

CAPITALISATION

DOCUMENTATION SUR LES FOCUS GROUPS

Capitalisation menée dans le cadre du projet d' Etude sur les outils et approches modernes de conseil agricole en Afrique de l'Ouest et du Centre



AOÛT 2024



Le réseau des services de conseil agricole et rural d'Afrique de l'ouest et du centre (RESCAR-AOC) est une plateforme multi acteurs intervenant dans le conseil agricole et rural en Afrique de l'ouest et du centre. Il est membre du forum africain des services de conseil agricoles (AFAAS) et du forum mondial des services de conseil rural (GFRAS).

Créé en 2010, et dont le Secrétariat Exécutif se trouve à Ouagadougou, au Burkina-Faso, le RESCAR-AOC a pour principal objectif de contribuer à améliorer les conditions de vie des agropasteurs en Afrique et dans le monde.

<https://rescar.org/>



Le Conseil Ouest et Centre Africain pour la Recherche et le Développement Agricoles (CORAF) est une organisation sous-régionale composée des systèmes nationaux de recherche agricole de vingt-trois pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre, est chargé de coordonner la mise en œuvre des politiques sous-régionales de recherche agricole telles que définies par les gouvernements.

Créé en 1987 et dont le Secrétariat Exécutif se trouve à Dakar, au Sénégal, le CORAF a pour principal objectif d'améliorer les conditions de vie en Afrique de l'Ouest et du Centre, en favorisant l'augmentation durable de la production et de la productivité agricoles et en promouvant la compétitivité et les marchés.

<https://www.coraf.org/>

La présente fiche a été réalisée dans le cadre de l'étude de cartographie des méthodes et outils innovants de conseil agricole en Afrique de l'Ouest et du Centre. Cette étude a été commanditée par le CORAF (Conseil Ouest et Centre Africain pour la Recherche et le Développement Agricoles) et réalisée par le RESCAR-AOC (Réseau des Services de Conseil Agricole et Rural d'Afrique de l'Ouest et du Centre) dans 13 pays d'Afrique de l'Ouest et du Centre.

L'objectif global de l'étude était de constituer un répertoire descriptif des méthodes et d'outils innovants de conseil agricole pour la mise à l'échelle des technologies et innovations agricoles en Afrique de l'Ouest et du Centre.

Plusieurs personnes au sein du CORAF et du RESCAR-AOC et en dehors de ces structures dans l'ensemble des 13 pays de l'étude ont contribué à la réussite de cette activité. Que l'ensemble de ces personnes soit remercié en ces lignes pour leur contribution.

1 Présentation du focus group

Le focus group est utilisé pour identifier le besoin spécifique d'un groupe de producteurs donnés afin que les propositions de solutions dans la communauté prennent en compte ces besoins spécifiques. Dans le domaine de la vulgarisation agricole, les focus groups sont utilisés pour comprendre les besoins, les défis et les perceptions des agriculteurs concernant diverses pratiques agricoles. Par exemple, ils peuvent être employés pour évaluer l'efficacité des programmes de vulgarisation, identifier les obstacles à l'adoption de nouvelles technologies ou recueillir des retours sur des initiatives spécifiques.

Aussi, le focus group permet de prendre en compte les besoins spécifiques des groupes vulnérables dont les femmes, les jeunes et les personnes vivant avec un handicap. Cela permet de comprendre leurs besoins en matière de technologies et innovations agricoles, mais aussi les aspects spécifiques à ces groupes dans la diffusion et la mise à l'échelle des technologies et innovations agricoles. En dehors de la question de la vulnérabilité, le focus group peut être fait suivant d'autres catégories de profil dont par exemple : le niveau de scolarisation, le type d'activité principale, etc.

2 Brève description des types de bénéficiaires accompagnés avec le focus group

Le focus group est utilisé avec les différentes catégories de producteurs. L'idée principal du focus group étant d'avoir des sous-groupes plus ou moins homogènes, chaque producteur peut donc être pris en compte dans un groupe spécifique selon le sexe, l'âge, le niveau de scolarisation, le type d'activité, etc.

3 Objectif du focus group

L'objectif principal du focus group est de faciliter le partage de connaissances et d'expériences entre un groupe de producteurs plus ou moins homogène (hommes, femmes, jeunes, personnes vivant avec un handicap, agriculteurs, éleveurs, etc). Les membres de ce groupe spécifique ayant des critères communs peuvent facilement échanger entre eux dans un climat détendu.

4 Etape de réalisation du focus group

La réalisation d'un focus group permet de toucher un nombre important de producteur et facilite leur participation active à la construction et la diffusion des technologies et innovations agricoles. Pour cela il faudra dans sa réalisation :

- identifier l'innovation à diffuser ;
- mobiliser les producteurs avec le profil approprié selon la thématique du focus group ;
- mobiliser les conseillers ou agents de vulgarisation pour l'animation des réunions d'échange avec les producteurs membres du focus group ;
- renforcer les compétences des conseillers sur l'animation du focus group ;
- réaliser les sessions d'échanges sur le terrain ;
- suivre et évaluer les résultats des focus group ; etc.

5 Impacts du focus group

La réalisation de focus group favorise le changement de comportement chez les producteurs et donc entraîne une ouverture vers l'appropriation et l'adoption des technologies et innovations agricoles ce qui par la suite induit des augmentations de rendements et de revenus des producteurs.

L'outil focus group a permis aux animateurs de toucher un grand nombre de paysans. Le suivi en groupe est plus pertinent avec des gains en temps et ressources. Par mois, un agent peut toucher 100 exploitations agricoles avec le focus group au lieu de 30 pour l'appui individuel.

6 Technologies et innovations promues à travers le focus group

Plusieurs technologies et innovations sont promues à travers le focus group. L'adoption est faite de manière progressive car au début il est difficile pour les bénéficiaires de partager les informations économiques au sein des groupes diversifiés par souci de méfiance et de méchanceté. Avec les focus group, les producteurs sont plus confiants (groupes restreints et plus ou moins homogènes) ce qui facilite le partage d'expérience et de connaissances. Les échanges sont plus fluides et les producteurs plus ouverts aux innovations et technologies.

7 Coûts moyens de réalisation du focus group

Les coûts de réalisation d'un focus group varient en fonction du nombre de personnes par groupe et de la structure. Les coûts directs pour les producteurs ne sont pas trop élevés et prennent en compte si applicable, les frais de déplacement et de restauration des producteurs. Les autres coûts sont liés à la mobilisation et le déplacement des conseillers.

8 Atouts et limites du focus group

Les principaux atouts et limites des focus group identifiés lors des ateliers nationaux d'échange et d'évaluation et lors des entretiens de documentation des méthodes et outils sont :

Atouts du focus group

- il permet la collecte de données qualitatives : les focus groups permettent d'obtenir des informations détaillées sur les attitudes, les motivations et les expériences des participants, offrant une compréhension approfondie des dynamiques agricoles locales ;
- il favorise l'interaction et la synergie : la dynamique de groupe favorise les échanges d'idées, où les participants peuvent se questionner mutuellement, se contredire et fournir des arguments sur leurs opinions, enrichissant ainsi la discussion ;
- il facilite l'identification de consensus et divergence : les focus groups facilitent l'observation des domaines où les participants sont en accord ou en désaccord, aidant à identifier les points de consensus et les divergences au sein de la communauté agricole ;
- l'adaptabilité et la flexibilité : le focus group est flexible et peut être adapté à divers contextes agricoles, permettant d'aborder une variété de sujets pertinents pour les agriculteurs ;
- Il est inclusif : permet de prendre en compte des catégories spécifiques en fonction

du sujet d'échange ;

- Il permet une prise en compte du besoin spécifique du groupe ; etc.

Limites du focus group

- la portée du focus group est limitée (taille réduite du nombre de participants) ;
- les résultats du focus group sont trop spécifiques au groupe de participant et n'est pas souvent représentatif ;
- le risque d'influence des participants dominants : certaines personnes peuvent dominer la discussion, tandis que d'autres restent en retrait, ce qui peut biaiser les résultats et empêcher l'expression de toutes les opinions ;
- le risque de réponses socialement désirables : les participants peuvent être enclins à fournir des réponses qu'ils estiment attendues ou acceptables socialement, plutôt que de partager leurs véritables opinions ;
- le risque de survenance de conflits potentiels : des conflits ou des luttes de pouvoir peuvent survenir entre les membres du groupe, nécessitant une modération efficace pour maintenir un environnement de discussion constructif.

9 Conditions préalables au succès et le rôle des différents acteurs au succès du focus group

Pour la réussite du focus group, certaines conditions doivent être réunies dont : (i) la disponibilité et dévouement du personnel pour la réalisation du focus group, (ii) la disponibilité de moyen logistique pour le transport des agents, la disponibilité d'un lieu adéquat pour le regroupement et les échanges, (iii) le ciblage de producteurs dynamiques et motivés pour échanger sur la thématique choisie. A cet effet, certaines innovations sont nécessaires dont : (i) la structuration des producteurs, (ii) le renforcement des capacités des agents sur la réalisation d'un focus group, (iii) la collecte et analyse de données socioéconomiques du group d'échange, etc. L'implication des producteurs dans l'identification des thématiques d'échange favorise le succès d'un focus group.

Bibliographie

Nordstrom P. A., Wilson L. L., Kelsey T. W., Maretzki A. N., Pitts C.W., 2000. The Use of Focus Group Interviews to Evaluate Agriculture Educational Materials for Students, Teachers, and Consumers. Consulté 13 février 2025 sur le site <https://archives.joe.org/joe/2000october/rb2.php>

Tchatchoua M. P., Sambo A., et Kouebou C. P., 2014. Expérience de diffusion des « innovations agricoles » par les organisations des producteurs du Département du Diamare (Région de l'Extrême-Nord, Cameroun). Spécial hors-série n°1, Mai 2014, Science et technique, Lettres, Sciences sociales et humaines. 241-253.

Téléchargeable sur https://www.academia.edu/22346735/Exp%C3%A9rience_de_diffusion_des_innovations_agricoles_par_les_organisations_des_producteurs_du_D%C3%A9partement_du_Diamare_R%C3%A9gion_de_l'Extr%C3%A4me_Nord_Cameroun

Webographie

usabilis.com, Consulté le 13 Février 2025 à 16 heures 05 minutes

agriconnaissances.fr, Consulté le 13 Février 2025 à 16 heures 15 minutes

<https://www.scribbr.fr/methodologie/focus-group/>, Consulté le 13 Février 2025 à 16 heures 45 minutes

<https://ec.europa.eu/eip/agriculture/en/content/focus-groups.1.html>, Consulté le 13 Février 2025 à 17 heures 40 minutes

<https://eu-cap-network.ec.europa.eu/training/evaluation-learning-portal/raais/fr>, Consulté le 13 Février 2025 à 17 heures 56 minutes



Nous remercions toutes celles et ceux qui ont contribué à la réalisation de cette liste. Nous espérons qu'elle sera utile au plus grand nombre.

Réseau des Services de Conseil Agricole et rural d'Afrique de l'Ouest et du Centre

Tél: 25 40 56 86 / 05 89 57 57
E-mail: contact@rescar.org

Site web: www.rescar.org
BP: 01 BP 6630 Ouagadougou 01 Burkina-Faso

Comité de coordination de l'étude

M. OUATTARA Malamine
Dr Patrice DJAMEN
Mme Gifty GUIELLA/NARH

M. Calixte MBENG
Pr Olatunji Johnson
Pr Ismail MOUMOUNI