



Politiques Agricoles et Vulgarisation :

Philosophie, perception et nouvelles tendances

Présenté par: M^r Mohamed KHIATI

Politiques agricoles et Vulgarisation

Aborder la vulgarisation en tant qu'instrument de mise en œuvre des politiques agricoles, c'est aborder :

- 1. Le rôle du gouvernement dans le développement de l'agriculture;**
- 2. La politique agricole;**
- 3. Les instruments de mise en œuvre de la politique agricole**
- 4. Les structures administratives de la vulgarisation**
- 5. Tendances et nouvelle vision de la Vulgarisation**

Rôle du gouvernement dans le développement de l'agriculture

■ Le gouvernement a un rôle dans l'expansion de l'agriculture :

- le développement passe par l'utilisation des « inputs » constitués par les investissements, le financement, les crédits, les prix, les marchés, la formation, la recherche, la vulgarisation et quelques autres.
- Une combinaison spécifique des « inputs » est primordiale pour amorcer le développement.

Rôle du gouvernement dans le développement de l'agriculture

Certaines tendances considèrent que la responsabilité de l'essor de l'agriculture incombe au gouvernement **donc de :**

→ renforcer les capacités d'intervention du gouvernement pour développer l'agriculture

D'autres courants de pensées s'appuient sur l'idée **de :**

→ renforcer l'entreprise privée au service de l'agriculture pour développer l'agriculture.

Une autre tendance considère que renforcer le pouvoir d'intervention unilatéral du gouvernement ne mène pas forcément à son efficacité.

L'idée serait **de :**

→ renforcer le pouvoir des exploitants agricoles sur les institutions gouvernementales pour développer l'agriculture.

Attitudes du gouvernement et exploitants agricoles.

1. Le gouvernement considère les exploitants agricoles comme des alliés, dans une relation de collaboration. Une attitude qui implique sa volonté à faire participer les exploitants aux activités de développement et réaliser de ce fait, les objectifs qu'il entend atteindre ;
2. Le gouvernement considère les exploitants comme une masse de paysans conservateurs. Dans ce cas, les Gouvernements ne peuvent leur donner un pouvoir compensatoire.

Dispositions du Gouvernement à servir les agriculteurs.

1. L'Institution gouvernementale sert les objectifs des agriculteurs, ce qui est proclamé généralement dans les discours officiels. Mais le gouvernement ne consacre pas une bonne partie de son budget à l'agriculture pour que les exploitants puissent en profiter davantage. *En fait l'objectif est d'obtenir un profit des agriculteurs.*
- 2 Le gouvernement ne sert pas les objectifs des agriculteurs, mais fait payer l'expansion industrielle et urbaine et les services du Gouvernement à travers l'agriculture. *Dans ce cas, le rôle du Gouvernement réside dans le développement des richesses existantes du secteur agricole.*

Politique agricole adoptée

- Le budget national du Ministère, inscrit dans les lois de finance permet d'accomplir les tâches, censées assurer notamment la sécurité alimentaire; la création d'emplois; la production couvrant les importations; la contribution à la promotion rurale; la production de denrées exportables.
- Ces missions sont généralement formulées dans des programmes à échéancier en fonction d'objectifs politiques et des réalités de l'agriculture.
- Les objectifs nationaux exercent généralement une pression sur le Ministère de l'Agriculture. Celui-ci se trouve habituellement dans un dilemme entre ce que veut *le sommet* et ce qui est **souhaitable et faisable sur le terrain**.

La traduction des tâches en politique

- Les tâches assignées au Ministère de l'agriculture consistent en le rendement qu'il doit produire. Ce rendement est souvent défini **en objectifs clairs et spécifiés dans un plan national.**
- Un domaine très important de l'agronomie réside en la **formulation de politiques réalistes qui puissent mener à des objectifs réalisables.**
- Cette formulation comprend entre autres, la mise au point de plans de déploiement de la vulgarisation comme l'un des instruments devant conduire aux changements. **Pour planifier ce déploiement, il est nécessaire de connaître le rôle que doit jouer la vulgarisation.**

Instruments de la politique agricole adoptée

- L'instrument d'une politique, c'est celui dont se sert un Gouvernement pour réaliser ses programmes et atteindre ses **objectifs**. En agriculture, les instruments utilisés sont destinés à ***influencer favorablement la production***;
- Cependant, nombre d'instruments sont utilisés sans que leur efficacité soit prouvée : la vulgarisation constitue l'un de ces instruments.
- Une grande partie des problèmes est liée à l'insuffisance de la communication.

Instruments de promotion de la motivation et de la connaissance

- Les instruments de la politique permettent de motiver et de faire face aux situations diverses. Mais force est de constater que les exploitants ne modifient leur comportement qu'en échange d'avantages tels que: **l'obtention de revenus plus élevés, des productions plus fortes, un travail plus aisé, des risques moins importants.**
- D'autres instruments, semblent induire des changements dans le comportement des exploitants tels : **la création de débouchés sur le marché, l'accès aux investissements et aux crédits, et les réformes agraires facilitant l'accès aux ressources...**
- Dans cette série d'instruments, ***la vulgarisation*** n'est généralement pas perçue comme ***prioritaire, pourtant la vulgarisation augmente les chances de changement.***

La vulgarisation en tant qu'instrument

Quand et comment utiliser la vulgarisation comme l'un des instruments de l'ensemble? Alors que :

- La vulgarisation peut apprendre aux agriculteurs *comment appliquer et utiliser des idées et des pratiques nouvelles, élargir les connaissances pour améliorer les capacités de gestion de l'exploitation, à évaluer leur situation, examiner les options et à prendre des décisions profitables et en connaissance de cause.*
- La vulgarisation suppose toujours *la réunion des conditions nécessaires au changement de comportement. Elle vise à convaincre et à persuader et non à forcer ou à obliger.*
- La vulgarisation tend à organiser les individus et les groupes, et, les aider à établir les priorités, à préparer des plans, et à favoriser l'accès aux facilités et aux ressources et à l'exécution des actions.

Structure administrative et vulgarisation

- La structure administrative a une certaine logique interne. Tout d'abord, le personnel est salarié et jouit d'une sécurité d'emploi. Le fonctionnaire n'a de comptes à rendre qu'à sa hiérarchie, et son employeur. Cela signifie qu'une administration dont la tâche est de servir le public est habituellement très peu réceptive à l'égard du public.
- La structure administrative se caractérise généralement par une hiérarchie verticale. Horizontalement, elle est fractionnée en un grand nombre de services parallèles dont chacun traite une partie du problème général à partir duquel des décisions sont prises.
- La vulgarisation devra induire une circulation circulaire des informations entre les divers niveaux permettant à la masse de s'informer.

Structure administrative et vulgarisation

L'agent de vulgarisation en tant qu'interface entre les services de vulgarisation et les agriculteurs doit être apte à réagir immédiatement. Son succès est lié à sa capacité à aider les agriculteurs à résoudre leurs problèmes.

Certains mécanismes sont aptes à combler le fossé qui sépare l'appareil administratif et le terrain:

- ***Le premier*** se fonde sur l'information, et sa collecte à partir du terrain aidant la hiérarchie à prendre les décisions les mieux appropriées et en connaissance de cause ;
- ***Le second*** consiste à entrevoir une approche de participation des agriculteurs, en tant qu'artisans du développement, et utilisateurs de la technologie agricole.
- ***Le troisième***, réside en l'engagement des organisations qui représentent la population rurale ou celles qui défendent ses intérêts.

Les principes de la vulgarisation

Les principes d'un système efficient de vulgarisation devront s'articuler autour de :

- **La Participation**, c'est-à-dire la formulation d'une politique nationale de vulgarisation fondée sur l'élaboration de programmes émanant de la base
- **L'Approche-client**, l'identification des catégories d'agriculteurs dont les besoins de vulgarisation et d'appui-conseil doivent faire l'objet d'une approche « sur mesure »,
- **L'Approche à la demande**, c'est-à-dire l'élaboration des programmes de vulgarisation en s'appuyant sur des accords de partage des coûts entre les agriculture et la vulgarisation
- **La décentralisation**, c'est-à-dire la définition du nouveau rôle des spécialistes de vulgarisation et des spécialistes d'autres domaines et renforcement des capacités des agents de vulgarisation en matière de planification du programme de vulgarisation émanant de la base pour susciter des changements positifs chez les agriculteurs ;

Les principes de la vulgarisation

- **L'adoption de Méthodologies de vulgarisation originales adaptées par** l'élaboration et l'expérimentation de méthodologies de vulgarisation originales, adaptées au contexte et qui soient participatives,
- **La motivation des agents de vulgarisation** pour améliorer leurs performances avec dotation des agents d'un statut, d'avantages et d'opportunités de carrière, la dotation d'un budget opérationnel suffisant et d'équipements physiques pour le travail de terrain
- **L'extension du mandat technique de vulgarisation** par le remplacement de *la vulgarisation agricole* par celle *de vulgarisation rurale* avec une réforme de la formation initiale en vulgarisation et perfectionnement continu des agents affectés dans les domaines du développement rural et agricole durable

Les principes de la vulgarisation

- **Développement et utilisation des TICs** par l'évaluation des outils et méthodes de communication locales et traditionnelles, des médias utilisables et combinables avec les technologies modernes de l'information dans le cadre du « contexte », le développement et expérimentation sur le terrain des TICs en appui aux activités de vulgarisation.
- **Suivi, évaluation et études d'impact** à travers l'organisation des agriculteurs et mise en place de liens dans le circuit de production de la ferme au marché ; renforcement des capacités des agriculteurs en matière de suivi, d'évaluation et d'études de l'impact socioéconomique des interventions de la vulgarisation,
- **Liens institutionnels** par la mise en place d'une plate-forme de collaboration et réunions périodiques de tous les acteurs, y compris les agriculteurs, les spécialistes thématiques, la vulgarisation, la recherche agricole, les agences d'intrants agricoles, la commercialisation, les industriels agricoles, la transformation des produits agricoles, le stockage, les instituts climatiques, les transports.

Nouvelle vision de la vulgarisation est nécessaire

- *Aujourd'hui, une vision nouvelle de la vulgarisation agricole et rurale s'impose pour tenir compte des évolutions et orientations édictées. Elle doit être construite sur une analyse des succès et des échecs des opérations en cours.*

Les principes qui suivent permettent de configurer et de construire une politique de vulgarisation :

1. Une bonne politique agricole est indispensable

La vulgarisation n'est qu'une composante d'une politique agricole dont une large part relève de la politique macroéconomique adéquate tracée et que ses principales conditions se traduisent par :

- la disponibilité et prix des intrants, la disponibilité et accessibilité aux crédits, la sécurité foncière, la liberté d'association,
- la formation primaire et agricole,
- la Recherche agronomique appliquée,
- l'efficacité des administrations centrales et déconcentrées dans leurs missions de supervision des fournisseurs de services et la prévention et gestion des crises, alerte et réaction rapides aux évolutions du marché et des autres facteurs de production.
- l'accès aux marchés, les prix des produits,

2. La vulgarisation est plus « facilitation » que transfert de technologies

- La vulgarisation agricole consiste à faciliter les interactions et à développer les synergies au sein d'un système global d'information auquel participent la recherche agronomique, l'enseignement agricole et un vaste ensemble d'opérateurs économiques porteurs d'informations.
- En améliorant les capacités d'initiative individuelle et collective des producteurs, *cette facilitation* permet à court terme, une meilleure adéquation des solutions techniques aux contraintes de l'exploitant agricole, et à long terme, elle structure une recherche continue de l'innovation. Ainsi, une action de vulgarisation agricole :

La vulgarisation est plus « facilitation » que transfert de technologies

- **Facilite** les échanges directs entre producteurs comme méthode de diagnostic des problèmes, de valorisation des savoirs existants, d'échange d'expériences, de diffusion des améliorations validées, mais aussi de formulation de projets communs.
- **accompagne** dans le temps les projets des producteurs. Elle évolue avec eux.
- **met à la disposition** des producteurs des capacités d'analyses, des méthodes et des adresses de fournisseurs de service.
- **conseille** et ne prescrit pas. Ceci implique que les *vulgarisateurs soient des « acteurs » et non des « outils » de la vulgarisation*. Le climat de confiance entre client (producteur) et conseiller doit s'instaurer.

La vulgarisation est plus « facilitation » que transfert de technologies

- Même si des compétences techniques solides restent indispensables, les compétences des vulgarisateurs doivent être plus larges.
- Les conseillers agricoles doivent maîtriser les méthodes participatives et savoir recourir aux différentes techniques de communication. Ils doivent penser en terme d'opportunité de marché, d'augmentation du revenu des producteurs et de gestion globale d'une exploitation agricole.
- **La facilitation** implique des ressources humaines de haut niveau, en terme de savoir-faire comme de savoir être. Ces savoirs peuvent s'acquérir par la formation initiale et la formation continue sur le terrain.

Les producteurs sont la clientèle et les partenaires de la vulgarisation

L'efficacité des actions de vulgarisation augmente quand les producteurs sont impliqués directement dans leur définition, leur gestion ou leur mise en œuvre.

Ces conditions sont réunies quand :

- **Les organisations agricoles se dotent de leurs propres services techniques.**
- **Des relations de prestations contractuelles sont établies entre des groupes de producteurs et des centres de services privés (gestion, alphabétisation) ou publics (recherche, formation, vulgarisation).**
- **Les producteurs ont la possibilité d'orienter les financements sur la recherche de solution à leurs problèmes.**

La demande du marché induit une nouvelle relation entre les agriculteurs et les fournisseurs de biens et services, comment ?

- Dans l'évolution de l'économie de subsistance vers la production commerciale, le consommateur, plutôt que le producteur, est le vrai décideur. La démarche commerciale des fournisseurs d'intrants ou des acheteurs de produits implique une bonne connaissance de la demande et la formulation de solutions adaptées.
- Des liens plus actifs entre les agriculteurs et les opérateurs privés sont essentiels. Mais, les biais inhérents aux relations commerciales ne doivent pas être ignorés. Des conseils techniques et commerciaux indépendants et impartiaux sont nécessaires aux producteurs pour qu'ils répondent à la demande du marché.
- L'action de vulgarisation, qui apporte ces conseils et facilite une relation équilibrée entre le producteur et l'opérateur privé, contribue à sécuriser le producteur et donc son développement.

Pluralité des intervenants et décentralisation des actions requièrent coordination et concertation entre acteurs, comment ?

- Des structures de vulgarisation nationales, uniformes ne sont guère satisfaisantes. Une même approche, une même organisation ne peut s'appliquer partout. La diversité des milieux sociaux, des contextes économiques et des conditions agro-écologiques, la multiplicité des spéculations induit une hétérogénéité des exploitations.
- Une vulgarisation efficace doit pouvoir s'adapter aux changements. La réactivité des dispositifs de vulgarisation aux situations nouvelles (opportunités ou crises) implique une grande souplesse. Elle est facilitée par la proximité des instances d'orientation et de décision.

Pluralité des intervenants et décentralisation des actions requièrent coordination et concertation entre acteurs, comment ?

Il est de la responsabilité du secteur et des acteurs nationaux de définir ensemble leurs stratégies en matière de vulgarisation agricole pour améliorer la qualité des interventions pour :

- **Soutenir** la politique nationale négociée entre les véritables parties prenantes et prendre en compte la viabilité financière des programmes à long terme.
- **Prévoir** des stratégies de retrait des soutiens extérieurs dans toute intervention et permettre le financement des initiatives des producteurs.
- **Assurer** que les actions de vulgarisation sont accompagnées d'un soutien à la formation, à la recherche agricole et aux organisations de producteurs.
- **Instaurer** une coordination active avec les institutions de coopération.

Le soutien des politiques nationales négociées entre les véritables parties prenantes.

// est préférable de raisonner en termes de politique nationale de vulgarisation et non en termes de structures nationales de vulgarisation.

Une politique est un cadre incitatif, indicatif, flexible, de mise en synergie pour les différents opérateurs.


les pouvoirs réglementaires et les moyens financiers dont dispose l'État lui permettent d'orienter les activités des opérateurs privés et professionnels en définissant:

- **Des priorités sectorielles, géographiques ou thématiques,**
- **Les compétences requises pour les conseillers agricoles,**
- **Les conditions de qualification des prestataires privés de formation, d'animation, de conseil,**
- **Les mécanismes de concertation nécessaires.**

Le soutien des politiques nationales négociées entre les véritables parties prenantes.

La définition d'une politique nationale de vulgarisation ne peut être du seul ressort des administrations. L'ensemble des acteurs concernés doit y être associé. Parmi ces acteurs, les producteurs doivent jouer un rôle central. À cet effet, il convient de faciliter :

- **La représentation des producteurs dans les instances de discussion des politiques, de gestion et d'orientation des structures publiques ou parapubliques de vulgarisation, de formation et de recherche.**
- **La participation des représentants des producteurs dans la préparation des interventions.**
- **L'acquisition par les organisations de producteurs des capacités nécessaires à ces fonctions, par la formation de leurs responsables élus et de leurs cadres.**

The background of the slide is a solid blue color. At the top, there is a horizontal band with a complex, textured pattern of warm colors including reds, oranges, yellows, and greens, resembling a close-up of a natural surface or a digital texture. The text "Merci de votre attention" is centered in the blue area.

Merci de votre attention