

4. Une vulgarisation répondant aux besoins du marché et déterminée par la demande

4.1. Vue d'ensemble

De nos jours, la vulgarisation agricole ne se concentre plus en priorité sur l'augmentation de la production, mais plutôt sur l'amélioration des revenus ruraux par le biais d'une orientation vers les marchés et répondant aux demandes des agriculteurs. La façon peut-être la plus évidente de promouvoir une plus grande orientation vers la demande et vers le marché passe par la commercialisation de services auprès des agriculteurs, afin que ces derniers, en tant que clients de ces services, puissent exercer un plus grand contrôle. Les agriculteurs eux-mêmes décident si et comment ils veulent se faire concurrence sur les différents marchés et sont, eux-mêmes, les mieux placés pour apprécier si les prestataires de services de vulgarisation peuvent les soutenir dans cette tâche. Dans ce cas de figure, les petits exploitants et les petites exploitantes devront être en mesure – ou qu'on leur donne la possibilité – de payer pour ces services ; un vrai marché des services de vulgarisation devra exister ou pouvoir être créé.

Un résultat positif de l'affaiblissement des organismes de vulgarisation du secteur public tient dans le fait que de nombreux agriculteurs commerciaux sont prêts et disposés à payer, pour une part au moins, les coûts des services dont ils ont besoin. Cela implique que les services financés par le secteur public (mais souvent fournis par le secteur privé) doivent se concentrer plus directement sur les biens publics et sur les objectifs politiques en matière de lutte contre la pauvreté, de gestion de l'environnement et de sécurité alimentaire des ménages. On peut fournir des ressources financières par le biais de bons, de nouveaux systèmes de paiement des téléphones cellulaires, un gamme de fonds et d'autres mécanismes financiers pour que les pauvres puissent ensuite passer un contrat avec les services publics ou ceux du secteur privé, susceptibles de répondre au mieux à leurs demandes.

L'expérience a montré que l'établissement d'une vulgarisation déterminée par la demande implique beaucoup plus que la seule commercialisation. Le fait d'investir dans les capacités des organisations de producteurs pour leur permettre de formuler leurs demandes et de solliciter les services peuvent également rendre les prestataires de services de vulgarisation plus responsables. L'efficacité de la demande est directement liée au pouvoir et à la capacité financière de payer pour les services. Il faut que les producteurs soient représentés au sein des structures responsables de la prise de décision des organisations de recherche appliquée, des structures de vulgarisation et des différentes plates-formes locales responsables de la planification et de l'établissement des priorités des investissements. Les organisations de producteurs pourraient également développer des capacités leur permettant de répondre directement aux besoins des agriculteurs en dirigeant et en fournissant elles-mêmes les services de vulgarisation. Ceci n'est pas uniquement important aux niveaux local et national. Les organisations régionales de producteurs expriment également les demandes des agriculteurs au niveau transnational, là où les structures politiques comme le PDDAA définissent de plus en plus souvent les cadres du niveau macro pour le soutien au développement rural.

L'orientation vers le marché est liée au développement de la filière dans son ensemble. Les marchés sont en demande de nouvelles variétés, races et transformations, mais les technologies ne sont qu'un aspect de cette évolution. Le développement de la filière pourrait nécessiter une meilleure efficacité dans la communication et la facilitation des relations entre acteurs, une assistance pour l'apprentissage interactif et une collaboration efficace entre une vaste gamme d'acteurs au sein de la filière. Le rôle de la vulgarisation dans le soutien de l'orientation vers le marché dans ces plates-formes pourrait ainsi être d'encourager un dialogue dans lequel les parties prenantes se réunissent pour négocier et pour se construire un capital social, ce qui nécessitera souvent d'apporter une formation dans les compétences de négociation et de préparation de contrats. En effet, le capital social est souvent l'élément le plus important dans le développement du marché. En augmentant la transparence et les échanges, la vulgarisation peut apporter une contribution de taille à la création de la confiance, en particulier pour ce qui est de l'intégration des agriculteurs pauvres dans le développement du marché sur un pied d'égalité.

De la coopération pour le développement à la commercialisation durable¹³

Le Kerala Horticultural Development Programme (KHDP – Programme de développement de l'horticulture au Kerala) a été établi en tant qu'organisation autonome dans l'état du Kerala (Inde) en 1992. Le but du KHDP était d'augmenter et de stabiliser le revenu des petits producteurs de fruits et légumes par le biais de la création d'une nouvelle organisation ayant un personnel professionnel possédant des compétences dans l'agriculture, dans la gestion commerciale et dans le travail social. Reconnaisant le besoin d'élaborer des solutions technologiques en faveur des agriculteurs, le KHDP a initialement financé la recherche. Au début, au cours des premières années, le KHDP a découvert qu'il aurait dû encourager le développement d'organisations de producteurs, tant pour favoriser la promotion de nouvelles technologies et de compétences participatives que pour aider les agriculteurs à avoir accès au crédit et à renforcer leur pouvoir de négociation par le biais de la commercialisation collective. Lorsque les financements externes ont pris fin, le KHDP s'est réorganisé et a été enregistré en 2001 sous l'appellation de Vegetable and Fruit Promotion Council Kerala (Conseil pour la promotion des légumes et des fruits du Kerala), afin de fournir un soutien continu aux producteurs. Les groupes autonomes de producteurs possèdent la moitié des actions de la société tandis que le gouvernement et les organismes de l'État, comme les banques et les instituts de recherche, possèdent l'autre moitié.

4.2. Les réponses de la vulgarisation aux besoins du marché

Les marchés sont le moteur du développement agricole, ce qui suggère que les changements technologiques et organisationnels sont, dans la plupart des cas, déterminés par des efforts destinés à améliorer la participation aux marchés. C'est pourquoi, au cours des dernières années, la vulgarisation a progressivement dépassé son rôle antérieur de transfert des technologies pour s'engager davantage dans la facilitation, l'assistance et la médiation au sein des filières commerciales.

Les demandes du marché changent rapidement et deviennent plus exigeantes. L'augmentation de la fourniture de services de vulgarisation répondant aux besoins du marché est essentielle si l'on

¹³ Sulaiman, R. 2008. Sector paper on knowledge generation and management. FAO, New Delhi.

veut que les producteurs pauvres et les entrepreneurs ruraux disposent des connaissances et des informations nécessaires pour relever ces défis. Une vulgarisation de qualité répondant aux besoins du marché requiert ainsi de regarder au-delà des possibilités du marché qui existent actuellement pour se concentrer davantage sur l'assistance à fournir aux agriculteurs pour qu'ils soient compétitifs dans les marchés de l'avenir. Les approches répétitives sont nécessaires pour aider les clients à s'adapter à l'éventail de facteurs qui peuvent avoir un impact sur les marchés agricoles, allant du changement climatique à la dominance croissante des supermarchés et des filières mondiales d'approvisionnement.

L'orientation vers le marché requiert l'orientation vers la filière, ce qui, à son tour, implique que la vulgarisation doit satisfaire les besoins d'un éventail d'acteurs – et non seulement des agriculteurs. La vulgarisation doit s'occuper du développement économique et de l'habilitation au niveau local, et pas seulement de l'agriculture. En effet, pour avoir une vulgarisation répondant aux besoins du marché, il faut s'assurer que des acteurs divers soient en mesure de collaborer entre eux. Par exemple, si des commerçants ou des marchands d'intrants veulent investir dans un produit spécifique, ils devront probablement fournir des conseils aux agriculteurs sur les variétés et sur les méthodes de plantation. Les autres acteurs de la filière qui fournissent des conseils aux agriculteurs sur ce qu'ils veulent vendre (intrants) ou acheter (produits agricoles) ont également besoin de comprendre les technologies associées pour pouvoir promulguer leurs conseils. Ces autres acteurs du marché ont également besoin d'accéder à la vulgarisation. Une approche si large des programmes de la vulgarisation peut faire l'objet d'une controverse. Elle soulève en effet des questions sur le fait de savoir si la vulgarisation est uniquement de « l'aide aux agriculteurs » ou s'il faut donner des conseils à des parties prenantes différentes afin de contribuer au développement de l'économie rurale (et ainsi, aux moyens d'existence en milieu rural). Une vraie approche filière nécessite que l'on investisse dans la facilitation et la médiation afin d'aborder les contraintes et les goulets d'étranglement qui se posent à l'accès au marché. Le fait de s'occuper uniquement de l'assistance aux agriculteurs risque de ne pas être très efficace, si le reste de la filière ne fonctionne pas bien.

La formation des commerçants d'intrants pour améliorer les services de conseil aux agriculteurs¹⁴

Le National Institute of Agricultural Extension Management (MANAGE – Institut national pour la gestion de la vulgarisation agricole) en Inde a lancé, en 2003, un nouveau programme de formation pour les fournisseurs d'intrants et a déjà donné des cours de formation à plus de 1 500 commerçants. L'objectif est de créer des partenariats solides entre les secteurs public et privé, pour que les agriculteurs reçoivent des services de conseil techniques clairs et à jour de la part des fournisseurs d'intrants. Les commerçants suivent des cours de formation axés sur les recommandations courantes concernant les cultures spécifiques de leurs districts respectifs et ils développent une relation de travail avec les experts et les chercheurs présents dans leur district. En bref, lorsqu'on demande à ces commerçants des renseignements sur un nouveau problème auquel font face les agriculteurs, ils savent qui appeler pour la vulgarisation, l'université agricole gouvernementale ou un centre de recherche voisin. Outre l'apprentissage des compétences techniques pertinentes, ils

¹⁴ Swanson, B. et Rajalahti, R. 2009. Strengthening Agricultural Extension and Advisory Systems: Procedures for Assessing, Transforming, and Evaluating Extension Systems. Document de travail 44 Agriculture et développement rural. Banque mondiale, Washington, D.C.

apprennent également à communiquer de façon plus efficace avec les agriculteurs et leur fournir ainsi des informations à jour. Enfin, ils étudient les questions d'éthique et d'autres questions nécessaires pour diriger une entreprise de façon efficace et pour créer avec les clients agriculteurs une relation où tout le monde y gagne.

Les prestataires des services de vulgarisation du secteur public sont à présent souvent mal équipés pour relever les défis de la vulgarisation répondant aux besoins du marché. Il arrive désormais que les fournisseurs d'intrants et les transformateurs donnent des cours de formation aux agents de vulgarisation et non pas le contraire. Les supermarchés se mettent aussi à exercer des pressions sur les transformateurs et sur les commerçants pour qu'ils engagent des conseillers (pour eux-mêmes et pour les agriculteurs à qui ils achètent les produits) afin de s'assurer que les produits en vente satisfont les normes de qualité et de sécurité. La domination de la vulgarisation répondant aux besoins du marché par des acteurs du secteur privé est peut-être inévitable, mais il est important de souligner qu'il ne s'agit pas d'une solution positive pour tous les agriculteurs ou pour toutes les régions. Ces services sont généralement inégaux et réservés aux zones ayant des potentialités élevées avec des infrastructures de qualité. L'accès à ces services se termine souvent à la fin de la route goudronnée.

Au cours des dix dernières années, de nombreux efforts ont été faits pour développer une orientation vers le marché plus efficace au sein des services de vulgarisation, souvent sous la forme de « projets pilotes ». Bon nombre de ces projets sont plus « orientés vers la commercialisation » (un soutien direct pour porter les produits aux marchés) que « vers le marché » (le développement des capacités des acteurs de la filière pour qu'ils traitent, eux-mêmes, avec les marchés). Les leçons apprises de ces projets sont potentiellement précieuses, mais la durabilité des projets est généralement faible. Plus important, on n'a pas entrepris assez d'efforts pour les adapter à une augmentation d'échelle afin de convaincre les hommes politiques et les décideurs à investir les faibles ressources publiques dans ces projets. Les agents ont également besoin d'un accès régulier aux conseils afin de pouvoir garantir la qualité de la vulgarisation répondant aux besoins du marché. La formation ad hoc, souvent définie comme le « renforcement des capacités », n'est pas un substitut suffisant au soutien technique continu dont les agents de vulgarisation ont besoin pour maintenir leurs capacités en phase avec les marchés et les normes. Ils ont besoin de savoir de quoi ils parlent au cas où un marché s'écroule ou si les consommateurs développent une préférence pour de nouveaux produits alimentaires. Avant tout, ils ont besoin des compétences nécessaires pour savoir comment renforcer les capacités des agriculteurs et des entrepreneurs locaux pour qu'ils soient en mesure de prendre des décisions averties sur la possibilité de s'engager ou de ne pas s'engager dans les marchés.

La nécessité d'ancrer les engagements de la vulgarisation répondant aux besoins du marché au plus haut niveau, est à présent plus importante que jamais, en raison de l'attention croissante que la sphère internationale porte à la capitalisation des potentialités de l'aide au commerce en tant que moteur du développement. On s'attend à ce que le développement soit tiré par l'accroissement du commerce international, ceci aura des répercussions sur toute la filière commerciale, surtout si l'on veut que l'aide au commerce réduise la pauvreté. La plupart des agriculteurs pauvres, surtout les femmes, doivent surmonter des obstacles énormes avant de pouvoir tirer avantage des opportunités fournies par les marchés importants. La vulgarisation n'est pas une panacée pour surmonter ces obstacles, mais elle est un des rares outils disponibles pour réduire les seuils à franchir si l'on veut

obtenir un accroissement de la participation au commerce et aux marchés dans leur ensemble. Une meilleure prise de conscience parmi les décideurs des difficultés auxquelles fait face une vulgarisation répondant aux besoins du marché permettrait également de comprendre comment l'aide au commerce peut contribuer à la réduction de la pauvreté rurale et si elle peut le faire.

Mace Foods au Kenya¹⁵

Mace Foods est une société privée à responsabilité limitée (entreprise commune kényane, italienne et allemande) lancée en 2002 et dont le siège est à Eldoret, au Kenya. De plus, Mace Foods Europe Ltd. de Wuppertal, en Allemagne, gère toutes les ventes et les activités de commercialisation. Grâce à ce lien avec l'Union européenne (UE), Mace Foods a rapidement augmenté la production, la transformation et l'exportation de piment en poudre et d'autres produits horticoles séchés l'Allemagne, l'Italie et d'autres pays européens. Pour élargir ses exportations, elle a progressivement augmenté sa base de production. Avant cette augmentation, Mace Foods avait seulement deux agents de vulgarisation qui fournissaient des services de conseil à un petit groupe d'agriculteurs sous contrat. Pour augmenter la production, Mace Foods avait besoin d'un autre millier d'agriculteurs produisant des piments selon les normes européennes.

Le Kenya Horticulture Development Programme (KHDP – Programme de développement de l'horticulture au Kenya), financé par USAID, a fourni un spécialiste de vulgarisation à temps plein et a convenu de partager les coûts des salaires de 20 autres techniciens agricoles qui, à partir de 2004, ont suivi des cours de formation sur les techniques de production recommandées. Ce spécialiste a travaillé en étroite collaboration avec chaque technicien pendant un an et le KHDP a payé 50 pour cent du salaire de chaque technicien. A la fin de cette phase de « formation », Mace Foods a assumé le coût total de ces techniciens. Au cours de cette phase initiale, 1 000 agriculteurs sélectionnés ont été organisés en groupes de producteurs, ils ont ensuite suivi des cours de formation et ont été intégrés au programme de fournisseurs de Mace. En 2008, 5 000 agriculteurs kényans produisaient des piments et d'autres produits horticoles d'exportation pour les marchés européens. Le KHDP a également travaillé en étroite collaboration avec la Kenya Seed Company (Société kényane des semences) pour développer une source durable de semences hybrides pour la variété de piment requise par Mace Foods Europe. Kenya Seed est à présent le fournisseur commercial de cette semence pour Mace Foods.

4.3. La vulgarisation déterminée par la demande

Au cours des dernières années, on a compris de façon différente quelles étaient les bases de responsabilisation, de l'autonomisation et du développement déterminé par la demande et, par conséquent, celles de la vulgarisation déterminée par la demande. Par le passé, on était principalement concentré sur les méthodes participatives. Si ces méthodes sont encore sans doute nécessaires, il

¹⁵ Swanson, B. et Rajalahti, R. 2009. Strengthening Agricultural Extension and Advisory Systems: Procedures for Assessing, Transforming, and Evaluating Extension Systems. Document de travail 44 Agriculture et développement rural. Banque mondiale, Washington, D.C.

est à présent largement reconnu qu'elles ne sont que des outils qui, pour être efficaces, doivent faire partie de structures institutionnelles, de procédures organisationnelles et de mécanismes financiers plus élargis grâce auxquels la voix des utilisateurs peut être écoutée et les prestataires des services de conseil et de vulgarisation deviennent crédibles envers leurs clients. Cette écoute et cette crédibilité n'émergeront que si les clients ont un choix de prestataires de services et s'ils peuvent payer pour ces services. Le monopole de la fourniture de services par les organismes du secteur public doit donc être brisée si l'on veut que la demande soit en mesure de piloter la vulgarisation.

Le capital social est la base de responsabilisation et de l'autonomisation. Les organisations de producteurs ont les potentialités nécessaires pour solliciter les demandes de leurs membres et pour exercer une pression sur les organismes de vulgarisation et sur le système politique. Les organisations de producteurs peuvent même fournir les services ou passer directement des contrats pour ces services. Même si une organisation de producteurs reconnaît que ses membres ont besoin d'un accès permanent aux informations et aux conseils, et qu'elle est responsable de la garantie d'accès à ces services, elle peut ne pas disposer des structures et des moyens appropriés pour exprimer ces demandes. La confiance et la compréhension sont nécessaires si l'on veut obtenir une relation constructive avec la vulgarisation, ce qui requiert des investissements dans des plates-formes permettant aux organisations de producteurs et aux agents de vulgarisation de discuter de leurs rôles respectifs. Afin d'augmenter la responsabilité de la vulgarisation envers les agriculteurs et leurs organisations, des investissements sont également nécessaires dans le renforcement des capacités des organisations de producteurs pour qu'elles comprennent le fonctionnement de la vulgarisation et la présentation de leurs demandes. Pour réaliser ce projet, les rôles des acteurs des secteurs public et privé dans les systèmes d'innovation doivent être clairs et transparents. Cette transparence, cette prise de conscience et ce renforcement des capacités sont des composantes fondamentales de toute initiative visant à augmenter les capacités des organisations de producteurs à obtenir des services de conseil et de vulgarisation adéquats.

Une première étape vers la vulgarisation déterminée par la demande consiste à s'assurer que les agriculteurs se sentent en mesure d'exprimer leurs préoccupations, ce qui nécessite que les prestataires de services montrent leur disponibilité à écouter et à répondre à ces demandes. Dans de nombreux pays, l'héritage du passé a rendu les agriculteurs passifs, indifférents ou reconnaissants pour n'importe quel service reçu et mal préparés à exprimer leurs demandes. Une des raisons pour lesquelles les agriculteurs ne sont parfois pas en mesure d'exprimer leurs demandes est leur sentiment d'impuissance face aux exigences croissantes que les acteurs du marché leur imposent. Pour que la vulgarisation soit davantage déterminée par la demande, les prestataires de services doivent comprendre et respecter l'ensemble complexe de pressions auxquelles sont confrontés les agriculteurs. Les attitudes des agriculteurs ainsi que des agents de vulgarisation doivent changer.

Comme il est indiqué ci-après, les systèmes de financement de la vulgarisation sont probablement les moyens les plus puissants pour rendre les prestataires de services crédibles envers leurs clients et pour convaincre les agriculteurs qu'ils peuvent les contrôler. Les structures adéquates de financement (par exemple des systèmes de bons et des fonds pour le conseil gérés par les organisations de producteurs) peuvent créer un marché des services qui est le pilier primordial de la confiance entre les prestataires de services et leurs clients.

4.4. Approches et méthodes pour promouvoir la vulgarisation déterminée par la demande

Les Champs-écoles (Farmer Field Schools - FFS) ont repoussé les frontières des méthodes participatives, déterminées par la demande. Ils constituent une approche participative d'apprentissage, de développement des technologies et de diffusion basée sur les principes de formation des adultes. Des groupes composés de 20-25 agriculteurs se rencontrent d'habitude avec le facilitateur une fois par semaine dans le cadre informel de leur environnement. L'approche des Champs-écoles est une méthode interactive et pratique de formation et permet aux agriculteurs d'être leurs propres experts techniques sur les principaux aspects des systèmes agricoles locaux. Elle présume que les agriculteurs disposent déjà d'une mine de connaissances. On apprend aux agriculteurs à faire leurs propres recherches, diagnostics et analyses des problèmes et à trouver des solutions. En Afrique, l'expérience montre que les Champs-écoles sont particulièrement adaptés pour accroître le capital social de groupes d'exploitantes qui sont largement exclues de la programmation ordinaire de la vulgarisation et des organisations de producteurs.¹⁶

D'autres exemples de méthodologies ayant la potentialité de renforcer la participation et la demande de services sont les cercles d'étude des agriculteurs (Farmer Study Circles – FSC) qui sont mis en œuvre par l'intermédiaire des organisations de producteurs dans des groupes plus petits, et le cycle de facilitation (FC – Facilitation Cycle) qui a été appliqué en tant que projet pilote dans le service de vulgarisation en Zambie. Les FSC sont basés sur l'étude, au sein des groupes d'agriculteurs, de matériels de leur choix élaborés pour résoudre des questions spécifiques à leurs systèmes agricoles et fournis par leur organisation de producteurs à un niveau plus élevé. Le FC de la vulgarisation en Zambie vise à faciliter la formulation des demandes et la planification des actions dans des groupes, suivis par des conseils proposés aux ménages. On apprend aux agriculteurs à faire leur propre recherche de marché, l'identification des opportunités, la planification des actions, l'évaluation des besoins, la mobilisation des ressources, la mise en œuvre et l'évaluation. Le FC est complété par l'approche fondée sur le ménage (Household Approach) qui concerne le suivi individuel et l'engagement de tous les membres de la famille, y compris les femmes et les jeunes. Cette approche assure la mise en place réelle au niveau de l'exploitation de la formation réalisée dans les groupes. De plus, selon, une étude sur les rapports entre les hommes et les femmes, cette méthodologie a eu des résultats extraordinaires en termes d'équité, dans la capacité à formuler les demandes et à profiter des avantages, résultats qui ont été attribués au suivi intensif et qui engage toute la famille au sein du ménage.¹⁷

Les approches et les méthodes comme celles qui ont été présentées ci-dessus favorisent une participation plus active des groupes d'agriculteurs et un renforcement de leurs capacités dans l'identification des besoins, dans l'établissement des priorités et dans la demande de services appropriés. Mais les expériences internationales démontrent qu'il reste encore des défis à relever avant de pouvoir transposer à grande échelle ces interventions et méthodes, souvent très coûteuses. Même dans les situations où l'analyse de la rentabilité a indiqué des retours élevés sur

¹⁶ K. Davis, E. Nkonya, E. Kato, D. A. Mekonnen, M. Odendo, R. Miiro, J. Nkuba, et J. Okoth. Forthcoming Impact of farmer field schools on agricultural productivity, poverty, and farmer empowerment in east Africa. Monographie IFPRI. Washington, DC. IFPRI.

¹⁷ Bishop-Sambrook, C. et Wonani, C. 2008. The Household approach as an effective Tool for Gender Empowerment. A review of the Policy, Process and Impact of Gender Mainstreaming in the Agricultural Support programme in Zambia.

investissements, les ministères de l'agriculture et des finances ont hésité à financer les dépenses renouvelables, et il a été difficile de trouver un nombre suffisant d'agents de vulgarisation (des secteurs public et privé ou des ONG) possédant les compétences de facilitation adéquates. Ces innovations méthodologiques dépendent ainsi d'un changement systémique radical au sein des dispositifs d'innovation et des systèmes politiques.

Méthodes de travail avec les exploitations familiales en Afrique de l'Ouest¹⁸

En Afrique de l'Ouest, une nouvelle méthode de conseil, appelée Conseil à l'exploitation familiale, est de plus en plus institutionnalisée parmi les ONG (Bénin), les organisations de producteurs (Bénin, Guinée, Burkina Faso) et les associations de production de coton (Cameroun, Burkina Faso). Cette procédure renforce les capacités des agriculteurs à gérer leurs exploitations. Elle se base sur des méthodes participatives de réflexion collective sur les perceptions des problèmes abordés par les agriculteurs et les conseillers ainsi que sur des outils de prise de décision fondés sur les dossiers techniques et financiers afin de modifier les connaissances et créer des processus d'apprentissage. La gestion des exploitations est perçue comme un cycle composé de phases différentes : l'analyse, la prévision, l'action, le suivi, l'ajustement et l'évaluation. Les agriculteurs échangent des expériences par le biais d'une analyse conjointe des résultats obtenus et par des visites de terrain. L'objectif est de permettre à chaque agriculteur et à chaque agricultrice d'analyser sa situation, de préciser les objectifs et d'améliorer la prise de décision. La procédure utilise surtout des méthodes de groupe. Cependant, des conseils plus individualisés et complémentaires sont souvent nécessaires, surtout sur des sujets qui requièrent de la confidentialité et/ou la résolution de questions particulières comme le choix des investissements ou les décisions relatives à des changements majeurs dans le système agricole.

4.5. Le financement de la vulgarisation

Par le passé, la vulgarisation était considérée comme un bien public, était fournie par les organismes du secteur public et financée par des ressources publiques. Maintenant, ce n'est plus le cas.

- Les systèmes de vulgarisation sont à présent reconnus comme étant des systèmes qui peuvent englober un éventail de biens publics et privés.
- Les organismes publics ne sont qu'une des voies permettant aux agriculteurs et à d'autres acteurs des filières d'avoir accès aux informations.
- La disponibilité à financer la vulgarisation par des ressources publiques a (jusqu'à récemment) diminué.
- Il a été reconnu que la volonté des clients de la vulgarisation à payer pour les services était sous-estimée dans le passé.

Les déclarations grandiloquentes sur la question de savoir si les agriculteurs sont en mesure et ont la volonté de payer pour les services de vulgarisation sont fréquentes dans les débats animés en

¹⁸ Faure G., Dugué P., Beauval V. 2004. Conseil à l'exploitation familiale. Expériences en Afrique de l'Ouest et du Centre, GRET-CIRAD, Montpellier, France, 127 pp.

matière de financement de la vulgarisation. Il est évident que les agriculteurs sont habituellement beaucoup plus prêts à payer pour des services tangibles (services vétérinaires, intrants, etc.) que pour des informations, qui étaient autrefois souvent fournies de façon gratuite. La capacité et la volonté de financer la fourniture de services varient selon la localité, le groupe cible, le produit et le cadre institutionnel. Selon les contextes, les mécanismes nécessaires diffèrent. Certains principes clés sont toutefois universels pour une réforme efficace du financement de la vulgarisation.

Le premier principe est que le financement de la vulgarisation et la fourniture de la vulgarisation doivent être considérés comme deux aspects distincts. Que les services de conseil et de vulgarisation soient financés par les agriculteurs, le gouvernement ou des acteurs commerciaux, il est essentiel d'avoir un esprit ouvert pour choisir le prestataire qui devra ensuite être engagé pour fournir le service. Il arrive que les activités de vulgarisation soient financées à 100 pour cent par le gouvernement et totalement fournies par des agents privés de vulgarisation. Il existe de nombreux exemples d'organismes publics de vulgarisation qui sont « sous contrat » avec des acteurs non étatiques, par exemple des ONG, pour fournir des services mais n'ont pas été en mesure de progresser et d'assumer leurs engagements.

Un obstacle majeur à l'analyse impartiale des méthodes nécessaires pour améliorer la fourniture de la vulgarisation a été la tendance à penser que la privatisation de la fourniture devait s'accompagner de la réduction des financements étatiques. Ce constat crée des confusions car il mélange deux questions très différentes – les flux de financement et les sources de financement. Les réformes portant sur les flux de financement, là où les ressources sont mises à la disposition des agriculteurs, sont surtout un moyen pour responsabiliser les agriculteurs. L'objectif principal n'est pas la réduction des dépenses publiques. Un rôle important du GFRAS, du Forum africain d'appui-conseil africain, de la GCARD et d'autres forums en faveur de la promotion de la réforme des services de conseil, sera la clarification de cette perception erronée par le biais de l'examen et de l'essai de nouveaux mécanismes de financement public pour la fourniture non étatique des services de conseil et de vulgarisation.

Le deuxième aspect crucial de la réforme dans le cadre du financement de la vulgarisation est la nécessité de concentrer la réflexion pour comprendre comment utiliser le flux des ressources afin d'améliorer la responsabilité, l'autonomisation et la crédibilité. Les méthodes de paiement aux organismes de vulgarisation pour les services dont ils sont chargés ont un impact profond sur leur crédibilité envers les clients et sur l'incitation à fournir des services de qualité. Si les agriculteurs ou leurs organisations reçoivent directement les ressources sous forme de bons ou d'autres mécanismes, ils peuvent ensuite engager les prestataires de services qu'ils choisissent, augmentant ainsi leur pouvoir sur le système d'innovation rurale.

Le choix de la structure de financement est autant une question d'orientation vers la demande que de recouvrement des coûts des services. En effet, de nombreux plans de paiements symboliques pour les services de la part des pauvres ne créeront probablement pas de flux financiers importants en provenance des agriculteurs. L'objectif est plutôt de garantir l'appropriation des services en canalisant la responsabilité financière. L'agent de vulgarisation a besoin de sentir que c'est l'agriculteur qui est le client et non pas le donateur ou le ministère.

Les agriculteurs contractent avec les prestataires de services – le projet CORREDOR Puno-Cuzco financé par le FIDA au Pérou¹⁹

L'objectif général du Projet de développement du couloir Puno-Cuzco était d'accroître les revenus ruraux dans la région de Puno-Cuzco en soutenant le développement de micro et de petites entreprises et de stimuler les marchés des biens et des services locaux. Des concours publics (concurso) ont été organisés, au cours desquels les communautés et les groupes présentaient leurs propositions afin de gagner le financement. L'adoption de « règles du jeu » claires et transparentes garantissait le contrôle social et la confiance et la motivation nécessaires pour la participation des groupes vulnérables et marginalisés. Grâce à ce mécanisme, le financement public était directement transféré aux parties prenantes locales qui pouvaient utiliser ces ressources pour engager sous contrat l'assistance technique nécessaire. Cependant, les groupes locaux devaient également, de leur côté, investir une somme provenant de leurs ressources afin d'assurer leur appropriation des activités et de les motiver à optimiser l'impact de l'assistance technique.

Le concurso est également devenu un événement important de la vie des populations, surtout des femmes, qui ont dû apprendre à exprimer leurs opinions, leurs idées et leurs projets en public. De plus, c'était l'occasion pour apprendre des autres comment expliquer les plans d'action, les types de projets présentés et les plans pour l'avenir. Les gagnants du concours recevaient l'argent nécessaire pour engager sous contrat un assistant technique qui était sélectionné grâce à un concours public. Le fait que les experts étaient choisis par les populations elles-mêmes était considéré comme une innovation fondamentale car elle inversait les hiérarchies traditionnelles de la société et les relations de pouvoir.

Le troisième principe concernant le financement de la vulgarisation est de reconnaître que les affirmations radicales selon lesquelles les agriculteurs (surtout les agriculteurs pauvres) ont tendance à payer argent comptant pour couvrir tous les frais de la vulgarisation se sont avérées fausses. Les subventions sont nécessaires pour la fourniture des services en faveur des pauvres et pour les biens publics, comme la gestion de l'environnement. Les investissements publics dans la vulgarisation en matière de biens publics sont entièrement justifiés. En même temps, la supposition selon laquelle les pauvres ne peuvent apporter aucune contribution aux coûts des services s'est également avérée fautive. Tous les agriculteurs, riches ou pauvres, sont prêts à payer pour au moins une part des services qu'ils reçoivent, s'ils les considèrent réellement de valeur. En fait, de nombreux agriculteurs pauvres payent la totalité des frais des services de vulgarisation lorsque ces coûts sont intégrés à des ensembles de services et à des accords d'agriculture contractuelle. Les affirmations dogmatiques et inexacts sur l'impuissance des pauvres ou sur la nature « non durable » des subventions ont entravé la recherche de solutions pratiques qui responsabilisent tout en reconnaissant les limites des capacités et de la volonté de payer pour les services.

Une quatrième conclusion sur le financement est que l'intégration des coûts de la vulgarisation à des ensembles de services et de relations élargis permet de réduire les coûts de transaction et d'éviter que les agriculteurs refusent de payer pour un service qui a été traditionnellement fourni gratuitement. Plusieurs types d'information et de conseil sont souvent intégrés aux

¹⁹ Proyecto de Desarrollo del Corredor Puno-Cusco (Projet de développement du couloir Puno-Cuzco). République du Pérou: évaluation intermédiaire.

accords d'agriculture contractuelle ; dans ceux-ci, les acteurs en amont dans la filière utilisent ces informations pour gérer les risques de production pour eux-mêmes et pour les agriculteurs qu'ils ont engagés par contrat. Bien que l'agriculture contractuelle ait été mal vue par le passé, car on craignait qu'elle n'arrive pas à atteindre les pauvres, on comprend à présent qu'elle peut être un arrangement relativement durable dans lequel la vulgarisation devient une partie des structures qui font que les coûts et les risques sont partagés entre les différents acteurs de la filière. Les organisations de producteurs et la société civile (grâce, par exemple, au soutien du commerce équitable et à la certification de produit organique) sont capables de gérer certaines des différences de pouvoir susceptibles de favoriser les acteurs commerciaux mieux placés en termes d'avantages. En fait, les organisations de producteurs elles-mêmes peuvent s'engager dans des accords contractuels et dans d'autres arrangements entre leurs membres et concevoir, de façon proactive, des accords au sein des filières qui prennent en compte les risques auxquels les pauvres sont confrontés.

Services de conseil fournis par HJS Condiments au Sri Lanka²⁰

La HJS Condiments Limited au Sri Lanka est un exemple des moyens que les entreprises du secteur privé peuvent utiliser pour fournir des services efficaces de vulgarisation aux petits producteurs. En 1988, le Hayley's Group a commencé à produire des concombres et des cornichons semi-transformés pour les marchés d'outremer. A l'origine, l'entreprise elle-même a essayé de produire les concombres dans une grande exploitation commerciale, mais les responsables de l'entreprise ont découvert qu'il était plus efficace d'engager par contrat des petits exploitants pour la production de ces produits. En 1993, après avoir augmenté l'exportation de concombres vers plusieurs marchés internationaux, le Hayley Group a établi une nouvelle organisation (HJS Condiments) pour accroître la transformation à valeur ajoutée des cornichons et pour diversifier les cultures avec d'autres fruits et légumes. En 2007, la HJS Condiments travaillait avec 8 000 petits producteurs sous contrat de rachat garanti et avait un nombre similaire d'employés à temps plein qui s'occupaient de la production et de la transformation des produits. Leur production représentait 22 pour cent des exportations totales de fruits et légumes du Sri Lanka. Compte tenu du succès de ce modèle, la HJS Condiments a l'intention de continuer à accroître ses exportations de cultures horticoles, et élargira davantage ce système de vulgarisation qui s'est démontré très efficace.

La HJS Condiments engage un agent de vulgarisation agricole de terrain pour 100 agriculteurs. Au cours de la première année, lorsque les petits exploitants commencent à produire une de ces cultures d'exportation, ils reçoivent en moyenne deux visites par semaine. Une fois que les agriculteurs ont acquis les compétences nécessaires pour la production de ces cultures d'exportation à valeur élevée, les agents qui effectuent les visites de terrain continuent à contrôler la qualité des produits, mais de façon moins fréquente. Ces services de conseil sont fournis gratuitement à tous les agriculteurs qui participent au projet. De plus, la HJS Condiments garantit l'achat de tous les produits à un prix établi et fournit aux agriculteurs tous les intrants à crédit. Le recouvrement des coûts se fait au moment du règlement lorsque les produits sont livrés à l'installation de traitement.

²⁰ Swanson, B. et Rajalahti, R. 2009. Strengthening Agricultural Extension and Advisory Systems: Procedures for Assessing, Transforming, and Evaluating Extension Systems. Document de travail 44 Agriculture et développement rural. Banque mondiale, Washington, D.C.

Enfin, il est important de souligner que les questions de financement stimulent le mouvement en direction des approches-programme et l'éloignent des solutions de projet. On commence à admettre que la tendance à fournir des services de conseil et de vulgarisation par le biais de projets subventionnés avec les fonds des donateurs fait plus de mal que de bien, car elle crée des attentes irréalistes de la part des agriculteurs et l'établissement de structures de vulgarisation qui demandent des niveaux déraisonnables de financements publics pour les dépenses récurrentes. Outre les exemples évoqués ci-dessus, il existe à présent un nombre croissant de moyens visant à mobiliser les systèmes de vulgarisation de manière plus durable par le biais de la réforme du financement, comme :

- le financement par des agriculteurs de la vulgarisation pour les cultures de rente grâce à des taxes sur les récoltes qui sont ensuite affectées au réinvestissement dans la recherche et la vulgarisation;
- les prélèvements à l'importation des cultures vivrières à utiliser pour les fonds de la vulgarisation dirigée par les organisations de producteurs ;
- les primes de performance pour les agents de vulgarisation, payées par de petits groupes de producteurs qui reçoivent un service spécifique ;
- les petites contributions en nature aux agents de vulgarisation paraprofessionnels de la communauté ;
- les contributions financières des organisations de producteurs pour avoir accès aux services de vulgarisation ;
- l'intégration des coûts de la vulgarisation dans le cadre de plans d'assurance indexés qui sont subventionnés en tant que partie des mesures d'adaptation au changement climatique – en supposant que les agriculteurs qui sont en mesure de diminuer leurs risques de production puissent bénéficier de primes d'assurance moins élevées.

Le financement public d'un système privé de vulgarisation pour les agriculteurs des collines du Honduras²¹

Le Hillside Farmers Fund (FPPL – Fonds pour les producteurs des zones montagneuses) est un système de vulgarisation privé, mais financé par le secteur public, pour les petits producteurs en zone montagneuse. Le FPPL, lancé en tant que projet pilote en 1999, est sous la responsabilité du Ministère de l'agriculture du Honduras. La mise en œuvre du projet est sous-traitée de deux façons. Le Tropical Agriculture Research and Higher Education Centre (CATIE – Centre de recherche et d'enseignement supérieur d'agriculture tropicale), basé au Costa Rica avec une antenne en Honduras, est responsable de l'administration du projet. Le CATIE sous-traite ensuite la mise en œuvre des services de vulgarisation aux entreprises privées locales qui engagent leurs propres techniciens agricoles pour travailler directement avec les agriculteurs. L'équipe professionnelle du CATIE s'occupe de la promotion du programme, de l'évaluation des propositions de projet élaborées de façon conjointe par les entreprises privées et les groupes communautaires, du suivi et de l'évaluation de la mise en œuvre sur le terrain, du contrôle des aspects contractuels et de la vérification des résultats. Au cours des deux premières années, le fond a engagé 25 entreprises privées pour la mise en

²¹ Banque mondiale. 2006. Institutional innovation in agricultural research and extension systems in Latin America and the Caribbean. Banque mondiale.

œuvre de 89 projets visant 15 500 familles. Les projets sont limités à huit villages d'environ 20 familles chacun. On prévoit deux techniciens pour chaque projet; chaque technicien travaille avec quatre villages, soit 80 familles (il visite un village au moins un jour par semaine). L'entreprise privée est payée environ 27 dollars EU par famille pour la préparation de la proposition et, si la proposition est acceptée, 216 dollars EU par famille pour sa mise en œuvre pendant un an. Au cours des deux premières années de fonctionnement, les résultats du projet pilote FPPL ont été très positifs.

Les paiements des services en Chine²²

Le gouvernement chinois a testé plusieurs approches différentes pour recouvrer les coûts des services publics de vulgarisation auprès des agriculteurs. Dans le cadre du Agricultural Support Services Project (Projet de services de soutien agricole) et, pour ce qui concerne les services de vulgarisation en matière de cultures, chaque bureau régional et communal de vulgarisation a établi un Commercial Agricultural Service Centre (CASC – Centre commercial de services agricoles), essentiellement un magasin de fourniture d'intrants, près du bureau de vulgarisation agro-technique. Au CASC, les agriculteurs peuvent recevoir des services de conseil technique individualisés sur des questions comme les variétés de cultures les mieux adaptées aux conditions de croissance locales, ainsi que sur les engrais, sur la lutte contre les ravageurs et d'autres recommandations techniques. Les agriculteurs ne sont pas obligés d'acheter leurs intrants au CASC, mais ils le font presque tous car la qualité de ces intrants est garantie. Par le passé, bon nombre de petits magasins de vente au détail vendaient des intrants dilués ou défectueux, ce qui a encouragé de nombreux agriculteurs à acheter leurs intrants chez les CASC. La plupart des coûts des services de conseil sont recouverts par le biais de la vente des moyens de production et, depuis le lancement de ce nouvel arrangement financier au cours des années 90, le nombre d'agents de conseil en matière de cultures locales a augmenté pour atteindre environ 370 000 dans tout le pays.

Pour ce qui est de l'élevage, les agriculteurs chinois sont également censés payer pour des services particuliers (par exemple, l'insémination artificielle et les vaccinations). Là aussi, les coûts des services de vulgarisation sont largement recouverts par la vente de ces services. Il faut noter que cet arrangement de vulgarisation entre les secteurs public et privé ne serait pas acceptable dans la plupart des pays où les entreprises du secteur privé fournissent déjà les intrants. Néanmoins, il confirme quand même que le coût de la fourniture de services individualisés de conseil aux agriculteurs peut être recouvert avec succès grâce à la vente des moyens de production, comme le démontrent les entreprises du secteur privé dans le monde entier. Cependant, le coût des autres activités de vulgarisation qui traitent d'autres services d'information et d'enseignement (par exemple, les pratiques de gestion durable des ressources naturelles enseignées par le biais des Champs-écoles ou l'enseignement, aux différents types de ménages ruraux, des méthodes d'intensification et/ou de diversification de leurs systèmes agricoles) est plus difficile à faire financer par les petits exploitants et les petites exploitantes.

²² Swanson, B. et Rajalahti, R. 2009. Strengthening Agricultural Extension and Advisory Systems: Procedures for Assessing, Transforming, and Evaluating Extension Systems. Document de travail 44 Agriculture et développement rural. Banque mondiale, Washington, D.C.



5. La vulgarisation et l'interdépendance entre le changement climatique et la sécurité alimentaire

5.1. Vue d'ensemble

Le changement climatique est un domaine dans lequel la vulgarisation est à présent faiblement engagée, mais dans lequel les besoins et les attentes pour l'avenir sont importants. Il faut augmenter les flux d'informations et de communication entre les agriculteurs et les autres parties prenantes des systèmes agroalimentaires, si l'on veut que les agriculteurs s'adaptent aux changements des conditions climatiques qui sont déjà inévitables et si l'on veut les intégrer aux systèmes agricoles à faible émission de carbone qui seront nécessaires pour atténuer le changement climatique. Une vulgarisation dynamique est essentielle pour s'assurer que les politiques nationales, régionales et mondiales en matière d'adaptation au changement climatique et d'atténuation de ses effets sont transmises de façon adaptée aux agriculteurs et qu'elles reflètent leurs conditions et leurs préoccupations. La vulgarisation doit devenir un acteur primordial si l'on veut atteindre les synergies entre l'adaptation aux changements climatiques et l'atténuation de leurs effets car la vulgarisation peut devenir une plate-forme pour identifier la manière de rapprocher les politiques mondiales et nationales relatives aux émissions de carbone avec la capacité décisionnelle des agriculteurs, dont l'objectif est de gagner leur vie et de nourrir leurs familles. Pour apporter une contribution à cette synergie, la vulgarisation doit s'engager auprès de divers acteurs, promouvoir de nouvelles formes de développement institutionnel et fournir un ensemble différent de services que par le passé. Dans de nombreux cas (mais pas toujours), les prestataires de services de vulgarisation pour les initiatives en matière de climat seront différents de ceux qui sont impliqués dans d'autres domaines de la vulgarisation agricole.

Un aspect crucial des changements nécessaires dans le domaine de la vulgarisation visant la sensibilisation sur les questions climatiques sera une meilleure compréhension et une plus grande focalisation sur les risques. D'une certaine façon, la vulgarisation a déjà pris des initiatives visant à aborder les risques liés au climat et à la sécurité alimentaire par le biais de la distribution de semences dans les programmes de relance de l'agriculture. Un élément clé de ces initiatives est le fait de veiller à ce que la vulgarisation ne soit pas simplement un « partenaire opérationnel ». Le contact direct des organismes de vulgarisation avec les agriculteurs peut fournir une boucle de rétroactions sur l'adaptation réelle des programmes de distribution de semences ou d'autres programmes aux conditions et aux besoins des bénéficiaires de ce soutien. L'analyse de l'acceptation des programmes de vulgarisation en matière de sécurité alimentaire peut également fournir des informations sur la manière dont les agriculteurs combinent les nouvelles technologies avec leurs efforts de maintien de la diversité biologique agricole au sein de leurs systèmes d'exploitation. Cette dernière est en fait largement considérée comme une partie cruciale du développement des capacités adaptatives locales dans la gestion de la variabilité climatique.

Par le biais des activités de facilitation et de médiation, la vulgarisation peut réunir les acteurs locaux dans la négociation et dans l'établissement de la confiance requise pour l'utilisation durable des ressources individuelles au niveau des exploitations et des ressources naturelles communes,

comme les ressources hydriques, les pâturages et les produits forestiers non ligneux. De cette manière, la vulgarisation peut contribuer à la sécurité alimentaire et réduire les risques liés au climat. Elle peut également aider à gérer les conflits qui s'intensifieront probablement dans le sillage du changement démographique et environnemental mondial. Cependant, ces compétences sont rares dans le cadre des services de vulgarisation courants. L'expérience des ONG a démontré que les nouvelles compétences en matière de communication, de dialogue et de gestion des conflits pouvaient se développer au sein des organisations de vulgarisation, mais également qu'il a été difficile de les maintenir, voire de les augmenter, compte tenu des contraintes qui prévalent dans le domaine des ressources humaines.

Pour qu'elle soit en mesure de fournir ces services, la vulgarisation devra développer une collaboration solide avec d'autres acteurs que par le passé, comme les services météorologiques et les organismes environnementaux qui jouent un rôle central dans les efforts concernant l'atténuation du changement climatique et l'adaptation à ses effets. La vulgarisation peut agir en tant que canal fournissant l'information sur les conditions météorologiques, sur les nouveaux paiements pour les services environnementaux, sur les projets et les subventions pour les programmes de crédit de carbone, sur les options de production à faible émission de carbone et sur les variétés résistantes à la sécheresse et aux inondations. Ceci tout en s'assurant que la boucle de rétroaction est bien en place pour identifier les impacts du changement climatique sur les microclimats locaux, sur les différents systèmes de production, sur les marchés et enfin sur les moyens d'existence. De plus, les agents de vulgarisation, en tant que facilitateurs de l'innovation, peuvent utiliser la facilitation pour négocier avec les nouveaux acteurs différents auxquels les petits exploitants seront confrontés une fois que les initiatives d'adaptation au changement climatique et d'atténuation de ses effets seront amorcées (par exemple, les organisations qui contrôlent, établissent les rapports et vérifient les plans de séquestration de carbone, tels que la réduction des émissions provenant de la déforestation et de la dégradation des forêts et l'amélioration des stocks de carbone forestier dans les pays en développement - REDD+, les services météorologiques, etc.). Des méthodes diversifiées de communication, la collaboration avec des médias nouveaux et différents, l'utilisation élargie des TIC et les partenariats novateurs sont tous des éléments nécessaires à cette évolution. Il sera probablement nécessaire de s'engager dans un travail avec les compagnies d'assurance et d'autres fournisseurs privés de services financiers, ce qui demande une prise de conscience accrue des risques et des moyens à utiliser pour répondre aux événements extrêmes, condition préalable à la fourniture d'assurances récolte et d'autres produits de déplacement du risque indexés sur les conditions météorologiques.

Des semences aux marchés et à la sécurité alimentaire après l'ouragan Mitch²³

En 1998, après le passage de l'ouragan Mitch en Amérique centrale, il a été proclamé que la reprise rurale ne devait pas simplement être une question de reconstruction des structures qui existaient auparavant mais, au contraire, qu'elle devait être une « transformation » en matière de pauvreté et de réduction des risques. Au Nicaragua, la réponse immédiate a porté surtout sur les distributions de semences, dont certaines étaient effectuées par le biais du service public de vulgarisation et d'autres par le biais des organismes d'aide humanitaire.

²³ Christoplos, I., Rodríguez, T., Schipper, E.L., Narvaez, E. A., Bayres Mejia, K. M., Buitrago, R., Gómez, L. et Pérez, F. J. 2009. Learning from recovery after Hurricane Mitch. Disasters.

Aucune de ces distributions n'a eu un impact qu'on pourrait décrire comme transformateur. Il a fallu attendre quelques années avant de lancer une programmation plus efficace. Ces initiatives étaient principalement constituées du soutien aux capacités des organisations de producteurs, pour atteindre surtout les niches commerciales du café et d'autres produits. On a introduit des méthodes pour réduire les risques de glissements de terrain, d'érosion et de pollution, mais elles n'ont pas été largement adoptées. Les programmes répondant aux besoins du marché n'ont pas atteint de nombreux agriculteurs pauvres qui ne disposaient pas des ressources nécessaires pour entrer dans ces marchés, mais ils ont renforcé de façon efficace les capacités des membres plus nantis des organisations de producteurs à gérer l'instabilité du climat et des marchés. La disponibilité des donateurs à contribuer à ces programmes était associée aux interventions mises en œuvre en réponse à l'ouragan Mitch, mais l'inspiration des contenus venait plus de la chute des prix du café qui s'est ensuite produite.

Au cours des dernières années, l'intérêt pour la sécurité alimentaire s'est renouvelé et l'organisme public de vulgarisation s'est engagé dans la distribution aux agriculteurs d'animaux d'élevage et d'intrants. Il est trop tôt pour juger si ces nouveaux types de distributions auront un impact plus important que les distributions des premières interventions après l'ouragan. Certaines ONG signalent que les agriculteurs les plus pauvres sont de nouveau exclus car ils ne disposent pas des ressources nécessaires à la conduite de l'élevage et, probablement, du poids politique leur permettant d'avoir accès à ces programmes.

5.2. La vulgarisation et les risques liés au climat

Il est probable que la vulgarisation sera plus engagée dans l'adaptation au changement climatique que dans la réduction des émissions de gaz à effet de serre pour la simple raison que les demandes des agriculteurs seront plus portées vers le premier sujet car il affecte directement leurs moyens d'existence et même leur survie. Les interventions d'atténuation des effets du changement climatique seront (malheureusement) probablement plus concentrées sur le suivi, sur l'établissement de rapports et sur le contrôle des différents paiements pour les services environnementaux que sur la réponse directe aux demandes des agriculteurs. Il faut souligner que la vulgarisation a toujours eu un rôle à jouer dans l'aide aux agriculteurs pour qu'ils s'adaptent aux conditions climatiques changeantes et extrêmes. Les Champs-écoles et les cercles d'étude sont des approches de vulgarisation qui se sont montrées efficaces en tant que plates-formes permettant aux agriculteurs et aux autres parties prenantes rurales de se réunir pour « parler du temps qu'il fait » et de ce que cela signifie pour leurs exploitations et leurs moyens d'existence. Il est nécessaire transposer à grande échelle et d'alimenter davantage ces débats en consacrant une attention plus soutenue à l'incertitude et à la vulnérabilité qui accompagnent les situations météorologiques inhabituelles et extrêmes de plus en plus « normales ». Ces débats doivent être associés à des façons plus efficaces de « détailler » les prévisions météorologiques pour qu'elles soient utiles à des zones agro-météorologiques spécifiques.

Cette situation a des incidences importantes sur le « modus operandi » de nombreux prestataires de services de vulgarisation. Au lieu de fournir aux agriculteurs des informations et de protocoles standards sur la production basée sur des conditions moyennes, la vulgarisation doit fournir un éventail d'options et les mettre en relation avec l'information sur les prévisions et les probabilités

météorologiques saisonnières. Les agents de vulgarisation doivent changer leurs approches et passer de l'apprentissage à la promotion d'un apprentissage mutuel. Au lieu d'encourager simplement la spécialisation des méthodes de production des agriculteurs pour qu'ils soient en mesure d'accéder aux marchés commerciaux, la vulgarisation doit fournir des conseils sur les différents risques associés aux marchés et au climat permettant de retenir ou de modifier les stratégies traditionnelles de diversification de la production, qui avaient été écartées auparavant en tant « qu'aversion irrationnelle pour le risque ». Par exemple, par le passé, les organismes de vulgarisation étaient chargés de décourager la biodiversité agricole en faveur d'une plus grande spécialisation et de l'adoption de variétés à haut rendement. Un programme de vulgarisation mieux sensibilisé au climat reconnaîtra probablement que la biodiversité agricole peut représenter une stratégie efficace d'adaptation au climat. Les stratégies d'augmentation de la production basées sur l'exploitation d'une seule variété, qui réussissent bien dans des conditions météorologiques moyennes, peuvent ruiner les petits exploitants lorsque l'augmentation de la variabilité climatique diminue la fréquence des années moyennes.

Il faut que ces choix entre les stratégies de production soient alimentés et soutenus par des prévisions météorologiques saisonnières de meilleure qualité et par des conseils sur les méthodologies à utiliser afin d'associer les stratégies d'adaptation aux conditions météorologiques probables avec les stratégies d'adaptation aux opportunités et aux risques probables liés au marché. Il s'agit d'un domaine nouveau et complexe de travail pour la vulgarisation qui exigera des liens avec un large éventail d'acteurs et d'institutions. On dispose de quelques exemples sur la manière dont les agriculteurs relativement nantis accèdent déjà à ce type de conseil et comment ils les intègrent, mais, jusqu'à présent, l'expérience dans la transmission de ce débat au sein des initiatives de vulgarisation en faveur des petits exploitants reste faible. Il est probable que, dans un avenir proche, il y aura de grands investissements dans l'augmentation de la qualité et de la quantité des informations météorologiques, mais moins d'attention a été consacrée pour savoir si et comment ces investissements pourront soutenir les agriculteurs dans leur prise de décision. Les informations sur les conditions météorologiques attendues devront être associées aux conseils sur le type de cultures et de variétés appropriées dans ces conditions nouvelles et variables, et au dialogue entre les agriculteurs, les commerçants, les transformateurs et les consommateurs pour savoir si des marchés accepteront, ou n'accepteront pas, ces denrées alimentaires. Pour que ces informations soient utiles, la vulgarisation sera chargée d'une fonction importante de médiation car les météorologues ne connaissent généralement pas les délais nécessaires aux agriculteurs et aux fournisseurs d'intrants pour avoir accès aux variétés alternatives et pour les cultiver (ou, peut-être, pour décider de ne pas les planter du tout si on s'attend à des risques très élevés).

Les informations sur le climat, un nouveau défi pour la vulgarisation

Une série d'initiatives sont en cours pour augmenter la quantité et la qualité des informations climatiques et météorologiques et pour détailler la nature de ces informations afin de les rendre plus pertinentes avec la prise de décision des agriculteurs. L'Organisation météorologique mondiale a été sollicitée pour la création d'un Cadre mondial pour les services climatologiques comprenant des initiatives comme Weather Info for All (Informations météorologiques pour tous) (<http://www.ghfgeneva.org/OurWork/PracticalAction/WeatherInfoforAll/tabid/359/Default.aspx>), dirigée par le Forum humanitaire mondial, sous la direction de Kofi Annan. Le Forum réunit les scientifiques, les acteurs du secteur privé engagés dans les technologies

météorologiques et de téléphonie mobile et les services météorologiques nationaux afin de fournir des informations de meilleure qualité aux agriculteurs en Afrique sur la météo attendue au cours des jours et de la saison à venir.

Mais qu'est-ce qu'une information météorologique « de meilleure qualité » ? Les défis à relever sont énormes pour s'assurer que les informations parviendront aux agriculteurs, aux fournisseurs d'intrants et à la vulgarisation assez tôt pour que les producteurs puissent prendre les bonnes décisions, pour soutenir les différents acteurs de la filière dans l'interprétation des probabilités complexes de ces prévisions, et pour décider les variétés à planter, le moment approprié de planter, les méthodes à utiliser pour appliquer les engrais, etc. Les exemples d'initiatives en matière d'informations sur le climat ayant été très efficaces parmi les agriculteurs nantis aux Etats-Unis, en Australie et en Argentine sont nombreux, mais à part quelques petits projets pilotes dirigés par des chercheurs, les expériences ayant fait leurs preuves dans la fourniture durable de ce genre de services aux petits exploitants sont rares. Des exemples couronnés de succès existent surtout dans le cadre de projets communautaires plus élargis d'adaptation au climat. Ces projets ont mis en exergue l'importance de la vulgarisation, mais également les défis à relever pour trouver des façons durables d'engager à long terme les prestataires de services dans ces tâches.²⁴ Le rôle de la vulgarisation et de la communication (ainsi que de la recherche appliquée) dans l'adaptation au changement climatique et la question du renforcement des capacités des organisations et des agents de vulgarisation pour la gestion de ces nouvelles fonctions sont un terrain largement inexploré.

5.3. La vulgarisation et les futures opportunités sobres en carbone

A bien des égards, il est trop tôt pour définir le rôle de la vulgarisation dans l'atténuation des effets du changement climatique. Les signaux selon lesquels les agriculteurs pourraient commencer à recevoir des niveaux considérables de paiements pour les services environnementaux qu'ils fournissent, sont importants. En fait, ils pourraient même être payés pour maintenir les systèmes agricoles à faible apport d'intrants qui étaient auparavant découragés. L'agriculture à faibles émissions de carbone pourrait également entraîner des modifications des systèmes de production courants par le biais, par exemple, des méthodes de travail minimum du sol et de l'agriculture biologique. Il est à présent généralement reconnu que la société a une dette envers les agriculteurs qui payent (et vraisemblablement subventionnent) ces activités. Il n'existe toutefois pas encore de vrai consensus sur la manière d'entreprendre ces paiements à grande échelle requise et également sur la manière d'aborder les questions de sécurité alimentaire nationale et mondiale là où les mesures d'atténuation font diminuer les niveaux globaux de production.

Les préoccupations concernant les émissions de gaz à effet de serre pourraient avoir un impact négatif direct sur le commerce agricole. Les agriculteurs des pays à revenu faible et intermédiaire sont en train de perdre l'accès aux marchés en raison des initiatives destinées à atténuer les effets du changement climatique, car les consommateurs des pays plus riches sont encouragés à éviter les produits qui requièrent des transports sur de longues distances. La vulgarisation ne peut pas changer cette situation, mais, grâce à la fourniture de conseils sur les différentes formes de certification, les

²⁴ Ensor, J. et Berger, G. 2009. Understanding Climate Change Adaptation. Practical Action Publishing. Rugby.

organismes de vulgarisation peuvent aider les agriculteurs à démontrer les qualités respectueuses de l'environnement de leurs produits et atténuer ainsi quelques-uns des impacts négatifs des initiatives d'atténuation.

Un autre domaine où des activités importantes de vulgarisation sont nécessaires pour contribuer à l'atténuation des effets du changement climatique est celui de l'information des agriculteurs sur les nouvelles structures de réglementation et de certification relatives à la production biologique, sur les paiements associés au REDD+ et sur d'autres mécanismes qui seront prochainement créés. La vulgarisation peut améliorer la sensibilisation sur les méthodes à utiliser pour minimiser les impacts sur l'environnement, pour optimiser la séquestration du carbone et réduire ainsi les coûts que les agriculteurs doivent supporter pour s'adapter aux nouveaux cadres réglementaires. Il est important de noter, toutefois, que la vulgarisation risque de se voir confier des responsabilités inappropriées de suivi et même d'application de ces règlements. Ceci pourrait sérieusement nuire à la confiance qui doit exister entre les prestataires de services et leurs clients.

Enfin, il existe des synergies potentielles entre l'adaptation au changement climatique et l'atténuation de ses effets. La vulgarisation agricole peut jouer un rôle important dans l'obtention de ces synergies. Les alternatives à faibles émissions de carbone pour l'agriculture peuvent réduire les risques en diminuant la dépendance aux apports de capitaux sous forme de produits chimiques agricoles ; elles peuvent également réduire la pression sur des ressources hydriques mises de plus en plus à rude épreuve. Certaines méthodes et mesures agricoles de travail minimum du sol permettant de rétablir les terres dégradées peuvent réduire les émissions ainsi que le ruissellement, les inondations, l'érosion et les risques de glissement de terrain en cas de pluie intense ou de sécheresse. Les méthodes agricoles qui augmentent le stockage du carbone peuvent également améliorer la rétention de l'humidité. La certification pourrait justifier un supplément de prix sur les produits qui s'adaptent mieux à la variabilité climatique, mais qui seraient autrement peu attractifs en raison d'une productivité plus faible. Dans tous ces domaines, la vulgarisation a un rôle important à jouer en informant les agriculteurs sur les changements dans les paquets de mesures incitatives pour les différents choix en matière de production agricole.

5.4. La vulgarisation et la sécurité alimentaire

Les initiatives de vulgarisation portant sur la sécurité alimentaire sont essentiellement classées en deux catégories. La première est la promotion de l'augmentation de la production de nourriture et la réduction des pertes de produits alimentaires afin de garantir la disponibilité des aliments à des prix raisonnables. L'autre catégorie est l'encouragement de la création de moyens d'existence supplémentaires afin de garantir le droit et l'accès à l'alimentation. L'attention soudaine consacrée à la sécurité alimentaire et aux approvisionnements alimentaires qui a vu le jour en 2008 était principalement due aux préoccupations relatives à la disponibilité globale et à la stabilisation des prix. Il est important de noter, toutefois, que le défi de la production alimentaire n'est, à bien des égards, que la pointe de l'iceberg par rapport à la nécessité sous-jacente qui s'impose à la vulgarisation, c'est-à-dire de contribuer à la création d'un environnement propice aux moyens d'existence qui fourniront le droit à l'alimentation aux ruraux pauvres.

La vulgarisation a été le maillon manquant dans de nombreuses initiatives en matière de sécurité alimentaire. Elle représente une composante essentielle dans les efforts visant à promouvoir la sécurité alimentaire, tant au niveau des ménages qu'au niveau national, mais les plans pour des activités de vulgarisation dans le cadre des programmes de sécurité alimentaire ont eu tendance à consacrer une attention insuffisante par rapport à ce que l'on avait appris en matière de systèmes pluralistes déterminés par la demande. Dans de nombreuses initiatives en matière de sécurité alimentaire, on s'attend à ce que les organismes de vulgarisation du secteur public promeuvent fortement les nouvelles technologies auprès des agriculteurs, sans consacrer l'attention nécessaire aux capacités des services à entreprendre ces tâches ou à l'impact de ces approches sur les efforts visant à responsabiliser davantage la vulgarisation envers les agriculteurs et à la rendre plus pertinente du point de vue commercial. Ces programmes utilisent généralement les organismes de vulgarisation pour distribuer des intrants choisis ailleurs, sans prendre en considération la nécessité de vérifier si ces intrants sont adaptés aux différents microclimats, aux systèmes agricoles, aux rôles des hommes et des femmes et aux marchés. Il existe également un risque que ces projets sapent la préservation de la biodiversité agricole cruciale pour la sécurité alimentaire des ménages dans un climat de plus en plus variable et incertain. Toutes ces questions pourraient avoir des impacts négatifs sur les agriculteurs et sur la confiance entre les agents de vulgarisation et leurs clients.

Cela ne signifie pas que la vulgarisation ne doit pas être engagée dans les initiatives en matière de sécurité alimentaire. Au contraire, la vulgarisation est nécessaire pour contribuer à la gestion de ces initiatives ainsi que pour les confronter avec la réalité quant à la cohérence des modalités utilisées en faveur de la sécurité alimentaire par rapport aux besoins perçus par les agriculteurs et aux impacts sur la commercialisation, sur les risques et sur les moyens d'existence des ruraux pauvres. Le soutien aux nouvelles initiatives en matière de sécurité alimentaire doit être éclairé par les leçons apprises au cours des dernières décennies quant à la durabilité des initiatives en faveur du développement rural d'une manière plus générale. Le rôle de la vulgarisation, lorsqu'elle aborde la sécurité alimentaire, est une combinaison des fonctions suivantes :

- aborder l'insécurité chronique à long terme par le biais de l'amélioration de la production ;
- aborder la question des pertes en aliments provoquées par le manque de technologies et d'installations garantissant un stockage approprié ;
- accroître les capacités d'adaptation aux événements climatiques extrêmes et aux conflits par le biais du soutien à la relance agricole et aux initiatives de réduction des risques ;
- augmenter l'emploi et les revenus ruraux pour que les denrées alimentaires soient plus abordables ;
- intervenir en cas de « seuils critiques » lorsque les changements climatiques, démographiques ou du marché mettent les anciens systèmes agricoles en échec.

Une attention considérable a été consacrée aux quatre premiers aspects, mais la question de l'intervention en cas de « seuils critiques » n'a pas encore été mise en exergue. On reconnaît à présent que, en raison du changement climatique, bon nombre des produits de base et des cultures de rente ne seront plus viables à l'avenir dans les régions où ils sont actuellement cultivés. Les préférences des consommateurs, le protectionnisme et les dispositions strictes sur la qualité et sur la sécurité sanitaire des aliments empêchent de façon drastique l'accès aux marchés traditionnels. De nombreuses régions devront évoluer vers des systèmes de production et des moyens d'existence complètement différents. Il s'agit d'un domaine nouveau et ambitieux où la recherche et la vulgarisation, pour être efficaces, doivent travailler ensemble. Des

changements systémiques généraux seront nécessaires, ce qui demande une collaboration entre les différentes échelles et les différents secteurs. La vulgarisation doit faire partie de ces acteurs, car les perspectives et des capacités uniques qui la caractérisent lui permettent de contribuer à relever ces défis apparemment écrasants.

L'enseignement le plus important est peut-être que, sans la vulgarisation (et surtout, sans des politiques et une programmation bien conçues), les initiatives en matière de sécurité alimentaire risquent de pas atteindre les populations qui sont le plus en situation d'insécurité alimentaire. Paradoxalement, ces populations pourraient ne pas avoir les terres, les ressources hydriques, la main-d'œuvre et les ressources en capital nécessaires pour bénéficier du soutien en matière de sécurité alimentaire qui a été conçu avec l'objectif premier d'augmenter la production alimentaire. Ce risque est particulièrement élevé pour les nombreuses initiatives en matière de sécurité alimentaire construites autour de la programmation des semences.

Qu'est-ce qui est mieux pour les populations en situation d'insécurité alimentaire – les initiatives en matière de sécurité alimentaire ou la diversification ?²⁵

En Inde, avant l'institutionnalisation des ATMA au niveau des districts, le système de vulgarisation agricole se concentrait surtout sur le transfert de technologies pour accroître la productivité et la production globale des cultures vivrières de base nécessaires à la sécurité alimentaire nationale. Les questions relatives à l'augmentation du revenu rural par le biais de la production et de la commercialisation des cultures horticoles à valeur élevée, des animaux d'élevage, des poissons et d'autres produits alimentaires n'étaient pas considérées comme entrant dans les activités de la vulgarisation. Cependant, un des objectifs principaux du projet NATP était d'augmenter le revenu rural et d'améliorer les moyens d'existence ruraux, surtout parmi les petits exploitants et les petites exploitantes. Par conséquent, la création des ATMA au niveau des districts, en utilisant un processus de planification ascendant et en intégrant à la fois la recherche et les directions générales des ministères, a été conçue pour que les activités de vulgarisation se concentrent de nouveau sur les intérêts relatifs aux moyens d'existence des petits exploitants et des petites exploitantes. Le passage d'une politique de sécurité alimentaire à une stratégie concentrée sur la diversification agricole visant à augmenter le revenu agricole et l'emploi rural comporte des risques implicites pour les ménages des petits exploitants qui devraient tirer des avantages de cette approche. Dans chaque district, le directeur de l'ATMA et d'autres responsables agricoles évaluent régulièrement l'avantage comparatif et concurrentiel dans la production de différentes cultures et produits à valeur élevée. Il y aura toujours des exemples de surproduction des différents produits et de baisse des prix. On ne peut pas éviter ces problèmes, mais on peut les atténuer en gardant une gamme de produits de base, de produits et d'entreprises dans chaque district et en continuant à chercher de nouveaux marchés et de nouvelles possibilités. Le résultat le plus important de cette stratégie sera que la génération actuelle d'agriculteurs apprendra de nouvelles compétences techniques, de gestion et organisationnelles qui seront transmises à la génération suivante lorsqu'elle recherchera des emplois en dehors de la production agricole.

²⁴ Singh, J. P., Swanson, B. E., et Singh, K. M. 2006. Developing a decentralized, market-driven extension system in India: The ATMA model. Good Practice Paper. Washington, DC. Banque mondiale.



6. La vulgarisation dans la recherche pour le développement

6.1. Vue d'ensemble

Le programme de la vulgarisation présenté dans ce document se base sur une relation nouvelle et différente avec la recherche. Cette relation devra se fonder sur une nouvelle idée du rôle de la vulgarisation (et, de façon implicite, également de la recherche) au sein des systèmes d'innovation. La réforme de la vulgarisation a été longtemps entravée par des idées désuètes qui considéraient la vulgarisation simplement comme une voie pour le transfert des technologies allant des instituts nationaux et internationaux de recherche agricole vers les agriculteurs. On est de plus en plus conscient qu'en réalité les systèmes d'innovation ne fonctionnent pas de cette façon. L'affaiblissement des liens avec la recherche a fait en sorte que, même s'il était souhaitable, ce rôle de transfert de technologie à sens unique n'est plus viable. De surcroît, les organismes et les agents de vulgarisation ont à présent accès et partagent les connaissances avec de nombreuses autres sources (y compris les petits exploitants). Leur travail va au-delà de la diffusion des technologies et comprend les connaissances et les compétences en matière de production et de transformation, de gestion agricole, d'accès au crédit et aux subventions, de création de revenu, de nutrition, etc. Tout ce travail peut s'effectuer par le biais de la facilitation, de la responsabilisation et du renforcement des capacités organisationnelles. La vulgarisation ne dépend plus d'une structure verticale et linéaire de transfert des technologies. L'innovation rurale est le résultat de nouvelles combinaisons de différentes sources de connaissances, ce qui signifie que l'apprentissage interactif au sein des localités, des filières commerciales et des plates-formes d'innovation nationales est crucial. Les agents de vulgarisation au niveau du terrain et les décideurs des politiques au niveau national peuvent jouer un rôle dans la facilitation de ces liens et dans l'assistance apportée à ces processus. L'apprentissage interactif n'est pas uniquement nécessaire entre les agriculteurs et les prestataires de services de connaissances techniques, mais également entre les agriculteurs et ceux qui fournissent des informations sur les marchés et sur le climat et les prestataires de services financiers. L'apprentissage interactif en faveur de l'innovation requiert un changement à la fois technologique, organisationnel et institutionnel, ce qui comprend, mais sans s'y limiter, la relation entre la recherche et la vulgarisation.

Une nouvelle relation avec la recherche agricole pour le développement commence à voir le jour, même si les contours de ce nouveau système ne sont pas encore bien définis. Dans le cadre de ces nouvelles approches, on consacre plus d'attention aux processus d'innovation venant des agriculteurs et au besoin de comprendre et de respecter ces aspects d'innovation dans les interactions entre la recherche et la vulgarisation par le biais : a) de l'identification réciproque des problèmes de plusieurs parties prenantes ; b) de l'apprentissage interactif ; c) des points d'entrée multiples pour les évaluations ; et d) des processus élargis permettant d'accroître leurs impacts. Ces actions doivent se baser sur une évaluation ouverte des différentes capacités et compétences qui sont requises pour la recherche et pour la vulgarisation.

Pour avoir des impacts sur les moyens d'existence des pauvres, il faut que la vulgarisation et la recherche développent des voies et des partenariats plus efficaces avec les petits exploitants et leurs organisations. Le développement des Champs-écoles montre que ces voies commencent à voir le jour. Les instituts de recherche utilisent à présent, beaucoup plus que par le passé, des méthodes participatives, mais la responsabilité de la recherche envers les agriculteurs est encore faible. Les chercheurs savent de mieux en mieux parler aux petits exploitants, mais les mécanismes en place qui obligent les chercheurs à écouter ce que les agriculteurs, en particulier les petits exploitants, ont à dire, sont rares. Pour rétablir cet équilibre, il ne suffit pas de relier recherche et vulgarisation, il faut renforcer fortement la représentation et l'influence des agriculteurs au sein des forums où les décisions sur les priorités de la recherche sont prises.

Il faut instaurer une relation active, étroite et respectueuse entre la recherche et la vulgarisation si l'on veut rapprocher les deux institutions pour atteindre la durabilité et un impact à grande échelle. Les projets pilotes qui ont dominé les liens entre la recherche et la vulgarisation par le passé doivent désormais être remplacés par une coopération institutionnalisée, reliée aux réseaux de vulgarisation décentralisés, orientés par le marché, conscients des risques et gérés par les agriculteurs, ce qui signifie qu'il faudra se baser et ensuite dépasser ce qu'on appelle « le triangle de la recherche, de la vulgarisation et des agriculteurs ». La vulgarisation peut créer les opportunités nécessaires pour réunir une gamme beaucoup plus large d'acteurs dans l'innovation agricole. Ses fonctions sont la facilitation, la coordination et la promotion, pour que les défis des petits exploitants et agriculteurs pauvres qui cherchent à faire partie des nouveaux systèmes d'innovation ne soient pas négligés. La vulgarisation peut aider la recherche à s'engager dans les processus en cours, qui soutiennent et œuvrent au sein du développement rural et des filières, et à apprendre de ces processus. Elle peut fournir aux chercheurs une confrontation avec la réalité qui permet de comprendre comment les agriculteurs et les autres acteurs des filières cherchent et utilisent les nouvelles technologies dans le cadre du changement climatique, des risques du marché et de l'incertitude. La vulgarisation, en parallèle avec la recherche, peut renseigner les décideurs sur la nature des impacts des initiatives en faveur de la sécurité alimentaire sur les différents groupes cibles, sur les moyens que les agricultrices et les agriculteurs utilisent pour lutter contre l'insécurité alimentaire de leurs ménages ainsi que sur les moyens qu'ils cherchent en même temps pour avoir accès aux nouveaux marchés.

La réforme de la recherche agricole en Amérique latine et aux Caraïbes et les impacts sur la vulgarisation²⁶

A partir des années 90, de nombreux pays d'Amérique latine et des Caraïbes ont commencé à réformer leurs systèmes nationaux de recherche agricole (SNRA) afin de les rendre moins bureaucratiques et de mieux les sensibiliser aux besoins en instaurant des fonds concurrentiels, officiellement dans le cadre d'une structure de systèmes d'innovation. Ces structures ont contribué à relancer intérieurement les administrations scientifiques et à éliminer les monopoles au sein du système de la recherche, mais les exemples de responsabilisation de ces SNRA envers les agriculteurs ou de démonstration de la capacité à apprendre de la vulgarisation et des marchés sont encore rares. Quelques programmes commencent à élaborer des nouvelles méthodes de suivi et d'évaluation qui comprennent des examens réalisés par les agriculteurs, par les agents de vulgarisation et par les acteurs des marchés. Même dans les cas où la représentation des agriculteurs aux conseils de recherche a été améliorée, ces représentants proviennent presque toujours des groupes mieux nantis. Même s'il s'agit d'un pas en avant, ces progrès n'obligent pas pleinement à rendre des comptes et ne sont pas la preuve d'une transformation réelle des approches de transfert de technologies linéaires vers une structure de systèmes d'innovation représentée par plusieurs parties prenantes.

De la prescription à l'orientation : le renforcement des capacités dans la prise de décision au Cameroun septentrional²⁷

Dans la région du Cameroun septentrional où l'on cultive le coton, la Société de développement du coton et le Programme national pour la recherche et le développement agricoles ont utilisé pendant de nombreuses années l'approche linéaire traditionnelle recherche-vulgarisation-agriculteurs. A partir de 1999, les deux institutions se sont engagées avec l'Organisation des producteurs de coton du Cameroun pour expérimenter une nouvelle stratégie de Conseil aux exploitations familiales qui identifierait des innovations techniques et organisationnelles reflétant les besoins des différents ménages agricoles.

Ce nouveau partenariat entre les chercheurs, les agents de vulgarisation et les agriculteurs a créé un processus d'apprentissage mutuel dont le résultat est qu'il savent à présent mieux s'écouter, échanger des opinions et se comprendre. Les agriculteurs qui participent à ces nouvelles opérations ont à présent une attitude différente par rapport au travail; ont atteint une meilleure productivité de la main-d'œuvre; sont concernés par la sécurité

²⁶ Banque mondiale. 2006. Institutional innovation in agricultural research and extension systems in Latin America and the Caribbean. Banque mondiale.

²⁷ Swanson, B. et Rajalahti, R. 2009. Strengthening Agricultural Extension and Advisory Systems: Procedures for Assessing, Transforming, and Evaluating Extension Systems. Document de travail 44 Agriculture et développement rural. Banque mondiale, Washington, D.C.

sanitaire des aliments; et sont tous engagés dans de nouvelles entreprises. Ils prennent à présent sérieusement en compte les conseils techniques et économiques proposés par la vulgarisation.

La stratégie du Conseil aux exploitations familiales a démontré son efficacité, mais la diffusion de cette nouvelle approche n'est pas répandue, en partie en raison des coûts opérationnels plus élevés et de diverses questions de gouvernance. En particulier, la mise en œuvre de cette stratégie exige un renforcement de la préparation conceptuelle et théorique des chercheurs et des agents de vulgarisation. Plus spécifiquement, elle demande une transformation des rôles et des attitudes des chercheurs et des agents de vulgarisation dans leur travail avec les agriculteurs et les autres partenaires. Ces difficultés mettent l'accent sur la nécessité que les écoles et universités commencent à sensibiliser les futurs chercheurs, les agents de vulgarisation et les agriculteurs aux nouveaux cadres conceptuels comme le Conseil aux exploitations familiales, afin de les aider dans leur coopération.

6.2. Les défis à relever pour atteindre les potentialités de la vulgarisation dans la recherche pour le développement

L'efficacité de la vulgarisation est cruciale pour assurer la durabilité, le niveau et l'impact des investissements dans la recherche. Il existe tout simplement trop peu de chercheurs et d'instituts de recherche pour s'attendre à ce que des liens directs puissent être établis entre les chercheurs et un nombre suffisant d'agriculteurs pour gérer un dialogue à large échelle ou pour permettre de diffuser de façon rapide et élargie les innovations technologiques et organisationnelles. De surcroît, la plupart des chercheurs ne disposent pas des compétences et de la compréhension du contexte nécessaires pour pouvoir interagir de façon efficace avec les agriculteurs. Les compétences fondamentales requises pour les chercheurs sont très différentes de celles requises pour mettre en œuvre la vulgarisation. Par conséquent, elles sont complémentaires dans leurs rôles et dans leurs tâches, mais ne sont pas interchangeables. Malgré ces constats apparemment évidents, les chercheurs préfèrent souvent des solutions faciles par lesquelles ils entreprennent leurs propres activités de vulgarisation à petite échelle qui auront probablement quelques 'impacts' limités, même s'ils sont conscients qu'elles seront non durables et impossibles à reproduire à plus grande échelle.

Les liens entre la recherche et la vulgarisation sont à présent très limités et les signes qui indiquent que cette situation est en train de changer sont insuffisants. Les pressions exercées pour trouver des solutions à « impact rapide » aux défis complexes de la sécurité alimentaire et du climat pourraient même encourager le retour aux erreurs du passé. Exception faite du processus du GCARD, les pressions de l'offre qui ont cours dans une large proportion de la programmation en matière de changement climatique et de sécurité alimentaire ont favorisé la tendance à ignorer le problème difficile et apparemment intraitable du renforcement des relations entre la recherche et la vulgarisation et des partenariats plus élargis du système d'innovation qui sont requis. Dans la programmation orientée par l'offre, on continue d'avoir la même attitude. Les appels en faveur de « davantage » de recherche et de vulgarisation qui sont soumis dans les réunions sur le climat et dans les plans en matière de sécurité alimentaire ne reposent pas souvent sur une analyse de ce que la recherche et la vulgarisation devraient faire ensemble dans une perspective de filière et de sensibilisation aux risques.

Une des tâches principales du GFRAS, du Forum africain d'appui-conseil agricole et d'autres plateformes de vulgarisation est la sensibilisation des chercheurs sur les processus d'apprentissage et de réforme qui sont en cours depuis vingt ans. Le souvenir désagréable de la chute du système de formation et visites doit être remplacé par une plus grande prise de conscience de ce qui a été fait depuis pour rendre la vulgarisation plus efficace. La mise en place d'une dynamique de sensibilisation des chercheurs sur la réforme de la vulgarisation est plus important que jamais puisque les SNRA, qui sont habituellement tenus de rendre des comptes aux ministères au niveau central, ignorent souvent ce qui se passe au sein de nouvelles formes de relations entre les acteurs de la vulgarisation et les acteurs locaux.

Avec la décentralisation de la vulgarisation et le maintien de la gestion des systèmes de recherche agricole aux niveaux national et, de plus en plus, international, les chercheurs savent de moins en moins ce qui se passe dans le domaine de la vulgarisation. Comme la vulgarisation est orientée par les demandes des agriculteurs et structurée par les partenariats avec des filières, on commence à douter des affirmations de la communauté de la recherche, selon lesquelles la vulgarisation devrait « mettre en œuvre » les initiatives de diffusion en leur nom. De nos jours, la vulgarisation est de plus en plus reliée aux structures décentralisées de développement rural qui ont des contacts limités et peu de comptes à rendre aux instituts nationaux de recherche agricole. Cet ensemble d'échanges en lien avec les niveaux décentralisés pourrait fournir une nouvelle base plus solide permettant aux scientifiques d'apprendre à mieux centrer leur recherche sur le développement. Mais cette hypothèse se fonde sur l'acceptation d'une relation très différente avec les organismes de vulgarisation et sur la volonté d'apprendre (et non seulement d'enseigner) des agents de vulgarisation ; elle doit être basée sur la reconnaissance des rôles que la vulgarisation joue dans les systèmes d'innovation non linéaires.

Une partie de la fonction des nouvelles structures décentralisées de la vulgarisation reste le travail avec les agriculteurs qui consiste à tester et adapter les nouvelles technologies provenant d'un éventail d'instituts de recherche, afin de trouver celles qui correspondent le mieux aux conditions et aux demandes locales. La recherche provient de nombre d'instituts publics et privés différents, dont certains ont un fort intérêt particulier à vendre les nouvelles technologies qu'ils ont élaborées. Un aspect important des nouveaux échanges entre la recherche et la vulgarisation est que la vulgarisation aide les agriculteurs à exprimer des avis indépendants sur les technologies qui satisfont au mieux leurs besoins.

La vulgarisation doit, par conséquent, avoir un mandat pour aider les agriculteurs (et les entreprises agroalimentaires, les coopératives et d'autres acteurs) à accéder aux informations et aux conseils sur les innovations technologiques issues de sources différentes. Les organismes de recherche doivent observer de plus près l'éventail de voies d'assimilation, qui sont en grande partie passées des services publics aux services privés, et les canaux de diffusion qui devront probablement entrer en jeu si l'on veut que les résultats de leur recherche soient accessibles. Les instituts de recherche doivent avoir leurs propres stratégies pour se mettre en relation avec la vulgarisation, non pas en s'adressant directement aux agriculteurs, mais plutôt en examinant comment les atteindre avec un large éventail de parties prenantes au sein des systèmes d'innovation.

La décentralisation des échanges entre la recherche et la vulgarisation²⁸

En Inde, l'institution la plus importante qui fournit un soutien technique aux ATMA au niveau des districts est représentée par les Krishi Vigyan Kendra (KVK) ou Centres de sciences agricoles multidisciplinaires. On a commencé à instaurer les KVK au milieu des années 70 avec le financement du Indian Council of Agricultural Research (ICAR – Conseil indien de recherche agricole). La plupart des districts du pays ont à présent un KVK, malgré le fait qu'un bon nombre d'entre eux dispose de ressources humaines, physiques et financières limitées. La plupart des KVK sont affiliés aux universités agricoles de l'Etat, tandis que d'autres sont affiliés aux instituts de l'ICAR ou gérés par des ONG. Le personnel de chaque KVK a suivi une formation en matière de production pour les cultures de plein champ, l'horticulture, l'élevage, la mécanisation agricole et l'économie domestique, et possède également des compétences techniques supplémentaires en fonction des besoins des districts, tels que la pêche, l'agroforesterie, les sciences du sol ou la protection phytosanitaire. Cette base élargie de compétences permet aux KVK d'avoir une approche fondée sur le système agricole. En outre, on s'attend à ce que les KVK entreprennent des tests, au niveau des exploitations, sur les technologies élaborées par les instituts de l'ICAR, et ensuite la formation des agents de vulgarisation et des agriculteurs à ces nouvelles technologies.

Les TIC peuvent revitaliser les interactions entre la recherche et la vulgarisation de façon à répondre aux demandes des agriculteurs²⁹

Le Réseau virtuel de communication pour la vulgarisation et la recherche (VERCON) est un projet de la FAO qui vise à renforcer la communication et la création, le partage, le stockage, la récupération et la diffusion des informations entre la recherche et la vulgarisation agricoles ainsi qu'entre d'autres parties prenantes. L'approche cherche à augmenter le revenu agricole par le biais de l'amélioration des technologies et de la productivité agricoles en établissant un réseau virtuel de communication pour la vulgarisation et la recherche. Deux concepts pleinement intégrés et interdépendants composent l'approche VERCON :

- La composante humaine : un réseau de décideurs, de chercheurs, de vulgarisateurs, d'universitaires, d'ONG et d'agriculteurs engagés dans la collaboration, la communication et le soutien des producteurs agricoles. Le réseau est flexible et peut s'élargir pour intégrer davantage de parties prenantes ou se concentrer sur des acteurs spécifiques et sur leurs besoins et fonctions d'information ou de communication.*
- La composante technologique : VERCON a créé un portail Internet pour fournir des services agricoles spécialisés, comme l'accès aux informations agricoles et un service*

²⁸ Singh, J. P., Swanson, B. E. et Singh, K. M. 2006. Developing a decentralized, market-driven extension system in India: The ATMA model. Good Practice Paper. Washington, DC. Banque mondiale.

²⁹ FAO 2010. VERCON Site Web (<http://km.fao.org/vercon>). Bureau de l'échange des connaissances, de la recherche et de la vulgarisation de la FAO, Rome, Italie.

interactif de résolution des problèmes des agriculteurs. Les récents développements de l'agriculture en matière de recherche, de vulgarisation, de marchés et de questions politiques font l'objet de présentations. Des liens avec les activités en cours sont fournis aux membres des organisations inscrites, et le forum de discussion présente un éventail de conférences électroniques et de groupes de discussion.

Après une phase initiale d'essai, l'approche VERCON a été élargie dans trois directions :
a) fournir l'accès aux services et aux contenus appropriés de TIC au niveau villageois ;
b) introduire le concept de 'facilitateurs villageois' (hommes et femmes) qui utiliseraient les méthodologies participatives de communication pour identifier les besoins en information des agriculteurs, pour concevoir des cours de formation en matière de vulgarisation et pour encourager la création et le partage des connaissances locales ; et c) inclure d'autres organisations engagées dans le développement rural.

6.3. Apprendre de la vulgarisation

Le rôle de la vulgarisation en matière de facilitation, de médiation, d'assistance et même de partenariat dans les plates-formes et les filières locales de développement rural représente une possibilité de création de nouveaux échanges avec la recherche. La vulgarisation peut fournir une opportunité pour mieux connaître les processus de changement et d'innovation ruraux par le biais du dialogue entre les agents de vulgarisation, les agriculteurs et d'autres acteurs des filières. Ceci porte sur l'importance des différentes innovations dans leurs moyens d'existence, sur les risques qui émergent dans les différents systèmes agricoles, sur les préférences des marchés, sur le pouvoir et les aspects liés aux questions de parité hommes-femmes ainsi que sur d'innombrables autres éléments qui se présentent dans les processus de changement technologique, d'adaptation aux risques liés au climat et au développement des marchés.

Les chercheurs peuvent apprendre beaucoup en observant simplement ce qui se passe dans ces systèmes d'innovation complexes ; ils peuvent même conduire des recherches sur les processus issus des initiatives de vulgarisation. La recherche en matière de vulgarisation est une façon de défaire les suppositions dominantes sur le rôle du transfert de technologies dans les marchés, les risques et l'incertitude. La recherche en matière de vulgarisation peut fournir des aperçus utiles tant aux chercheurs qu'aux décideurs sur les types de politiques et d'institutions qui sont nécessaires et viables sur la base de la compréhension tacite et intime que les agents de vulgarisation des secteurs public et privé et de la société civile ont des processus locaux d'innovation. Ils peuvent connaître bien mieux que les acteurs provenant de l'extérieur les technologies, les marchés, les structures et les institutions de soutien qui sont considérés utiles par les agriculteurs, et surtout, les raisons pour lesquelles ils les considèrent pertinents ou pas.

Voici des exemples de points d'entrée pour la recherche en matière de vulgarisation :

- l'identification des voies que la vulgarisation peut utiliser pour fournir une confrontation avec la réalité dans le programme de recherche ;

- l'accès à une compréhension approfondie de la nature des liens entre la recherche et la vulgarisation;
- l'observation des acteurs ayant des avantages dans les différents processus de vulgarisation et les raisons de ces avantages ;
- l'évaluation des potentialités des TIC dans la diffusion des technologies et dans la communication des résultats de la recherche aux agriculteurs.

Les chercheurs ne sont pas les seuls à avoir besoin d'apprendre de la vulgarisation. Les décideurs doivent également reconnaître l'efficacité de la vulgarisation, et ceci pour deux raisons. La première est que les analyses de la performance de la vulgarisation peuvent faire comprendre de façon plus approfondie si les politiques générales de développement rural et les stratégies d'investissement sont considérées par les groupes cibles comme pertinentes par rapport à leur situation et à leurs besoins. Lorsque la vulgarisation échoue ou est rejetée par les agriculteurs, les agricultrices, les jeunes ou les vieux agriculteurs ou par différents groupes ethniques, cet échec peut indiquer que la recherche suit le mauvais chemin ou qu'il existe des lacunes dans les structures plus larges de fourniture de services, dont la vulgarisation n'est qu'un élément. Apprendre de la vulgarisation ne devrait pas nous inciter à chercher « un bouc émissaire » mais devrait permettre d'ouvrir un vrai débat sur les initiatives de développement rural dans leur ensemble.

L'autre raison est que la connaissance et les preuves de l'efficacité des systèmes de vulgarisation sont insuffisants. De nombreuses études et évaluations ont été entreprises pour analyser les impacts d'approches de vulgarisation spécifiques mais, d'un point de vue plus global, les décideurs ont été rarement assez convaincus de la valeur des services de conseil et de vulgarisation. On assiste à présent à une augmentation de ces investissements, mais pour qu'ils soient poursuivis, il faut entreprendre une meilleure évaluation des résultats de ces investissements, ce qui est plus difficile que ce qu'il y paraît. Une attribution claire des apports de la vulgarisation et des résultats du développement est rarement possible en raison d'une vaste gamme de facteurs pouvant affecter ces résultats. De surcroît, le manque de clarté entre les biens publics et privés dans de nombreuses fonctions de la vulgarisation fait en sorte qu'il est difficile d'identifier de façon explicite le rôle des finances publiques dans la vulgarisation (et en fait dans le développement agricole en général). Pour ces raisons, des efforts supplémentaires sont nécessaires pour développer des approches d'évaluation qui reflètent les objectifs, les concepts et les structures pluralistes évoqués dans ce rapport. Les spécialistes de la vulgarisation, les évaluateurs professionnels, les chercheurs et les décideurs doivent se réunir pour étudier comment apprendre de la vulgarisation.

Une des responsabilités cruciales du GFRAS, du Forum africain d'appui-conseil agricole et d'autres forums mondiaux et régionaux sera de permettre aux chercheurs et aux décideurs de s'inspirer de la vulgarisation. La première étape est de rompre avec les vieux débats sur les échecs des efforts de transfert des technologies de la part de la recherche et de la vulgarisation, ainsi que sur la méthode de formation et visites. Il faut regarder au contraire ce que la vulgarisation entreprend de nos jours pour responsabiliser les populations rurales et pour faire en sorte qu'elles s'engagent dans les marchés, se basent sur les connaissances

provenant de sources différentes et utilisent les TIC et d'autres nouvelles technologies. Il ne s'agira pas uniquement de compiler les revues sur les bonnes pratiques, mais également d'avoir un regard critique sur les lacunes des structures actuelles en matière d'enseignement agricole, d'analyses insuffisantes des questions de parité hommes-femmes et de pressions pour obtenir des effets rapides au détriment des investissements dans les institutions de base, dans le capital social et dans les capacités humaines aussi bien parmi les agriculteurs que parmi les agents de vulgarisation.



7. Conclusion

La vulgarisation doit se déployer dans de nombreuses directions. Bien que fragile, la vulgarisation est un lien stratégiquement important qui permet de s'assurer que les demandes des petits exploitants seront au centre des initiatives de développement rural. L'expérience a montré qu'il n'existe aucune alternative au renforcement de ce lien si l'on veut améliorer de façon durable la productivité et la sécurité alimentaire, mais également que les voies par lesquelles la vulgarisation peut contribuer à cette amélioration sont différentes et complexes et qu'elles requièrent des systèmes pluralistes et un éventail de méthodes. La vulgarisation se compose de biens publics et privés, et de nombreuses missions demeurent dans une zone d'ombre entre les deux. Les investissements publics restent une nécessité absolue si l'on veut satisfaire les besoins privés des ruraux pauvres. Cette fonction requiert une analyse approfondie des moyens à utiliser pour atteindre les objectifs politiques avec des ressources publiques limitées. Pour mobiliser la vulgarisation afin de fournir une structure solide et satisfaire les demandes des ruraux pauvres, il est essentiel de promouvoir une vision élargie de ce que représente la vulgarisation, dans le contexte des structures des Etats, du secteur privé, de la société civile et des ONG. Il faut d'abord reconnaître la gamme de stratégies, de structures, d'organisations et de méthodes qui sont nécessaires pour gérer les différents rôles et pour atteindre les différents groupes de parties prenantes. Il faut en outre soutenir les organisations de producteurs pour qu'elles deviennent le moteur de ce processus en assumant un rôle actif et central dans l'établissement des programmes pour les institutions de vulgarisation et de recherche et peut-être même assumer elles-mêmes la gestion de ces tâches.

Ce nouveau contexte de la vulgarisation est composé de demandes, de possibilités et de défis nouveaux. Les modèles linéaires de transfert de technologies doivent être remplacés par la reconnaissance d'un ensemble plus complexe et dynamique de relations et de systèmes d'innovation. Ces défis sont caractérisés par l'incertitude, l'imprévisibilité et le manque de possibilités de contrôle.

- Renforcer les capacités pour gérer l'incertitude. Les organismes de vulgarisation doivent aller au-delà de l'image du fournisseur « expert » de connaissances issues de la recherche. L'incertitude en matière de marchés, de changement climatique et technologique requiert le passage à des rôles associés à la fourniture d'informations, à la facilitation dans les débats et aux conseils sur les probabilités et les tendances grâce auxquels les agriculteurs, les chercheurs et d'autres acteurs des filières seront à même de mieux gérer les incertitudes auxquelles ils sont confrontés.
- Répondre au changement et à l'imprévisibilité. Les changements rapides et l'instabilité ont amené la vulgarisation à s'engager à aider ses clients à vivre avec les risques et à profiter des nouvelles possibilités. Pour être pertinentes, les informations sur les cadres réglementaires, sur les marchés et sur les conditions météorologiques doivent être à jour. Certains agriculteurs auront besoin de soutien pour abandonner des systèmes agricoles qui s'effondrent, soit en adoptant de nouvelles cultures, soit en abandonnant l'agriculture pour chercher des moyens d'existences plus durables. D'autres auront besoin de conseils sur les nouveaux marchés et sur les nouvelles méthodes de production provenant de sources non escomptées. Les hypothèses linéaires basées sur un ensemble fixe d'instituts de recherche liés à l'organisme de vulgarisation du secteur public sont un obstacle à l'adaptation à l'incertitude

- Créer des plates-formes de collaboration plutôt que chercher le contrôle des systèmes agricoles. Les dispositifs de vulgarisation pluralistes souhaités dans ce rapport sont tout sauf systématiques. Personne ne peut dire aux acteurs ruraux ce qu'ils doivent (ni ce qu'ils devraient) faire car ils agissent selon leurs propres motivations et selon les incitations sociales, politiques et économiques. Certains systèmes sont orientés vers le développement des marchés. D'autres sont orientés vers la réponse directe aux demandes des agriculteurs. Les organismes du secteur public essaient de répondre (au mieux de leurs possibilités) aux politiques gouvernementales et aux mesures d'incitation des bureaucraties. Tous ces acteurs peuvent être influencés, mais aucun ne peut être contrôlé. Par conséquent, la perspective d'un système d'innovation peut fournir une direction normative, mais les stratégies doivent être explicitées par une vision plus large sur l'économie politique du développement technologique et rural.

Pour fournir des services dans un environnement d'incertitude, d'imprévisibilité et d'impossibilité de contrôle, il est nécessaire de mieux relier les réformes en amont (recherche et politique) avec le développement organisationnel et des ressources humaines en aval (vulgarisation). Il en résultera une meilleure cohérence entre les innombrables objectifs de réduction de la pauvreté, d'orientation vers le marché, de sécurité alimentaire et de changement climatique qui sont recherchés dans le développement rural.

Les fonctions évoquées dans ce document pour de futurs systèmes de vulgarisation vont sans doute bien au-delà des capacités des prestataires de services des secteur public et privé et de la société civile de nos jours. Tant les agriculteurs que les agents de vulgarisation ont besoin d'une meilleure éducation si l'on veut qu'ils soient à même de gérer la complexité et l'incertitude croissantes. En améliorant la coordination entre les réflexions en amont et en aval, on pourra optimiser et augmenter les investissements publics en matière de capacités institutionnelles de base et de ressources humaines. Ces investissements canaliseront alors le savoir-faire du secteur privé vers le renforcement des filières, amélioreront les capacités des organismes publics dans leurs conseils aux agriculteurs sur les différentes réactions aux conditions climatiques changeantes et favoriseront la prise de conscience des chercheurs pour qu'ils adaptent leur travail aux processus d'innovation en cours aux différents niveaux. Pour utiliser au mieux ces ressources humaines renforcées, il faut accroître les capacités des organisations qui sont réellement responsables envers les agriculteurs et les ruraux pauvres. Ces organisations devront être extrêmement flexibles et sensibles aux signaux du marché, aux informations sur le climat et aux risques émergents associés à la combinaison de ces éléments, ils doivent également être en mesure de communiquer avec une gamme plus vaste d'acteurs dans le cadre du système d'innovation.

Enfin, si la vulgarisation veut pouvoir fournir des services appropriés, il sera nécessaire d'effectuer des investissements publics et privés pour un éventail de fonctions institutionnelles de soutien à l'apprentissage. Ces fonctions comprennent le suivi, l'évaluation et l'analyse de la de l'efficacité de la vulgarisation par une diversité de parties prenantes. Il s'agit de créer des mesures d'incitation pour que les médias fournissent des informations sur l'agriculture et de s'assurer que des infrastructures de TIC adéquates seront mises en place dans les zones rurales. Ces tâches pourront concerner le soutien à un ensemble variable d'intermédiaires qui remplissent les vides dans notre société de plus en plus dominée par l'information. Une meilleure prise de conscience parmi les dirigeants politiques, les organisations de producteurs et les chercheurs sur les caractéristiques d'une « bonne vulgarisation », à partir de leurs objectifs et perspectives disparates, deviendra le fondement des engagements durables qui permettront de développer des systèmes de vulgarisation pertinents.

