

# NOTE 18 : Utilisation de la radio pour la vulgarisation agricole

Préparée par : Sheila Rao, 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.

## Philosophie et principes

La radio est considérée comme l'une des technologies de l'information les plus anciennes et c'est l'une des plus populaires du monde en développement, en partie du fait de son accessibilité et son caractère abordable. Si beaucoup de personnes en milieu rural possèdent une radio, ceux qui n'en ont pas peuvent accéder aux programmes par le biais de la radio de leurs proches, leurs amis ou voisins. Par tradition, la radio a toujours été perçue comme un outil de communication unidirectionnelle, qui fournit des informations, des nouvelles ou des divertissements aux auditeurs. Toutefois, lorsqu'elle est associée à d'autres outils de communication (comme les téléphones mobiles), elle peut faire office de plateforme de dialogue pour poursuivre des discussions sur des sujets qui intéressent les auditeurs et pour créer des programmes divertissants et interactifs. Pour les agriculteurs, la radio peut les aider à se rapprocher d'experts techniques, de décideurs politiques, d'autres agriculteurs, de fournisseurs ou d'acheteurs. La radio en guise d'outil de vulgarisation – et tout particulièrement les programmes participatifs et pilotés par la demande – s'inscrit en complément des systèmes d'information agricole existants qui mettent l'accent sur l'interaction entre les parties prenantes (agriculteurs, courtiers du savoir du secteur public ou privé, acteurs du marché, chercheurs, décideurs politiques, secteur financier, etc.) où aucun acteur n'est expert<sup>1</sup>. De surcroît, les programmes radio dans la langue locale fournissent de nouveaux circuits de communication et un espace de dialogue pour les communautés dans les zones plus reculées ou avec un niveau d'instruction hétérogène<sup>2</sup>.

Les programmes radio pour les agriculteurs ont une longue histoire dans plusieurs régions, y compris en Amérique latine,

en Afrique de l'Ouest ainsi qu'en certains points d'Europe et d'Amérique du Nord. Plus récemment, l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture a élaboré des lignes directrices pour la communication pour le développement qui sont directement en lien avec les lacunes et les besoins actuels des systèmes d'information agricole<sup>3</sup>. Le guide fait mention du rôle de la radio en guise d'outil complémentaire des approches existantes pour joindre les agriculteurs et interagir avec eux. Les applications de radio traditionnelles misaient sur une approche hiérarchisée descendante où les services de vulgarisation et les instituts de recherche élaborent les matériaux et le contenu des programmes et paient pour le temps d'antenne durant lequel les stations diffusent leurs programmes. Plus récemment, les diffuseurs ont commencé à s'impliquer davantage dans la création de contenu et dans la réalisation d'interviews à la ferme avec les agriculteurs. Dans les initiatives de radio participative, les diffuseurs travaillent en collaboration avec des services de vulgarisation, des chercheurs, des représentants gouvernementaux et des agriculteurs<sup>4</sup>. Les conclusions d'une étude de l'Initiative de recherche sur les radios rurales en Afrique (IRRA) et d'autres évaluations montrent que la fréquence d'écoute des agriculteurs est directement liée à une augmentation des connaissances d'une pratique agricole donnée ayant été abordée lors d'une émission radiophonique participative<sup>5</sup>.

Les programmes radio peuvent couvrir une large gamme de sujets et incorporer des informations scientifiques (conditionnées sous différents formats selon les besoins) qui tiennent compte et font référence au contexte socioculturel, au savoir et aux intérêts du public visé. Les programmes radio peuvent remplir un certain nombre de fonctions de communication, notamment promouvoir l'écoute active (pour découvrir les préférences, les

<sup>1</sup> FRAS. 2012. *Investments in agricultural extension and information systems*. Disponible sur : <http://www.g-fras.org/fileadmin/UserFiles/Documents/Frames-and-guidelines/Financing-RAS/Investments-in-Agricultural-Extension-and-IS.pdf>

<sup>2</sup> Chapman, R., Blench, R., Kranjac-Berisavljevic, G. et Zakariah, A.B.T. 2003. *Rural radio in agricultural extension: The example of vernacular radio programmes on soil and water conservation in N. Ghana*. Network Paper No. 127. Agricultural Research & Extension Network. Disponible sur : [www.odi.org/resources/docs/5200.pdf](http://www.odi.org/resources/docs/5200.pdf)

<sup>3</sup> Acunzo, M., Pafumi, M., Torres, C. et Stella Tiro, M. 2012. *Communication for rural development sourcebook*. Rome, Italie : Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture. Disponible sur : <http://www.fao.org/3/a-i3492e.pdf>

<sup>4</sup> Chapman, 2003. *Op. cit.*

<sup>5</sup> Radios Rurales Internationales. 2010. *Agricultural radio that works*. Disponible sur : <http://www.farmradio.org/wp-content/uploads/Farm-Radio-Agriculture-Radio-That-Works.pdf>



besoins et les opinions des agriculteurs, etc.) ; sensibiliser à des services, des événements ou des programmes ; diffuser des informations et faciliter la discussion à propos de l'information ; accueillir des campagnes sur des sujets propices à un changement de comportement (prévention des maladies ou adoption d'une nouvelle variété) ; et amorcer la mise en réseau entre agriculteurs.

### Mise en œuvre

Avec l'appui adéquat, y compris une structure de gouvernance favorable, des processus de conception prudents et inclusifs, et une utilisation pertinente et appropriée de la technologie, la radio donne la possibilité d'optimiser les services de vulgarisation existants et d'inclure les partenaires des secteurs public et privé dans une réponse efficace aux besoins de communication des familles agricoles.

Malgré ces opportunités, la radio reste, dans la pratique, souvent considérée comme faisant partie du plan de dissémination au lieu de faire partie intégrante du service de vulgarisation. Le défi consiste à conditionner l'information en programmes radio de qualité. Avec davantage de formation, les diffuseurs peuvent aider d'autres acteurs du développement agricole à communiquer de manière efficace et exacte avec les agriculteurs.

Il y a plusieurs facteurs à prendre en compte lorsque l'on met en œuvre des programmes radio comme faisant partie intégrante d'un service de vulgarisation.

**Les radiodiffuseurs et leurs stations affiliées sont partenaires des services de vulgarisation** : il est vital d'identifier des critères efficaces pour sélectionner des stations de radio avec lesquelles s'associer afin de garantir que les programmes radio sont bien reçus et appréciés des auditeurs. Les stations communautaires, privées ou publiques peuvent toutes être envisagées, en fonction du public cible, de l'échelle et des ressources disponibles pour le service de vulgarisation concerné. Les radios communautaires offrent une programmation locale, adaptée au contexte, alors que les stations privées sont souvent mieux dotées en moyens et pourraient proposer des programmes plus interactifs et plus axés sur les technologies. Les stations qui émettent à l'échelle nationale proposent des thèmes de discussion plus larges comme la politique agricole ou des informations relatives aux marchés locaux et internationaux.

**Conception des programmes radio** : le processus de conception participative est inclusif et suppose une mobilisation multipartite. Il peut aussi être directif, lorsque les spécialistes de la communication, ainsi que les experts en agriculture et en vulgarisation travaillent ensemble pour élaborer le contenu avant de le tester auprès du public cible. Des évaluations initiales auprès des auditeurs sur les formats et les horaires préférés ainsi que les besoins d'information, aident à définir la programmation en fonction des besoins des agriculteurs. Le processus de conception devrait aussi considérer l'implication des « courtiers du savoir » appropriés (chercheurs, personnel de vulgarisation, agents du secteur privé, agriculteurs, etc.). Les chercheurs fournissent de nouvelles conclusions ou des technologies éprouvées qui appuient une meilleure productivité et engendrent des gains pour les agriculteurs. Les agents du secteur privé ouvrent des voies qui permettent aux agriculteurs de se rapprocher de certains marchés (locaux, régionaux, internationaux). Le personnel de vulgarisation est souvent en lien avec des agences publiques et des organisations non gouvernementales (ONG).

L'élément interactif aura besoin d'être pris en compte à la fois par les auditeurs et par la station de radio pour veiller à ce qu'il y ait en place un système de feedback cohérent et opportun. Dans certains

cas, il pourra se révéler utile de faciliter la création d'une stratégie d'auditoire par le biais du partage de programmes (enregistrement et partage de copies de programmes), écoute en groupe (en provenance d'organisations paysannes existantes), ou formation à l'utilisation de smartphones pour apprendre à se connecter directement aux programmes radio.

**Diffusion des programmes** : l'horaire, la durée et le planning des programmes doivent être mûrement réfléchis au moment de la planification des services de vulgarisation. Certaines plages horaires sont mieux que d'autres pour les agriculteurs, notamment les soirées et les week-ends, lorsqu'ils sont chez eux et ont terminé tous leurs autres travaux. Les femmes préféreront peut-être les émissions préenregistrées ou la possibilité de les écouter en groupe si elles n'ont pas accès à une radio à la maison. Le suivi-évaluation des programmes radio exige une collecte des données qualitatives et quantitatives continue et une analyse afin de saisir les conséquences voulues et inattendues des services de vulgarisation radiophoniques participatifs et pilotés par la demande.

### Capacités requises

Il y a plusieurs domaines de capacités qui nécessitent un appui pour que tout le potentiel de la radio puisse être exploité. Tout d'abord, les stations de radio varient dans leurs infrastructures et le type de matériel, de formation et de soutien dont elles disposent qui leur permettra de travailler avec les agriculteurs ou par l'intermédiaire d'autres services de conseil rural. Une évaluation des besoins et l'achat du matériel adapté seront peut-être nécessaires. Les diffuseurs apprécieront peut-être des enregistreurs à faible coût, tels que des lecteurs mp3 pour les aider à produire des programmes sur le terrain. Deuxièmement, le personnel de la station de radio aura besoin de renforcer des compétences données pour travailler directement avec des services de vulgarisation et répondre aux besoins des agriculteurs. Ces compétences comprennent l'utilisation technique de téléphones pour appeler les auditeurs ou recevoir leurs appels ; l'utilisation de systèmes à base vocale ; l'acquisition de connaissances à propos des pratiques agricoles ; et le fait d'avoir les compétences relationnelles requises pour combler le fossé entre le savoir des experts et les vocabulaires ruraux de leur auditoire. Les communautés rurales auront peut-être aussi besoin d'une formation sur la façon d'utiliser les téléphones pour appeler et recevoir des appels ou pour enregistrer des messages pour les stations radiophoniques. Au cours des 10 dernières années, Radios Rurales Internationales s'est servi de cette expérience pour développer un outil du nom de VOICE, qui permet aux stations de radio de prendre en compte des facteurs clés, comme la cohérence, la pertinence et la commodité qui peuvent les aider à élaborer des programmes de qualité à l'intention des agriculteurs (Figure 1). Avec une formation, et en collaboration avec d'autres acteurs agricoles, les radiodiffuseurs peuvent prendre activement part à la vulgarisation au lieu de se contenter de faciliter le partage d'information<sup>6</sup>.

### Coûts

Le coût de l'implication de programmes et de stations de radio comme partenaires dans des programmes de vulgarisation agricole peut varier. Beaucoup de programmes tentent d'inclure la radio avant tout comme un outil de dissémination et paient pour le temps d'antenne. Cela peut revenir cher si la portée est nationale. Les radios communautaires, qui ont une couverture locale, peuvent ne pas facturer autant le temps d'antenne. La formation, le

<sup>6</sup> Gilberds, H. et Myers, M. 2012. Radio, ICT convergence and knowledge brokerage: lessons from sub-Saharan Africa. *IDS Bulletin*, 43(5): 76-83.



**farmradio.org**

**Figure 1. Normes VOICE pour une programmation d'émissions radiophoniques agricoles efficaces**

partage des capacités techniques et des connaissances ont aussi des implications en matière de coûts. Ces activités peuvent être menées lors de rencontres de vive voix, facilitées à distance ou encore comme un mélange d'activités en direct et facilitées par les technologies, chaque méthode ayant ses propres implications en termes de coûts.

Globalement, le coût par agriculteur d'utilisation de la radio dans le cadre de services de vulgarisation (lorsqu'une station de radio communautaire peut toucher jusqu'à 200.000 ménages) est nettement plus faible que d'autres stratégies, telles que des visites régulières sur le terrain, l'utilisation de supports imprimés et la facilitation d'un dialogue régulier et continu avec de nombreuses communautés. Ainsi, en Éthiopie, une émission radiophonique sur le teff (une denrée de base en Éthiopie) diffusée sur quatre mois dans quatre régions n'a coûté que 0,38 \$ US/agriculteur<sup>7</sup>. Les stations communautaires peuvent être établies pour un budget modique de 20.000 \$ US (y compris les coûts du matériel, les permis et autres éléments essentiels).

## Forces et défis

La radio offre un échange ouvert bidirectionnel qui est inclusif, accessible et abordable. Elle est capable de joindre les communautés vulnérables et pauvres en ressources, tout en mettant en place un système de restitution et de suivi à travers l'utilisation d'autres technologies. Elle offre une occasion d'informer et de fournir des ressources à grande échelle ; pourtant, elle peut aussi être disponible dans les langues locales.

Il peut y avoir beaucoup de variabilité dans les capacités des stations de radio à travailler en étroite collaboration avec les agents de vulgarisation et autres acteurs du développement agricole. Beaucoup de stations communautaires n'auront peut-être pas les moyens de soutenir le programme au-delà de la durée initiale du projet ou du cycle de financement. Les stations commerciales peuvent ne pas être formées à l'utilisation d'une langue appropriée pour un public agricole. La radio ne remplace certainement pas l'interaction de vive voix et elle est presque toujours plus efficace lorsqu'elle fait partie intégrante d'une stratégie plus vaste de vulgarisation et de communication.

## Quelques considérations appropriées

La radio fonctionne comme un outil de vulgarisation efficace lorsqu'elle fait partie d'une stratégie de communication plus vaste à l'intention des agriculteurs et lorsque les radiodiffuseurs participent à la conception et la production du contenu, aux côtés des experts et du personnel de vulgarisation. Il convient, en particulier, de prendre en compte les points suivants :

- **Le groupe cible (p. ex. les femmes, les jeunes) :** pour les agricultrices, les approches de radio à la demande peuvent être efficaces en ce sens qu'elles peuvent choisir quand écouter les programmes chaque semaine par le biais de fichiers mp3 préenregistrés livrés aux groupements de femmes. Certains groupes ont la possibilité d'acheter des appareils radio. De jeunes auditeurs peuvent être suffisamment motivés par l'interactivité et l'intégration de l'utilisation de smartphones. Par exemple, à l'aide de textos, de messages vocaux ou de bips sonores pour voter (voir [www.farmradio.org](http://www.farmradio.org)), il est possible de faciliter leur participation. On pourrait donner à d'autres groupes défavorisés des outils interactifs et d'écoute, tels que des radios solaires ou des temps de connexion sur téléphone portable en échange de leur contribution à des émissions et des dialogues.
- **Type d'innovation agricole :** différents formats de radio conviennent à différentes innovations. Les campagnes radiophoniques ciblées qui visent à mieux informer les processus de prise de décisions des agriculteurs peuvent soutenir l'adoption de nouvelles variétés de cultures, des cultures biologiquement fortifiées ou de nouvelles méthodes culturales. Des questions plus larges et plus complexes, telles que les impacts liés au climat, la commercialisation, la mise en relation de différents acteurs dans la chaîne de valeur (tels que les acheteurs, les vendeurs, les transformateurs et les transporteurs), la nutrition, et les défis liés à la santé maternelle exigent une discussion plus ample dans une variété de formats qui aideront les principaux acteurs dans chaque domaine à communiquer par radio et par dialogue de vulgarisation. La radio peut constituer une approche plus intégrée pour épauler les communautés rurales à prédominance agricole ou lorsque la vulgarisation en direct est limitée.
- **Contexte écologique :** certains massifs montagneux bloquent les signaux radio et pourraient nuire à la portée des programmes

<sup>7</sup> Radios Rurales Internationales. 2014. *Radio for Ethiopian smallholder staples development*. Rapport d'évaluation des résultats soumis à la Fondation Bill & Melinda Gates, Ottawa.



diffusés par les stations nationales de radio. Toutefois, ce problème tend à diminuer en raison de l'installation constante de lignes aériennes sur pylône dans les zones rurales et reculées. Certains pays proposent des stations de radio basées sur internet qui n'ont pas besoin d'une infrastructure à pylônes pour émettre.

- **Contexte institutionnel** : les stations de radio commerciales, publiques ou communautaires fournissent toutes différents avantages pour les services de vulgarisation existants et émergents en fonction de la région ciblée. Les programmes peuvent être fortement localisés au moyen de stations communautaires pour la diffusion d'informations disponibles localement, ou ils peuvent être présentés à une échelle régionale ou nationale, afin de promouvoir certaines technologies dans l'ensemble du pays et d'accroître l'accessibilité de telle ou telle culture.

## Gouvernance

Les capitaux financiers, politiques et sociaux à la disposition des stations de radio exercent une influence directe sur les types d'émissions et de messages dirigés à l'intention des agriculteurs. Ainsi, les stations gérées et financées par une communauté peuvent privilégier le contexte local et la disponibilité des ressources. Les stations commerciales et privées seront peut-être plus enclines à recruter les services de distributeurs d'intrants ou d'entreprises en qualité de sponsors de programmes, ce qui peut engendrer une certaine partialité dans la préparation des émissions. Les stations publiques, financées par le biais d'agences gouvernementales, peuvent renforcer les politiques nationales et négliger de tenir compte des besoins locaux propres aux communautés locales.

Les activités de vulgarisation basées sur la radio, notamment les programmes interactifs, peuvent fournir les rôles et services de gouvernance suivants :

- **La fourniture d'un feedback sur les initiatives gouvernementales** : assistance dans le suivi de l'adoption et des impacts des politiques gouvernementales en matière d'utilisation des sols, de spécialisation des cultures, etc. (y compris les conséquences imprévues potentielles).
- **Feedback sur l'accapement des terres et les conflits fonciers** : la radio peut offrir un moyen inclusif et sans danger pour discuter de questions sensibles à propos du foncier et des changements d'affectation des sols entre plusieurs parties prenantes, notamment si les auditeurs peuvent contacter la station de radio sous le couvert de l'anonymat.
- **Information rapide sur les catastrophes naturelles, la sécurité alimentaire, les enjeux relatifs au climat** : au Libéria et au Sierra Leone, les stations de radio locales ont joué un rôle de premier plan dans la fourniture d'informations à des villages reculés concernant la prévention du virus Ébola, tout en assurant un suivi des taux et des foyers d'infection, et en donnant des conseils sur les endroits où se faire soigner.

## Impact et potentiel de mise à l'échelle

Purdue University, aux États-Unis, a montré que l'utilisation de la radio a augmenté le niveau d'intérêt et l'adoption du triple ensilage du niébé par les agriculteurs au Nigéria<sup>8</sup>. La stratégie de campagnes radiophoniques participatives de Radios Rurales Internationales continue d'afficher des résultats positifs avec

une augmentation des connaissances et l'adoption de pratiques agricoles particulières présentées à la radio avec le soutien d'ONG existantes et d'interventions gouvernementales<sup>9,10</sup>. En Éthiopie, plus de 50 % des agriculteurs ayant écouté régulièrement les émissions ont augmenté leurs connaissances sur la culture du teff.

Le travail continu de Radios Rurales Internationales montre à quel point il est important de mobiliser les stations de radio comme partenaires dynamiques de la vulgarisation. Radios Rurales Internationales a démontré que la radio a permis d'accroître la demande en matériels de semis et a débouché sur une augmentation du nombre d'agriculteurs prêts à essayer des innovations. La modularité est démontrée par le travail assidu de Radios Rurales Internationales<sup>11</sup>, ainsi que des travaux de radio antérieurs par le biais de Mediae ([mediae.org](http://mediae.org)) et de BBC Media Action (<http://www.bbc.co.uk/mediaaction>), et grâce à leurs stratégies de travail avec des services de vulgarisation nationaux existants pour apprendre aux stations de radio à produire des programmes de qualité. L'utilisation plus répandue d'outils de traduction et le renforcement des réseaux au sein du personnel de radio, des ministères qui travaillent dans le secteur agricole, des chercheurs, des agences de bailleurs de fonds et autres acteurs clés pourraient contribuer à construire un modèle plus durable de communication radio, intégré à des services de vulgarisation.

## Matériel pédagogique

Journalisme radio et compétences techniques (en anglais) : <http://onmedia.dw-akademie.de/english/?p=687>

Radio interactive pour des projets de développement agricole : boîte à outils à l'intention des praticiens (en anglais) <http://ictforag.org/toolkits/video/index.html>

Moyens de diffusion de masse en vulgarisation (en anglais) : <http://www.fao.org/docrep/t0060e/T0060E05.htm>

Radios Rurales Internationales. 2015. Utiliser les normes VOICE pour améliorer votre émission agricole. Disponible sur : <http://www.farmradio.org/fr/radio-resource-packs/recueillir-et-utiliser-les-reactions-de-laudoire-et-evaluer-les-emissions-radiophoniques/utiliser-les-normes-v-o-i-c-e-pour-ameliorer-votre-emission-agricole/>

---

Cette note a été produite 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 l'auteur : Sheila Rao est chargée des programmes d'impact à Radios Rurales Internationales et doctorante en anthropologie sociale ; elle étudie l'impact des campagnes qui promeuvent les cultures nutritives sur les investissements dans la main-d'œuvre féminine en Afrique subsaharienne.

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

Citation correcte : Rao, S. 2015. Utilisation de la radio pour la vulgarisation agricole. Note 18. Notes du GFRAS sur les bonnes pratiques de services de vulgarisation et de conseil rural. GFRAS : Lindau, Suisse.

<sup>8</sup> Moussa, B., Otoo, M., Fulton, J. et Lowenberg-DeBoer, J. 2011. Effectiveness of alternative extension methods through radio broadcasting in West Africa. *The Journal of Agricultural Education and Extension*, 17(4): 355-369.

<sup>9</sup> Radios Rurales Internationales, 2010. *Op. cit.*

<sup>10</sup> Radios Rurales Internationales, 2010. *Op. cit.*

<sup>11</sup> Radios Rurales Internationales, 2010. *Op. cit.*