

CAPITALISATION

DOCUMENTATION DES RÉSEAUX SOCIAUX COMME OUTILS DE CONSEIL AGRICOLE : FACEBOOK, WHATSAPP

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 L'usage des réseaux sociaux comme outil de conseil agricole : Facebook, WhatsApp

Les réseaux sociaux sont de plus en plus utilisés comme outils de conseil agricole. C'est le cas de Facebook et WhatsApp par exemple qui sont beaucoup utilisés par beaucoup d'organisations de conseil agricole. Elles utilisent ces deux outils dans le conseil agricole à travers la démarche suivante :

- (i) l'identification d'une thématique d'actualité et d'intérêt pour les producteurs ;
- (ii) la création et le partage d'un lien d'inscription sur Facebook de la formation ;
- (iii) l'enregistrement et la validation des inscriptions des participants ;
- (iv) la création du groupe de la formation avec les inscriptions qui ont été validées sur WhatsApp ;
- (v) le partage du lien de la formation sur le groupe WhatsApp créé ;
- (vi) l'animation de la session de formation

À l'issue de la formation, des règles de gestion sont mises en place afin de maintenir et de gérer le groupe WhatsApp. Parmi ces règles il y a :

- ne pas partager d'autres liens sur le groupe
- ne pas faire de publication en dehors du développement agricole (agriculture, élevage et environnement) : partage des vidéos et des fiches techniques et autres technologies sur les groupes
- l'auto gestion du groupe est privilégiée
- environ 15 à 20 administrateurs pour tous les groupes avec des nationaux et des étrangers est mis en place pour veiller au respect des règles de gestion du groupe.

Les réseaux sociaux sont des outils de la e-vulgarisation, mais sont utilisés par plusieurs autres méthodes comme le champ école, le SHEP, l'approche VBA, le Farmer Business School, etc. D'autres outils sont utilisés avec les réseaux sociaux dont les fiches techniques, les vidéos, etc.

2 Brève description des types de bénéficiaires accompagnés avec les réseaux sociaux : Facebook, WhatsApp

Les réseaux sociaux sont utilisés dans le conseil agricole pour accompagner toutes les catégories de producteurs : hommes, femmes, jeunes, personnes vivant avec un handicap, etc. L'essentiel est que le producteur ait un téléphone qui lui permet de se connecter. Une fois intégré dans un groupe, surtout sur WhatsApp, la possibilité de lire et écrire n'est pas obligatoire car les messages peuvent être passés en langue locale sous format audio.

3 Nécessité et objectif de l'usage des réseaux sociaux : Facebook, WhatsApp

Les objectifs principaux de l'utilisation des réseaux sociaux dans le conseil agricole sont : (i) faciliter la diffusion à grande échelle des informations, (ii) maintenir les échanges entre les participants d'une activité donnée, (iii) faciliter les échanges entre divers acteurs sur une question spécifique en lien avec le conseil agricole, (iv) faciliter l'accès au marché pour les agriculteurs, (v) limiter les coûts de déplacement des agents de vulgarisation. Les réseaux sociaux permettent une diffusion rapide et interactive des informations, la prise de décision et les changements dans la gestion agricole (Phillips et al., 2018), contribuant ainsi à l'adoption de nouvelles pratiques agricoles.

4 Impacts de l'usage des réseaux sociaux dans le conseil agricole

L'usage des réseaux sociaux facilite le partage d'informations, de connaissances et d'expériences ainsi que les innovations et technologies entre les producteurs et entre les producteurs et les techniciens ainsi que la recherche. A travers ces échanges entre producteurs et entre producteurs et techniciens les producteurs ont accès aux innovations et technologies ce qui facilite leurs appropriation et adoption. Selon les producteurs, les échanges sur ces groupes leur permettent d'avoir accès aux technologies et de les adoptées. C'est le cas des itinéraires techniques, de l'utilisation de la fumure organique, les variétés améliorées de semences, et les lieux de vente des intrants agricoles, etc. L'adoption des innovations et technologies contribue à augmenter les rendements agricoles et partant, les quantités de productions agricoles et les revenus des producteurs.

Aussi, à travers les réseaux sociaux, les producteurs ont accès à de nouveaux marchés selon leurs témoignages. C'est le cas des informations sur les foires agricoles dont la participation leurs permet de nouveaux clients. Aussi, avec les échanges dans les différents groupes sur les offres et les demandes de produits agrosylvopastoraux, les producteurs ont accès à de nouveaux marchés.

Des sources documentaires ont aussi mentionné l'impact des réseaux sociaux dans le conseil agricole. Au Sénégal par exemple, les agriculteurs utilisent des groupes WhatsApp pour échanger des messages vocaux en langues locales, partageant ainsi des conseils sur les pratiques agricoles, les conditions météorologiques et les solutions aux problèmes courants (warimag.net). De nombreux agriculteurs utilisent Facebook pour commercialiser leurs produits, partager des vidéos de leurs récoltes et attirer de nouveaux clients, augmentant ainsi leurs ventes et leur visibilité (dakar-echo.com). Des plateformes telles qu'Agribusiness TV utilise Facebook pour diffuser des vidéos mettant en avant des entrepreneurs agricoles, inspirant ainsi d'autres agriculteurs à adopter de nouvelles technologies et pratiques (shs.cairn.info). La Cause Rurale au Burkina Faso utilise les réseaux sociaux pour diffuser les informations sur diverses thématiques en lien avec le conseil agricole et faciliter le partage d'expérience entre producteurs et entre producteurs et techniciens. Sa page Facebook compte plus de 224 000 membres, le groupe Facebook plus de 14 000 membres, plus de 14 groupes sur WhatsApp avec plus de 7 000 membres et un site web avec une bibliothèque de plus de 3 000 documents dont les fiches techniques (www.lacauserurale.com).

5 Technologies et innovations promues à travers les réseaux sociaux : Facebook, WhatsApp

Plusieurs innovations et technologies sont promues à travers les réseaux sociaux. Il y a entre autres :

- la gestion phytosanitaire des nuisibles avec les orientations sur les produits phytosanitaires ou les bonnes pratiques culturales de gestion des nuisibles à adopter ;
- les techniques et bonnes pratiques de production ;
- l'irrigation à travers la promotion du goutte à goutte ;
- l'itinéraire et les bonnes pratiques dans l'arboriculture fruitière ;
- le partage du bulletin agrométéorologique ;
- le partage des fiches techniques de différentes cultures ; et variétés améliorées ;
- le partage de vidéos en lien avec des thématiques spécifiques du conseil agricole ;
- les informations sur les marchés agricoles (disponibilité, prix, lieux de ventes) ; etc.

6 Coûts moyens de mise en œuvre des réseaux sociaux : Facebook, WhatsApp

L'utilisation des réseaux sociaux pour la vulgarisation agricole offre des avantages significatifs en termes de coûts et d'efficacité. Ces réseaux permettent une diffusion rapide et interactive des informations agricoles, réduisant ainsi les besoins en déplacements physiques et en supports imprimés. Les coûts pour l'usage des réseaux sociaux comme outils de conseil agricole sont principalement les coûts d'acquisition de téléphone androïde, les frais de connexion et les frais de motivation des administrateurs pour réguler les échanges sur les groupes. En dehors des frais de motivation des administrateurs, les autres frais sont supportés par les producteurs, mais pas uniquement pour le conseil agricole, mais pour leurs besoins en général.

7 Atouts et limites des réseaux sociaux : Facebook, WhatsApp

Les TIC facilitent l'accès à l'information agricole et améliorent la prise de décision des agriculteurs (Aker, 2011). L'utilisation des réseaux sociaux dont WhatsApp et Facebook réduit le besoin de déplacements pour les agents de vulgarisation, diminuant ainsi les coûts associés (World Bank, 2017). Elles permettent également de toucher un grand nombre d'agriculteurs, y compris ceux des zones rurales disposant d'une connexion Internet. WhatsApp permet des échanges rapides entre agriculteurs et vulgarisateurs à travers des messages texte, audio et vidéo (Munthali et al., 2018 ; Chhachhar et Hassan, 2013 ; Mwalukasa, 2013).

Le manque d'interaction physique peut constituer une limite de ces réseaux. En effet, la vulgarisation agricole repose très souvent sur des démonstrations pratiques qui sont difficiles à réaliser via des réseaux sociaux (Davis et Sulaiman, 2014). Aussi, l'accès limité à Internet dans certaines zones rurales réduit l'efficacité de ces outils (FAO, 2018 ; Aker et Mbiti, 2010). La diffusion d'informations erronées ou non vérifiées est un risque majeur sur ces plateformes (Zanello et al., 2019). Certains agriculteurs ont des difficultés à utiliser ces outils en raison de l'analphabétisme numérique ou de la langue d'usage des plateformes (Meera et al., 2004).

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

Atouts	Limites
▪ Les applications sont libres et peu coûteuses ; ▪ La facilité d'utilisation par les producteurs et l'appropriation actuelle de ces outils par toutes les catégories de producteurs et même ceux qui ne savent ni lire, ni écrire dans une langue (cas du WhatsApp) ; ▪ La facilité de mise en relation des acteurs et la facilité d'interaction avec les experts ; ▪ La disponibilité et l'accessibilité à tout moment à l'information et aux technologies ; ▪ La facilité de partage d'expérience entre producteurs et entre producteurs et techniciens ; ▪ Les échanges sont faits autour des besoins et centres d'intérêts des producteurs ; ▪ La large couverture géographique et grande portée des médias sociaux (grand nombre de producteurs touchés) ; ▪ La possibilité de voir des vidéos et images sur les technologies et innovations agricoles.	▪ Les informations partagées ne sont pas contrôlées ; ▪ L'accès obligatoire à un téléphone androïde et à l'internet est une limite pour les producteurs qui sont limités financièrement ; ▪ Les échanges sont le souvent non cadrés et peu fructueux ; ▪ Le faible niveau d'alphabétisation des producteurs limite ; ▪ Le manque de personnel dédié à l'animation et à la gestion des groupes.

8 Conditions préalables au succès au succès des réseaux sociaux (cas des groupes WhatsApp)

L'utilisation réseaux sociaux tels que WhatsApp et Facebook pour la vulgarisation agricole nécessite la mise en place de plusieurs conditions essentielles pour garantir leur efficacité. A cet effet, il est primordial de disposer d'une infrastructure adéquate, incluant l'accès à l'électricité et à une connexion Internet fiable, surtout dans les zones rurales. Sans ces éléments, l'utilisation des technologies numériques reste limitée (African Union, 2023). Les coûts associés à l'accès à Internet et à l'acquisition de dispositifs compatibles doivent également être abordables pour les agriculteurs. Des tarifs élevés peuvent constituer un obstacle majeur à l'adoption de ces technologies (Trendov et al., 2019). Aussi, les utilisateurs (agriculteurs) doivent posséder les compétences nécessaires pour utiliser efficacement ces plateformes. Des programmes de formation sur l'utilisation des réseaux sociaux peuvent faciliter cette adoption (Trendov et al., 2019).

Selon les données des entretiens lors de la documentation, l'usage des réseaux sociaux dans le conseil agricole nécessite : (i) l'existence d'infrastructures technologiques suffisantes, l'existence d'un contexte sociopolitique stable, l'implication des utilisateurs à la conception des contenus de médias. Aussi, des innovations sont nécessaires pour leur usage dont : (i) le renforcement des capacités des utilisateurs pour faciliter la compréhension et l'usage des réseaux sociaux, le renforcement des capacités des gestionnaires des réseaux sociaux sur des thématiques spécifiques : transformation digitale, gestion de communautés en ligne, création de contenu multimédia, éducation et pédagogie numérique, analyse de données, gestion du changement, réseautage et partenariat, etc.

Le succès dans l'utilisation des réseaux sociaux est lié principalement à :

- l'autorégulation des groupes avec des administrateurs volontaires
- l'animation d'une session de formation avant la mise en place des groupes d'échange.
- la diffusion en majorité des technologies et innovations sur les groupes par les membres eux-mêmes.

Les producteurs et les autres acteurs (recherche, techniciens) ont joué un rôle dans le succès enregistré. A cet effet, il y a l'engagement des producteurs à apprendre davantage pour améliorer la mise en œuvre de leurs activités. Par ailleurs, l'engagement des membres suivants leurs divers profils pour accompagner les producteurs est à noter.

Les leçons et messages clés à tirer de l'usage des réseaux sociaux (cas des groupes WhatsApp) sont :

Les principaux leçons et messages clés qu'on peut retenir de l'usage des réseaux sociaux sont en lien avec le fait que :

- ces réseaux sont plus faciles à utiliser par les producteurs ;
- ils permettent de faire des formations thématiques des producteurs ;
- il est nécessaire d'avoir des compétences en informatique pour gérer les fora d'échange et de partage sur les réseaux sociaux ;
- il y a la nécessité d'avoir du temps pour l'animation des fora d'échange et de partage sur les réseaux sociaux, d'où la nécessité d'avoir des personnes ressources pour animer les thématiques spécifiques ;
- il est important de passer par une formation sur une thématique donnée avant la création de certains fora d'échange comme les groupes WhatsApp ;
- il est nécessaire d'adapter le contenu des réseaux sociaux aux besoins et centre d'intérêts des producteurs pour leur participation active ;
- il est nécessaire d'organiser des sessions de renforcement des capacités des utilisateurs et gestionnaires de contenu des réseaux sociaux pour une meilleure appropriation de ces réseaux et une bonne diffusion des technologies ;

- il est nécessaire d'impliquer les producteurs dans la conception des contenus des réseaux ce qui permet de prendre en compte leurs besoins réels.

Bibliographie

African Union, 2023. Stratégie d'agriculture numérique et plan de mise en œuvre. Octobre 2023, 169p. Téléchargeable sur faolex.fao.org

Aker J. C., 2011. Dial 'A' for agriculture: A review of information and communication technologies for agricultural extension in developing countries. *Agricultural Economics*, 42(6), 631-647.

Aker J. C., et Mbiti I. M., 2010. Mobile Phones and Economic Development in Africa. *Journal of Economic Perspectives*, 24(3), 207-232.

Chhachhar A. R., et Hassan, M. S., 2013. The use of mobile phone among farmers for agriculture development. *International Journal of Scientific Research*, 2(6), 95-98.

CIPESA, 2016. The Role of ICTs in Agriculture: Empowering Farmers in Sub-Saharan Africa. CIPESA Report.

David S., et Cofini F., 2019. Un guide d'aide à la décision entre les diverses méthodes du conseil agricole. Rome. FAO. 64 p.

Davis K., et Sulaiman R., 2014. The New Extensionist: Roles, Strategies, and Capacities to Strengthen Extension and Advisory Services. *Journal of Agricultural Education and Extension*, 20(3), 271-273.

FAO, 2018. The State of Food and Agriculture 2018: Migration, Agriculture and Rural Development.

Kitson L., 2014. The Impact of Facebook and Social Media on Rural Agricultural Development. Global ICT Forum.

Meera S. N., Jhamtani A., et Rao D. U. M., 2004. Information and communication technology in agricultural development: A comparative analysis of three projects from India. *Agricultural Research & Extension Network*.

Munthali G. N., Moyo M., et Nyirenda-Jere T., 2018. Digitalisation in African agriculture: Are we ready? Technical Centre for Agricultural and Rural Cooperation (CTA).

Mwalukasa N., 2013. Agricultural information sources used for climate change adaptation in Tanzania. *Library Review*, 62(4/5), 266-292.

Njiru C., 2016. Social Media and Agricultural Development in Africa: A Case Study of Facebook. *African Journal of Development Studies*, 12(4), 75-85.

Phillips T., Klerkx L., McEntee M., 2018. An Investigation of Social Media's Roles in Knowledge Exchange by Farmers. 13th European IFSA Symposium, 1-5 July 2018, Chania (Greece), Theme 1 – Learning and knowledge systems, education, extension and advisory services, 21p.



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	M. Calixte MBENG
Dr Patrice DJAMEN	Pr Olatunji Johnson
Mme Gifty GUIELLA/NARH	Pr Ismail MOUMOUNI