

09330
(2)

LE TECHNICIEN D'AGRICULTURE TROPICALE

MANUEL PRATIQUE DE VULGARISATION AGRICOLE

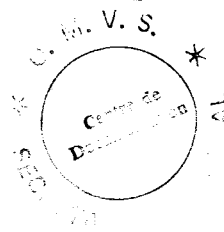
★★



Maisonneuve & Larose



CTA



Manuel pratique de vulgarisation agricole

VOLUME 2

LE TECHNICIEN D'AGRICULTURE TROPICALE

1. **Le Riz pluvial**, par Michel JACQUOT et Brigitte COURTOIS.
2. **Le Maïs**, par Guy ROUANET.
3. **Le Bananier plantain**, par Hugues TEZENAS DU MONTCEL.
4. **Le Stockage des produits vivriers** (en deux volumes), par Jean APPERT.
5. **Le Cotonnier en Afrique tropicale**, par Gérard SEMENTIN.
6. **Le Manioc**, par Pierre SILVESTRE.
7. **Le Désherbage des cultures tropicales**, par E.M. LAVABRE.
8. **Insectes nuisibles aux cultures vivrières et maraîchères** (en deux volumes), par Jean APPERT et Jacques DEUSE.
9. **Les légumineuses vivrières tropicales**, par Marc BORGET.
10. **Le théier**, par Denis BONHEURE.
11. **Le caféier**, par H.R. CAMBRONY.
12. **L'écrevisse rouge des marais**, par Jacques C.V. ARRIGNON, Jay V. HUNER et Pierre J. LAURENT.
13. **Aménagements villageois et du terroir**, par Gérard JOSSE.
14. **Le cacaoyer**, par Guy MOSSU.
15. **Les plantes tropicales à épices**, par M. BORGET.
16. **Les crustacés tropicaux d'élevage**, par J. ARRIGNON, J.M. GRIESSINGER, D. LACROIX, P. GONDOUIN et M. A. TRAND.
17. **La canne à sucre**, par R. FAUCONNIER.
18. **Le sorgho**, par J. CHANTEREAU et R. NICOU.
19. **L'élevage de la volaille**, par A.J. SMITH.

LE TECHNICIEN
D'AGRICULTURE TROPICALE

*Collection couronnée par l'Académie
d'Agriculture de France et dirigée par*

René COSTE

*Membre de l'Académie des Sciences d'Outre-Mer
Ingénieur général d'agronomie (H.)*

20

**Manuel pratique
de vulgarisation
agricole**

VOLUME 2

par

Jean Morize

Agro-Formateur

(INSTITUT FORHOM-BDPA-SCETAGRI)

Agence de Coopération
Culturelle et Technique
13, quai André-Citrôen
F 75015 PARIS

Centre technique de Coopération
agricole et rurale (C.T.A.)
Postbus 380
NL 6700 AJ WAGENINGEN

Editions Maisonneuve et Larose
15, rue Victor-Cousin
F 75005 PARIS

Les opinions exprimées ainsi que les orthographe des noms propres et les limites territoriales figurant dans le présent document n'engagent que les auteurs et nullement la position officielle et la responsabilité de l'Agence de Coopération Culturelle et Technique et le Centre Technique de Coopération Agricole et Rural.

REMERCIEMENTS

Nous remercions de leur concours, pour la rédaction et la mise en forme de cet ouvrage,

les spécialistes de l'IRAT (département des cultures vivrières du CIRAD) notamment :

- Mlle G. FLIEDEL et M. J. FAURE, technologues,
- M. P. BAUDIN, phytopathologiste,
- MM. M. BETBEDER-MATIBET et A. RATNADASS, entomologistes,
- M. C. GOUNEL, cartographe,
- M. J.C. LEGOUPIL, hydraulicien,
- M. J.C. MAUBOUSSIN, sélectionneur,
- MM. P. SALEZ et M. TARDIEU, agronomes,
- le Professeur G. SALLE, biologiste des plantes parasites à Paris VI.

Photo de couverture : CODEVIMAGE, Ministère de la Coopération et Développement.

Dessins : Patrick Morize.

© G.-P. Maisonneuve et Larose et A.C.C.T., 1992

ISBN : 2-7068-1064-5 et 92-9028-191-X (Ouvrage complet)

2-7068-1054-8 et 92-9028-193-6 (Deuxième volume)

ISSN : 0298.3540

La loi du 11 mars 1957 n'autorisant, aux termes des alinéas 2 et 3 de l'article 41, d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale, ou partielle, faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause, est illicite » (alinéa 1^{er} de l'article 40).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles 425 et suivants du Code pénal.

IV. LA CONNAISSANCE DU PUBLIC ET SON IMPLICATION

Dans ce quatrième chapitre, nous étudierons le public de la vulgarisation, c'est à dire ses bénéficiaires. En effet, malgré l'appartenance commune au monde rural, ce public se diversifie au niveau des intérêts, des besoins, des connaissances, des capacités, etc...

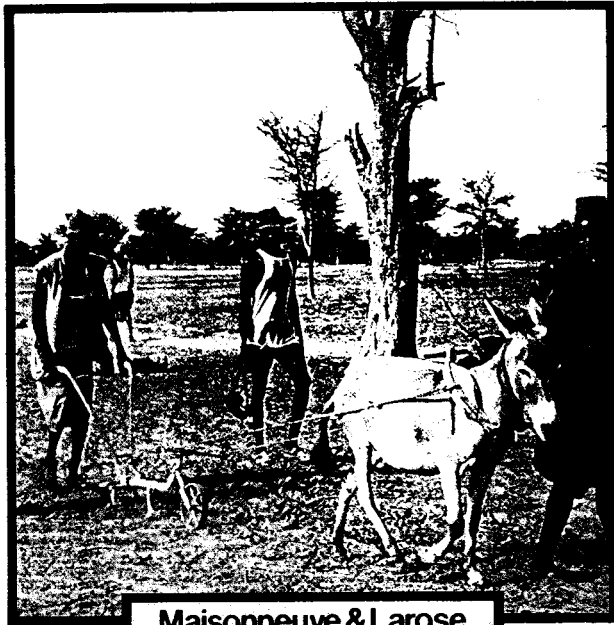
Les objectifs, les contenus et les méthodes de vulgarisation devront tenir compte de cette diversité, parfois même de cette divergence. Au besoin, des choix politiques et stratégiques seront opérés pour privilégier un public par rapport à un autre.

- Nous identifierons d'abord le public (les « bénéficiaires ») et les « opérateurs » de la vulgarisation.
- Nous situerons le paysan dans son environnement.
- Nous verrons le rôle des organisations paysannes dans le développement.
- Nous étudierons comment apprendre à connaître ce public.
- Nous analyserons les méthodes pour l'approcher.
- Enfin nous approfondirons la notion de « participation paysanne ».

LE TECHNICIEN D'AGRICULTURE TROPICALE

09330
(4)

MANUEL PRATIQUE DE VULGARISATION AGRICOLE



Maisonneuve & Larose



CTA

09330



**Manuel pratique
de vulgarisation
agricole**

VOLUME I

LE TECHNICIEN D'AGRICULTURE TROPICALE

1. Le Riz pluvial, par Michel JACQUOT et Brigitte COURTOIS
2. Le Maïs, par Guy ROUANET.
3. Le Bananier plantain, par Hugues TEZENAS DU MONTCEL
4. Le Stockage des produits vivriers (en deux volumes), par Jean APPERT.
5. Le Cotonnier en Afrique tropicale, par Gérard SEMENT.
6. Le Manioc, par Pierre SILVESTRE.
7. Le Désherbage des cultures tropicales, par E.M. LAVABRE
8. Insectes nuisibles aux cultures vivrières et maraîchères (en deux volumes), par Jean APPERT et Jacques DEUSE.
9. Les légumineuses vivrières tropicales, par Marc BORGET
10. Le théier, par Denis BONHEURE.
11. Le caféier, par H.R. CAMBRONY.
12. L'écrevisse rouge des marais, par Jacques C.V. ARRIGNON, Jay V. HUNER et Pierre J. LAURENT.
13. Aménagements villageois et du terroir, par Gérard JOSSE
14. Le cacaoyer, par Guy MOSSU.
15. Les plantes tropicales à épices, par M. BORGET.
16. Les crustacés tropicaux d'élevage, par J. ARRIGNON, J.M. GRIESSINGER, D. LACROIX, P. GONDOUIN et M. A. TRAND.
17. La canne à sucre, par R. FAUCONNIER.
18. Le sorgho, par J. CHANTEREAU et R. NICOU.
19. L'élevage de la volaille, par A.J. SMITH.

LE TECHNICIEN
D'AGRICULTURE TROPICALE

*Collection couronnée par l'Académie
d'Agriculture de France et dirigée par*

René COSTE

*Membre de l'Académie des Sciences d'Outre-Mer
Ingénieur général d'agronomie (H.)*

20

**Manuel pratique
de vulgarisation
agricole**

VOLUME 1

par

Jean Morize

Agro-Formateur

(INSTITUT FORHOM-BDPA-SCETAGRI)

Agence de Coopération
Culturelle et Technique
13, quai André-Citrôen
F 75015 PARIS

Centre technique de Coopération
agricole et rurale (C.T.A.)
Postbus 380
NL 6700 AJ WAGENINGEN

Editions Maisonneuve et Larose
15, rue Victor-Cousin
F 75005 PARIS

Les opinions exprimées ainsi que les orthographes des noms propres et les limites territoriales figurant dans le présent document n'engagent que les auteurs et nullement la position officielle et la responsabilité de l'Agence de Coopération Culturelle et Technique et le Centre Technique de Coopération Agricole et Rural.

REMERCIEMENTS

Nous remercions de leur concours, pour la rédaction et la mise en forme de cet ouvrage,

les spécialistes de l'IRAT (département des cultures vivrières du CIRAD) notamment :

- Mlle G. FLIEDEL et M. J. FAURE, technologues,
- M. P. BAUDIN, phytopathologiste,
- MM. M. BETBEDER-MATIBET et A. RATNADASS, entomologistes,
- M. C. GOUNEL, cartographe,
- M. J.C. LEGOUPIL, hydraulicien,
- M. J.C. MAUBOUSSIN, sélectionneur,
- MM. P. SALEZ et M. TARDIEU, agronomes,
- le Professeur G. SALLE, biologiste des plantes parasites à Paris VI.

Photo de couverture : CODEVIMAGE, Ministère de la Coopération et du Développement.

Dessins : Patrick Morize.

© G.-P. Maisonneuve et Larose et A.C.C.T., 1992

ISBN : 2-7068-1064-5 et 92-9028-191-X (Ouvrage complet)

2-7068-1053-X et 92-9028-192-8 (Premier volume)

ISSN : 0298.3540

La loi du 11 mars 1957 n'autorisant, aux termes des alinéas 2 et 3 de l'article 41 d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale, ou partielle, faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause, est illicite » (alinéa 1^{er} de l'article 40).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles 425 et suivants du Code pénal.

PREFACE

Que signifie pour un responsable d'un pays en développement, un bailleur de fonds ou un expert impliqué dans les projets agricoles le choix d'un système de vulgarisation ? Une option stratégique, une opportunité dictée par les exigences du financement, une mode du moment ? un savant dosage de ces composantes ?

Depuis près d'un demi-siècle et selon les circonstances, tous les cas de figure se sont présentés. Aujourd'hui beaucoup dressent un bilan sévère du passé et s'inquiètent du fossé grandissant entre la société rurale et la société globale dans les pays en développement : il est urgent de resituer la vulgarisation agricole dans ses enjeux véritables. Au-delà des querelles d'écoles, le véritable enjeu n'est-il pas la place de l'homme vivant en milieu rural comme sujet ou comme acteur de son propre développement ? Quel rôle veut-on lui faire jouer ? Quel pouvoir veut-on lui restituer ?

Globalement, sous des apparences anodines, le débat « technocratique » sur la vulgarisation agricole ne masque-t-il pas l'enjeu réel du projet de société qu'il sert ?

Jean Morize, agro-formateur à l'Institut FORHOM de BDPA-SCETAGRI a entrepris d'éclairer les opinions par une analyse pertinente et lucide des diverses approches de vulgarisation. On retrouve dans l'ouvrage le fruit d'une expérience forgée sur le terrain auprès des paysans de nombreux pays.

Le talent du pédagogue a fait le reste, c'est-à-dire un ouvrage de réflexion qui informe plus qu'il ne juge, qui questionne plus qu'il n'affirme...

De ce point de vue, le livre sera un outil précieux pour tous les responsables du développement agricole, à quelque niveau

qu'ils se trouvent : décideurs politiques ou financiers, experts, responsables de communautés de base, animateurs, conseillers et vulgarisateurs sur le terrain. A chacun, il permettra de mieux se déterminer en s'interrogeant sur l'essentiel : la place et le rôle de l'homme rural dans les stratégies de développement agricole du futur.

Daniel PARROT
Consultant en Ressources Humaines
auprès des Organisations
des Nations Unies

PLAN DU MANUEL

Volume 1

PRÉFACE	7
PLAN DU MANUEL	9
INTRODUCTION	17
I. LA VULGARISATION ET SES DIFFÉRENTES PRATIQUES	21
1.1. La vulgarisation : une question d'actualité	21
1.2. De quoi parle-t-on ? Des définitions multiples	24
1.3. Le Développement : une notion controversée	27
1.4. La stratégie de vulgarisation : vers la réalisation d'un but	30
1.5. La vulgarisation : un ensemble de composantes	32
1.6. Des principes aux pratiques : les grands systèmes actuels	37
II. LA DÉFINITION DES OBJECTIFS ET LA CONCEPTION D'UN PROGRAMME	58
2.1. Des objectifs à définir, un but à fixer	59
2.2. Des questions préalables, des réponses à préciser	64
2.3. Des partenaires spécifiques, des objectifs appropriés	69
2.4. Des objectifs élaborés, un programme à développer	76
2.5. Des responsabilités à partager, un contrat à négocier	90
III. LE CHOIX DES MESSAGES ET DES MOYENS PÉDAGOGIQUES	100
3.1. La vulgarisation agricole : une question de contenu	101
3.2. Des domaines diversifiés : des messages adaptés	104
3.3. La recherche développement : des messages impliquants	121
3.4. L'analyse de contenu : des messages maîtrisés	139
3.5. Les moyens pédagogiques : de la conception à l'utilisation	141
Lexique	161
Principales sources documentaires	165

IV. LA CONNAISSANCE DU PUBLIC ET SON IMPLICATION	17
4.1. La vulgarisation : pour qui et avec qui ?	17
4.2. Le paysan : un acteur évoluant avec son environnement	17
4.3. Les organisations paysannes : partenaires aux réalités multiples	17
4.4. Le public : une nécessaire connaissance du milieu ..	17
4.5. Le choix des cibles : une question de stratégie	21
4.6. La participation : philosophie ou efficacité	21
V. LA STRUCTURE DE VULGARISATION ET SON DISPOSITIF	21
5.1. Niveau, structure et dispositif	21
5.2. Les fonctions et la multiplicité des tâches	21
5.3. Le dispositif de terrain et ses différents postes	24
5.4. L'équipe nationale et son rôle de conception	25
5.5. La structure de vulgarisation et ses préalables	25
5.6. Le personnel et la prise en compte de sa formation ..	25
5.7. Le statut du personnel et sa spécificité	26
5.8. L'organisation du travail et le suivi des agents	26
VI. L'ARTICULATION DES MÉTHODES ET LEUR MAÎTRISE	26
6.1. Les méthodes de vulgarisation : une notion à préciser ..	26
6.2. Vulgarisation productiviste, vulgarisation humaniste... Des choix à opérer	26
6.3. Les relations avec le paysan : des approches différentes	27
6.4. L'animation : méthode de travail du vulgarisateur ..	28
6.5. Conclusion du chapitre méthode	30
VII. LE RÔLE DU SUIVI-ÉVALUATION ET SON ORGANISATION	30
7.1. Le suivi-évaluation : un outil pour mieux comprendre une opération de vulgarisation	30

7.2. Le suivi-évaluation : des objectifs différents et complémentaires	307
7.3. Le suivi-évaluation : quoi, comment et avec qui ? ...	312
7.4. Place et évolution du suivi-évaluation de la vulgarisation	329
Un message pour conclure	333
Lexique	335
Principales sources documentaires	337

LISTE DES TABLEAUX

1. Les ambiguïtés de la vulgarisation.
2. Exemples d'objectifs institutionnels.
3. Formulation d'un objectif opérationnel de vulgarisation.
4. Tableau comparatif : formation professionnelle et vulgarisation.
5. Quel type de résultat ?
6. Danger d'une vulgarisation activiste.
7. Stades de l'agriculture - Effets de la vulgarisation.
8. Impact de la vulgarisation sur le public.
9. Exemples d'objectifs gouvernementaux.
10. Objectifs différents, stratégie contradictoire.
11. Différents niveaux d'objectifs de vulgarisation agricole.
12. Exemple : Programme régional de vulgarisation technique.
13. Exemple : Eléments de programme de vulgarisation de groupe.
14. Observation de parcelle expérimentale
15. Différents types d'organisations paysannes.
16. Exemples d'indicateurs.
17. La grille d'analyse d'un message de vulgarisation.
18. Exemple de tableau de bord.

LISTE DES SCHÉMAS

1. La vulgarisation.
2. Stratégie = Combinaison de méthodes.
3. Principes d'une stratégie de vulgarisation.
4. Caractéristique d'un système de vulgarisation.
5. Campagne Intensive de Vulgarisation.
6. Stratégie du plan de campagne de vulgarisation multimédia.
7. Place de la vulgarisation parmi les autres fonctions intervenant sur la production agricole.
8. La culture du haricot au Rwanda : Effets constatés et causes.
9. Respect d'un calendrier agricole : Problèmes - causes - solutions.
10. Exemple d'objectif aux différents niveaux.
11. Etude et élaboration d'un contrat de vulgarisation.
12. Alternatives pour la conduite du troupeau ovin.
13. Analyse du contenu d'un thème.
14. Le paysan dans son environnement.
15. Le processus de prise de décision.
16. Le processus d'adoption d'une innovation.
17. Articulation des postes de terrain.
18. Vulgarisation et formation.
19. Directivité, participation, autogestion.
20. Stratégie de promotion des organisations paysannes.
21. Trois objectifs pour le suivi-évaluation de la vulgarisation.

LISTE DES ILLUSTRATIONS

1. Les arguments contre la vulgarisation ne manquent pas.
2. Le développement rural consiste à améliorer tout l'environnement de l'agriculteur.
3. Sortir la population rurale de son isolement.
4. L'objectif de la vulgarisation, c'est le but à atteindre.
5. Trois stratégies pour les jeunes villageois.
6. Ce que l'on rêve seul n'est qu'un rêve, mais les rêves que nous partageons se font vrais.
7. Montrer à la population sa part de responsabilité.
8. Il s'agit de concilier les positions.
9. Présenter aux agriculteurs un contrat qu'ils n'ont plus qu'à signer.
10. La vulgarisation manque souvent de message.
11. Une véritable révolution pour l'exploitation.
12. L'impossible comportement pédagogique de certains vulgarisateurs.
13. La commercialisation : une fonction peu maîtrisée par les paysans.
14. Une alphabétisation conçue pour le public rural.
15. Tout paysan motivé est en état de recherche.
16. L'exploitation des enquêtes se fera avec le groupe de paysans.
17. Essayer l'innovation dans sa parcelle expérimentale.
18. Montrer les techniques et leurs résultats.
19. Un message doit être transmissible, compréhensible, mémorable et motivant.
20. L'image permet l'humour.
21. Des messages courts et facilement assimilables.
22. Le tableau de feutre est facile à réaliser.
23. Faire s'exprimer un groupe à partir d'une image.
24. Il s'agit de produire.
25. La vulgarisation concerne des groupes sociologiques différents.

26. Deux catégories de paysans, deux types d'attitudes et de comportements.
27. Le groupe est, pour l'individu, une manière de vaincre les contraintes.
28. Apprendre les uns des autres.
29. Les structures traditionnelles, trop souvent oubliées.
30. L'ensemble famille/exploitation constitue un système.
31. Courbe de Gauss : distribution dans le temps, des adoptions d'une innovation et les cinq catégories d'adoptants.
32. Une pyramide des âges permettra de révéler les problèmes particuliers concernant les populations étudiées.
33. Trois approches différentes pour la vulgarisation.
34. Aujourd'hui, les projets portent sur les femmes un regard particulier.
35. Le retour d'un jeune à la terre implique une réorganisation de son projet initial.
36. Choix des populations cibles en fonction des ressources humaines dans le secteur.
37. Pas de développement rural sans les paysans.
38. Participation active ou participation passive.
39. Le faible niveau des vulgarisateurs entraîne une attitude défensive.
40. La programmation aux différents niveaux.
41. La fonction de gestion se retrouve partout.
42. Le vulgarisateur chargé de mission sur le terrain.
43. La recherche ne dispose pas toujours de résultats transposables sur le terrain.
44. Les zones à habitat dispersé nécessitent de longs déplacements.
45. L'agriculture traditionnelle : un mode de vie.
46. Estimer un paysan pour lui permettre de se dynamiser.
47. Le groupe : lieu privilégié d'échanges et de confrontations.
48. Mettre le groupe en situation d'utiliser ses potentialités.
49. Un seul brin de paille ne balaie pas la cour.
50. Le paysan reste le véritable décideur.
51. C'est par rapport à la situation initiale qu'on mesure l'impact d'un projet.

INTRODUCTION

Depuis quelques années, les idées sur le développement rural ont connu une évolution importante.

- L'Agriculteur doit produire plus et mieux, tout en préservant les ressources naturelles, mais la vulgarisation ne peut se limiter à la transmission de recettes et de consignes, venues d'ailleurs.
- L'Agriculteur doit comprendre le pourquoi des conseils qui lui sont prodigués. Avant d'adopter une innovation, il doit savoir tout ce que celle-ci va changer dans sa manière de travailler et de vivre.
- La modernisation de l'agriculture impose à l'Agriculteur de calculer ses dépenses en fonction de ses recettes, elles-mêmes tributaires des rendements et des prix, il devra investir, acheter et vendre, en un mot « gérer » son exploitation.
- Les efforts à mener en faveur du Développement Rural sont les efforts de toute la population concernée. La vulgarisation doit donc s'adresser non seulement aux individus, mais également aux groupements de producteurs et aux associations villageoises.
- Enfin, il faut susciter la participation de l'homme à son développement. Pour cela, il faut l'impliquer dans la détermination des objectifs, dans la mise au point des innovations et dans le suivi et l'évaluation des programmes. L'agriculteur et les structures qui le représentent doivent devenir des partenaires de la vulgarisation.

Malheureusement, trop souvent, ces principes n'ont pu engendrer que l'usage abusif d'une terminologie nouvelle, vite dévalorisée par manque d'application réelle.

Il a donc paru nécessaire de montrer comment passer concrètement des principes à la pratique et, pour cela, quelles compétences et quelles motivations nouvelles devaient acquies les agents de terrain.

Ce manuel a donc été conçu comme un outil de réflexion.

Il s'adresse en priorité aux agents de terrain des structures administratives ou autres (vulgarisateurs, chefs de secteur de zone, techniciens spécialisés) pour leur permettre de réfléchir sur leur rôle et d'engager leur propre responsabilité dans une dynamique du développement conforme aux idées nouvelles. Mais il s'adresse aussi aux responsables de vulgarisation, qui viennent en appui aux vulgarisateurs, d'abord pour les former, les conseiller et les amener à s'intéresser progressivement à de nouvelles tâches, telles que la programmation de production pédagogique, le suivi-évaluation, etc....

L'auteur adresse ses plus vifs remerciements, tout d'abord à Monsieur René Coste qui a su faire preuve de beaucoup de volonté et de persévérance pour rendre possible la publication de ce manuel dans la collection qu'il dirige avec tant de compétence. Il remercie aussi les co-éditeurs : Maisonneuve Larose, l'Agence de Coopération Culturelle et Technique (ACCT), le Centre technique de Coopération agricole rurale (CTA), pour l'aide qu'ils ont apportée à l'édition, et n'oublie pas l'Association Internationale d'Etude et de Recherche en Vulgarisation Rurale (AIVR) pour ses interventions.

L'auteur remercie enfin la FAO pour les missions qui lui ont été confiées.

Cet ouvrage n'aurait pas été possible sans l'expérience acquise auprès de tous les collaborateurs, de tous les cadres et de tous les paysans rencontrés sur le terrain et ailleurs. Qu'ils en soient tous globalement remerciés.

Au delà de l'expérience acquise, le manuel s'inspire également de nombreux documents, théoriques et pratiques, qui sont en annexe. Il convient d'en rendre hommage à leurs auteurs.

Il convient enfin de remercier Pierre Forrat dont les conseils ont été précieux pour la structuration et l'économie du texte, Patrick Morize pour l'illustration qui agrmente si bien l'ouvrage et Bernard Clavreul pour les photos de couverture.