, équilibrée et régulière à toutes les couches de la population ;

- Assurer une croissance soutenue de la productivité et de la rentabilité du secteur tout en maintenant l'efficacité économique dans l'utilisation des ressources du secteur (Ministère de l'agriculture, 1996).

### 5.2.2. Organisation du SNV.

Un des services centraux du Ministère de l'agriculture et du développement rural, le SNV est constitué d'une structure comprenant :

- Une direction basée à Kinshasa et qui coiffe cinq divisions : Vulgarisation, Formation, Suivi-Evaluation, Recherche Développement, Administration Finance et Logistique.
- Un bureau de coordination dans chaque province.

### 5.2.3. Méthode d'intervention.

Le SNV intervient auprès des paysans par l'intermédiaire des structures d'encadrement existantes ou à créer. Cette collaboration s'étend aux structures d'appui (SENARAV, SENASEM, SENAFIC...) à la vulgarisation ainsi qu'à celles chargées de la recherche agronomique.

Le SNV n'intervient pas directement dans l'exécution des activités de vulgarisation, de recherche, de production et de distribution des intrants, d'organisation des paysans etc... Ces activités restent du ressort des services spécialisés et autres structures compétentes en ces différentes matières telles que projets, sociétés de développement, inspections provinciales de l'agriculture et du développement rural, INERA, SENARAV, SENASEM, SENAFIC, ONG (Ministère du Plan, 2011).

Chaque structure partenaire garde ses objectifs et son autonomie, tant au niveau de son rayon d'action que de la gestion de ses ressources humaines, financières, matérielles et de sa tutelle. Elle reste responsable du programme et des activités de vulgarisation.

Toutefois, en cas d'interférence entre deux ou plusieurs structures sur le rayon d'action, le SNV peut organiser une rencontre de concertation entre les responsables des structures concernées en vue d'un réaménagement de l'aire d'intervention de chacune.

Le SNV apporte son appui aux structures partenaires par :

- La proposition d'une méthode de vulgarisation harmonisée au niveau national et répondant aux objectifs définis par le Gouvernement ;
- La mise à disposition d'expertise pour contribuer à l'élaboration des thèmes techniques, à la programmation et à l'organisation des campagnes de vulgarisation ;
- L'instauration d'un système de formation continue des agents de vulgarisation ;
- L'appui matériel et financier modulé selon les structures
- La création d'un lien étroit entre les structures de vulgarisation, les instituts de recherche et les agriculteurs avec notamment la mise en place d'un programme commun de recherche – développement ;

- Le suivi de l'application du système de vulgarisation, l'évaluation des réalisations, la mesure de l'impact technique, écologique et socio-économique des innovations introduites (Ministère de l'agriculture, 1996).

### 5.3. Ressources humaines.

Pour obtenir le meilleur rapport coût-efficacité et permettre la pérennité des conseils aux paysans, le personnel de vulgarisation est réparti en : Moniteurs-Superviseurs-Chefs Secteur-Techniciens Spécialisé –Chefs de vulgarisation.

Pour atteindre cet objectif et compte tenu du contexte national, le SNV préconise les effectifs ci-après :

Tableau n° 1 EFFECTIFS PRECONISES PAR LE SNV

<b>Niveau de responsabilité</b>	<b>Effectif minimum</b>	<b>Effectif maximum</b>	<b>Effectif optimum</b>
Chef de vulgarisation	1 par District	1/principale structure de vulgarisation ou par territoire	1 par District
Chef de secteur	3	6	4
T.S./Secteur	2	5	3
Superviseur/Secteur	4	8	6
Moniteur/Superviseur	6	8	8
Ratio Moniteur/Agriculteur	1/250	1/600	1/400

Source : Ministère de l'agriculture et du développement rural, Politique Nationale de Vulgarisation Agricole, 1992, p. 40

Sur la base de l'optimum de 400 agriculteurs pour 1 moniteur, dans le système mis en place, pour encadrer les 8.000.000 ménages agricoles de la RDC, il faut un effectif de l'ordre de 15 000 agents.

### 5.4. Ressources matérielles.

Les moyens de travail mis à la disposition des agents conditionnent pour une grande part leur motivation. C'est cette absence de moyens qui est très souvent à l'origine de l'inefficacité des structures de vulgarisation.

Toutes les actions d'accompagnement de la vulgarisation sont déterminantes et indispensables pour garantir l'adhésion des agriculteurs et la réussite d'un programme de vulgarisation. Elles sont indissociables du système de vulgarisation et l'inexistence ou la défaillance d'une seule des structures ou services chargés de ces actions compromettrait la réussite de tout le programme.

Parmi les principales structures et services partenaires de la vulgarisation :

1° Les structures d'approvisionnement en matériel végétal amélioré :

- L'Institut National pour l'Etude et la Recherche Agronomique ;
- Le Service National de Semence ;
- Les programmes nationaux, projets et entreprises chargés de la production de semences tels le Programme National Maïs, le Programme National Manioc, le Programme National Riz, le Programme National Légumineuses ;
- Les Agriculteurs Multiplicateurs

2° Les structures d'approvisionnement en engrais, produits phytosanitaires et zoo-sanitaires.

- Le SENAFIC
- Les entreprises privées et projets chargés de la production et / ou de l'importation de ses produits ;
- L'Office National de Développement de l'Elevage ;
- Les Laboratoires Vétérinaires.

#### 5.5. Causes des échecs de la vulgarisation

Les échecs enregistrés dans la vulgarisation peuvent être imputés à diverses causes :

- L'encadrement rapproché qui ne laisse aucune initiative aux agriculteurs et la compétence des encadreurs est souvent inférieure à celle de nombreux agriculteurs ;
- Le passage par des agriculteurs pilotes, choisis par les encadreurs et autres personnes étrangères à la communauté villageoise : méthode qui individualise l'action, crée une injustice et des jalousies, alors que le groupe attend une possibilité de promotion collective ;
- La fragmentation des thèmes techniques proposés par la vulgarisation, sous prétexte de simplifier, et qui n'apportent pas de solution véritable aux problèmes que rencontre l'agriculteur ;
- Le mythe de l'exploitation type qui ne correspond strictement à rien dans la réalité ;
- L'erreur de s'adresser uniquement à la population adulte masculine, en négligeant les femmes et les jeunes ;
- L'absence de consultation avec les agriculteurs pour le choix des thèmes à vulgariser ;
- L'ignorance ou le rejet par les services techniques du savoir faire de l'agriculteur et des pratiques culturelles traditionnelles ;
- Le mépris de l'intérêt de l'agriculteur au profit des impératifs gouvernementaux ;
- La formation insuffisante des vulgarisateurs qui se traduit très souvent par leur incompetence, à laquelle s'ajoute fréquemment l'absence de motivation ;
- Le manque de liens pratiques et systématiques entre la recherche et la vulgarisation (Ministère de l'agriculture et du développement rural, 1992)

Il y a intérêt de considérer la sagesse, le savoir-faire de l'agriculteur et la nécessité de le responsabiliser.

## CHAPITRE VI : BILAN D'ACTION DU GOUVERNEMENT

### 6.1. Bilan de 10 ans du SNV (1989 – 1999).

Les thèmes stabilisateurs de l'agriculture et des associations paysannes sont plus dynamiques

Depuis 1989, le SNV essaie de développer une approche participative dans le but de redynamiser les organisations paysannes qui sont les bénéficiaires de son action. Cette approche a tenté de faire évoluer la vulgarisation agricole en RDC.

Il faut citer les démonstrations d'agroforesterie, d'amélioration des jachères et d'enrichissement des compostes. S'ils s'installent dans les traditions des agriculteurs, ces thèmes auront pour effet de stabiliser l'agriculture congolaise jusqu'à ce jour itinérante et, partant, consommatrice des espaces et des forêts.

Un autre thème, aussi important, paraît être celui de l'intégration des cultures d'avec l'élevage qui entre progressivement dans les habitudes paysannes.

Le deuxième élément intéressant concerne la cible de la vulgarisation agricole. En effet, les groupes de contact prennent une dimension et une physionomie nouvelle, autrement, plus structurés, plus dynamiques et plus engagés.

Mises en train à la fin de l'année 1996, les petites actions d'appui à la vulgarisation agricole, dénommées mini-projets, ont apporté un souffle nouveau à la vulgarisation réduisant tant soit peu les restrictions, en intrants et favorisant l'intégration agriculture-élevage ainsi que de petites unités de transformation des produits agricoles.

## 6.2. Résultats du SNV au 31 décembre 1997

Le SNV a défini et implanté une stratégie de vulgarisation reposant sur :

Un système de programmation participative et décentralisée des activités de vulgarisation :

- Une démarche de Recherche-développement menée en étroite collaboration avec l'Institut National pour l'Etude et la Recherche Agronomique (INERA) ;
- Un système de perfectionnement et de formation permanente qui correspond à 40.000 h/j de formation par an dispensée à tous les niveaux d'encadrement ;
- Un système de suivi des activités et d'évaluation des résultats.
  - a). 11 Coordinations sont ouvertes dans 11 sites pilotes, dont 1 site par province dans lesquels la démarche de vulgarisation harmonisée est en place.
  - b). 2 704 Cadres et Agents sont formés au système de vulgarisation ;
  - c). 2 189 Moniteurs agricoles sont opérationnels sur terrain ;
  - d). Environ 800 000 Agriculteurs ont accès au Système National de Vulgarisation dont 460.000 directement encadrés parmi lesquels on compte 40 % de femmes ;
  - e). Environ 40 000 parcelles de démonstration sont implantées chaque année dans 23.310 groupes de contact ainsi que 1.425 points d'observation pour lesquels sont établis des protocoles d'observation ;
  - f). 30 à 60 % des agriculteurs membres des groupes de contact ont, selon les Coordinations, adopté un à plusieurs thèmes sur leurs parcelles et dans leurs pratiques de conservation et transformation des produits de récolte ;
  - g). 1 460 Associations et groupements de producteurs sont intégrés dans le système dont 230 d'entre eux sont engagés dans la production semencière et dans l'agroforesterie et 80 mènent des projets dans les domaines de la transformation des produits, des petits élevages et de la transformation des produits, d'outillage pour lesquels le SNV a monté des programmes d'appui ;
  - h). Les Services étatiques de plusieurs ministères ou structures avec lesquels ont été signés des conventions (INERA, SENASEM, PNR, SNSA, SENAFIC, Environnement...) sont étroitement associés aux processus de formation et d'appui aux producteurs ;
  - i). L'information de masse est réalisée avec la parution de la revue « Le Vulgarisateur », la publication de 147 brochures, guides et fiches, l'organisation annuelle de 148 émissions nationales et provinciales de radio rurale.

### 6.3. Impacts du système national de vulgarisation.

Le Système National de Vulgarisation a donné quelques preuves d'efficacité sur les 11 sites du pays :

- L'introduction et l'utilisation de petites technologies appropriées à l'instar de la moissonneuse batteuse pour la récolte mécanique du riz.
- L'adoption des thèmes de vulgarisation sur les principales cultures : manioc, arachide, haricot, riz, soja, maïs ;
- L'amélioration de la fertilité du sol grâce à l'introduction de nouveaux thèmes sur : l'agroforesterie, les jachères améliorantes avec le mucuna et le stylosantes, l'utilisation des compostières, l'utilisation des fumiers et des sols Kraals
- L'autonomie des productions en approvisionnement des semences et des animaux de races améliorées ;
- L'acquisition des techniques sur la conservation et la transformation des produits ;
- L'accès à l'information agricole de masse grâce aux émissions radio rurale et la production documentaire à travers le pays;
- L'introduction et l'utilisation de petites technologies de transformation : les batteuses de riz, les émietteuses de feuilles de manioc, les égraineuses de maïs, les égousseuses d'arachide, les malaxeurs et presses à huile, les presses à tomate, les broyeuses à grain.

(Ministère de l'agriculture, 1997).

### 6.4. Résultats de l'enquête sur la vulgarisation.

Selon l'enquête conduite par le SNV, la plupart des thèmes sur les cultures ont été adoptés selon le taux d'adoption global suivant :

- manioc : utilisation des boutures de 7 à 18 mois : 92,50 %  
plantation avec écartement de 1 m sur 1 m : 58,68 %
- maïs : triage des semences : 96,32 %  
semis de 2 à 3 graines par poquet : 71,01 %
- arachide : 1 ou 2 graines par poquet : 94,70 %
- niébé : triage des semences : 91,45 %
- patate douce : choix des cordes : 89,37 %  
culture sur billon ou en quiconque : 78,59 %
- bananier : utilisation des tuteurs : 70,03 %
- cultures maraîchères : préparation des pépinières : 80,34 %
- Repiquage sur plate-bande : 81,69 %
- riz pluvial : culture en pur : 73,23 %  
Enfouissement de mauvaises herbes : 93,16 %
- caprins : complément d'aliments, fourrage : 52,18 %
- porcins : complément d'alimentation pour porcs : 63,51 %  
construction d'un enclos ou abris : 56,76 %

- volaille : complément d'alimentation pour volaille 43,33 %  
existence d'un poulailler : 23,14%

(Ministère de l'agriculture et de l'élevage, SNV, 1997.)

Dans ses interventions, le SNV s'efforce d'apporter, sous diverses formes, un ensemble de réponses opérationnelles à certains problèmes posés par les paysans cultivateurs.

Les principales préoccupations de vulgarisation concernent :

- des problèmes techniques que les paysans ne savent résoudre de manière satisfaisante ;
- des problèmes d'approvisionnement en intrants ;
- des problèmes relatifs à l'environnement de la production.

Pour ce faire, le SNV développe des thèmes de vulgarisation, de recherche et développement, un programme d'appui, d'intercession et d'information auprès des exploitants agricoles.

Les résultats de ce processus de formation se mesurent en termes d'adoption des méthodes techniques introduites dont l'impact s'observe sur l'évolution de la production et celui de l'environnement naturel et socio-économique

Tableau n° 2 : Adoption des thèmes techniques par les exploitants selon la culture pratiquée.

Cultures et thèmes techniques	Effectifs enquêtés	GROUPE DE CONTACT			
		Membres	Exploitants	ADOPTEURS	
				Nbre	TAUX
MANIOC	135	87	85	-	-
.Culture en pur	135	87		23	27,06
.Plant avec écartement 1 m sur 1 m	135	87		84	98,82
.Utilisation d'une nouvelle variété	135	87		2	2,35
MAIS	135	87		75	
.Culture en pur	135	87		0	-
.Triage de semence	135	87		73	0,00
Semis de 2 à 3 graines par poquet	135	87	75	75	97,33
.Utilisation d'une nouvelle variété	135	87		0	100,00
					0,00
ARACHIDE	135	87		78	
Culture en pur	135	87		4	-
Semis en ligne	135	87		23	5,13
Ecartement de 20 Cm x 20 Cm	135	87		7	29,49
Ecartement 30 Cm x 30 Cm	135	87	78	16	8,97
1 ou 2 graines par poquet	135	87		17	20,51
Utilisation de semences améliorées	135	87		30	98,72
Utilisation de nouvelles variétés	135	87		0	38,46
					<b>0,00</b>

--	--	--	--	--	--

Source : Ministère de l'agriculture, SNV, Résultats de l'enquête sur la vulgarisation, Kinshasa, 1997, p 21.

#### 6.5. Guides techniques de vulgarisation parus au SNV (avant 1999) et revues.

Le SNV a produit les guides techniques suivantes :

- 1° Cultures vivrières
- 2° Cultures de rente/industrielle
- 3° Cultures maraîchères
- 4° Agroforesterie
- 5° Petits élevages
- 6° Transformation des produits d'origine végétale
- 7° Cultures fruitières
- 8° Elevage du gros bétail et traction bovine
- 9° Pisciculture
- 10° Transformation des produits d'origine animale

Ces guides sont des outils utilisés par les vulgarisateurs dans leur travail de vulgarisation auprès des paysans.

Revue « Le vulgarisateur »

Pour cette revue, on compte notamment les numéros portant sur les thèmes suivants :

- N° 5 « Spécial Système de vulgarisation »
- N° 7 « Spécial Femmes »
- N° 8 « Petits éleveurs et Evolution du Système de vulgarisation »
- N° 9 « ONG et Organisations paysannes »

#### 6.6. Avancement et évaluation de la vulgarisation en RDC

Au 31.12.96, le Système National de Vulgarisation comporte 183 Structures d'encadrement et d'appui dont 71 ONG. Dans les zones opérationnelles, 2.556 agents de vulgarisation encadrent 335.000 producteurs dont 44 % de femmes, organisés en 16.800 groupes de contact et 1.300 Associations paysannes. Parmi ces dernières, 253 ont bénéficié de petits projets d'investissement dont un tiers fonctionne en autonomie (Ministère d'agriculture et élevage, 1997).

La prise en charge par le PNUD du renouvellement d'un quart des moyens de déplacement des agents de vulgarisation a permis de faciliter le fonctionnement de la vulgarisation mais l'indisponibilité du budget du Gouvernement et la vétusté des équipements de base provoquent, chez la plupart des agents, une démobilisation profonde qui affecte la bonne marche du Système et nuit à la qualité de la vulgarisation.

Au niveau des indicateurs structurels, on est passé de 2.055 à 2.134 agents de vulgarisation et de 16.071 groupes de contact (322.068 agriculteurs) à 16.798 groupes de contact (335.115 agriculteurs) entre 1976 et 1977.

On note également une amélioration des indicateurs d'activité transmis par les coordinations : les visites des superviseurs aux moniteurs ont été réalisées à 69 % en 1997, les séances des moniteurs à 82 % (78 % en juin 1996). Les réunions et les formations de quinzaine ont été organisées respectivement à 63 % et 73 % avec une présence supérieure à 90 % de l'effectif (Ministère d'agriculture et élevage, 1997).

La participation nette des agriculteurs aux séances des moniteurs se situe à 65 % en 1997 (68 % au cours de la saison précédente) chiffre élevé qui dénote un grand intérêt des agriculteurs pour les thèmes nouvellement diffusés.

Les parcelles de démonstration, au nombre de 18.927 pour un objectif de 25.974, ont été installées à 73 %, chiffre en légère augmentation bien qu'il ne comprenne pas les parcelles d'adoption utilisées pour la démonstration des techniques vulgarisées depuis plusieurs saisons. Les Elevages de démonstration (1.400 pour un objectif de 2105) ont été menés à 67 %, l'ensemble Parcelles+ Elevages de démonstration ayant un taux de réalisation de 72 % avec un ratio de 1,21 par groupe de contact, soit un progrès de 20 % par rapport à la saison précédente (ratio de 0,97) (Ministère d'agriculture et élevage, 1997).

Tableau n° 3 Personnel de vulgarisation opérationnel (Situation au 31.12.96).

Coordinations et antennes	Coord	P.R.	ENCADREMENT RAPPROCHE						Total génér
			C.V	C.S	T.S	SUP	MON	Total	
BD (N)	4	24	3	6	15	29	235	288	316
BC	4	21	3	7	19	31	248	308	333
(N)	4	21	3	7	19	29	202	260	285
(G)	-	-	-	-	-	2	46	48	48
EQ	4	22	7	14	25	52	401	499	525
Gemena (N)	3	21	6	12	18	42	321	399	423
Bumba (N)	1	1	1	2	7	10	80	100	102
P.Orient	4	17	3	5	12	29	223	272	293
(N)	4	17	3	5	12	29	218	267	288
(G)							5	5	5
K.W.	3	17	-	5	14	27	216	262	282
Kananga (N)	2	17	-	2	6	12	99	119	138
(G)	-	-	-	2	5	9	69	85	85
Ilebo (N)	1	-	-	1	3	6	48	58	59
K.E.	4	26	2	6	17	33	261	319	349
Gdjika (N)	3	23	2	4	12	24	297	239	265
(G)	-	-	-	1	2	4	24	31	31
Lodja (N)	1	3	-	1	3	5	40	49	53
<u>KN</u> (N)	4	19	1	3	10	13	104	131	154
<u>MN</u> (N)	3	11	-	1	3	6	49	59	73
<u>NK</u>	3	9	1	3	6	10	54	74	86
Goma	2	8	1	2	4	7	37	51	61
Lubero	1	1	-	1	2	3	17	23	25
SK	3	21	2	4	11	18	122	157	181
(N)	3	21	2	3	10	11	87	113	137
(G)				1	1	7	35	44	44
KNGA	3	21	1	4	13	22	167	207	231
Kongolo (N)	2	8	1	2	6	11	82	102	112
Lshi (G)		13	-	2	7	11	85	105	119
(N)	1								
Total opérationnel	67	178	20	51	128	242	1904	2345	4935*
TOTAL	69	208	23	58	145	270	2080	2576	5429**

GENERAL									
---------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Source : Ministère de l'agriculture, SNV, Rapport semestriel d'avancement et d'évaluation interne n° 2, 1997, p. 8.

Légende :

(G) : Secteur groupement CV : Chef de Vulgarisation

(N) : Secteur normal CS : Chef de secteur

Coord : Coordonateur SUP : Superviseur

P.R. : Personne Ressource TS : Technicien Spécialisé

MON : Moniteur

\* Taux :  $335000 / 4935 = 1 / 68$  soit 1 vulgarisateur pour 68 paysans

\*\* Taux :  $335000 / 5429 = 1 / 62$  soit 1 vulgarisateur pour 62 paysans

Tableau n° 4 : ESTIMATION DES ADOPTIONS (Thèmes introduits entre 1994 et 1996)

Coordinations	Thèmes	Taux d'adoption
Kinshasa	-Maraîchage : enfouissement de la matière organique (MAR 22/26)	85 %
	-Riz irrigué : nivellement des casiers rizicoles (Rzi 07)	72 %
	-Volailles : respect calendrier vaccinations (VL 86)	30 %
Bandundu	-Jachère de Mucuna (JAM 29)	55 %
	-Valorisation terres de Kraal (VTK 25)	43 %
	-Volailles : construction de poulaillers (P1 95)	32 %
Bas-Congo	-Pépinières agro forestières (AGF 17)	11 %
	-Soja : transformation (Sj 57)	37 %
	-Conduite de l'apiculture (AP 69)	21 %
	-Lapins : construction de clapiers en matériaux locaux (LP 75)	44 %
Equateur	-Manioc : introduction F 100 et 40230/3 (Mc 13)	72 %
	-Arachide : lutte contre la rosette par maîtrise de la densité (Ar 51)	51 %
	-Caféier : taille de régénération (Cf 45)	64 %
	-Bovins : construction de Kraals (Bv 76)	14 %
	-Pisciculture : nourrissage des poissons (Ps 73)	50 %
Province orientale	-Manioc-Riz : dispositif d'association (Mc-Rz 17)	39 %
	-Caféier : taille de régénération (Cf 45)	51 %
	-Echalotte : choix du terrain (MAR-Ech 2)	81 %
Kasaï Occidental	-Agroforesterie : cassia spectabilis dans les champs vivriers (AGF-VIV17)	26 %
	-AGF : Acacia auriculoformis en jachère améliorante et reboisement (AGF 16)	6 %
	-Pisciculture : Amélioration des étangs (Ps 75)	12 %
	-Niébé : Lutte contre les parasites par la cendre (Nb 52)	8 %
Kasaï Oriental	-Mucuna en jachère améliorante pour le maïs (Ms 29)	70 %
	-AGF : repage Leucaena, Cassia (AGF 29)	26 %
	-Boeufs de trait: abris (Trac 76)	30 %

Source : Ministère de l'agriculture, SNV, Rapport semestriel d'avancement et d'évaluation interne n° 2, 1997, pp. 11 ; 12

Selon ce tableau, la plupart de thèmes vulgarisés sont adoptés et appliqués par les paysans.

Tableau n° 5 : ACTIVITES DE VULGARISATION

INDICATEURS	SITUATION AU 01.01.96
<u>Indicateurs structurels</u>	
-Effectif des agents de vulgarisation	2 242
-Nombre de secteurs	52
-Nombre de superviseurs	236
-Nombre de moniteurs et assimilés	1 804
-Nombre de Groupes de contact	17 160
-Effectif des membres des Groupes de contact	343 175
-Ratio d'encadrement	200
<u>Indicateurs d'activités</u>	
-Taux de réalisation des visites des moniteurs	68 %
-% de réalisation des réunions de quinzaine	77 %
-Participation brute des agriculteurs aux séances des moniteurs	1 894 684
Taux de participation nette des agriculteurs	60 %
Nombre de parcelles de démonstration	17 909
-Nombre de points d'observation	96
-Réalisation en personnes-jour des ateliers de formation	27 228
-Mini-projets en état de fonctionnement	248

Source : Ministère de l'agriculture, SNV, Rapport semestriel d'avancement et d'évaluation interne n° 2, 1997, p 38

#### 6.7. Intégration des femmes au processus de vulgarisation.

L'intégration des femmes au processus de vulgarisation se manifeste par les points suivants :

- Création de la cellule « Femmes et Développement » au sein du SNV
- Nomination des Assistantes chargées du volet « Femmes » dans les coordinations régionales
- 44 % des femmes dans les Groupes de contact
- Intégration de 170 Associations féminines dans le Système de vulgarisation dont 46 ont bénéficié de petits projets de transformation des produits.
- Enquêtes sur la « répartition des travaux dans les ménages » et sur « la représentation des femmes dans les instances de décision »
- Rubrique « Femmes » intégrée dans les émissions radio (Ministère de l'agriculture, 1999).

L'objectif de l'intégration des femmes au processus de vulgarisation est de participer à la sécurité alimentaire en contribuant à l'accroissement des productions par l'amélioration des pratiques agricoles et en pérennisant cet accroissement grâce au développement endogène.

L'impact des thèmes proposés aux agriculteurs peut être quantifié à partir de l'accroissement de production obtenu sur les parcelles de démonstration par rapport aux parcelles-témoins. Il varie selon les paquets techniques et les Régions de 10 à plus de 100 % d'augmentation et a une influence notable sur la production.

Cependant, qu'en est-il des perspectives de développement du système national de vulgarisation ?

## CHAPITRE VII : PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT DU SYSTEME NATIONAL DE VULGARISATION

### 7.1. Caractéristiques du système national de vulgarisation.

Le Système réunit actuellement 183 partenaires (Services publics, Projets, Opérations, Sociétés, ONG) opérant en synergie sous la tutelle du SNV dans les 11 provinces de la RDC. (Ministère de l'agriculture, 1997).

Il comporte 2.704 Cadres dont 2.189 moniteurs qui encadrent près de 23.310 groupes de contact répartis dans 58 secteurs agricoles. Parmi ces groupes de contact, 1.460 sont constitués en Associations Paysannes.

Les thèmes de vulgarisation, identifiés sur place en réponse aux problèmes des agriculteurs, sont testés sur le terrain dans des points d'observation puis démontrés dans des parcelles et élevages de démonstration (20.000 à 22.000 chaque saison sur l'ensemble du territoire) (Ministère de l'agriculture, 1997).

L'encadrement est formé sur ces thèmes grâce à un processus de formation permanente animé en « cascade » par des spécialistes-matières et des techniciens spécialisés (environ 45.000 hommes-jour de formation par an) (Ministère de l'agriculture, 1997).

La vulgarisation des thèmes qui nécessitent un minimum d'investissement ou de disponibilités en intrants s'accompagne, dans la mesure des moyens existants, de programmes d'appui (semencier, agroforesterie, d'élevage, de transformation des produits, de production d'outillages). Entre 1994 et 1996, 288 Associations paysannes ont bénéficié ainsi de microprojets financés sur crédits français et PNUD.

L'interface entre la vulgarisation et la recherche est assurée par la participation des chercheurs à la détermination des thèmes, à la formation des Techniciens Spécialisés et à l'établissement des protocoles d'observations. Des enquêtes techniques et économiques sont par ailleurs menées sous la supervision de la Division Recherche-Développement du SNV.

L'information des agriculteurs et la documentation des Cadres sont assurées par des publications (Revue « Le Vulgarisateur », Guides techniques, fiches de travail du vulgarisateur, Etudes) et des émissions radio (11 émissions nationales et 137 émissions régionales en 1997).

L'ensemble du dispositif est suivi en permanence (Tableaux de bord) et évalués à l'issue de chaque campagne grâce à un processus de traitement informatique des données sur le terrain.

### 7.2. Points forts et faibles du système en place.

Les points forts ou avantages du système résident essentiellement dans :

- le système de vulgarisation permet de toucher une masse importante de population rurale directement et a une capacité de véhiculer l'information descendante et ascendante ;
- sa capacité d'identifier et de lancer des thèmes répondant à des besoins relevés sur le terrain ;

- la connaissance qu'ont les agents du milieu d'intervention: il est possible à tout moment d'obtenir une appréciation sur un opérateur ou une opération, de collecter des informations techniques et de faire des diagnostics ;
- sa capacité de mobiliser des spécialistes in situ pour toutes opérations, formations ou études. En contrepartie, le fonctionnement du Système National de Vulgarisation se heurte à de nombreux problèmes constituant ses points faibles ou aspects négatifs:
  - Couverture insuffisante du territoire national : le système n'est pas, faute de moyen s adéquats, entré dans la phase d'expansion prévue en 1995.
  - Alors que 40.000 exploitants sont en prise directe sur le Système et que près d'un million sont influencés par lui, c'est 3 à 4 millions qu'il faudrait toucher dans les zones agricoles les plus productives pour atteindre les objectifs de sécurité alimentaire.
  - Une dépendance excessive des financements extérieurs  
Le système de vulgarisation n'est productif que par ses impacts, son fonctionnement ne générant pas directement des recettes. Il dépend presque entièrement du budget gouvernemental et des financements extérieurs, ce qui n'est pas normal. Seule, sa superstructure, le Service National de Vulgarisation, qui, avec ses 88 agents, assure la gestion globale du système devrait émarger à ce budget, les opérateurs de terrain devant être pris en charge par les bénéficiaires de la vulgarisation.
  - Un état d'esprit encore très loin de l'autonomie chez les Associations bénéficiaires de mini-projets.

### 7.3. Orientation à donner à la politique de vulgarisation.

L'orientation ayant, sur le terrain, valeur de directives, sera imprimée à la politique nationale de vulgarisation.

#### a) Organisation du développement endogène

Quelle que soit la volonté de pratiquer une vulgarisation participative dans le sens d'une véritable émancipation vis-à-vis de l'encadrement : les groupes de contact informels doivent évoluer en Associations paysannes et ces dernières doivent s'efforcer de répondre à la demande des marchés et s'organiser en réseaux de production assumant toutes les fonctions depuis l'approvisionnement en intrants jusqu'à la transformation et à la commercialisation des produits. Cette dynamique devra s'accompagner du remplacement progressif de l'encadrement exogène par un encadrement issu des Associations paysannes elles mêmes.

#### b) Création des chaînes d'activités pour le développement économique des communautés de base (Chaînes ADECO)

Le démarrage d'une telle dynamique exige que l'on aide les Associations paysannes à créer les moyens de leur indépendance.

#### c) Extension du système de vulgarisation par compensation.

Il faut étendre le système de vulgarisation aux secteurs encadrés par des ONG ou des Sociétés disposant d'une autonomie de fait et déjà bien rodées à l'application du système.

## CONCLUSION

La vulgarisation agricole en RDC a échoué. Son impact sur le développement est dérisoire.

La vulgarisation n'a pas pu atteindre ses objectifs : ni assurer la sécurité alimentaire à l'ensemble de la population, ni garantir une croissance soutenue de la productivité.

Les principaux acteurs de la réussite d'un programme de vulgarisation agricole restent les agriculteurs.

Les transformations ne peuvent affecter les milieux ruraux que si elles touchent la terre, l'élément central et indispensable de la vie rurale. Pour changer ces persistances rurales, il faudrait d'abord changer les modalités que connaît la terre : droit foncier, techniques et méthodes culturelles, outils de production, division du travail, rapports sociaux de production etc. Et c'est justement là le rôle de la vulgarisation pour emmener le changement des techniques et des méthodes culturelles et autres.

Il existe une persistance structurelle en milieu rural congolais, malgré les modifications profondes subies par la société congolaise et qui ne cessent d'être subies. Les sociétés rurales perdurent dans bien de leurs institutions.

Les causes majeures des échecs de vulgarisation sont : la non participation des paysans à l'action de vulgarisation, les barrières culturelles et la non prise en compte de ces facteurs culturels dans les plans de vulgarisation, la modicité du budget alloué à l'agriculture, la dépendance du SNV vis-à-vis des organismes internationaux, et enfin la confusion du rôle dévolu à l'agriculture dans le développement du pays.

Il serait impérieux de considérer la sagesse et le savoir-faire de l'agriculteur et la nécessité de le responsabiliser. Les transformations ne pourraient affecter les milieux ruraux que si elles touchent la terre, l'élément central et indispensable de la vie rurale. Pour changer ces persistances rurales, il faudrait d'abord changer les éléments qui touchent la terre c'est-à-dire le droit foncier, les techniques et les méthodes culturelles, les outils de production, la division du travail, les rapports sociaux de production etc. Et ce serait justement là le rôle de la vulgarisation pour emmener le changement des techniques et des méthodes culturelles et autres.

## BIBLIOGRAPHIE

1. Banque Mondiale, La vulgarisation agricole par la formation et les visites, Washington, DC, 1984, 191 p
2. Banque Mondiale, Mémoire sur le secteur agricole, Paris, 1988, 300 p.
3. Banque Mondiale, L'Agriculture au service du développement, Paris, 2008, 424 p.

4. Burton, E. Swanson, Manuel de vulgarisation agricole, 2ème édition, FAO, Rome, 1988, 123 p.
5. FAO, Manuel de vulgarisation agricole, 2<sup>ème</sup> édition, Rome, 1988, 216 p.
6. FAO, Etude des approvisionnements alimentaires des cités urbaines de la RDC  
Cas de la ville de KINSHASA, 2008, 167 p.
7. Maunder, A., Manuel de vulgarisation agricole (version abrégée de Rome, FAO), 1977, 56 p.
8. Ministère de l'agriculture et du développement rural, Politique Nationale de Vulgarisation Agricole, 1992, 40 p.
9. Ministère de l'agriculture et Développement Rural,  
Le SNV, Vers une vulgarisation participative, Etude de cas : Le Zaïre,  
Document méthodologique, Kinshasa, 1996, 48 p.
10. Ministère de l'agriculture, SNV, Rapport semestriel d'avancement et d'évaluation interne  
n° 2, 1997, 38 p.
11. Ministère de l'agriculture et de l'élevage, SNV, Résultats de l'Enquête sur la vulgarisation,  
Kinshasa, 1997, 62 p.
12. Ministère de l'agriculture, Revue « Le vulgarisateur » n° 10, Les 10 ans du SVN,  
Kinshasa, 1999, 28 p.
13. Ministère du Plan, Document de la stratégie de croissance et de réduction de la pauvreté,  
seconde génération, 2011, 299 p.
14. Morris, Y., Managing induced rural development Bloomington, Ind, International  
Development Institute, 1981, 78 p.
15. Petty, J., Regenerating agriculture, 1984, 56 p.