

Smallholder Horticulture Empowerment and Promotion (SHEP)

# Manuel SHEP pour les vulgarisateurs



Mars 2018

**Guide Pratique sur la Mise en Place  
de l'Approche SHEP**

Agence Japonaise de Coopération Internationale



# Manuel SHEP pour les vulgarisateurs

---

**Guide Pratique sur la Mise en Place  
de l'Approche SHEP**

---

# Contenus

---

Avant-propos .....	1
Chers lecteurs .....	2
Remerciement .....	3
Contributeurs au manuel .....	4
<b>PARTIE 1. CONCEPT</b> .....	<b>7</b>
<b>1. Concept de l'approche SHEP</b> .....	<b>8</b>
1.1. Deux piliers clés de l'approche SHEP .....	8
1.2. Les quatre étapes essentielles de SHEP .....	11
1.3. La question genre dans SHEP .....	13
<b>2. Les avantages de SHEP</b> .....	<b>14</b>
2.1. En quoi SHEP diffère-t-il des autres approches? .....	14
2.2. Effets et impacts de l'approche SHEP .....	15
<b>PARTIE 2. PRATIQUE</b> .....	<b>17</b>
<b>1. Étape 1 - Partager l'objectif avec les agriculteurs</b> .....	<b>18</b>
1.1. Atelier de sensibilisation .....	18
<b>2. Étape 2 - Les agriculteurs prennent conscience</b> .....	<b>21</b>
2.1. Enquête de base participative .....	21
2.2. Forum de rencontres des parties prenantes (activité facultative) .....	34
2.3. Étude de marché .....	40
<b>3. Étape 3 - Les agriculteurs prennent des décisions</b> .....	<b>53</b>
3.1. Sélection de cultures cibles .....	53
3.2. Elaboration de calendrier culturel .....	59
<b>4. Étape 4 - Les agriculteurs acquièrent des compétences</b> .....	<b>57</b>
4.1. Formation sur le terrain .....	57
<b>5. Contrôle et suivi (y compris l'enquête participative finale)</b> .....	<b>75</b>
<b>6. Exemple de formation sur la sensibilisation au genre</b> .....	<b>82</b>
<b>PARTIE 3. CONSEIL</b> .....	<b>88</b>
<b>1. FAQ (Foire aux questions)</b> .....	<b>89</b>
1.1. Questions concernant l'applicabilité et les méthodes SHEP .....	89
1.2. Questions sur les défis en matière de marketing .....	91
1.3. Questions concernant les formes d'assistance .....	91
1.4. Questions concernant le ciblage .....	93
1.5. Questions concernant les agents et les systèmes de vulgarisation .....	93
1.6. Questions en matière de ressources financières .....	94
1.7. Questions en matière de genre .....	94
<b>2. Resources</b> .....	<b>95</b>

## Figures

Figure 1 Deux piliers de SHEP .....	8
Figure 2 Quatre étapes essentielles .....	11
Figure 3 Interdépendance entre la motivation et le développement des compétences .....	12
Figure 4 Intégration du genre dans SHEP .....	13
Figure 5 Changement positif après SHEP .....	15
Figure 6 Enquête de base pour le bien des agriculteurs .....	22
Figure 7 Éléments à traiter dans le calendrier culturel .....	60
Figure 8 Comparaison entre les formations axées sur l'offre et celles axées sur la demande .....	68
Figure 9. Kamishibai développé au Kenya .....	73
Figure 10 Dépliants développés au Rwanda, au Népal et en Éthiopie .....	73
Figure 11 Affiche en Palestine .....	74
Figure 12 Assurer le «décollage» par le suivi et contrôle .....	76

## Encadrés

Encadré 1 Table visuelles de conversion des unités pour les enquêtes de base .....	26
Encadré 2 Feuille de calcul d'estimation des coûts .....	26
Encadré 3 Les agriculteurs aident les autres agriculteurs .....	27
Encadré 4 Enquête de base sur les champs agricoles collectives et individuelles .....	27
Encadré 5 Système de «travail à domicile» pendant les enquêtes de base .....	28
Encadré 6 Forum acheteur-vendeur .....	36
Encadré 7 Plus de représentants des agriculteurs participent au Forum .....	37
Encadré 8 Exposition d'outils et d'équipements économisant la main-d'œuvre .....	37
Encadré 9 Visite de diverses entreprises et organisations lors d'études de marché .....	43
Encadré 10 Essai d'analyse par les agriculteurs avant l'étude de marché .....	43
Encadré 11 Les responsables de la mise en œuvre effectuant une étude de marché préparatoire .....	44
Encadré 12 Les agriculteurs choisissent plus de six cultures pour enquêter .....	44
Encadré 13 Les agriculteurs illettrés choisis comme représentants pour les études de marché .....	45
Encadré 14 Réalisation d'études de marché sur les marchés formels et informels .....	45
Encadré 15 Choisir les cultures cibles pour deux saisons différentes .....	55
Encadré 16 La budgétisation des cultures .....	55
Encadré 17 Elaboration du tableau de pic de la demande .....	62
Encadré 18 Calendriers culturels pour les champs agricoles collectifs et individuels .....	63
Encadré 19 Extension de l'agriculteur à l'agriculteur pour les techniques de production .....	70
Encadré 20 Établissement de parcelles de démonstration / fermes écoles .....	71
Encadré 21 Collaboration avec les services de vulgarisation du secteur privé .....	71

## Rubriques

Rubrique 1: Atténuation de l'asymétrie de l'information par SHEP .....	9
Rubrique 2: Trois besoins psychologiques pour élever la motivation .....	10
Rubrique 3: ordre différent, but différent .....	39
Rubrique 4: Les trois principes de l'étude de marché SHEP .....	48
Rubrique 5: Divers matériels de formation pour les techniques de production .....	73
Rubrique 6: L'histoire d'un mari dans un ménage agricole .....	86
Rubrique 7: L'histoire d'une épouse dans un ménage agricole .....	86

---

## Avant-propos

---

*Vers la normalisation de SHEP pour les services de vulgarisation agricole*

Le SHEP a été créé à l'origine par essais et erreurs lors des activités de coopération technique liées à la vulgarisation agricole engagées entre le Kenya et le Japon en 2006. Une méthode de service de vulgarisation agricole soutenue par les disciplines de l'économie et de la psychologie, SHEP peut être décrite comme une approche de la vulgarisation agricole qui favorise l'agriculture orientée vers le marché par les petits agriculteurs. Un projet de vulgarisation agricole utilisant cette méthode a doublé le revenu agricole de 2 500 agriculteurs ciblés en deux ans seulement.

Lors du discours d'ouverture de la 5e Conférence Internationale de Tokyo sur le Développement de l'Afrique en 2013, le Premier ministre japonais Shinzo Abe a exprimé son désir de passer de « Produire et vendre » à « Produire pour vendre ». A partir de là, la JICA a travaillé avec le gouvernement kényan pour diffuser les connaissances de SHEP, originaire du Kenya, aux administrateurs de vulgarisation agricole et au personnel de vulgarisation dans d'autres pays africains. Aujourd'hui, les services de vulgarisation agricole qui utilisent SHEP ont été mis en œuvre dans une vingtaine de pays africains.

Pourquoi le SHEP s'est-il répandu dans toute l'Afrique en si peu de temps ? Je crois qu'il y a trois raisons à cela. Premièrement, le slogan de SHEP est simple, de « Produire et vendre » à « Produire pour vendre ». Le message simple selon lequel « il est difficile de tirer profit de l'agriculture sans tenir compte des besoins du marché » est un message que beaucoup de personnes impliquées dans la vulgarisation agricole peuvent probablement accepter. Deuxièmement, il existe partout des mécanismes qui augmentent la motivation des agriculteurs et des agents de vulgarisation agricole pour leurs emplois. « No Fun No SHEP » est une devise parmi ceux qui ont été impliqués dans SHEP, et il y a beaucoup d'agriculteurs et de personnel de vulgarisation qui ont fait l'expérience de SHEP et rapportent appréciant travailler sur leurs activités. La troisième est la « coopération Sud-Sud » ou la coopération entre le Kenya et d'autres pays africains. Émergeant du Kenya, les connaissances et l'expérience de SHEP peuvent être facilement utilisées ou appliquées dans d'autres pays africains, rendant la « coopération Sud-Sud » facile à mettre en œuvre. Dans le même temps, la JICA s'emploie à organiser des ateliers internationaux sur le programme SHEP et à fournir des lieux aux parties concernées pour créer des connaissances sur la vulgarisation agricole. Nous invitons tout le monde à participer activement à ces événements.

Ceci est un manuel pratique étape par étape sur la façon de mettre en œuvre des services de vulgarisation agricole qui utilisent SHEP. Nous espérons que les contenus présentés dans ce livre deviendront « normaux » pour ceux qui sont engagés dans le service de vulgarisation agricole, et que le jour viendra où les agriculteurs du monde entier pourront être entendus en disant : « Produisez pour vendre ? Bien sûr, évidemment ! » Dans ce but, nous continuons à travailler avec tout le monde pour soutenir les petits agriculteurs.

Mars 2018

Kenichi Shishido

Directeur général

Département du développement rural

Agence japonaise de coopération internationale (JICA)

---

## Chers lecteurs

---

Si vous êtes en mesure de soutenir les agriculteurs à travers les services de vulgarisation, considérez les deux questions suivantes.

1. Est-ce que vous allez recommander aux agriculteurs une méthode d'agriculture qui ne tient pas compte des conditions du marché ?
2. Est-ce que vous allez mettre en œuvre un programme / projet de vulgarisation qui ne tient pas compte de la motivation des agriculteurs ?

La réponse, je pense, est non. Si l'agriculture est votre gagne-pain, le lien entre les produits (céréales, légumes, fruits et bétail) que vous cultivez et le marché où vous vendez ces produits est extrêmement important. Si l'agriculteur peut cultiver les produits demandés par le marché, à la qualité exigée par le marché, à la période exigée par le marché, alors à tout le moins cet agriculteur fera des profits. D'un autre côté, si l'agriculteur décide de cultiver ses produits sans tenir compte des besoins du marché, il ne peut pas s'attendre à pouvoir vendre ses produits sur le marché au prix désiré. On pense que parmi les petits agriculteurs des pays en développement, il y a des agriculteurs qui plantent leurs graines et font pousser leurs cultures sans comprendre correctement les informations du marché, et que ces agriculteurs continuent à pratiquer l'agriculture de cette manière.

De plus, on peut dire que le noyau des services de vulgarisation repose sur une communication bidirectionnelle avec les agriculteurs. Dans de nombreux cas, la discussion sur les questions de vulgarisation s'est concentrée sur la « technique à transmettre » en tant qu'acteur dans la discussion. Cependant, il est plus important de considérer l'agriculteur comme le protagoniste. Sûrement, il est rare pour un agriculteur qui ne croit pas qu'une technique ou une technologie soit nécessaire pour l'utiliser continuellement. Aucune augmentation de la productivité ou amélioration de la qualité ne peut être attendue d'une telle situation.

L'approche SHEP est l'une des approches de vulgarisation agricole. Ses caractéristiques comprennent la poursuite de l'activité agricole - en particulier la promotion du partage des informations sur les marchés entre les agriculteurs et les parties prenantes du marché, réduisant ainsi le gap d'informations - et la conception d'une série d'activités tenant compte de la motivation des agriculteurs. L'approche SHEP consiste à mettre en œuvre les étapes naturelles et évidentes de la vulgarisation agricole. Ce n'est pas spécial du tout.

Cette approche, initialement développée au Kenya, a été mise en œuvre dans plus de vingt pays. Les agriculteurs qui ont reçu un appui grâce à cette approche sont fiers et apprécient leur agriculture. Ces agriculteurs ont rénové leurs maisons, acheté des voitures, envoyé leurs enfants à l'enseignement supérieur, sont devenus capables de manger des aliments équilibrés - ils ont connu de réelles améliorations dans leurs moyens de subsistance.

Ce manuel est basé sur l'expérience pratique d'application de l'approche SHEP aux activités de vulgarisation. Il a été conçu dans le but de fournir à ceux qui travaillent dans le domaine de la vulgarisation quelque chose qu'ils peuvent mettre en œuvre immédiatement. Cependant, ce manuel peut manquer de parties dans les descriptions détaillées des techniques et méthodes. Nous espérons que cette ressource sera mise en pratique de manière appropriée pour chaque contexte pratique, avec des ajouts et des adaptations créatives inclus. Alors, allez-y! Les producteurs du monde vous attendent!

Jiro Aikawa

Conseiller principal de la JICA / Conseiller SHEP

---

## Remerciement

---

Ce "Manuel SHEP pour les vulgarisateurs" a été développé grâce à la contribution du personnel kényan du Ministère de l'Agriculture déployé dans l'Unité de Coordination des Projets d'autonomisation et de promotion des petites exploitations horticoles (SHEP, SHEP UP et SHEP PLUS). Le personnel a non seulement contribué à l'élaboration de l'approche SHEP, mais l'a constamment améliorée. En outre, l'Unité de Coordination des Projets a formé plus de deux cents (200) membres du personnel de vingt-deux (22) pays africains qui appliquent actuellement l'approche SHEP. Nous apprécions leurs efforts avec les agriculteurs participants kényans, les parties prenantes et le soutien de la direction du Ministère.

Membres du Service de coordination du projet SHEP UP / SHEP PLUS	
Nom et prénom	Position dans le projet
Mme Francisca Malenge	Coordinateur National du Projet
M. Stephen Kioko	Production végétale et contrôle qualité
M. Collins Otieno	Production végétale et contrôle qualité
M. Thomas Mumu	Intégration du genre et autonomisation du groupe
Mme Florence Wambua	Intégration du genre et autonomisation du groupe
M. Peter Orangi	Coordination de la formation / administration
Mme Elizabeth Mbuthia	Suivi et évaluation
M. Raymond Chelule	Suivi et évaluation
Mme Antonina Luta	Gestion de l'information
M. Stephen Nzioka	Amélioration ponctuelle à l'aide de l'ingénieur Do-nou
Mme Alice Nyaga	Ingénieur en transformation agroalimentaire
M. Dishon Mkaya	Ingénieur en récupération et utilisation de l'eau
Equipe SHEP	
M. James Ogolla Arim	Chef d'équipe adjoint
Mme Grace Mbuthia	Production végétale et contrôle de la qualité
Mme Florence Mang'oli	Autonomisation de groupe et intégration du genre
M. Zablon Oirere	Autonomisation de groupe et intégration du genre
Mme Grays Kiplagat	Infrastructure / administration rurale

---

## Contributeurs au manuel

---

La publication de ce document, « **Manuel SHEP pour les vulgarisateurs** », a été rendue possible grâce à l'initiative conjointe de l'Agence japonaise de coopération internationale (JICA) et des pays qui mettent en œuvre le programme SHEP. En particulier, des informations détaillées ont été recueillies grâce à une série de visites d'étude effectuées dans des pays tels que le Lesotho, le Malawi, l'Afrique du Sud et le Zimbabwe d'avril à octobre 2017. Une fois le manuscrit préparé par l'équipe de la JICA, il a été examiné par l'équipe éditoriale composée de représentants des pays susmentionnés. La version finale du manuel qui reflète les commentaires de l'équipe éditoriale a été préparée puis publiée par l'équipe de la JICA. Voici la liste des membres de l'équipe éditoriale et de la JICA qui sont les principaux contributeurs du manuel.



Réunion éditoriale qui s'est tenue le 5 décembre 2017 à Pretoria, Afrique du Sud

[Participants à la réunion de la rédaction]

Mme Limakatso Makoae, Chef de la production végétale (Horticulture), Ministère de l'agriculture et de la sécurité alimentaire, Lesotho

Mme Martha Mokhatha, responsable de l'horticulture de district, Ministère de l'agriculture et de la sécurité alimentaire, Lesotho

M. Andrew Chamanza, Administrateur principal de l'agrobusiness, Département des services de vulgarisation agricole (DAES), Malawi

M. Japhet Chimbeta Zingani, Chargé de l'agribusiness, Ministère de l'Agriculture, de l'Irrigation et du Développement de l'Eau - Département des Services de Vulgarisation Agricole (DAES), Malawi

Mme Harue Kitajima, Conseillère principale, Projet de la promotion de l'horticulture orientée vers le marché et d'autonomisation des producteurs (MA-SHEP), Malawi

M. Vongani Shivambu, Directeur adjoint: Soutien national à la vulgarisation, Ministère de l'agriculture, des forêts et des pêches, Afrique du Sud

Mme Mpho Mudau, Directrice adjointe: Appui à la vulgarisation, Département de l'agriculture, des forêts et des pêches, Afrique du Sud

M., Dayanand Chetty, Directeur adjoint, KZN Département de l'agriculture, du développement rural, Afrique du Sud

M. Blessing Lushaba, Conseiller agricole principal, KZN Département de l'agriculture, du développement rural, Afrique du Sud



Dr. Khathu Tshikolomo, Directeur: Production végétale, Département de l'agriculture et du développement rural, Province du Limpopo, Afrique du Sud  
Mme Sibongile Gift Maswanganyi, Scientifique Production Grade B, Département de l'agriculture et du développement rural, Limpopo, Afrique du Sud  
M., Magadani Ailwei Thomas, Conseiller agricole principal, Département de l'agriculture et du développement rural du Limpopo, Afrique du Sud  
Dr. Mmantoa Sinky Kgaphola, Directeur: Services de vulgarisation et de conseil, Département de l'agriculture, du développement rural, des terres et de l'environnement de Mpumalanga, Afrique du Sud  
Mme Thandekile Mhlabane, Directrice adjointe: Chaîne de valeur (marketing), Ministère de l'agriculture, du développement rural, des terres et de l'environnement de Mpumalanga, Afrique du Sud  
Mme Matilda Sambo, Directrice adjointe: Chaîne de valeur (Macro Econ.), Ministère de l'agriculture, du développement rural, des terres et de l'environnement de Mpumalanga, Afrique du Sud  
M. Assah Mudhefi, Directeur adjoint, Ministère des terres, de l'agriculture et de la réinstallation rurale - Département des services agricoles, techniques et de vulgarisation (AGRITEX), Zimbabwe  
Mme Hilda T. Manditsvara, Spécialiste en chef de la vulgarisation agricole - Horticulture, Ministère des terres, de l'agriculture et de la réinstallation rurale - Département des services agricoles, techniques et de vulgarisation (AGRITEX), Zimbabwe

[Équipe JICA]

Dr. Jiro Aikawa, Conseiller principal, JICA  
M. Keisuke Ito, Département du développement rural, JICA  
Mme Risa Goto, Département du développement rural, JICA  
M. Toshio Murakami, JICA Afrique du Sud  
Mme Yurie Komine, JICA Afrique du Sud  
Mme Eva Nderumaki, JICA Afrique du Sud  
M. Takuya Oiwa, Expert de la JICA en Afrique du Sud  
Dr Kumiko Shuto, Consultante en approche SHEP, IMG Inc.



## **PARTIE 1. CONCEPT**

La Partie intitulée «Concept» explique le concept principal de l'approche SHEP et son contexte, ses avantages et ses effets réels ainsi que son impact sur le terrain.

# 1. Concept de l'approche SHEP

## 1.1. Deux piliers clés de l'approche SHEP

### *Les deux piliers en tant qu'épine dorsale de SHEP.*

L'approche SHEP vise à rendre autonomes les petits exploitants dans leurs efforts pour réaliser une agriculture orientée vers le marché des cultures horticoles. Elle essaie de renforcer la capacité des agriculteurs à entreprendre l'agriculture de manière durable en leur donnant les compétences nécessaires en matière de commercialisation et de production. Dans ce processus, SHEP attache une importance particulière à soutenir la motivation autonome des agriculteurs, car il s'agit d'un élément essentiel pour atteindre l'autosuffisance des agriculteurs et les résultats durables que SHEP envisage. Le diagramme ci-dessous illustre ces deux piliers sur lesquels SHEP repose et qui traitent à la fois de la «promotion de l'agriculture en tant que business» et de «l'autonomisation et la motivation des agriculteurs». Les deux piliers, qui constituent l'épine dorsale de SHEP, sont soutenus par le discours académique et la recherche : le premier par **une théorie économique appelée «Marchés avec information asymétrique»** et le second par **une théorie psychologique qu'on appelle «théorie de l'autodétermination»**.

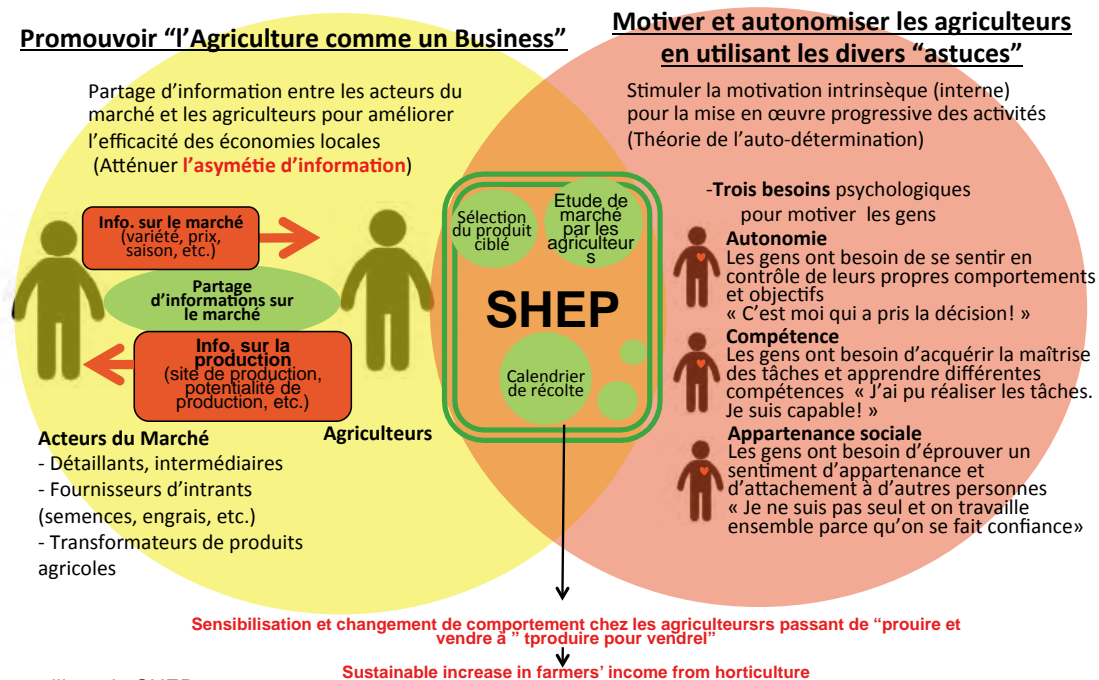


Figure 1 Deux piliers de SHEP

### **La théorie économique: «Marchés avec une asymétrie d'information»**

Le cercle de gauche illustre la stratégie principale de SHEP pour la matérialisation de l'agriculture orientée vers le marché, par opposition à l'agriculture orientée vers la production. SHEP croit que l'asymétrie de l'information, c'est-à-dire le déséquilibre de l'information qui existe entre les petits agriculteurs et les acteurs du marché tels que les acheteurs de légumes, les vendeurs d'intrants agricoles, les institutions financières, etc. constitue l'un des facteurs le plus important dans l'économie locale. La théorie économique appelée «marchés avec une information asymétrique» proposée par les lauréats du prix Nobel d'économie en 2001, à savoir George Akerlof, Michael Spence et Joseph E. Stiglitz, explique bien cette situation. Selon la théorie, surmonter **l'asymétrie de l'information est la clé pour modifier un déséquilibre de pouvoir dans les transactions et pour dynamiser une économie locale efficace**. Sur la base de cette compréhension, SHEP aide les agriculteurs à combler le manque d'informations entre eux et leurs partenaires commerciaux en leur apprenant comment effectuer des études de marché et en les aidant à établir des liens commerciaux avec les acteurs du marché (Rubrique 1).



## Rubrique 1: Atténuation de l'asymétrie de l'information par SHEP

### PROBLEMES dus à l'asymétrie de l'information

- Le commerce, c'est-à-dire l'achat et la vente de cultures horticoles, n'est pas établi parce que les acheteurs ne trouvent pas de producteurs et vice versa, les cultures ne répondent pas aux exigences du marché et les récoltes sont insuffisantes pendant certaines périodes.
- Les prix peuvent être déformés parce que les agriculteurs doivent accepter des prix exorbitants et injustement bas en raison de leur ignorance des prix du marché.
- Les transactions ne sont pas continues ou sont instables parce que les acheteurs ainsi que les producteurs ne peuvent pas établir des réseaux d'affaires auxquels ils peuvent avoir confiance.
- Les coûts de transaction, tels que les coûts de recherche et de négociation, sont importants car, sans relations commerciales stables, les acheteurs et les producteurs doivent à chaque fois trouver leurs partenaires commerciaux.



### SOLUTIONS à travers des moyens tels que les études de marché initiées par les agriculteurs SHEP et le forum de rencontres des parties prenantes

- Les agriculteurs établissent des liens d'affaires avec les acteurs du marché
- Les agriculteurs obtiennent des informations sur les exigences du marché (cultures préférées, variétés, quantité, qualité, période de pointe, etc.)



Photo: Malawi

### RÉSULTATS après une atténuation de l'asymétrie de l'informations

- Les agriculteurs élargissent leurs réseaux d'affaires et disposent davantage de choix par rapport aux options à offrir à leurs partenaires commerciaux.
- Les agriculteurs et les intervenants du marché comprennent la situation de chacun et œuvrent pour l'établissement d'une situation gagnant-gagnant.
- Les agriculteurs découvrent diverses opportunités pour pénétrer le marché horticole.
- Les agriculteurs et les acteurs du marché instaurent un climat de confiance pour un commerce continu.

### **La théorie psychologique: «Théorie de l'autodétermination»**

Dans leur théorie sur la motivation humaine appelée «théorie de l'autodétermination», les psychologues américains Edward Deci et Richard Ryan ont proposé trois besoins psychologiques qui motivent les gens. Selon cette théorie, **les gens se sentent motivés lorsque leurs besoins d'autonomie, de compétence ou d'appartenance sociale sont soutenus.** Dans le cas de SHEP, une série d'activités sont conçues pour susciter la motivation des agriculteurs vers une agriculture orientée vers le marché, en tenant compte de ces trois besoins psychologiques (Rubrique 2). Par exemple, on guide les agriculteurs pour effectuer des études de marché par eux-mêmes afin qu'ils puissent se sentir maîtres de leur propre action, ce qui entraîne un soutien à de leur besoin d'autonomie. En réussissant à réaliser des études de marché, les agriculteurs ont également le sentiment d'avoir acquis une maîtrise (compétences et connaissances) de cette tâche particulière et acquis de nouvelles compétences, ce qui constitue un support de compétences. Enfin, SHEP demande aux représentants des agriculteurs qui ont effectué les études de marché de revenir auprès de leur groupe d'agriculteurs et de partager les résultats des études avec leurs collègues agriculteurs. Grâce à ce processus, les agriculteurs ressentent un sentiment d'appartenance et d'attachement envers les membres du groupe, ce qui, à son tour, contribue à appuyer leur besoin psychologique de l'appartenance sociale.



## Rubrique 2: Trois besoins psychologiques pour élever la motivation

### Autonomie

Le besoin d'autonomie est le désir d'agir de sa propre initiative - ou plutôt, le désir de ne pas être contrôlé par les autres. Les gens ne veulent pas être le pion dans un jeu d'échecs, mais le joueur d'échecs.

Afin de soutenir le besoin d'autonomie des agriculteurs, il est conseillé aux agents de vulgarisation de faire attention au langage et de ne jamais ordonner ou commander aux agriculteurs de faire une tâche. Ils doivent communiquer aux agriculteurs la raison d'être de chacune des activités SHEP, de leur offrir des choix quant à la tâche à accomplir et de la manière de la faire, et d'écouter leurs opinions sur la manière d'accomplir cette tâche. Il est également important d'accepter le sentiment de mécontentement et les critiques des agriculteurs par rapport à la tâche, car les agriculteurs auront l'impression que leurs points de vue sont importants, ce qui favorisera chez eux le sentiment qu'ils agissent de leur propre initiative.



### Compétence

La compétence est la capacité d'interagir efficacement avec son environnement. Nous nous sentons compétents dans des cas tels que lorsque nous sommes en mesure d'accomplir une tâche comme prévu à l'avance, lorsque nous sentons que nos capacités s'améliorent et que notre curiosité est satisfaite.

Les agents de vulgarisation peuvent appuyer le besoin de compétences des agriculteurs en concevant des tâches relatives à chacune des activités SHEP afin qu'elles soient au bon niveau de difficulté pour les agriculteurs, permettant aux agriculteurs d'avoir une évaluation précise de leurs réalisations, et fournissant une structure claire du pourquoi, quand, quoi et combien dont les agriculteurs ont besoin pour réaliser diverses activités SHEP en vue d'atteindre un objectif spécifique fixé pour chaque mission de formation SHEP.



Photo: Lesotho

### Appartenance sociale

L'appartenance sociale est le désir d'avoir de bonnes relations avec les autres. La relation entre la personne qui assigne la tâche et la personne qui reçoit la tâche a un grand effet sur la motivation de celle-ci à l'égard de la tâche. En tant qu'agent de vulgarisation, faire confiance aux agriculteurs qui entreprennent des activités SHEP est la chose la plus importante pour appuyer une relation. Afin d'établir une relation de confiance avec les agriculteurs, on invite les agents à écouter attentivement ce que les agriculteurs ont à dire dans leur engagement SHEP et à être physiquement et psychologiquement disponibles pour les agriculteurs afin qu'ils puissent compter sur eux-mêmes.

(Adapté de l'Agence japonaise de coopération internationale (2016) «Introduction à la psychologie de la coopération internationale»)

### Satisfaire deux conditions de durabilité

La force de SHEP réside dans le fait que toutes ses activités sont conçues pour remplir à la fois les critères énoncés dans les théories économiques et psychologiques qui sont expliquées plus haut. En d'autres termes, SHEP essaie d'atténuer l'asymétrie de l'information sur le marché tout en appuyant les besoins psychologiques des agriculteurs en matière d'autonomie, de compétence ou d'appartenance sociale. Grâce à cette intervention à double objectif, les agriculteurs ciblés pourront gérer leur entreprise agricole de leur propre initiative,

même sans l'aide du gouvernement, une fois qu'ils auront suivi le cours de formation SHEP. La vision de SHEP est, après tout, de former les agriculteurs pour qu'ils deviennent autonomes et qu'ils puissent continuer à développer leur entreprise agricole et améliorer leurs moyens de subsistance sans créer de syndrome de dépendance.

## 1.2. Les quatre étapes essentielles de SHEP

### *Quatre étapes essentielles*

Pour ce qui concerne la théorie de l'autodétermination, SHEP offre une série de formations sur le renforcement des capacités des agriculteurs ciblés de telle sorte que leur motivation des agriculteurs est renforcée en répondant à leurs trois besoins psychologiques. Par exemple, SHEP offre aux agriculteurs diverses formations dans un ordre optimal. Cet ordre s'appelle «Les quatre étapes essentielles de SHEP», comme illustré ci-dessous.

4 étapes	Activités
1. Partager l'objectif avec les agriculteurs.	-Atelier de sensibilisation
2. Les agriculteurs prennent conscience.	-Enquête de base participative - (Optionnelle) Forum de rencontres des parties prenantes -Etude de marché
3. Les agriculteurs prennent des décisions.	-Sélection des cultures cibles -Elaboration de calendrier cultural
4. Les agriculteurs acquièrent des compétences.	-Formations sur le terrain
Suivi et contrôle (comprenant une enquête participative finale)	

Figure 2 Quatre étapes essentielles

**[Étape1. Partager l'objectif avec les agriculteurs]** D'abord et en premier lieu, SHEP considère le partage de son objectif et de sa vision avec les agriculteurs bénéficiaires comme la première étape cruciale car ce sont les agriculteurs eux-mêmes qui font le plus d'effort pour la concrétiser. Il faut que les agriculteurs soient convaincus et d'accord avec l'objectif que SHEP essaie d'atteindre. L'organisation **d'un atelier de sensibilisation** est un moyen spécifique pour partager cet objectif avec les agriculteurs cibles (voir «1.1 Atelier de sensibilisation» dans la PARTIE 2 du présent manuel).

**[Étape2. Les agriculteurs prennent conscience]** La deuxième étape consiste à sensibiliser les agriculteurs aux possibilités et au potentiel de l'agriculture horticole. Cette étape est extrêmement importante car sans cette prise de conscience, les agriculteurs ont moins de chance d'être motivés et de s'engager à changer pour le mieux leurs pratiques agricoles. Cette étape consiste principalement à exposer les agriculteurs aux réalités des entreprises et du marché. Les activités de l'étape 2 comprennent **l'enquête de base participative, le forum de rencontres des parties prenantes** (activité facultative) et **l'étude de marché** que les agriculteurs effectuent eux-mêmes (voir «2.1 Enquête de base participative», «2.2 Forum de rencontres des parties prenantes» et «2.3 Etude de marché» dans la Partie 2 du présent manuel). Notez que le Forum de rencontres est considéré comme une activité facultative ; en d'autres termes, une activité qui doit être menée à condition que des ressources financières et humaines suffisantes soient assurées et que la conduite de ces activités soit confirmée comme appropriée et efficace compte tenu de la situation socio-économique locale dans les zones cibles.

**[Étape3. Les agriculteurs prennent des décisions]** Avec la prise de conscience

des agriculteurs et les nouvelles connaissances qu'ils ont acquises dans la deuxième étape, ils prennent ensuite des décisions pour effectuer un changement. C'est la troisième étape. Ce processus implique **la sélection des cultures cibles** par les agriculteurs et l'établissement d'un plan appelé calendrier cultural afin qu'ils soient en mesure d'approvisionner stratégiquement leurs cultures cibles sur les marchés spécifiques de leur choix au moment où il le faut (voir «3.1 Sélection de cultures cibles» et «3.2 Elaboration de calendrier cultural» dans la PARTIE 2 de ce manuel).

**[Étape4. Les agriculteurs acquièrent des compétences]** A cette dernière étape, les agents d'exécution de SHEP donnent aux agriculteurs des solutions techniques, par exemple des formations sur le terrain pour les cultures que les agriculteurs ont sélectionnées, afin qu'ils puissent produire les cultures comme prévu (voir «3.1 Sélection de cultures cibles» et «3.2 Elaboration de calendrier cultural» dans la PARTIE 2 du présent manuel).

**[Suivi et contrôle]** Une fois les quatre étapes terminées, un contrôle et un suivi s'ensuivent pour s'assurer que les agriculteurs appliquent dans leurs activités agricoles quotidiennes les connaissances qu'ils ont acquises (voir «5. Suivi et contrôle (y compris l'enquête participative finale)» dans le présent manuel).

### **Interdépendance entre la motivation et le développement des compétences**

Pourquoi l'approche SHEP prend-elle les quatre étapes plutôt chronophages au lieu de passer à la 4ème étape, formations sur le terrain? C'est parce que SHEP est convaincu que les agriculteurs doivent d'abord être motivés pour apprendre et acquérir de nouvelles compétences. SHEP considère que la série d'activités de formation devrait prendre en considération l'interdépendance entre la motivation des agriculteurs et le développement des compétences. Comme le montre le diagramme ci-dessous, si les agriculteurs ne sont pas motivés, il leur sera difficile d'apprendre quelque chose de nouveau. D'un autre côté, s'ils peuvent sentir que leurs compétences s'améliorent, leur confiance en eux-mêmes sera renforcée et ils seront motivés pour prendre d'autres mesures.

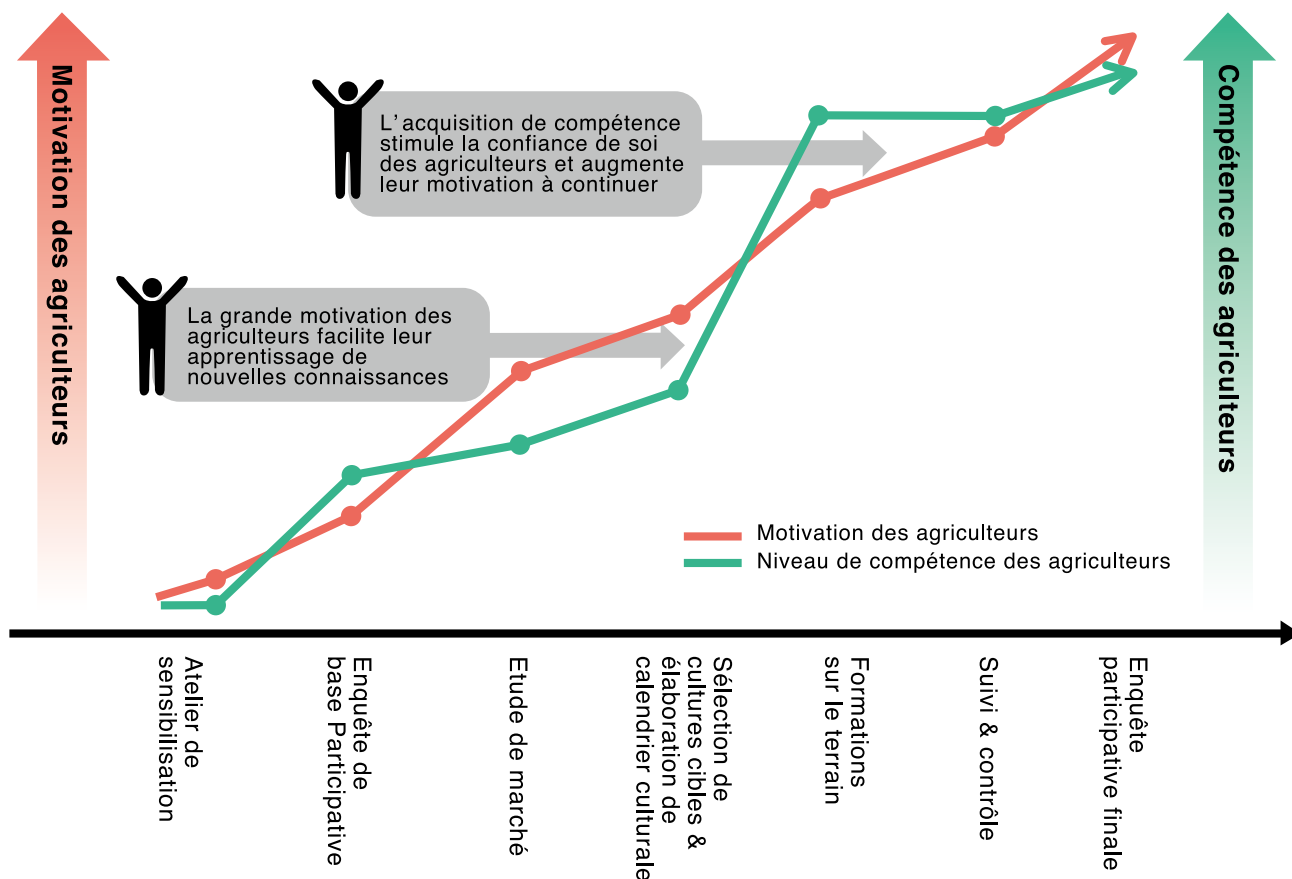


Figure 3 Interdépendance entre la motivation et le développement des compétences



Les quatre étapes de SHEP, ou l'ordre optimal des activités étudié et validé au Kenya, prennent en compte cette interdépendance entre la motivation des agriculteurs et le développement des compétences. Par conséquent, elles peuvent apporter des résultats optimaux sur le terrain en termes d'acquisition de compétences par les agriculteurs et de motivation élevée.

### 1.3. La question genre dans SHEP

L'approche SHEP considère la question **genre comme partie intégrante et essentielle de la gestion des entreprises** agricoles pour les petits agriculteurs horticoles. Le genre est un aspect essentiel dans la réalisation de l'objectif de SHEP, à savoir l'amélioration des moyens de subsistance des ménages. Si l'égalité des sexes n'est pas prise en compte lors de l'intervention, les couples d'agriculteurs peuvent ne pas être d'accord dans leur prise de décision ou un conjoint peut devoir supporter une charge disproportionnée de tâches agricoles fastidieuses et chronophages. Au Kenya, les questions de genre ont été soigneusement traitées dans chacune des activités et, par conséquent, les couples d'agriculteurs sont devenus des acteurs actifs de la gestion des entreprises agricoles. Ce changement a conduit à l'amélioration de leurs moyens de subsistance à la fin.

Les normes et problèmes en matière de genre varient selon les pays et les régions. Par exemple, il peut y avoir des communautés où les gens pensent que les hommes et les femmes ne sont pas censés s'asseoir ensemble lors d'une réunion. D'autres communautés peuvent n'avoir que des femmes engagées dans l'agriculture parce que leurs maris sont en ville et travaillent comme travailleurs migrants. Dans les deux cas, comme le mari et la femme sont l'unité de base dans la gestion des finances des ménages, il est important de les considérer comme des partenaires d'affaires pour la promotion de l'agriculture comme un business. Par conséquent, les responsables de la mise en œuvre de SHEP sont invités à examiner de près les relations entre les sexes et les normes des communautés cibles et à planifier des activités de vulgarisation adaptées aux situations locales des communautés.

Vision de SHEP: Meilleur moyen de subsistance grâce à une opération agricole autonome

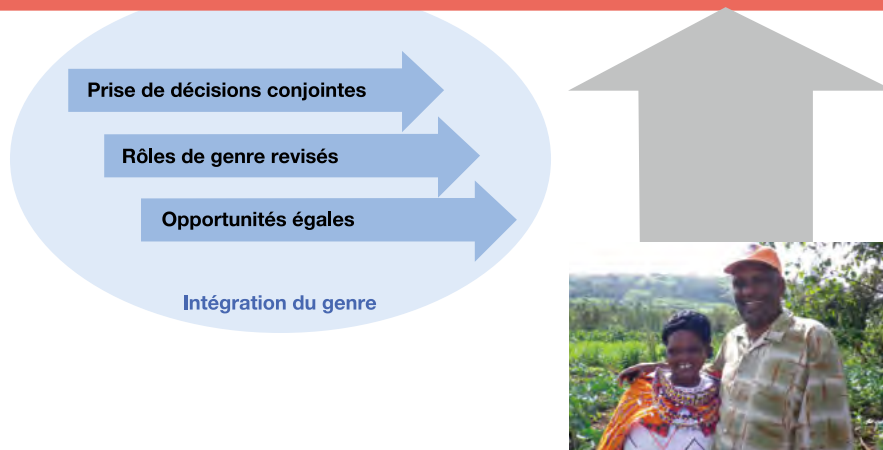


Figure 4 Intégration du genre dans SHEP

Le couple en tant qu' unité de gestion agricole

Photo: Kenya

Comme le montre la figure 4, SHEP au Kenya aborde les questions de genre de trois points de vue différents: (1) égalité des chances, (2) revue des rôles de genre et (3) prise de décision conjointe. Afin d'intégrer ces points de vue dans SHEP, il s'avère primordial de travailler sur l'intégration du genre à toutes les étapes de la mise en œuvre de SHEP. Ce manuel fournit des indicateurs<sup>1</sup> utiles sur l'intégration du genre. Les indicateurs inclus dans «CHECKLIST» dans chacune des activités SHEP dans le chapitre «PARTIE 2. PRATIQUE». Si les communautés cibles ont des conditions de genre similaires à celles du Kenya, veuillez utiliser les indicateurs.

<sup>1</sup> Les indicateurs énumérés dans le manuel sont d'ordre général et ne sont pas spécifiques à la situation de chaque pays ou région. Par conséquent, les responsables de la mise en œuvre sont invités à examiner attentivement les questions de genre des communautés cibles et à concevoir les meilleurs indicateurs qui faciliteraient l'intégration de la dimension de genre dans leurs pays ou régions.

---

## 2. Les avantages de SHEP

---

### 2.1. En quoi SHEP diffère-t-il des autres approches?

SHEP utilise divers dispositifs et techniques qui sont différents de ceux des approches conventionnelles. Le principe directeur de SHEP est de motiver et de responsabiliser les agriculteurs tout au long de la mise en œuvre de l'activité, comme expliqué dans le «1.1 Deux piliers clés de l'approche SHEP». Par conséquent, SHEP se concentre toujours sur l'aspect développement de la capacité de l'intervention avec la plus grande attention sur **l'impact sur le terrain**. Voici quelques exemples concrets de cette **approche des agriculteurs centrés sur toutes les activités** à laquelle SHEP adhère.



Photo: Kenya

#### **Atelier de sensibilisation**

- On informe les agriculteurs que SHEP est une assistance purement technique et qu'aucune aide financière ou matérielle ne leur sera directement fournie.
- Les agriculteurs acceptent de participer à SHEP afin de devenir autonomes en développant leur capacité technique.

#### **Enquête de base et enquête finale**

- Les agents de vulgarisation et les agriculteurs mènent les enquêtes ensemble.
- Des données minimales mais cruciales sont collectées et les agriculteurs eux-mêmes peuvent remplir les formulaires d'enquête.

#### **(Facultatif) Forum de rencontres des parties prenantes**

- Seuls les acteurs les plus importants du secteur horticole des petits producteurs sont invités au Forum. Les agriculteurs peuvent confortablement avoir des entretiens d'affaires individuels avec les participants.

#### **Étude de marché**

- Les agriculteurs visitent les marchés voisins et voient comment les cultures se vendent. Ils recueillent non seulement des informations sur les prix, mais comprennent également les besoins du marché tels que les cultures commercialisables et la qualité et quantité requises.
- Les agriculteurs apprennent également à connaître les acteurs du marché et à établir des réseaux personnels avec eux.

#### **Sélection de cultures cibles et élaboration de calendriers cultureux**

- Avec les conseils techniques du personnel de vulgarisation, les agriculteurs décident eux-mêmes quelles cultures cultiver à quel moment en fonction des informations sur le marché qu'ils ont recueillies.

#### **Formations sur le terrain**

- Les agents de vulgarisation donnent aux agriculteurs une formation sur les cultures choisies par les agriculteurs, c'est-à-dire une formation axée sur la demande.

## 2.2. Effets et impacts de l'approche SHEP

L'expérience acquise au Kenya ainsi que dans d'autres pays mettant en œuvre le programme SHEP a jusqu'à présent prouvé que l'approche SHEP peut avoir de nombreux effets positifs et avoir un impact à la fois sur les agriculteurs cibles et les acteurs du marché. Voici des changements courants après SHEP:

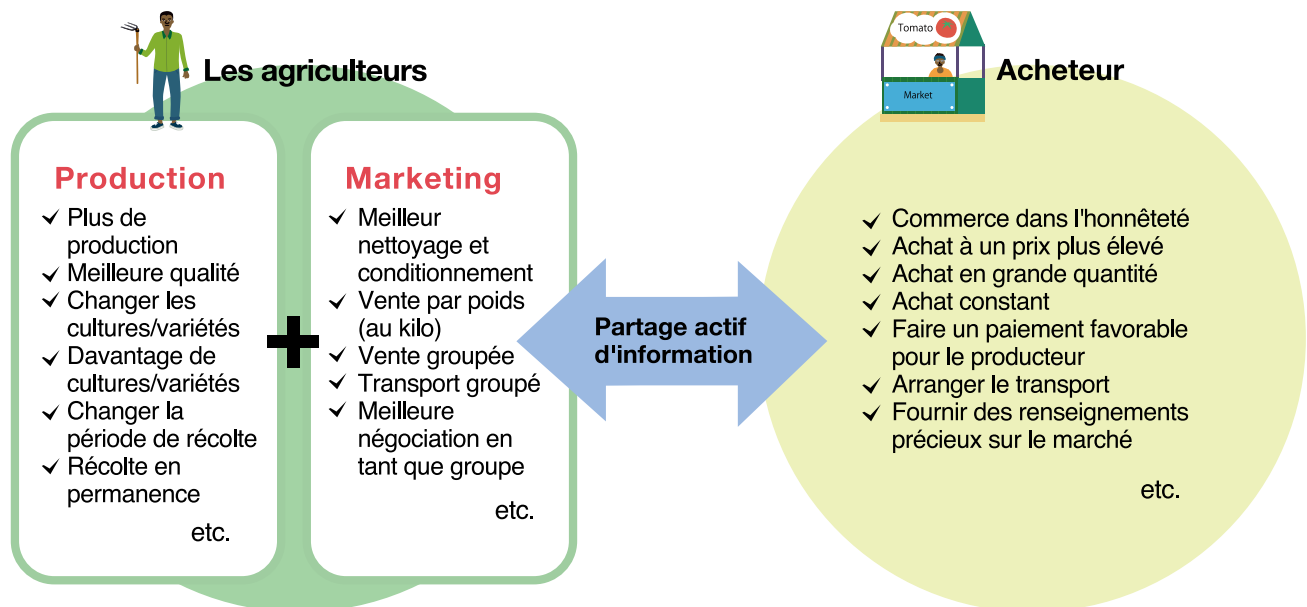


Figure 5 Changement positif après SHEP

### [Changements dans les pratiques agricoles]

- Les agriculteurs ont appliqué des techniques agricoles que le SHEP leur avait présentées.
- Les agriculteurs ont changé les cultures ou les variétés de cultures en fonction des besoins du marché.
- Les agriculteurs ont commencé à utiliser des semences certifiées.
- Les agriculteurs ont changé le moment de la plantation pour pouvoir récolter pendant la période de pointe.
- Les agriculteurs ont élargi les terrains agricoles pour les cultures horticoles afin qu'ils puissent répondre à la demande du marché.
- Les agriculteurs ont utilisé des techniques de gestion des cultures appropriées afin d'améliorer la qualité des cultures commercialisables.

### [Changements dans les pratiques de gestion et de marketing]

- Les agriculteurs ont commencé à faire des études de marché régulièrement.
- Les agriculteurs ont étudié les besoins du marché avant de décider des cultures à produire.
- Les agriculteurs ont commencé à tenir des registres agricoles.
- Les agriculteurs ont commencé à faire des plans pour les activités agricoles.
- Les agriculteurs ont gardé le contact avec les acheteurs potentiels et ont échangé par téléphone des informations régulièrement.
- Les agriculteurs ont emballé certaines cultures selon la façon demandée par le marché.
- Les agriculteurs ont obtenu des clients réguliers, fiables et dignes de confiance (détaillants, grossistes, intermédiaires, etc.).
- Les agriculteurs ont commencé l'agriculture sous contrat avec des sociétés d'exportation ou des entreprises de transformation des aliments.

- Les agriculteurs ont veillé à ce que plusieurs membres du groupe aident les détaillants à charger les produits sur le camion lorsqu'ils viennent dans leurs champs pour acheter leurs récoltes.

### **[Changements dans les activités des groupes d'agriculteurs]**

- Les groupes d'agriculteurs ont formé une unité plus forte et la confiance s'est construite entre les membres.
- Les groupes d'agriculteurs ont commencé à acheter et à vendre en tant que groupes.
- Les membres du groupe d'agriculteurs se sont organisés entre eux en tant que groupe pour pouvoir approvisionner le marché en permanence.
- Les groupes d'agriculteurs ont investi dans des infrastructures agricoles de base, telles que des installations d'irrigation grâce aux revenus provenant de l'horticulture.
- Les groupes d'agriculteurs ont élargi leurs adhésions et se sont officiellement enregistrés en tant que coopératives.

### **[Changements dans les moyens de subsistance]**

- Avec l'augmentation des revenus, les agriculteurs ont acheté une maison, une moto, une voiture ou un terrain.
- Les agriculteurs ont envoyé leurs enfants dans des écoles privées ou dans des établissements d'enseignement supérieur.
- Les agriculteurs ont utilisé les revenus de l'horticulture pour investir dans des entreprises non agricoles à temps partiel telles que la coiffure, le kiosque pour gagner des revenus supplémentaires.

### **[Changements dans les relations familiales]**

- Les maris et les épouses ont commencé à échanger des opinions sur la gestion des exploitations et ont pris des décisions conjointement.
- Les maris et les épouses ont passé en revue leurs rôles par rapport au genre et ont trouvé des divisions du travail plus efficaces dans l'agriculture et dans le travail domestique.
- Les maris et les épouses ont commencé à gérer leur budget familial ensemble.
- Les maris ont commencé à boire moins et à consacrer plus de temps à l'agriculture, ce qui a favorisé de bonnes relations avec leurs épouses.
- Les enfants ont commencé à aider leurs parents dans le travail des champs.
- Les jeunes du village ont commencé à rester et à cultiver dans la communauté au lieu de partir en ville pour trouver un emploi.

## **PARTIE 2. PRATIQUE**

La 2<sup>ème</sup> Partie « Pratique » explique en détail comment mener chaque activité de l'approche SHEP.

## 1. Étape 1 – Partager l'objectif avec les agriculteurs

La première étape de l'approche SHEP consiste à partager l'objectif de SHEP avec les agriculteurs. SHEP n'est pas une approche qui a pour but de fournir une aide matérielle ou financière aux agriculteurs. Il s'agit d'une intervention de renforcement des capacités dans le cadre duquel les agriculteurs doivent s'engager fermement à apprendre de nouvelles connaissances et à acquérir des compétences grâce à leur participation au SHEP. L'objectif ultime de SHEP est de responsabiliser les agriculteurs sur le plan technique et social afin qu'ils puissent continuer à pratiquer une agriculture orientée vers le marché, ou «l'agriculture comme un business», avec une mentalité d'entrepreneur. Ce message devrait être clairement communiqué aux agriculteurs cibles afin qu'ils soient motivés pour atteindre l'objectif SHEP.

### 1.1. Atelier de sensibilisation

4 étapes	Activités
1. Partager l'objectif avec les agriculteurs.	-Atelier de sensibilisation <span style="background-color: yellow;">Nous sommes ici</span>
2. Les agriculteurs prennent conscience.	-Enquête de base participative - (Optionnelle) Forum de rencontres des parties prenantes -Etude de marché
3. Les agriculteurs prennent des décisions.	-Sélection des cultures cibles -Elaboration de calendrier cultural
4. Les agriculteurs acquièrent des compétences.	-Formations sur le terrain
Suivi et contrôle (comprenant une enquête participative finale)	

#### POURQUOI ? - Objectifs

L'atelier de sensibilisation vise à **partager la vision et le but de SHEP avec les agriculteurs**, qui sont, pour les aider à devenir des agriculteurs autonomes avec des aspirations entrepreneuriales.

#### QUOI ? - Cadrage

Une fois que les agriculteurs cibles sont sélectionnés, l'atelier de sensibilisation doit expliquer les détails et le calendrier du cours de formations SHEP ainsi que l'objectif de l'approche SHEP.



## COMMENT ? - Astuces clés pour la mise en œuvre

- L'atelier de sensibilisation est un événement initial important où les responsables de l'exécution et les agriculteurs **partagent la vision SHEP**.
- Les agriculteurs comprennent et conviennent que la vision ne sera réalisée que **par les propres initiatives des agriculteurs** pour faire progresser l'agriculture orientée vers le marché.
- Les agriculteurs comprennent que SHEP est **une assistance purement technique sans aucune aide financière et matérielle** de la part du gouvernement.

### Susciter la motivation



Nous sommes contents que notre agent de vulgarisation sociale comprenne nos défis et nous aide à nous améliorer.

Appui pour l'appartenance sociale



Nous sommes les «propriétaires» de notre action pour faire avancer notre entreprise d'horticulture

Appui pour l'autonomie



Nous sommes très heureux de pouvoir apprendre quelque chose de nouveau

Appui pour la compétence

## ÉTAPE - Procédures de mise en œuvre (temps requis<sup>2</sup> : 1-2 heures)

1. Convoquer une réunion dans un lieu où les agriculteurs peuvent facilement se réunir, comme une salle communautaire, une église, une école, la maison du chef de groupe, etc.
2. Les responsables d'exécution, y compris les agents de vulgarisation responsable du groupe, expliquent l'essence de l'approche SHEP afin que les deux parties puissent partager la vision.
3. Plus amples explications devraient inclure les détails et le calendrier des activités SHEP, les rôles et les responsabilités des agriculteurs pour compléter le cours de formation SHEP.
4. Les agents d'exécution devraient souligner que les membres hommes et femmes doivent participer également aux formations. De plus, les membres et leurs conjoints devraient participer activement à la prise de décision et à la mise en œuvre des activités tout au long de la mise en œuvre du SHEP. Les responsables de l'exécution devraient aider les agriculteurs à s'engager dans des discussions sur l'importance de l'égalité des sexes et de l'autonomisation des femmes.



Photo: Zimbabwe

Nous avons toujours produit des légumes d'abord et nous nous préoccupions pour trouver où les écouler à temps plus tard. C'est le style «Produire et vendre».



C'est vrai. C'est pour cela que nous avons toujours eu des problèmes à trouver un marché. Avec SHEP, nous pourrions «Produire pour vendre».

Photo: Takeshi Kuno/JICA, Kenya

<sup>2</sup> «Temps requis» n'inclut pas le temps de préparation tel que le temps pour trouver une salle, communiquer avec les agriculteurs, organiser une formation de formateurs et ainsi de suite.

## CHECK-LIST - Points à confirmer après cette activité

- Les agriculteurs cibles comprennent et acceptent le calendrier des formations à venir.
- Les agriculteurs cibles comprennent et expliquent quels rôles, responsabilités et droits ils ont en tant que participants de SHEP.
- Les agriculteurs cibles peuvent envisager et expliquer leur objectif qu'ils comptent atteindre à la fin des sessions de formation SHEP.
- Le ratio hommes-femmes des participants est équilibré.
- Il y a eu une discussion sur l'égalité des sexes et on a encouragé l'autonomisation des femmes et la participation (1) des membres masculins et féminins et (2) des membres et de leurs conjoints.

## RESOLUTION DE PROBLEME - Solutions aux problèmes fréquents

- Q: Les agriculteurs s'attendent à recevoir des «aumônes»** – Comme presque tous les projets / programmes précédents ont fourni des intrants matériels aux agriculteurs, ils s'attendent également à des cadeaux de la part de SHEP. Est-ce qu'ils cesseront de venir à la formation quand ils réaliseront qu'il n'y aura pas de soutien financier ou matériel de SHEP?
- R:** Il est extrêmement important que les agriculteurs cibles comprennent et acceptent, dès le début, qu'ils ne recevront qu'une assistance technique et non une assistance matérielle. Lorsque vous contactez les agriculteurs potentiels pour la sélection des cibles, expliquez clairement que seuls sont acceptés dans SHEP les agriculteurs qui sont disposés à participer à une série de formations de renforcement de capacité sans recevoir d'apports matériels.
- Q: Pourquoi parler du genre dans l'atelier de sensibilisation?** – Pourquoi avons-nous besoin de discuter des questions de genre pendant l'atelier de sensibilisation? Pouvons-nous le faire ultérieurement?
- R:** Pour ce qui concerne le concept SHEP portant sur les questions de genre, veuillez-vous référer à 1.3 «Question genre dans SHEP». SHEP considère qu'on devrait prendre le genre comme faisant partie intégrante de l'effort de SHEP pour réaliser son but, l'amélioration des moyens de subsistance grâce à une gestion agricole autonome. L'objectif de SHEP ne peut être atteint que si la participation et la prise de décision équilibrées entre les sexes sont en place tout au long de la mise en œuvre du SHEP. Par conséquent, les agriculteurs cibles doivent être conscients de cette question dès le début des activités SHEP, à savoir l'atelier de sensibilisation, afin que les agriculteurs hommes et femmes ainsi que leurs conjoints acceptent de participer activement et de prendre des décisions conjointes quand ils s'engagent dans SHEP.



## 2. Étape 2 – Les agriculteurs prennent conscience

La deuxième étape de SHEP consiste à donner aux agriculteurs de nombreuses opportunités leur permettant de prendre conscience de leur situation actuelle et de trouver des opportunités que peuvent leur offrir les entreprises horticoles. C'est l'étape où les agriculteurs SHEP passent par des expériences révélatrices et augmentent leur motivation à prendre des mesures concrètes pour matérialiser l'agriculture orientée vers le marché. Par conséquent, cette étape est extrêmement critique et les responsables de la mise en œuvre de SHEP devraient s'assurer que les agriculteurs ouvrent leur horizon pour l'horticulture en tant qu'activité par le biais d'exercices tels que des enquêtes de base et des études de marché.

### 2.1. Enquête de base participative

4 étapes	Activités
1. Partager l'objectif avec les agriculteurs.	-Atelier de sensibilisation <span style="background-color: #008000; color: white; padding: 2px;">Nous sommes ici</span>
2. Les agriculteurs prennent conscience.	- <b>Enquête de base participative</b> - (Optionnelle) Forum de rencontres des parties prenantes -Etude de marché
3. Les agriculteurs prennent des décisions.	-Sélection des cultures cibles -Elaboration de calendrier cultural
4. Les agriculteurs acquièrent des compétences.	-Formations sur le terrain
Suivi et contrôle (comprenant une enquête participative finale)	

#### POURQUOI ? - Objectifs

L'enquête de base participative donne aux agriculteurs cibles la possibilité d'examiner leurs situations agricoles actuelles en termes de production, de revenu et de techniques agricoles, afin de pouvoir identifier clairement les points à améliorer. Les agriculteurs comprennent également l'importance de la tenue de dossiers. Cette occasion permet aux responsables de la mise en œuvre de recueillir des données concrètes sur les pratiques agricoles des bénéficiaires cibles, qui serviront ultérieurement à suivre les résultats de l'intervention SHEP.

#### QUOI? - Cadrage

L'enquête de base participative demande aux agriculteurs cibles de remplir deux types de fiches d'enquête: (1) Enquête de base 1ère Partie - Production, revenu et coût et (2) Enquête de base 2ème Partie - Techniques agricoles. Les agriculteurs remplissent eux-mêmes les fiches avec l'aide de l'agent de vulgarisation si nécessaire. Les données sont collectées et analysées par les responsables de l'exécution. Les commentaires sur les résultats de l'enquête de référence sont plus tard remis aux agriculteurs lorsque les données analysées seront disponibles.

## COMMENT?

## - Astuces clés pour la mise en œuvre

- L'enquête devrait profiter plus aux agriculteurs qu'aux agents d'exécution (Figure 6).
- L'enquête devrait être menée de manière participative là où les agriculteurs cibles sont les principaux acteurs de l'enquête, au lieu que des agents de vulgarisation recueillent des informations de manière unilatérale auprès d'eux.
- Les agents de vulgarisation aident les agriculteurs à calculer des chiffres de base tels que le rendement des cultures, le coût, les bénéfices, etc., qui sont importants pour la gestion des exploitations.

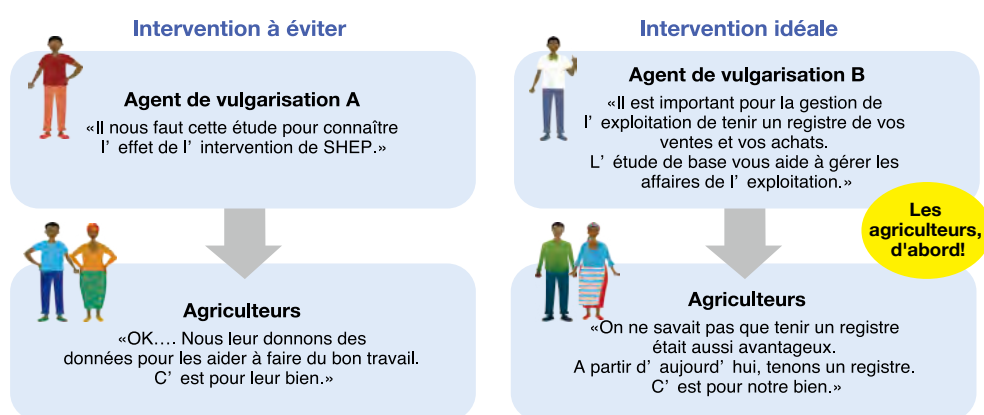
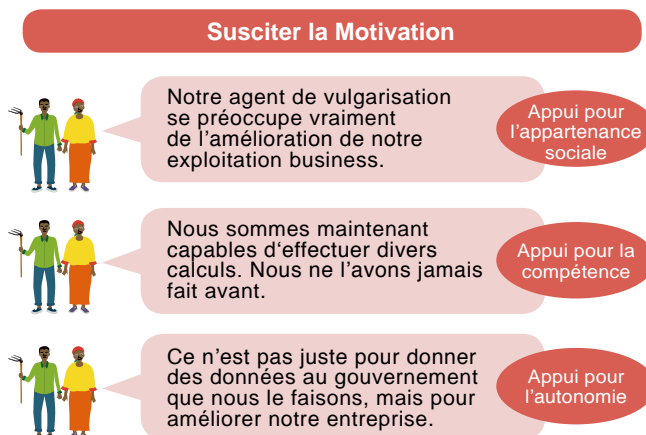


Figure 6 Enquête de base pour le bien des agriculteurs

## ÉTAPE

## - Procédures de mise en œuvre (temps requis: 3-4 heures)

- 1.(Préparation) Cherchez les unités locales utilisées dans le commerce des cultures horticoles et préparez une table de conversion, c'est-à-dire une table de conversion des unités locales en kilogrammes.
- 2.Convoquez une réunion et expliquez aux agriculteurs l'objectif de l'enquête de base. Montrez aux agriculteurs comment remplir les deux types de formats d'enquête. **[Astuce!]** Si les agriculteurs, en particulier les agriculteurs illettrés, ont des difficultés à comprendre comment remplir les formulaires, demander aux agriculteurs alphabètes de les aider.
- 3.Les agriculteurs remplissent eux-mêmes les formulaires avec l'aide de l'agent de vulgarisation si nécessaire.
- 4.Si la conversion des unités commerciales telles que paniers, sacs, caisses, etc. en kilogramme est difficile, fournir un tableau de conversion que les agents d'exécution ont préalablement confectionné en fonction des situations du marché local.
- 5.Lorsque les agriculteurs ont fini de remplir les formulaires, encouragez-les à discuter de toute nouvelle découverte grâce à cette enquête. Les points de discussion comprennent, mais sans s'y limiter :



Photo: Kenya

- ✓ Nos méthodes actuelles pour la tenue de registres sont-elles suffisantes? Comment la tenue de registres peut-elle nous aider à gérer notre entreprise agricole?
- ✓ Faisons-nous autant de bénéfices que nous le voulons? Pour certaines cultures, perdons-nous de l'argent au lieu d'en gagner?
- ✓ Attribuons-nous la superficie de terrain appropriée pour les cultures ayant de bonnes perspectives de commercialisation?
- ✓ Savons-nous exactement combien de produits nous emballons dans un sac (ou une caisse, un paquet, un seau, etc.)? Nos acheteurs connaissent-ils le poids exact?
- ✓ Avons-nous des compétences de techniques de production suffisantes? Quelles sont nos faiblesses?

6. Après la réunion, saisissez les données sur des feuilles de calcul, traitez, analysez et donnez plus tard un feedback aux agriculteurs. (Confirmer qui est responsable de la saisie, du traitement et de l'analyse des données au sein de votre organisation)  
Les éléments de rétroaction peuvent inclure, mais ne sont pas limités à:

- ✓ Comment les registres des agriculteurs sont-ils suffisants et bien tenus pour faire une bonne analyse de la gestion agricole
- ✓ Quelles sont les cultures les plus couramment produites, quelles sont les cultures qui donnent de bons bénéfices, etc.
- ✓ Quel domaine de techniques agricoles les agriculteurs doivent-ils renforcer.

Je pensais que je gagnais de l'argent en cultivant ce produit. Mais en fait, j'en perdais !



Ce serait avantageux pour moi de tenir un registre, comme cela je peux faire le suivi de ce qui se passe dans mon exploitation. C'est la première étape de «l'agriculture comme un business».

Photo: Kenya

## FORMAT - Formulaires du questionnaire dans l'enquête de base

Il existe des échantillons des formulaires de questionnaire de l'enquête de base. Deux types de formats doivent être remplis par les agriculteurs.

### 1. Enquête de base 1<sup>ère</sup> Partie - Production, revenu et coût

1. Nomet variété de la culture	2. Superficie cultivée par la culture en mètre x mètre (m <sup>2</sup> ) ou en ha 100m <sup>2</sup> =0.01ha 1,000m <sup>2</sup> =0.1ha 10,000m <sup>2</sup> =1ha		3. Production écoulee sur le marché en différentes unités (e.g. sacs, cageots, bottes, caisses, etc.)	4. Production écoulee sur le marché en kg (convertie en kg)	5. Production écoulee sur le marché en kg par ha	6. Prix moyen par unité (monnaie locale par unité)	7. Prix moyen par kg (converti en kg) en monnaie locale	8. Revenu total en monnaie locale	9. Coût total de la production en monnaie locale (incl. intrants, transport, main d'œuvre, etc.)	10. Revenu net (bénéfice) en monnaie locale
1	2 a.	2 b.	3	4	4./2 b.	6	6./unité conversion dans l'encadré	(3. x 6.) ou (4. x7.)	9	8. - 9.
1 <sup>ère</sup> Culture:	M x M (m <sup>2</sup> )	ha	(unité: )	kg	kg	(unité )				
2 <sup>ème</sup> Culture:	M x M (m <sup>2</sup> )	ha	(unité: )	kg	kg	(unité )				
3 <sup>ème</sup> Culture:	M x M (m <sup>2</sup> )	ha	(unité: )	kg	kg	(unité: )				
4 <sup>ème</sup> Culture:	M x M (m <sup>2</sup> )	ha	(unité: )	kg	kg	(unité: )				

Indiquez dans l'encadré ci-dessous les conversions d'unité .

(Ex.) 1 sac de pomme de terre irlandaise = 110 kg, une pomme d'un chou = 2 kg

## 2.Enquête de base 2ème Partie - Techniques agricoles

De la Préparation au post-récolte		Articles	Techniques horticoles préconisées pour adoption	Oui	Non
1	Préparation de production	Q 1	Effectuez-vous une étude de marché pour déterminer chaque saison la(les) spéculat(i)on(s) à cultiver?		
		Q 2	Est-ce que vous préparez et utilisez un(des) calendrier(s) cultural(aux) à partir des résultats de l'étude de marché?		
		Q 3	Est-ce que vous faites une analyse du sol au moins une fois tous les deux ans pour les légumes/fleurs annuelles; ou avant de planter pour les arbres fruitiers/ fleurs vivaces?		
		Q 4	Est-ce que vous utilisez les pratiques de compostage recommandées en utilisant diverses matières organiques pour fournir les principales substances nutritives: Azote (N),Phosphore (P),Potassium (K) dans la préparation du compost/fumier?		
		Q 5	Est-ce que vous utilisez des matériels de qualité recommandés pour le semis avec un ou plusieurs des caractéristiques suivantes: selon la période de production, résistance et tolérance aux maladies, performants, maturité précoce, meilleur goût, taille, et aptitude à la conservation?		
2	Préparation du sol	Q 6	Est-ce que vous utilisez l'une ou plusieurs des pratiques de préparation du sol recommandées qui suivent pour lutter contre les ravageurs et les maladies : solarisation, labourage en temps opportun, profondeur adéquate du labour, et retournement minimum du sol afin d'empêcher la propagation de sol éventuellement porteur de ravageurs et de maladies?		
		Q 7	Est-ce que vous incorporez des résidus de cultures au moins deux mois avant de préparer pendant le labour afin d'améliorer le recyclage des substances nutritives?		
		Q 8	Est-ce que vous incorporez du compost/fumier ou de l'engrais organique comme application de fumure de fond au moins une ou deux semaines avant le semis?		
3	Etablissement de la culture (Semence/ repiquage)	Q 9	Est-ce que vous suivez les pratiques recommandées lorsque vous faites les jeunes plantes pour les légumes/fleurs annuelles ou utilisez des jeunes plants pour les arbres fruitiers/fleurs vivaces provenant de pépinière(s) agréée(s)?		
		Q 10	Est-ce que vous utilisez l'écartement recommandé lors du semis/repiquage?		
		Q 11	Est-ce que vous respectez les doses d'engrais recommandées au repiquage/semis?		
4	Gestion de la culture	Q 12	Est-ce que vous satisfaites les besoins en eau des cultures par l'une ou plusieurs des méthodes d'irrigation suivantes: arrosoir, asperseur, goutte à goutte, et sillon pour obtenir le besoin adéquat en eau des cultures?		
		Q 13	Est-ce que vous assurez le désherbage en temps voulu et utilisez-vous des outils appropriés de désherbage?		
		Q 14	Est-ce que vous appliquez les pratiques de l'épandage d'engrais appropriées en temps voulu, type et dose recommandés, et méthode d'application?		
		Q 15	Est-ce que vous utilisez au moins deux de Gestion Intégrée des Parasites (GIP) suivantes: culturelle, biologique, physique et chimique?		
		Q 16	Est-ce que vous pratiquez l'usage sécurisée et efficace de pesticides : dose appropriées, pesticides recommandés, et le délai d'attente avant récolte?		
5	Récolte	Q 17	Est-ce que vous utilisez au moins l'une de ces indices de récolte : couleur, taille, forme et fermeté?		
6	Manutention post-récolte	Q 18	Utilisez-vous des matériels de stockage/conteneurs de transport/ matériaux de conditionnement standard avec les caractéristiques suivantes: bien aéré, facile à nettoyer et souple minimisant ainsi les détériorations?		
		Q 19	Appliquez-vous une des techniques de valeur ajoutée recommandées : nettoyage, triage, calibrage, conditionnement ou traitement du produit?		
7	Analyse des coûts et recettes	Q 20	Est-ce que vous notez le coût de la production et les ventes et faites-vous une analyse comparative des coûts et recettes afin de déterminer les bénéfices?		
8	Action collective	Q21	Est-ce que vous achetez les intrants agricoles comme les semences, les engrais et les produits chimiques en tant que groupe (achat groupé)?		
		Q22	Est-ce que vous arrangez le transport des produits de manière collective ou bien vendez-vous vos produits collectivement (vente groupé)?		
		Q23	En tant que groupe, choisissez-vous les cultures cibles, et planifiez-vous les stratégies de production/marketing de façon collective avec les membres du groupe?		

### INNOVATION - Adaptation dans divers pays / régions

Vous trouverez ci-dessous des exemples d'adaptation effectués dans certains pays et régions afin que les enquêtes de base soient menées de manière plus fluide dans leurs régions.

## Encadré 1 Table visuelles de conversion des unités pour les enquêtes de base

### Elaboration visuelle d'une table de conversion d'unités pour faciliter la conversion des poids (Malawi)

< Pourquoi?> Les agriculteurs et les acheteurs utilisaient traditionnellement diverses unités telles que des sacs, des seaux, des bottes pour des cultures particulières pour les échanger sur le marché local. Les agriculteurs ne connaissaient pas le poids réel de chaque unité.

< Comment?> Les responsables de la mise en œuvre ont visité les marchés locaux avec une balance et une caméra. Ils prenaient des photos et pesaient les légumes et les fruits couramment commercialisés. La table de conversion des unités visuelles a été développée et utilisée pour convertir diverses unités en kilogrammes.

< Résultats?> La conversion des unités utilisées localement en kilogrammes est devenue plus facile et les agriculteurs ont réalisé l'importance de faire du commerce en utilisant le poids.



Table de conversion d'unité développée au Malawi

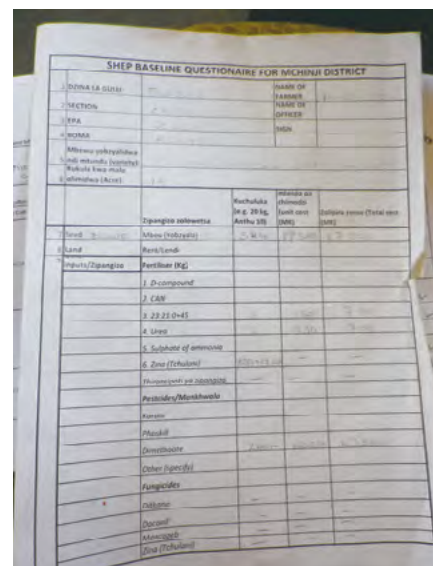
## Encadré 2 Feuille de calcul d'estimation des coûts

### Elaboration d'une feuille de calcul supplémentaire pour estimer les coûts (Malawi)

< Pourquoi?> Les agriculteurs avaient du mal à calculer tous les coûts des intrants agricoles et de la main-d'œuvre pour calculer le coût total qu'ils doivent remplir dans le formulaire d'enquête de base.

< Comment?> Les responsables de la mise en œuvre ont préparé une fiche supplémentaire pour calculer le total des coûts. Elle contenait des articles typiques de la région, tels que les coûts de divers engrais, semences, pesticides, herbicides, coûts de la main-d'œuvre, frais de transport, etc. afin que les agriculteurs puissent facilement fournir tous les renseignements nécessaires pour calculer le coût total.

< Résultats?> Les agriculteurs ont été en mesure de calculer le coût total de manière assez précise sans être confus ou débordés.



Feuille de calcul développée au Malawi

### Encadré 3 Les agriculteurs aident les autres agriculteurs

#### Agriculteurs lettrés aidant les agriculteurs illettrés (Éthiopie)

<Pourquoi?> Les groupes d'agriculteurs cibles présentaient un faible taux d'alphabétisation. Il était prévu que de nombreux agriculteurs ciblés auraient des difficultés à remplir les formulaires d'enquête.



Photo: Éthiopie

<Comment?> Les responsables de la mise en œuvre ont demandé à environ dix agriculteurs lettrés et relativement bien éduqués de chaque groupe d'assister à la formation avec le personnel de vulgarisation pour apprendre comment mener l'enquête de base participative dans un projet pilote. Ces agriculteurs lettrés ont travaillé avec les vulgarisateurs pour aider les agriculteurs illettrés à remplir les formulaires.

<Résultats?> Les agriculteurs illettrés ont pu finir sans trop de difficultés l'enquête grâce à l'aide des agriculteurs lettrés. Le sentiment de la solidarité des agriculteurs a été renforcé aussi, ce qui a contribué à soutenir chez les agriculteurs le besoin psychologique de l'appartenance sociale.

### Encadré 4 Enquête de base sur les champs agricoles collectives et individuelles

#### Effectuer des enquêtes de base sur les champs agricoles collectives et individuelles (Rwanda et El Salvador)

<Pourquoi?> Certains des groupes d'agriculteurs ciblés avaient deux types de champs; l'un appartenant au groupe et l'autre aux membres individuels du groupe. Les responsables de la mise en œuvre devaient saisir les situations des deux types de terres agricoles.



Agriculteurs rwandais dans leur champ commun

<Comment?> Puisque les formats de l'enquête de référence ont été principalement conçus pour les champs gérés par des ménages individuels, les responsables de la mise en œuvre ont modifié certaines questions, et ont mené l'enquête pour les champs collectifs ainsi que les champs individuels des membres.

<Résultats?> Les agriculteurs et les exécutants ont été tous capables de comprendre les situations actuelles sur les champs collectifs et les champs individuels. Les agriculteurs ont été motivés pour apporter des améliorations sur les deux types de terres agricoles.

### Introduction d'un système de « travail à domicile » pour une meilleure collecte de données et un engagement plus fort des conjoints (Malawi et Népal)

<Pourquoi?> Les responsables de la mise en œuvre ont constaté que de nombreux agriculteurs n'avaient pas de chiffres, tels que les coûts de production et les quantités de vente disponibles lors de l'enquête de base. Ils devaient rentrer à la maison pour vérifier leur dossier ou demander aux membres de leur famille pour obtenir des chiffres précis. Finir l'enquête de base sur place lors d'une journée de réunion était difficile.



Photo: Malawi

<Comment?> Les responsables de la mise en œuvre ont organisé des sessions de deux jours pour l'enquête de base. Le premier jour, ils ont expliqué quelles étaient les données nécessaires et leur ont donné une «travail à domicile» pour obtenir des données précises à chercher à la maison. Dans le cas du Népal, les responsables de la mise en œuvre ont demandé aux agriculteurs, comme «travail à domicile», de travailler avec leur conjoint pour remplir le formulaire chez eux. Les agriculteurs se sont réunis à nouveau le deuxième jour et ont remis les formulaires d'enquête.

<Résultats?> Des données plus précises et fiables ont été collectées. Les maris et les femmes ont travaillé ensemble pour comprendre la situation actuelle de leur exploitation agricole, augmentant ainsi leur sentiment d'unité et de responsabilité conjointe en tant qu'unité de gestion agricole.

#### CHECK-LIST - Points à confirmer après cette activité

- Les agriculteurs cibles comprennent leur situation de production et de vente actuelle et identifient les lacunes à combler.
- Les agriculteurs cibles comprennent leurs niveaux techniques actuels en termes de production et de commercialisation et identifient les lacunes qui doivent être comblées.
- Les agriculteurs cibles comprennent l'importance de la tenue des registres de leur exploitation, en termes de compte d'exploitation et de registres d'activité agricole, et sont prêts à commencer à tenir des registres.
- Le ratio hommes-femmes des participants est équilibré.
- Les données ventilées par sexe sont collectées et analysées.
- (facultatif) Les conjoints des membres sont impliqués.



## RESOLUTION DE PROBLEME - Solutions aux problèmes de fréquence courante

**Q: Tenue de registres peu pratiquée** - La tenue de registres n'est pas largement pratiquée par les petits agriculteurs. Est-ce qu'ils peuvent vraiment apprendre à tenir des registres et les exploiter à leur avantage ?

**R:** Il est vrai que beaucoup de petits agriculteurs ne pratiquent pas la tenue de registres. La première étape qui leur est conseillée est de comprendre l'importance de la tenue de registres grâce à leur expérience en participant à l'enquête de base. Il est conseillé aux responsables de la mise en œuvre de les encourager à conserver des informations de base telles que les ventes de produits et les dépenses par rapport aux semences, aux engrais et aux pesticides, etc. sous une forme très simple comme la comptabilité en partie simple. Il est avantageux pour les agriculteurs de prendre l'habitude de tenir un registre des activités agricoles et comptables.

**Q: Les agriculteurs illettrés peuvent-ils le faire?** - Même les agriculteurs alphabètes ont du mal à calculer les chiffres nécessaires pour l'enquête de base. Les agriculteurs illettrés peuvent-ils accomplir les tâches de l'enquête ?

**R:** Les agriculteurs illettrés peuvent avoir plus de difficulté à remplir les formulaires d'enquête que leurs homologues alphabètes. Cependant, cela ne signifie pas automatiquement qu'ils connaissent moins bien leurs problèmes de gestion agricole que les agriculteurs lettrés. Ils n'ont tout simplement pas les capacités nécessaires de lire et d'écrire pour mettre leurs connaissances en pratique. Demandez de l'aide aux membres du groupe alphabète ou aux membres de leur famille alphabète, comme leur conjoint ou leurs enfants, pour les aider à remplir les formulaires. Les agriculteurs alphabètes peuvent également continuer à tenir au quotidien des registres avec l'aide des membres de leur famille.

**Q: Les données ne sont pas très fiables** - Bien que les agriculteurs aient fait de leur mieux pour remplir l'information, je vois que certaines informations manquent encore ou ne sont pas vraiment exactes. Devrais-je cesser d'obtenir des informations de leur part, puisque la fiabilité et l'exactitude des données ne sont pas aussi élevées que je l'espérais?

**R:** L'enquête de base participative de SHEP a deux objectifs: (1) sensibiliser les agriculteurs à leur situation agricole actuelle et (2) recueillir des données concrètes auprès des agriculteurs. Nous aimerions que vous compreniez que, d'abord et avant tout, il est très important d'atteindre le premier objectif, la prise de conscience des agriculteurs à travers l'exercice d'enquête. D'un autre côté, assurer la fiabilité et l'exactitude des données, comme vous le savez, est toujours un défi lorsqu'il s'agit de recueillir des données sur le terrain. En particulier lors de l'enquête de base, il est difficile d'obtenir une très grande précision, car de nombreux agriculteurs n'ont pas encore de registres précis. Nous devrions être patients et encourager les agriculteurs à commencer à tenir progressivement des registres pour que la fiabilité et l'exactitude des données soient élevées au moment de l'enquête finale.

**Q: Les agriculteurs ne veulent pas communiquer les données** - Les agriculteurs sont prêts à remplir les données. Cependant, ils ne veulent pas divulguer des données liées à leurs profits. Que devrais-je faire?

**R:** Ce n'est pas une bonne idée de forcer les agriculteurs à communiquer les données

s'ils ne se sentent pas à l'aise de le faire. Sans la communication des données, les agriculteurs ont toujours la possibilité de les sensibiliser à la gestion des exploitations. Par conséquent, l'un des deux objectifs de l'enquête de base, comme expliqué ci-dessus, est au moins rempli. Demandez aux autres agriculteurs s'ils sont disposés à communiquer les données afin que vous puissiez obtenir des données concrètes à traiter et à analyser.

## Exemple

**Enquête de base 1<sup>ère</sup> Partie - Production, revenu et coût**

Date: / /

Nom du département: \_\_\_\_\_ Nom de la commune: \_\_\_\_\_

Nom du groupe d'agriculteurs: \_\_\_\_\_

Nom de l'agriculteur : \_\_\_\_\_ Homme / Femme: \_\_\_\_\_ Tél. No: \_\_\_\_\_

Indiquez les informations relatives aux cultures horticoles au cours de la dernière campagne agricole (ne pas inclure d'autres cultures telles que le maïs et la canne à sucre).

1. Nom et variété de la culture	2. Superficie cultivée par la culture en mètre x mètre (m <sup>2</sup> ) ou en ha 100m <sup>2</sup> = 0,01ha 1,000m <sup>2</sup> = 0,1ha 10,000m <sup>2</sup> = 1ha	3. Production écoulee sur le marché en diverses unités (ex. sacs, cageots, boîtes, caisses, etc.)	4. Production écoulee sur le marché en kg (convertie en kg)	5. Production écoulee sur le marché en kg par ha	6. Prix moyen par unité (monnaie locale par unité)	7. Prix moyen par kg (convertie en kg) en monnaie locale	8. Revenu total en monnaie locale	9. Coût total de la production en monnaie locale (Incl. intrants, transport, main d'œuvre, etc.)	10. Revenu net (bénéfice) en monnaie locale
	2 a.	3	4	4/2 b.	6	6./unité conversion dans l'encadré	(3. x 6.) ou (4. x 7.)	9	8. - 9.
1 <sup>ère</sup> culture : <b>Tomato</b> <b>Cal J</b>	M x M (m <sup>2</sup> ) <b>20x100=</b> <b>2,000m<sup>2</sup></b>	<b>100</b> (unité: <b>crate</b> )	<b>2,000</b> kg	<b>10,000</b> kg	<b>\$20</b> (unité: <b>crate</b> )	<b>\$1</b>	<b>\$2,000</b>	<b>\$700</b>	<b>\$1,300</b>
2 <sup>ème</sup> culture:	M x M (m <sup>2</sup> ) ha	(unité: )	kg	kg	(unité: )				
3 <sup>ème</sup> culture	M x M (m <sup>2</sup> ) ha	(unité: )	kg	kg	(unité: )				
4 <sup>ème</sup> culture	M x M (m <sup>2</sup> ) ha	(unité: )	kg	kg	(unité: )				

Indiquez dans l'encadré ci-dessous les conversions d'unité. (ex.) 1 sac de pomme de terre irlandais = 110 kg, une pomme d'un chou = 2 kg

1 cageot de tomates = 20kg

## Enquête de base 1ère Partie - Production, revenu et coût

Date: / /  
 Nom du département: \_\_\_\_\_ Nom de la commune: \_\_\_\_\_  
 Nom du groupe d'agriculteurs: \_\_\_\_\_  
 Nom de l'agriculteur: \_\_\_\_\_ Homme / Femme: \_\_\_\_\_ Tél. No: \_\_\_\_\_

Indiquer les informations relatives aux cultures horticoles au cours de la dernière campagne agricole (ne pas inclure d'autres cultures telles que le maïs et la canne à sucre).

1. Nom et variété de la culture	2. Superficie cultivée par la culture en mètre x mètre (m <sup>2</sup> ) ou en ha 100m <sup>2</sup> =0.01ha 1,000m <sup>2</sup> =0.1ha 10,000m <sup>2</sup> =1ha	3. Production écoulee sur le marché en diverses unités (ex. sacs, cageois, boites, caisses, etc.)	4. Production écoulee sur le marché en kg (convertie en kg)	5. Production écoulee sur le marché en kg par ha	6. Prix moyen par unité (monnaie locale par unité)	7. Prix moyen par kg (convertie en kg) en monnaie locale	8. Revenu total en monnaie locale	9. Coût total de la production en monnaie locale (Incl. intrants, transport, main d'œuvre, etc.)	10. Revenu net (bénéfice) en monnaie locale
1	2 a. 2 b.	3	4	4./2 b.	6	6./unité conversion dans l'encadré	(3. x 6.) ou (4. x 7.)	9	8. - 9.
1 <sup>ère</sup> culture :	M x M (m <sup>2</sup> ) ha	(unité: ) kg	kg	kg	(unité: ) kg				
2 <sup>ème</sup> culture:	M x M (m <sup>2</sup> ) ha	(unité: ) kg	kg	kg	(unité: ) kg				
3 <sup>ème</sup> culture	M x M (m <sup>2</sup> ) ha	(unité: ) kg	kg	kg	(unité: ) kg				
4 <sup>ème</sup> culture	M x M (m <sup>2</sup> ) ha	(unité: ) kg	kg	kg	(unité: ) kg				

Indiquez dans l'encadré ci-dessous les conversions d'unités. (ex.) 1 sac de pomme de terre irlandais = 110 kg, une pomme d'un chou = 2 kg

## Enquête de base 2ème Partie- Techniques agricoles

Date: \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_

Nom du département: \_\_\_\_\_ Nom de la commune: \_\_\_\_\_

Nom du groupe d'agriculteurs: \_\_\_\_\_

Nom de l'agriculteur : \_\_\_\_\_ Homme / Femme: \_\_\_ Tél. No: \_\_\_\_\_

\* Cochez "OUI" ou "NON" aux questions suivantes. Ecrivez toute information supplémentaire dans la marge.

De la Préparation au post-récolte		Articles	Techniques horticoles préconisées pour adoption	Oui	Non
1	Préparation de production	Q 1	Effectuez-vous une étude de marché pour déterminer chaque saison la(les) spéculat[i]on(s) à cultiver?		
		Q 2	Est-ce que vous préparez et utilisez un(des) calendrier(s) cultural(aux) à partir des résultats de l'étude de marché?		
		Q 3	Est-ce que vous faites une analyse du sol au moins une fois tous les deux ans pour les légumes/fleurs annuelles; ou avant de planter pour les arbres fruitiers/fleurs vivaces?		
		Q 4	Est-ce que vous utilisez les pratiques de compostage recommandées en utilisant diverses matières organiques pour fournir les principales substances nutritives: Azote (N), Phosphore (P), Potassium (K) dans la préparation du compost/fumier?		
		Q 5	Est-ce que vous utilisez des matériels de qualité recommandés pour le semis avec un ou plusieurs des caractéristiques suivantes: selon la période de production, résistance et tolérance aux maladies, performants, maturité précoce, meilleur goût, taille, et aptitude à la conservation?		
2	Préparation du sol	Q 6	Est-ce que vous utilisez l'une ou plusieurs des pratiques de préparation du sol recommandées qui suivent pour lutter contre les ravageurs et les maladies : solarisation, labourage en temps opportun, profondeur adéquate du labour, et retournement minimum du sol afin d'empêcher la propagation de sol éventuellement porteur de ravageurs et de maladies?		
		Q 7	Est-ce que vous incorporez des résidus de cultures au moins deux mois avant de préparer pendant le labour afin d'améliorer le recyclage des substances nutritives?		
		Q 8	Est-ce que vous incorporez du compost/fumier ou de l'engrais organique comme application de fumure de fond au moins une ou deux semaines avant le semis?		
3	Etablissement de la culture (Semence/ repiquage)	Q 9	Est-ce que vous suivez les pratiques recommandées lorsque vous faites les jeunes plantes pour les légumes/fleurs annuelles ou utilisez des jeunes plants pour les arbres fruitiers/fleurs vivaces provenant de pépinière(s) agréée(s)?		
		Q 10	Est-ce que vous utilisez l'écartement recommandé lors du semis/repiquage?		
		Q 11	Est-ce que vous respectez les doses d'engrais recommandées au repiquage/semis?		
4	Gestion de la culture	Q 12	Est-ce que vous satisfaites les besoins en eau des cultures par l'une ou plusieurs des méthodes d'irrigation suivantes: arrosoir, asperseur, goutte à goutte, et sillon pour obtenir le besoin adéquat en eau des cultures?		
		Q 13	Est-ce que vous assurez le désherbage en temps voulu et utilisez-vous des outils appropriés de désherbage?		
		Q 14	Est-ce que vous appliquez les pratiques de l'épandage d'engrais appropriées en temps voulu, type et dose recommandés, et méthode d'application?		
		Q 15	Est-ce que vous utilisez au moins deux de Gestion Intégrée des Parasites (GIP) suivantes: culturelle, biologique, physique et chimique?		
		Q 16	Est-ce que vous pratiquez l'usage sécurisée et efficace de pesticides : dose appropriées, pesticides recommandés, et le délai d'attente avant récolte?		
5	Récolte	Q 17	Est-ce que vous utilisez au moins l'une de ces indices de récolte : couleur, taille, forme et fermeté?		
6	Manutention post-récolte	Q 18	Utilisez-vous des matériels de stockage/conteneurs de transport/ matériaux de conditionnement standard avec les caractéristiques suivantes: bien aéré, facile à nettoyer et souple minimisant ainsi les détériorations?		
		Q 19	Appliquez-vous une des techniques de valeur ajoutée recommandées : nettoyage, triage, calibrage, conditionnement ou traitement du produit?		
7	Analyse des coûts et recettes	Q 20	Est-ce que vous notez le coût de la production et les ventes et faites-vous une analyse comparative des coûts et recettes afin de déterminer les bénéfices?		
8	Action collective	Q21	Est-ce que vous achetez les intrants agricoles comme les semences, les engrais et les produits chimiques en tant que groupe (achat groupé)?		
		Q22	Est-ce que vous arrangez le transport des produits de manière collective ou bien vendez-vous vos produits collectivement (vente groupé)?		
		Q23	En tant que groupe, choisissez-vous les cultures cibles, et planifiez-vous les stratégies de production/marketing de façon collective avec les membres du groupe?		

## 2.2. Forum de rencontres des parties prenantes (activité facultative)

4 étapes	Activités
1. Partager l'objectif avec les agriculteurs.	-Atelier de sensibilisation
2. Les agriculteurs prennent conscience.	-Enquête de base participative - (Optionnelle) Forum de rencontres des parties prenantes -Etude de marché
3. Les agriculteurs prennent des décisions.	-Sélection des cultures cibles -Elaboration de calendrier cultural
4. Les agriculteurs acquièrent des compétences.	-Formations sur le terrain
Suivi et contrôle (comprenant une enquête participative finale)	

Note: Ceci est une «Activité facultative», ce qui signifie que cette activité doit être menée si (1) les exécutants pensent qu'elle est très efficace compte tenu des situations socio-économiques des zones cibles et (2) les ressources humaines et financières sont suffisantes pour entreprendre cette activité.

### POURQUOI? - Objectifs

Le Forum de rencontres des parties prenantes a deux objectifs: (1) il **montre aux agriculteurs une opportunité d'affaires** que l'agriculture horticole peut leur apporter, et (2) il aide les agriculteurs à **établir des liens d'affaires** avec une variété d'acteurs du marché horticole.

### QUOI? - Cadrage

Le Forum de rencontres des parties prenantes d'une demi-journée invite les représentants des groupes d'agriculteurs ciblés SHEP et les acteurs du marché tels que les fournisseurs d'intrants agricoles, les acheteurs (commerçants, intermédiaires, grossistes, détaillants, etc.), les entreprises agroalimentaires, les exportateurs de cultures, les institutions financières, organisations non gouvernementales et ainsi de suite. Les agriculteurs visitent les stands des acteurs du marché et échangent des informations par le biais de négociations commerciales.

### COMMENT? - Astuces clés pour la mise en œuvre

- Contrairement aux événements de grande envergure tels que la Foire agricole ou la Journée de l'agriculture, le Forum des parties prenantes devrait **limiter le nombre de participants** pour faciliter la communication entre les participants sélectionnés.
- On ne devrait inviter que les acteurs du marché, tels que les commerçants locaux, qui deviendraient de futurs partenaires commerciaux des groupes d'agriculteurs SHEP.
- Les agents de vulgarisation devraient aider les agriculteurs à avoir des discussions d'affaires actives avec les acteurs du marché.
- **Les profils des participants devraient être échangés à l'avance** pour permettre aux participants de commencer des discussions d'affaires tout de suite sans perdre trop de temps au Forum.

#### Susciter la Motivation



Nous ne nous sentons pas intimidés puisque le nombre de participants est limité.

Appui pour l'appartenance sociale



L'agent de vulgarisation nous aide à avoir une meilleure conversation avec les participants.

Appui pour l'autonomie



Nous pouvons avoir une conversation d'affaires avec tout le monde au Forum puisque nous avons préparé des questions à l'avance.

Appui pour la compétence

## ÉTAPE - Procédures de mise en œuvre (temps requis: 3-4 heures)

1. (Préparation) Réservez une salle de conférence pour la tenue du Forum de rencontres des parties prenantes. **Astuce!** *Si une installation gouvernementale peut être utilisée pour la tenue du forum, le coût de la location d'un site sera considérablement réduit.*
2. (Préparation) Identifiez et invitez les parties prenantes du marché local au Forum. **Astuce!** *N'invitez que les parties prenantes qui souhaitent commencer à faire des affaires avec les agriculteurs cibles.*
3. (Préparation) Demandez aux groupes d'agriculteurs de choisir deux hommes et deux femmes pour participer au Forum en tant que représentants du groupe. **Astuce!** *Assurez-vous que les agriculteurs hommes et femmes sont choisis comme représentants car une équipe composée des deux sexes peut élargir leurs points de vue lors de leurs interactions avec les acteurs du marché.*
4. (Préparation) Echangez les profils des participants avant le jour du Forum. Demandez aux groupes d'agriculteurs d'apporter des échantillons de leurs produits au Forum. Les échantillons doivent être exposés sur leurs stands.
5. (Préparation) Sur le lieu du forum, comme une salle de conférence du gouvernement, préparez des stands avec suffisamment de tables et de chaises pour tous les participants. **Astuce!** *Il devrait y avoir suffisamment de sièges pour les participants dans chaque stand afin qu'ils puissent se concentrer sur leurs discussions sans être dérangés.*
6. Pendant le Forum, les représentants des agriculteurs, accompagnés par le personnel de vulgarisation, visitent les stands des acteurs du marché pour échanger des informations et organiser des discussions d'affaires.
7. Après le forum, les représentants du groupe organisent une réunion de retour d'information au sein de leur groupe afin de partager ce qu'ils ont appris pendant le forum.

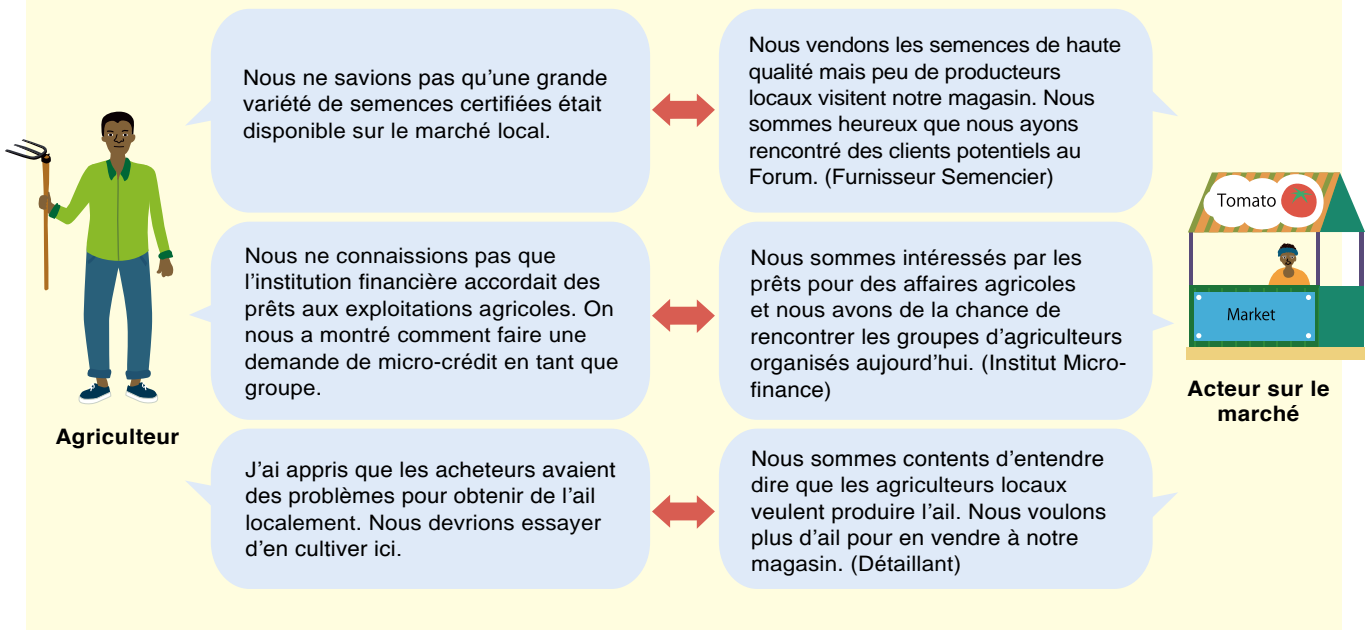
Nous avons produit cette variété de tomate ces dernières années. Etes-vous intéressés?



Je ne savais pas qu'il y avait autant de producteurs de tomate capables dans ce département. J'ai toujours acheté les tomates chez des importateurs. Je devrais envisager d'acheter des tomates fraîches localement chez vous.

Photo: Ethiopie

## Atténuation de l'asymétrie de l'information



## INNOVATION - Adaptation dans divers pays / régions

Certains pays ont organisé des forums de rencontres des parties prenantes différemment de ceux du Kenya. Voici quelques exemples.

### Encadré 6 Forum acheteur-vendeur

#### Forum acheteur-vendeur - Inviter uniquement les acheteurs et les vendeurs (Népal et Malawi)

<Pourquoi?> Il y avait une méfiance profonde et un malentendu entre les agriculteurs et les acheteurs de cultures horticoles.

<Comment?> Au lieu d'organiser un forum de rencontres des parties prenantes, ou en plus d'en organiser, les responsables de la mise en œuvre ont organisé un forum acheteur-vendeur auquel seuls les agriculteurs et les acheteurs ont participé.

<Résultats?> Les participants ont pu avoir des discussions ciblées et mieux comprendre les positions des uns et des autres. Ils ont surmonté la méfiance et l'incompréhension antérieures et ont commencé à explorer des solutions prospectives qui profiteraient aux deux parties.



Photo: Malawi



## Encadré 7 Plus de représentants des agriculteurs participent au Forum

### Plus de représentants des agriculteurs participant au forum (Malawi, Éthiopie)

<Pourquoi?> Les agriculteurs ciblés au Malawi et en Éthiopie ont eu confiance dans la communication avec les acteurs du marché. De plus, ils ont eu l'impression de ne pas expliquer aux autres membres du groupe ce qu'ils avaient appris lors des formations.

<Comment?> Les responsables de la mise en œuvre ont invité plus de quatre représentants de chaque groupe à participer au Forum de rencontres des parties prenantes.

<Résultats?> Les agriculteurs se sentaient à l'aise d'interagir avec les acteurs du marché. Après le Forum, ils ont pu expliquer en détail ce qu'ils avaient appris pendant le Forum aux membres de leur groupe lors d'une réunion organisée dans la communauté.



Photo: Malawi

## Encadré 8 Exposition d'outils et d'équipements économisant la main-d'œuvre

### Exposition d'outils et d'équipements pour économiser le travail au Forum (Palestine)

<Pourquoi?> Le travail pénible en particulier pour les agricultrices était un problème sérieux en Palestine.

<Comment?> Les exécutants ont invité les entreprises qui vendaient divers outils et équipements agricoles économes en main-d'œuvre.

<Résultats?> Les groupes d'agriculteurs ont décidé d'acheter de tels outils et équipements afin de pouvoir mener l'agriculture plus efficacement. Les agricultrices ont particulièrement bénéficié de l'introduction d'outils et d'équipements économisant la main-d'œuvre.



Photo: Palestine

## CHECK-LIST - Points à confirmer après cette activité

- Les membres du groupe sont informés des conclusions et des résultats du forum par les représentants des agriculteurs qui ont participé au forum.
- Les agriculteurs cibles comprennent les diverses opportunités commerciales de l'agriculture horticole.
- Les agriculteurs cibles élargissent leurs réseaux d'affaires avec les acteurs du marché invités au forum.
- Les agriculteurs cibles maintiennent des contacts avec les acteurs du marché invités au forum.
- Le ratio hommes-femmes des acteurs du marché est équilibré.
- Le ratio hommes-femmes des représentants du groupe est équilibré.
- Le ratio hommes-femmes des participants à la réunion de feed-back organisée au sein du groupe d'agriculteurs est équilibré.

## RESOLUTION DE PROBLEME - Solutions à des problèmes fréquents

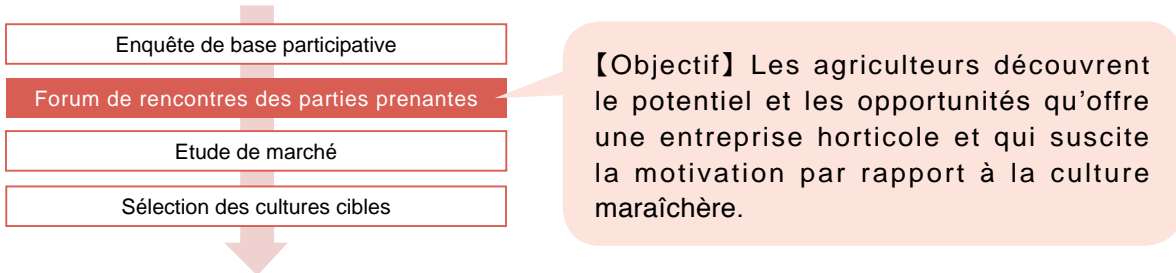
- Q: Volonté de participer** - Les parties prenantes du marché telles que les commerçants, les détaillants et autres ne semblent pas très intéressés à participer au Forum de rencontres des parties prenantes. Quelle est leur motivation pour venir au Forum?
- R:** Ils viennent au Forum principalement parce qu'ils veulent élargir leurs réseaux d'affaires. N'oubliez pas que ce sont des gens très occupés. S'ils ne voient pas beaucoup d'intérêt à participer au Forum, comme une situation où ils ne peuvent rencontrer qu'un nombre très limité de groupes d'agriculteurs au Forum, ils perdraient leur intérêt. Dans ce cas, la visite du marché individuellement par les acteurs lors de l'étude de marché, plutôt que d'organiser un forum, pourrait être meilleure.
- Q: Discussions pas si actives** - Les agriculteurs ne sont pas en mesure d'avoir des discussions actives avec les acteurs du marché. Pourquoi?
- R:** Il peut y avoir plusieurs raisons. Les agriculteurs peuvent être trop timides, pas aussi confiants ou pas si habitués à avoir des discussions formelles avec quelqu'un en dehors de leur communauté. Le personnel de vulgarisation doit les aider de manière proactive dans un tel cas afin que les deux parties puissent avoir des discussions actives.
- Q: Les discussions ne sont pas constructives** - Les acheteurs et les agriculteurs commencent à se plaindre en disant que «les acheteurs ne paient pas un juste prix» ou que «les agriculteurs cachent souvent des produits pourris au fond d'un sac». Ils ne peuvent pas avoir de discussions constructives pour résoudre les problèmes qu'ils ont. Que doit-on faire?
- R:** Au début du Forum, il est conseillé aux responsables de la mise en œuvre de clarifier aux participants que le Forum n'est pas un lieu de blâmer les autres. Au contraire, c'est une opportunité pour les participants de trouver des solutions au problème qu'ils rencontrent. Au Népal, les responsables de la mise en œuvre ont organisé une séance plénière de brainstorming au début du Forum pour dresser la liste des problèmes commerciaux courants. Ensuite, lors des entretiens individuels, les participants sont invités à se concentrer sur les solutions aux problèmes afin qu'ils visent à développer une situation gagnant-gagnant.



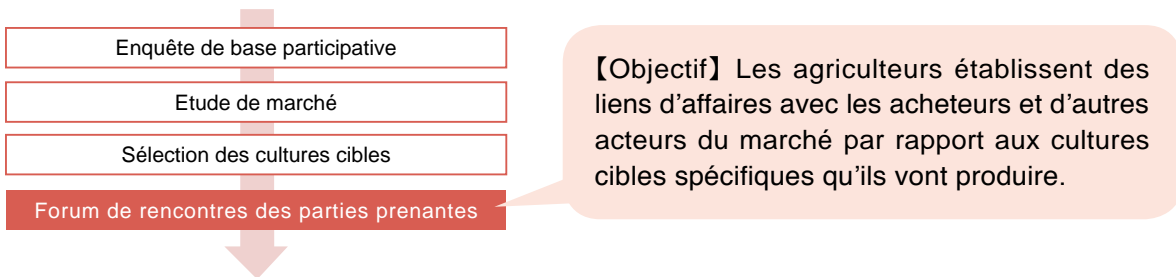
### Rubrique 3: Ordre différent, but différent

Au Kenya, le Forum de rencontres des parties prenantes est organisé après l'enquête de base participative, c'est-à-dire à un stade relativement précoce de la session des formations SHEP. D'un autre côté, certains pays comme l'Éthiopie organisent le Forum de rencontres après la sélection des cultures cibles par les agriculteurs. Si le forum est organisé dans une période ou un ordre différent, son objectif est également différent, comme décrit ci-dessous.

#### [Forum organisé au stade initial]



#### [Forum organisé après la sélection des cultures cibles]



Note: Puisque les acteurs du marché sont informés des cultures sélectionnées par les agriculteurs et de l'intérêt des groupes d'agriculteurs avant la tenue du forum, ils se préparent à venir au forum pour rencontrer les agriculteurs en tant que partenaires commerciaux potentiels.

## 2.3. Étude de marché

4 étapes	Activités
1. Partager l'objectif avec les agriculteurs.	-Atelier de sensibilisation
2. Les agriculteurs prennent conscience.	-Enquête de base participative - (Optionnelle) Forum de rencontres des parties prenantes <b>-Etude de marché</b> ← Nous sommes ici
3. Les agriculteurs prennent des décisions.	-Sélection des cultures cibles -Elaboration de calendrier cultural
4. Les agriculteurs acquièrent des compétences.	-Formations sur le terrain
Suivi et contrôle (comprenant une enquête participative finale)	

### POURQUOI ? - Objectifs

Dans SHEP, les études de marché sont effectuées non pas par des fonctionnaires ou des experts externes, mais par les agriculteurs eux-mêmes. Le principal objectif de l'étude de marché initiée par les agriculteurs de SHEP consiste à encourager les agriculteurs à avoir **une expérience pratique de la compréhension du fonctionnement des marchés et de ce que les marchés attendent des producteurs**. En menant ces études de marché, les agriculteurs pourront en même temps **établir des relations avec divers acteurs du marché**, tels que les grossistes, les détaillants, les intermédiaires, etc., et élargir leurs réseaux interpersonnels qui peuvent contribuer à créer **une situation gagnant-gagnant avec ces acteurs du marché**.

### QUOI? - Cadrage

Les représentants choisis par les groupes d'agriculteurs suivent une formation pour apprendre comment mener une étude de marché. La formation comprend (1) des explications sur la façon de mener des études de marché et (2) l'exécution d'une véritable étude de marché organisée et menée portant sur les marchés locaux. Après la formation, les représentants des agriculteurs montrent aux autres membres du groupe les résultats de l'étude ainsi que la façon de mener une étude de marché pour que le groupe puisse continuer à mener des études même après leur participation au SHEP. Il est important de se rappeler que les responsables de la mise en œuvre du programme SHEP ne donnent aux agriculteurs que l'occasion de mener une «pratique» d'étude de marché. Après la «pratique», il appartient aux agriculteurs de mener à plusieurs reprises des «vraies» études de marché, qui sont entreprises par les agriculteurs eux-mêmes sans l'aide du gouvernement.

## COMMENT? - Astuces clés pour la mise en oeuvre

- Les études de marché devraient être **menées par les agriculteurs** et non par les fonctionnaires, avec une questionnaire en main.
- Les études de marché visent à recueillir **des informations et non pas uniquement les prix du marché** mais aussi la qualité et la quantité de produits demandés, les fluctuations saisonnières des prix et la quantité mis sur le marché, mode de paiement, etc
- Pendant les études de marché, on encourage les agriculteurs à **établir des relations d'affaire** avec les acteurs du marché qu'ils rencontrent au marché
- Les agriculteurs devraient comprendre qu'ils **doivent effectuer eux-mêmes les études de marché de manière continue et régulièrement** sans l'aide

### Susciter Motivation



Nous comprenons l'importance de de l'étude de marché en l'effectuant nous-mêmes. Donc nous allons continuer à l'effectuer nous-mêmes sans compter sur des agents de l'Etat

Appui pour l'appartenance sociale



Nous avons échangé des coordonnées avec des acheteurs et des fournisseurs d'intrants. Nous pouvons les appeler et demander des renseignements

Appui pour l'autonomie



Nous savons maintenant quelle question il faut poser aux commerçants, car nous avons le format de l'enquête qui est facile à suivre..

Appui pour la compétence

## ÉTAPE - Procédures de mise en œuvre (durée requise: 2-3 heures)

1. (Préparation) Demandez au groupe d'agriculteurs de sélectionner leurs représentants (un intervieweur, un secrétaire qui prend des notes et un chronométreur, un total de trois membres) qui participeront à la formation sur les études de marché. **Astuce!** Les hommes et les femmes devraient être choisis comme délégués. On peut choisir des agriculteurs alphabètes pour faciliter la formation. Cependant, l'expérience passée suggère qu'avec l'aide suffisante des camarades lettrés, les agriculteurs illettrés peuvent également effectuer des tâches en tant que délégués du groupe.
2. (Préparation) Il faut obtenir l'autorisation de mener une étude de marché auprès du (des) gestionnaire(s) du marché que les agriculteurs vont visiter. Si les agents de mise en œuvre et le personnel de vulgarisation du SHEP ne connaissent pas très bien la manière dont les cultures sont mises au marché, effectuez des études de marché préliminaires avant d'amener les agriculteurs au marché. Enquêtez et choisissez le(s) jour(s) approprié(s) de la semaine ou l'heure de la journée pour que les agriculteurs puissent collecter efficacement les informations nécessaires.
3. Organisez une formation pour enseigner comment mener l'étude de marché, d'abord; des cours et ensuite, un exercice pratique d'étude de marché sur un marché proche.
4. Récapitulez les informations que les agriculteurs ont collectées sur le marché. Demandez-leur de partager ces informations avec les autres membres du groupe dans un délai donné (par exemple, dans la semaine qui suit l'étude de marché) pour s'assurer que tous les membres du groupe auront accès à l'information obtenue par les représentants. **Astuce!** Il faut fixer un calendrier précis pour le partage de l'information avec les autres agriculteurs. L'agent de vulgarisation devrait aider les délégués à organiser cette réunion de partage.



Photo: Kenya

C'est une variété qui se conserve beaucoup plus longtemps que celle que vous cultivez. Je préfère cette variété. C'est pour cela que j'hésite à vous acheter des choux.

Qu'est-ce que cette variété de chou? Elle est différente de celle que nous plantons.



Photo: Kenya

### Atténuation de l'asymétrie d'information



Agriculteur

On ne savait pas qu'autant de légumes venaient des pays voisins. Dans l'avenir, On peut essayer de fournir ces produits localement.

On n'est pas soucieux de la durée de conservation des produits. On va s'occuper davantage de cette question pour satisfaire les acheteurs.

Au marché, on a vu des poivrons pourris au fond des sacs. Les acheteurs étaient vraiment en colère. On devrait faire très attention la prochaine fois qu'on emballe les poivrons.

On ne savait pas que les agriculteurs locaux produisaient des légumes d'aussi bonne qualité. On peut commencer à acheter localement plutôt que compter sur les importateurs.

Nous ne pouvions pas offrir un prix élevé aux agriculteurs locaux car leurs produits périssaient toujours tellement vite. S'ils peuvent nous en vendre de meilleurs, nous serons plus que contents d'augmenter notre prix d'achat.

On avait l'impression de se faire avoir car les agriculteurs mettaient souvent des poivrons pourris au fond des sacs. C'est pour ça qu'on ne pouvait pas faire confiance à ces fournisseurs.



Acteur sur le marché

### FORMAT - Questionnaire pour l'étude de marché

Voici un échantillon du questionnaire pour l'étude de marché. En plus de remplir les colonnes ci-dessous, on encourage les agriculteurs à recueillir toute autre information pertinente qu'ils jugent importante pour eux. Dans ce cas, on leur demande de noter les informations qu'ils ont obtenues sur l'espace vide sur le questionnaire.

Nom & contact du commerçant	Produit & variété	Exigences sur les qualités des produits	Pic de la demande (mois)	Quantité (kg) & fréquence (semaine/mois, etc.) de l'approvisionnement	Lieu de la production	Prix unitaire d'achat (US\$/kg)	Mode de paiement	Terme de paiement	Défis marketing	Volonté du commerçant d'acheter le produit auprès du groupe

## INNOVATION - Adaptation dans divers pays / régions

Voici quelques exemples d'adaptation innovante entreprise dans différents pays et régions, dont les conditions socio-économiques sont différentes de celles du Kenya. En raison de ces changements, ils ont dépassé les résultats attendus.

### Encadré 9 Visite de diverses entreprises et organisations lors d'études de marché

#### Visiter diverses entreprises et organisations lors d'études de marché (Lesotho, Tanzanie et Zimbabwe)

< Pourquoi? > L'équipe de la mise en œuvre de SHEP avait d'importantes contraintes par rapport aux ressources financières et humaines. L'organisation des forums de rencontres des parties prenantes a été difficile en raison des contraintes au niveau des ressources.

< Comment? > Au cours de l'étude de marché, les responsables de la mise en œuvre ont organisé des visites dans diverses entreprises et organisations telles que les fournisseurs d'intrants agricoles, les entreprises exportatrices, les hôpitaux, les écoles, les hôtels, les supermarchés, etc., qui n'étaient pas nécessairement au marché local mais situés dans la même ville ou aux alentours. Les agriculteurs ont visité et rencontré des intervenants clés du marché en plus des acheteurs sur le marché.

< Résultats? > L'impact d'un Forum de rencontre a été obtenu grâce à cette méthode sans utiliser de ressources financières et humaines supplémentaires pour organiser un forum formel.

### Encadré 10 Essai d'analyse par les agriculteurs avant l'étude de marché

#### Séance d'essai pratique par les agriculteurs avant l'étude de marché (El Salvador)

< Pourquoi? > Dans la zone ciblée, la majorité des agriculteurs ne vendaient leurs produits qu'à des intermédiaires qui venaient dans leurs champs. Ils n'avaient jamais interagi avec quelqu'un au marché auparavant. Ils se sentaient très nerveux de poser des questions aux gens au marché.

< Comment? > Après avoir enseigné comment mener des études de marché, les responsables de la mise en œuvre ont demandé aux représentants des agriculteurs de s'exercer à poser des questions dans un jeu des rôles. Certains ont joué le rôle d'agriculteurs, d'autres le rôle d'acheteurs sur le marché.

< Résultats? > Les agriculteurs se sentaient plus à l'aise et plus confiants de poser des questions lors de l'étude de marché. Ils ont été en mesure d'obtenir les renseignements qu'ils voulaient des acheteurs.



Photo: El Salvador

## Les réalisateurs effectuant une étude de marché préparatoire (El Salvador, Afrique du Sud)

<Pourquoi?> Les responsables de la mise en œuvre de SHEP ne connaissaient pas très bien les situations des marchés locaux.

<Comment?> Les responsables de la mise en œuvre ont visité les marchés à l'avance et ont identifié les acheteurs potentiels, c'est-à-dire ceux qui étaient disposés à acheter des légumes auprès des petits groupes de producteurs. Ils ont également dessiné des plans simples des marchés afin que les agriculteurs puissent facilement trouver ces acheteurs potentiels en suivant ces plans.

< Résultats?> Les agriculteurs ont été en mesure de localiser et d'identifier les acheteurs qui étaient disposés à traiter avec eux dans un laps de temps limité pendant l'exercice d'étude de marché.



Cartographie sur le marché local et les acheteurs potentiels établis par l'équipe de mise en place du SHEP El Salvador.

## Les agriculteurs choisissent plus de six cultures à enquêter (El Salvador et Afrique du Sud)

<Pourquoi?> La zone cible était confrontée à un niveau élevé de risques liés au climat et aux ravageurs / maladies dans la production végétale. La diversification des cultures était l'une des principales priorités des agriculteurs de la région. Ainsi, les agriculteurs cibles étaient intéressés à explorer la faisabilité financière et technique de différents types de cultures à cultiver à des fins de gestion des risques.



Photo: Kenya

<Comment?> Alors que les agriculteurs devaient sélectionner cinq cultures cibles à étudier dans l'étude de marché au début, il leur a été conseillé de sélectionner plus de six cultures à examiner lors de l'étude de marché après que les responsables de la mise en œuvre ont réalisé la diversification des cultures.

<Résultats?> Les agriculteurs ont été en mesure de trouver des cultures potentielles qui ne leur étaient pas nécessairement familières après l'étude de marché. Les responsables de la mise en œuvre ont soutenu les agriculteurs en leur dispensant une formation sur les techniques de production spécifiques aux nouvelles cultures que les agriculteurs avaient choisies comme cultures cibles. De ce fait, les agriculteurs ont pu se livrer à la diversification.



### Agriculteurs illettrés choisis comme délégués pour les études de marché (Éthiopie et Afrique du Sud)

<Pourquoi?> La majorité des agriculteurs cibles étaient analphabètes dans la zone ciblée et les membres motivés du groupe qui pourraient diriger le groupe n'étaient pas nécessairement alphabètes.

<Comment?> Le groupe d'agriculteurs a choisi et des agriculteurs alphabètes et des agriculteurs analphabètes comme représentants du groupe pour l'étude de marché.



Photo: Ethiopie

<Résultats?> Les agriculteurs lettrés et illettrés ont démontré des forces différentes. Par exemple, les agriculteurs lettrés avaient plus confiance dans l'interaction avec des personnes qu'ils ne connaissaient pas. Ils n'ont pas eu de difficulté pour prendre des notes. D'autre part, les membres illettrés avaient souvent une bonne mémoire et étaient très observateurs. Ils se complétaient et formaient de bonnes équipes en tant que enquêteurs. En outre, choisir des agriculteurs illettrés en tant que représentants de groupes responsabilisait psychologiquement non seulement ceux qui étaient choisis mais aussi leurs camarades illettrés du groupe.

### Réalisation d'études de marché sur les marchés formels et informels (Afrique du Sud et Zimbabwe)

<Pourquoi?> La zone cible avait deux marchés distincts: le marché formel tel que les supermarchés et le marché informel tel que les marchés locaux en plein air. Les acteurs du marché et les exigences du marché de ces deux étaient très différents.

<Comment?> Les responsables de la mise en œuvre ont organisé deux sessions d'étude de marché; l'une pour le marché formel et l'autre pour le marché informel. Ils ont organisé une étude de marché d'abord sur un marché informel, que les agriculteurs connaissaient mieux, puis sur un marché formel.



Photo: El Salvador

<Résultats?> Les agriculteurs ont été en mesure de comprendre les différents marchés avaient des préférences particulières pour les types, la qualité et la quantité de cultures. Ceux qui ne connaissaient pas le marché formel, ont commencé à étudier la possibilité de pénétrer le marché formel tel que les supermarchés en comparant soigneusement les opportunités des marchés formels et informels.

## CHECK-LIST - Points à confirmer après cette activité

- Les membres du groupe sont informés de ce qu'ils ont appris et des résultats de l'étude de marché par les représentants des agriculteurs qui ont participé à l'exercice.
- Les agriculteurs cibles comprennent que l'étude de marché réalisée cette fois est une «pratique» et qu'ils devraient effectuer les «vraies» études de marché tout seuls régulièrement et sans l'assistance de l'Etat.
- Les agriculteurs ciblés restent en contact avec les acteurs du marché qu'ils ont visités lors de l'étude de marché.
- Le ratio hommes-femmes des représentants du groupe est équilibré.
- Le ratio hommes-femmes des participants à la réunion de feed-back organisée au sein du groupe d'agriculteurs est équilibré.

## RESOLUTION DE PROBLEME - Solutions à des problèmes fréquents

**Q: Marché local trop petit** - Le marché local près des agriculteurs cibles est très petit et ne vend que des pommes de terre et des oignons. Après avoir mené l'étude de marché, les agriculteurs ont été déçus car ils ne pouvaient rien apprendre de nouveau. Comment puis-je résoudre cette situation?



Photo: Takeshi Kuno/JICA Kenya

**R:** Même un petit marché local peut être capable de fournir beaucoup d'informations utiles aux agriculteurs. Par exemple, si interviewés comme il le faut, les acteurs du marché peuvent donner aux agriculteurs des renseignements tels que le changement de la demande saisonnière, la fluctuation annuelle des prix, les différentes origines des produits en fonction des saisons, la forme préférée, la variété, la taille, etc. Les agriculteurs peuvent également renforcer leurs relations avec les acteurs du marché local en effectuant régulièrement des études de marché. Par conséquent, c'est en général un bon point de départ de visiter le marché local le plus proche pour un objectif d'exercice de l'étude de marché. Cependant, si vous et les agriculteurs estimez qu'il serait plus avantageux de visiter des marchés différents, par exemple ceux qui se trouvent à proximité des grandes villes, vous pouvez le faire. Après avoir mené l'étude sur ces marchés, il est fort probable que les agriculteurs continuent de visiter le marché s'ils sont convaincus que cela en vaut la peine et le coût du transport. Un autre point important est qu'un «marché» ne signifie pas nécessairement un marché physique. Les marchés peuvent être des vendeurs ambulants ou des institutions telles que les écoles locales, les hôpitaux, les prisons, etc. Si les agriculteurs estiment que les marchés proches ne fournissent pas beaucoup d'informations utiles, essayez de contacter de tels acheteurs potentiels dans leur localité.

**Q: Difficile d'obtenir des informations sur les prix** - Les commerçants sur le marché ne donnent pas d'informations sur les prix de vente réels ou les prix d'achat. Ils sont très discrets sur les bénéfices qu'ils font. Existe-t-il un moyen d'obtenir des informations précises sur les prix?

**R:** Il est naturel que les opérateurs soient réticents à divulguer des informations sur leurs bénéfices. Plutôt que de se concentrer sur vos questions combien ils font, vous pouvez poser avec tact des questions d'ordre général tel que la fluctuation annuelle des prix d'un

produit en particulier. Vous pouvez également demander aux clients du marché combien ils ont payé pour la culture que vous étudiez.

- Q: Différents niveaux de motivation au sein du groupe d'agriculteurs** - Bien que les représentants du groupe soient très conscients des demandes et des exigences du marché après la réussite de l'étude de marché, les autres membres du groupe ne semblent pas motivés. Pourquoi?
- A:** Avez-vous veillé à ce que les représentants du groupe partagent les informations qu'ils ont obtenues lors de l'étude de marché avec les autres membres du groupe? Ces délégués se doivent obligatoirement de donner des informations aux autres membres du groupe afin de ne pas «monopoliser» les informations utiles. Pensez à fixer une règle, par exemple, selon laquelle les représentants devraient tenir une réunion de groupe une semaine après l'étude de marché pour partager ce qu'ils ont trouvé lors de l'étude de marché.

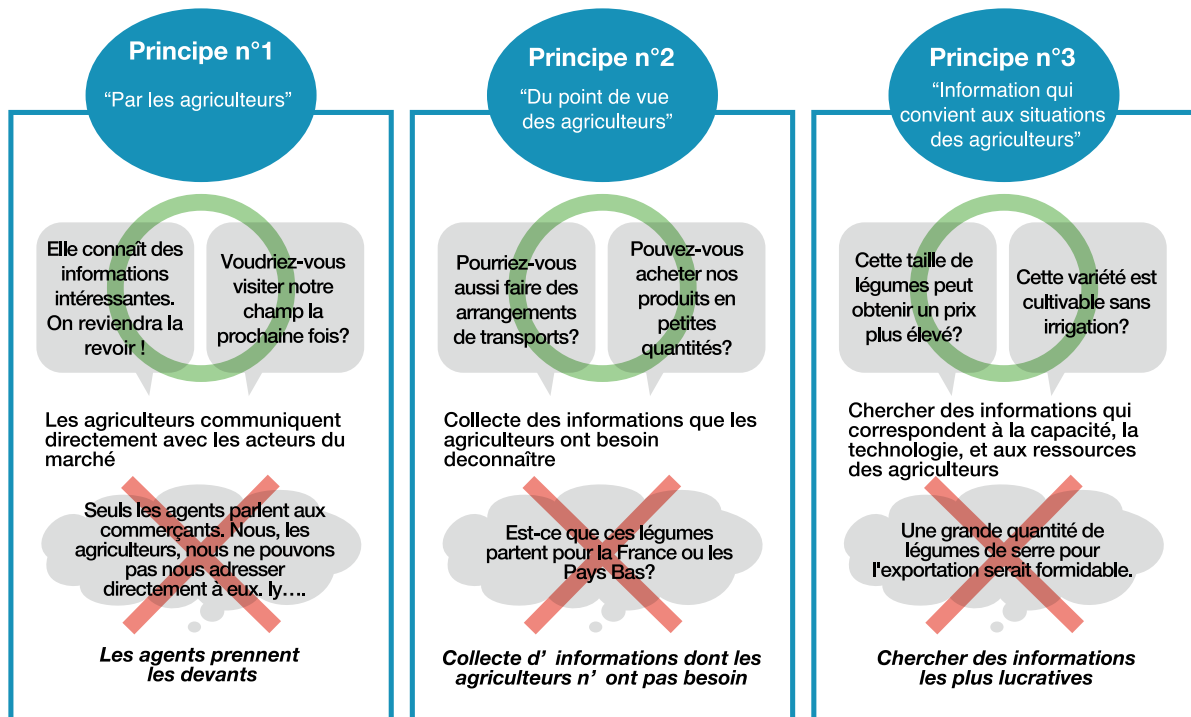


## Rubrique 4: Les trois principes de l'étude de marché SHEP



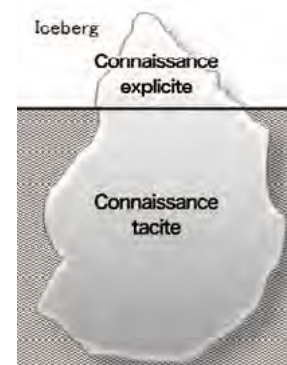
L'étude de marché SHEP montre les trois « principes » très importants qui mettent l'accent sur le soutien au besoin psychologique d'autonomie et de compétence des agriculteurs. Les trois principes sont: recueillir des informations (1) qui conviennent aux situations des agriculteurs, (2) au point de vue des agriculteurs, et (3) par les agriculteurs afin qu'ils explorent les possibilités et les options commerciales. Contrairement à la notion conventionnelle d'études de marché, l'étude de marché SHEP ne concerne pas seulement l'obtention des prix du marché. Au contraire, il s'agit de trouver un potentiel d'affaires et des options.

Les trois principes de SHEP dans les études de marché sont présentés dans le diagramme ci-dessous où l'on explique les comparaisons entre les exemples de conformité et ceux de non-conformité dans chacun des principes.



Parmi les trois principes, le plus important de tous est peut-être le volet sur les études « réalisées par les agriculteurs ». L'autonomie des agriculteurs et l'appropriation des études de marché sont extrêmement cruciales pour la réussite des activités SHEP.

L'étude de marché SHEP, qui essaie de capturer non seulement les prix du marché mais aussi les informations multidimensionnelles du marché, est, en fait, conçue pour révéler les « connaissances tacites » que possède le marché. Pour accéder, ressentir et comprendre cette connaissance tacite, il est nécessaire de partager des expériences et d'avoir un dialogue avec ceux qui sont en possession de ces connaissances tacites. Dans ce sens, il est important pour les agriculteurs d'aller eux-mêmes au marché et d'observer / des converser directement avec les acteurs du marché tels que les acheteurs, les intermédiaires, les clients et ainsi de suite. C'est pourquoi il est essentiel pour les agriculteurs de mener les études de marché eux-mêmes.



L'étude de marché SHEP a pour but de trouver la connaissance tacite du marché, qui est pertinente pour les agriculteurs cibles et qui leur est avantageux. En d'autres termes, l'étude de marché SHEP consiste à utiliser et partager les connaissances tacites des agriculteurs avec la connaissance tacite du marché. Les deux types de connaissances tacites seront effectivement combinés et transformés en nouvelles connaissances dans le cadre de l'étude de marché.

Voici quelques commentaires de quelques agriculteurs qui ont réalisé avec succès des études de marché en suivant les trois principes.

- Nous nous sommes rendu compte que nous devrions récolter les carottes plus tôt que d'habitude. Les carottes plus petites ont meilleur goût et se vendent à meilleur prix que les grosses carottes.
- Nous avons constaté que nous devrions récolter les carottes très tôt le matin quand il fait encore noir dehors. Les carottes durent plus longtemps lorsqu'elles sont récoltées de cette façon. Les acheteurs sont prêts à acheter de telles carottes et à nous donner un meilleur prix.
- Nous avons réalisé qu'il est moins risqué de fournir des produits au marché constamment tout au long de la saison que de fournir une grande quantité en même temps.
- Nous sommes convaincus que les semences certifiées et les semences hybrides peuvent produire des légumes de meilleure qualité, ce qui signifie que nous pouvons les vendre à un meilleur prix.
- Nous comprenons que le moment de semis est important. Nous devrions semer au bon moment, ou utiliser des semences de variétés à maturation rapide afin que nous puissions récolter dans les mois de pointe.
- Nous avons découvert que sur le marché de gros, une variété de chou avec une longue durée de conservation est préférée. En revanche, une variété de chou qui est sucré et succulent, adapté à la salade est préférée sur le marché de détail, même si elle a une durée de conservation plus courte.
- Nous avons rencontré un intermédiaire lors de l'étude de marché. Nous avons obtenu des informations sur les tailles préférées pour les pommes de terre. Après cela, l'intermédiaire a commencé à venir régulièrement dans nos champs pour acheter nos pommes de terre plus cher.
- Au cours de l'étude de marché, nous avons réalisé que parmi divers produits de banane, les biscuits à la banane étaient les plus populaires dans cette localité. Après cela, nous avons développé un petit paquet de biscuits à la banane, que le marché existant n'avait pas. Le paquet est devenu le best-seller dans le magasin de notre groupe et de nombreux enfants locaux adorent ce paquet de biscuits.
- Le détaillant nous a dit qu'il ne veut pas acheter de produits aux petits agriculteurs parce qu'ils ne l'aident pas à charger les récoltes quand il vient les acheter sur leurs champs. D'un autre côté, les moyens ou grands producteurs ont toujours quelqu'un à leur disposition pour donner un coup de main. Après avoir entendu cette histoire, nous nous assurons que plusieurs membres du groupe aident le détaillant pendant le chargement. Le détaillant achète maintenant des récoltes chez nous.



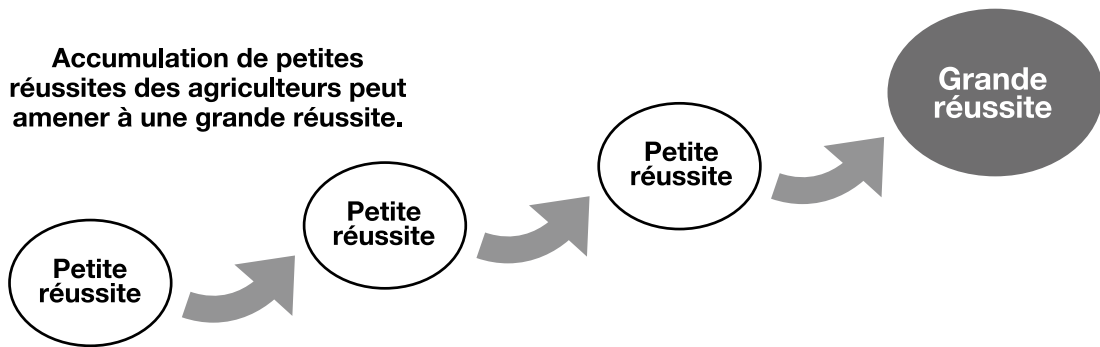
Photo: Kenya



Photo: Kenya

Pour certains, les informations que les agriculteurs obtiennent lors de l'étude de marché, comme indiqué ci-dessus, peuvent sembler insignifiantes. Cependant, si vous regardez de près la nature de l'information, vous réalisez qu'ils peuvent utiliser ces informations (1) tout de suite et (2) avec un minimum de ressources supplémentaires. Par conséquent, une telle information peut facilement conduire à des réussites commerciales pour les agriculteurs. De petites réussites progressives sont importantes pour atteindre des objectifs plus importants sur le long terme.

**Accumulation de petites réussites des agriculteurs peut amener à une grande réussite.**



## Exemple

 Questionnaire pour une étude de marché

Date: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
 Name of Département: \_\_\_\_\_ Nom de la commune: \_\_\_\_\_  
 Nom du groupe d'agriculteurs: \_\_\_\_\_  
 Etude de marché réalisée par (noms des représentants d'agriculteurs) : \_\_\_\_\_

Nom & contact du commerçant	Produit & variété	qualités des produits	Pic de la demande (mois)	Quantité (kg) & fréquence (semaine/ mois, etc.) de l'approvisionnement	Prix unitaire d'achat par kg	Mode de paiement	Terme de paiement	Défis marketing	Volonté du commerçant à acheter le produit auprès de groupe
Mr. S. K. Mwai (0722-xxxxxx)	Tomate (toute variété)	- Calibre moyenne - à moitié mûre	Mars, Avril et Mai	1,000 kg/semaine	1 dollars	Espèce	Paiement à la livraison	Locaux de stockage inadéquates	Oui
Ms. J. O. Ouma (0736-xxxxxx)	Tomate (cal j)	- Grosse calibre - à moitié mûre	Février et Mars	2,500 kg/semaine	1.20 dollars	Chèque	Deux semaines après la livraison	Locaux de stockage inadéquat	Oui
Ms. O. J. Aduu (0720-xxxxxx)	Tomate (cal j)	Moyenne calibre - à moitié mûre	Décembre et Janvier	2,500 kg/semaine	1.15 dollars	Espèce	Une semaine après livraison	Aucun	Non

## Questionnaire pour une étude de marché

Date: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_  
 Name of Département: \_\_\_\_\_ Nom de la commune: \_\_\_\_\_  
 Nom du groupe d'agriculteurs: \_\_\_\_\_  
 Etude de marché réalisée par (noms des représentants d'agriculteurs) : \_\_\_\_\_

Nom & contact du commerçant	Produit & variété	qualités des produits	Pic de la demande (mois)	Quantité (kg) & fréquence (semaine/ mois, etc.) de l'approvisionnement	Prix unitaire d'achat par kg	Mode de paiement	Terme de paiement	Défis marketing	Volonté du commerçant à acheter le produit auprès de groupe



## 3. Étape 3 - Les agriculteurs prennent des décisions

Après la réalisation des opportunités d'affaires à l'étape 2, les agriculteurs passent à l'étape suivante, l'étape 3, où ils prennent des décisions importantes concernant leurs activités horticoles. Les décisions comprennent leur plan sur quelles cultures cultiver à quel moment, quelle quantité et qualité, et ainsi de suite. Les décisions sont basées sur un consensus du groupe et diverses actions collectives visant à faciliter une production et une commercialisation efficaces seront discutées et acceptées par les membres du groupe d'agriculteurs. Le rôle des agents d'exécution SHEP n'est pas de prendre des décisions pour les agriculteurs, mais plutôt de les aider à prendre les bonnes décisions en leur fournissant des conseils appropriés et des connaissances spécialisées sur l'agriculture.

### 3.1. Sélection de cultures cibles

4 étapes	Activités
1. Partager l'objectif avec les agriculteurs.	-Atelier de sensibilisation
2. Les agriculteurs prennent conscience.	-Enquête de base participative - (Optionnelle) Forum de rencontres des parties prenantes -Etude de marché
3. Les agriculteurs prennent des décisions.	<b>-Sélection des cultures cibles</b> -Elaboration de calendrier cultural
4. Les agriculteurs acquièrent des compétences.	-Formations sur le terrain
Suivi et contrôle (comprenant une enquête participative finale)	

#### POURQUOI? - Objectifs

La sélection des cultures cibles est effectuée de manière à ce que les groupes d'agriculteurs puissent collectivement identifier les types spécifiques de cultures qui sont en demande sur le marché. Les agriculteurs conviennent de produire et de commercialiser les cultures identifiées en tant que groupe.

#### QUOI? - Cadrage

Les groupes d'agriculteurs choisissent les cultures horticoles cibles en fonction de leurs constats lors de l'étude de marché. Les groupes discutent de leurs cultures préférées et établissent un consensus sur les cultures qu'ils vont cultiver en tant que groupe. L'agent de vulgarisation, en tant qu'expert de la production végétale, conseille le groupe lors du processus de sélection des cultures.

## COMMENT?

### - Astuces clés de mise en œuvre

- Les groupes d'agriculteurs discutent de leurs futures opportunités agricoles et **prennent des décisions sur les cultures cibles en fonction de leurs activités SHEP précédentes, en particulier l'étude de marché.**
- L'agent de vulgarisation **donne des conseils et des suggestions utiles, en particulier en matière de domaine de l'adaptation agro-écologique de cultures spécifiques**, afin que les agriculteurs puissent prendre une décision complète dans le choix des cultures cibles.

#### Susciter la motivation



Nous avons obtenu des informations utiles pendant l'étude de marché. Nous sommes contents de choisir quelles sont les meilleures cultures que nous devons produire.

Appui pour l'autonomie



Nous pouvons choisir les cultures cibles les plus appropriées parce que notre agent de vulgarisation nous a donné des informations scientifiques que nous ne connaissions pas avant. Nous sommes contents de recevoir de tels conseils.

Appui pour la compétence et l'appartenance sociale

## ÉTAPE

### - Procédures de mise en œuvre (temps requis: 2-3 heures)

1. Organisez une réunion et invitez, si la circonstance le permet, les membres ainsi que leurs conjoints s'ils sont vraiment intéressés par l'horticulture **[Astuce!]** *L'invitation des conjoints des membres facilite une prise de décision efficace puisque les conjoints ont également un fort intérêt dans la production maraîchère.*
2. Demandez au groupe d'agriculteurs de discuter des résultats de l'étude de marché et de remplir les renseignements sur les cultures prometteuses sur la feuille de sélection des cultures cibles. **[Astuce!]** *Afin de remplir la feuille, les agriculteurs peuvent avoir besoin de se référer aux résultats de l'étude de marché et de l'enquête de base. Mettez ces documents à leur disposition pendant la sélection des cultures cibles.*
3. Le groupe d'agriculteurs discute des avantages et des inconvénients du choix des cultures listées comme culture cible. Les cibles à sélectionner doivent être faciles à cultiver, adaptées à la condition locale, abordables et avoir des exigences techniques appropriées. **[Astuce!]** *L'agent de vulgarisation devrait donner des conseils sur l'adéquation de la production et les problèmes techniques afin que les agriculteurs ne choisissent pas les cultures uniquement en fonction de leur rentabilité.*
4. Chaque membre du groupe vote pour sa(s) culture(s) préférée(s) (vote aveugle) - écrivez le nom de son 1er choix sur le bulletin de vote. La majorité, de préférence plus de 70%, des membres du groupe devrait participer à ce processus pour parvenir à un consensus au sein des membres du groupe. Ensuite, pour la deuxième culture, répétez le processus ci-dessus. Classez les cultures en fonction du nombre de votes et choisissez deux ou trois cultures cibles. **[Astuce!]** *L'agent de vulgarisation doit s'assurer que les membres qui ont du poids au sein du groupe, tels que les chefs de groupe, les personnes âgées ou les membres instruits, n'influencent pas la décision du groupe.*

Pourquoi ne pas choisir ces deux cultures Puisque ce sont les plus rentables?



Photo: Malawi

Attendez! Est-ce que vous saviez que cette culture ne pousse pas bien dans un climat chaud? J'ai vu également beaucoup de producteurs de cette région dont les cultures sont victimes de parasites. C'est trop risqué de choisir ces deux cultures.

## FORMAT - Fiche de sélection des cultures cibles

Voici la fiche relative à la sélection de culture cible. Le nombre de cultures / variétés à analyser dépend des résultats de l'étude de marché. Cependant, soyez conscient de la contrainte temps. Il faudra peut-être trop de temps pour analyser toutes les cultures que les agriculteurs ont étudiées pendant l'étude de marché. Dans ce cas, choisissez pour une analyse détaillée les plus prometteurs.

Culture/ Variété	Consommé localement ou pas	Expérience dans la conduite de la culture	Mois de repiquage/ période de maturité	Défis majeurs de production	Rendement moyen vendable par ha (kg)	Prix unitaire moyen (USD/kg)	Revenu total par ha (USD)	Coût de production par ha (USD)	Bénéfice net estimé par ha (USD)	Marché(s) principal (aux)	Conditions de marketing	Remarques	Classement

## INNOVATION - Adaptation dans divers pays / régions

Vous trouverez ci-dessous quelques exemples d'adaptation innovante effectuée dans divers pays et régions par rapport au choix des cultures cibles.

### Encadré 15 Choisir les cultures cibles pour deux saisons différentes

#### Choisir des cultures cibles pour deux saisons différentes (Rwanda)

< Pourquoi?> Il y a au Rwanda deux principales saisons pour la production de légumes et les cultures de chaque saison sont très différentes.

< Comment?> Les responsables de la mise en œuvre ont demandé aux groupes d'agriculteurs de sélectionner les cultures cibles pour chaque saison.



Photo: Rwanda

< Résultats?> Les agriculteurs ont pu choisir les meilleures cultures à produire pour chaque saison. Ils peuvent maintenant planifier mieux qu'avant.

### Encadré 16 La budgétisation des cultures

#### Budgétisation des cultures (Palestine)

< Pourquoi?> Afin de choisir les bonnes cultures cibles, les agriculteurs ont voulu examiner en détail la rentabilité de certaines grandes cultures.

< Comment?> Les groupes d'agriculteurs, appuyés par l'agent de vulgarisation, ont calculé les revenus et les coûts de certaines grandes cultures en fonction des

capacités des agriculteurs à lire et écrire ainsi qu'à leurs capacités à faire des calculs, et ils ont procédé à une «budgétisation des cultures», une analyse de rentabilité spécifique aux cultures.



Photo: Palestine

<Résultats?> Les agriculteurs sont devenus plus confiants dans la sélection des bonnes cultures cibles. L'exercice de calcul a également amélioré les compétences des agriculteurs en matière de gestion des affaires.

### CHECK-LIST - Points à confirmer après cette activité

- Les agriculteurs cibles comprennent les méthodes de sélection des cultures cibles.
- Les agriculteurs cibles comprennent que non seulement la rentabilité, mais aussi les conditions agro-écologiques, telles que leurs compétences techniques et leur capacité financière, doivent être prises en compte dans le choix des cultures à produire.
- Les groupes cibles conviennent d'entreprendre régulièrement la sélection de cultures cibles par eux-mêmes à l'avenir.
- Le ratio homme-femme des participants est équilibré.
- La qualité de la participation des hommes et des femmes à la prise de décision est assurée.
- (facultatif) Les conjoints des membres participent à la prise de décision.

### RESOLUTION DE PROBLEME - Solutions pour les problèmes fréquents

**Q: Egalité des voix** - Que dois-je faire si plusieurs cultures obtiennent le même nombre de voix comme culture cible?

**R:** Demandez aux agriculteurs de voter à nouveau. Cette fois-ci, ils ne voteront que pour les cultures ayant obtenu le même nombre de votes.

**Q: Préoccupé par l'offre excédentaire** - Je crains que la sélection de deux ou trois cultures cibles ne conduise à une surproduction de ces cultures sur le marché local, ce qui fera baisser le prix à la fin.

**R:** Au cours de l'étude de marché, les agriculteurs collectent des informations, ainsi que d'autres informations, sur la quantité de produits que le marché cible peut absorber. Par conséquent, les agriculteurs devraient être en mesure de juger ce qui serait trop pour quel marché et à quel moment. La sélection de quelques cultures cibles ne sature pas nécessairement le marché local tant que les agriculteurs savent quand et quelle quantité ils doivent fournir au marché.

**Q: Culture pas sélectionnée** - Les agriculteurs m'ont demandé s'ils pouvaient produire des cultures qui n'avaient pas été sélectionnées par le groupe. Que dois-je répondre?

**R:** La sélection des cultures cibles signifie que les agriculteurs peuvent obtenir des formations intensives sur la production de ces cultures auprès de l'agent de vulgarisation. Les groupes d'agriculteurs peuvent également planifier une commercialisation collective pour ces cultures sélectionnées. D'un autre côté, les agriculteurs sont libres de produire d'autres cultures à leur guise. Ils ne peuvent simplement pas être en mesure de recevoir des formations spécifiques aux cultures et des opportunités pour entreprendre une planification de groupe pour de telles cultures.

## Exemple Sélectionner la culture cible

Date: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

Nom du Département: \_\_\_\_\_ Nom de la commune: \_\_\_\_\_

Nom du groupement d'agriculteurs: \_\_\_\_\_

Culture/ Variété	Consommé localement ou pas	Expérience dans la conduite de la culture	Mois de repiquage /période de maturité	Défis majeurs de la production	Rendement moyen vendable par ha (kg)	Prix unitaire moyen (USD/kg)	Revenu total par ha (USD)	Coût de production par ha (USD)	Bénéfice net estimé par ha (USD)	Marché (s) principal(aux)	Exigences du marché	Remarques	Classe- ment
Carottes/ Nantes	Oui	Oui	Mars et Juillet/ 3mois	Mouche de la carotte (Parasite qui affecte les racines)	10,000	0.20	2,000	825	1,175	Marché X Marché Y	Marché X: 300kg le jeudi Marché Y:200kg le lundi	Les petits peuvent être vendus au village, Résistants aux maladies	3
Épinard/ Cornet	Oui	Oui	Mars/ 3mois	Prix élevé de semences	22,500	0.15	3,375	1,000	2,375	Marché Y Revendeur Z	Marché Y: 500kg le lundi Revendeur Z:100kg le mercredi	Revendeur Z vient aux champs	1
Ciboulette/ White Lisbon	Oui	Oui	Fév et Juin/ 1 mois	Aucun	5,000	0.10	500	75	425	Marché X Marché Y	Marché X: 600kg le jeudi Marché Y: 400kg le lundi	Facile à produire	
Chou frisé/ Thousand Head	Oui	Oui	Mars/ 3 mois	Mildiou (points noirs sur les feuilles)	20,000	0.15	3,000	1,000	2,000	Marché X Marché Y	Marché X: 600kg le jeudi Marché Y:200kg le lundi	Peut être vendu au village	2



## 3.2. Elaboration de calendrier cultural

4 étapes	Activités
1. Partager l'objectif avec les agriculteurs.	-Atelier de sensibilisation
2. Les agriculteurs prennent conscience.	-Enquête de base participative - (Optionnelle) Forum de rencontres des parties prenantes -Etude de marché
3. Les agriculteurs prennent des décisions.	-Sélection des cultures cibles <b>-Elaboration de calendrier cultural</b>
4. Les agriculteurs acquièrent des compétences.	-Formations sur le terrain <b>Nous sommes ici</b>
Suivi et contrôle (comprenant une enquête participative finale)	

### POURQUOI? - Objectifs

L'élaboration de calendriers culturaux permet au groupe d'agriculteurs de planifier l'action future en tant que groupe en termes de production et de commercialisation des cultures cibles sélectionnées dans l'activité précédente.

### QUOI? - Cadrage

Les groupes d'agriculteurs établissent un plan de production annuel ainsi que des activités de marketing en tant que groupe axé sur les cultures cibles qu'ils ont sélectionnées auparavant. Le plan comprend des actions collectives à entreprendre pour la production et la commercialisation des cultures ainsi que d'autres activités de groupe qui facilitent les activités agricoles du groupe.

### COMMENT? - Astuces clés de mise en œuvre

- Les groupes d'agriculteurs discutent et décident de la meilleure façon de réaliser des entreprises agricoles durables en mettant en place un plan annuel de production et de commercialisation spécifique aux les cultures cibles. Le plan contient également d'autres activités à mener en tant que groupe, ce qui permettra la génération de plus de revenus provenant de l'horticulture (Figure 7)
- Les agents de vulgarisation s'assurent que le plan est réaliste et réalisable compte tenu de la capacité actuelle du groupe d'agriculteurs.

#### Susciter la motivation



Maintenant nous sommes décidés à produire les cultures cibles. Notre groupe peut faire divers plans de production et des activités de marketing.

Appui pour l'autonomie



Notre agent de vulgarisation nous donne des conseils pour faire un plan réaliste. Nous lui faisons confiance parce que ses conseils sont pertinents. Nous pouvons faire un bon plan.

Appui pour la compétence et l'appartenance sociale

## Calendrier cultural comme axe du travail de groupe

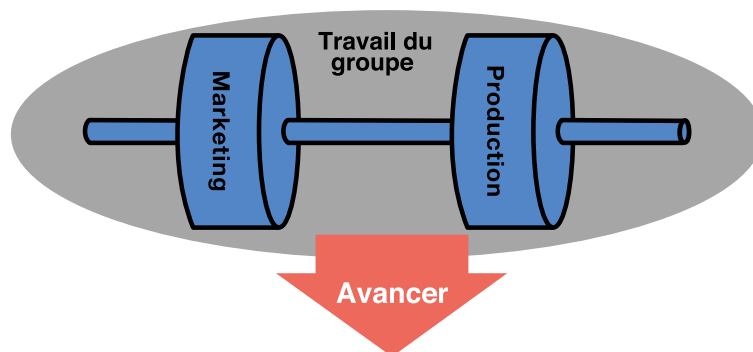


Figure 7 Éléments à traiter dans le calendrier cultural

### ÉTAPE - Procédures de mise en œuvre (temps requis: 2-3 heures)

1. Conformément au format du calendrier cultural, les groupes d'agriculteurs décident d'abord des changements qu'ils souhaitent apporter aux cultures cibles. Les changements, au niveau de la production et la commercialisation, comprennent les changements et / ou l'amélioration de la culture / des variétés, la qualité, la quantité, la période de récolte, les acheteurs et d'autres, tels que le conditionnement.
2. Après avoir décidé des changements souhaités, les groupes d'agriculteurs établissent un plan annuel précisant les actions mensuelles à prendre en termes de (1) production, (2) marketing et gestion commerciale et (3) autres activités de groupe axées sur les cultures cibles. Astuce! *L'agent de vulgarisation aide les groupes d'agriculteurs à se souvenir de ce qu'ils ont appris au cours des activités SHEP précédentes telles que les informations sur le marché, la tenue de registres, etc. afin qu'ils puissent utiliser ces connaissances pour planifier des actions concrètes.*

Les agents de vulgarisation s'assurent que le plan est réaliste et réalisable compte tenu de la capacité actuelle du groupe d'agriculteurs.



Photo: Malawi

C'est vrai. Nous devrions commencer à économiser de l'argent en achetant des intrants ensemble en tant que groupe.

Nous devrions également organiser le transport à plusieurs au moment de la récolte.



## Atténuation de l'asymétrie de l'information



Agriculteur

Nous avons décidé d'échelonner le calendrier de production parmi les membres. Notre groupe peut alors approvisionner le marché d'oignons en permanence.

Avant, nous avons semé la variété traditionnelle uniquement. Mais aujourd'hui notre groupe va essayer cette nouvelle variété sur une petite échelle pour la prochaine saison. Si cela marche, nous pouvons agrandir la surface cultivée et en approvisionner davantage sur le marché.

Ca serait bien si les agriculteurs locaux peuvent fournir des oignons tout au long de l'année.

Cette variété se vend beaucoup mieux que les variétés traditionnelles. Mais les agriculteurs qui en produisent ne sont pas nombreux. On doit en fournir davantage.



Acteur du marché

### FORMAT - Calendrier culturel

Ci-dessus est le format du calendrier des cultures. Tout d'abord, les groupes décident ce qu'ils veulent changer ou améliorer et cochez les cases correspondantes en haut du calendrier. Ensuite, ils écrivent des actions mensuelles spécifiques pour la production et la commercialisation des cultures cibles. Ils identifient également toute autre activité de groupe pertinente qui contribuerait à la production et à la commercialisation des cultures. Si le groupe travaille sur plus de trois cultures cibles, créez de nouvelles rangées pour accueillir plus de cultures cibles.

Nous améliorons et/ou changeons Variété, Qualité, Quantité, Période de la récolte, Acheteurs, Autres (précisez: )

Mois																			
Production	1 <sup>ère</sup> culture ( )																		
	2 <sup>ème</sup> culture ( )																		
	3 <sup>ème</sup> culture ( )																		
Marketing et gestion des affaires																			
Activités du groupe/Autres																			

### CHECK-LIST - Points à confirmer après cette activité

- Les agriculteurs cibles savent comment réaliser un calendrier culturel.
- Chaque membre du groupe comprend quelles actions spécifiques et quels rôles il va prendre en fonction du calendrier culturel du groupe.
- Les groupes cibles acceptent de réaliser régulièrement des calendriers culturels tout seuls à l'avenir.
- Le ratio hommes-femmes des participants est équilibré.
- La qualité de la participation des hommes et des femmes à la prise de décision est assurée.
- (facultatif) Les conjoints des membres participent à la prise de décision.

Voici quelques exemples de personnalisation innovante dans la création d'un calendrier cultural.

**Encadré 17 Elaboration du tableau de pic de la demande**

**Elaboration du tableau du pic de la demande (Tanzanie)**

< Pourquoi?> Afin de comprendre quand les cultures doivent être produites pour obtenir des prix plus élevés sur le marché, les agriculteurs ont étudié les fluctuations annuelles des prix des principales cultures.

< Comment?> Les groupes d'agriculteurs, appuyés par le personnel de vulgarisation, ont élaboré un calendrier simple qui indiquait quel mois une culture recevrait des prix plus élevés que d'autres. Ils ont mis en évidence les saisons de pointe et de prix élevé sur le calendrier.

< Résultats?> Avec l'affichage de ce calendrier dans un bureau de village, de nombreux agriculteurs sont devenus capables d'identifier des cultures potentielles pour la commercialisation tout au long de l'année, y compris les types de cultures à produire et le moment de la récolte.

JAN	FEV	MARS	AVR	MAI	JUN	JUIN	AOÛT	SEPT	OCT	NOV	DEC
	carotte	carotte									
	broccoli	broccoli				broccoli	broccoli	broccoli	broccoli	broccoli	broccoli
	choufleur	choufleur				choufleur	choufleur	choufleur	choufleur	choufleur	choufleur
	laitue	laitue	laitue			laitue	laitue	laitue	laitue	laitue	laitue
	courgette	courgette		courgette	courgette	courgette	courgette	courgette	courgette	courgette	courgette
viazi	viazi	viazi	viazi	viazi							viazi
	tomate	tomate	tomate	tomate	tomate						
Pois mange-tout	Pois mange-tout	Pois mange-tout	Pois mange-tout	Pois mange-tout	Pois mange-tout						Pois mange-tout
betteraves	betteraves	betteraves	betteraves	betteraves							
			betteraves	betteraves	betteraves						
	Haricot vert	Haricot vert					Haricot vert	Haricot vert			
rouges et jaunes	rouges et jaunes	rouges et jaunes	rouges et jaunes	rouges et jaunes	rouges et jaunes	rouges et jaunes	rouges et jaunes	rouges et jaunes	rouges et jaunes	rouges et jaunes	rouges et jaunes
Basilic & menthe	Basilic & menthe	Basilic & menthe	Basilic & menthe	Basilic & menthe	Basilic & menthe	Basilic & menthe	Basilic & menthe	Basilic & menthe	Basilic & menthe	Basilic & menthe	Basilic & menthe

### Elaboration de calendriers culturels pour les champs agricoles des groupes et individuels (El Salvador et Népal)

< Pourquoi?> Les groupes d'agriculteurs au El Salvador et au Népal possédaient à la fois des champs collectifs et des champs individuels pour la culture maraîchère. Les agriculteurs voulaient formuler des plans pour les deux terrains agricoles.

< Comment?> Les agriculteurs ont établi deux types de calendrier culturel: l'un pour les champs collectifs, l'autre pour les champs individuels.

< Résultats?> Les agriculteurs ont pu planifier et réaliser efficacement les activités agricoles en utilisant les deux types de calendriers culturels.



Photo: Nepal

#### RESOLUTION DE PROBLEME - Solutions aux problèmes fréquents

- Q: Besoin de produire en même temps?** - Faire le calendrier culturel signifie-t-il que tous les membres du groupe doivent planifier les mêmes cultures en même temps?
- R:** Pas nécessairement. Le groupe peut accepter, par exemple, d'échelonner la période de semis parmi les membres afin qu'ils puissent récolter une quantité constante de produits pendant une période prolongée. Une telle planification devrait être faite par les membres du groupe pendant l'élaboration du calendrier culturel afin qu'ils puissent mieux répondre au marché cible.
- Q: Le temps du semis est déjà passé** - Quand les agriculteurs ont fait le calendrier des cultures, le temps de la semis pour certaines des cultures cibles était déjà passé. Que devrais-je dire aux agriculteurs de faire?
- R:** L'idéal est d'établir le calendrier culturel bien avant le début de la campagne. Cependant, il arrive que ce ne soit pas possible pour diverses raisons administratives ou techniques. Encouragez les agriculteurs à produire les cultures dans la prochaine campagne si ce n'est plus la saison. Assurez-vous de donner une formation technique sur toutes les cultures sélectionnées au bon moment.



## Exemple Calendrier Cultural

Date: \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_ Nom de la commune: \_\_\_\_\_  
 Nom du département: \_\_\_\_\_ Nom du groupement d'agriculteurs: \_\_\_\_\_  
 Nous nous améliorons et/ou changeons  Variété,  Qualité,  Quantité,  Période de récolte,  Acheteurs,  Autres  
 (Précisez: Conditionnement, négociation de prix plus performante).

Mois	Juil	Août	Sept	Oct	Nov	Déc	Jan	Fév	Mar	Avr	Mai	Jun
1 <sup>ère</sup> culture (Tomate)		Préparation du sol Pépinière	Repiquage	1 <sup>er</sup> épannage 2 <sup>nd</sup> épannage lutte antiparasite et les maladies control Lutte contre les mauvaises herbes	Récolte/ Nettoyage/ Catégorisation/ conditionnement							
2 <sup>ème</sup> culture (Chou)												
3 <sup>ème</sup> culture (Patate douce)												
Marketing et gestion des affaires	Etude de marché au Marché X et Marché Y	Commencer à tenir un registre pour cette saison	Contacter d'éventuels acheteurs régulièrement	Organiser le transport Vente groupé	Analyse des bénéfices							
Activités du groupe/Autres	Conversion d'un champ de maïs en jardin potager	Achat groupé de semences et d'engrais	Curage des canaux d'irrigation	Collecter les cotisations des membres								

# Calendrier Cultural

Date: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_ Nom de la commune: \_\_\_\_\_  
 Nom du département: \_\_\_\_\_  
 Nom du groupement d'agriculteurs: \_\_\_\_\_  
 Nous nous améliorons et/ou changeons  Variété,  Qualité,  Quantité,  Période de récolte,  Acheteurs,  Autres  
 (Précisez: \_\_\_\_\_).

Mois																					
Production	1 <sup>ère</sup> culture ( )																				
	2 <sup>ème</sup> culture ( )																				
	3 <sup>ème</sup> culture ( )																				
Marketing et gestion des affaires																					
Activités du groupe/Autres																					

## 4. Étape 4 - Les agriculteurs acquièrent des compétences

L'étape 4 est la dernière étape de l'approche SHEP où les agriculteurs acquièrent les connaissances et les compétences nécessaires pour produire la culture demandée par le marché. À ce stade, les agriculteurs ont la ferme volonté d'acquérir de nouvelles connaissances car ils sont déjà convaincus des débouchés commerciaux des cultures cibles qu'ils ont sélectionnées. Le contenu de la formation technique devrait être spécifiquement adapté aux besoins des agriculteurs afin qu'ils puissent immédiatement adopter et appliquer les technologies dans leurs pratiques agricoles. En d'autres termes, la clé de la réussite réside dans une formation axée sur la demande, par opposition à celle axée sur l'offre.

### 4.1. Formation sur le terrain

4 étapes	Activités
1. Partager l'objectif avec les agriculteurs.	-Atelier de sensibilisation
2. Les agriculteurs prennent conscience.	-Enquête de base participative - (Optionnelle) Forum de rencontres des parties prenantes -Etude de marché
3. Les agriculteurs prennent des décisions.	-Sélection des cultures cibles -Elaboration de calendrier cultural
4. Les agriculteurs acquièrent des compétences.	<b>-Formations sur le terrain</b>
Suivi et contrôle (comprenant une enquête participative finale) <span style="float: right;">Nous sommes ici</span>	

#### - Objectifs

La formation sur le terrain est conçue pour diffuser les compétences et les connaissances nécessaires à la production pratique des cultures cibles que les agriculteurs ont choisies. **C'est une formation axée sur la demande.**

#### - Cadrage

Les agents de vulgarisation organisent des sessions de formation où les agriculteurs cibles acquièrent des compétences, des techniques et des connaissances nécessaires à la production des cultures cibles. La formation devrait être pratique et menée dans les champs des agriculteurs ou dans les environs avec de nombreuses démonstrations et exercices.

## - Astuces clés pour la mise en œuvre

- La formation devrait répondre aux besoins des agriculteurs. Passez plus de temps lorsque les agriculteurs ont besoin de plus de formation et moins de temps si les agriculteurs connaissent bien les sujets.
- La formation devrait être menée en utilisant des matériels faciles à comprendre tels que des flipcharts, des affiches, des dépliants et ainsi de suite.
- Si la formation est menée selon une approche axée sur la demande, le taux d'adoption des nouvelles techniques devrait être considérablement élevé par rapport à celui de la formation axée sur l'offre. (Figure 8)



Nous avons le sentiment que nous comblons les lacunes de connaissances et de compétences dans les sessions de formation techniques.

Appui pour la compétence



Je suis analphabète mais je n'ai aucune difficulté à comprendre les matériels de la formation car ils sont pleins d'images

Appui pour la compétence



C'est nous qui avons demandé des formations en culture de choux. Nous sommes déterminés à utiliser les nouvelles compétences que nous apprenons dans les formations.

Appui pour l'autonomie

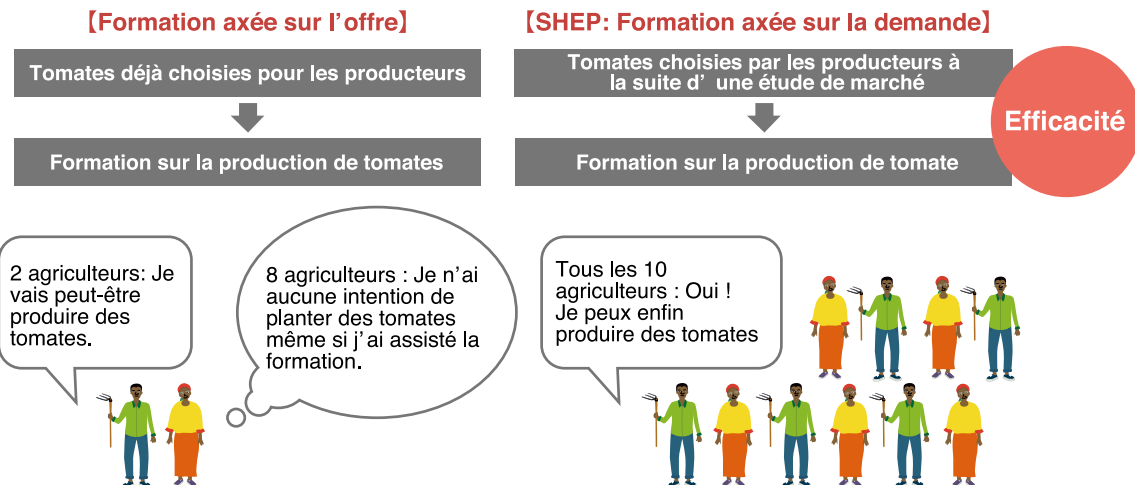


Figure 8 Comparaison entre les formations axées sur l'offre et celles axées sur la demande

## - Procédures de mise en œuvre (temps requis: 6-7 heures<sup>3</sup>)

1. (Préparation) Les agents de vulgarisation doivent être bien équipés, dotés de connaissances et de compétences nécessaires pour apprendre aux agriculteurs. S'ils ont besoin de plus de formation, les responsables de la mise en œuvre devraient organiser avant la formation des agriculteurs une formation des formateurs à l'intention des agents de vulgarisation.
2. Les agents de vulgarisation organisent des sessions de formation composées de conférences, d'exercices et de démonstrations pour chaque sujet en utilisant des matériels pédagogiques efficaces. **Astuce!** Inviter les conjoints des membres à la formation s'ils sont impliqués dans la production horticole.
3. Les thèmes de la formation doivent correspondre exactement aux besoins de la production agricole cible et aux besoins de développement des capacités des agriculteurs. En général, on peut classer les thèmes de formation dans trois domaines: (1) la production horticole en général et les techniques de manutention post-récolte, (2) les techniques de production spécifiques aux cultures et (3) les compétences en gestion telles que la comptabilité, la tenue de registres des exploitations.

<sup>3</sup> Ce n'est pas 6-7 heures de formation effectuées en une journée. De courtes séances, comme des séances d'une heure, sont organisées pendant plusieurs jours faisant 6-7 heures au total



Je veux vraiment apprendre et appliquer de nouvelles techniques car je sais que le marché existe.

Même si je suis illettré, je comprends facilement la formation parce qu'elle est pratique et il y a de nombreuses démonstrations



J'ai amené mon épouse assister à la formation avec moi parce que nous partageons les rôles dans la production de tomates

### Atténuation de l'asymétrie de l'information



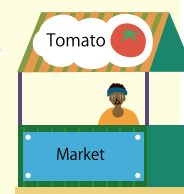
Agriculteur

Cela nous intéressait de produire de nouvelles variétés de tomates mais nous ne savions pas comment le faire. Maintenant que nous avons appris comment nous y prendre, nous pouvons désormais les fournir sur le marché.

Il y a une grosse demande pour la nouvelle variété de tomates mais l'offre n'est jamais suffisante. Nous souhaitons pouvoir acheter cette variété auprès des agriculteurs locaux.

Nous avons acquis les connaissances et les compétences pour lutter contre les insectes et les maladies dans la production des choux. La qualité de nos choux a améliorée

Nous achetons des choux auprès des agriculteurs locaux mais ils ont souvent des feuilles abimées. Nous ne pouvons pas leur donner un prix d'achat plus élevé à cause de cette mauvaise qualité



Acteur du marché

### EXEMPLE - Exemple de module de formation

Voici un exemple de module de formation sur le terrain destinée à un groupe d'agriculteurs qui a choisi deux cultures cibles.

1 <sup>ère</sup> séance	<b>Production de la 1<sup>ère</sup> culture cible</b> : technique spécifique sur la 1 <sup>ère</sup> culture
2 <sup>ème</sup> séance	<b>Production de la 2<sup>ème</sup> culture cible</b> : technique spécifique sur la 2 <sup>ème</sup> culture
3 <sup>ème</sup> séance	<b>Préparation pré-culture</b> : analyse du sol, compostage et matériels de semis de qualité
4 <sup>ème</sup> séance	<b>Préparation du sol</b> : pratiques de préparation du sol (solarisation), incorporant l'application de résidus de culture et de fumure de fond
5 <sup>ème</sup> séance	<b>Etablissement de la culture</b> : faire des semis, planter/repiquer avec espacement, taux d'application des engrais
6 <sup>ème</sup> séance	<b>Gestion des cultures</b> : gestion de mauvaises herbes, fertilisation, pratiques de Gestion Intégrée des Parasites, utilisation sûre et efficace de pesticides
7 <sup>ème</sup> séance	<b>Récolte et manutention post-récolte</b> : indice de récolte, récipients/matériels d'emballage, les techniques de la valeur ajoutée
8 <sup>ème</sup> séance	<b>Compétences en gestion</b> : tenue de registres, budgétisation des cultures, tenue de compte de l'exploitation

## CHECK-LIST - Points à confirmer après cette activité

- Les agriculteurs cibles comprennent et acquièrent des connaissances et des compétences techniques enseignées dans le cadre de la formation.
- Les agriculteurs cibles ne rencontrent pas de difficultés techniques, financières ou sociales en appliquant les techniques enseignées dans la formation. (Si c'est le cas, identifiez les problèmes, consultez-les et donnez les conseils appropriés. De plus, donnez votre avis aux responsables de la mise en œuvre de SHEP afin qu'ils puissent améliorer leurs matériels et modules de formation à l'avenir.)
- Le ratio hommes-femmes des participants est équilibré.
- La participation des conjoints des membres est encouragée.
- Les stéréotypes de genre et les méthodes et matériels de formation insensibles au genre sont évités.
- Une attention suffisante est accordée aux agriculteurs analphabètes et néo-analphabètes dans la conception des méthodes de formation.
- Des techniques ou des outils / équipements économisant la main-d'œuvre, en particulier pour les femmes, sont introduits.

## INNOVATION - Adaptation dans divers pays / régions

Voici quelques exemples d'adaptation innovantes dans la formation technique de production.

### Encadré 19 Extension de l'agriculteur à l'agriculteur pour les techniques de production

#### Formation suivant la méthode champs écoles (Rwanda, Éthiopie)

< Pourquoi?> Le gouvernement rwandais encourage l'approche de Champs Ecoles Paysans pour la diffusion des techniques de production aux agriculteurs. Il y avait aussi la question de nombre insuffisant d'agents de vulgarisation pour couvrir tous les agriculteurs cibles.

< Comment?> Plusieurs agriculteurs de chaque groupe se sont réunis et ont acquis de nouvelles compétences. Ils sont ensuite retournés dans leur communauté et ont enseigné des connaissances à d'autres agriculteurs dans des champs de démonstration.

< Résultats?> Malgré les difficultés liées au nombre insuffisant d'agents de vulgarisation, les agriculteurs cibles ont pu apprendre les techniques de production auprès des représentants de leurs agriculteurs.



Photo: Lesotho

## Encadré 20 Établissement de parcelles de démonstration / champs écoles

### Etablissement de parcelles de démonstration / champs écoles (Népal, Rwanda, Éthiopie, Afrique du Sud, Zimbabwe)

< Pourquoi?> L'expérience des gouvernements portaient à croire que les agriculteurs étaient susceptibles d'adopter de nouvelles technologies s'ils les voyaient d'abord et les expérimentaient sur une parcelle de démonstration ou de formation.



Photo: Kenya

<Comment?> Les responsables de la mise en œuvre ont créé une parcelle dans la communauté du groupe d'agriculteurs cible et y ont montré de nouvelles techniques. Les agriculteurs étaient chargés de prendre soin de la parcelle depuis la préparation du terrain jusqu'à la récolte. Dans certains pays, le gouvernement a invité les organisations du secteur privé à créer des parcelles de démonstration.

<Résultats?> Après avoir vu les résultats positifs de la parcelle de démonstration / champs écoles, les agriculteurs ont commencé à adopter les nouvelles techniques qu'ils avaient apprises pendant la formation.

## Encadré 21 Collaboration avec les services de vulgarisation du secteur privé

### Collaboration avec les services de vulgarisation du secteur privé (Lesotho, Afrique du Sud, Zimbabwe)

< Pourquoi?> Les services de vulgarisation du secteur privé, tels que ceux entrepris par des organisations non gouvernementales, des associations de producteurs, des entreprises productrices de semences, des exportateurs, etc., sont fréquents dans certains pays. Ils sont disposés à fournir des services de vulgarisation aux agriculteurs en matière de production horticole.



Photo: Kenya

<Comment?> Les responsables de la mise en œuvre ont invité des organisations du secteur privé à organiser des sessions de formation pour les agriculteurs dans le cadre de la formation sur la technique de production SHEP.

<Résultats?> Le gouvernement a été en mesure de mobiliser des ressources disponibles au niveau local pour la tenue de formations et la mise en œuvre rapide de certaines sessions de formation.

- Q: Les agriculteurs ont des problèmes de compréhension** - Certains agriculteurs semblent avoir du mal à comprendre les techniques de production qui leur sont nouvelles. Comment puis-je les aider à mieux comprendre?
- R:** Essayez de rendre la formation aussi pratique que possible. Par exemple, utilisez un langage facile à comprendre, choisissez des matériels de formation conviviaux, montrez les techniques en faisant beaucoup de démonstrations plutôt que de passer trop de temps à faire des cours. Passez en revue ces méthodes d'enseignement et, surtout, demandez aux agriculteurs comment ils veulent que la formation soit effectuée.
- Q: Les agriculteurs sont trop occupés pour suivre une formation** - Bien que les agriculteurs se soient montrés disposés à suivre la formation, ils sont maintenant trop pris par le travail agricole pour assister à des séances de formation. Le taux de participation n'est pas très élevé.
- R:** Il est conseillé d'organiser des formations sur les techniques de production juste avant que les agriculteurs commencent la production des légumes cibles, de sorte qu'ils suivront avec enthousiasme la formation et appliqueront dans leurs champs les techniques qu'ils ont apprises. Si un tel arrangement n'est pas possible, essayez d'organiser des formations lorsque la disponibilité des agriculteurs est élevée.

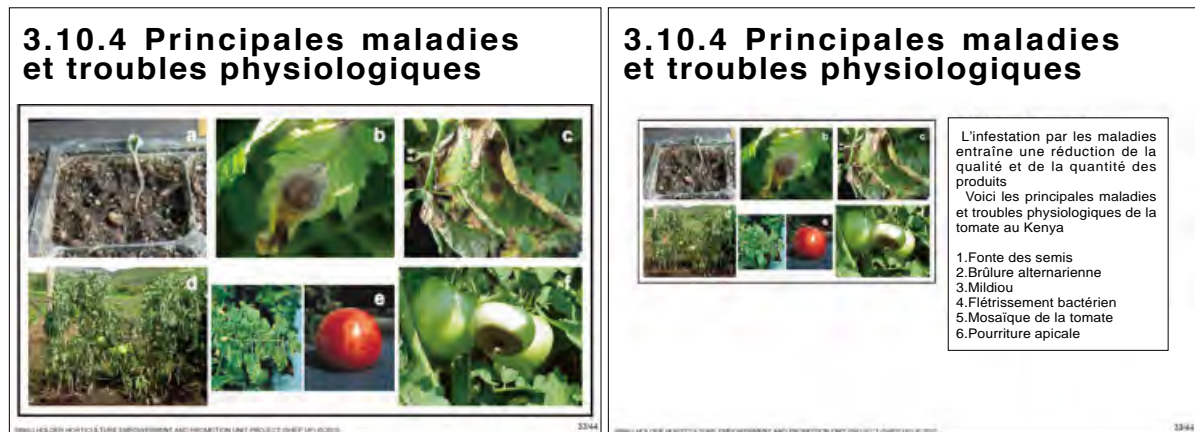


## Rubrique 5: Divers matériels de formation pour les techniques de production

Des matériels didactiques pour la production de cultures horticoles ont été élaborés dans de nombreux pays qui appliquent le SHEP. Les matériels sont conçus d'une manière qui convient le mieux aux besoins des agriculteurs cibles dans les pays respectifs. En voici quelques exemples.

### 1. Kamishibai ( Cartes A4 plastifiées ) au Kenya

Kamishibai est un mot japonais qui signifie panneau d'histoire avec des images, qui ressemble à des flipcharts. Kenya a développé un matériel de type kamishibai plastifié en couleur et utilisable dans toutes conditions climatiques. La première page présente beaucoup d'images que les agriculteurs peuvent regarder. La dernière page contient la description de ces images que les agents de vulgarisation lisent à haute voix aux agriculteurs.



Première page

Dernière page

Figure 9. Kamishibai développé au Kenya

### 2. Brochures et dépliants au Népal, en Palestine, au Rwanda et en Éthiopie

Des pays comme le Népal, la Palestine, le Rwanda et l'Éthiopie ont élaboré des brochures ou des dépliants sur la production agricole. Les responsables de la mise en œuvre de SHEP dans ces pays distribuent le matériel aux agriculteurs cibles afin qu'ils puissent le ramener à la maison et le revoir après la formation. Les agriculteurs illettrés qui ont reçu le matériel demandent normalement aux membres de leur famille alphabétisés de les lire à la maison en cas de besoin.



Dépliants au Rwanda

Dépliants au Népal

Dépliants en Éthiopie

Figure 10 Dépliants développés au Rwanda, au Népal et en Éthiopie

### 3. Affiches en Palestine

Les responsables de la mise en œuvre de SHEP en Palestine ont développé des affiches et des dépliants. Les affiches sont utilisées pendant la formation et affichées dans les bureaux du gouvernement où les agriculteurs peuvent facilement les voir lorsqu'ils visitent les bureaux.



Figure 11 Affiche en Palestine

### 4. Les documents électroniques existants et la base de données en ligne en Afrique du Sud

L'Afrique du Sud dispose de matériels électroniques bien établis ainsi que d'une base de données en ligne sur la production agricole appelée "Extension Suite Online". Les utilisateurs du système, y compris les agents de mise en œuvre locaux et les vulgarisateurs, peuvent télécharger divers matériels didactiques à partir de cette plateforme en ligne. Par conséquent, au lieu de développer du matériel de formation exclusivement pour SHEP, les responsables de la mise en œuvre en Afrique du Sud utilisent ces matériels qui existent déjà.

## 5. Contrôle et suivi (y compris l'enquête participative finale)

4 étapes	Activités
1. Partager l'objectif avec les agriculteurs.	-Atelier de sensibilisation
2. Les agriculteurs prennent conscience.	-Enquête de base participative - (Optionnelle) Forum de rencontres des parties prenantes -Etude de marché
3. Les agriculteurs prennent des décisions.	-Sélection des cultures cibles -Elaboration de calendrier cultural
4. Les agriculteurs acquièrent des compétences.	-Formations sur le terrain
<b>Suivi et contrôle (comprenant une enquête participative finale) ← Nous sommes ici</b>	

### POURQUOI? - Objectifs

Des visites de suivi et de contrôle auprès des agriculteurs cibles visent à assurer que les agriculteurs appliquent effectivement les techniques et les connaissances enseignées. Les visites se concentrent non seulement sur les pratiques de production des agriculteurs, mais aussi sur leurs progrès en matière de marketing et d'autres travaux collectifs en tant que groupe.

### QUOI? - Cadrage

Les visites de contrôle et de suivi doivent être effectuées périodiquement pour s'assurer que les agriculteurs appliquent les connaissances qu'ils ont acquises durant les formations SHEP. Les agents de mise en œuvre surveillent également la progression des activités décrites dans les calendriers culturaux établis par les groupes. Après quelque temps, l'enquête participative sur les résultats finaux est réalisée en utilisant les mêmes formats d'enquête que l'enquête de base participative. Les données obtenues dans l'enquête sont analysées aux fins de comparaison avec les résultats de l'enquête de base.

### COMMENT? - Astuces clés de mise en œuvre

- Les visites de contrôle et suivi devraient être effectuées de manière à permettre aux groupes d'agriculteurs de "décoller" et devenir des agriculteurs autonomes qui peuvent pratiquer une agriculture orientée vers le marché de par son propre initiative (Figure12)
- L'enquête finale participative devrait donner aux agriculteurs des occasions pour confirmer qu'ils ont amélioré de par leur expérience en participant dans SHEP.

#### Susciter la motivation



On nous rappelle l'objectif de SHEP pendant les visites de suivi. Nous travaillons dur pour atteindre cet objectif et devenir des agriculteurs performants.

Appui pour l'autonomie



Pendant l'enquête finale, nous nous sommes rendu compte que nous avons amélioré tant en compétences techniques qu'en compétences marketing. Nous sommes heureux de voir des améliorations.

Appui pour la compétence

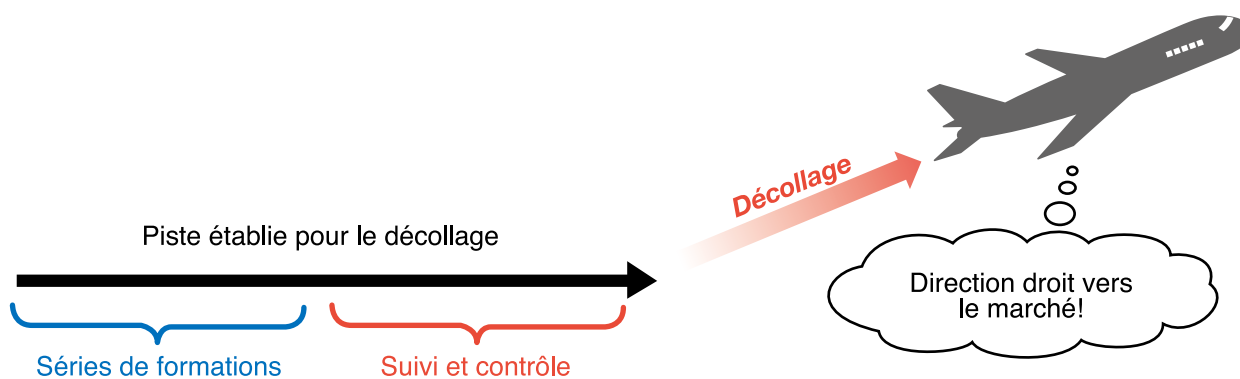


Figure 12 Assurer le «décollage» par le suivi et contrôle

## ETAPE

### - Procédures de mise en œuvre (temps requis: 3-4 heures)

1. Les agents de vulgarisation et l'équipe de mise en œuvre visitent périodiquement les groupes d'agriculteurs pour conseiller et suivre leur progrès dans la mise en œuvre.
2. Référez-vous aux résultats de «Enquête de base 2ème - Techniques agricoles» et jugez l'amélioration que les agriculteurs ont faite en termes d'adoption des techniques. S'il y a encore des faiblesses, apportez un soutien aux agriculteurs qui ont encore des difficultés à adopter les nouvelles techniques.
3. Référez-vous aux calendriers culturaux que les agriculteurs cibles ont établis et surveillez les progrès au niveau de la mise en œuvre. Donnez des conseils si nécessaire.
4. Collectez des informations qualitatives sur le genre, c'est-à-dire des exemples de réussite, pour voir comment l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes ont contribué à atteindre les objectifs des groupes.
5. Après une période prescrite par l'équipe de mise en œuvre, faites l'enquête finale participative en utilisant (1) L'enquête finale 1ère Partie - Production, revenu et coût et (2) L'enquête finale 2ème Partie - Techniques agricoles, qui sont les mêmes formats que l'enquête de base, sauf pour les colonnes où l'on invite les agriculteurs à signaler les changements qu'ils ont apportés après le SHEP.
6. Les données sont saisies, traitées et analysées par les responsables de la réalisation. Les agents de vulgarisation donnent des informations aux agriculteurs, en particulier sur les progrès et des améliorations des agriculteurs depuis l'enquête de base.



Photo: Zimbabwe



## **FORMAT - Formulaires de questionnaires de l'enquête finale**

Les formats de l'enquête participative sur les résultats finaux sont les mêmes que ceux de l'enquête de base participative, sauf les colonnes où l'on invite les agriculteurs à signaler les changements qu'ils ont apportés après le programme SHEP.

## **CHECK-LIST - Points à confirmer après cette activité**

- Les agriculteurs cibles comprennent leurs forces et faiblesses et on leur prodigue des explications et des conseils spécifiques pour poursuivre leur production et leur vente.
- Les agriculteurs cibles comprennent quand et comment ils peuvent «obtenir leur diplôme» de SHEP.
- Les groupes cibles acceptent et sont disposés à entreprendre des activités comme des études de marché, sélection de cultures cibles, élaboration de calendriers culturaux et application continue de techniques acquises en matière de production.
- Le ratio hommes-femmes des participants est équilibré.
- La qualité de la participation des hommes et des femmes est examinée
- Les données de l'enquête finale sont ventilées par sexe, collectées et analysées.
- Les changements dans les rôles de genre entre mari et femme sont revus.
- Les changements dans la prise de décision entre le mari et la femme sont examinés.

## **RESOLUTION DE PROBLEME - Solutions à des problèmes fréquents**

**Q: L'échec de la culture mène-t-il à la démotivation?** - Que devrais-je faire si les agriculteurs se trouvent démotivés à cause d'une mauvaise récolte?

**R:** L'approche SHEP soutient les besoins psychologiques des agriculteurs en matière d'autonomie, entre autres besoins psychologiques, et les aide à être proactifs dans la poursuite des entreprises agricoles en continu. Grâce à leur expérience SHEP, les agriculteurs sentent qu'ils «possèdent» tout le processus de planification, de prise de décision et d'action concrète dans la production horticole et la commercialisation. Pour cette raison, ils ne sont pas facilement démotivés parce que leur motivation est déjà trop forte pour être découragés face à des adversités fréquentes: par exemple l'échec fait partie inhérente de l'agriculture.

**Q: Techniques de production pas suffisamment adoptées** - Au cours du suivi, j'ai remarqué que certains groupes d'agriculteurs cibles n'avaient pas encore adopté les techniques de production que j'avais enseignées pendant la formation.

**R:** Le processus et le temps requis pour que chaque agriculteur adopte de nouvelles techniques varient selon la personnalité de cet agriculteur et l'environnement où il évolue. Certains agriculteurs peuvent prendre plus de temps que d'autres pour bien comprendre et adopter les techniques. Voir l'histoire de la réussite des voisins est l'un des moyens efficaces de convaincre les agriculteurs d'introduire de nouvelles compétences et technologies. Nous nous concentrons sur l'histoire et créons des opportunités pour permettre aux agriculteurs d'apprendre. L'objectif du suivi est d'aider ces agriculteurs à aller de l'avant. Continuer à les encourager, leur demander pourquoi et donner des instructions supplémentaires ou de l'encadrement si nécessaire.

**Q: Le groupe s'est désintégré. Que peut-on faire à ce propos?**

**A:** Essayez d'évaluer ce qui a mal tourné et quand. C'est aussi une bonne idée d'explorer

comment le groupe peut dire quel est son intérêt à faire plus de bénéfices. Il est important pour les agriculteurs de comprendre que la sécurisation d'un volume de produit est un facteur essentiel pour les petits agriculteurs afin d'accroître la rentabilité des entreprises agricoles. Réexaminez l'appartenance au groupe pour voir s'il est absolument nécessaire d'organiser le groupe après toutes ces discussions.



## Exemple

**Enquête finale 1ère Partie - Production, revenu et coût**

Date: \_\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_  
 Nom du département: \_\_\_\_\_ Nom de la commune: \_\_\_\_\_  
 Nom du groupe d'agriculteurs: \_\_\_\_\_ Homme / Femme: \_\_\_\_\_ Tél. No: \_\_\_\_\_  
 Nom de l'agriculteur: \_\_\_\_\_

Indiquez les informations relatives aux cultures horticoles (ne pas inclure d'autres cultures telles que le maïs et la canne à sucre) lors de la dernière campagne agricole.

Nom et variété de la culture	2. Superficie cultivée par la culture en mètre x mètre (m <sup>2</sup> ) ou en ha 100m <sup>2</sup> =0.01ha 1,000m <sup>2</sup> =0.1ha 10,000m <sup>2</sup> =1ha	3. Production vendue sur le marché en diverses unités (ex. sacs, cageots, boîtes, caisses, etc.)	4. Production vendue sur le marché en kg (convertie en kg)	5. Production vendue sur le marché en kg par ha	6. Prix unitaire moyen (monnaie locale par unité)	7. Prix moyen par kg (convertie en kg) en monnaie locale	8. Revenu total en monnaie locale	9. Coût total de la production en monnaie locale (Incl. les intrants, transport, main d'œuvre, etc.)	10. Revenu net (bénéfice) en monnaie locale
1	2 a.	3	4	4.2 b	6	6./ unité de conversion dans l'encadré	(3. x 6.) ou (4. x 7.)	9	8. - 9.
1 <sup>ère</sup> Culture: <b>Tomate Cal J</b>	M x M (m <sup>2</sup> ) 20X100= 2,000m <sup>2</sup>	100 (unité: cageot)	2,000 kg	10,000 kg	\$25 (unité: cageot)	\$1.25	\$2,500	\$600	\$1,900
2 <sup>ème</sup> culture:	M x M (m <sup>2</sup> )	(unité: )	kg	kg	(unité: )				
3 <sup>ème</sup> culture	M x M (m <sup>2</sup> )	(unité: )	kg	kg	(unité: )				
4 <sup>ème</sup> culture	M x M (m <sup>2</sup> )	(unité: )	kg	kg	(unité: )				

Indiquez dans l'encadré ci-dessous les conversions d'. ( ex.) 1 sac de pommes de terre irlandaise = 110 kg, 1 pomme de chou = 2 kg

1 cageot de tomates = 20kg

Indiquez les changements que vous avez effectués après SHEP. (ex. Trouvé un nouvel acheteur qui achète une grande quantité. Commencé l'achat groupé de semences certifiées pour réduire les coûts)

J'ai commencé à produire une variété de tomate; Cal J, que le marché préfère. Cette variété de tomate peut se vendre à meilleur prix.  
 J'ai commencé à organiser le transport avec les membres de mon groupe afin de réduire les frais de transport.

## Endline Survey Part 1- Production, Income and Cost

Date: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_  
 Nom du département: \_\_\_\_\_ Nom de la commune: \_\_\_\_\_  
 Nom du groupe d'agriculteurs: \_\_\_\_\_ Homme / Femme: \_\_\_\_ Tél. No: \_\_\_\_\_  
 Nom de l'agriculteur: \_\_\_\_\_

Indiquez les informations relatives aux cultures horticoles (ne pas inclure d'autres cultures telles que le maïs et la canne à sucre) lors de la dernière campagne agricole.

Nom et variété de la culture	2. Superficie cultivée par la culture en mètre x mètre (m <sup>2</sup> ) ou en ha 100m <sup>2</sup> =0.1ha 1,000m <sup>2</sup> =0.1ha 10,000m <sup>2</sup> =1ha	3. Production vendue sur le marché en diverses unités (ex. sacs, cageots, boîtes, caisses, etc.)	4. Production vendue sur le marché en kg (convertie en kg)	5. Production vendue sur le marché en kg par ha	6. Prix unitaire moyen (monnaie locale par unité)	7. Prix moyen par kg (convertie en kg) en monnaie locale	8. Revenu total en monnaie locale	9. Coût total de la production en monnaie locale (Incl. les intrants, transport, main d'œuvre, etc.)	10. Revenu net (bénéfice) en monnaie locale
1	2 a.	3	4	4./2 b	6	6./ unité de conversion dans l'encadré	(3. x 6.) ou (4. x 7.)	9	8. - 9.
1 <sup>ère</sup> Culture:	M x M (m <sup>2</sup> ) ha	(unité: )	kg	kg	(unité: )				
2 <sup>ème</sup> culture:	M x M (m <sup>2</sup> ) ha	(unité: )	kg	kg	(unité: )				
3 <sup>ème</sup> culture	M x M (m <sup>2</sup> ) ha	(unité: )	kg	kg	(unité: )				
4 <sup>ème</sup> culture	M x M (m <sup>2</sup> ) ha	(unité: )	kg	kg	(unité: )				

Indiquez dans l'encadré ci-dessous les conversions d'. ( ex.) 1 sac de pommes de terre irlandaise = 110 kg, 1 pomme de chou = 2 kg

--

Indiquez les changements que vous avez effectués après SHEP. (ex. Trouvé un nouvel acheteur qui achète une grande quantité. Commencé l'achat groupé de semences certifiées pour réduire les coûts)

--

# Enquête finale 2ème Partie - Techniques Agricoles

Date: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

Nom du département: \_\_\_\_\_ Nom de la commune: \_\_\_\_\_

Nom du Groupe d'agriculteur: \_\_\_\_\_

Nom de l'agriculteur : \_\_\_\_\_ Homme/Femme: \_\_\_\_ Tél. No: \_\_\_\_\_

\* Cochez "OUI" ou "NON" aux questions suivantes. Ecrivez toute information supplémentaire dans la marge.

De la Préparation au post-récolte		Articles	Techniques horticoles préconisées pour adoption	Oui	Non
1	Préparation de production	Q 1	Effectuez-vous une étude de marché pour déterminer chaque saison la(les) spéculat[i]on(s) à cultiver?		
		Q 2	Est-ce que vous préparez et utilisez un(des) calendrier(s) cultural(aux) à partir des résultats de l'étude de marché?		
		Q 3	Est-ce que vous faites une analyse du sol au moins une fois tous les deux ans pour les légumes/fleurs annuelles; ou avant de planter pour les arbres fruitiers/ fleurs vivaces?		
		Q 4	Est-ce que vous utilisez les pratiques de compostage recommandées en utilisant diverses matières organiques pour fournir les principales substances nutritives: Azote (N), Phosphore (P), Potassium (K) dans la préparation du compost/fumier?		
		Q 5	Est-ce que vous utilisez des matériels de qualité recommandés pour le semis avec un ou plusieurs des caractéristiques suivantes: selon la période de production, résistance et tolérance aux maladies, performants, maturité précoce, meilleur goût, taille, et aptitude à la conservation?		
2	Préparation du sol	Q 6	Est-ce que vous utilisez l'une ou plusieurs des pratiques de préparation du sol recommandées qui suivent pour lutter contre les ravageurs et les maladies : solarisation, labourage en temps opportun, profondeur adéquate du labour, et retournement minimum du sol afin d'empêcher la propagation de sol éventuellement porteur de ravageurs et de maladies?		
		Q 7	Est-ce que vous incorporez des résidus de cultures au moins deux mois avant de préparer pendant le labour afin d'améliorer le recyclage des substances nutritives?		
		Q 8	Est-ce que vous incorporez du compost/fumier ou de l'engrais organique comme application de fumure de fond au moins une ou deux semaines avant le semis?		
3	Etablissement de la culture (Semence/ repiquage)	Q 9	Est-ce que vous suivez les pratiques recommandées lorsque vous faites les jeunes plantes pour les légumes/fleurs annuelles ou utilisez des jeunes plants pour les arbres fruitiers/fleurs vivaces provenant de pépinière(s) agréée(s)?		
		Q 10	Est-ce que vous utilisez l'écartement recommandé lors du semis/repiquage?		
		Q 11	Est-ce que vous respectez les doses d'engrais recommandées au repiquage/semis?		
4	Gestion de la culture	Q 12	Est-ce que vous satisfaites les besoins en eau des cultures par l'une ou plusieurs des méthodes d'irrigation suivantes: arrosoir, asperseur, goutte à goutte, et sillon pour obtenir le besoin adéquat en eau des cultures?		
		Q 13	Est-ce que vous assurez le désherbage en temps voulu et utilisez-vous des outils appropriés de désherbage?		
		Q 14	Est-ce que vous appliquez les pratiques de l'épandage d'engrais appropriées en temps voulu, type et dose recommandés, et méthode d'application?		
		Q 15	Est-ce que vous utilisez au moins deux de Gestion Intégrée des Parasites (GIP) suivantes: culturelle, biologique, physique et chimique?		
		Q 16	Est-ce que vous pratiquez l'usage sécurisée et efficace de pesticides : dose appropriées, pesticides recommandés, et le délai d'attente avant récolte?		
5	Récolte	Q 17	Est-ce que vous utilisez au moins l'une de ces indices de récolte : couleur, taille, forme et fermeté?		
6	Manutention post-récolte	Q 18	Utilisez-vous des matériels de stockage/conteneurs de transport/ matériaux de conditionnement standard avec les caractéristiques suivantes: bien aéré, facile à nettoyer et souple minimisant ainsi les détériorations?		
		Q 19	Appliquez-vous une des techniques de valeur ajoutée recommandées : nettoyage, triage, calibrage, conditionnement ou traitement du produit?		
7	Analyse des coûts et recettes	Q 20	Est-ce que vous notez le coût de la production et les ventes et faites-vous une analyse comparative des coûts et recettes afin de déterminer les bénéfices?		
8	Action collective	Q21	Est-ce que vous achetez les intrants agricoles comme les semences, les engrais et les produits chimiques en tant que groupe (achat groupé)?		
		Q22	Est-ce que vous arrangez le transport des produits de manière collective ou bien vendez-vous vos produits collectivement (vente groupé)?		
		Q23	En tant que groupe, choisissez-vous les cultures cibles, et planifiez-vous les stratégies de production/marketing de façon collective avec les membres du groupe?		

Indiquez les changements que vous avez effectués après SHEP. (Ex. Commencé à fabriquer du compost. Commencé à tenir des registres de l'exploitation.)

## 6. Exemple de formation sur la sensibilisation au genre

Au Kenya, une formation appelée «Gender Awareness Training» a été intégrée à la session de formations SHEP et dispensée à tous les groupes d'agriculteurs cibles<sup>4</sup>. La prise de conscience par rapport au genre au Kenya est présentée ici à titre d'exemple<sup>5</sup>. La formation sur la sensibilisation au genre du Kenya est un processus participatif qui comprend quatre principaux exercices: (1) rôles et responsabilités, (2) accès et contrôle des ressources, (3) calendrier quotidien des activités et (4) budget familial des familles. Sur la base de la prise en compte de leurs problématiques sur le genre à travers ces quatre volets, les agriculteurs élaborent (5) un plan d'action genre et le mettent en œuvre.

**Astuce!** *S'il est difficile de parler des questions de genre en raison des normes sociales locales, envisagez de faire participer à la formation les leaders d'opinion locaux tels que les chefs religieux de la communauté. Ils doivent être bien informés à l'avance afin qu'ils soient conscients de l'essence de la formation.*

**Astuce!** *Pendant les discussions de groupe, il est important que le facilitateur crée un environnement convivial pour permettre aux agriculteurs d'interagir confortablement sans jouer le jeu des reproches et se jeter la balle sur le responsable de certaines questions.*

### (1) Exercice sur le rôle et les responsabilités

Les agriculteurs hommes et femmes travaillent séparément dans un groupe, et identifient la tâche dans la production (dans le cas présent, la production de cultures horticoles) et la tâche reproductive (travail domestique) par sexe, en attribuant un total de quatre coches par rangée. Après avoir terminé le travail dans le groupe en utilisant les formats ci-dessous, les groupes masculins et féminins présentent les résultats de leurs discussions et comparent comment les hommes et les femmes perçoivent différemment les rôles en matière de genre dans leur travail au niveau du rôle productif et reproductif. Ils vont ensuite discuter des changements qui peuvent être apportés aux rôles au niveau du genre pour gérer plus efficacement l'exploitation et le ménage. S'il y a beaucoup de participants analphabètes, des images, au lieu de lettres, peuvent être utilisées dans les colonnes d'activités.

#### Rôles productifs <Exemple>

No	Activités	Hommes	Femmes
1	Etablissement de pépinière	✓	✓✓✓
2	Préparation du sol	✓✓✓	✓
3	Transplantation	✓✓	✓✓
4	Application d'engrais	✓	✓✓✓
5	Application de pesticide	✓✓✓✓	
6	Désherbage		✓✓✓✓
7	Récolte	✓	✓✓✓
8	Nettoyage, calibrage, emballage	✓	✓✓✓
9	Marketing	✓✓✓	✓
10	Contrôle du revenu	✓✓✓✓	

4 Etant donné que chez les ménages paysans cibles au Kenya le mari et la femme sont presque toujours très impliqués tous deux dans la production horticole, on considère qu'il est d'organiser des formations qui portent sur le genre en plus d'autres formations bénéfique pour booster la motivation des agriculteurs et améliorer l'efficacité des opérations agricoles.

5 Contactez le bureau de JICA le plus proche pour avoir le programme de formation complet et les matériels développés au Kenya.

### Rôles reproductifs <Exemple>

No	Activités	Hommes	Femmes
1	Faire la cuisine		✓✓✓✓
2	Faire la lessive		✓✓✓✓
3	Aller chercher du bois	✓	✓✓✓
4	Aller chercher de l'eau		✓✓✓✓
5	S'occuper des enfants	✓	✓✓✓
6	S'occuper des malades	✓	✓✓✓
7	Moudre les grains		✓✓✓✓
8	Réparer la maison	✓✓✓	✓
9	Sécurité	✓✓✓✓	

### (2) Exercice sur l'accès et le contrôle des ressources<sup>6</sup>

Les groupes des hommes et des femmes continuent de travailler pour compléter les deux tableaux ci-dessous. Ils identifient quel sexe a accès aux ressources importantes pour différents travaux productifs. Ils identifient également quel sexe a le contrôle sur les mêmes ressources. Les résultats des discussions entre hommes et femmes seront comparés et ils discuteront de la manière dont les restrictions spécifiques à l'accès ou au contrôle des ressources importantes peuvent avoir un impact négatif sur l'exploitation. S'il y a beaucoup de participants analphabètes, des images, au lieu de lettres, peuvent être utilisées dans les colonnes de ressources.

### Accès<sup>7</sup> aux ressources <Exemple>

No	Ressources	Hommes	Femmes
1	Terrain	✓✓	✓✓
2	Outillage du champs	✓✓✓	✓
3	Vache laitière de race améliorée	✓✓✓	✓
4	Chèvre local	✓	✓✓✓
5	Poulet de race locale	✓	✓✓✓
6	Formation en matière d'agriculture	✓✓✓	✓
7	Tomate (comme principale culture)	✓✓	✓✓
8	Poivre (comme principale culture)	✓✓	✓✓

### Contrôle<sup>8</sup> des ressources <Exemple>

No	Ressources	Hommes	Femmes
1	Terrain	✓✓✓✓	
2	Outillage du champs	✓✓✓✓	
3	Vache laitière de race améliorée	✓✓✓	✓
4	Chèvre local	✓✓✓	✓
5	Poulet de race locale	✓✓	✓✓
6	Formation en matière d'agriculture	✓✓✓✓	
7	Tomate (comme principale culture)	✓✓✓✓	
8	Poivre (comme principale culture)	✓✓✓✓	

6 Ressource: Tout ce qu'on peut posséder et utilisés par les agriculteurs, comme un terrain, les outils, les cultures, les bêtes, etc. afin d'en tirer des bénéfices.

7 Accès: L'opportunité de faire usage d'une ressource.

8 Contrôle: Le pouvoir de décider comment la ressource doit être utilisée, qui y a accès, quand peut-on la mettre en vente

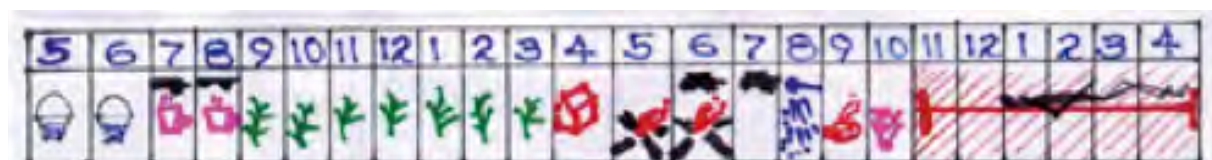
### (3) Exercice sur le programme d'activités de la journée

Les hommes et les femmes établissent des calendriers de leurs activités quotidiennes pour un jour typique de la semaine. Les activités comprennent le travail agricole, le travail domestique comme faire la cuisine et le nettoyage, ainsi que le repos, le sommeil, etc. Dans la discussion en plénière, les hommes et les femmes comparent leurs calendriers d'activités quotidiennes et réfléchissent à une meilleure utilisation du temps par les couples.

#### Programme d'activités de la journée pour les hommes <Exemple>



#### Programme d'activités de la journée pour les femmes <Exemple>



### (4) Exercice sur le budget familial

Les groupes d'hommes et de femmes travaillent séparément pour remplir le montant des dépenses par mois sur la «Feuille du budget familial des agriculteurs» en fonction de leur profil de dépenses annuel typique. Si les agriculteurs ont du mal à écrire des chiffres en raison de problèmes d'alphabétisation, les responsables de la mise en œuvre peuvent leur demander d'utiliser des bonbons, des petits cailloux, etc. pour représenter une certaine quantité d'argent. À la fin de l'exercice, les hommes et les femmes présentent leurs fiches respectives et discutent des problèmes dus au manque de communication entre un mari et une femme sur la budgétisation du ménage, l'utilisation inefficace des ressources financières, etc. Grâce à ce processus, le groupe est invité à explorer ce qu'il peut faire pour une meilleure gestion du budget familial.

#### Feuille du budget familial des agriculteurs

	Rubriques de dépense	JAN	FEV	MARS	AVR	MAI	JUIN	JUIL	AOUT	SEPT	OCT	NOV	DEC	Total
1														
2														
3														
4														
5														
6														
7														
8														
9														
10														
	Total													





Photo: Kenya

### (5) Plan d'action sur le genre

La réalisation de rôles de genre inefficaces, le pouvoir de décision déséquilibré, et le manque de confiance et de communication entre un mari et une femme conduit à la discussion sur la façon dont ils peuvent surmonter ces problèmes. Pour les aider à prendre des mesures concrètes en fonction de leur sentiment d'identité accru, le plan d'action pour l'égalité des sexes décrit ci-dessous sera formulé. Le plan énonce des mesures à prendre pour résoudre certains des problèmes identifiés au cours des quatre exercices précédents. Les groupes d'agriculteurs doivent mettre en œuvre le plan d'action au cours de l'implantation de SHEP.

#### Plan d'action sur le genre <Exemple>

Objectif	Travail très fastidieux	Activités	Ressources	Période	Exécutant	Indicateur de suivi	Superviseur	Remarques
Charge de travail des femmes réduite.	Chercher du bois de chauffe	Achat de foyer amélioré	Monnaie (Ksh.800) Main d'œuvre pour construire la cuisine	Déc 2018	Chaque membre du groupe	Plus de 70% des membres du groupe ont participé	Facilitateur de groupe Comité Exécutif	Quand la vente des produits horticoles dans la saison prochaine a été effectuée

#### Suggestion: Organiser des séances de discussion avec des anecdotes

Les modules de formation (1) à (5) expliqués jusqu'à présent sont ceux de la formation sur la sensibilisation au genre menée au Kenya. Cependant, certains pays peuvent être confrontés à des contraintes financières et humaines pour organiser de telles sessions de formation. Dans ce cas, au lieu d'organiser la formation au genre comme au Kenya, une réunion de discussion pour exposer les agriculteurs cibles à certains des principaux thèmes liés au genre pourrait être bénéfique. Comme exemple d'une telle réunion, on peut présenter aux agriculteurs quelques histoires anecdotiques réelles, comme indiqué ci-dessous, afin que les agriculteurs comprennent facilement à quel point il est important pour les maris et les femmes de participer activement à la gestion agricole. Si les agents d'exécution peuvent organiser des séances de discussion après l'introduction de ces histoires, une telle occasion peut être une bonne occasion pour sensibiliser les agriculteurs.



## Rubrique 6: L'histoire d'un mari dans un ménage agricole



Un jour, j'ai quitté la maison le matin pour chercher un marché pour mes tomates prêtes à être récoltées. Pendant que j'étais à la recherche d'un marché, un acheteur est venu chez moi et a trouvé ma femme. Il a demandé si elle pouvait lui vendre les tomates, mais comme elle n'avait aucune autorité pour prendre des décisions et qu'elle ne connaissait pas mes plans, elle a refusé.

Ma recherche d'un marché a échoué et je suis rentré chez moi où ma femme m'a rapporté les événements de la journée. Je me sentais vraiment coupable et mes tomates se sont pourries car je ne pouvais pas trouver un endroit où les vendre.

Demandez aux agriculteurs:

- ✓ Cette situation vous est-elle familière?
- ✓ Quelle est la cause de ce problème à votre avis?
- ✓ Comment peut-on éviter ce genre de situation à votre avis?



## Rubrique 7: L'histoire d'une épouse dans un ménage agricole

Mon mari m'a dit «J'ai entendu dire que le chou-fleur est rentable. Produisons des choux-fleurs sur toutes nos champs». Je me suis opposée à lui et lui ai dit «Oui, mais à peu près la moitié de notre terrain, pas la totalité le terrain » parce que j'ai vu beaucoup d'autres agriculteurs ont déjà cultivé des choux-fleurs. Et j'ai entendu beaucoup de gens dire qu'ils voulaient produire des choux-fleurs. Je savais qu'au moment de la récolte, le prix baisserait. Mon mari ne m'a pas écoutée et j'ai fait ce qu'il voulait. Nous avons fait une énorme perte à la fin de la saison. Mais après cette expérience malheureuse, mon mari a commencé à me demander «Quelle culture à ton avis est bonne pour cette saison?»



Photo: South Africa

Demandez aux agriculteurs:

- ✓ Cette situation vous est-elle familière?
- ✓ Quelle est à votre avis la cause de ce problème?
- ✓ Comment peut-on éviter ce genre de situation à votre avis?

J'avais l'habitude de compter l'argent en secret dans les toilettes.



C'est vrai. J'aime travailler avec toi. Nous nous faisons confiance car nous sommes une équipe.

Mais maintenant tu es devenu un meilleur mari, discutant avec moi des divers questions de comptabilité portant sur l'exploitation et sur la famille.

## **PARTIE 3 - CONSEIL**

La 3<sup>ème</sup> Partie «Conseil» fournit des informations supplémentaires utiles pour la mise en œuvre de l'approche SHEP.

## 1. FAQ (Foire aux questions)

Voici quelques questions souvent posées par les responsables de la mise en œuvre de SHEP à travers le monde. Partant des différentes expériences que des responsables ont eues dans la mise en œuvre et des planificateurs du SHEP au Kenya et à l'étranger, certaines réponses sont préparées comme indiqué ci-dessous. Inutile de dire qu'il n'existe pas de réponse unique à ces types de questions. On encourage les lecteurs à trouver leurs propres réponses en travaillant avec les agriculteurs sur le terrain.

### 1.1. Questions concernant l'applicabilité et les méthodes SHEP

Q1. L'approche SHEP est-elle réservée à l'horticulture? Peut-on l'appliquer à d'autres activités agricoles telles que la culture de céréales et l'élevage?

R1. L'approche SHEP peut également être appliquée à d'autres sous-secteurs de l'agriculture. La JICA promeut l'approche SHEP dans divers sous-secteurs agricoles ainsi que dans d'autres pays en dehors de l'Afrique. Par exemple, il y a à Madagascar un projet rizicole utilise l'approche SHEP. En Namibie, la promotion de l'élevage est maintenant planifiée en utilisant l'approche SHEP. Les agriculteurs ciblés au Pakistan essaient maintenant de comprendre les besoins du marché en matière d'élevage et d'améliorer leurs pratiques commerciales en matière d'élevage, selon la préférence du marché. D'autres sous-secteurs comme la promotion de divers céréales, pêcheries ou agro-industries peuvent également être des utilisateurs potentiels de l'approche SHEP du moment que l'initiative vise à combler le fossé d'information entre les producteurs et les acteurs du marché. En fait, bon nombre d'agriculteurs du programme SHEP appliquent les connaissances qu'ils ont acquises dans le cadre du programme SHEP à d'autres activités génératrices de revenus, comme l'élevage de bétail et la transformation des aliments, sans aucune incitation de la part du personnel de l'Etat.

Q2. Les agriculteurs ne seront-ils pas démotivés une fois que la mise en œuvre de formation SHEP est terminée? Comment puis-je garder le haut niveau de leur motivation même après l'intervention de SHEP?

R2. En général, les agriculteurs qui ont obtenu leur certificat lors de la formation SHEP ne sont pas démotivés. Il est vrai qu'après l'intervention intensive des sessions du



Photo: Takeshi Kuno/JICA, Kenya

stage de formation SHEP, les visites des agents de vulgarisation auprès des groupes soient moins fréquentes. Cependant, étant donné que la relation entre les groupes d'agriculteurs et les agents de vulgarisations est beaucoup plus marquée qu'auparavant, ils peuvent communiquer fréquemment par téléphone et garder une relation étroite. En outre, vu que les groupes d'agriculteurs ont établi des réseaux d'affaires avec les acheteurs, fournisseurs d'intrants agricoles, les entreprises de transformation alimentaire, les institutions financières, les instituts de recherche, et ainsi de suite, par le biais de leur participation à SHEP, ils peuvent continuer les interactions et les transactions commerciales avec eux sans un soutien individuel de la part du personnel de vulgarisation. Les responsables de la mise en œuvre du programme SHEP doivent au début de la formation expliquer aux agriculteurs cibles que le programme SHEP vise à créer des exploitations agricoles autosuffisantes.

- Q3. En quoi le SHEP est-il différent des autres programmes comme le Farmer Business School (FBS)? Est-ce qu'ils ne favorisent pas l'agriculture orientée vers le marché?
- R3. C'est vrai que SHEP et FBS essaient de promouvoir «l'agriculture comme un business en tant qu'entreprise». FBS invite généralement les représentants d'un groupe et leur offre des sessions de formation intensive. Les représentants des agriculteurs sont censés diffuser les connaissances aux autres membres du groupe après leur participation aux formations FBS. SHEP, d'autre part, offre des possibilités de formation à tous les membres du groupe et les aide à y acquérir de nouvelles compétences et à les mettre en pratique de nouvelles par la méthode « apprentissage par la pratique ». Par conséquent, les choses avancent immédiatement à cause de cela. Certains responsables de la mise en œuvre de SHEP ont également déclaré que l'approche SHEP rapproche les agriculteurs et le personnel de vulgarisation et qu'ils commencent à se faire confiance, ce qui constitue un avantage supplémentaire de SHEP. Dernier point, mais non des moindres, SHEP promeut non seulement l'agriculture orientée vers le marché, mais aussi la motivation des agriculteurs à la pratiquer sur la base de la théorie de l'autodétermination. C'est un point tout à fait unique chez SHEP.
- Q4. En quoi SHEP est-il différent du programme de développement de la chaîne de valeur?
- R4. Les deux programmes essaient de parvenir à une économie de marché efficace en établissant des liens commerciaux plus solides entre les parties prenantes sur la chaîne de valeur de certains produits. Alors que l'approche de développement de la chaîne de valeur propose souvent des plateformes où tous les acteurs de la chaîne ont la possibilité de dialoguer, SHEP met un accent particulier sur le développement des capacités des agriculteurs afin qu'ils puissent eux-mêmes identifier les acteurs du marché les plus pertinents pour leur entreprise agricole et leur propre initiative et établir des réseaux d'affaires avec ces acteurs. Bref, SHEP met l'accent sur la motivation et les compétences autonomes des agriculteurs afin de développer et tirer parti de la chaîne de valeur par eux-mêmes.
- Q5. Quelles sont les principales différences entre l'étude de marché et le forum de rencontres des parties prenantes si tous les deux visent à combler le gap d'informations entre les agriculteurs et les acteurs du marché?
- R5. Les deux activités ont essentiellement le même objectif, c'est-à-dire aborder l'asymétrie de l'information. Cependant, les exécutants et les agriculteurs des pays qui appliquent SHEP ont identifié quelques différences: (1) Les gens ont plus de temps pour des discussions détaillées et ciblées dans un environnement serein pendant le Forum de rencontres des parties prenantes, plus de temps que dans l'étude de marché. (2) Comme les études de marché sont effectuées par les agriculteurs eux-mêmes, les agriculteurs peuvent les organiser aussi souvent qu'ils le souhaitent - en fait, régulièrement - sans l'aide du gouvernement ; alors que le Forum de rencontres des parties prenantes est généralement organisé une fois par an, seulement lorsque les ressources du côté du gouvernement sont disponibles. Par conséquent, les deux activités programmes ont des avantages et des inconvénients différents.



Photo: Senegal

## 1.2. Questions sur les défis en matière de marketing

- Q1. Pour obtenir plus de profit, n'est-il pas préférable de conseiller aux agriculteurs de «sauter» les intermédiaires et de négocier directement avec les grossistes ou les détaillants plutôt que de les encourager à avoir une bonne relation d'affaires avec les intermédiaires?
- R1. C'est vrai qu'il existe de nombreux cas où les groupes d'agriculteurs ont augmenté leur rentabilité en sautant les intermédiaires. Cependant, pour les agriculteurs qui vivent dans des zones enclavées, le transport est un gros problème et ils ont peu d'options par rapport au lieu où vendre leurs produits. Il se peut que l'unique option soit de vendre aux intermédiaires. Dans ce cas, il est conseillé de chercher une bonne relation d'affaires avec des intermédiaires, plutôt que de les éliminer. Il existe également d'autres cas où les groupes d'agriculteurs comparent deux scénarios à partir des informations recueillies lors de l'étude de marché: (1) vendre à des intermédiaires dans le champs ou (2) transporter la récolte et la vendre à un grossiste. Ils peuvent choisir de vendre à des intermédiaires parce que la rentabilité est élevée ou parce que le risque est faible. L'important est que les agriculteurs prennent conscience des acteurs du marché et des choix qu'ils ont.
- Q2. L'incapacité des petits agriculteurs à fournir des cultures en permanence au marché constitue l'un des principaux défis. Comment les agriculteurs SHEP surmontent-ils ce problème?
- R2. Puisque SHEP travaille avec des groupes d'agriculteurs, il essaie d'en tirer le meilleur parti. En ce qui concerne la question de la constance de l'approvisionnement, les groupes d'agriculteurs prospères, planifient et coordonnent la période de la récolte du temps parmi les membres du groupe afin qu'ils puissent fournir en permanence leurs récoltes au marché. SHEP les aide avec ce processus en leur apprenant comment préparer le calendrier de récolte.
- Q3. Comment les petits agriculteurs peuvent-ils commencer à fournir leurs produits aux supermarchés?
- R3. Dans la plupart des cas, l'approvisionnement des supermarchés n'est pas facile pour les petits agriculteurs en raison des exigences strictes des supermarchés en matière de qualité. Les agriculteurs commencent avec les marchés locaux et améliorent progressivement leurs compétences de production pour répondre aux besoins des supermarchés. Il est préférable de faire un petit pas à la fois.

## 1.3. Questions concernant les formes d'assistance

- Q1. Le programme SHEP peut-il vraiment atteindre un taux de participation élevé même s'il ne fournit aucune aide financière ou matérielle aux agriculteurs? Je crains que la présence des agriculteurs ne s'amointrisse petit à petit.
- R1. Selon la théorie de l'autodétermination, ce n'est pas une bonne approche de dire «Venez à la formation et vous obtiendrez une aide matérielle» car les besoins



Photo: Takeshi Kuno/JICA, Kenya

psychologiques des agriculteurs en matière d'autonomie seraient contrecarrés et ils viendraient à la formation pour recevoir des dons. Il est extrêmement important pour les responsables de la mise en œuvre, avant de démarrer les activités SHEP, d'expliquer clairement aux agriculteurs que SHEP est une formation purement axée sur le renforcement des capacités et ne fournit aucun soutien matériel. Assurez-vous de choisir les agriculteurs qui sont disposés à participer à SHEP après avoir entendu cette explication. Cela dit, ce n'est pas que SHEP n'appuie pas la question du manque de moyens financiers des agriculteurs. SHEP aide les agriculteurs à avoir accès à une aide financière ou matérielle. Cela se fait en les reliant aux parties prenantes concernées, telles que les ONG, les institutions financières et les services gouvernementaux, par le biais du Forum de rencontres des parties prenantes et d'une étude de marché. L'important est que les agriculteurs prennent l'initiative d'établir des relations avec les parties prenantes qui peuvent fournir une assistance matérielle variée, car SHEP soutient le besoin psychologique d'autonomie des agriculteurs.

Q2. Un appui matériel s'avère parfois crucial pour la survie des populations du villageois. Mais SHEP essaie de ne pas apporter de soutien financier ou matériel aux agriculteurs. SHEP refuse-t-il l'aide humanitaire?

R2. L'aide humanitaire est absolument nécessaire dans les situations d'urgence telles que les catastrophes et les conflits. SHEP est conçu pour être appliqué non pas dans une telle situation d'urgence, mais dans une situation normale parce que l'objectif de SHEP est de renforcer la capacité des agriculteurs à mener leurs activités agricoles de manière durable. SHEP cible également les agriculteurs qui sont au-dessus du niveau de subsistance. En d'autres termes, ils ont une certaine capacité financière à investir dans des entreprises horticoles et il n'est pas nécessaire que le gouvernement leur fournisse un soutien matériel pour lancer des activités SHEP. Quant aux agriculteurs de subsistance, ils doivent être soutenus par une approche différente de SHEP.

Q3. De nombreux agriculteurs manquent d'infrastructures de base pour la production agricole ou ont besoin de fonds de démarrage pour développer leurs activités agricoles. Ils ont besoin de prêts. Est-ce que SHEP fournit des prêts aux agriculteurs?

R3. Pas directement. Cependant, à travers le Forum de rencontres des parties prenantes ou une étude de marché, les agriculteurs ont la possibilité de se rapprocher des banques, des institutions de microfinance ou des ONG qui leur accordent des prêts. De nombreux agriculteurs SHEP au Kenya reçoivent des prêts de ces institutions pour l'expansion de leurs activités horticoles.



Photo: Takeshi Kuno/JICA, Kenya

Q4. Le programme SHEP ne devrait-il pas mettre l'accent sur l'exportation et la transformation pour ajouter une valeur élevée aux cultures horticoles?

R4. On peut inviter les exportateurs et les entreprises de transformation au Forum de rencontres des parties prenantes ou les consulter pour une étude de marché. De nombreux agriculteurs kenyans ont réussi à exporter des légumes en Europe.



Cependant, il faut se rappeler que l'objectif de SHEP n'est pas nécessairement d'amener les agriculteurs à exporter ou à ajouter de la valeur aux cultures horticoles. Tant que les agriculteurs améliorent leurs activités agricoles, peu importe que leurs revenus proviennent de l'exportation ou des ventes domestiques. Le plus important est d'aider les agriculteurs à trouver la manière de mener les affaires qui convient le mieux à leur situation.

#### 1.4. Questions concernant le ciblage

- Q1. Pouvons-nous mettre en œuvre SHEP si la majorité des agriculteurs sont illettrés?
- R1. C'est possible bien sûr. En fait, de nombreux pays / régions qui mettent en œuvre le programme SHEP comptent un nombre important d'agriculteurs analphabètes comme bénéficiaires. Il faut toutefois que les responsables de la mise en œuvre conçoivent divers moyens pour surmonter les difficultés liées à l'analphabétisme, notamment en élaborant des matériels didactiques visuellement attrayants, en demandant aux agriculteurs lettrés d'aider leurs membres analphabètes à lire et à écrire.
- Q2. Est-ce que SHEP peut cibler un grand groupe d'agriculteurs composés de plus de 100 membres?
- R2. Il est possible d'avoir un groupe cible qui dépasse 100 membres. Cependant, nous devons être très prudents sur des questions telles que la diffusion efficace de l'information parmi les membres et la garantie d'une prise de décision démocratique. Pour cette raison, à des fins pratiques, vous pouvez demander au groupe de se diviser en plusieurs sous-groupes pendant les sessions de formation, sans affecter leur sentiment d'unité en tant que groupe.
- Q3. Que devons-nous faire Et s'il n'y a pas de groupes d'agriculteurs organisés dans la zone cible?
- R3. Le groupe n'a pas besoin d'être un groupe formel. Les groupes non enregistrés ou les groupes informels peuvent également être la cible de SHEP tant qu'il existe un véritable sentiment d'unité chez les membres du groupe. Il est également possible de mettre en œuvre l'approche SHEP pour des agriculteurs individuels si les agriculteurs de la zone cible travaillent sur une base individuelle uniquement sans appartenir à aucune forme de groupe. Dans ces cas, il peut être difficile de planifier des activités en tant que groupe lors de l'établissement du calendrier cultural. Les exécutants doivent encourager les agriculteurs à élaborer un plan au niveau individuel.

#### 1.5. Questions concernant les agents et les systèmes de vulgarisation

- Q1. SHEP augmentera-t-il la charge de travail des agents de vulgarisation ?
- R1. L'expérience donne à penser que la charge de travail du personnel pourrait augmenter légèrement, en particulier lorsqu'il effectue de nouvelles activités dans le domaine du marketing. Cependant, de nombreux agents de vulgarisation affirment que leur travail est devenu plus facile parce qu'ils ne reçoivent



Photo: Ethiopia

plus beaucoup d'appels téléphoniques de la part des agriculteurs leur demandant où vendre leurs produits pendant les mois de récolte. Les agents de vulgarisation sont aussi plus satisfaits qu'auparavant, car ils peuvent constater l'amélioration des moyens de subsistance des agriculteurs améliorer et que leur travail est apprécié par les agriculteurs. En effet, SHEP motive non seulement les agriculteurs mais motive également les agents de vulgarisation.

- Q2. Le programme SHEP peut-il être mis en œuvre si le nombre d'agents de vulgarisation est très limité?
- R2. Oui, tant qu'on apporte des modifications au processus de mise en œuvre standard. Par exemple, le Rwanda a surmonté ce problème en introduisant l'approche de vulgarisation agriculteur à agriculteur (champs écoles) pour la diffusion des techniques de production.

## **1.6. Questions en matière de ressources financières**

- Q1. SHEP peut-il être mis en œuvre si les ressources financières sont très limitées du côté du gouvernement?
- R1. Oui. Ce manuel est conçu pour les cas où les ressources financières pour la mise en œuvre sont limitées. Si vous suivez les instructions du manuel, vous vous verrez que les activités sont simples et rationalisées, de sorte qu'elles ne nécessitent pas un budget important. L'approche SHEP peut, en fait, être incorporée dans le travail de routine de vulgarisation quotidien sans beaucoup de ressources financières supplémentaires.

## **1.7. Questions en matière de genre**

- Q1. Le genre est un sujet sensible. Les agriculteurs sont-ils disposés à discuter de cette question?
- R1. L'expérience du Kenya suggère que les agriculteurs, hommes et femmes, sont très contents des activités de SHEP liées au genre. Le genre est l'un des sujets de formation les plus populaires chez les agriculteurs SHEP au Kenya. Ils aiment le thème du genre dans SHEP parce qu'il se concentre toujours sur l'amélioration des affaires agricoles, pas sur la critique des problèmes liés au genre.

## 2. Ressources

Pour la promotion de l'Approche SHEP, la JICA a préparé divers matériels de référence/éducatifs. Voici une liste de quelques matériels auxquels vous avez accès sur l'Internet. Si vous avez besoin d'informations supplémentaires, contactez le bureau de JICA dans votre pays.

► Site web de SHEP

[https://www.jica.go.jp/english/our\\_work/thematic\\_issues/agricultural/shep/fr\\_shep.html](https://www.jica.go.jp/english/our_work/thematic_issues/agricultural/shep/fr_shep.html)



► Facebook SHEP

<https://www.facebook.com/jicashep/>



► Les petits exploitants agricoles effectuent des changements pour réussir sur le marché  
L'Approche SHEP se répand dans toute l'Afrique.

<https://www.youtube.com/watch?v=rT-UdLbi4sQ>



- ▶ Matériel didactique multimédia de la JICA-Net sur l'Approche SHEP (Ver. courte 6min, Ver. longue 26min)

Ver. longue 26min: <https://www.youtube.com/watch?v=czyYUuYnhZw>

Ver. courte 6min: <https://www.youtube.com/watch?v=czByErHzGWo&t=0s>



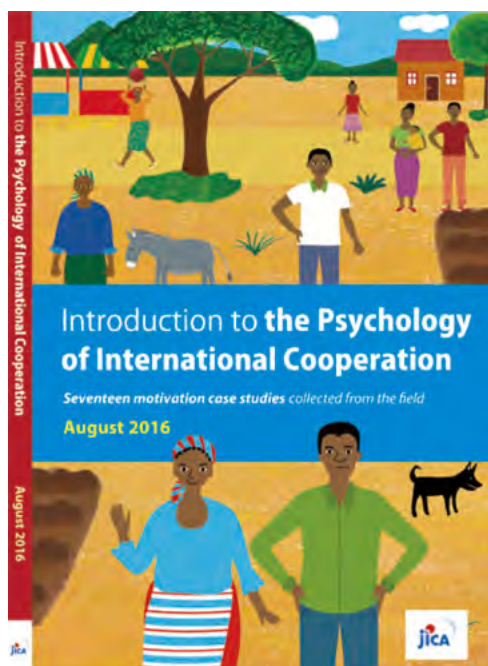
- ▶ Jeu Vidéo SHEP "Fun Fun Farming!"

<https://www.youtube.com/watch?v=43UX1Sxqqf8>



- ▶ livret " Psychologie approfondie de la coopération internationale"

<http://libopac.jica.go.jp/images/report/12092201.pdf>



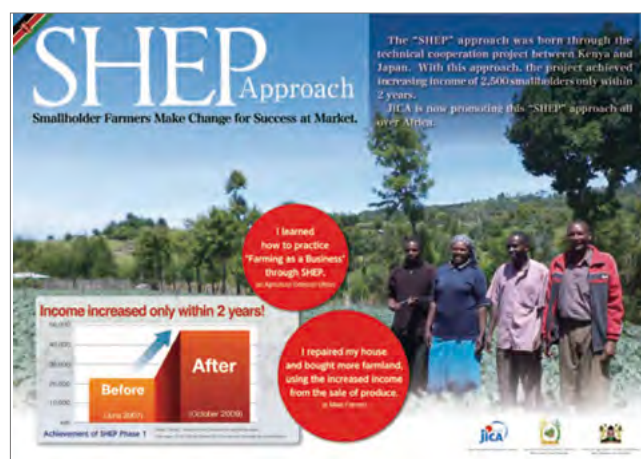
► Brochure SHEP «JAPAN Brand SHEP (Septembre 2016)»

[https://www.jica.go.jp/french/publications/japan\\_brand/c8h0vm0000a4sxzz-att/japan\\_brand\\_08\\_fr.pdf](https://www.jica.go.jp/french/publications/japan_brand/c8h0vm0000a4sxzz-att/japan_brand_08_fr.pdf)



► “Brochure SHEP” (Mars 2013)

[https://www.jica.go.jp/english/our\\_work/thematic\\_issues/agricultural/c8h0vm00009u15bk-att/shep\\_04\\_fr.pdf](https://www.jica.go.jp/english/our_work/thematic_issues/agricultural/c8h0vm00009u15bk-att/shep_04_fr.pdf)



► Approche SHEP ~Les Agriculteurs de Petite Taille Créent un Changement pour le Succès au Marché.~ (Février 2014)”

[https://www.jica.go.jp/english/our\\_work/thematic\\_issues/agricultural/c8h0vm00009u15bk-att/shep\\_05\\_fr.pdf](https://www.jica.go.jp/english/our_work/thematic_issues/agricultural/c8h0vm00009u15bk-att/shep_05_fr.pdf)



► Brochure SHEP «Technologie Do-noh – Amélioration des pistes rurales»

[https://www.jica.go.jp/english/our\\_work/thematic\\_issues/agricultural/shep/c8h0vm0000bm5dqa-att/Do-Nou.pdf](https://www.jica.go.jp/english/our_work/thematic_issues/agricultural/shep/c8h0vm0000bm5dqa-att/Do-Nou.pdf)



► SHEP Canal YouTube

“Technologie DO-NOH «Amélioration des pistes rurales» Kenya SHEP-UP (2012)“

<https://www.youtube.com/watch?v=bzYt8znD6OQ>





ISBN978-4-86357-079-5

