

# NOTE 11 : Les TIC au service de la vulgarisation et du conseil rural

Préparée par : Raj Saravanan, Rasheed Sulaiman V, Kristin Davis et Bhattacharjee Suchiradipta, août 2015

L'Initiative sur les bonnes pratiques au niveau mondial entend rendre l'information et le savoir-faire en matière de vulgarisation facilement accessibles à un large public de praticiens. Pour ce faire, elle prépare des Notes de bonnes pratiques, qui décrivent les concepts et méthodes clés dans un format facile à comprendre. Ces notes donnent une vue d'ensemble des principaux aspects et des références permettant d'aller plus loin. Les notes sont téléchargeables gratuitement à partir de [www.betterextension.org](http://www.betterextension.org). Pour télécharger, utiliser, diffuser ou discuter de cette note, il suffit d'y accéder en ligne en scannant le code QR dans le coin inférieur droit. Vos commentaires et suggestions seront très appréciés.

## Introduction

Une disponibilité accrue et la plus grande accessibilité des technologies de l'information et de la communication (TIC) – surtout les téléphones mobiles, ordinateurs, la radio, internet ou les médias sociaux – offrent des possibilités beaucoup plus nombreuses de collecte, traitement, stockage, récupération, gestion et partage des données dans de multiples formats. Certaines de ces applications, telles que les télécentres, portails web, centres d'appels, applications mobiles, radio communautaire, vidéos numériques, audio et visioconférences ou encore plateformes d'apprentissage en ligne, ont le potentiel d'offrir un large éventail de services (information, sensibilisation, promotion, conseil, connaissances, transfert technologique, formation, éducation, et bien d'autres) aux agriculteurs et autres acteurs des systèmes d'innovation agricole (SIA) d'une manière qui soit à la fois rapide, exhaustive, rentable et interactive. Toutefois, le nombre élevé et la disponibilité très évolutive des TIC peut faire que les responsables des services de vulgarisation soient indécis quant aux méthodes accessibles et à quel moment les utiliser. Cette note explique comment explorer la grande variété d'options possibles et donne des conseils sur la meilleure façon de les utiliser.

## Philosophie et principes

Les TIC peuvent faciliter l'accès et le partage de l'information et du savoir entre les acteurs des SIA et s'inscrivent donc en complément des méthodes classiques de conseil et de vulgarisation en fonction du contexte et du groupe cible. Les principes directeurs<sup>1,2,3</sup> de l'utilisation des TIC pour de meilleurs services de vulgarisation et de conseil rural (SVC) sont les suivants :

- **Un contenu pertinent** : l'objectif premier des services de vulgarisation et de conseil basés sur les TIC est de fournir un contenu adapté au contexte ou tourné sur le monde agricole, à l'écoute des besoins, opportun et de qualité. Les TIC sont un outil et se contentent de faciliter le partage d'informations ; ce ne sont pas elles qui génèrent le contenu.
- **Des outils appropriés** : dans la foule de TIC à votre disposition, choisissez les formats, canaux, outils, dispositifs et applications qui répondent le mieux à l'objet, au contenu et à la clientèle que vous souhaitez servir.
- **Intégration des méthodes, acteurs et services** : vous pourrez créer une synergie des SVC en intégrant les TIC à d'autres méthodes plus classiques de vulgarisation (comme les fermes écoles, la vulgarisation participative et les démonstrations) et à des acteurs pluralistes (secteur public, privé et organisations de producteurs) le long de la chaîne de valeur.
- **En plus de l'information** : pour convaincre votre clientèle, il faut montrer et raconter. À elle seule, l'information à base de TIC ne suffit pas ; elle doit être associée à des démonstrations pratiques, des visites d'étude, des discussions de groupe et autres méthodes classiques. Il ne faut pas se contenter de proposer un service de conseil mais plutôt un arsenal de ressources tout au long de la chaîne de valeur agricole<sup>4</sup>.
- **La dimension humaine** : le développement de « champions » des TIC pour nourrir une philosophie favorable à l'épanouissement continu de chefs de file et d'adeptes est un élément important pour maintenir l'engagement des parties prenantes des services de vulgarisation à utiliser les TIC.

<sup>1</sup> Saravanan, R. (ed.) 2010. *ICTs for agricultural extension: Global experiments, innovations and experiences*. New Delhi, Inde : New India Publishing Agency (NIPA).

<sup>2</sup> Saravanan, R. 2013. e-Agriculture prototype for knowledge facilitation among tribal farmers of North-East India: Innovations, impact and lessons. *Journal of Agricultural Education and Extension*. 19 (2): 113-131. Disponible sur : <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1389224X.2012.718247>

<sup>3</sup> Banque mondiale. 2011. *ICT in agriculture: Connecting small holders to knowledge, networks, and institutions*. e-Source Book. Report no. 64605. Washington, DC, États-Unis : Banque mondiale. Disponible sur : <http://www.ictinagriculture.org/content/ict-agriculture-sourcebook>

<sup>4</sup> Saravanan, R. 2011. *e-Arik: Using ICTs to facilitate "climate-smart agriculture" among tribal farmers of North-East India*. ICTs and Agricultural Adaptation to Climate Change Case Study. Manchester, Royaume-Uni : Centre for Development Informatics, Université de Manchester. Disponible sur : [http://www.niccd.org/sites/default/files/NICCD\\_AgricAdapt\\_Case\\_Study\\_eArik.pdf](http://www.niccd.org/sites/default/files/NICCD_AgricAdapt_Case_Study_eArik.pdf)



- **Complémentarité avec les SVC** : les TIC peuvent uniquement s'inscrire en complément des services de vulgarisation. Si elles sont utilisées de manière appropriée, elles créent une synergie et exercent plus d'impact lorsqu'elles sont conjuguées à des initiatives classiques de vulgarisation.
- **Institutionnalisation des TIC** : les politiques institutionnelles et les consignes d'utilisation, la promotion de l'éducation aux TIC, en veillant aux compétences du personnel et au développement des infrastructures devraient faire partie intégrante de la configuration institutionnelle propice à une utilisation des TIC.
- **Un engagement continu et longue durée en faveur des TIC** : pour obtenir de meilleurs résultats, les TIC doivent être conjuguées à des méthodes classiques de vulgarisation pendant une période relativement longue (au moins cinq ans).

### Mise en œuvre

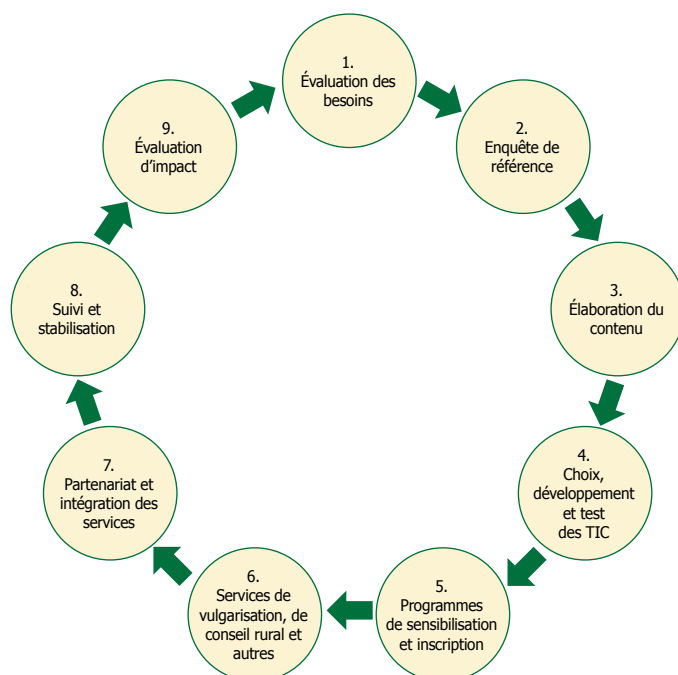
**Vastes domaines de mise en œuvre des TIC<sup>5</sup>** : les méthodes de vulgarisation basées sur les TIC sont pertinentes dans des domaines tels que la pré-production, la production, les opérations post-récolte et la commercialisation, les services financiers (crédit, paiement, épargne, assurance), ainsi que la collecte et la distribution de données climatiques et autres. La liste ci-dessous et le Tableau 1 indiquent quelles TIC utiliser pour atteindre cinq objectifs généraux<sup>6</sup> :

- **Offrir des services localisés et personnalisés d'informations, de conseils et autres** : centres d'appels agricoles, applications mobiles, radio, TV.
- **Aider à créer, documenter, stocker, récupérer, partager et gérer l'information** : portails web, portails dédiés à une culture, banques de connaissances, systèmes experts, systèmes de gestion de l'information agricole.
- **Favoriser la collaboration, le partage et les partenariats en faveur de l'innovation entre les acteurs de la vulgarisation** : médias sociaux, groupes de discussion.
- **Permettre aux agriculteurs et autres de mieux se faire entendre** : radio communautaire, télécentres, vidéos, communautés virtuelles de pratiques et médias sociaux.
- **Faciliter le renforcement des capacités des agriculteurs, des professionnels de la vulgarisation et autres acteurs des SIA** : mécanismes d'apprentissage en ligne (enseignement ouvert et à distance, référentiels d'objets d'apprentissage, cours en ligne ouverts à tous, et autres), formation en utilisant les TIC, outils d'enquête et de suivi, et applications.

**Étapes de mise en œuvre des SVC intégrant les TIC** : comme on l'a vu plus haut, l'adéquation des TIC dépend du contexte et leur utilisation est particulièrement adaptée en tant que catalyseur du développement. Pour les utiliser de manière efficace, il convient de suivre une série d'étapes logiques (Figure 1). Si les étapes peuvent traduire la suite logique de l'exécution des projets à base de TIC, elles n'ont rien d'absolu mais dépendent du contexte et de l'opinion de l'organisme de vulgarisation, sur la base de l'évaluation détaillée des besoins de la clientèle et autres parties prenantes.

1. **Évaluation des besoins** : les SVC sont particulièrement utiles et adaptés lorsque l'information et les services fournis sont localisés et fondés sur les besoins. Pour que des projets à base de TIC soient réussis, il faut donc avant tout que l'organisation hôte évalue les besoins de la communauté cible.

2. **Enquête de référence** : les normes ou points de référence sont très importants pour que les services compatibles avec les TIC puissent honorer leurs objectifs, ce qui fait que les enquêtes de référence constituent une nécessité. Ces enquêtes sont aussi utiles comme normes de suivi et d'évaluation.
3. **Élaboration du contenu** : le contenu localisé et personnalisé a besoin d'être élaboré sur la base des résultats de l'évaluation des besoins et des enquêtes de référence afin d'éviter les recommandations généralistes.
4. **Choix, développement et test des TIC** : sur la base des besoins localisés, du contenu et des groupes cibles, il convient de choisir, de développer et de tester la TIC appropriée afin de s'assurer de son caractère adéquat.
5. **Programmes de sensibilisation et inscription** : un inconvénient majeur des projets basés sur les TIC est lié au fait que, trop souvent, les utilisateurs cibles n'ont pas conscience de l'existence ou des bienfaits potentiels du projet. Pour remédier à cette situation, il convient de mener des campagnes innovantes pour sensibiliser le public cible aux projets. Ce point est particulièrement important dans le cas des services à base d'abonnement, car les usagers ont besoin de s'inscrire pour pouvoir accéder aux bénéfices du projet.
6. **Services de vulgarisation, de conseil et autres** : sur la base de la demande et des besoins des usagers, les services sont à fournir aux groupes cibles.
7. **Partenariat et intégration des services** : en fonction des besoins du projet et des services offerts, les parties prenantes ont besoin de collaborer afin de déterminer quels services peuvent être intégrés pour éviter les doublons et offrir une prestation de qualité aux usagers.
8. **Suivi et stabilisation** : un suivi continu est une fonction importante, surtout dans la phase pilote, pour déterminer l'adéquation du projet pour le public cible et des modifications devraient être apportées en fonction des services offerts pour pouvoir finalement mettre le projet à l'échelle d'une manière rentable.



**Figure 1. Étapes de la mise en œuvre des SVC intégrant des TIC**

<sup>5</sup> Banque mondiale. 2011. *Op. cit.*

<sup>6</sup> Saravanan. 2011. *Op. cit.*

**Tableau 1. Adéquation de l'utilisation de différentes TIC pour diverses fonctions**

\*\*\*\*\* adaptée \*\*\* assez bien adaptée \* peu adaptée

Fonctions		Technologies de l'information et des communications (TIC)														
		TV			Radio		Téléphones mobiles (fonction de base)		Sans internet			Avec internet				
		Émissions télévisées	Vidéo avec DVD	Émissions radiodiffusées	Émissions communautaires	Texte	Voix	Systèmes experts/ systèmes d'aide à la décision/CD multimédia interactifs	Vidéo numérique	Animation	Site web/portail web/banques de connaissances/ référentiels en ligne	Télévisioconférence	Applis mobiles	Plateformes d'apprentissage en ligne	Médias sociaux	
Offrir des services localisés et personnalisés d'informations, de conseil et autres		***	***	*****	*****	*****	*****	***	***	***	***	*****	*	*****	*	*****
Aider à créer, documenter, stocker, récupérer, partager et gérer l'information		***	*****	***	*****	*****	*****	*****	***	***	***	*****	***	***	***	*****
Favoriser la collaboration, le partage et les partenariats en faveur de l'innovation entre les acteurs de la vulgarisation		*	*	*	***	***	***	*	***	***	***	*	***	***	***	***
Permettre aux agriculteurs et autres de mieux se faire entendre		*	*	*	*****	***	***	*****	***	***	***	***	*	***	*	***
Faciliter le renforcement des capacités des agriculteurs, des professionnels de la vulgarisation et autres acteurs des SJA		***	*****	***	*****	***	***	*****	*	***	***	*****	*	***	***	***

9. **Évaluation d'impact** : ceci reste l'une des étapes les plus importantes dans la mise en œuvre de projets basés sur les TIC, car l'impact détermine finalement le degré de réussite du projet en engendrant les changements souhaités dans le groupe cible, ainsi que les facteurs qui décident de sa viabilité à long terme.

### Capacités requises

En premier lieu, la principale capacité requise pour utiliser des services à base de TIC et les médias sociaux est d'avoir une connaissance rudimentaire de la façon de se servir des appareils et d'explorer l'internet. Des connaissances techniques et des compétences informatiques poussées sont requises pour héberger un portail web, une plateforme d'apprentissage en ligne, développer une application mobile, gérer des télécentres, et autres.

Le développement d'applications TIC nécessite des stratégies propres au contexte. La sensibilisation, la création de contenu fondé sur les besoins et propre à un emplacement ainsi que l'inclusion des agriculteurs dans la création de contenu peut réellement faciliter l'élaboration d'un contenu pertinent. De même, une formation spécialisée à l'utilisation des TIC et à l'élaboration de contenu à l'intention des employés peut se révéler utile pour augmenter la qualité des services et garantir une maintenance sans heurts des TIC.

### Gouvernance

**Partenariat et maintenance** : en fonction de l'application, les projets à base de TIC peuvent être gérés individuellement par l'institution hôte ou en collaboration avec d'autres parties prenantes. Les programmes destinés à la télévision ou la radio, les DVD, les médias sociaux et les applications mobiles (applis) peuvent être produits par des organismes de vulgarisation ou des particuliers. En revanche, la collaboration multipartite est indispensable pour les services de conseil mobiles, les portails web, les plateformes d'apprentissage en ligne, les systèmes experts et les systèmes d'aide à la décision.

**Rôles des parties prenantes** : les parties prenantes des projets à base de TIC peuvent avoir de multiples rôles, les plus importants étant l'hébergement, la création de contenu, la maintenance et le financement. C'est le type de projet à base de TIC qui déterminera le rôle des parties prenantes impliquées. L'organisation hôte joue aussi le rôle de facilitateur afin d'encourager la collaboration entre les acteurs lorsqu'elle est nécessaire.

**Tableau 2. Forces, faiblesses, opportunités et défis**

Forces	Faiblesses	Opportunités	Défis
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meilleur accès aux services</li> <li>• Rentable</li> <li>• Rapide</li> <li>• N'importe quand, n'importe où</li> <li>• Vient compléter le rôle des conseillers agricoles</li> <li>• Meilleures interconnexions du système recherche-vulgarisation-client</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le succès dépend de l'engagement humain</li> <li>• La dimension humaine fait défaut</li> <li>• Nécessite des compétences et aptitudes en TIC</li> <li>• Manque de politiques institutionnelles en matière de TIC</li> <li>• La durabilité à long terme dépend du financement, des « champions » des TIC et d'autres facteurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amélioration continue des infrastructures TIC</li> <li>• Pénétration des téléphones mobiles haut de gamme</li> <li>• Réduction du coût des infrastructures et services TIC</li> <li>• Multiplicité d'acteurs dans la fourniture de SVC à base de TIC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Création d'un contenu pertinent et propre au monde agricole</li> <li>• Barrières linguistiques</li> <li>• Faible niveau d'alphabétisation des agriculteurs ruraux</li> <li>• Transmettre des compétences en matière de TIC aux acteurs des SVC</li> <li>• Doublons et flux d'informations contradictoires</li> </ul>

<sup>7</sup> Saravanan. 2010. *Op. cit.*

### Coûts

Le coût du développement et de l'utilisation des TIC varie beaucoup en fonction des infrastructures et de l'ampleur de la couverture. Pour des applications comme les médias sociaux, le coût peut se limiter à quelques dollars pour les appareils et les frais de données, alors que pour des applications complexes comme des portails web, des plateformes d'apprentissage en ligne, des applis, des systèmes experts ou le développement d'un système d'aide à la décision, le coût peut s'élever à plusieurs millions de dollars. Les activités de renforcement des capacités et de maintenance sont aussi assorties d'un coût considérable. À titre indicatif, les coûts pour couvrir les besoins les plus communs sont : création d'un site web sommaire – de 300 à 2.000 \$ US ; intégration d'un système de gestion du contenu (SGC) – de 2.000 à 10.000 \$ US ; un portail web sophistiqué avec l'ajout de fonctionnalités – de 10.000 à 60.000 \$ US en fonction de sa conception ; la maintenance des portails web est aussi assortie d'un coût considérable. Un système expert peut coûter entre 1.000 et 10.000 \$ US en fonction de sa conception, du logiciel et de la taille du contenu. Le développement d'applis peut être gratuit ou atteindre 70.000 \$ US ou plus en fonction de l'architecture et des fonctionnalités.

### Forces et défis

Les applications TIC sont multiples et leur adéquation varie en fonction du contexte de leur utilisation et du type d'application utilisée<sup>7</sup>. Mais en restant proche du concept général de TIC pour les SVC, le Tableau 2 donne une vue d'ensemble des forces, faiblesses, opportunités et défis qu'elles présentent pour les SVC.

### Quelques considérations appropriées

**Groupes cibles** : l'adéquation de la grande variété de services qui peuvent être fournis par le biais des TIC dépend du groupe cible. Les TIC comme la télévision, la radio, la vidéo, les télé/visio-conférences et les services de conseil mobiles à base vocale sont accessibles à tous, quels que soient le niveau d'alphabétisation ou les compétences technologiques, alors que des applications comme les portails web, les systèmes experts, les systèmes d'aide à la décision, les services de conseil mobiles à base de texte, les plateformes d'apprentissage en ligne et les médias sociaux s'adressent davantage aux agriculteurs sachant lire et écrire et dotés de compétences techniques rudimentaires. La radio communautaire offre



**Tableau 3. Adéquation des différents types de TIC pour remplir diverses fonctions de SVC**

\*\*\*\*\* adaptée \*\*\* assez bien adaptée \* peu adaptée – les cases vierges indiquent que la TIC n'est pas adaptée

Fonctions de vulgarisation		Technologies de l'information et des communications (TIC)													
		TV			Radio			Téléphones mobiles (de base)			Ordinateurs/portables/ smartphones				
		Émissions télévisées	Vidéo avec DVD	Émissions radiodiffusées	Radio communautaire	Texte	Voix	Sans internet			Avec internet				
							Systèmes experts/ systèmes d'aide à la décision/CD multimédia interactifs	Vidéo numérique	Animation	Site web/portail web/banques de connaissances/ référentiels en ligne	Télé/visiokonférence	Applis mobiles	Plateformes d'apprentissage en ligne	Médias sociaux	
Sensibilisation	*****	***	*****	*****	*	*	*	*****	*****	*****	*	*****	*****	*****	*****
Information	*****	*****	*****	*****	*****	*****	***	*****	*****	*****	***	*****	***	*****	*****
Promotion	***	***	***	*	***	***	*	***	***	***		*		***	***
Conseil	***	***	***	*****	***	*****	*****	***	***	***	***	*****		*****	*****
Partage de connaissances	*****	*****	***	***	***	***	***	***	***	*****	*	*****		*****	*****
Documentation et partage de savoir technique autochtone (ITK)	***	*****	*	*****	*****	*	***	***	***	***	***	*		*****	*****
Transfert de technologie	*****	*****	***	*****	*****	*****	*****	*****	***	*****	*****	***		*****	*****
Formation	***	***	***	***				***	***	***	*****	***		*****	*****
Éducation/apprentissage en ligne	*	***	*	*	*****	***		***	***	***		*		*****	*****
Information de marché et mise en relation		***	*	***	*****	*****		***		***		*****			*****
Accès au crédit et au système bancaire			*	***	*****	*****				***		*****			*****
Mise en relation avec les fournisseurs d'intrants	*		*	***	*****	*****				***		*****			***
Conseil de masse	*****	*	*****	*****	***	***	*	*	***	***		*****			*****
Planification d'entreprise												***			
S&E, comptage, enquête										*****		*****			
Mise en relation avec des acteurs de SJA				*****	*	*****				*****		*			*****
Retour d'information				*****		*****				*****	***	*****	***		***
Groupes cibles	Agriculteurs, agro-entrepreneurs, fournisseurs d'intrants, acteurs de la chaîne de valeur, conseillers agricoles	Agriculteurs, agro-entrepreneurs, conseillers agricoles	Agriculteurs, agro-entrepreneurs, fournisseurs d'intrants, acteurs de la chaîne de valeur, conseillers agricoles	Agriculteurs, agro-entrepreneurs, acteurs de la chaîne de valeur, fournisseurs d'intrants	Agriculteurs sachant lire et écrire, agro-entrepreneurs, fournisseurs d'intrants, acteurs de la chaîne de valeur, conseillers agricoles	Agriculteurs, agro-entrepreneurs, fournisseurs d'intrants, acteurs de la chaîne de valeur, conseillers agricoles	Agriculteurs sachant lire et écrire, conseillers agricoles, entrepreneurs	Agriculteurs, agro-entrepreneurs, conseillers agricoles	Agriculteurs analphabètes, conseillers agricoles	Agriculteurs sachant lire et écrire, agro-entrepreneurs, fournisseurs d'intrants, acteurs de la chaîne de valeur, conseillers agricoles	Agriculteurs, conseillers agricoles	Agriculteurs sachant le plus souvent lire et écrire, agro-entrepreneurs, fournisseurs d'intrants, acteurs de la chaîne de valeur, conseillers agricoles	conseillers agricoles, chercheurs, universitaires, agro-entrepreneurs, décideurs	Agriculteurs sachant lire et écrire, agro-entrepreneurs, fournisseurs d'intrants, acteurs de la chaîne de valeur, conseillers agricoles	***

Source : modifié à partir de Bell, M. et Payne, J. 2011. ICT options to enhance agricultural extension. The MEAS ICT Matrix. Disponible sur : <http://www.meas-extension.org/resources/ict>



une très bonne plateforme pour permettre aux agricultrices d'exprimer leur avis.

**Fonctions** : la sensibilisation et le transfert de technologie sont les fonctions les plus importantes de la télévision, la radio, les vidéos et la radio communautaire ; les conseils et les informations de marché sont les fonctions les plus importantes des services de conseil mobiles ; le conseil et le transfert de technologie sont les principales fonctions des systèmes experts, des systèmes d'aide à la décision et des CD multimédias interactifs ; les portails web offrent des occasions uniques de partage de l'information et de mise en relation avec d'autres parties prenantes des SIA.

Les plateformes d'apprentissage en ligne sont principalement à usage pédagogique ; et les médias sociaux intègrent toutes les fonctions de services de conseil, partage des connaissances, sensibilisation, mise en relation avec les acteurs des SIA, et transfert de technologie (voir le Tableau 3).

### Impact et potentiel de mise à l'échelle

**Indicateurs d'impact** : si l'état des lieux comparatif des connaissances avant/après est un indicateur d'impact important pour les services de diffusion, les gains de temps et les économies, la hausse du revenu, ainsi que de meilleures décisions de marché et une participation accrue peuvent être des indicateurs d'impact importants pour des services de conseil mobiles ou basés sur la toile. Un engagement continu des usagers dans les discussions, la création et le partage de contenu, l'accroissement des taux d'adhésion et les commentaires des membres peuvent servir d'indicateurs d'impact dans le cas des médias sociaux.

**Potentiel de mise à l'échelle** : la mise à l'échelle demeure un problème majeur dans les projets à base de TIC après bientôt trois décennies d'utilisation dans les SVC, principalement parce qu'il n'y a pas de feuille de route servant de gage de réussite. Le potentiel de mise à l'échelle dépend beaucoup du contexte d'utilisation et la meilleure façon de l'indiquer est par un suivi-évaluation continu et un retour d'information de la part des usagers sur l'applicabilité de l'information et des services de conseil fournis.

### Durabilité

Il existe plusieurs facteurs qui influencent la durabilité des initiatives à base de TIC. Des services axés sur les bénéfices ou financièrement durables sont davantage tournés vers la demande, car les frais d'inscription ont un rôle important à jouer pour couvrir les frais de fonctionnement et la durabilité financière du projet. Une information basée sur la demande et personnalisée ainsi que des conseils sur les TIC n'ont rien d'un luxe mais sont bien une nécessité pour la durabilité à long terme. Les applications telles que les médias sociaux, les applis et les services de conseil rural mobiles ou basés sur la toile permettent un engagement assidu des usagers et les aident à personnaliser l'information qu'ils récupèrent, ce qui l'adapte et la rend applicable, permettant ainsi de garantir la viabilité à long terme des projets à base de TIC.

### Matériel pédagogique

Banque mondiale : <http://www.ictinagriculture.org>

CGIAR : <http://ictkm.cgiar.org/>

CTA : <http://www.cta.int/en/category/featured-items/icts-for-development.html>

FAO : <http://www.e-agriculture.org>



IICD : <http://www.iicd.org>

Groupe IMARK : <http://www.imarkgroup.org> (Information Management Resource Kit)

Inveneo & TechLab FHI 360 : <http://www.ictworks.org>

MEAS : <http://www.meas-extension.org/resources/ict>

USAID : <http://www.usaid.gov/what-we-do/economic-growth-and-trade/infrastructure/information-communication-technology-development>

Cette note a été préparée avec le concours financier de la GIZ (Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit) et du PIM (le Programme de recherche du CGIAR sur les politiques, institutions et marchés).

Ces travaux ont été entrepris dans le cadre du Programme de recherche du CGIAR sur les politiques, institutions et marchés (PIM) sous la direction de l'Institut international de recherche sur les politiques alimentaires (IFPRI). Cette étude a bénéficié du soutien financier des agences dont le logo figure sur la page de garde. Cette note n'a pas été soumise au processus d'évaluation par les pairs conduit par l'IFPRI. Toutes les opinions exprimées ici n'engagent que les auteurs et ne reflètent pas nécessairement les opinions ou l'acceptation officielle de l'IFPRI.

Informations sur les auteurs : Saravanan Raj est professeur agrégé (formation en vulgarisation et sociologie rurale) auprès de l'Université agricole centrale (CAU), Pasighat, Arunachal Pradesh, en Inde. Rasheed Sulaiman V est directeur du CRISP (Centre for Research on Innovation and Science Policy) à Hyderabad, Andhra Pradesh, en Inde. Kristin Davis est chargée de recherches auprès de l'Institut international de recherche sur les politiques alimentaires (IFPRI). Bhattacharjee Suchiradapta est chercheur universitaire (vulgarisation agricole) auprès de l'Université agricole centrale, Barapani, Meghalaya, en Inde.

Photo : © Raj Saravanan

Traduction et mise en page : Green Ink ([www.greenink.co.uk](http://www.greenink.co.uk))

Citation correcte : Saravanan, R., Sulaiman, R.V., Davis, K. et Suchiradapta, B. 2015. Les TIC au service de la vulgarisation et du conseil rural. Note 11. Notes du GFRAS sur les bonnes pratiques pour les services de vulgarisation et de conseil rural. GFRAS : Lindau, Suisse.

Tous les travaux du Forum mondial pour le conseil rural sont protégés sous licence de libre diffusion Creative Commons CC-BY-NC Attribution-NonCommercial 3.0 Unported

