



LE RÔLE DES MÉDIAS

dans le développement agricole et rural des pays ACP

SÉMINAIRE ANNUEL DU CTA
BRUXELLES, BELGIQUE
12-16 OCTOBRE 2009

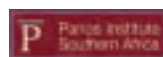


SYNTHÈSE DES TRAVAUX DU SÉMINAIRE

<http://annalseminar2009.cta.int>



Organisé par le CTA en collaboration avec :



PHOTOS

Couverture & p. 3 : K. Hackshaw,
G. Rambaldi, GRET
p. 7 : CTA
p. 8 : K. Hackshaw
p. 12 : S. Ouattara
p. 13 : K. Hackshaw

p. 14 : K. Hackshaw
p. 15 : R. H. Neun,
p. 16 : S. Ouattara, T. Murray
p. 19 : B. Guisse, CMA/AOC
p. 72 : K. Hackshaw
p. 73 : K. Hackshaw

p. 74 : K. Hackshaw
p. 75 : K. Hackshaw



LE RÔLE DES MÉDIAS

dans le développement agricole et rural des pays ACP



PUBLIÉ PAR

Le Centre technique de coopération agricole et rurale ACP-UE (CTA)
Postbus 380 - 6700 AJ Wageningen
Pays-Bas
Tél : (31) 317 467 100
Fax : (31) 317 460 067
E mail : cta@cta.int - Site web : www.cta.int

COMPILATION

CTA

EDITING

Jacques Bodichon,
France

GRAPHISME

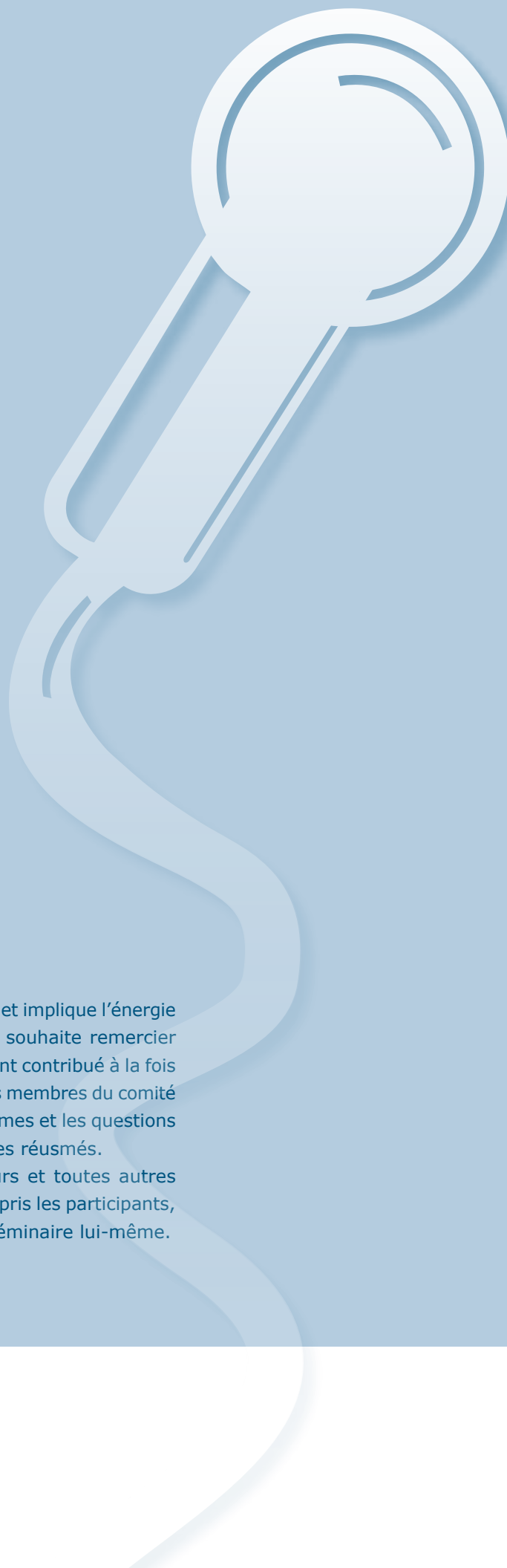
www.acg-bxl.be

IMPRESSION

Information, Press, Oxford, UK

© CTA 2010

ISBN : 978 92 9081 430 6



REMERCIEMENTS

L'organisation d'un séminaire n'est pas chose aisée et implique l'énergie collective d'un certain nombre d'invidus. Le CTA souhaite remercier l'apport de tous les individus et organisations qui ont contribué à la fois au séminaire et au présent document. Ceci inclut les membres du comité directeur, qui ont aidé à façonner et former les thèmes et les questions à discuter, et aussi ont contribué à l'évaluation des résumés.

Nous souhaitons également remercier les auteurs et toutes autres personnes qui ont contribué à ce document, y compris les participants, aussi bien de la discussion électronique que du séminaire lui-même.

ATTENTES

Aude Ehlinger, responsable des partenariats au Cameroun et au Burkina Faso de l'ONG SOS faim

Au début du séminaire, j'ai trouvé que les thèmes traités étaient un trop généraux, ce qui me laissait sur ma faim. J'avais l'impression qu'ont répétait encore ce qu'on avait l'habitude d'entendre dans d'autres séminaires. Heureusement qu'au fur et mesure qu'on avançait, on a pu rentrer dans des exemples plus concrets. Entre les expériences de terrain mettant en avance les limites rencontrées dans le travail qui vise à renforcer l'information sur l'agriculture et par les agriculteurs. Je pense que le séminaire va déboucher à des propositions concrètes. Je pense que le document qui sortira de cette rencontre sera d'une grande qualité.

Modeste Shabani Bin Sweni de la RDC

Je suis pleinement satisfait de la façon dont cet atelier a été organisé et surtout de la qualité des participants à ce séminaire. CTA a de bons critères pour sélectionner les participants. Tout le monde, malgré le nombre important, a participé activement. Les gens avaient tendance à partager systématiquement leurs connaissances. Il n'avait pas comme on l'habitude de le voir dans certaines rencontres, des figurants. Tout le monde. En plus de tout cela j'ai eu un prix dans la catégorie meilleur projet communautaire ce qui est un grand plus d'abord pour moi-même. Cela veut dire que ce que nous faisons comme travail est aussi important pour mériter un prix au niveau international. Je suis le seul congolais qui a participé à ce séminaire et voilà que je repars avec un prix. Je suis donc très comblé.

Le directeur général du CTA, Dr Neun

C'était une rencontre formidable. Nous avons pu faire connaissance avec des experts venant de tous les pays membre du CTA c'est-à-dire de l'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique. Le thème du séminaire sur le rôle des médias dans l'agriculture était très passionnant. Les recommandations montrent qu'il y'a des attentes énormes que nous en tant que petite institution ne pouvons pas tout satisfaire. Nous avons un budget modeste. Mais je crois qu'ensemble avec nos partenaires dans les pays ACP allons essayer de nous partager les rôles pour pouvoir donner réponse à certaines solutions préconisées. Comme nous l'avons déjà commencé nous allons renforcer nos interventions dans le domaine du renforcement des capacités des journalistes. Par exemple nous pourrions appuyer les journalistes organisés en réseau s'ils nous soumettent des projets de formation pertinents.

TABLE DE MATIÈRES

Remerciements	4	V Résumés	22
Attentes	5	Traitement des questions de développement agricole et rural par les médias	22
Préface	7	Médias et vulgarisation et apprentissage agricoles	25
I Introduction	8	Médias et changement climatique	28
1.1 Contexte	8	Médias et égalité des sexes	30
1.2 Le séminaire en chiffres	9	Financement des médias dans le DAR	33
II Articles	11	Média et zones arides et semi-arides	34
2.1 Rapport de synthèse	11	Communication entre les médias et les autres acteurs du DAR	36
2.2 Résumé du Briefing de Bruxelles	13	Contribution des médias à la programmation de la politique agricole, et à la gestion des connaissances	39
2.3 L'âge de la raison	14	Environnement institutionnel des médias : renforcer les capacités des médias dans le développement agricole et rural	41
III Média	14	Médias, nouveau service média émergent et TIC	43
3.1 Couverture médiatique	14	Recommandations des groupes de travail	45
3.2 Programme TV spécial sur les medias et l'agriculture dans les pays ACP	15	VI Annexes	47
3.3 Le Blog du Séminaire du CTA, un agrégateur de contenu	16	6.1 Programme	47
IV Résultats	17	6.2 Liste des participants	54
4.1 Résumé du blog pré-séminaire	17	6.3 Programme du 25 ^{ème} anniversaire	71
4.2 Rapport de la discussion électronique pré-conférence	19	6.4 Lauréats du prix médiatique	72
4.3 Déclaration de Bruxelles	20	6.5 Plus d'information sur les lauréats	73
		6.6 La route a été longue mais elle en valait la peine !	76
		6.7 Articles du blog pré-séminaire	77
		7.1 Acronymes & Abréviations	91
		7.2 Commander des rapports des séminaires précédents	92

PRÉFACE



Les médias peuvent-ils participer pleinement au développement agricole et rural ? Et, si oui, de quelle manière dans le contexte des pays ACP ?

Telles sont les questions abordées par le CTA lors de son séminaire annuel, entre le 12 et le 16 Octobre 2009, à Bruxelles (Belgique).

Les statistiques actuelles indiquent que l'agriculture ne contribue qu'à hauteur de 4 à 6 % des PIB des pays ACP. Cela explique certainement la faiblesse des investissements publics dans le secteur agricole dans la plupart des pays ACP. Mais dans de telles conditions, comment imaginer que les médias puissent s'intéresser à un aspect aussi "insignifiant" ? Mieux vaut regarder les chiffres d'un peu plus près.

Selon une étude de l'Inter-American Institute for Cooperation on Agriculture (IICA), les statistiques sont incomplètes et ne reflètent pas la contribution réelle de l'agriculture. L'Argentine a d'ailleurs réévalué son estimation originelle de 4,6 % à 32,3 % pour y inclure toute la chaîne marchande (transport, stockage, transformation, etc.) ; le Brésil a fait passer la sienne de 4,3 % à 26,2 % ; et aux Etats-Unis, où seulement 2 % de la population travaille dans l'agriculture, on sait bien qu'environ 25 % supplémentaire œuvre dans l'industrie alimentaire. Enfin la Banque Mondiale, dans une étude intitulée "*Beyond the City: The Rural Contribution to Development in Latin America and the Caribbean*"¹ a elle-même révisé son estimation première concernant la part moyenne du secteur rural dans les PIB pour la faire bondir de 26 % à 41 %.

En d'autres mots, l'agriculture et le développement rural sont des affaires considérables. Il s'agit d'un secteur aussi "business" et aussi séduisant, qui mérite davantage de couverture médiatique.

J'ai travaillé en Afrique durant 20 ans et je peux témoigner que les médias, bien souvent, ne se préoccupent de l'agriculture qu'en cas de catastrophes naturelles, de pertes des récoltes, de crises alimentaires ou tout simplement lors des cérémonies de lancement de grands projets.

Pourtant, l'agriculture est revenue en force sur l'agenda international du développement. J'en veux pour preuve les études précédentes et la récente décision du G8 de mobiliser 20 milliards d'Euros sur 3 années afin de promouvoir la production agricole.

Chaque jour, le CTA se mobilise pour convaincre les hommes politiques et leurs concitoyens. Il s'efforce de leur faire prendre conscience de l'importance du développement rural et du poids de l'agriculture. Mais il œuvre aussi sans cesse afin de sensibiliser les media, comme ce fut le cas lors d'un séminaire aux Bahamas, en octobre 2006, théâtre d'un mémorable échange de vues entre journalistes et représentants des ministères de l'Agriculture aux Caraïbes.

Car il est temps que les médias, à leur tour, assument pleinement leur responsabilité et favorisent une nouvelle perception de l'agriculture. Sans eux, c'est un combat perdu d'avance.

Le séminaire, organisé à l'occasion de la "Semaine du CTA" à Bruxelles, a réuni les différents acteurs des pays ACP pour promouvoir un vaste dialogue visant à mieux saisir la réalité des interactions entre média, décideurs politiques et communautés rurales.

Au cours de cette semaine, le CTA a également célébré son 25^{ème} Anniversaire. Belle occasion pour renforcer les relations de partenariat avec nos autorités de tutelle, en particulier la Commission de l'Union Européenne et le Secrétariat Général ACP. Et pour les remercier de nous avoir accompagnés au cours de ces 25 dernières années, favorisant la reconnaissance de notre savoir-faire et de notre efficacité par tous nos partenaires.

J'adresse aussi mes sincères remerciements à tous ceux qui se sont dépensés sans compter pour que ce séminaire soit un réel succès. Je pense particulièrement aux différents membres du comité de pilotage, à toute notre équipe, y compris nos stagiaires, qui eux aussi ont travaillé très dur.

Je remercie enfin tous les participants pour leurs contributions actives aux travaux et débats.

Je vous souhaite une bonne lecture et vous invite à continuer de partager vos idées à travers la communauté Media4Dev (...) que nous venons de mettre en place.

Dr Hansjörg Neun
Directeur du CTA
2005 - février 2010

¹ Guillermo E. Perry, William Foster, Daniel Lederman, Alberto Valdes, David M. De Ferranti. *Beyond the city: The Rural Contribution to Development*. World bank, Washington, DC.



INTRODUCTION

1.1 CONTEXTE

Les conséquences des crises alimentaire, économique et financière sur l'agriculture et le développement rural ont fait l'objet de très nombreux débats dans les sphères politiques internationales au cours de ces dernières années.

Le retour de l'agriculture au sommet de l'agenda du développement est une réalité.

Parmi les études et rapports réalisés sur le sujet par d'importantes institutions multilatérales figurent :

- Le rapport d'étape de 2003 sur le Programme intégré pour le développement de l'agriculture en Afrique (CAADP) du Nouveau partenariat pour le développement de l'Afrique (NEPAD) ;
- le Rapport 2008 de la Banque mondiale sur le développement dans le monde ;
- le Rapport 2009 de la FAO sur l'état de l'insécurité alimentaire et de l'agriculture dans le monde ;
- les analyses présentées aux différentes réunions des ministres de l'Agriculture du G8.

Dans les pays ACP, ces sujets sont trop souvent ignorés par les médias ou alors traités de manière superficielle. Pour y remédier, les médias doivent assurer une couverture plus fiable de l'actualité sur le développement et une diffusion appropriée de l'information auprès des décideurs politiques et des communautés rurales très souvent analphabètes et qui sont les plus durement affectées par ces crises.

Malgré l'engagement pris lors de la déclaration de Maputo (2003) de consacrer 10% du PIB au secteur agricole, la contribution budgétaire à ce secteur reste encore très faible en particulier par manque de sensibilisation sur l'importance de l'agriculture.

Les médias ont un rôle à jouer sur le front du financement et de l'investissement du secteur agricole. Ils peuvent par la sensibilisation, inciter les décideurs politiques à s'impliquer activement dans des processus d'innovations agricoles et rurales.

C'est dans ce contexte que le CTA a organisé le séminaire international sur le Rôle des médias pour le développement agricole et rural dans les pays ACP. Cette rencontre s'est tenue à Bruxelles (Belgique) du 12 au 16 Octobre 2009 et s'était assigné comme objectifs de :

- contribuer à l'élaboration de stratégies à même de renforcer la capacité des médias à accéder et à diffuser l'information sur les questions clés concernant l'agriculture ACP ;
- améliorer la communication entre les médias et les autres acteurs impliqués dans le développement agricole et rural ;
- contribuer à l'identification de programmes d'appui aux médias.

Le Séminaire a réuni plus de 170 experts représentant les principaux acteurs de l'interface médias/développement agricole et rural : journalistes de la presse écrite, de la radio rurale et de la télévision, chercheurs, représentants d'organes de presse, spécialistes de la communication dans les services publics et dans les projets de développement, décideurs provenant des six régions ACP (Afrique de l'Ouest, du Centre, de l'Est et Australe, Caraïbes et Pacifique), d'institutions nationales des pays de l'UE et d'organisations régionales et internationales. Les travaux du séminaire ont porté sur les thèmes suivants :

- Couverture médiatique des questions de développement agricole et rural
- Communication entre les médias et les autres acteurs du développement agricole et rural
- Médias et financement du développement agricole
- Renforcement des capacités des médias
- Le rôle des nouvelles technologies dans le développement des médias

Le contenu du séminaire a été alimenté par des activités pré-séminaire, telles que la discussion électronique dont les contributions de plus de 2000 experts ont enrichi les travaux du



Briefing de Bruxelles



Prix média



Rapports journaliers

séminaire. Les expériences pratiques des médias dans les communautés des différentes régions ACP ont été aussi illustrées par les vidéos insérées dans l'émission spéciale TV enregistrée pendant l'événement et diffusée dans plus de 30 pays ACP.

Le Brussels Briefing qui a eu lieu le premier jour du séminaire a posé le ton pour le séminaire en examinant la question avec la perspective à la fois des journalistes et des décideurs politiques et acteurs. Il a examiné les rôles possibles pour les médias dans le développement et a considéré comment ils pouvaient mieux servir les contraintes rurales : en examinant à la fois ce qui était nécessaire pour les médias et les sources et les contraintes des médias pour remplir ces rôles.

Pour encourager les médias ACP à assurer une meilleure couverture des questions de développement agricole et rural dans les pays ACP et inciter les décideurs à appuyer le développement du secteur, le CTA a organisé un concours pour récompenser des journalistes professionnels et des médias communautaires particulièrement engagés.

Les recommandations très pragmatiques des participants ont permis de retenir des stratégies pour le renforcement du rôle de médias dans le développement agricole et rural des pays ACP. Quelques unes sont consignées dans le Résumé Exécutif des travaux du séminaire (voir page 11).

Ces messages ont également servi à la production de la Déclaration de Bruxelles (voir page 20). La mise en œuvre de ces stratégies de manière concertée par différents acteurs y compris les institutions nationales, régionales et internationales permettra aux médias de jouer pleinement leur rôle dans le développement agricole et rural dans les pays ACP.

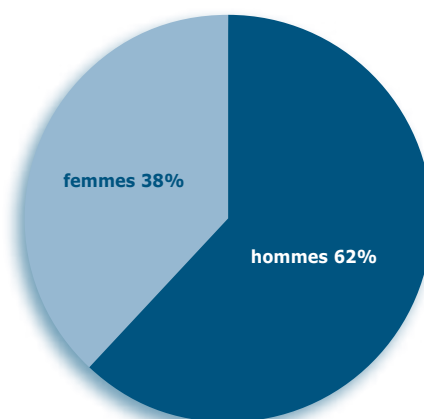
Ce document de synthèse fait partie d'une série de documents qui ont été réunis pour présenter la richesse des discussions lors de la semaine à Bruxelles et les conclusions et recommandations qui en résultent. Une version plus complète et individuelle du résumé exécutif (voir page 11 pour une version plus concise) a aussi

été publiée. De plus, un CD-ROM contenant l'émission TV spéciale a aussi été produit. Tous les produits du séminaire sont disponibles sur le service de publication du CTA. Les versions électroniques des documents ainsi que les présentations qui ont

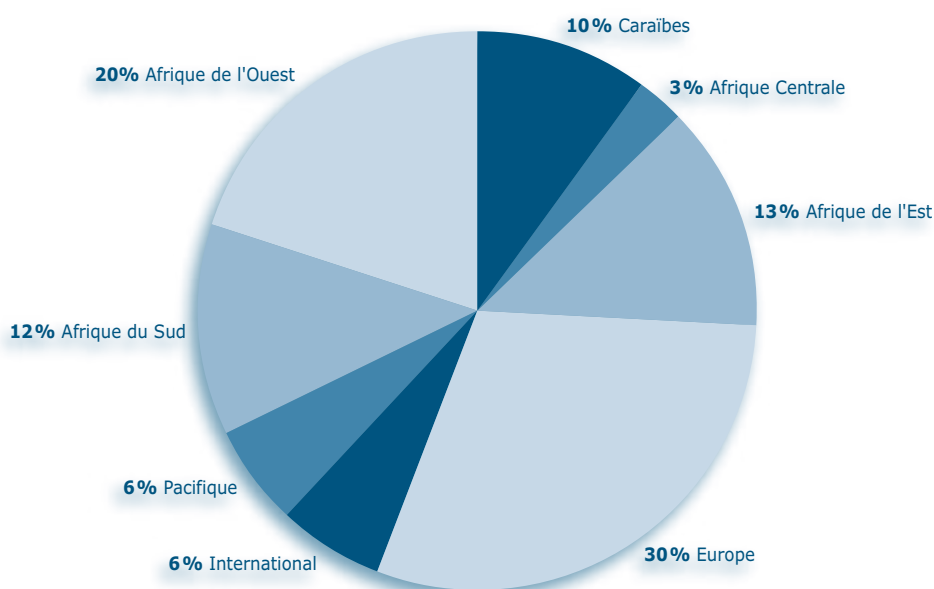
été envoyés au CTA sont disponibles sur le site internet du séminaire à <http://annualseminar2009.cta.int>. Les exemplaires en format PDF des textes peuvent être aussi téléchargés à partir de la bibliothèque virtuelle du CTA, *Anancy*.

1.2 LE SÉMINAIRE EN CHIFFRES

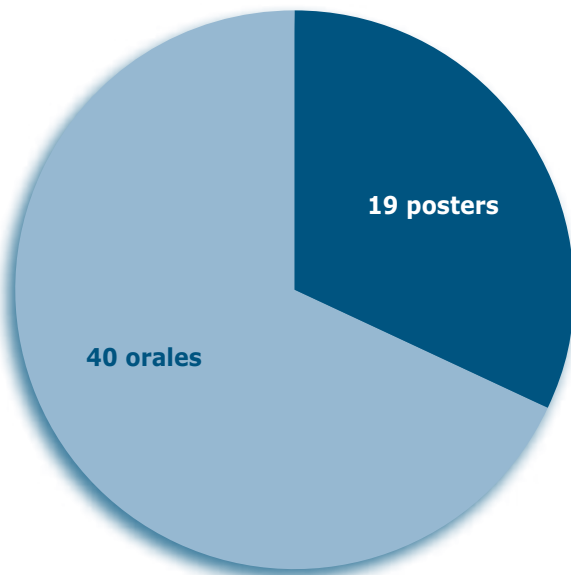
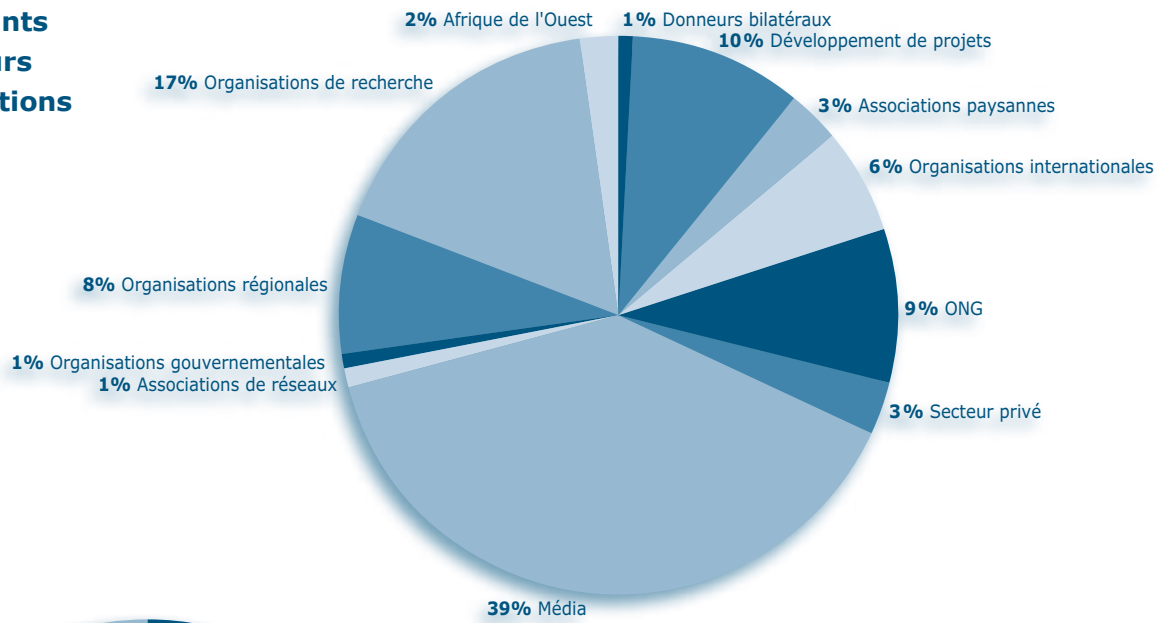
Répartition des participants



Participants par région ACP



Participants selon leurs organisations



Nombre de présentations



Contraintes auxquelles les médias doivent faire face

II. ARTICLES

2.1 RAPPORT DE SYNTHÈSE POURQUOI LES MEDIAS SONT-ILS IMPORTANTS ?

Les pays ACP comptent une grande diversité d'organisations de médias publics, privés et communautaires, dont les principaux acteurs, d'origine très disparate, sont des journalistes de la presse écrite, des télé/radiodiffuseurs et des professionnels qui utilisent les moyens traditionnels de communication (musique, théâtre, etc.) ou encore les nouvelles technologies numériques et sans fil. Ces organisations peuvent, chacune à leur niveau, faciliter la sensibilisation, l'apprentissage et l'action nécessaires pour relever les défis majeurs du 21^{ème} siècle liés au développement agricole et rural (DAR), parmi lesquels la sécurité alimentaire et le changement climatique.

En effet, sans cette diversité des médias, les engagements politiques essentiels pour le secteur agricole seraient méconnus du public ; les connaissances resteraient non documentées ou peu partagées et seule une poignée de privilégiés détiendrait l'information. Les médias peuvent donc être un maillon stratégique de la chaîne de diffusion et de communication de l'information, capable de mobiliser et d'impliquer toutes les parties prenantes dans le processus d'innovation agricole.

LES MEDIAS, UN "SECTEUR ESSENTIEL" AU DEVELOPPEMENT DES PAYS ACP

Même s'il est reconnu qu'une réponse efficace aux besoins élémentaires des populations, un bon fonctionnement des marchés et une mise en œuvre réussie des politiques et programmes agricoles dans les pays ACP passent nécessairement par un flux suffisant d'informations, il n'en reste pas moins que les sujets importants tels que la sécurité alimentaire, les technologies post-récolte ou la gestion des ressources en eau sont souvent peu traités par les médias.

Pourtant, des millions de personnes vivant dans ces pays comptent sur les stations de radio locale, les téléphones portables et les cybercafés pour accéder à l'information. Or le traitement de l'actualité par les médias ACP ne leur garantit ni la pertinence, ni la qualité, ni encore moins la quantité des informations dont elles ont besoin. Cela s'explique par les nombreuses difficultés auxquelles font face aujourd'hui les médias dans les pays ACP : manque de compétences et de spécialisation, faiblesse des rémunérations, manque d'équipement et de transports, accès limité ou trop onéreux à Internet et à des réseaux d'information fiables...

Le renforcement du rôle des médias dans le DAR passe donc nécessairement par la prise en charge de ces problèmes et la mise en place d'un nouveau système de communication améliorée associant l'ensemble des partenaires dépositaires des connaissances que sont les agriculteurs, les agents de vulgarisation, les agroindustriels, les chercheurs et les scientifiques. En effet, "secteur essentiel" au développement des pays ACP, les médias peuvent y jouer un rôle clé, notamment en assumant la responsabilité qui leur incombe, à savoir, favoriser l'interaction entre les différents acteurs concernés d'une part et, d'autre part, les agriculteurs à faibles ressources et les communautés rurales qui font face à d'énormes problèmes de production alimentaire, de nutrition et d'adaptation au changement climatique.

LE SEMINAIRE DU CTA 2009 : UNE REPONSE A L'APPEL DES PARTENAIRES ACP

Le choix porté sur le rôle des médias comme principal thème du Séminaire CTA de cette année est non seulement une réponse aux différents appels lancés par les régions ACP à l'occasion d'événements tels que la *Semaine de l'agriculture caribéenne*, mais aussi

une conséquence de la visite d'étude effectuée en Afrique de l'Ouest avec des journalistes locaux sur les problèmes liés au commerce du bétail. Par ailleurs, le Séminaire 2009 a fait l'objet de contributions émanant de nombreuses institutions partenaires ; son Comité international de pilotage, dont la mission est de conseiller le CTA sur les thèmes de séminaire, comptait parmi ses membres des représentants d'organisations de médias des pays ACP, d'Europe et d'Amérique du Nord.

Le programme du Séminaire a mis l'accent sur plusieurs défis actuels liés, notamment, à l'émergence des médias communautaires à côté des médias du secteur public et privé, à la nécessité croissante de renforcer les capacités des médias pour leur permettre ainsi de couvrir efficacement les questions de DAR - y compris le changement climatique et l'égalité des sexes - ainsi qu'au développement fulgurant des médias numériques et à leur utilisation au service du développement agricole et rural.

OBJECTIFS

Le Séminaire avait pour principaux objectifs de : 1) contribuer à la formulation de stratégies à même de renforcer la capacité des médias à accéder à/diffuser l'information sur les questions clés concernant le secteur agricole ACP et à améliorer la communication avec et entre les médias ; 2) aider à identifier des programmes d'appui aux différents médias.

PARTICIPANTS

Le Séminaire a réuni plus de 170 participants, dont des experts et professionnels des médias et du DAR. Parmi eux figuraient plusieurs journalistes de la presse écrite (journaux et magazines), de la radio, de la télévision et du Web (Web diffuseurs). Étaient également présents au Séminaire des chercheurs en agriculture, des repré-

sentants de diverses organisations de médias pour le développement, des spécialistes en communication travaillant dans le secteur public et dans des projets de développement, des décideurs originaires de six régions ACP², ainsi que des représentants d'institutions nationales de recherche et de développement des pays de l'UE et d'organismes régionaux et internationaux.



Présentation pendant la session sur les médias et le changement climatique

PROCESSUS

L'appel à propositions a attiré plus de 225 soumissions de résumés pour le Séminaire. Au total, 57 exposés/présentations ont été sélectionnés puis organisés dans le cadre de 10 sessions plénières et parallèles ponctuées par des tables rondes et des groupes de discussion thématique, mais aussi de plusieurs sessions d'affiches interactives.

THEMES ET SUJETS TRAITES LORS DES SESSIONS

1. Médias et questions de DAR
2. Médias et vulgarisation/ apprentissage agricoles
3. Médias et changement climatique
4. Médias et égalité des sexes
5. Financement des médias au service du DAR
6. Les médias dans les zones arides et semi-arides
7. La communication entre les médias et les autres acteurs du DAR
8. Contribution des médias aux politiques, aux programmes et à la gestion des connaissances agricoles
9. Environnement institutionnel des médias : renforcer les capacités des médias au service du DAR
10. Médias traditionnels, médias émergents et nouvelles TIC

Diverses activités ont été menées par le CTA afin de recueillir les avis, commentaires et observations de plusieurs acteurs internationaux. Ainsi, une discussion électronique (e-discussion) a été organisée avec plus de 2 000 participants et un blog pré-séminaire créé, puis remplacé par un blog animé en direct et en temps réel ("live blogging") tout au long du Séminaire. De même, des mises à jour rapides et régulières étaient faites de manière synchrone sur le site Web dédié au Séminaire.

Le déroulement du Séminaire a été ponctué d'événements qui ont suscité beaucoup d'enthousiasme. Par exemple, les participants ont vécu, dès le premier jour, l'expérience unique d'être dans la même salle que des délégués UE-ACP à la Commission européenne, à l'occasion d'un "Briefing de Bruxelles" sur le thème du Séminaire et les différentes sessions plénières et tables rondes (voir page 13). De plus, des groupes de travail spécifiques ont contribué à l'établissement d'une liste d'actions à engager dans les différents domaines thématiques concernés, tout comme dans les secteurs de la radio, de la télévision, de la vidéo, de la presse écrite et des médias communautaires (voir page 45). Enfin, le dernier jour du Séminaire a été marqué par l'élaboration de la Déclaration de Bruxelles, qui résume les recommandations issues des discussions en ligne, des exposés et des travaux qui se sont déroulés tout au long de la semaine (voir page 20).

2009 ET APRES ? VERS UN PLUS GRAND ROLE DES MEDIAS DANS LE DAR

A la lumière des nombreuses discussions et recommandations que le Séminaire a générées, le CTA fera tout pour que, au moins, les recommandations suivantes soient traduites dans les faits et ce, dans le cadre de son Programme médias nouvellement mis en place :

- D'ici septembre 2010, élaborer une stratégie de renforcement des capacités des médias, qui prenne en compte les suggestions en rapport avec la liste des actions proposées, ainsi que les divers points de vue régionaux sur les questions jugées essentielles pour le développement agricole des pays ACP ;

- Prévoir dans le prochain Plan stratégique une collaboration avec les institutions nationales et internationales, en vue d'impliquer plus étroitement les médias dans les politiques de développement ACP et les programmes de DAR, et de mettre en œuvre un plan d'action pour la tenue de conférences annuelles, l'octroi de microfinancements, l'attribution de prix et la reconnaissance des efforts consentis à travers divers types de récompenses ;
- Élaborer une série de guides pratiques sur le rôle des médias, leurs mission et responsabilités, mais aussi leurs relations avec les institutions nationales et internationales de recherche, d'enseignement et de vulgarisation ;
- Mettre à profit l'ensemble de ses programmes existants pour mieux sensibiliser les agences de financement à la nécessité de leur appui pour mener à bien les plans d'action proposés en faveur de la radio, de la télévision, de la vidéo, du film et des médias communautaires ACP travaillant dans le secteur agricole et rural ;
- Accroître l'aide directe aux médias communautaires au service du DAR ;
- Veiller autant que possible au respect de l'égalité des sexes dans les programmes de renforcement des capacités ;
- Promouvoir via les réseaux de médias généralistes (non axés sur le DAR) les échanges d'informations sur les meilleures pratiques et les expériences réussies en matière de couverture par la presse de questions importantes pour le développement agricole et rural ACP, y compris le changement climatique et la sécurité alimentaire.

² Régions d'Afrique centrale, orientale, australe et occidentale, des Caraïbes et du Pacifique.

2.2 RÉSUMÉ DU BRIEFING DE BRUXELLES

Le 14^{ème} Briefing sur le développement, organisé le 12 octobre 2009 à Bruxelles sur le thème "Médias et développement", a permis d'aborder des questions clés telles que le rôle que peuvent jouer les médias des pays ACP et UE dans la sensibilisation et l'appui du public à la politique européenne de développement. Les participants sont convenus que les différents acteurs doivent faire les efforts nécessaires pour inciter les médias à parler aussi des réussites du développement agricole et rural, et pas uniquement des échecs ou autres mauvaises nouvelles. Les médias doivent donner plus de visibilité à l'agriculture si l'on veut améliorer la productivité et répondre, de manière durable et écologique, aux besoins des populations en termes de nourriture, d'emplois et de revenus. Mais cela ne peut se faire sans un investissement accru dans l'agriculture et les équipements d'information et de communication.

Tous les participants ont reconnu que les médias restent un partenaire essentiel pour le secteur du développement agricole et rural et qu'ils font face à de réelles difficultés : infrastructures médiocres, manque d'équipements et de matériel, faibles rémunérations, manque de connaissances et de spécialisation en agriculture et, donc, mauvaise compréhension des questions de développement. Il existe un décalage entre les attentes des médias et celles de la communauté du développement. En effet, les médias considèrent généralement l'agriculture comme un secteur peu digne d'intérêt et les partenaires au développement ne font pas confiance aux médias pour rendre compte de l'actualité avec précision et objectivité. Il est vrai que l'utilisation des TIC varie selon les régions ACP mais dans l'ensemble, les nouvelles technologies offrent plus de canaux d'information et de supports de communication à même de renforcer le rôle des médias. Par ailleurs, il nous faut partager les bonnes pratiques - y compris celles en cours dans d'autres secteurs tels que la santé et l'éducation. Nous devons passer des moyens traditionnels de diffusion de l'information, à des méthodes permettant l'apprentissage interactif par plusieurs acteurs reliés au sein de vastes réseaux. De plus, il est indispensable que les médias soient soutenus à la fois

par les gouvernements des pays ACP et la communauté internationale.

Les journalistes manquent de formation spécialisée, donc des connaissances nécessaires pour répondre aux questions concernant le développement agricole et rural. De plus, ils doivent améliorer leurs compétences en matière de recherche et collaborer davantage avec les scientifiques. Comme l'a suggéré Violet Otindo, lauréate du KBC-CNN Award, on pourrait récompenser les scientifiques d'un prix pour leur collaboration avec des journalistes en vue de rendre plus positives et attrayantes les expériences dans l'agriculture. Pour ce faire, la formation aux nouvelles technologies et le renforcement des capacités, en particulier pour les organisations professionnelles de femmes journalistes, sont indispensables. Dans nos sociétés, il est important que davantage de jeunes journalistes désireux de défendre le secteur du développement agricole et rural se voient accorder des bourses, des sessions de formation ou tout autre type de soutien, afin de les encourager dans cette spécialisation.

La bonne nouvelle est que le nombre de spécialistes locaux "formés sur place" est en augmentation. Les médias locaux sont en mesure de répondre, dans les langues locales, aux besoins des communautés en termes d'informations, d'actions et (éventuellement) d'influence sur le développement national, grâce à la mise en réseau et à la collaboration avec d'autres médias au-delà de l'échelon local. Certains types de médias peuvent créer et partager le pouvoir avec des structures rurales comme la radio communautaire ; la vidéo participative - qui peut également être associée à la télévision et au film documentaire ; les télécentres, qui fonctionnent effectivement comme des centres de ressources communautaires ; la presse, qui relaie de nombreuses voix/langues rurales différentes et qui aborde des questions d'importance pour les communautés rurales. Nous en voyons déjà les développements futurs, à travers le téléphone portable, par exemple, ou le Web 2.0, à l'origine du journalisme citoyen en milieu rural et qui permet à ces populations de mettre en ligne, sous forme de "podcasts", leurs propres témoignages diffusés par les stations de radio rurale.



Participants au Briefing de Bruxelles



Entretien en ligne avec le directeur du CTA



Diffusion sur le web



Conférence de presse suivant le Briefing de Bruxelles (G-D) : Stephen Hazelman, CPS; Dr Wilson A Songa, président, CTA; Ian Barber, Commission européenne.

2.3 L'ÂGE DE RAISON

Un anniversaire d'argent marque une étape importante pour toute organisation. Et le CTA n'échappe pas à la règle. Le 14 octobre, le Palais des Colonies, à Tervuren, haut et beau lieu chargé d'histoire, à Bruxelles, a servi de cadre pour la célébration du 25^e anniversaire du CTA. Le choix de la capitale belge n'est pas sans signification pour célébrer cet événement. C'est en effet là que siègent le secrétariat ACP et la Commission européenne.

En plus des 170 participants du séminaire, des représentants des ACP et UE, les ambassades basées à Bruxelles ont été invités à la cérémonie. L'ambassadeur de Jamaïque, Mme Yvette Gilbert-Roberts, s'est reconvertie, le temps d'une soirée, en maître de cérémonie, avec comme points forts: les discours officiels, les témoignages. Puis ce fut la proclamation des prix dans deux catégories : celle du meilleur journaliste et celle du meilleur projet d'information et de communication communautaire. Une soirée riche en musique et en

surprises avec une prestation fournie par le directeur du CTA, sa femme et son fils. Dans son exposé, au nom du Conseil d'administration du CTA, le Dr Wilson Songa, président du conseil, a félicité le Centre pour le dévouement de son personnel, pour le niveau élevé d'activité. "Nous avons parfois l'impression que le CTA emploie plus de 100 membres du personnel alors qu'en réalité, l'effectif est un peu plus de 40", a-t-il indiqué. Toutefois, aussi motivé que soit le personnel, le CTA doit faire face à une demande de plus en plus forte de produits et services de la part de sa clientèle. La satisfaction de cette demande exponentielle passe par l'accroissement des ressources du Centre que le comité des ambassadeurs défend constamment dans un contexte caractérisé par la raréfaction des ressources. Dr Songa a souligné que cette allocation de ressources supplémentaire devrait améliorer la pertinence et l'impact du Centre, pour les 25 prochaines années.



Le directeur du CTA, Dr Hansjörg Neun, s'est félicité des réalisations sans omettre les nouveaux défis qui l'attendent. Les représentants des autorités de tutelle du CTA et les partenaires internationaux ont également parlé de certains des principaux problèmes du développement: comment façonner l'actuel climat mondial et régional et comment ils percevaient les interventions du CTA dans ce contexte.

III - MÉDIA

3.1 COUVERTURE MÉDIATIQUE

Il est tout à fait normal qu'un séminaire sur les médias profite de tous les supports médiatiques pertinents pour communiquer avec ses différents publics. En l'occurrence, une variété de médias traditionnels et nouveaux a été utilisée avant, pendant et après le séminaire.

Depuis quelques années, le CTA met à profit la discussion électronique (**e-discussion**) pré-séminaire pour recueillir des idées et opinions susceptibles de contribuer à façonner le thème de son séminaire. Ces e-discussions permettent aussi à plus de gens, surtout ceux qui n'ont pas la possibilité d'assister au séminaire, de donner leurs points de vue sur les sujets débattus. Cette année, plus de 2 300 personnes se sont inscrites au forum de discussion, dont

les résultats ont été présentés lors du Séminaire (voir page 19).

La discussion électronique s'adressant particulièrement aux professionnels dans le domaine en question, le **blog pré-séminaire** introduit cette année visait à recueillir les points de vue des acteurs de base sur un certain nombre de sujets tels que le renforcement des capacités ou l'utilisation des nouveaux médias et d'obtenir directement auprès d'un large éventail de participants des commentaires à chaud sur les thèmes du séminaire (voir page 17). Si le blog pré-séminaire voulait permettre aux participants de communiquer par ce biais à l'aide de messages SMS, cette fonctionnalité n'a pas rencontré le succès escompté, probablement parce que la plupart des utilisateurs

qui lisaient le blog en ligne avaient la possibilité de poster directement leurs commentaires (gratuitement), mais aussi parce que la brièveté des SMS ne s'adaptait probablement pas à ce type de discussion.

Le **site Web** dédié au séminaire proposait des informations relatives à l'organisation du séminaire, aux thèmes et au blog pré-séminaire. Lorsque le séminaire a débuté, le blog pré-séminaire a été transformé en blog animé en direct et l'équipe du "live blogging" a démarré son travail.

Les **outils Web 2.0** y figuraient en bonne place. Le tag (balise) "media4dev" a été inscrit sur *Delicious*. Un compte *Twitter* a été créé. Une communauté s'est formée sur *Linked In* et un compte *Flickr* a été mis en place

pour le séminaire, en vue de faciliter le partage de photos et de vidéos. Dès que le séminaire a débuté, les blogs, les tweets, les photos et les vidéos ont commencé à affluer.

Un **webcast** du Briefing de Bruxelles mis en ligne dès le 1^{er} jour du séminaire a permis aux internautes de par le monde d'assister en direct au séminaire, et même de poser des questions en ligne. Ainsi, plus de 100 groupes de presse et organisations se sont enregistrés pour les émissions et près de 200 utilisateurs ont pu suivre le Briefing en ligne.

Outre les outils mis en ligne, le CTA a encore une fois collaboré avec People TV pour produire un **programme télévisé** spécial sur le thème du séminaire. Ce programme consistait en une table ronde et cinq courts métrages vidéo réalisés en Afrique (Kenya, Mali, Sénégal et Zambie), dans le Pacifique (Kiribati) et les Caraïbes (Trinité-et-Tobago). Toutes les sessions ont également été enregistrées

sur cassettes et un documentaire en DVD sur le séminaire sera également disponible.

La radio est toujours le média roi dans de nombreux pays ACP. À ce titre, des **émissions radiophoniques** spéciales ont été conçues à partir du programme télévisé et les participants étaient désireux d'y contribuer avec des interviews en direct, tout au long de la semaine. La radio figurait également en bonne place lors des deux conférences de presse organisées durant le séminaire, les premier et dernier jours. Les émissions spéciales télévisées seront également diffusées à la radio, pour permettre ainsi à un public plus large d'accéder aux programmes.

Alors que certains soutiennent que l'avenir de la presse écrite est incertain, celle-ci occupe encore une place enviable dans les pays ACP. Des synthèses quotidiennes

("Daily Digest") résumant les travaux et débats du séminaire ont ainsi été produites du mardi au vendredi. Des copies de ces synthèses en format PDF sont aussi disponibles en français et en anglais sur le site Web du séminaire.



3.2 PROGRAMME TV SPÉCIAL SUR LES MEDIAS ET L'AGRICULTURE DANS LES PAYS ACP

Dans le cadre de la politique stratégie de communication mise en place autour de l'organisation du séminaire annuel sur "le rôle des médias dans le développement de l'agriculture des pays ACP" le CTA, en collaboration avec ses partenaires, a réalisé une émission télévisée sur le thème "**médias et agriculture dans les pays ACP**".

L'objectif de cette édition spéciale est en premier lieu de permettre de renforcer et de démultiplier l'impact du séminaire auprès de tous les acteurs impliqués dans le développement agricole et rural des pays ACP (leaders politiques, acteurs du secteur des médias, populations rurales et grand public) et de les sensibiliser sur le rôle que peuvent jouer les médias dans le

développement de l'agriculture dans les pays ACP.

Cinq thèmes généraux des différents reportages ont été choisis au final :

- médias et commercialisation des produits agricoles
- médias et genre
- médias et changements climatiques
- médias et renforcement des capacités
- le traitement de l'agriculture par les médias

Les projets retenus des régions ACP ont été sélectionnés pour la production de reportages. Ils ont été réalisés en français et en anglais et ont été présentés à Bruxelles lors du tournage d'un plateau TV.

- Dans les îles Caraïbes, nous avons pu apprécier comment le secteur agricole est (sous)traité dans les médias, avec l'exemple d'un quotidien national et d'une radio rurale.
- Un voyage d'étude, organisé à l'initiative du CTA, a emmené une dizaine de journalistes de plusieurs pays d'Afrique de l'Ouest sur le trajet reliant Dakar à Bamako. Les journalistes ont été confrontés aux frontières aux "tracasseries administratives", qui entravent grandement le commerce des denrées agricoles dans la sous-région. Les articles parus dans la presse à ce sujet ont fait réagir certains gouvernements.
- A l'Ouest du Kenya, dans une région gravement touchée par le sida, des communautés rurales, supportées par





l'ONG KAIPPG, ont créé leurs propres médias, enregistrant sur supports K7 ou vidéos, des techniques agricoles et des conseils nutritionnels. Les K7 et les vidéos s'échangent ensuite de villages en villages.

- En Zambie, l'International Women's Media Foundation organise des sessions de formation pour des femmes journalistes. Ces sessions comprennent à la fois un apprentissage des problématiques agricoles et des méthodologies pour traiter de l'actualité agricole. Ces formations ont eu un impact sur la couverture par les médias de l'agriculture, puisque, par exemple, *le Times of Zambia* a mis en place une rubrique hebdomadaire consacrée à l'agriculture.
- Dans les îles Pacifique, la couverture par des médias internationaux de l'actualité de Kiribati a grande-

ment contribué à la mobilisation internationale pour faire face aux changements climatiques.

Des experts et des journalistes ont été invités à intervenir pour apporter des compléments d'information sur la situation. Un public de spectateurs assistait aux débats.

Les experts suivants sont intervenus sur le plateau :

En permanence sur le plateau :

- Dr Hansjörg NEUN, Directeur du CTA

En alternance, selon les reportages :

- M. Abdoulaye BARRY, journaliste à la RTS / Sénégal
- Mme Nazima RAGHUBIR, journaliste / Guyana
- Dr Obiero ONG'ANG'A, directeur du Lake Victoria Center for Research and Development / Kenya
- M. James ONYANGO, directeur de l'ONG KAIPPG / Kenya
- M. Busani BAFANA, journaliste indépendant / Zimbabwe
- Mme Doriene ROWAN-CAMPBELL, agricultrice biologique / Jamaïque
- Mme Diana FRANCIS, experte en politique agricole et négociations commerciales IICA / Trinité-et-Tobago

- M. Samisoni PARETI, journaliste indépendant / Fidji
- Mme Cece FADOPE, responsable Afrique, International Women's Media Foundation
- Mme Fatouma Sophie OUATTARA, journaliste au quotidien Sidwaya / Burkina Faso
- M. Blondeau TALATALA, Député à l'Assemblée Nationale / Cameroun
- M. Larry THOMAS, responsable du département média, Secrétariat de la Communauté du Pacifique Sud / Fidji

Il est prévu que l'émission soit :

- diffusée en deux parties de 30 minutes, courant novembre 2009, sur une quarantaine de chaînes de télévisions, partenaires de la société de production audiovisuelle People TV et dans les régions des Caraïbes et du Pacifique
- transférée sur K7 pour une diffusion par les radios communautaires.
- diffusée via le site internet du CTA.

Enfin, le CTA distribuera des DVDs de l'émission aux participants qui le souhaitent, ainsi qu'aux organisations partenaires qui en feraient la demande.

3.3 LE BLOG DU SÉMINAIRE DU CTA, UN AGRÉGATEUR DE CONTENU

L'animation en temps réel d'un blog dédié au Séminaire du CTA ("Live Blogging") par une équipe de quatre personnes - dont 2 anglophones et 2 francophones - est venue compléter la panoplie de médias mis à profit durant ce séminaire. Elle a permis d'agréger du contenu documenté en texte, audio, images et vidéo. Le

blog du séminaire a été agrémenté de "tweets", postés d'abord par les membres de l'équipe en charge des nouveaux médias, puis par les participants et d'autres personnes venues se joindre à la conférence sur *Twitter*.

Le "live blogging" a donné l'occasion à des gens qui n'ont pas pu assister à l'événement de poster leurs commentaires sur les articles mis en ligne sur le blog du Séminaire. Également repris par d'autres utilisateurs, le contenu du blog a ainsi été considérablement enrichi, avant d'être intégré et partagé par encore plus de blogueurs.

"Suivre le séminaire du CTA sur *Twitter* a été pour moi une formidable expérience, car cela m'a permis non seulement d'être très bien informée de tout ce qui passait mais encore de savoir ce qu'en pensaient les autres partici-



pants. Autrement dit, il y a eu à la fois beaucoup d'informations partagées, du réseautage et des plaidoyers sur les politiques des médias qui s'intéressent à l'agriculture", s'est réjouie Maureen Agena, qui participé à la conférence en "tweetant".

De même, c'est grâce au "live blogging" que l'équipe Nouveaux médias a pu intégrer dans une seule et même plateforme - <http://annualseminar2009.cta>.



int/blog - le contenu de diverses autres plates-formes telles que *Youtube*, *Twitter*, *Espace blogs* et *Flickr*, ainsi que du texte et des ressources audio. L'équipe a ainsi réussi à impliquer différentes parties prenantes dans l'échange et la diffusion d'informations sur les outils de partage des connaissances au service de la communauté agricole.

L'équipe du blog du Séminaire s'est également servi de l'agrégateur *ping.fm* pour poster du contenu sur d'autres réseaux sociaux comme *Facebook*, *Yahoo mail*, *Google mail*, *Flickr*, *Twitter* et sur divers autres sites de même nature.

Les blogueurs, tout comme les organisateurs, ont particulièrement apprécié, entre autres résultats du Séminaire, le fait que des journalistes géographiquement éloignés les uns des autres puissent travailler ensemble et être en même temps sensibilisés, comme en témoigne la manière dont ils ont contribué au blog, notamment à travers leurs commentaires sur *Twitter* et sur *Facebook*. Et le succès du "live blogging" pourra se perpétuer même après la conférence, grâce à la participation continue de la communauté.

Pour que le "live blogging" soit pleinement efficace, plusieurs conditions doivent être réunies et, en particulier, la disponibilité d'une connexion sans fil dans la zone de conférence en question. A défaut, les blogueurs pourraient tweeter hors ligne puis bloguer en ligne une fois revenus sur Internet. Pour un maximum d'efficacité, les blogueurs doivent aussi utiliser des ordinateurs portables capables de capter les signaux dans différents environnements. Si elle veut fournir des services plus sophistiqués, l'équipe d'animation du blog doit également avoir accès à des enregistreurs de conversations au format MP3, des caméras vidéo et des téléphones portables équipés de caméras. Quoique n'étant pas indispensables, des cassettes d'enregistrement et des batteries d'appoint garantiraient aussi à l'équipe plus de flexibilité et d'efficacité dans son travail.

Le "Live Blogging" en chiffres

- Micro blogging : plus de 700 tweets
- Articles du blog sous forme de vidéos, d'anecdotes et de témoignages : 80
- Photos documentées : plus de 200
- Commentaires postés sur le blog (compte non tenu de ceux mis en ligne sur d'autres sites de réseaux sociaux tels que Facebook) : 51

IV - RÉSULTATS

Avant la conférence internationale sur le rôle des médias dans le développement agricole et rural dans les pays ACP, qui se tenait à Bruxelles en Belgique du 12 au 16 octobre 2009, le CTA a organisé un blog pré-séminaire et une discussion électronique pour permettre à des experts de la région ACP de partager leurs avis et expériences dans ce domaine.

4.1 RÉSUMÉ DU BLOG PRÉ-SÉMINAIRE

Moderateurs: Marilyn Minderhout, Ibbo Daddy Abdoulaye

Le blog avait pour objectif de soutenir le développement du Séminaire CTA 2009 sur le rôle des médias dans le développement agricole et rural et de donner aux professionnels des médias dans les ACP l'occasion d'échanger et de partager des expériences. La majorité de ceux qui ont apporté leur contribution au blog étaient des journalistes - beaucoup avaient travaillé ou travaillaient encore sur les questions de développement rural. Il y a également eu plusieurs contri-

butions des membres des réseaux et des associations de médias.

Le blog a fonctionné pendant près de 12 semaines et s'articulait autour de thèmes choisis. Ceux-ci avaient été identifiés dans un article d'introduction et ont été encore développés dans les articles courts postés chaque semaine. Ces articles situaient le contexte et donnaient le point de départ de la discussion, encourageant les contributions qui ont offert des commentaires étonnants sur le rapport entre les médias et le développement rural dans les pays ACP. La majorité des

contributions venait d'Afrique mais les blogueurs des Caraïbes et du Pacifique ont exprimé des inquiétudes similaires.

Les participants au blog ont réfléchi au cadre institutionnel dans lequel ils fonctionnent en tant que journalistes. Le contexte politique avait un impact décisif sur la liberté de pression. Plus généralement, même dans des régimes démocratiques, un certain niveau de crainte et de méfiance à l'égard des médias a empêché un reportage factuel et bien informé. Les fonctionnaires, conscients de leurs carrières et des conséquences de la désapprobation de leurs supérieurs, pourraient bloquer l'accès à l'information. L'inefficacité des bureaux du gouvernement a également été évoquée : les documents non archivés, les statistiques non gardées et des retards tels à récupérer les informations, qu'une fois devenues disponibles, on pouvait douter de leur pertinence. Cependant, quand les fonctionnaires ou les chercheurs avaient un rapport à faire sur quelque chose qui concernait leurs propres intérêts "ils savaient le clamer", autrement ils sont "allergiques à la presse", dit un blogueur.

Il a été indiqué que la culture politique et l'intérêt financier et l'intérêt des entreprises qui la soutiennent avaient un impact également sérieux sur la capacité des journalistes et des rédacteurs à choisir des histoires qui favoriseraient un journalisme plus "public" et qui pourraient bénéficier au développement rural. Plusieurs participants ont soutenu l'observation du Pacifique, à savoir que la privatisation et la corporatisation rapides des médias avaient créé une culture dans laquelle le "profit l'emportait sur le bien public comme motif principal des médias d'informations."

Ce type d'environnement n'a pas encouragé la transmission d'informations dont les exploitants agricoles ont besoin - en particulier les petits exploitants. Un participant, qui avait essayé de découvrir auprès des fermiers pourquoi les médias n'avaient pas plus contribué au développement, s'est entendu répondre : Les "politiciens ont de l'argent, les fermiers n'en ont pas. Ils ne veulent pas que le pays sache ce qui se passe ici. Ils ne se rendent dans les régions rurales qu'au moment des élections pour distribuer des cadeaux !"

Les communautés agricoles étaient disposées à consacrer de l'argent et du temps pour les médias quand "elles ont vu que les journalistes représentaient leurs problèmes et leurs inquiétudes". Mais combler le fossé entre un lectorat rural potentiel et l'accès à des informations qui pourraient avoir un impact positif sur la production agricole et les moyens de subsistance rurale était difficile. Quelques participants ont indiqué que davantage de professionnalisation, de formation, de spécialisation et des salaires meilleurs pourraient aider à surmonter ce problème. D'autres ont souligné la nécessité pour la législation de faciliter le développement de nouvelles technologies capables de combler la fracture entre l'urbain et le rural.

Alors que les contraintes que connaissent les journalistes en activité - notamment les bas salaires et les budgets limités - avaient découragé le journalisme rural de terrain - il était important de ne pas oublier que les médias avaient la possibilité de stimuler le développement agricole et rural. Un consensus général reconnaissait qu'en l'absence d'une bonne couverture des questions agricoles par une radio publique ou privée, les stations de radios communautaires constituaient une source d'appui importante pour les ménages ruraux. Ici, les organisateurs étaient également les auditeurs et les stations de radios communautaires offraient non seulement des informations sur les moyens de subsistance, mais faisaient également connaître au public les préoccupations des communautés rurales. Ce faisant, elles encourageaient l'échange d'expériences et de connaissances entre les communautés tout en offrant aux journalistes une documentation utile. En outre, comme l'a proposé un blogueur du Nigeria, les radios communautaires - si elles sont bien coordonnées - pourraient être intégrées dans un réseau rural de médias qui pourrait soutenir la vulgarisation agricole - un soutien bien nécessaire dans les secteurs où les "vulgarisateurs ont été mal formés, mal payés et sont souvent peu disposés à travailler dans les secteurs ruraux".

La durabilité financière a été identifiée comme un problème sérieux pour beaucoup d'initiatives rurales de médias. Mais le blog a permis de constater qu'il y avait des expériences

positives avec des stations de radios communautaires qui s'étaient créées une base commerciale régulière - parfois avec l'appui des personnes locales - ou avaient atteint la stabilité en travaillant avec un éventail d'organisations partenaires.

Le thème de radio communautaire a abouti à une discussion sur l'impact de nouvelles technologies sur le développement agricole et rural. A ce niveau, plusieurs participants ont souligné l'importance de discuter d'abord avec les communautés locales des technologies disponibles et de leurs besoins, de la pertinence et de leurs capacités à utiliser et à entretenir ces outils efficacement.

Il était nécessaire d'avoir des stratégies sensibles aux conditions spécifiques à chaque pays. Les nouvelles technologies ne génèrent pas le développement mais les messages qu'elles diffusent peuvent influencer les politiques de développement. Les journalistes des médias grand public ont besoin d'informations à l'appui auxquelles ils ont accès et ils doivent avoir les compétences, l'expérience et la détermination suffisantes pour offrir une couverture des affaires rurales bien documentée et axée sur les enjeux. Les journalistes, les radiodiffuseurs et les gestionnaires Web peuvent jouer un rôle significatif pour transformer leur secteur en "média inclusif" - un média qui fait participer toutes les sections de la société au processus de développement.

4.2 RAPPORT DE LA DISCUSSION ELECTRONIQUE PRE-CONFERENCE

Moderateurs: Susanna Thorp et Laurence Lalanne-Devlin

Plus de 2000 personnes ont été invitées à participer notamment des journalistes, des spécialistes en communication, des chercheurs, des bibliothécaires, des organisations régionales et des agences de développement rural.

La discussion de quatre semaines s'est déroulée tenue simultanément en anglais et en français et était axée sur quatre thèmes couvrant i) *les contraintes que connaissent les médias* ; ii) *les attentes des médias et d'autres parties prenantes du développement* ; iii) *le rôle potentiel des TIC* ; iv) *et le financement du renforcement des capacités*. Ce rapport donne une brève vue d'ensemble de certains des points principaux et des recommandations résultant de la discussion pour servir de base à d'autres discussions et actions à la conférence.



Les médias exhortant le changement en Afrique de l'Ouest

Contraintes

Il a été unanimement convenu que les médias constituent un partenaire important du développement agricole, mais des inquiétudes ont été exprimées à propos des contraintes multiples qui empêchent les médias de réaliser pleinement leur potentiel dans ce rôle. La réalité est que les médias, en particulier en Afrique, sont confrontés aux problèmes d'une infrastructure médiocre, de bas salaires, de manque d'équipement, d'absence de spécialisation (et de formation pour l'agriculture) et donc d'une compréhension insuffisante des questions de développement. Concernant les thèmes discutés au cours de la première semaine (notamment le climat, la commercialisation, la vulgarisation), les contraintes spécifiques indiquaient que les journalistes ne disposaient pas en temps opportun de données régionales appropriées à communiquer à leurs lecteurs.

Recommandation principale : offrir aux médias un renforcement plus important de leurs capacités

Attentes

Les médias et les autres partenaires du développement ont des attentes différentes (par exemple les chercheurs, les décideurs, etc.). Les médias ne considèrent pas l'agriculture intéressante, et il leur est difficile d'interpréter le jargon scientifique pour leurs auditoires. Les chercheurs et d'autres, font souvent preuve de méfiance envers les médias, qui veulent publier leurs histoires/leurs émission gratuitement et n'ont pas les compétences pour présenter l'information de la manière adéquate.

Recommandation principale : plus d'efforts pour "établir un lien" entre les médias et les partenaires du développement afin de mieux mettre en évidence l'importance de l'agriculture auprès des publics visés.

Rôle des TIC

Les TIC et les nouveaux médias constituent de nouvelles voies et de nouveaux moyens d'accroître le rôle des médias, mais il a été reconnu que les TIC ne sont pas la panacée.

Recommandations principales :

Reconnaître le potentiel des TIC implique d'inclure les enseignements acquis dans d'autres secteurs et partager les bonnes pratiques. Il est également nécessaire de disposer d'un modèle plus sophistiqué de l'apprentissage interactif et itératif d'acteurs liés dans de larges réseaux plutôt que de s'en tenir au modèle linéaire traditionnel de diffusion des informations.

Financement

L'agriculture étant à nouveau à l'ordre du jour pour bénéficier d'un soutien au développement, on estime que le financement pour des initiatives de communication agricole n'a pas suivi le mouvement et qu'il faut de plus amples efforts aux niveaux national et international pour soutenir les médias dans le développement agricole.

Recommandation principale :

La communication sur l'agriculture pour le développement doit devenir une priorité importante de l'investissement mais il faut une plus grande coordination au niveau des efforts nationaux et des donateurs.

Le séminaire international annuel du Centre Technique de Coopération Agricole et Rurale ACP-UE (CTA) tenu, cette année, à Bruxelles (Belgique) du 12 au 16 octobre 2009 a porté sur le

“RÔLE DES MÉDIAS DANS LE RURAL DES PAYS ACP”

DÉCLARATION

Le séminaire international annuel du Centre Technique de Coopération Agricole et Rurale ACP-UE (CTA) tenu, cette année, à Bruxelles (Belgique) du 12 au 16 octobre 2009 a porté sur “Rôle des médias dans le développement agricole et rural des pays ACP”.

Le séminaire a réitéré le caractère essentiel de l'Agriculture dans le développement des pays ACP, et souligné que dans ces pays, plus des 2/3 de la population pauvre habitent encore en milieu rural et, sont largement tributaires de l'agriculture pour leur subsistance.

Il a fait l'amer constat que d'une part, le secteur agricole en général et les populations vivant en milieu rural ne font pas l'objet d'une exposition suffisante dans les médias des pays ACP ; et, que d'autre part, les informations diffusées à leur attention ne sont pas toujours en adéquation avec leurs attentes.

Le séminaire a donc relevé le rôle important des médias pour lever toutes les formes d'obstacles à l'innovation, l'augmentation de la productivité du secteur agricole et des exploitants, qu'ils soient grands ou petits, producteurs essentiellement pour leur consommation ou pratiquants d'une agriculture commerciale.

Aussi le séminaire recommande-t-il :

Au plan général :

- que le traitement des questions touchant au développement agricole et rural, quelque soit le médium utilisé, serve les attentes du terrain, désormais champ de validation des orientations politiques, des techniques et des technologies ;
- qu'un effort accru soit fait par les médias, mais aussi par tous les autres acteurs du développement agricole et rurale dans les pays ACP, pour capitaliser les différentes formes de savoirs, de connaissances, d'expertises et d'expériences disponibles ;

Aux Médias :

- D'accorder tout l'intérêt requis à l'Agriculture et aux évolutions du monde rural en sachant décrypter les politiques, les innovations en matière de développement agricole et rural ; traduire les progrès, les difficultés, les préoccupations et aspirations, et les succès du secteur agricole et du monde rural ; et donner des informations utiles au secteur agricole ACP, lui permettant, tout en améliorant sa productivité et ses productions, de réduire la nuisance à l'environnement ;
- De considérer l'expérience de terrain des exploitants agricoles comme une composante pertinente de l'information agricole et économique et, par conséquent, de donner la parole aux acteurs de terrain que sont les exploitants agricoles afin de leur permettre de se parler, d'échanger leur expérience, de mutualiser leurs connaissances ;

DÉVELOPPEMENT AGRICOLE ET DE BRUXELLES

- De faire du développement de l'information agricole une composante de leurs stratégies de long terme en favorisant la spécialisation et le renforcement de capacité permanent de leurs équipes ;

Aux opérateurs agricoles :

- De prendre conscience d'une part de leur statut d'acteurs de validation de toute politique, technique et/ou technologie, d'autre part de leur qualité corrélative de producteurs et de faiseurs d'information, et conséquemment de s'ouvrir au partage de leurs expériences par voie des médias ;
- De créer les conditions d'optimisation, de diffusion et d'échange de toutes les formes de savoirs et connaissances dont ils sont dépositaires ;

Aux Chercheurs, Scientifiques & Universitaires :

- D'orienter leurs travaux dans le sens, d'une part, de la satisfaction des besoins et attentes du secteur agricole en général et des exploitants agricoles en particulier et, d'autre part, de la capitalisation des connaissances traditionnelles ;
- De traduire dans un langage accessible au plus grand nombre, les fruits de leurs travaux concernant le développement agricole et rural ;

Aux Etats & Organisations régionales :

- De véritablement faire du développement agricole et rural, un objectif fondamental des stratégies, politiques et autres plans de développement national et régional des ACP ;

- De favoriser l'implication réelle et active des médias et des différentes parties prenantes au développement agricole et rural, à tous les niveaux pertinents du cycle d'élaboration des politiques ;
- De créer les conditions institutionnelles, organiques et matérielles endogènes de développement des médias et de leur compréhension des questions liés au développement agricole et rural dans les pays ACP ;

A la Communauté des partenaires au développement des pays ACP et le secteur privé :

- De maintenir le développement agricole et rural dans les pays ACP comme une priorité sur l'agenda international et d'agir en conséquence dans le cadre de leurs interventions diverses ;
- D'œuvrer dans le sens du renforcement du secteur agricole et du développement rural dans les pays ACP ;

Le séminaire étant arrivé à la conclusion que la non perception de l'Agriculture comme un secteur prioritaire méritant toutes les attentions, aussi bien des gouvernements que des différentes catégories de partenaires au développement, est l'une des raisons fondamentales du faible intérêt que les médias ont longtemps accordé au développement agricole et rural dans les pays ACP, appelle donc :

Le Centre Technique de Coopération Agricole et Rurale ACP-UE (CTA) :

- A faire une large diffusion, auprès des autorités et des parties prenantes des pays ACP, des recommandations de ce séminaire ;

- A intégrer dans son plan d'action pour les années à venir, autant que faire se peut, celles des recommandations qui rentrent dans son champ de compétences ;
- A créer les conditions d'un suivi-évaluation des retombées du présent séminaire.

Il prescrit à court terme :

- La promotion de mécanismes de partage d'expériences, d'information et de mise en commun des connaissances ;
- Le renforcer des capacités intellectuelles, matérielles et techniques des différents groupes de médias ;
- L'établissement d'interactions dynamiques entre les différents groupes de médium et de partenariats fructueux entre les différents groupes d'acteurs du développement agricole et rural dans les pays ACP ;
- L'ajustement des systèmes de renforcement de capacité aux fins de leur adaptation aux défis de l'interface Médias - Agriculture.

*Fait à Bruxelles le,
15 octobre 2009*

V - RÉSUMÉS

TRAITEMENT DES QUESTIONS DE DEVELOPPEMENT AGRICOLE ET RURAL PAR LES MEDIAS

FILMS SUR LE DEVELOPPEMENT : LA VIDEO AU SERVICE DU CHANGEMENT EN MILIEU RURAL

Mr Andreas Mandler et
Dr Rico Lie
Université de Wageningen,
Pays-Bas

Cet ouvrage porte sur l'utilisation de la vidéo dans les interventions en milieu rural, au service du changement social. Il donne un aperçu de la diversité des usages de la vidéo et de son caractère créatif dans les activités de développement rural. Forts de leur expérience dans ce domaine, les auteurs du livre entendent encourager les professionnels du développement à explorer les possibilités qu'ils ont de faire de la vidéo un outil de développement à la fois plus cohérent, mieux compris et plus adapté pour, en somme, réaliser des films destinés à promouvoir le changement social.

Cela fait plus de 30 ans qu'on se sert de la vidéo pour promouvoir le développement, mais ce n'est qu'avec l'avènement de la vidéo numérique que le matériel de tournage et de montage de films est devenu abordable et facile à utiliser. Mais malgré la forte montée en puissance de l'usage de la vidéo dans les activités de développement, on ne dispose que de très peu d'informations sur les modalités pratiques d'utilisation, allant de l'élaboration de stratégies de développement, à la projection de films, en passant par la préparation, le tournage et la distribution. On a constaté dernièrement un vif intérêt pour la vidéo participative, notamment en ce qui concerne l'implication des agriculteurs mais, à titre comparatif, les vidéos à vocation éducative ou didactique suscitent peu d'attention. Il existe, par exemple, très peu d'ouvrages qui expliquent comment utiliser la vidéo pour promouvoir l'apprentissage des adultes ou stimuler l'expérimentation chez les agriculteurs.

On note une certaine confusion, par exemple, à propos du degré de professionnalisme requis pour concevoir, produire et utiliser la vidéo dans les activités de développement. Quels professionnels faut-il impliquer ? A-t-on besoin de différents types de professionnels - des cinéastes, des facilitateurs, des experts en gestion, des spécialistes de la communication ou de personnes ayant des compétences techniques particulières ? Il y a aussi confusion sur les termes "participation" et "vidéo participative". La participation est, certes, un concept clé mais nous devons être plus précis sur les modes de participation concrète à la réalisation des vidéos pour le développement et sur les étapes durant lesquelles cette participation doit être recherchée (par exemple, l'écriture de scénarios, la réalisation, le tournage, le montage, etc.).



LES MEDIAS DU PACIFIQUE ET LA RECHERCHE D'INFORMATIONS SUR LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE ET RURAL

Mme Viola Ulakai
Tonga Broadcasting &
Television Corporation (TBC),
Royaume de Tonga

Dans la région Pacifique, trouver des sources d'informations sur le développement agricole et rural n'est pas chose aisée. Cet exposé tentera d'identifier les difficultés qu'éprouvent les médias à traiter correctement ces questions, avec à l'appui différents témoignages de journalistes de la région qui ont bien voulu partager leurs expériences en matière de recherche d'informations pertinentes. Selon une récente enquête en ligne réalisée dans le cadre d'une campagne de plaidoyer, ces difficultés s'expliquent essentiellement par le manque de programmes de renforcement des capacités et le fait que les médias ne sont pas considérés par les acteurs du secteur agricole comme des interlocuteurs valables, des partenaires et des collaborateurs fiables, capables et désireux de diffuser correctement l'information, sans parti pris aucun et dans un Anglais aisément compréhensible ou dans la langue locale. L'étude souligne également la nécessité de partager les ressources et les sources d'informations, notamment lorsque les uns ou les autres n'ont pas la possibilité de se rendre dans des zones éloignées ou isolées. Autres défis identifiés : le manque de collaboration entre scientifiques et journalistes en vue de simplifier l'information, de sensibiliser les médias de la région à l'importance du développement agricole et rural, et de faciliter la compréhension des médias par les parties prenantes du secteur agricole.

Différents scénarios et témoignages seront présentés, dans lesquels ces difficultés ont pu être surmontées,

avec des suggestions sur ce qu'il est possible de faire pour relever les défis posés.

L'exposé reviendra également sur les programmes proposés pour que la recherche de l'information soit considérablement simplifiée tant pour les journalistes que pour les sources elles-mêmes.

Enfin, des recommandations seront formulées, que le CTA pourra éventuellement mettre à profit pour faciliter aux médias de la région la recherche de l'information sur le développement agricole et rural.

LA "VOIX" DU VISUEL : DES STRATEGIES D'APPRENTISSAGE VISUEL POUR AMELIORER L'ANALYSE DES PROBLEMES, LE DIALOGUE SOCIAL ET LA PARTICIPATION VIA LA MEDIATION

*Dr Loes Witteveen, IRDT
Université de Wageningen,
Pays-Bas*

L'évolution constante des besoins en stratégies d'apprentissage innovantes dans le domaine des sciences s'explique par la complexité grandissante des enjeux de société. À ces questions complexes, également qualifiées de "méchants problèmes", il n'existe guère de solution unique et uniforme, juste ou injuste, bonne ou mauvaise, car elles ont toutes trait aux valeurs et systèmes de notre société. En effet, ce sont des problèmes dans lesquels sont impliqués de nombreux acteurs qui en ont, chacun, une interprétation différente. En réfléchissant à l'évolution du rôle des scientifiques qui en découle, on se rend compte de la nécessité de stratégies d'apprentissage, capables d'améliorer l'analyse des problèmes et de favoriser le consensus entre individus concernés.

Ce document porte sur un projet de recherche et de conception de stratégies d'apprentissage visuel adaptées à l'analyse des problèmes et à la formulation des politiques, avec comme principal axe le dialogue ainsi que la participation des acteurs sociaux, des (futurs) praticiens et des déci-

deurs politiques. Une orientation qui privilégie l'appréciation visuelle des problèmes (*Visual Problem Appraisal - VPA*) et le tournage en caméra embarquée (*Embedded Filming*) : deux méthodologies utilisées dans le cadre du projet de "Gestion intégrée des zones côtières du Kerala en Inde" et du programme sur le "SIDA et la professionnalisation du développement rural en Afrique subsaharienne". Les films réalisés ont été utilisés dans diverses situations et vus par différents publics. Preuve que des réalités complexes et des parties prenantes d'horizons divers peuvent se retrouver dans un même espace d'apprentissage, de réflexion et de dialogue au service du changement.

Les résultats de la recherche montrent la pertinence et l'utilité de concevoir et d'élaborer des stratégies d'apprentissage visuel, dans un contexte où le développement rural constitue un enjeu crucial et où le support visuel (film/vidéo) offre des possibilités sérieuses d'améliorer la participation et l'apprentissage des acteurs vulnérable et marginalisés.

INSTAURER UNE RELATION D'AMOUR ENTRE LES MEDIAS ET LE SECTEUR AGRICOLE ET RURAL

*Dr Eugenia Springer
ES Production, Trinité-et-Tobago*

Dans l'île caribéenne de Trinité (Trinité-et-Tobago), impliquer les médias, c'est se faire de l'argent. Constitués en majorité d'hommes et de femmes d'âge moyen, les agriculteurs ruraux savent qu'ils doivent donner du secteur agricole et de ses acteurs une image plus attrayante pour inciter les médias à s'investir dans la construction d'une "relation d'amour" entre producteurs alimentaires et consommateurs. Selon certains agriculteurs interviewés depuis leurs districts ruraux, il est nécessaire que le gouvernement et les autres parties prenantes aident à améliorer l'image et le rôle des agriculteurs dans la société. L'idéal, pour ce faire, serait de créer une société de production consacrée exclusivement à la couverture médiatique des questions agricoles, avec pour objectif de familiariser le public avec la nouvelle image que l'on veut donner au secteur

agricole, au milieu rural et aux agriculteurs. Une telle initiative permettrait également d'attirer les jeunes ruraux qui, souvent, délaissent l'agriculture pour d'autres emplois mieux rémunérés et moins éreintants. De même, cette société de production médiatique pourrait être un pôle national centralisant l'ensemble des réseaux d'information de la communauté rurale. Grâce à des programmes de qualité, les agriculteurs espèrent ainsi attirer l'attention du gouvernement et des autres parties prenantes dont l'intervention permettrait de résoudre les problèmes liés au régime foncier, à l'affectation des terres cultivables, à l'accès équitable au matériel de préparation des sols, au nettoyage des cours d'eau obstrués et à la gestion globale des ressources en eau, à la construction de voies d'accès et à une supervision responsable de l'utilisation des produits agrochimiques. Une société de production dédiée à l'agriculture, avec des moyens financiers suffisants et la collaboration des institutions d'enseignement ainsi que d'autres organisations agricoles nationales et internationales, pourra même opérer au-delà de l'État insulaire de Trinité-et-Tobago et être ainsi l'artisan d'une véritable histoire d'amour entre les agriculteurs et les médias des Caraïbes.

TRAITEMENT DES QUESTIONS DE DEVELOPPEMENT AGRICOLE ET RURAL PAR LES MEDIAS : ENJEUX ET PROBLEMES

*Mme Matho Motsou Anne
Jade, Cameroun*

Les enjeux pour les médias dans le traitement des questions de développement agricole et rural sont :

- Contribuer à l'amélioration des conditions de vie des communautés rurales en diffusant des informations susceptibles de permettre une augmentation de leurs productions agricoles ou animales. Pour ce faire, les médias doivent consacrer des espaces aux vétérinaires, agronomes etc. afin qu'ils apportent leurs expertises aux différentes problématiques que rencontrent les paysans pour entretenir leurs cultures et leurs bêtes. Compte tenu de la pauvreté des paysans africains, les journalistes

doivent vulgariser des techniques et pratiques moins coûteuses et efficaces. Des paysans seraient heureux d'apprendre en lisant un journal, par exemple, qu'ils peuvent donner des pépins de papayes aux poules pour lutter contre les vers.

- Assurer la diffusion des informations de proximité. Il s'agit pour le journaliste d'effectuer constamment des descentes sur le terrain pour discuter avec les différents acteurs du développement rural que sont les associations villageoises, les ONG et les GIC, question de trouver un sujet d'actualité pour en faire un reportage ; le défi à relever étant d'informer sur les réalités du terrain.

Les problèmes que rencontrent les médias sont de deux ordres :

- le manque de ressources financières pour se rendre dans les zones éloignées des rédactions avec pour conséquence, la couverture des mêmes zones par les médias ;
- la manipulation du journaliste par certains acteurs de développement. Comme par exemple, des responsables de projets qui grossissent les retombées de leurs projets, ou des populations qui sont de mauvaise foi.

SIM-INFO ANOPACI

M. Kouao Sylvain et Biatchon Séraphin - ANOPACI, Côte d'Ivoire

Le secteur agricole ivoirien subit une bipolarisation croissante entre agriculture industrielle et agriculture de subsistance, caractérisée par un potentiel de rentabilité limité, et cela dans un paysage médiatique qui a connu un bouleversement depuis une décennie ; mais il n'en reste pas moins encore des obstacles à franchir. Les médias ont un impact énorme dans le milieu agricole. Ils sont dans bien des cas l'unique lien entre le monde rural et le monde extérieur à cause de son enclavement. En Côte d'Ivoire, l'image de l'agriculture renvoyée par les médias est restée négative. Le nombre restreint et la diversité limitée des publications et émissions, le choix des sujets ainsi que les formes journalistiques adoptées révèlent, cependant, une certaine superficialité dans la manière dont les médias abordent le thème du développement agricole et rural. Aujourd'hui, il

existe dans nos pays une vraie crise dans le traitement des questions de développement agricole et rural par les médias. Il existe très peu de journalistes ayant les capacités de faire des analyses pertinentes et de les confronter aux réalités du terrain, pour permettre aux différents acteurs de prendre de bonnes décisions. Dans la plupart de nos pays, le traitement des questions de développement agricole est biaisé, car le traitement est fait par les institutions internationales et ne permet pas de gain de productivité et d'amélioration des conditions de vie des ruraux. Dans les médias ivoiriens, le traitement des questions de développement rural est particulièrement mal loti. Les rédactions estiment ces sujets peu attrayants pour les lecteurs et les relèguent au dernier plan de l'actualité nationale. La rareté des rubriques ou des émissions spécialisées sur l'agriculture le montre bien. L'autre aspect du traitement des questions de développement rural concerne les informations qui proviennent du milieu rural à destination des décideurs et des autres citoyens. Si le traitement des informations venant du milieu rural était bien fait, cela aurait bouleversé les liens sociaux et des solidarités nouvelles seraient apparues.

Investir dans le traitement de l'information agricole pour le développement exige d'être visionnaire. Les actions de développement qui mettent en œuvre les médias perdent parfois de vue la dimension humaine du processus. Une approche intégrée visant à améliorer les services offerts par les médias et destinés au développement agricole et rural a pour objectif de permettre aux ruraux d'accroître les ressources collectives nécessaires pour améliorer leur vie. Le traitement des questions de développement agricole ne répond pas à une telle vision car trop souvent abstrait et théorique.

Grâce à son partenariat avec le CTA à travers le projet Sim, l'Anopaci a aidé plus de 25 radios rurales à créer des émissions agricoles, avec un traitement de l'information adapté aux besoins des ruraux. Le contenu des émissions radiophoniques et du journal a été rendu accessible aux agriculteurs grâce au recours à un langage courant, ainsi qu'à une approche fondée sur l'expérience réelle de celui à qui l'information est destinée. Le traitement des questions de développement agricole

pour ce qui concerne les agriculteurs doit prendre en compte l'expérience réelle de l'environnement des agriculteurs, leur mentalité et leur système de savoir. Dans ce contexte, le contenu de l'information prend un sens concret car les agriculteurs vont l'intégrer dans leurs activités et leurs prises de décisions quotidiennes. Aujourd'hui, l'utilisation de la télévision et de la vidéo pour résoudre une partie du problème du traitement des questions de développement est la voie empruntée par l'Anopaci. Les yeux n'ont pas de barrières. Les émeutes de la faim ont fait émerger des enjeux qui font que le traitement de l'information n'est pas toujours correct. C'est tout le traitement des questions de développement pour rendre l'information disponible face à la demande qui nécessite travail et réflexion.

LES MEDIAS DANS L'AGRICULTURE : "NOUS NE JOUONS PAS LES SECONDS ROLES"

M. Phil Malone - Countrywise Communication, Royaume-Uni

Après avoir travaillé dans la production de matériels de formation dans les pays ACP pendant plus de 24 ans, nous estimons devoir aujourd'hui rendre hommage au talent des professionnels de la communication agricole et encourager la production d'informations et de matériels de formation à la fois utiles, à faible coût et de qualité.

Même si on trouve, aujourd'hui, des caméras vidéos numériques dans les coins les plus reculés, il est nécessaire malgré tout d'investir dans la formation, afin d'aider les professionnels des médias et les agents de développement agricole à produire des informations intéressantes, qui permettent aux agriculteurs en manque de temps d'améliorer leurs revenus.

Pour venir à bout de certains problèmes, la tendance est de plus en plus à un usage multiforme de l'information - comme bande-son par les radios locales, sous forme de vidéos par les télévisions locales et nationales et stockée sur des DVD distribués aux agriculteurs. Nous montrons, à titre d'exemple, des films vidéo destinés à relancer la production rizicole, réalisés

au Bangladesh et en Afrique par des équipes locales et traduits en plusieurs langues locales. La planification et la préparation des films sont telles qu'il est facile de suivre le processus de production du début à la fin et ce sont de vrais agriculteurs, donnant conseils et recommandations, qui en sont les acteurs.

Le défi pour l'avenir consiste à impliquer ceux qui souhaitent investir dans les zones rurales - opérateurs de téléphonie mobile, banques, ONG et agences Internationales - pour mettre à profit les technologies de communication, de sorte que les niveaux de compétences en milieu rural puissent être améliorés. Une fois disponible sur le marché, le produit final fera alors l'objet d'une forte demande de la part de l'utilisateur final, et des progrès majeurs seront réalisés à mesure que s'accélérera le processus de communication transfrontières. C'est pourquoi nous devons utiliser la technologie appropriée, afin que nos agriculteurs-champions puissent en inspirer d'autres et apporter ainsi la preuve que les médias ne jouent pas les seconds rôles dans l'agriculture.

METTRE A PROFIT LE MULTIMEDIA POUR PROMOUVOIR LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE ET RURAL : LA "BOTTE SECRETE" DU CABI

*Mme Janny Vos
CABI - Royaume-Uni*

Fort de plus de 90 ans d'expérience et de collaboration avec différentes parties prenantes dont des chercheurs, agents de vulgarisation, décideurs, formateurs, fournisseurs d'intrants, négociants et producteurs agricoles, le CABI est parfaitement conscient du rôle que jouent les différents médias dans un bon plan de communication. En effet, dans de nombreux pays, le CABI mène "en coulisses" des activités dans la radio, la vidéo, la télévision et le Web, afin de promouvoir le partage et la diffusion d'informations et de technologies agricoles.

La presse écrite et la presse électronique sont complémentaires mais leur efficacité varie selon le public visé et l'objectif poursuivi. En effet, c'est en fonction de ses préférences que l'utilisateur opte pour tel ou tel média et c'est ce choix qui, à son tour, détermine l'adoption et l'impact dudit média. La radio et la vidéo restent des moyens efficaces de communication entre agriculteurs. Les messages doivent être simples et les émissions faire l'objet d'une large publicité avant leur diffusion. Il est utile de recourir à divers supports de communica-

tion (affiches, dépliants, manuels, CD-ROM, radio et vidéo) pour, par exemple, faire connaître les résultats de recherche, promouvoir la formation et sensibiliser davantage les différents groupes d'acteurs à des problèmes complexes tels que les épidémies de ravageurs.

Une utilisation et une évaluation efficaces des médias passent nécessairement par un plan de communication bien ficelé, qui apporte des réponses claires aux questions - "quoi ?", "qui ?", "quand ?" et "comment ?" - concernant le message diffusé. C'est dans ce sens que le CABI a mis au point et testé des stratégies de communication en Afrique, avec notamment pour objectifs de : a) sensibiliser l'opinion à l'impact des espèces végétales envahissantes, à la lutte et à la prévention contre ce phénomène (en Éthiopie, au Ghana, en Ouganda et en Zambie) ; b) créer une plate-forme de partage des connaissances aux fins d'une campagne de sensibilisation à la maladie de la marbrure du manioc (Région d'Afrique orientale et centrale). On a pu ainsi noter une sensibilisation accrue des populations dans les pays ciblés.

En collaboration avec ses partenaires, le CABI gère actuellement un système mobile d'information agricole via Internet, qui met à profit les technologies SMS, e-mail et sans fil pour promouvoir le partage et l'échange d'informations entre usagers vivant dans les zones reculées. Le rôle des agences intermédiaires est par conséquent essentiel pour délivrer les messages et assurer la pérennité de l'information.

MEDIAS ET VULGARISATION ET APPRENTISSAGE AGRICOLES

"LA VOIX DU PAYSAN" ET LA VULGARISATION DE L'INFORMATION AGRICOLE AU CAMEROUN

*Mme Marie Pauline Voufo
Aude Ehlinger (Présentatrice)
La Voix du Paysan, Cameroun*

"Je suis devenu entrepreneur agricole en lisant vos fiches techniques" ; c'est le résumé des propos de M.

Mba André Marie, fidèle lecteur du journal *La Voix Du Paysan*, rencontré en janvier 2008 dans son exploitation de palmier à huile située non loin de la localité d'Edéa dans la région du littoral camerounais. Il n'est pas seul à tenir un tel langage à l'endroit de *La Voix Du Paysan*, ce journal de périodicité mensuelle qui paraît à Yaoundé au Cameroun depuis plus d'une vingtaine d'années. Un concours lancé par le journal en fin d'année 2007 pour jauger l'intérêt et l'impact

de la publication en milieu paysan a vu la participation de plusieurs centaines de personnes qui n'ont pas tari de témoignages révélateurs sur leurs réalisations agropastorales effectuées juste en lisant ce journal que certaines d'entre elles considèrent comme "le miroir du paysan".

En fait, c'est à travers ses rubriques fort bien élaborées et essentiellement à contenu technique et pratique, que *La Voix Du Paysan* a conquis l'audience

des producteurs agricoles aspirants et avérés sur le territoire camerounais. Un sondage réalisé auprès du lectorat en décembre 2008 et janvier 2009, a consacré la rubrique "Fiche technique" comme la préférée des lecteurs. Espace consacré à l'apprentissage des techniques culturales et pastorales, la "Fiche technique" est conçue pour vulgariser les informations pratiques et actuelles sur les spéculations agropastorales qui ont cours au Cameroun. Désormais, elle s'étend à la vulgarisation des informations sur la transformation des produits agricoles et les circuits de commercialisation.

ROLE DES MEDIAS : COMBLER LE "FOSSE" ENTRE LABORATOIRES ET EXPLOITATIONS AGRICOLES

*M. Sunil Kumar Sing
Université du Pacifique Sud, Fidji*

Les médias comme la radio, la télévision, les cassettes vidéo, les journaux et magazines peuvent jouer un rôle majeur dans la diffusion des résultats de la recherche agricole auprès des paysans. Les Îles Fidji comptent au total 11 stations de radio, qui proposent des programmes en 3 langues (anglais, fidjien et hindoustani), cinq journaux (quotidiens) paraissant en 3 langues et deux sociétés de télévision dont la majorité des émissions sont diffusées en anglais. Si, aujourd'hui, la plupart des agriculteurs fidjiens ont régulièrement accès à la radio, à la télévision et aux journaux, très peu de programmes sont cependant consacrés à l'éducation et à l'information des paysans concernant la lutte contre les nuisibles, l'utilisation des technologies et les bonnes pratiques agricoles. Les résultats de la recherche scientifique sont souvent réservés aux revues universitaires, guère accessibles aux agriculteurs et même lorsqu'elles le sont, la présentation desdits résultats est trop technique pour qu'ils puissent les comprendre et les appliquer. Cet écart de connaissances entre agriculteurs et chercheurs agricoles peut être comblé grâce à l'intervention des journalistes, qui vont ainsi constituer un lien important entre les deux groupes d'acteurs. Pour ce faire, les chercheurs doivent fournir

aux journalistes une interprétation claire des résultats de recherche censés être utiles aux agriculteurs, pour qu'ils puissent être diffusés le plus largement possible et mis à profit par le maximum d'usagers. Au cours de l'exposé, une courte vidéo sera projetée pour montrer comment les résultats de recherche peuvent servir à éduquer et former les agriculteurs avec l'aide des médias.

LA RADIO RURALE: UN MOYEN DE PROMOUVOIR DES SERVICES DE VULGARISATION AXES SUR LA DEMANDE AU MALAWI

*M. Rex Chapota - African Farm
Radio Research Initiative, Malawi*

Au Malawi, les émissions radiophoniques ont fait sensiblement progresser la demande en services de vulgarisation agricole. En effet, Farm Radio International a commencé à mettre en oeuvre l'Initiative de recherche sur les radios rurales en Afrique (AFRRI), un programme participatif et multiacteurs axé sur la recherche et l'action et destiné à identifier, documenter et diffuser les meilleures pratiques en matière de communication radiophonique, avec pour objectif de renforcer la sécurité alimentaire au Malawi, mais aussi dans quatre autres pays que sont le Ghana, le Mali, la Tanzanie et l'Ouganda. Dans le cadre de ce processus de mise en oeuvre, l'AFRRI travaille en partenariat avec cinq stations de radio publiques, privées et communautaires. Le département en charge des services de vulgarisation agricole du ministère de l'Agriculture et de la Sécurité alimentaire collabore, à titre de partenaire, à la production de contenus et à des travaux de réflexion tant à l'échelle nationale que communautaire. Grâce aux programmes diffusés dans le cadre de cette campagne de communication radiophonique, la demande en services de vulgarisation s'est accrue à tel point que les agents communautaires ont déclaré avoir commencé à lire beaucoup plus sur les technologies agricoles qu'ils ne le faisaient auparavant, car les paysans leur posent des questions relatives aux émissions. De même, les agriculteurs ont commencé à envoyer des requêtes aux responsables pour que des

agents de vulgarisation se rendent dans certaines communautés pour faire la démonstration de ce que les auditeurs avaient entendu à la radio. Une attitude en droite ligne avec la politique nationale de promotion des services de vulgarisation axée sur une demande pluraliste et les agriculteurs sont devenus "proactifs". Les producteurs radio font également intervenir des agents de vulgarisation lors de leurs émissions, pour qu'ils fournissent personnellement et en direct des informations aux auditeurs ; ce qui accroît leur responsabilité vis-à-vis des conseils qu'ils peuvent prodiguer aux paysans et des activités qu'ils sont censés mener sur le terrain. Les programmes radiophoniques interpellent aussi les services de vulgarisation pour une normalisation de l'information agricole, puisque les paysans ont tendance à comparer ce qu'ils entendent à la radio à ce que leur disent les autres parties prenantes.

CONNAISSANCE, RESEAUTAGE ET DIVERSITE : DES OPPORTUNITES POUR LE JOURNALISME AGRICOLE EN AFRIQUE

*M. David Mowbray - BBC World
Service Trust, Royaume-Uni*

Même si l'on reconnaît que l'agriculture est peu traitée dans les médias en Afrique, le secteur ne fait toujours pas l'objet de reportages dignes de ce nom. L'International Food Policy Research Institute (IFPRI) a donc demandé au BBC World Service Trust de mener une étude pour tenter de comprendre les causes sous-jacentes de cette insuffisance de couverture par les médias. Nous présentons ici les premiers résultats de l'étude en question.

DES APPROCHES INNOVANTES POUR AMELIORER L'ACCES A L'INFORMATION AGRICOLE : ETUDES DE CAS PRATIQUES

*Dr O. I. Oladele
Université du Botswana*

Ce document propose des approches novatrices pour améliorer l'accès à

l'information agricole. En effet, dans de nombreux pays où l'agriculture constitue le moteur de l'économie, diverses péripéties d'ordre social, économique, culturel, technologique et politique entravent particulièrement la diffusion de l'information. Plusieurs approches sont ainsi préconisées, parmi lesquelles : l'identification des besoins en informations agricoles et non agricoles, la sensibilisation des journalistes à l'actualité relative au développement agricole et rural ; la prise en compte effective de l'équilibre homme-femme ; la stratégie d'une communication multimédia ; l'encouragement des usagers de l'information à faire part de leurs réactions ; le recours à des sources d'informations multilingues, l'usage de la vidéo et d'autres TIC pour compléter la communication en face à face avec les agents de vulgarisation et le partenariat avec les fournisseurs de services d'information. L'auteur explique comment ces approches ont permis d'améliorer notablement l'accès à l'information des différents acteurs du secteur agricole, en prenant en compte les besoins des clients en matière de vulgarisation et en instaurant une relation étroite entre chercheurs, vulgarisateurs et agriculteurs, afin de faire de l'innovation agricole une réalité. Différentes approches novatrices, qui ont déjà fait leurs preuves au Nigeria, au Botswana et dans d'autres parties du monde, sont évoquées sous formes d'études de cas, avec des suggestions sur les possibilités pour d'autres pays de mettre à profit ces innovations.

LES OBSTACLES A L'UTILISATION DES MEDIAS POUR PROMOUVOIR LA VULGARISATION ET L'APPRENTISSAGE EN MILIEU RURAL

*M. Charles Oduor Ogada
Centre de ressources
communautaires d'Ugunja (UCRC),
Kenya*

Dans les pays africains en développement, l'agriculture demeure le pilier de l'économie. Au Kenya, par exemple, le secteur agricole emploie 80% de la population active, issue en majorité des zones rurales (selon le

ministère kenyan du Plan stratégique pour l'agriculture 2006-2010). Malgré l'importance du secteur, la production agricole n'a pas enregistré de hausse notable au cours des 10 dernières années. Toutefois, l'agriculture continue de jouer un rôle clé dans la réalisation du potentiel que renferme l'Afrique et des Objectifs du Millénaire pour le développement (OMD) et, en particulier, dans l'éradication de l'extrême pauvreté et la faim à l'horizon 2015.

Le secteur agricole fait face à de nombreux défis tels que la malgouvernance, le manque d'accès à l'information, la faiblesse des politiques de vulgarisation, l'étroitesse des marchés et l'instabilité des conditions météorologiques. Les médias se révèlent être un outil puissant et très efficace de transformation du secteur. L'utilisation des médias devient chose courante et nombreuses sont les études de cas où les médias ont aidé, avec succès, à informer les paysans, mobiliser l'opinion et éduquer la population. Au Centre de ressources communautaires d'Ugunja (UCRC), nous mettons à profit divers supports de communication tels que les enregistrements audio, la presse écrite et les médias traditionnels, pour aider à la diffusion et à la présentation des technologies agricoles de manière plus conviviale, aux fins de stockage et de partage de l'information.

Bien que le recours aux médias pour promouvoir la vulgarisation agricole et l'apprentissage se révèle efficace, il n'est pas toujours facile de s'attacher leurs services, et nombreux sont les obstacles qui entravent leur mise à profit en milieu rural. Parmi les difficultés les plus notables figurent, notamment, la médiocrité des infrastructures, le manque de contenus, la faiblesse des politiques de communication et le coût des services.

L'UCRC s'efforce d'y remédier en créant des Centres de ressources communautaires d'apprentissage pour faciliter la fourniture et le partage d'informations en milieu rural et pour promouvoir le travail en réseau.

ROLE DES MEDIAS DANS LA DIFFUSION DES PRATIQUES AGRICOLES DURABLES AUPRES DES PETITS EXPLOITANTS AGRICOLES AU KENYA

*M. John Cheburet
The Organic Farmer, Kenya*

Le Kenya est un pays essentiellement agricole. Son développement économique dépend du secteur de l'agriculture qui emploie plus de 70% de la population active. Toutefois, comparé à ses voisins que sont la Tanzanie et l'Ouganda, le Kenya connaît une grave insécurité alimentaire. Une situation due à de nombreux facteurs dont les plus importants sont le coût élevé des intrants, les conditions climatiques changeantes et des pratiques agricoles peu respectueuses de l'environnement. De plus, les services publics de vulgarisation ne sont pas suffisamment équipés pour aider les agriculteurs à relever ces défis. Il est important que des informations utiles, scientifiques et pertinentes sur les pratiques agricoles durables puissent parvenir à la communauté des agriculteurs en temps opportun.

Ce document revient sur l'expérience du magazine et du programme radiophonique The Organic Farmer (TOF) au Kenya dans l'établissement de partenariat avec des groupements paysans, dans le but d'améliorer l'accès à l'information sur les pratiques agricoles durables qui permettent d'accroître à la fois les revenus des agriculteurs et la sécurité alimentaire. L'auteur laisse entendre qu'une approche participative de la part des médias non seulement encourage davantage le partage de l'information entre les différents agriculteurs et groupes d'acteurs, mais permet également d'accélérer l'adoption de technologies appropriées à même d'améliorer la production et de préserver l'environnement.

MEDIAS ET CHANGEMENT CLIMATIQUE

LE CHANGEMENT CLIMATIQUE VU PAR LES MEDIAS DANS LA REGION SADC : CAS DU MOZAMBIQUE, DU SWAZILAND ET DE LA ZAMBIE

M. Parkie Mbozi - Institut PANOS Afrique australe - Zambie

La communication de masse, lorsqu'elle est bien planifiée et mise en œuvre de façon systématique, contribue non seulement à l'élaboration et à la crédibilisation du discours, qu'il soit politique ou scientifique, mais également à une meilleure compréhension par le public du message véhiculé et, partant, à une réaction plus conséquente des destinataires ciblés. En effet, le public apprend énormément des messages scientifiques transmis par les médias de masse. Cependant, des questions se posent quant à l'efficacité et la capacité des médias à susciter une véritable prise de conscience des problèmes liés au changement climatique. C'est pour tenter de lever ces interrogations que l'Institut Panos Afrique australe a commandé une étude pour enquêter sur le traitement médiatique de la question, la sensibilisation des communautés et les réponses nationales au changement climatique, ainsi que les mesures d'adaptation mises en place. Cette étude a pour but d'examiner comment la question du changement climatique est traitée dans les médias en Afrique australe, et d'analyser les tendances lourdes du moment, les points forts et les points faibles notés aussi bien dans la presse papier que dans les médias électroniques.

Selon les conclusions de l'étude, la base de connaissances des journalistes traitant du changement climatique et des mesures d'adaptation reste limitée. Leur façon d'aborder le changement climatique dans leurs médias respectifs n'est pas non plus très favorable, le sujet étant considéré par eux (rédactions et journalistes confondus) comme peu vendeur. De surcroît, les organes de presse ne disposent ni d'équipe spécialisée dans le changement climatique, ni de journalistes couvrant exclusivement cette question. De même,

ils ne bénéficient d'aucune mesure d'incitation et de soutien pouvant les encourager à traiter du sujet. D'où la couverture limitée des questions liées au changement climatique par les médias, sur lesquels, pourtant, le public compte pour être au courant de l'actualité et obtenir l'information dont il a besoin. En outre, le public a une compréhension limitée du changement climatique et des mesures d'adaptation nécessaires. Enfin, les politiques et législations nationales en la matière restent à finaliser, mais la coordination demeure insuffisante dans tous les trois pays étudiés.

CHANGEMENT CLIMATIQUE ET MEDIAS DANS LA REGION PACIFIQUE

M. Samisoni Pareti - Islands Business International, Îles Fidji

Ce document donne un aperçu des efforts entrepris dans le Pacifique pour mieux sensibiliser le public au travail des médias, ainsi qu'à leurs reportages et articles concernant le changement climatique. Il met l'accent sur le phénomène unique qu'est le changement climatique, en ce sens qu'il affecte tous les secteurs, que ce soit le développement rural, la foresterie, la pêche ou la santé, avec des incidences sur le développement socioéconomique des populations du Pacifique. Il explique également pourquoi il est important d'impliquer les journalistes dans la lutte contre ce phénomène exceptionnel.

Il explique, dès le départ, les objectifs que les journalistes du Pacifique se sont fixés et qu'ils espèrent atteindre au sein de leurs groupes de médias respectifs, avec pour but de garantir une couverture médiatique continue et cohérente de ces questions et de mettre en œuvre des programmes de sensibilisation des communautés, de sorte que le changement climatique soit au cœur des préoccupations et des stratégies de développement à l'échelle locale, nationale et régionale.

Le document met ensuite l'accent sur les difficultés des médias à traiter des questions liées au changement clima-

tique. Il s'agit notamment du manque de ressources, de financement et de subventions, mais aussi de l'absence de partenariat et de collaboration entre médias, gouvernement, partenaires au développement et organismes techniques et scientifiques régionaux. S'y ajoutent le besoin de lignes directrices en matière de reportage, de partage de l'information avec les différentes parties prenantes et, plus important encore, le besoin de sources d'informations crédibles, basées sur des données et statistiques fiables, d'autant plus que le changement climatique est de nature scientifique.

Il évoque aussi les difficultés dues à l'insuffisance des programmes de renforcement des capacités, comme la formation et les ateliers à l'intention des médias et des différentes parties prenantes - y compris les responsables gouvernementaux, les scientifiques et les experts - sur le rôle et le travail des uns et des autres.

Il souligne, en outre, la nécessité de promouvoir le réseautage et le rôle important que jouent les médias, notamment en termes d'éducation, d'information et d'autonomisation des populations par rapport au changement climatique et aux enjeux qui ont des incidences sur leurs moyens de subsistance, leur capacité de travail et surtout la vie des habitants de cette région insulaire.

Enfin, il évoque un programme en cours d'élaboration dans le Pacifique, destiné à améliorer le travail de sensibilisation, grâce à la communication, aux questions environnementales telles que le changement climatique.

CONTRIBUTION DES RADIOS COMMUNAUTAIRES A LA COMPREHENSION DES IMPACTS DU CHANGEMENT CLIMATIQUE SUR L'AGRICULTURE A KOUTIALA, MALI

M. Moctar Niantigui Coulibaly Alliance des radios communautaires du Mali

Le changement climatique constitue de nos jours un handicap majeur au

processus de développement durable en général, et au développement agricole en particulier. Selon les prévisions, le climat du Mali sera plus chaud, plus sec et plus variable, et les températures moyennes pourraient monter jusqu'à 45°C d'ici à 2025. Ces modifications du climat menacent dangereusement les activités agricoles et la sécurité alimentaire des populations maliennes. Or au Mali, les populations dépendent absolument de l'agriculture, et l'agriculture dépend absolument du climat ; cette dynamique de la vie devient de plus en plus précaire. Le changement climatique affecte le droit des populations au développement.

Les nouvelles directives nationales et internationales sur le sujet sont peu connues des agriculteurs vivant dans les principales zones agricoles comme Koutiala. Ces communautés agricoles sont pourtant parmi les plus vulnérables et leur activité vitale est soumise aux effets néfastes du changement climatique.

L'Alliance des radios communautaires du Mali (ARCOM) a mis en œuvre, à travers six (6) radios communautaires membres, une campagne radiophonique sur ce phénomène. Plusieurs émissions interactives ont été réalisées, permettant ainsi à chacun d'apporter sa contribution à trois niveaux :

- 1 l'intermédiation pour une mise en relation et une synergie d'actions des différents acteurs ;
- 2 l'investigation pour assurer la compréhension de la vulnérabilité des communautés locales ;
- 3 le plaidoyer en faveur de la mise en œuvre concertée d'actions appropriées pour l'adaptation des communautés locales au changement climatique.

L'objectif final de cette campagne était de permettre aux paysans d'avoir des échanges avec les spécialistes mais aussi de pouvoir s'exprimer.

CONCOURS D'ECRITURE DE SCENARIOS RADIOS POUR PROMOUVOIR L'APPRENTISSAGE DES DIFFUSEURS AFRICAINS SUR LES THEMES D'INTERET POUR LES PETITS AGRICULTEURS

*Mme Blythe McKay
Farm Radio International, Canada*

Depuis 2005, Farm Radio International, en collaboration avec d'autres partenaires, a organisé trois concours d'écriture de scénarios pour des radiodiffuseurs de pays d'Afrique subsaharienne. Le premier portait sur les Objectifs du millénaire pour le développement, le deuxième sur les stratégies d'adaptation des petits exploitants agricoles et le dernier, en cours, met en vedette l'innovation dans l'agriculture familiale. Ces concours visent non seulement à renforcer la capacité des organisations et particuliers qui travaillent dans la radio à élaborer des scénarios et des programmes radiophoniques sur le thème en question, mais aussi à accroître les émissions de qualité sur ce sujet dans toute l'Afrique subsaharienne.

Selon les conclusions d'une étude d'évaluation du concours sur le changement climatique :

- Les ressources mises en place pour aider les scénaristes ont été bien accueillies et appréciées comme étant d'une grande utilité.
- Le concours a été une excellente occasion d'offrir un encadrement aux professionnels de la radio dans l'écriture de scénarios et la conception des programmes de radio rurale.
- Le concours a permis de multiplier le nombre de scénarios de qualité disponibles sur le changement climatique.
- Les parties prenantes, y compris les candidats en compétition, considèrent que le potentiel d'apprentissage de ce type de concours serait mieux mis à profit si l'événement était récurrent.

- Les scénarios sont très largement utilisés et appréciés par les diffuseurs qui les reçoivent.
- Les programmes radiophoniques produits sur la base des scénarios ont beaucoup de succès auprès du public.
- Des témoignages anecdotiques laissent à penser que les programmes radiophoniques qui s'inspirent de ces scénarios ont changé les pratiques agricoles locales.

Le concours actuel porte, pour la première fois, sur la formation en ligne pour aider les candidats à élaborer leurs scénarios. La présentation du panel va réfléchir à la possibilité de faire évoluer ce modèle de concours d'écriture de scénarios en outil d'apprentissage.

DEFIS ET OPPORTUNITES DU REPORTAGE ET DE LA COMMUNICATION SUR LES QUESTIONS AGRICOLES ET RURALES

*M. Gerald Businge - M. Risdel
Kasasira (Presentateur), Ouganda*

Le traitement limité des questions agricoles par les médias en Afrique a fait l'objet d'une étude approfondie³. La pression qu'exercent sur les médias les sujets censés attirer le public et l'idée selon laquelle "l'agriculture ne se vend pas bien"⁴ ont contribué à limiter l'intérêt des journalistes et des groupes de presse⁵ des questions de développement agricole et rural. Pourtant, l'agriculture, qui fait travailler plus de 75%⁶ des Ougandais et contribue pour plus de 67%⁷ au Produit intérieur brut du pays (PIB) est et devrait être un thème d'intérêt pour la majorité de la population. Au cours des 10 dernières années, le journal The New Vision www.newvision.co.ug a publié tous les mercredis deux pages entièrement consacrées à l'agriculture, avec l'actualité du secteur et les meilleures pratiques comme principal contenu. En 2008, suite à une initiative interne, le journal a ajouté une autre rubrique intitulée "Harvesting Money" (récolter de l'argent) qui fait le portrait d'agriculteurs réalisant de gros profits. Au début de cette année, le Daily Monitor www.monitor.co.ug a commencé à consacrer quatre à huit pages aux questions agricoles, une initiative née d'un partenariat avec

³ "Sowing the Seeds" : un rapport de l'organisation International Women's Media Foundation sur le traitement de l'agriculture par les médias, 2008

⁴ Expression utilisée dans le milieu des médias pour faire référence à l'augmentation ou non des ventes ou de l'intérêt du public.

⁵ Le verbe traiter/couvrir signifie ici réaliser des reportages et publier des articles (presse écrite ou en ligne) ou diffuser des programmes (télévision et radio).

⁶ Bureau ougandais des statistiques, chiffres issus du recensement de la population ougandaise (Uganda National Housing and Population Census), 2002.

⁷ Ministère des Finances, de la Planification et du Développement économique, Notes sur le budget national 2009/2010, avril 2009.

⁸ http://www.huffingtonpost.com/2009/02/24/profound-disconnect-betwe_n_169647.html

l'organisation International Women's Media Foundation www.iwmf.org sur la production d'articles axés sur l'agriculture et les femmes en Afrique⁸.

Quels résultats les initiatives de ces groupes de presse ont-elles produit, du point de vue de la qualité et de la quantité des reportages réalisés ? Quels

enseignements tirer des initiatives qui peuvent engendrer une couverture médiatique plus importante et une meilleure communication de l'actualité sur le développement agricole et rural ? Comment faire pour que cette meilleure couverture des questions agricoles par les médias puisse bénéficier aux

communautés de base, étant donné l'accessibilité limitée des journaux, de la télévision et d'Internet et de la radio ? Le document tente de répondre à ces questions après une étude approfondie des initiatives évoquées.

MEDIAS ET EGALITE DES SEXES

PROMOUVOIR L'EGALITE DES SEXES DANS LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE ET RURAL GRACE AUX TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION : MYTHE OU REALITE AU BOTSWANA ?

*Dr Bantu L. MoroLong
Université du Botswana,
Botswana*

En 2007, les femmes occupaient au total près de 41% des emplois dans l'agriculture, alors qu'elles réalisaient en Afrique 80% des travaux liés au développement agricole et rural. Dans les Caraïbes comme en Afrique subsaharienne, les femmes produisent jusqu'à 80% des denrées alimentaires de base. Malgré ces chiffres et, surtout, l'importante contribution de la population féminine à la sécurité alimentaire de nombreux pays africains, l'accès des femmes aux infrastructures et outils dont elles ont besoin - notamment les médias - pour effectuer efficacement leurs travaux agricoles - n'est toujours pas égal à celui de leurs homologues mâles. Ce document reconnaît, à l'ère de l'information, le rôle des Technologies de l'information et de la communication (TIC) dans le développement agricole de l'Afrique. Il tente toutefois d'évaluer dans quelle mesure l'utilisation de ces technologies dans le secteur agricole dans le but, notamment, d'améliorer la productivité, l'accès aux marchés, la qualité des produits et l'accès à l'information nécessaire à la prise de décisions efficaces, contribue à l'égalité des sexes en Afrique, en général, et au Botswana en particulier. L'auteur se fonde sur des faits bien documentés et sur l'expérience de terrain pour

montrer que les planificateurs des programmes agricoles en Afrique perçoivent toujours l'agriculture comme une profession d'homme. Résultat : l'utilisation croissante des médias dans ce secteur continue de concerner les hommes et dessert, par conséquent, la question de l'égalité des sexes. Cette situation pénalisante pour les femmes est exacerbée par plusieurs facteurs, notamment, la sous-représentation persistante des femmes dans les filières scientifique et technologique à l'école, dans les médias, dans les sphères de décisions techniques et dans les instances dirigeantes. Tout en défendant certaines incursions faites pour remédier à une telle situation, le document laisse entendre, en conclusion, que cette ère d'expansion des TIC est un moment opportun pour intégrer systématiquement au débat sur l'égalité des sexes la question des technologies de l'information et de la communication comme un des principaux véhicules de l'équilibre homme-femme dans le développement agricole et rural.

LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE ET RURAL DANS LE PACIFIQUE : RELIER LA QUESTION DE L'EGALITE HOMME-FEMME A CELLE DES MEDIAS

*Mme Bernadette Masianini,
Secrétariat général de la
Communauté du Pacifique (CPS)
Fidji*

Mis en œuvre dans 16 pays et territoires insulaires océaniques, le projet CPS-UE pour le Développement de l'agriculture durable dans le Pacifique (DSAP) a pour but de créer et de promouvoir une agriculture durable, afin d'améliorer la production alimentaire

et, partant, la sécurité alimentaire et les revenus des populations. Le projet DSAP met à profit des méthodes participatives et prend en compte l'égalité des genres dans la mise en œuvre de ses activités.

En effet, les femmes jouent différents rôles dans tous les domaines d'activité, y compris la production agricole, et leur participation est également mise à profit pour planifier la mise en œuvre, le suivi et l'évaluation des activités du projet dans les pays et territoires insulaires du Pacifique qui en sont bénéficiaires.

La participation égale des hommes et des femmes et la prise en compte du genre que promeut le projet garantissent que les informations qui parviennent aux groupes cibles répondent bien à leurs besoins de production agricole. Grâce à son approche participative, le projet fonctionne et s'intègre parfaitement au contexte culturel et traditionnel de la communauté des îles du Pacifique, offrant ainsi des conditions idéales pour relier égalité des sexes et médias.

AGRICULTURE BIOLOGIQUE, CHANGEMENT CLIMATIQUE, ALPHABETISATION ET BESOINS ALIMENTAIRES LOCAUX : QUEL ROLE POUR LES MEDIAS ?

*Mme Dorienne Rowan Campbell
Networked Intelligence, Jamaica*

Au cours de notre collaboration avec un réseau de femmes agricultrices (appelé "Knowing and Growing - K&G"/Connaissances et Croissance) dans la région des Caraïbes, il nous est apparu que de plus en plus de femmes cherchent à réapprendre les techniques culturelles et à adopter les principes de

l'agriculture biologique dans le cadre de leurs activités agricoles, à travers leur façon de vivre et les moyens de subsistance qu'elles ont choisis.

Cette approche, d'abord motivée par des préoccupations liées à la santé mais aussi par les avantages de la polyculture en général et la conservation de la biodiversité, de la santé des sols et des ressources en eau, est devenue par la suite une nécessité, surtout dans le contexte actuel de changement climatique. En effet, la monoculture, à l'instar de la culture sur abattis-brûlis, va à l'encontre de la protection des sols. Contrairement aux idées reçues sur l'agriculture biologique, une question à l'origine secondaire par rapport à l'orientation principale du réseau mais devenue importante au fil du temps, les rendements des cultures intercalaires et de l'agriculture biologique peuvent subvenir aux besoins alimentaires locaux, et contribuer au maximum à la sécurité alimentaire de la région. Ce qui a débuté comme un réseau d'agriculteurs cherchant à se convertir au bio s'est maintenu élargi aux agriculteurs soucieux de contribuer à une économie alimentaire saine et solide, dans un contexte de changement climatique et de stress environnemental. Le rôle des médias est essentiel dans la lutte contre les idées reçues, en l'occurrence sur ces questions à la fois complexes et interdépendantes.

Cette présentation d'étude de cas montre comment l'agriculture biologique peut être une réponse viable au changement climatique, à la prévention, à l'atténuation de ses effets et à l'adaptation, avec des exemples de fermes bio exploitées aux Caraïbes et donne des indications sur ce qu'il convient de faire pour encourager le développement de l'agriculture biologique dans la région. Forts de notre expérience dans l'organisation de cinq ateliers de formation à l'intention de 150 femmes de la région, nous plaçons ici pour que les médias traitent davantage des préoccupations des petits exploitants agricoles et des intérêts stratégiques particuliers des femmes agricultrices. À cet effet, les trois principales tâches qui incombent aux médias doivent être les suivantes :

1. Relayer les témoignages d'agriculteurs et les réalités de leur vie quotidienne - "Que se passe-t-il à la ferme ?". Cette présentation d'étude de cas met à profit une diversité de médias, allant des

programmes conçus pour les stations de radio locales, à la production de reportages vidéo, en passant par l'utilisation de Facebook par les membres du réseau K&G. Elle montre, preuves à l'appui, le rôle important que jouent les médias dans la sensibilisation de l'opinion, l'acquisition de connaissances sur les pratiques en matière de production et le partage de l'information locale et régionale. Compte tenu des difficultés liées à la couverture de certains sujets par les médias grand public, il faut adopter des approches alternatives pour partager l'information qui ne fait pas forcément "la une des journaux".

L'adaptation au changement climatique doit être intégrée et prise en compte dans les budgets nationaux, tout comme dans les politiques globales de développement. Mais on ne peut y parvenir que si l'on comprend suffisamment les réalités et les conditions de vie des populations locales, mais aussi la façon dont celles-ci sont intimement liées aux variations du climat local. D'où l'urgence de renforcer les capacités, en termes de médias, des femmes agricultrices des Caraïbes. Bien que les ateliers de K&G aient régulièrement encouragé les médias à interviewer les paysans et à mieux relayer leurs points de vue, beaucoup reste néanmoins à faire pour s'assurer que ces agriculteurs sont bien en mesure de parler de leurs problèmes, dans le cadre d'une relation conviviale public-médias. Il nous faut fournir aux médias nationaux, régionaux et indépendants des témoignages de terrain aussi divers que variés, pour promouvoir l'agriculture biologique dans la région.

2. Être un outil de plaidoyer pour influencer sur les décideurs politiques.

L'élaboration d'outils audiovisuels locaux, spécialement dédiés à la formation des agriculteurs, et de matériel de campagne publique destiné à la population en général, doit aller de pair avec la politique de sensibilisation et d'information nécessaire à l'endroit des décideurs et des défenseurs d'une économie régionale robuste et pérenne. Avec le changement climatique, les femmes doivent pouvoir travailler avec ceux qui, au sein des gouvernements et des institutions, comprennent et défendent les intérêts des petits exploitants agricoles. En effet, ces institutions n'interviennent souvent qu'au niveau des décisions politiques et ne travaillent pas directement avec les communautés

de base, ni avec les agriculteurs. Les personnes adéquates visées au sein de ces institutions sont notamment les responsables chargés de la gestion des déchets solides, les forces de sécurité nationale, la commission nationale de l'eau, l'office de gestion des forêts, les services météorologiques, les organismes d'assurance contre les risques climatiques, les services en charge du développement du tourisme, de la pêche et de l'aquaculture, de la gestion des terres côtières et de la réglementation de l'environnement. Autrement dit, les politiques en place, même si elles continuent d'évoluer, doivent faire l'objet d'un plaidoyer énergique et dynamique par et pour les femmes, et les médias ont ici un important rôle à jouer.

3. Les médias fonctionnant comme un outil de sensibilisation au changement climatique.

Les journalistes spécialisés doivent être soutenus et formés aux questions sectorielles liées au changement climatique et à l'agriculture. La sensibilisation au changement climatique passera par une série d'activités soutenues dans les domaines suivants :

- des séances d'initiation aux causes et effets du changement climatique, une campagne d'explication des enjeux mondiaux et locaux du changement climatique et de sensibilisation auprès des agriculteurs et consommateurs ;
- la poursuite du développement des réseaux numériques et l'amélioration de l'accès électronique aux informations et réseaux sur le changement climatique ;
- un passage en revue et une confirmation des mesures d'atténuation et d'adaptation déjà prises par les agriculteurs, mais aussi des conseils sur ce qui peut être fait dans les Caraïbes à l'échelon local, en veillant à ce que les femmes puissent également faire entendre leur voix ;
- une large gamme de compétences et de savoir-faire techniques en permaculture, en agriculture biologique et "au-delà", doit être disponible pour contrer l'influence des produits agroindustriels grand public (la facilité avec laquelle on accède aux OGM, engrais chimiques et autres pesticides, par exemple) ;
- des actions de sensibilisation aux enjeux dont les agriculteurs n'entendent pas souvent parler, comme l'accès à l'information sur la consommation d'énergie et les possibilités

de traitement des déchets agricoles aux fins de production énergétique ; l'optimisation de la séquestration du carbone au niveau des exploitations agricoles et la réduction au minimum des émissions de CO₂ ; l'évolution de la production des biocarburants ; les actions pratiques à effectuer pour recueillir des données météorologiques ; les projets futurs concernant l'assurance contre les risques climatiques et leur réduction dans la région ;

- une meilleure compréhension du rôle des agriculteurs dans la réduction des émissions de carbone et du rôle des fermes agricoles dans la séquestration du carbone ;
- une meilleure compréhension des aspects essentiels de la gestion des ressources en eau pour les exploitations agricoles et au-delà ;
- une meilleure compréhension des relations avec les services chargés de la gestion des forêts et des partenariats possibles dans ce secteur. Un abandon systématique du modèle actuel de monoculture (que ce soit pour l'agriculture, l'élevage, l'aquaculture ou la foresterie), au profit d'un système intégré de polyculture ; et enfin,
- le lancement d'une campagne visant à mieux faire comprendre aux agriculteurs les moyens traditionnels de protection des cultures contre les ouragans.

PRINCIPES DE GENRE DANS LES MEDIAS EN GUINEE

*Mme. Mama Adama Keita
Radio Nationale, Guinée*

Le paysage médiatique en Guinée connaît une certaine mutation avec la libéralisation des médias du pays qui s'est matérialisée le 20 août, en 2005, par l'installation et l'opérationnalisation des radios privées, au nombre de 20 actuellement. Auparavant, il existait dans le pays une gamme de journaux de la presse écrite et la prolifération des sites d'information en ligne, en plus des radios rurales et communautaires qui servent de relais à la Radio Télévision Guinéenne (RTG). Outre ces deux médias des services publics, il y a la Radio Kaloum Stéréo (RKS) et la chaîne 2 de la Télévision nationale.

Ces médias publics, qui couvrent l'ensemble du territoire national, diffusent

dans les différentes langues nationales du pays et dans les langues étrangères dont le français, l'anglais et l'arabe. L'existence des structures de formation en journalisme en Guinée offre, aujourd'hui, la possibilité à plus d'un d'embrasser ce métier, et les femmes ne sont pas en reste, surtout les jeunes filles. Dans un passé récent, la majorité des jeunes filles ou garçons s'intéressait au métier de journalisme, à défaut d'avoir intégré la Fonction publique ou d'être employé ailleurs après avoir achevé leurs cycles universitaires. L'intégration au sein des médias s'explique aussi par la facilité de recrutement hors normes dont se servent les fondateurs des stations privées pour embaucher ces jeunes sans aucune garantie juridique, de formation et de traitement adéquat en faveur des postulants.

Le métier de journalisme ne cesse donc d'attirer des filles et garçons ; ces derniers, qui rêvent de faire du chemin, sont confrontés malheureusement aux nombreuses contraintes liées à l'exercice du métier, une fois sur le terrain. Elles sont toujours reléguées au second plan en terme d'accès et de maintien à l'école. Une situation qui trouve son origine dans les stéréotypes discriminatoires dans les sociétés traditionnelles. Selon les statistiques du **Rapport Pays Guinée "Global Advocacy Project 2004-2005"**, dans les stations communautaires, 29% des agents ont un diplôme d'enseignement supérieur, contre 3% chez les femmes. Et 71% exerçant le métier de journalisme ont un niveau moyen correspondant à l'enseignement professionnel avec une forte majorité de femmes estimée à 55%.

En effet, dans la répartition des sujets de reportages sur des thèmes politiques, économiques, scientifiques, juridiques et/ou de guerres, le choix tombe souvent sur leurs confrères et cela, sur instruction des responsables de stations qui estiment avoir un bon traitement de l'actualité qu'au niveau des journalistes hommes. La non-maîtrise de l'outil informatique et le harcèlement sexuel sont autant de facteurs qui influent négativement sur l'évolution de la femme au sein de cette corporation.

C'est une problématique par rapport à l'émancipation de la femme à cause, surtout, de sa vulnérabilité au plan social et administratif et parfois, à cause de l'insuffisance de formation constatée au niveau de cette couche,

cela fait d'elles généralement des victimes potentielles surtout pour celles qui ont la chance d'avoir un foyer avec tous ces aléas.

La conciliation des programmes de terrain et des travaux ménagers s'avère donc difficile pour la femme au foyer, et celles qui n'ont pas de partenaires sont généralement mal jugées par leur entourage. En dépit des problèmes cités plus haut, la Guinéenne se distingue positivement dans ce secteur par l'attribution de hauts postes de responsabilité, qu'elle soit ministre, directrice, rédactrice en chef ou fondatrice de journaux ou de radios privées.

LE "KIT" DE RESSOURCES MULTIMEDIA

*Mme Sylvie Siyam, Cameroun
Mme Melanie Hughes
Présentatrice PROTEGE QV - ,
Canada*

Le kit de ressources multimédia (MMRK) rassemble en un seul lot toutes les informations nécessaires pour créer et améliorer la gestion des micro-entreprises au Cameroun. Il est disponible sous forme de CD-ROM, de site Internet et d'ouvrage imprimé. Le MMRK est destiné aux professionnels de la radio qui élaborent des programmes de formation à distance, visant à renforcer les capacités des femmes micro-entrepreneurs. Il peut être utilisé comme base principale ou complément de ressources pour la conception et la réalisation de programmes diffusés à la radio.

Partant d'une enquête de terrain menée en 2005, intitulée *Formation des femmes à la micro-entreprise au moyen de programmes radiophoniques*, PROTEGE QV a identifié le type d'informations dont ont besoin les femmes micro-entrepreneurs, ainsi que leurs habitudes d'écoute des émissions de radio. Les données recueillies ont permis d'élaborer et d'organiser le MMRK en sept grands thèmes liés à la micro-entreprise :

- Démarrage d'une micro-entreprise ;
- Financement ;
- Impôts et taxes ;
- Gestion de la micro-entreprise ;
- Formation et information ;
- Amélioration de la production ;
- Ecoulement des produits.

Un première version du projet a été élaborée puis testée auprès de deux stations pilotes - la Radio Yemba et la Radio rurale FOTOUNI - dans la province occidentale du Cameroun. Cette phase pilote a également impliqué 6 Groupements d'initiative commune (GIC) essentiellement composés de femmes travaillant dans l'agriculture, qui ont attentivement suivi les émissions radiodiffusés afin d'évaluer la pertinence des contenus. L'objectif était d'identifier les sujets traités lors du montage des programmes à l'aide du MMRK et de découvrir les effets produits sur le travail des femmes sur le terrain. Les difficultés soulevées à ce stade préliminaire ont été prises en compte pour améliorer le MMRK et finaliser le projet.

La version définitive a été présentée au public le 3 septembre 2007. PROTEGE QV a organisé, pour cet événement, un atelier d'une journée sur l'utilisation du MMRK, auquel ont participé près de 20 stations de radio urbaine et rurale, ainsi que plusieurs groupements de femmes micro-entrepreneurs. Les travaux consistaient essentiellement à créer un compte en ligne pour les radios et à leur montrer comment utiliser cet outil sur Internet. Un ouvrage relié du MMRK a été distribué à chacune des radios à l'issue de l'atelier. Une enquête de terrain a ensuite été menée, en novembre 2007, avec les deux radios pilotes et les 6 GIC impliqués dans le projet, avec pour objectifs : d'assurer le suivi de l'utilisation du MMRK ; de recueillir les informations nécessaires pour créer des pages Web rendant compte du

travail et des progrès accomplis par les femmes, ainsi que de l'impact du MMRK sur leurs activités ; et enfin de renforcer la capacité des radios et des GIC à exploiter efficacement cet outil sur le Web.

Grâce au moyen de communication courant qu'est devenue la radio, le MMRK permet aujourd'hui aux femmes d'avoir accès à d'importantes informations autrement difficiles à obtenir. Fortes d'une information à la fois valide, pratique et pertinente, les femmes sont non seulement à même de gérer leur apprentissage parce que sachant précisément le type d'information dont elles ont besoin, mais elles peuvent aussi solliciter des informations complémentaires ou une formation pour améliorer leur travail.

FINANCEMENT DES MEDIAS DANS LE DAR

UNE COOPERATION PLUS ETROITE EST-ELLE LA SOLUTION AUX PROBLEMES FINANCIERS DES ORGANES DE PRESSE ACP ?

*M. Hans Determeyer
Free Voice Programme,
Pays-Bas*

Ce document analyse certains enjeux majeurs liés au financement, à l'octroi de crédit et à l'investissement dans les médias. Il explique "l'environnement hostile" dans lequel évoluent les organes de presse, tout en soulignant l'appui technique souvent limité dont ils bénéficient, ainsi que les difficultés des médias ACP à retenir en leur sein le personnel formé et expérimenté. L'auteur se penche également sur le problème que constitue le manque de capitaux et suggère, en conclusion, des solutions pour surmonter ces obstacles, avec à l'appui des exemples pris dans différentes régions du monde.

FINANCEMENT DES MEDIAS ET DEVELOPPEMENT AGRICOLE ET RURAL

*M. Michael Waigwa
Cooperative Insurance Company,
Kenya*

Le renforcement du rôle des médias dans le développement agricole et rural passe nécessairement par un financement conséquent des organes de presse. L'orateur explique l'enjeu du financement par rapport à l'importance des médias "axés sur la demande" pour le secteur du développement agricole et rural. Il rappelle, d'une part, que de nombreux organismes - groupes industriels, banques et compagnies d'assurance, agences gouvernementales et instituts de recherche - seraient prêts à financer substantiellement les médias au service du développement agricole et rural. Mais il n'en insiste pas moins, d'autre part, sur le besoin d'autofinancement des médias qui s'adressent aux agriculteurs et qui répondent à leurs préoccupations spécifiques, en citant comme exemple l'industrie laitière au Kenya.

AGRICULTURE, FEMMES ET MEDIAS : LES INVESTISSEMENTS ESSENTIELS

*Mme Cece Fadope
International Women's Media
Foundation (IWMF), États-Unis*

Cet exposé porte sur une initiative de l'IWMF qui promeut l'investissement en faveur des femmes, des médias et du développement agricole et rural.

Il s'agit du projet "Reportages sur les femmes et l'agriculture : le cas de l'Afrique", dont les objectifs sont les suivants : garantir une couverture médiatique concise, cohérente et plus rigoureuse de l'actualité sur le développement agricole et rural ; prendre en compte le rôle, les témoignages, les besoins et les solutions des femmes dans le traitement par les médias de l'information concernant l'économie agricole et rurale ; et promouvoir davantage l'égalité entre les sexes dans les salles de rédaction. L'auteur cite quelques exemples en rapport avec le projet et conclut son exposé par une liste d'indicateurs de succès.

PRINCIPALES EVOLUTIONS DU FINANCEMENT ET DU ROLE DES MEDIAS DANS LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE ET RURAL

*Dr Helen Hambly Odame
Université de Guelph - Canada*

On observe différentes évolutions majeures dans le rôle que jouent les médias dans le développement agricole et rural (DAR). L'affiche montre une courbe de financement hésitante au cours de ces dernières décennies, qui affecte l'investissement au niveau des médias pour le DAR dans les pays et régions ACP.

On constate également que certains projets clés de recherche et développement sous-tendent ce financement. Autres éléments importants à relever : la baisse du financement public des politiques de vulgarisation agricole qui, à son tour, pèse sur le financement des médias dans le DAR depuis le milieu des années 80 ; les difficultés continues

de la communauté des médias à financer ses initiatives en matière d'imprimerie, de programmes radio et vidéo participatifs ; et enfin, l'importance grandissante des fondations privées axées sur les médias pour le DAR au cours de ces cinq dernières années. De même, l'affiche recommande de meilleurs partenariats entre les organis-

mes de financement, avec pour objectifs de partager des informations concernant leurs initiatives respectives, d'échanger à propos de leurs succès et problèmes, tout en veillant à harmoniser la qualité et la quantité des médias au service du développement agricole et rural.

MEDIA ET ZONES ARIDES ET SEMI-ARIDES

ÉTUDE ET ANALYSE DE L'IMPACT DES EXPLOITATIONS AGRICOLES ET FERMES D'ELEVAGE SITUEES AUTOUR DES AIRES PROTEGEES : CAS DU PARC NATIONAL DU "W" EN REPUBLIQUE DU NIGER

*Mme Teresa Fernandes Pereira
da Veiga Tavares, Cap-vert*

Le Parc national du "W" subit aujourd'hui de fortes pressions anthropiques, dues non seulement à la croissance démographique mais aussi aux activités agricoles, pastorales et de chasse. Une stratégie de gestion efficace et durable nécessite de prendre en considération les problèmes que pose l'activité humaine à moyen et long terme, notamment en ce qui concerne l'utilisation des terres. Et pour mieux en comprendre/ connaître les impacts, il faut étudier la dynamique des interactions entre les systèmes biophysiques et socio-économiques. Cette compréhension permettra d'obtenir des indicateurs fiables sur la dégradation des ressources et d'élaborer des outils d'aide à la décision pour leur gestion durable. Car on considère que les usages et pratiques agropastoraux perturbent fortement l'environnement naturel.

L'initiative a donc pour objectifs : 1) d'aider à la caractérisation biophysique de la région afin de contribuer à la gestion concertée des ressources agropastorales et à la prévention des conflits autour du parc du "W" ; 2) d'étudier et d'analyser l'impact des activités humaines sur l'environnement, à travers l'utilisation des terres à proximité du Parc ; et 3) de déterminer une surface utile et un mode de gestion

durable des ressources naturelles pour les activités agropastorales exercées par les communautés vivant autour des aires protégées.

Le projet consiste en une étude complète de la littérature existante, l'exploitation et l'analyse des cartes, l'utilisation de la télédétection et des SIG, des enquêtes et interviews menées auprès des autorités nigériennes du "Parc du W", des services en charge de l'élevage et des populations villageoises (autorités locales, agriculteurs, éleveurs, représentants d'organisations paysannes, d'associations agropastorales et d'ONG). Pour ce faire, le zonage de la périphérie du Parc a été effectué sur la base des diverses pressions anthropiques, et les activités socio-économiques, tout comme l'utilisation des ressources dans les villages riverains du Parc, ont été répertoriées.

De même, les pressions sur les ressources et l'impact environnemental résultant des pratiques agropastorales à l'intérieur et autour du Parc ont été identifiés, et une stratégie appropriée a été adoptée pour la gestion des terres autour du Parc et les améliorations à apporter. Des propositions pour une meilleure gestion seront soumises aux autorités puis mises à profit pour d'autres parcs nationaux.

REHABILITATION DES SOLS DEGRADEES DES ZONES SECHES SAHELIENNES (BURKINA FASO, MALI, NIGER) AVEC LA TECHNIQUE DU ZAÏ : ETAT DES CONNAISSANCES

Mme Delphine Droux, France

Dans les zones sèches sahéliennes, la dégradation des sols est à l'origine

de la diminution des terres arables et du recul de la production agricole, entraînant ainsi les paysans dans l'insécurité alimentaire, la pauvreté et les migrations. Le *zaï* est une technique manuelle traditionnelle qui permet aux paysans non seulement de cultiver et de produire sur des terres dégradées, mais aussi de restaurer efficacement leur fertilité. Toutefois, malgré l'efficacité prouvée de cette technique dans des pays du Sahel, sa propagation se heurte toujours à l'énorme quantité de travail requise (500 heures/personne/hectare) en période difficile de saison sèche. La mécanisation du *zaï* (ou *zaï* mécanisé) réduit considérablement les besoins en main-d'œuvre et la pénibilité du travail, tout en améliorant les rendements agricoles. Les perspectives ainsi ouvertes par le *zaï* mécanisé justifient donc largement l'intérêt scientifique porté aujourd'hui à une telle technique.

Cette étude se propose de faire le bilan des résultats obtenus et des expériences avec les deux versions - manuelle et mécanisée - de la technique du *zaï*, en vue de constituer un corpus de connaissances scientifiques et d'en faire une large diffusion. Elle se fonde sur un examen critique de la littérature existante et une enquête menée auprès de 60 agriculteurs répartis dans 12 villages disséminés sur 5 départements de la province de Zondoma, au nord du Burkina Faso. Dans cette zone semi-aride, la pluviométrie moyenne annuelle est estimée entre 500 et 700 mm ; les sols y sont ferrugineux (lixisols), d'une profondeur variant entre 50 et 80 cm et les principales cultures sont les céréales (sorgho et mil). Tous les paysans interrogés pratiquent le *zaï* manuel, mais seuls peu d'entre eux ont adopté le *zaï* mécanisé.

Aujourd'hui, le *zaï* mécanisé n'est pratiqué que dans le nord du Burkina Faso, essentiellement dans le cadre des programmes de développement du FIDA, et la recherche axée sur cette technique reste limitée. Le *zaï* manuel est, en revanche, largement pratiqué au Mali, au Niger et au Burkina Faso, où il fait l'objet de nombreuses études, mais l'accès aux résultats des enquêtes réalisées tant au Mali qu'au Niger demeure difficile. Pratiqué dans les mêmes conditions, le *zaï* mécanisé garantit, dit-on, de meilleures performances que le *zaï* manuel et ce, en raison de l'humidification plus élevée des sols que permet cette technique. L'enquête de terrain a montré une grande diversité dans l'utilisation du *zaï* manuel par les paysans. Les résultats de recherche disponibles sont généralement assez dispersés ; ils se concentrent principalement sur l'amélioration des rendements et sont même contestables dans certains cas spécifiques. Le mode de fonctionnement du *zaï* et ses impacts sur l'humidité du sol, la matière organique, la biologie et les nutriments, tout comme les changements induits au niveau des propriétés du sol (pH, complexe d'échange et texture) sont peu explorés. Des preuves recueillies sur le terrain confirment l'existence de situations où le *zaï* permet effectivement de restaurer des sols initialement dégradés et non productifs (zipelés). Reste néanmoins à savoir : i) pour quels types de sols, de pentes et de cultures le *zaï* est-il efficace ? ii) Quand peut-on considérer que les principales fonctions des sols ont été restaurées et quels en sont les indicateurs ? Et iii) Quelles pratiques agricoles ou quels systèmes de culture conseiller pour un suivi efficace des performances du *zaï* ? Les réponses à ces questions permettront d'envisager l'intégration du *zaï* dans des systèmes culturaux innovants, à même de favoriser des comportements plus respectueux de l'environnement. La technique du *zaï*, qu'elle soit manuelle ou mécanisée, mérite donc de faire l'objet d'investissements substantiels en matière de recherche.

ANALYSE ECONOMIQUE DE L'IMPACT DES CARACTERISTIQUES VARIETALES SUR L'EXPLOITATION DE VARIETES DE POIS PIGEON AMELIOREES DANS LES ZONES ARIDES DU KENYA : ETUDE DE CAS DU DISTRICT DE TAITA

*Mme Zipora Otieno
Université de Nairobi, Kenya*

Pour un agriculteur, la production et la consommation sont, en principe, des variables déterminants dans la décision d'adoption et dans le choix de l'intensité d'utilisation des semences améliorées. Ce document propose une approche holistique de la politique de sélection végétale dans les pays en développement. S'appuyant sur la théorie de la dualité, qui intègre explicitement les caractéristiques variétales dans le processus d'optimisation des revenus des ménages, cette étude tente d'identifier et d'analyser les facteurs de réussite du projet AIDA dans le district de *Taita*. Plus précisément, le document passe en revue les résultats de recherche sur les facteurs contribuant à l'adoption rapide des variétés améliorées de pois de pigeon dans les zones arides du Kenya, en mettant l'accent sur les caractéristiques variétales. L'analyse empirique se fonde sur un modèle de double obstacle, basé sur des données recueillies en 2009 auprès de 200 ménages dans le district de *Taita*. Elle prend en compte une multitude de propriétés concernant la production et la consommation évaluées par les agriculteurs, de même que toute une gamme de variables socioéconomiques liées aux ménages. Les résultats du modèle Probit mais aussi du modèle Probit multivarié révèlent que cinq caractéristiques variétales influencent de façon significative l'adoption rapide de variétés améliorées de pois de pigeon : la tolérance à la sécheresse, la résistance aux parasites, le rendement, la facilité de cuisson, le goût et le potentiel de surprix. La maturité précoce n'est guère un facteur déterminant dans la décision d'adoption des agriculteurs kenyans, contrairement à leurs homologues du Malawi, premier producteur africain, où l'adoption rapide de la technologie dépend surtout de la courte durée de maturité des variétés

utilisées. Les conséquences à en tirer sont de deux ordres : premièrement, la mise au point, la promotion et le choix des variétés de semences doivent tenir compte des caractéristiques de la consommation et du marché, en plus des éléments propres à la production. Deuxièmement, les caractéristiques de production non liées au rendement, telles que le goût et la facilité de cuisson, jouent un rôle important dans la perception par les agriculteurs de la valeur d'une nouvelle variété.

ÉTUDE DE GROUPEMENTS PAYSANS PRATIQUANT L'AGRICULTURE DE CONSERVATION DANS LES ZONES ARIDES DU MALAWI : CAS DE LA ZPV (ZONE DE PLANIFICATION DE LA VULGARISATION) DE CHINGULUWE, DANS LE DISTRICT DE SALIMA, ET DU VILLAGE MODELE DE NKOMBA DE LA ZPV DE BAZALE, DANS LE DISTRICT DE BALAKA.

M. Mavuto Mdulamizu, Malawi

L'étude sur des groupements paysans face à la gestion des terres et de l'eau dans les zones arides du Malawi avait pour but de mieux comprendre les facteurs sociaux essentiels à une mise en œuvre réussie de l'agriculture de conservation. Des données qualitatives et quantitatives ont ainsi été collectées auprès de paysans pratiquant l'agriculture de conservation avant d'être dûment analysées. Les résultats ont montré que les bons résultats obtenus dans l'agriculture de conservation par les groupements paysans étudiés s'expliquaient notamment par leur attachement à des facteurs sociaux tels que le leadership au sein du groupe, l'existence de structures, de systèmes et de réseaux sociaux bien établis, les compétences et le savoir-faire, ainsi que le respect des valeurs, des croyances et de l'identité. Les questions de res-



citée de ces techniques au regard de l'environnement biophysique et socio-économique. En conséquence, l'étude recommande que ces facteurs sociaux soient d'abord en place pour permettre ainsi aux groupements paysans d'exploiter efficacement et avec succès les techniques agricoles de conservation. Elle préconise également d'adopter une approche "bottom-up" ("de bas en haut") lors de la recommandation de ces techniques aux groupements d'agriculteurs.

ZONES ARIDES D'AFRIQUE : "MIEUX VAUX PRÉVENIR QUE GUÉRIR"

*Judith Ann Francis, CTA, Pays-Bas,
partenaire de AIDA
Yodit Kebede, CTA, Pays-Bas
Danièle Clavel, CIRAD,
Coordinatrice du projet AIDA*

En Afrique, plusieurs grandes régions sont considérées comme des terres sèches et plus de 40% de la popula-

tion (268 millions de personnes) est touchée. Le changement climatique risque d'aggraver cette situation. Les habitants des zones arides sont résilients ayant élaboré des stratégies d'adaptation pour faire face aux conditions environnementales et climatiques très variables. Cependant, les terres arides sont souvent considérées comme des terres non productives ; leur importance et leur contribution à la subsistance de millions de personnes ne reçoivent pas une attention suffisante. On a l'impression que les possibilités d'augmenter durablement la productivité des moyens de subsistance des gens sont limitées. Toutefois, les terres arides d'Afrique ont un potentiel de développement et peuvent fournir des biens et services multiples. Dans le projet UE-INCO, Innovations Agricoles en Zones Arides innovation (AIDA), 22 "initiatives réussies" ont été évalués et des enquêtes ont été menées parmi des décideurs et des chercheurs pour identifier les facteurs clés de succès et les options politiques susceptibles de promouvoir les investissements dans les zones arides

de l'Afrique. Les résultats montrent qu'il est nécessaire d'harmoniser les politiques et les interventions dans les zones arides, qui devrait refléter les réalités auxquelles les habitants des zones arides sont confrontés ; assurer la compatibilité avec les questions de régime foncier, réduire les conflits liés aux ressources et ouvrir la voie à davantage d'échanges commerciaux. Les utilisateurs locaux et les propriétaires des terres arides doivent être impliqués davantage dans l'élaboration des politiques, la planification des programmes, la définition des problématiques de recherche et le processus de suivi et d'évaluation. La recherche participative et appliquée devrait appuyer l'agriculture des terres arides et refléter la diversité des stratégies locales d'adaptation et de dynamique. L'éducation, l'information et la communication sont également essentiels pour le renforcement des capacités et la diffusion des pratiques pertinentes et les innovations ainsi que l'amélioration des connaissances pour une agriculture durable et le développement humain.

COMMUNICATION ENTRE LES MEDIAS ET LES AUTRES ACTEURS DU DAR

PARTENARIAT ENTRE LE PROGRAMME AGRICULTURE ET GESTION DES RESSOURCES NATURELLES ET LES RADIOS RURALES DANS LES REGIONS SUD ET SUD-EST DU SENEGAL

*M. Madior Fall
USAID WULA NAFAA-Sénégal*

L'USAID/Sénégal encourage la couverture médiatique des activités liées aux programmes de l'assistance américaine au Sénégal, afin de renforcer la compréhension et l'adhésion à ses objectifs et interventions. Elle demande aussi à ses partenaires d'exécution de faire une bonne publicité de leurs activités conjointes, à travers une planification efficiente des événements et l'implication des médias, des bénéficiaires des activités et programmes, ainsi que des officiels du gouvernement américain et du gouvernement du pays hôte.

Cette volonté de l'USAID/ Sénégal est fortement exprimée dans la seconde phase du Programme Agriculture et gestion des ressources naturelles avec la mise en place du volet Politiques et communication.

Dans le cadre de ce volet, la communication a un double rôle : la diffusion de l'information et l'utilisation comme outil politique pour éclairer le dialogue public. La communication est un outil nécessaire pour la promotion d'un dialogue fructueux en faveur d'un changement politique pour la croissance économique et une meilleure gestion des ressources naturelles.

La communication doit ainsi être un outil d'expression des acteurs à la base, pour exprimer les contraintes identifiées dans la mise en œuvre des politiques forestières et agricoles.

Considérant la radio rurale comme :

- une technologie extrêmement puissante pour la transmission du savoir

et dont la portée est potentiellement énorme à l'échelle locale ;

- un moyen pratique et créatif pour faciliter la circulation de l'information en milieu rural ;
- un moyen pour atteindre toutes les catégories de la communauté, grâce à l'utilisation des langues locales ;
- un outil de développement local favorisant l'échange d'informations, de connaissances et de compétences au sein de la communauté grâce à l'effet de proximité, le Programme Agriculture et gestion des ressources naturelles développe un partenariat avec un réseau de radios rurales installées dans sa zone d'intervention. Des émissions portant sur des thématiques et des activités relatives à l'agriculture (appui aux filières agricoles et forestières) et la gestion des ressources naturelles (conventions locales de gestion des ressources naturelles, plans d'aménagement forestiers, plans d'oc-

cupation et d'affectation des sols, cartographie, etc.) sont conçues et animées par des agents de terrain appelés facilitateurs.

Le Programme travaille en étroite collaboration avec les présidents de communautés rurales, qui approuvent les outils de gestion sur la base d'un consensus au sein de la communauté. La gestion de l'information revêt ainsi un caractère primordial dans les prises de décisions. Le réseau de radios partenaire au Programme contribue ainsi à une diffusion de l'information économique et commerciale (sur les marchés des produits des filières appuyées) et de l'information technique (process, technologie et qualité des produits).

ROLE DE LA RADIO DANS LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE DE LA REGION PACIFIQUE

*Mme Rita Narayan
Regional Media Centre, CPS, Fidji*

Le présent document explique l'importance de la radio dans le développement agricole du Pacifique. Il met en lumière les difficultés rencontrées dans la diffusion d'informations sur l'agriculture et la vulgarisation dans les pays et territoires insulaires du Pacifique, et la nécessité de renforcer les capacités des parties prenantes, telles que les agents de vulgarisation, les journalistes et les responsables de l'information agricole, dans le domaine de la production de programmes radiophoniques efficaces sur l'agriculture.

De même, le document met en évidence le manque de ressources et de financement pour soutenir la formation au métier de la radio dans le Pacifique, le manque de partenariat et de collaboration entre radiodiffuseurs, gouvernements, partenaires au développement, chercheurs et techniciens.

Il souligne également la nécessité pour les réseaux du secteur agricole non seulement de soutenir les journalistes et les producteurs de programmes radiophoniques, mais aussi de promouvoir la diffusion d'informations en langues locales.

Il faut également définir des normes minimales de qualité pour les émissions sur l'agriculture, pour permettre aux diffuseurs de communiquer effi-

cacement à leurs publics cibles des informations agricoles pertinentes et d'atteindre ainsi les objectifs qu'ils se sont fixés.

Enfin, le document insiste sur la nécessité de mettre à profit la radio communautaire pour véhiculer efficacement l'information auprès des communautés rurales et des petites îles reculées du Pacifique. Cela permettra de renforcer le travail d'information des stations radio de grande écoute et d'améliorer notablement la communication au service du développement agricole et rural.

EXPLOITER LES POINTS FORTS DU CONTENU LOCAL GRACE A LA COMMUNICATION PARTICIPATIVE

*M. Charles Dhewa
Knowledge Transfer Africa,
Zimbabwe*

En Afrique australe, les médias traditionnels ne répondent pas aux besoins des populations rurales. Les préoccupations des agriculteurs, innovateurs, artisans, tradipraticiens et entreprises en milieu rural sont rarement relayées par les médias. Avec plus de 80 % de leurs populations gagnant péniblement leur vie dans les zones rurales, les pays en développement n'exploitent pas pleinement le potentiel des communautés rurales, dont les pratiques sont profondément enracinées dans les connaissances indigènes et les savoirs locaux.

Au Zimbabwe, la création de centres de connaissances communautaires (*Community Knowledge Centres*) produit déjà des résultats satisfaisants. En effet, grâce à ces centres du savoir communautaire, les pratiques de conservation agricole sont en voie d'être intégrées dans le corpus de vastes connaissances dont disposent les populations rurales, un savoir enraciné dans la mémoire collective, hérité du passé et des expériences personnelles acquises sur plusieurs générations. Ces centres permettent également de documenter l'information produite localement et d'être en liaison avec les principaux médias grand public. Beaucoup d'informations proviennent des communautés rurales, mais seuls

quelques membres sont au courant de cet état de fait.

Les informations recueillies par les agents de vulgarisation, les ONG et les chercheurs, sont souvent envoyées aux hauts fonctionnaires des administrations centrales, sans aucun retour ou "feedback" auprès des structures communautaires, peut-être parce qu'il n'y a guère de structures pour stocker et évaluer en permanence ces informations. Les centres de connaissances communautaires veillent à ce que l'information locale serve de base à la sensibilisation des communautés rurales aux enjeux du développement. Ils démontrent ainsi que la communication participative doit être prise en compte, car elle privilégie "l'écoute" par rapport à la communication grand public qu'elle met plutôt l'accent sur "le fait relaté". Ce type d'effort peut enrichir le contenu de l'information, grâce à des indicateurs pris à la source sur le partage des connaissances et le changement climatique. C'est pourquoi les défenseurs de la ruralité, les particuliers et organisations qui respectent sincèrement les points de vue des populations rurales, jouent un rôle essentiel dans la réussite de cette stratégie en faveur des médias au service du développement rural.

SYSTEMES NOVATEURS DE CONSEIL AGRICOLE UTILISANT LES TIC

*M. Francois Stepman
FARA, Ghana*

L'inventaire des services de conseil agricole publié par le Forum pour la recherche agricole en Afrique (FARA) est le résultat d'une consultation en ligne menée, en octobre 2008, en collaboration avec le Système régional d'information et d'apprentissage agricoles (RAILS) et d'une revue bibliographique, qui visent à documenter tous les services ou systèmes novateurs de conseil connus en Afrique, qu'ils soient en cours de mise au point, opérationnels ou récemment élaborés. Cet inventaire porte sur les projets utilisant les TIC ou mettant en œuvre des activités basées sur les TIC, les institutions/groupements qui fournissent des services par le biais des TIC, ainsi que les fournisseurs de solutions logicielles TIC, opérant à l'échelle nationale et régionale. Si la

plupart des projets concernés sont associés à une date de début et de fin d'exécution concernant la fourniture d'un ou de deux services, d'autres portent en revanche sur des systèmes nationaux ou régionaux d'information fournissant de nombreux services agricoles par le biais des TIC.

Selon les conclusions de notre étude, il n'y aura probablement jamais de système "uniforme, applicable à toutes les situations". Toutefois, l'inventaire laisse penser que les systèmes qui utilisent une plate-forme vocale ou des fichiers audio offrent des perspectives novatrices et prometteuses à l'information agricole, alors que les autres plates-formes (SMS et plates-formes Internet) restent un outil essentiel pour fournir en arrière-plan des informations plus détaillées. Pour pouvoir répondre à la question de savoir "comment assurer le suivi de l'impact ?", il nous faut examiner de plus près l'ensemble des opportunités d'innovations que nous offrent les agriculteurs. Pour contrôler l'impact de cet outil, nous devons réfléchir : aux moyens les plus efficaces de fournir aux agriculteurs des informations et des connaissances (locales et en provenance de l'extérieur) en temps opportun ; aux mécanismes appropriés pour exploiter le potentiel des stations de radio FM et de la téléphonie numérique comme technologies de communication de l'information agricole ; aux possibilités de "reformat" la présentation de l'information et du savoir agricoles pour les petits agriculteurs, ainsi qu'au rôle potentiel et à la création d'un répertoire électronique (des contenus agricoles locaux) en Afrique, à des fins de diffusion.

COMBLER LE FOSSE : L'APPROCHE WRENMEDIA POUR UNE MEILLEURE INFORMATION SCIENTIFIQUE PAR LES JOURNALISTES ET UN RENFORCEMENT DES PARTENARIATS ENTRE LES MEDIAS ET LA COMMUNAUTE DE LA RECHERCHE AGRICOLE

*Mme Susanna Thorp
WRENmedia, Royaume-Uni*

Une initiative pilote de formation de journalistes africains de la presse écrite et de la radio, conjuguée à la tenue d'importantes conférences internationales, permet aujourd'hui de renforcer les liens entre les chercheurs et les médias.

Certains événements scientifiques internationaux fournissent aux journalistes des sujets de reportage intéressants, tout en leur offrant la possibilité de mieux comprendre les enjeux en question. Pour améliorer leurs compétences techniques en matière de reportage scientifique, des sessions de formation sont également organisées sur la collecte de contenus, la photographie, l'écriture et la rédaction d'articles, ainsi que la publication et l'édition numériques.

De plus, l'équipe de WRENmedia, en collaboration avec les journalistes a animé sur chaque site de conférence, une session sur le thème "Tirer des médias le meilleur parti possible",

à l'intention des participants intéressés d'en apprendre davantage sur l'interaction avec la presse. Cet événement interactif, fort apprécié au demeurant, a ainsi offert aux conférenciers l'occasion de discuter des enjeux et de l'importance de mettre à profit les médias, pour obtenir des conseils sur la façon d'être plus performant dans leur communication et de faire face aux difficultés que pourrait représenter l'intérêt des journalistes, mais aussi pour apprendre comment élaborer et faire passer des messages clairs, pertinents et appropriés à un public particulier.

Les différentes sessions ont non seulement fourni aux chercheurs et scientifiques des conseils précieux, mais ont également permis de dynamiser cet important processus qu'est la construction de partenariats entre les médias et le milieu de la recherche agricole. De même, elles ont accru la confiance des journalistes quant à leur capacité à comprendre et partager l'information scientifique, et contribué à ce que le rôle des médias dans la transmission des connaissances scientifiques soit reconnu et pris davantage au sérieux.

Soutenue par le DFID, cette initiative en faveur de la formation des journalistes africains s'appuie sur l'expérience précédente de WRENmedia dans la collaboration avec des journalistes pour communiquer des informations sur la recherche agricole au Kenya (au profit de l'industrie horticole) et en Ouganda (aux fins de sensibilisation à la maladie du sommeil).

CONTRIBUTION DES MEDIAS A LA PROGRAMMATION DE LA POLITIQUE AGRICOLE, ET A LA GESTION DES CONNAISSANCES

L'OUTIL SIST ET ACCES A L'INFORMATION POUR LES JOURNALISTES DU SECTEUR AGRICOLE ET RURAL

M. Helmer Thierry - CIRAD, France

Le SIST (Système d'information scientifique et technique) est un projet pour l'Afrique financé par le ministère français des Affaires étrangères et européennes et mis en œuvre par le CIRAD, le Centre international de recherche agronomique pour le développement.

Le principal objectif du projet SIST est de sortir la recherche africaine de l'isolement et, en même temps, de réduire la fracture numérique/scientifique entre le Nord et le Sud. Ce dispositif autonome et innovant d'information scientifique et technique a été mis en place dans six pays d'Afrique.

Avec les problèmes d'accès aux nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC), les communautés africaines mettent plus de temps à sortir de leur isolement et à jouir d'une visibilité sur les "autoroutes de l'information". De plus, la diversité et la complexité des outils modernes font qu'il est difficile de se les approprier et de les partager. Le projet SIST se veut donc une plateforme de travail complète, intuitive et pragmatique.

Ce projet ne s'adresse pas uniquement à la communauté scientifique et peut être mis à profit par toute autre catégorie professionnelle qui consomme ou produit de l'information.

Par exemple, les journalistes devraient avoir facilement accès à l'information agricole et rurale, tant dans les pays du Nord que du Sud. Les résultats de recherche publiés sur Internet ou stockés sur une base de données ou tout autre type de support constituent, pour les journalistes, une ressource précieuse à laquelle ils devraient pouvoir accéder.

Pour répondre à ces besoins, le dispositif SIST a été conçu aux fins de :

1. simplifier l'accès à l'information scientifique disponible sur le Web ou via les réseaux et ce, sous toutes ses formes (utile à la création de portails thématiques sur le développement agricole et rural, par exemple) ;
2. vulgariser l'accès aux nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) et, partant, permettre aux scientifiques de produire, partager, échanger et diffuser l'information (utile à la création d'une plate-forme commune de travail pour les journalistes) ;
3. aider à la publication sur Internet sans connaissances informatiques particulières (savoir créer rapidement et gérer un site Web sans être un expert en informatique) ;
4. faciliter la collecte, l'organisation et l'accessibilité de l'information (construction et gestion communes de différentes bases de données entre journalistes).

LE MAGAZINE RADIOPHONIQUE "MWANA ALIRENJI" (AUTOSUFFISANCE ALIMENTAIRE) TRANSFORME LES AGRICULTEURS MALAWITES EN CHERCHEURS, AU SERVICE DE L'INNOVATION ET DE L'AUTOSUFFISANCE ALIMENTAIRE

M. Gladson Elemya Makowa
Story Workshop, Malawi

Ce document souligne l'impact de *Mwana Alirenji*, un magazine radiophonique destiné aux agriculteurs, que je produis dans le cadre de Story Workshop, au Malawi. *Mwana Alirenji*, expression malawite courante, qui signifie littéralement que "un enfant ne pleure pas si la nourriture est abondante", vise à promouvoir l'autosuffisance alimentaire chez les petits agriculteurs des zones rurales au

Malawi. Le programme s'adresse à deux catégories d'agriculteurs locaux : ceux qui luttent encore pour assurer leur autosuffisance alimentaire, et ceux qui ont connu des difficultés similaires, mais qui ont réussi à les surmonter en adoptant des méthodes agricoles novatrices. C'est de cette dernière catégorie que s'inspirent nos formats de programmes. Nous utilisons notre méthodologie d'écoute radiophonique - baptisée Radio Research Gardens - pour encourager les membres de la communauté à "écouter, apprendre et essayer", à partir des solutions et innovations diffusées dans le programme (le concept de "l'agriculteur qui parle à l'agriculteur". Les essais et expérimentations sont ensuite conduits par un groupe d'agriculteurs sur la base d'un modèle convenu et, chaque mois, les résultats et les progrès réalisés sont partagés, avec d'autres agriculteurs via la radio, lors de la diffusion du programme. Les experts techniques n'interviennent alors que pour étayer et compléter les innovations et expériences des agriculteurs.

Le projet, financé par l'Union européenne (UE), a déjà connu trois phases d'exécution (1999-2000, 2000-2002 et 2002-2006) et est entré dans sa quatrième phase (2008-2011).

Pour en évaluer l'impact, nous demandons aux agriculteurs de nous écrire pour nous expliquer comment l'information qu'ils reçoivent, au titre du programme, les aide dans leur travail. Nous mettons également à profit les interviews de journalistes pour obtenir des informations plus circonstanciées sur nos visites de suivi auprès des agriculteurs.

Les résultats montrent que le programme *Mwana Alirenji* a inspiré et bénéficié à de nombreuses personnes, à travers la plate-forme d'échange et de collaboration en réseau qu'elle offre aux auditeurs. Bien que le programme soit essentiellement axé sur l'agriculture, ce forum a également permis aux agriculteurs de discuter des questions liées à la gestion de la

production alimentaire, la nutrition, la santé et l'environnement. Ainsi, nous avons vu certains agriculteurs pratiquer la diversification alimentaire et d'autres essayer divers types d'engrais afin d'optimiser leurs rendements. Par ailleurs, *Mwana Alirenji* encourage les agriculteurs à devenir plus innovants et à explorer de nouvelles techniques agricoles et de nouveaux intrants, tels que les engrais biologiques, plus respectueux de l'environnement. *Mwana Alirenji* s'est donc avéré être une source fiable de diffusion de nouvelles technologies agricoles, à la fois pour les agents de terrain et les agriculteurs malawites.

Le défi majeur demeure, cependant, le manque de sensibilisation aux résultats positifs obtenus. Le taux d'adoption des innovations par le ministère de l'Agriculture reste faible, en raison d'une déficience de communication entre les médias et le ministère. En effet, on déplore une circulation limitée et un manque de connaissance des informations concernant les innovations et les résultats de recherche au sein des structures de vulgarisation agricole. Il est donc nécessaire de renforcer les relations entre les journalistes/producteurs impliqués dans ce programme et les décideurs politiques. Enfin, il est urgent que soient mis en place des mécanismes spécifiques de suivi pour permettre une répartition plus large des idées novatrices et que le gouvernement travaille à la multiplication des meilleures pratiques dans d'autres domaines.

ÉVALUATION DES ÉMISSIONS RADIOPHONIQUES AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT RURAL : UNE QUESTION DE COÛTS DE TRANSACTION

M. Chris Yordy, Consultant auprès de Community Development Service en Egypte, Canada

Cet exposé examine les facteurs qui empêchent les pêcheurs et négociants de poissons d'accéder aux informations sur les prix dans deux communautés de pêche artisanale dans la région Ada, au Ghana. Des études antérieures ont montré que les coûts de recherche élevés sont à l'origine de la défaillance du marché dans ce domaine, et à la

détérioration des produits ; un constat qui découle d'une analyse théorique approfondie des coûts de transaction, permettant d'identifier les entraves - tant physiques qu'en termes d'informations - au développement de l'économie rurale. Malgré les coûts élevés de recherche d'informations sur le marché, dus à l'éloignement et au manque d'infrastructures de communication dans les zones rurales d'Afrique subsaharienne, nous avons néanmoins constaté au cours de cette étude, que la radio communautaire se distingue nettement parmi les technologies d'information et de la communication (TIC), de par sa portée et son accessibilité, et qu'elle permet de réduire sensiblement les obstacles à l'information sur les prix, notamment chez les femmes poissonnières et négociantes en poissons dans l'industrie de la pêche ghanéenne. Ce type d'analyse du marché a des incidences non négligeables sur la façon dont la radio et les TIC sont appréciés et évalués, dans le cadre du processus de sécurisation des investissements dans des projets de communication au service du développement, ainsi que dans l'agriculture et la pêche en Afrique subsaharienne en général.

LES CAPACITES ESSENTIELLES POUR LA RADIO COMMUNAUTAIRE

*M. Oumar Seck Ndiaye
AMARC Afrique - Sénégal*

Cette affiche présentée par le président d'AMARC Afrique attire l'attention sur l'importance du renforcement des capacités de la radio communautaire. Elle met en évidence les défis auxquels sont aujourd'hui confrontées les stations de radio communautaire en Afrique. Elle propose des solutions pour répondre à ces défis, y compris les changements institutionnels nécessaires au niveau des structures organisationnelles et du financement. L'affiche met également l'accent sur les principaux thèmes, niveaux et types de formation indispensables pour renforcer les capacités des radios communautaires en Afrique.

RENFORCER LES CAPACITES DES UNIVERSITES POUR LE BENEFICE DES MEDIAS ET DU DEVELOPPEMENT RURAL

*M. Bénédicte Mongula et
Mme Langa Sarakikya - Université de Dar es Salam, Tanzanie*

Les médias sont un outil très important pour le développement rural mais ils sont souvent occultés dans les discours et les initiatives axés sur le développement. En effet, les décideurs politiques, tout comme l'opinion publique, ignorent généralement les nombreuses difficultés auxquelles le monde rural est confronté. Des problèmes qui concernent tant la production alimentaire, la nutrition, l'accessibilité et la qualité des services sociaux de base (santé, eau, énergie et éducation), que les moyens de subsistance et les conditions économiques, les droits de l'Homme, l'égalité des sexes, les relations de pouvoir, les rapports de force au niveau local et les reculs culturels. Lors de l'exécution d'un projet impliquant la communauté Massaï de quatre villages du district de Monduli et mis en œuvre par l'Université de Dar es Salam (Tanzanie) et le Collège universitaire Huron (Canada), les populations se sont montrées très soucieuses de faire connaître la situation de leurs villages à l'opinion publique et aux décideurs tanzaniens. Elles ont ainsi manifesté le désir de porter à la connaissance de ces derniers leurs problèmes de moyens de subsistance, d'accès aux services vétérinaires, aux marchés des bovins et du lait, aux services de santé, à l'eau et au bois de chauffage. De même, les populations ont tenu à être informées des politiques gouvernementales nationales et locales en rapport avec leur vie quotidienne, y compris les opportunités offertes par les différents programmes.

Même si la Tanzanie dispose de nombreux journaux, stations de radio et télévision, la couverture des zones rurales par les médias et leur accessibilité restent néanmoins extrêmement limitées. De plus, les médias tanzaniens font face à de sérieux problèmes de capacités de recherche (collecte et analyse de données), des difficultés à adapter - notamment en termes d'écriture créative et de présentation - l'information destinée au public en milieu rural, un manque de formation

de base et spécialisée et, donc, de connaissance approfondie des questions, sans oublier leur faible capacité à identifier les sujets de reportage les plus pertinents et les plus cruciaux. Autant de problèmes aggravés par les difficultés de transport, le faible accès aux technologies, le manque de culture médiatique au sein des populations rurales et le peu d'intérêt que les rédacteurs et les journalistes portent aux déplacements sur le terrain et aux reportages sur les questions rurales ; une désaffection intimement liée au manque de financement des médias. La radio communautaire locale des Massai ne fait guère exception.

Alors que plusieurs établissements tanzaniens d'enseignement supérieur proposent des programmes de formation aux médias (par exemple, l'Institut de journalisme et de communication

de l'Université de Dar es Salam, l'Université Saint-Augustin, l'Université de Tumaini et l'École de journalisme de Dar es Salam), ils n'en sont pas moins confrontés à de graves problèmes de personnels. A titre d'exemple, il existe très peu de titulaires de doctorat pour l'ouverture d'une filière de formation post-universitaire aux médias. Conséquences : les programmes existants sont très récents et ont besoin urgemment d'être renforcés. De même, la filière Sciences humaines néglige souvent l'importance de la communication pour le développement rural dans ses programmes. En outre, l'actuel programme de formation aux médias est trop général et trop théorique, car n'intégrant pas la validation des acquis de l'expérience. Les stations de radio et télévision basées dans les universités, par exemple, ne peuvent embaucher que quelques étudiants et

ont elles-mêmes besoin d'être équipées de manière plus adéquate. Les initiatives existantes, telles que le Tanzania Media Fund (Fonds tanzanien pour les médias), l'Institut des médias d'Afrique australe (MISA-TAN) et les tentatives d'introduire des cours sur le développement et la communication dans les programmes actuels de sciences humaines constituent un pas dans la bonne direction, pour essayer de combler les lacunes du système de formation au métier des médias.

Compte tenu de tout ce qui précède, il est indispensable que le gouvernement et les partenaires au développement apportent leur concours en augmentant les ressources nécessaires, tant pour la formation de base que post-universitaire, et en améliorant les compétences du personnel dans les institutions de formation.

ENVIRONNEMENT INSTITUTIONNEL DES MEDIAS : RENFORCER LES CAPACITES DES MEDIAS DANS LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE ET RURAL

L'INITIATIVE POUR LE DEVELOPPEMENT DES MEDIAS EN AFRIQUE

M. David Mowbray - BBC World Service Trust, Royaume-Uni

Les médias peuvent être un puissant agent du changement en Afrique. Or une vaste enquête menée dans 17 pays africains, dans le cadre de l'Initiative pour le développement des médias en Afrique (AMDI), révèle un sérieux manque de capacités des organes de presse et ce, à tous les niveaux, du journalisme de base aux compétences en matière de gestion. Pour combler ces lacunes, le BBC World Service Trust a adopté une nouvelle stratégie de renforcement des capacités, qui parie sur l'encadrement des journalistes locaux par des "mentors" (ou parrains) hautement qualifiés, appuyés par des formateurs senior internationaux. Cette stratégie entend également promouvoir, dans le même temps, la nouvelle initiative en faveur de la presse du continent (AMI), qui se veut une solution "africaine" au problème de financement et de développement des médias professionnels en Afrique.

LA FORMATION AUX MEDIAS DANS LES CARAÏBES

Dr Maria Protz - CARIMAC, Jamaïque

Cette présentation propose une approche caribéenne du renforcement des capacités des médias au service de l'agriculture. Pour commencer, elle décrit le travail effectué par le CARIMAC, l'Institut des médias et de la communication des Caraïbes (Caribbean Institute for Media and Communication) de l'Université des Indes occidentales (University of the West Indies), situé sur le campus de Mona, en Jamaïque. La formation aux médias pour l'agriculture et à la gestion des ressources naturelles a nécessité l'intervention du personnel du CARIMAC, en partenariat avec divers organismes, y compris la FAO, dans le cadre du nouveau projet de collaboration en CSDI (Communication pour une initiative de développement durable). Parmi les "éléments" propices au renforcement durable des capacités en matière de CSDI figurent la prise compte de la dimension Communi-

cation et Développement (ComDév) dans trois ministères de l'Agriculture de la région, en soutien aux organisations communautaires de base, et la formation en ComDév des agents de vulgarisation pour l'agriculture. Les autres éléments comprennent les études de cas publiées, les nouvelles applications TIC pour mettre en liaison agriculteurs et agents de vulgarisation, la mise en place d'une association professionnelle dédiée à la ComDév, de nouvelles offres de programmes d'enseignement, ainsi qu'une plate-forme Web sur l'adaptation au changement climatique.

L'EXPERIENCE DU RESEAU GAINS DANS LE DOMAINE DE LA RADIO COMMUNAUTAIRE

M. Joel Sam - INST, Ghana

Cet exposé porte sur le GAINS, un réseau de bibliothèques et de centres d'information agricole au Ghana, créé en 1991 dans le cadre du Programme de recherche agronomique nationale

(NARP) gouvernement du Ghana/Banque mondiale. Il explique les efforts déployés par GAINS pour redynamiser le système des bibliothèques et d'information dans le secteur agricole, rendre l'information facilement disponible et accessible aux organismes de recherche et aux universités et fournir sur demande des informations aux scientifiques, chercheurs, professeurs, directeurs de recherche, décideurs et étudiants. Dans la deuxième phase de son action, GAINS s'est attaché à soutenir l'évaluation des besoins en informations des agents de vulgarisation et à fournir l'information nécessaire via les Centres d'information agricole. Dans ses troisième et quatrième phases, le projet met l'accent sur les services d'information à destination des agriculteurs, des pêcheurs et des agents de vulgarisation, y compris avec la participation des stations de radio FM communautaires et de leurs producteurs de programmes agricoles, pour créer des émissions radiophoniques avec un service de questions-réponses en langues locales. La présentation se termine par une réflexion sur les difficultés rencontrées par GAINS et l'importance de la collaboration avec les radios communautaires au Ghana.

RENFORCEMENT DES CAPACITES ET PARTAGE DES CONNAISSANCES GRACE A LA RADIO COMMUNAUTAIRE

*Dr Marcelo Solervincens
AMARC - Canada*

Cette présentation décrit l'expérience d'AMARC dans le réseautage et le travail avec les stations de radio communautaire dans différents pays et régions ACP du monde. Elle met en évidence plusieurs obstacles au rôle des médias dans le développement agricole et rural. Une des clés de l'amélioration de l'efficacité des radios communautaires consiste à adopter un modèle de partage des connaissances et de renforcement des capacités qui 1) renforce le sentiment d'appropriation des médias par les communautés locales et les particuliers ; et 2) améliore l'apprentissage des techniques de la radio et de la production de contenus grâce à des échanges entre dépositaires de savoirs locaux et experts.

DEFIS DE L'AGRICULTURE ET DU DEVELOPPEMENT : LES MEDIAS AU MALAWI

*M. Levi Zeleza Manda
University of Malawi, Malawi*

Le Malawi est une économie agricole depuis des décennies. Malgré les pénuries alimentaires occasionnelles observées au cours des années, le Malawi est généralement en mesure

de se nourrir lui-même. Plus récemment encore, le Malawi a éclipsé tous ses voisins par ses rendements et ses importants stocks de réserves, notamment en maïs, l'aliment de base du pays, en tabac et en coton. Le succès de sa politique de sécurité alimentaire repose sur trois piliers : 1) une politique gouvernementale essentiellement axée sur l'agriculture (subventions du secteur en intrants) ; 2) un leadership déterminé (le président Mutharika est son propre ministre de l'Agriculture) et 3) une classification judicieuse des priorités en matière de ressources (le développement de l'agriculture est la priorité n°1 du gouvernement).

Outre ces 3 piliers, les médias jouent un rôle crucial dans la promotion de l'agriculture et la sécurité alimentaire au Malawi. Toutefois, les médias malawites font face à des nombreux défis. En effet, selon des études récentes, le Malawi n'a guère de politique en direction des médias ou de formation dans le domaine de l'information/ de la communication agricole ; il n'y existe pas d'opportunités de spécialisation dans le journalisme agricole ; le développement agricole et rural n'est pas considéré comme un sujet d'actualité d'un grand intérêt par les médias malawites, plutôt tournés vers des valeurs élitistes et eurocentriques.

Ce document se propose donc de partager certains cas de réussite de l'implication des médias dans l'agriculture au Malawi, et d'examiner les défis auxquels ils (les médias) doivent faire face.

MEDIAS, NOUVEAU SERVICE MEDIA EMERGENT ET TIC

TIC ET COMMUNAUTE RURALE : DE L'ENGRAIS AU COMPTE-GOUTTES POUR L'AGRICULTURE AFRICAINE

*M. Souleymane Ouattara
JADE, Burkina Faso*

Dans la Sissili, Burkina Faso, Mahamadi Korogo, conseiller agricole à la Fédération des Professionnels Agricoles de la Sissili, la FEPPASI, incarne le changement vers les TIC. Il rend visite à Moumouni Nébié, un agriculteur mordu lui aussi de TIC

Nébié doit beaucoup aux TIC. Sur le web il a découvert en 2005 une organisation paysanne béninoise, spécialisée en technique production d'ignames et grâce à une formation auprès d'elle, il produit lui-même ses semenceaux d'ignames. Autre figure marquante des TIC dans la Sissili, Joseph Dagano, le Président de la FEPPASI. Il a compris très tôt l'énorme potentiel des TIC pour mieux produire, conserver ses récoltes et les commercialiser.

Son organisation est affiliée au réseau TIC et Agriculture, une association burkinabé de promotion des TIC. Le réseau sert de cadre de réflexion, d'échange et de partage d'expériences et de ressources dans le domaine des TIC pour l'agriculture en vue de l'épanouissement du monde rural.

Une approche utilitaire des TIC orientée sur la production des modules de formation, la recherche de financements et d'appels d'offres, ou pour signaler aux instituts de recherche les maladies des plantes afin de leur trouver des solutions. Les TICs sont également utilisés comme outils de transparence dans le choix des producteurs.

Dotés de téléphones portables, les enquêteurs suivent les prix sur les marchés qu'ils enregistrent et envoient instantanément par SMS sur des sites web voire pour diffusion à la radio et à la TV nationale.

Les exploitants agricoles affiliés à la FEPPASI peuvent s'écrier "agriculture numérisée, agriculture boostée". Mais leur réussite prouve paradoxalement que l'accès aux TIC restera encore pour longtemps un rêve inaccessible pour des milliers de paysans burkinabé.

L'UTILISATION D'OUTILS WEB 2.0 AU SERVICE DE L'AGRICULTURE DURABLE : CAS DES PETITS AGRICULTEURS EN OUGANDA

*Mme Maureen Agena
WOUGNET, Ouganda*

Avec les technologies modernes, les secteurs public et privé doivent pleinement mettre à profit l'efficacité et l'efficacité des nouveaux médias tels que les outils du Web 2.0, pour traiter, stocker et extraire l'information agricole.

En Afrique et plus particulièrement en Ouganda, les applications Web 2.0 sont une nouveauté pour de nombreux gens, notamment les petits agriculteurs. En effet, leur connaissance et leur usage des outils Web 2.0 dans l'exercice de leur métier reste insignifiant. Misant sur le journalisme citoyen dans le projet Afrique, WOUGNET a formé certains de ses membres habitués à l'usage d'outils pour réseaux sociaux (les applications Web 2.0 telles que les blogs, les wikis, les flux RSS, Flickr, Skype), ainsi qu'à la rédaction d'articles, à l'élaboration de témoignages audio, vidéo et numériques et à l'édition en ligne).

Cette initiative a permis à certains agriculteurs en milieu rural d'utiliser et d'interagir avec les divers types de médias, afin de les aider à optimiser leur stratégie de communication sur l'agriculture. Le journalisme citoyen dans le projet Afrique vise à renforcer la capacité des organisations de la société civile à se servir des outils de ce nouveau type de journalisme aux fins de publication, de lobbying, de plaidoyer, de réseautage et de partage des connaissances, en mettant l'accent tant sur les médias traditionnels que nouveaux.

La présentation met en évidence le potentiel et les défis des outils Web 2.0 appliqués à l'agriculture.

ASSOCIER LA RADIO AUX TIC POUR UNE MEILLEURE INTERACTION ET UNE RADIO "A LA DEMANDE"

*Mme Margaret Nana Kingamkono
African Farm Radio Research
Initiative, Farm Radio International,
Tanzanie*

La radio est reconnue depuis longtemps comme un excellent outil d'information à destination des populations rurales faiblement alphabétisées. En effet, l'accès à la radio est beaucoup plus important que l'accès à tout autre moyen de communication et, parce qu'elle diffuse des sons plutôt que des caractères imprimés, tous les auditeurs y trouvent leur compte. La radio a toutefois des points faibles traditionnels : a) c'est généralement un support à sens unique et b) la radio est uniquement disponible à l'heure et le jour où ses programmes sont diffusés. Son premier point faible en fait un outil imparfait pour le dialogue, la discussion, la rétroaction et l'interaction. Son deuxième inconvénient est que le public ciblé (notamment les femmes rurales) peut rater certains "épisodes clés" d'un programme, ou qu'il est impossible de réécouter plusieurs fois des informations que l'on estime complexes pour en avoir une meilleure compréhension. Farm Radio International, dans le cadre de l'initiative de recherche en radio pour les agriculteurs africains, a beaucoup appris sur les multiples façons créatives d'utiliser les TIC afin de remédier à ces deux inconvénients. L'interactivité avec les auditeurs peut être améliorée grâce à l'utilisation des téléphones mobiles, des SMS et des appareils d'enregistrement à faible coût. Les émissions interactives basées sur les appels téléphoniques, les logiciels de gestion des SMS et les lecteurs MP3 sont mis à profit par les radios partenaires à l'AFRRI pour mieux faire entendre la voix des agriculteurs et promouvoir le dialogue entre et parmi les agriculteurs, les agents de vulgarisation et les chercheurs. Les lecteurs MP3 rembobinables, les systèmes interactifs d'enregistrement vocal, tout comme d'autres TIC, offrent la possibilité de

fournir à davantage d'agriculteurs "des services radiophoniques à la demande", que les auditeurs peuvent réécouter à leur convenance.

CONNECTAFRICA : METTRE EN RESEAU LES TELECENTRES EN AFRIQUE DU SUD ET EN ZAMBIE

*M. Dion Jerling - Connect Africa
Service, Afrique du Sud*

Cet exposé porte sur un projet financé par le CTA et mis en œuvre dans la région centre de la Zambie, qui met à profit les TIC et les appareils mobiles pour fournir divers services publics et privés aux communautés rurales vivant dans les zones reculées.

Le succès du téléphone portable en Afrique est universellement reconnu et bien documenté, mais il reste essentiellement une réussite urbaine. L'Afrique rurale n'a pas encore profité de ces progrès, parfois spectaculaires, dans la communication mobile. Le projet ConnectAfrica (Connecter l'Afrique) entend donc relever ce défi en alliant pour la première fois entreprise sociale et esprit d'entreprise, dans le but de créer un réseau de services ruraux qui coopère avec le gouvernement et le secteur privé pour fournir directement toute une gamme de services aux communautés rurales.

Avec toutes les solutions TIC disponibles aujourd'hui, ConnectAfrica a choisi d'adopter une stratégie fondée sur la fourniture de technologies "adaptées aux besoins" des usagers ruraux, pour mieux assurer la pérennité et l'efficacité optimale de ses services.

L'exposé décrit les solutions technologiques utilisées sur le terrain et celles en phase d'expérimentation, ainsi que les difficultés concrètes et souvent sous-estimées auxquelles font face les fournisseurs de services en milieu rural. Il explique aussi le rôle que devraient jouer les différents acteurs clés identifiés, afin de garantir un niveau optimal de services et préserver à tout prix la durabilité du projet.

Dion Jerling, directeur des projets spéciaux de ConnectAfrica, a hâte de partager avec les participants au Séminaire du CTA certaines expérien-

ces vécues sur le terrain, les défis à relever et les solutions mises en place par son organisation.

RESSOURCES DE L'INFORMATION, ENVIRONNEMENT MULTIDISCIPLINAIRE ET MEDIATIQUE POUR LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE EN TANZANIE

*M. Jabir Jabir - Sokoine National
Agricultural library, Tanzanie*

Les organes de presse en Tanzanie souffrent d'un manque notable de ressources telles que les bibliothèques, la connexion Internet, les sources d'informations et un personnel bien formé au métier et à même de répondre à leurs besoins journalistiques. Ce manque de capacités s'étend également à la formation pluridisciplinaire au sein des médias, dans le domaine de l'agriculture et de ses secteurs connexes. Avec la prise en compte de la composante pluridisciplinaire par les professionnels des médias, l'objectif fixé par les décideurs en Tanzanie, en Afrique et dans le monde en général, de faire de l'agriculture une priorité absolue, pourrait bien être atteint à condition que les médias y jouent un rôle majeur.

Le processus de démocratisation en Tanzanie continue d'encourager de plus en plus de groupes de presse à se lancer dans la diffusion de l'information. L'orientation actuelle indique que la plupart privilégient l'information politique et la communication à but lucratif. Ils abordent et impliquent peu le secteur agricole qui, pourtant, emploie près de 75% des Tanzaniens. Avec le manque de services publics de radiodiffusion, les médias existants, tant publics que privés, se préoccupent davantage de subventions susceptibles de favoriser et de protéger leurs institutions, au lieu de relayer, d'analyser et d'évaluer les politiques à l'aune des perspectives actuelles de développement

Pour une contribution efficace des médias au développement agricole et aux autres questions socioéconomiques, il est nécessaire d'opérer des changements dans les programmes et d'introduire un volet Formation aux

techniques de l'information dans les études de journalisme. Les organes de presse devraient surmonter ces difficultés en enrichissant leurs sources, avec une connectivité fiable, un personnel qualifié pour gérer leurs ressources et centres d'information. De même, ils devraient avoir une rubrique dédiée au traitement de l'information sur l'agriculture et ne pas oublier dans leurs articles et émissions les autres acteurs du monde agricole, en ne rapportant pas seulement des informations techniques mais aussi des témoignages d'entreprises réussies.

TELECENTRE DE NAKASEKE

*M. Peter Balaba,
Télécentre de Nakaseke, Ouganda*

Cette affiche met en lumière le travail du célèbre télécentre Nakaseke en Ouganda. Il fait partie des cinq projets de télécentres communautaires polyvalents soutenus par l'UNESCO, le CRDI et l'UIT, également lancés au Bénin, au Mali, au Mozambique et en Tanzanie. Ce télécentre fournit aux agriculteurs analphabètes des services d'information dans des domaines tels que les intrants agricoles, la manutention post-récolte, les prix du marché, la protection de l'environnement, la gestion des sols, les produits de base à forte valeur ajoutée, les systèmes de crédit et de microfinancement, les compétences en agriculture commerciale, etc. Misant sur l'innovation depuis son ouverture en 1997, le télécentre propose aujourd'hui une large gamme de services divers et variés. Il a mis en place une radio communautaire (FM 102.9) et ouvert une bibliothèque ; il vend des services Internet et sans fil (téléphone interurbain, recharge de cartes téléphoniques...) ; il propose des cours de formation en informatique, des services de réparation et d'entretien, des services de secrétariat, la couverture vidéo de cérémonies et d'événements. Il fournit également des informations sur le VIH/SIDA, ainsi que des programmes d'animation et un service de collecte/distribution de livres dans les écoles les plus démunies.

RECOMMANDATIONS DES GROUPES DE TRAVAIL



Radio

- faire le bilan de tout le travail déjà accompli concernant le renforcement des capacités par l'ensemble des acteurs concernés dans l'industrie des médias en Afrique; mise à jour, de réconciliation et d'optimiser ce qui existe déjà plutôt que de la redondance des efforts.
- Permettre à chaque pays ou région de déterminer comment la formation aura lieu tant en ce qui concerne l'accréditation que le calendrier.
- Encourager la demande sur le renforcement des capacités qui implique l'ensemble des parties prenantes, acteurs et institutions.
- S'assurer que le renforcement des capacités pour la radio soit ancré au niveau local et réalisé en fonction des besoins.
- Veiller à ce renforcement des capacités soit global mais aussi qu'il obéisse à des normes généralisées incluant la technique, la production, la gestion de la station de radio et le développement de contenus.
- Adapter le renforcement des capacités pour les différents types de stations de radio et de leur programmation.
- Établir un programme de microfinancement accordé sur concours, (par exemple d'environ 10.000-15.000 Euros semblable à GENARDIS) pour se concentrer sur l'innovation des stations de radio et de l'apprentissage; Axer ce financement sur la coopération des auditeurs et et leur représentation dans le développement agricole et rural.
- Renforcer le suivi et l'évaluation dans les stations de radio et d'identifier à mesurer les contributions, les produits, les résultats et les impacts.
- Fournir des possibilités de formation sur la planification, le suivi et l'évaluation pour les stations de radio.
- Développer l'autoévaluation des stations de radio, autant que possible, tout en reconnaissant que, si la radio est financée par le gouvernement ou doit conjointement le suivi et l'évaluation avec les ministères de l'agriculture ou de vulgarisation, il est important que le gouverne-

ment fournisse des lignes directrices suffisantes pour effectuer le suivi et l'évaluation.

- Encourager les stations de radio d'avoir un plan de travail de suivi et d'évaluation depuis le début de chaque programme / plan de travail annuel.
- Encourager les stations de radio qui ont débuté au titre de financements extérieurs (par exemple l'UNESCO), demander à l'organisme donateur d'aider dans la conduite des processus de suivi et d'évaluation.
- Aider les radios avec les compétences pour générer des fonds, effectuer des évaluations quantitatives et assurer une participation de l'auditeur.
- Assurer la pérennité d'un plan stratégique / d'un "business plan" dès sa création.
- Plaider pour un environnement législatif favorable aux radios communautaires et indépendantes.



Télévision, vidéo et film

- Identifier les besoins de formation existants des études d'évaluation pour la vidéo et la télévision et à traiter les priorités de renforcement des capacités.
- Produire un glossaire des termes agricoles pour les journalistes et professionnels des médias dans les pays ACP.
- Fournir un centre d'échange pour de (courtes) vidéos professionnelles traitant des questions agricoles et rurales dans les pays ACP.
- Aider les gouvernements à élaborer des politiques qui encouragent la communication visuelle sur les questions de développement agricole et rural.
- Mobiliser et soutenir les réseaux existants, les organisations régionales et les plateformes paysannes à diffuser des programmes vidéo d'action développés par des sources multiples.
- organiser des ateliers régionaux et nationaux avec de multiples intervenants et acteurs des médias pour formuler la demande pour de nouvelles productions vidéo agricoles.

- Donner la priorité pour la production de film / vidéo dans le développement agricole et rural parce qu'il est un outil puissant qui transcende les frontières des distances, des langues, des saisons et offre des possibilités nouvelles et pertinentes pour l'analyse, l'apprentissage et de réflexion avec toutes les parties prenantes.
- Améliorer la qualité des film / vidéo dans le développement agricole et rural en faisant une distinction entre les rôles de chacun des acteurs (même quand ils sont combinés en une ou quelques personnes): les commanditaires, producteurs, cinéastes, les facilitateurs de processus et spécialistes de la communication.
- Elaborer des choix stratégiques concernant le niveau de professionnalisme exigé quant au résultat escompté, aux attentes des utilisateurs et aux normes éthiques à respecter.
- Professionnaliser la production de film / vidéo par un événement voté par des semblables (pairs) comme un festival de cinéma (conférence), les professionnels regardant, discutant et apprenant de semblables et d'améliorer la qualité et l'impact de la vidéo comme un produit et un processus.
- Renforcer les capacités et informer les acteurs sur l'importance de définir des droits de propriété intellectuelle et l'importance du respect mutuel entre les différents acteurs de cinéma.



Presse écrite (Journaux, magazines et suppléments)

- Renforcer les capacités en octroyant des bourses d'études pour les médias imprimés, par des programmes d'échanges.
- Fournir des renseignements sur les organismes de financement possibles pour les subventions de voyage et de bourses dans les régions ACP.
- Intégrer le développement agricole et rural dans la presse écrite à travers

des ateliers pour toutes les parties prenantes du secteur.

- Créer des subventions centrales compétitives pour les exercices de formation interne du développement agricole et rural, pour le renforcement interne des capacités et d'assistance.
- Organiser chaque année une conférence de presse écrite des pays ACP.
- Mettre en place un prix récompensant la presse écrite pour encourager l'excellence dans les reportages sur le développement agricole et rural.
- Relater les réussites dans le domaine du développement agricole et rural dans un portail à paraître chaque année et le rendre disponible dans les langues parlées dans les pays ACP.
- Fournir des conseils sur la collecte de fonds et de distribuer la proposition de modèles.



Autres types de presse écrite (Bulletins d'information, posters, brochures, bandes dessinées, affiches)

- Fournir une formation sur le journalisme citoyen.
- Identifier les outils d'évaluation et de suivi (ex. Sondages et questionnaires).
- fournir des supports pédagogiques concernant les vérifications, la gestion financière, l'inventaire des équipements, etc.
- Soutenir des stages, les détachements et l'apprentissage pour la production d'impression.
- Élaborer des politiques de sortie pour les actions de transfert aux régions des pays ACP.
- Poursuivre les discussions électroniques et le portail des histoires de réussite sur le site Web du CTA.
- Identifier des modèles possibles pour la création du Forum du réseau des médias imprimés des ACP.



Médias communautaires

- Impliquer la communauté dans la planification, la mise en oeuvre et l'évaluation des activités des médias communautaires.
 - Adopter une approche participative et inclure tous les membres de la communauté.
 - Créer une plate-forme multiacteurs pour soutenir les médias communautaires avec d'autres compétences/disciplines qui manquent à la communauté.
 - Arranger les contraintes institutionnelles comme simplifier la procédure d'octroi de licence pour les radios communautaires et la rendre abordable financièrement.
 - Élaborer et adopter des règles, des principes et un code éthique convenus pour les gérants des médias communautaires.
 - Documenter les politiques nécessaires et le cadre réglementaire pour les médias communautaires.
 - Élaborer des lignes directrices pour les décideurs engager et renforcer la visibilité des médias communautaires.
 - Soutenir le renforcement des capacités des médias communautaires sur les questions de gestion.
 - Identifier les modèles de durabilité dans les médias communautaires
 - Inclure les femmes dans la gestion ainsi que la production.
 - Identifier des moyens pour motiver et conserver des bénévoles.
 - Promouvoir le réseautage entre les médias communautaires au sein des pays locaux, nationaux et entre pays.
 - Développer le contenu en fonction des besoins locaux, la compréhension et les langues.
 - Protéger ("copyright") le contenu local et respecter les droits de propriété intellectuelle.
 - Encourager la documentation d'un contenu local utilisant les TIC.
 - Promouvoir l'utilisation des TIC appropriés et abordables et construire à partir des infrastructures existantes, de l'expérience, de la disponibilité et du niveau communautaire.
 - Intégrer les TIC avec d'autres outils de médias communautaires et des ressources.
- Offrir une formation continue sur les TIC émergents selon la nécessité
 - Identifier les TIC et les exemples de bonnes pratiques.
 - Planifier et financer le processus de suivi/évaluation dès le lancement du média communautaire et la mise en place des stratégies de communication.
 - Utiliser les résultats d'évaluation pour affiner et réviser les pratiques si nécessaire.
 - Etablir des partenariats avec d'autres médias communautaires de pays ACP pour favoriser l'échange de meilleures pratiques et le partage d'expériences.
 - Proposer une formation à la gestion, la production et programmer le suivi/évaluation.
 - Renforcer en permanence leurs capacités institutionnelles pour qu'ils restent en phase avec les défis émergents du développement.
 - Encourager le renforcement des capacités grâce à un système de récompenses et de reconnaissance.

VI – ANNEXES

6.1 PROGRAMME

Lundi 12 octobre 2009

- 09H00-12H00 Enregistrement des participants (hôtel de Bedford)
- 10H00-12H00 Réunion d'information avec les membres du comité directeur, les modérateurs, les intervenants, et les rapporteurs
- 12H00-13H00 Déjeuner (Hôtel Bedford)

SESSION N° 14 DU BRIEFING DE BRUXELLES : DEVELOPPEMENT AGRICOLE ET RURAL DES ACP : POURQUOI LES MEDIAS SONT-ILS IMPORTANTS ?

- 13H10-13H30 Départ de l'hôtel Bedford au Centre Borschette
- 13H00-14h30 Enregistrement au Briefing de Bruxelles
- 14h30-15h00 Propos liminaires : *M. Ian Barber, Commission européenne, Sir John Kaputin, secrétariat des ACP, Dr. Hansjörg Neun, CTA*
- Rapport sur les discussions électroniques du séminaire CTA 2009
(*Mme Susanna Thorp et Mme Laurence Lalanne, WREN Media, Royaume Uni*)

15H00-16H15 SESSION 1 : INTEGRER LES MEDIAS DANS LE DEVELOPPEMENT : QUELLE EST LA VOIE A SUIVRE ?

Modérateur :

Mme Tumi Makgabo, Africa Broadcasting and Media, Afrique du Sud

Membres du jury

- Son excellence Ndisale Brave, Ambassadrice du Malawi
- Dr Ignatius Jean, IICA, Guyana
- M. Jean-Philippe Rapp, directeur du forum international des médias nord-sud, Suisse
- Dr Kris Rampersad, médias et consultant en matière d'instruction, Trinité-et-Tobago
- Dr Hansjörg Neun, directeur de CTA, Pays-Bas

- 16H15-16H45 Pause café (Commission de l'UE)

16H45-18H30 SESSION 2 : COMMENT LES MEDIAS PEUVENT-ILS MIEUX SERVIR LES COMMUNAUTES RURALES ?

Modérateur :

Dr Eugenia Springer, directeur Eugenia Springer Productions, Trinité-et-Tobago

Présentations et discussion

- Les besoins et les enjeux du renforcement des capacités des médias dans les pays ACP
(*M. Sayouba Traoré (IFR) et Mme Violet Otindo, lauréate du prix KBC-CNN, Kenya*)
- Faire le lien entre les médias et les communautés locales
(*Dr Helen Hambly, Université de Guelph, Canada*)
- Médias dans les ACP et défis mondiaux : combler le fossé
(*Mme Tumi Makgabo, African Broadcasting and Media, Afrique du Sud*)

Conclusions

- 19H00 **Réception (Commission de l'UE)**
- 20H15 Départ du Centre Borschette pour l'hôtel Bedford

Mardi 13 octobre 2009

09H00 - 09H20 Présentation de la structure et des objectifs du séminaire
(Dr Helen Hambly, Université de Guelph, Canada; M. André Vugayabagabo, CTA, Pays-Bas)

Session 3 : LES MEDIAS ET LE DAR (SESSION PLENIERE)

Modérateur : Prof. Chris Kamlongera, Université du Malawi

Intervenant : M. Kole Odutola, Université de Floride (USA)

9H20-10H10 Présentations orales

- *La vidéo dans le développement - le film au service du changement rural* et lancement du livre du CTA (Dr Rico Lie et M. Andreas Mandler, Université de Wageningen, Pays-Bas)
- *La recherche d'informations par les médias du Pacifique sur le DAR*
(Mme Viola Ulakai, Tonga Broadcasting et Television Corporation, Tonga)
- *La voix du visuel. Stratégies d'apprentissage visuel pour l'analyse du problème, le dialogue social et la participation via la médiatisation*
(Dr Loes Witteveen, IRDT, Université de Wageningen, Pays-Bas)
- *Instaurer une relation d'amour entre l'agriculture rurale et les médias*
(Dr Eugenia Springer, Trinité-et-Tobago)

Affiches

- *Traitement par les médias des questions de développement agricole et rural : enjeux et problèmes* (Mme Matho Motsou Anne, Jade, Cameroun)
- *Sim-info ANOPACI* (M. Kouao Sylvain, ANOPACI, Côte d'Ivoire)
- *Les médias dans l'agriculture : nous ne jouons pas les seconds rôles*
(M. Phil Malone, Countrywise Communications, Royaume Uni)
- *L'utilisation des multimédias pour favoriser le développement agricole et rural "Service secret du CABI"* (Mme Janny Vos, CABI, Royaume Uni)

10H10-10H40 **Discussion en groupe**

10H40-11H00 **Pause café**

11H00-11H30 Médias et vulgarisation agricole et apprentissage

Modérateur : Dr Kris Rampersad, médias et consultant en matière d'instruction, Trinité-et-Tobago

Intervenant : M. Riccardo del Castello, FAO, Italie

Présentations orales

- *La voix du paysan et la vulgarisation de l'information agricole au Cameroun*
(Mme Marie Pauline Voufo et Aude Ehlinger, Cameroun)
- *Rôle des médias pour combler le "fossé" entre les laboratoires et les exploitations agricoles*
(M. Sunil Kumar Singh, USP, Fidji)
- *La radio rurale : un moyen de promouvoir les services de vulgarisation axés sur la demande au Malawi* (M. Rex Chapota, AFRI, Malawi)
- *La connaissance, la mise en réseau et la diversité : Opportunités pour le journalisme agricole en Afrique* (M. David Mowbray, BBC World Service Trust, Royaume Uni)

Affiches

- *Des approches innovantes pour améliorer l'accès aux informations agricoles : étude de cas pratiques* (Dr O.I Oladele, Université, Botswana)
- *Obstacles à l'utilisation des médias pour promouvoir la vulgarisation et l'apprentissage en milieu rural* (M. Charles Oduor Ogada, Centre de ressources communautaires d'Ugunja, Kenya)
- *Le rôle des médias dans la diffusion des pratiques agricoles durables auprès des petits exploitants agricoles au Kenya* (M. John Cheburet, directeur de radio, The Organic Farmer, Kenya)

11H30-12H30 **Discussion de groupe**

12H30-14H00 **Déjeuner**

Session 3 : (CONTINUATION ET FIN) : LES MEDIAS ET LES QUESTIONS DE DAR (SESSIONS PARALLELES)

	Session parallèle :			
	1. Médias et changement climatique	2. Médias et égalité des sexes	3. Financement des médias dans le DAR	4. Médias et zones arides
Modérateur	<i>Dr John Fitzsimons, UdG, Canada</i>	<i>Mme Oumy Ndiaye, CTA, Pays Bas</i>	<i>Mme Jacqueline Sluijs, KIT, Pays Bas</i>	<i>M. Rabah Lahmar, CIRAD, Burkina-Faso</i>
14H00–14H40	Présentations	Présentations	Présentations	Présentations
14H40–15H30	Discussion	Discussion	Discussion	Discussion
15H30–15H50	Pause café	Pause café	Pause café	Pause café

Session parallèle 1 : MEDIAS ET CHANGEMENT CLIMATIQUE

Modérateur : *Dr John Fitzsimons (Université de Guelph [UdG], Canada)*

14H00-14H40 **Présentations orales**

- Le partenariat des médias dans le changement climatique (*M. Parkie Mbozi, PANOS, Zambie*)
- Le changement climatique et les médias dans la région Pacifique (*M. Samisoni Pareti, Islands Business International, Fidji*)
- La contribution des radios communautaires à la compréhension des impacts du changement climatique sur l'agriculture à Koutiala au Mali (*M. Moctar Niantigui Coulibaly, Alliance des Radios Communautaires, Mali*)
- Les concours d'écriture de scénarios radios pour promouvoir l'apprentissage des diffuseurs africains sur les thèmes d'intérêt pour les petits agriculteurs (*Mme Blythe McKay, Farm Radio International, Canada*)

Affiches

- Défis et opportunités du reportage et de la communication sur les questions agricoles et rurales (*M. Risdal Kasasira, Ouganda*)

14H40–15H30 **Discussion de groupe**

15H30–15H50 **Pause café**

Session parallèle 2 : MEDIAS ET EGALITE DES SEXES

Modérateur : *Mme Oumy Ndiaye, CTA, Pays-Bas*

14H00-14H40 **Présentations orales**

- Promouvoir l'égalité des sexes dans le DAR grâce aux technologies de l'information et de la communication : mythe ou réalité au Botswana ? (*Dr Bantu Morolong, Université du Botswana, Botswana*)
- Développement agricole et rural dans le Pacifique - Faire le lien entre l'égalité des sexes et les médias (*Mme Bernadette Masianini, Fidji*)
- Initiation à l'agriculture biologique, changement climatique et besoins alimentaires locaux : quel rôle pour les médias ? (*Mme Dorienne Rowan Campbell, Network Intelligence, Jamaïque*)

Affiches

- Le genre dans les médias guinéens (*Mme Mama Adama Keita, Radio Nationale, Guinée*)
- Le kit de ressources multimédias (*Mme Melanie Hughes, Protégé QV, Cameroun*)

14H40–15H30 **Discussion de groupe**

15H30–15H50 **Pause café**

Session parallèle 3 : FINANCEMENT DES MEDIAS DANS LE DAR

Modérateur : *Mme Jacqueline Sluijs, Institut tropical royal (KIT), Pays Bas*

14H00–14H40 Présentations orales

- Une collaboration plus étroite est-elle la réponse aux problèmes financiers des entreprises de médias des ACP ?
(*M. Hans Determeyer, Free Voice Programme Manager Media Finance, Pays-Bas*)
- Le financement des médias dans le Pacifique (Mme Ruci Mafi, CPS, Fidji)
- Le financement des médias et le DAR
(*M. Michael Waigwa, Cooperative Insurance Company, Kenya*)
- L'agriculture, les femmes et les médias - investissements essentiels
(*Mme Cece Fatope, International Women's Media Foundation, Etats-Unis*)

Affiches

- Principales tendances au niveau du financement du rôle des médias dans le développement agricole et rural (*Dr Helen Hambly Odame, Université de Guelph, Canada*)

14H40–15H30 **Discussion de groupe**

15H30–15H50 **Pause café**

Session parallèle 4 : MEDIAS ET ZONES ARIDES ET SEMI-ARIDES

Modérateur : *M. Rabah Lahmar, CIRAD, France*

14H00–14H50 Présentations orales

(*Note : Dans cette session les titres des présentations reflètent le domaine de recherche des scientifiques sur les cultures arides. La discussion de la table ronde de cette session sera axée sur la façon de renforcer le rôle des médias dans la recherche sur les cultures arides.*)

- Étude et analyse des impacts des exploitations agricoles et des exploitations d'élevage situées autour des secteurs protégés : Cas du parc "W" de la République du Niger
(*Mme Teresa Fernandes Pereira Veiga Tavares, Cap Vert*)
- Faire le bilan de la réhabilitation des sols dégradés dans les régions sèches du Sahel en utilisant la technologie *zai* (Burkina-Faso, Mali, Niger) (*Mme Delphine Droux, France*)
- Une analyse économique de l'effet des caractéristiques de la variété sur l'adoption de variétés améliorées de pois cajan dans les terres sèches du Kenya : une étude de cas du district de *Taita* (*Mme Zipora Otieno, Kenya*)
- Une analyse des groupes de fermier dans l'agriculture de conservation (CA) dans les régions de terres sèches du Malawi : un cas à Chinguluwe EPA et dans le village modèle de Salima et de Nkomba à Bazale EPA dans la zone de Balaka (*M. Mavuto Mdulamizu, Malawi*)

14H50–15H30 **Discussion de groupe**

15H30–15H50 **Pause café**

Session 4 : COMMUNICATION ENTRE LES MEDIAS ET D'AUTRES ACTEURS DU DAR (SESSION PLENIERE)

Modérateur : *M. Phil Malone, Countrywise Communications, Royaume-Uni*

Intervenant : *Dr Kerry Albright, DFID, Royaume Uni*

15H50–16H20 Présentation orale

- Partenariat entre la formation à la gestion des ressources naturelles et agricoles et la radio rurale dans les régions méridionales et du sud-est du Sénégal
(*M. Madior Fall, USAID WULA NAFAA-Sénégal*)
- Rôle de la radio dans le développement agricole dans le Pacifique
(*Mme Rita Narayan, productrice radio, Regional Media Centre, CPS, Fidji*)
- Faire ressortir les forces du contenu local à travers la communication participative
(*M. Charles Dhewa, conseiller de gestion, Knowledge Transfer Africa, Zimbabwe*)

Affiches

- Services consultatifs de fermier innovateur en utilisant les TIC
(*M. Francois Stepman, FARA, Ghana*)
- Établir le lien - l'approche de WRENmedia pour appuyer une meilleure présentation par les journalistes des informations sur la science et créer des partenariats entre les médias et la communauté de recherches agricoles (*Mme Susanna Thorp, WRENmedia, Royaume Uni*)

16H20-17H10 **Discussion de groupe**

17H10-18H00 SESSION DE PRESENTARION DES AFFICHES (TOUS LES PARTICIPANTS)

Mercredi 14 octobre 2009

Session 5 : CONTRIBUTION DES MEDIAS A LA POLITIQUE AGRICOLE, A LA PROGRAMMATION ET A LA GESTION DES CONNAISSANCES (SESSION PLENIERE)

Modérateur : *Mme Helene Michaud, BARN, Pays Bas*

Intervenant : *Dr Abibtou Diop-Boare, CIRES, Université Abidjan, Côte d'Ivoire*

9H00-09H40 Présentations orales

- L'outil SIST et l'accès à l'information pour les journalistes du secteur agricole et rural
(*M. Helmer Thierry, CIRAD, France*)
- Le magazine radio *Mwana Alirenji* (autosuffisance alimentaire) transforme les fermiers malawiens en chercheurs, innovateurs et les rend autonomes sur le plan alimentaire
(*M. Gladson Elemiya Makowa, Story Workshop, Malawi*)
- Highway Africa (*Dr Chris Kabwato, Université de Rhodes, Afrique du Sud*)

Affiches

- L'évaluation de l'émission radio dans le développement rural : une question de coût de transaction (*M. Chris Yordy, Canada*)
- Capacités importantes pour la radio communautaire
(*M. Oumar Seck Ndiaye, AMARC-Africa, Sénégal*)
- Créer des capacités universitaires pour les médias et le développement rural
(*Prof. Benedict Mongula et Mme Langa Sarakikya, Université de Dar es Salaam, Tanzanie*)

09H40-10H30 **Discussion de groupe**

10H30-11H00 **Pause café**

11H00-12H00 Organisation de l'émission spéciale de TV
(seulement pour les participants impliqués dans la session TV)

Session 6 et 7

	Session 6 : Session d'affiches	Session 7 : un programme TV "les médias et l'agriculture : un mariage de raison ?"
12H00-13H30	Groupe francophone	Groupe anglophone
12H30-14H00	Déjeuner	
14H00-15H45	Groupe anglophone	Groupe francophone

16H30 **Départ de l'hôtel Bedford au Palais des Colonies**

Session 8 : CEREMONIE DU 25^E ANNIVERSAIRE DU CTA

18H00–21H30 Cérémonie du 25^e anniversaire du CTA et Prix des médias 2009 du CTA

Jeudi 15 octobre 2009

Session 9 : ENVIRONNEMENT INSTITUTIONNEL DES MEDIAS : RENFORCER LES CAPACITES DES MEDIAS DANS LE DEVELOPPEMENT AGRICOLE ET RURAL (SESSION PLENIERE)

Modérateur : *M. Stephen Hazelman, CPS, Fidji*

Intervenant : *Prof. Chris Kamlongera, Université du Malawi*

9H00–9H40

Présentations orales

- L'initiative africaine de développement de médias
(*M. David Mowbray, BBC World Service Trust, Royaume Uni*)
- Formation des médias dans les Caraïbes (*Dr. Maria Protz, CARIMAC, Jamaïque*)
- IAALD - Renforcement des capacités pour établir un lien entre les bibliothèques et les médias partenaires (*M. Joel Sam, INSTI et IAALD, Ghana*)
- Renforcement des capacités dans les Caraïbes (*Dr Arlington Chesney et Mme Diana Francis, Caribbean Agricultural Research and Development Institute et l'Inter-American Institute for Cooperation on Agriculture, Trinité-et-Tobago*)
- Renforcement des capacités et partage des connaissances à travers la radio communautaire (*Dr Marcelo Solervicens, AMARC, Canada*)

Affiches

- Défis dans l'agriculture et le développement - reportage au Malawi
(*M. Levi Zeleza Manda, Université du Malawi, Malawi*)

9H40–10H20

Discussion de groupe

10H20–10H40

Pause café

Session 10 : MEDIAS, NOUVEAU SERVICE MEDIA EMERGEANT ET TIC (SESSION PLENIERE)

Modérateur : *Dr Hansjörg Neun, directeur, CTA, Pays-Bas*

Intervenant : *Mme Oumy Ndiaye, CTA, Pays-Bas*

10H40–11H20

Présentations orales

- TIC et communautés rurales (*M. Souleymane Ouattara, JADE, Burkina Faso*)
- L'utilisation des outils du web2.0 pour une agriculture durable :
le cas de petits exploitants en Ouganda (*Mme Maureen Akena, WOUGNET, Ouganda*)
- Etablir un lien entre la radio et les TIC pour une plus grande interaction et
la "radio sur demande" (*Mme Margaret Nana Kingamkono, African Farm Radio
Research Initiative, Tanzanie*)
- Connecter l'Afrique rurale à l'aide de dispositifs mobiles
(*M. Dion Jerling, Connect Africa Service, Afrique du Sud*)
- Nouvelle technologie de la communication et de l'information dans
le secteur agricole en Haïti (*M. Talot Bertrand, MICT, Haïti*)

Affiches

- Ressources de l'information, environnement multidisciplinaire et médiatique pour le
développement agricole en Tanzanie (*M. Jabir Jabir, bibliothèque agricole
nationale de Sokoine, Tanzanie*)
- Nakaseke Telecentre Ouganda (*M. Peter Balaba, Nakaseke Telecentre, Ouganda*)

11H20–12H00

Discussion de groupe

Session 11 : GROUPES DE TRAVAIL SUR LES MEDIAS - TRAVAILLER ENSEMBLE SUR UNE ACTION ET DES RECOMMANDATIONS

- 12H00–13H00 Radio (*modérateur : Rex Chapota, AFRRRI, Malawi*)
Télévision et vidéo (*modérateur : Riccardo del Castello, FAO, l'Italie*)
Médias imprimés (*modérateur : Howard Williams, union des journalistes environnementaux, Sierra Leone*)
Médias et communautés rurales (*modérateur : Jose Felipe Fonseca, CTA, Pays-Bas*)
- 13H00–14H00 Déjeuner
- 14H00–15H30 Radio
Télévision et vidéo
Médias imprimés
Médias et communautés rurales
- 15H30–16H00 Pause café
- 16H00–18H00 Radio
Télévision et vidéo
Médias imprimés
Médias et communautés rurales

Session 12 : CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS - CEREMONIE DE CLOTURE ET CONFERENCE DE PRESSE

- 18H00 -18H45 Conclusions et recommandations
Cérémonie de clôture
- 18H45 -19H30 Conférence de presse
- 19H00 Rafrâchissements

Vendredi 16 octobre 2009

- 9H00–10H30 Départ des participants
Visites des institutions à Bruxelles (pour ceux qui partent le vendredi soirée ou le samedi)

6.2 LISTE DES PARTICIPANTS

Nom	Prénom	Fonction/ Organisation / Adresse	Téléphone	E-mail
Abdoulaye	Ibbo Daddy	<i>Directeur</i> Les Echos du Sahel Villa 4012 - Cité 105 Logements, Niamey - Niger	+22 720 743 217	ibbo_daddy@yahoo.com
Adolph	Serge	<i>Comptable</i> CTA - P.O. Box 380 6700 AJ Wageningen Pays-Bas	+31 317 467 123	adolph@cta.int
Agena	Maureen	<i>Chargée d'information</i> WOUGNET P.O BOX 4411 Plot 55, Kenneth Dale, Kamwokya - Ouganda	+256 782 807 709 +560 414 532 035	info@wougnet.org
Daniel	Aghan	<i>Coordinateur national</i> Media for Environment, Science, Health and Agriculture (MESHA) P.O. Box 1285, 0100 Nairobi, South Gate Centre, South B, Mukoma Road Kenya	+254 728 27 99 66	meshakenya@yahoo.com daghan@handicap-international.or.ke
Albright	Kerry	<i>Manager de recherches en communication</i> Research Uptake Team, DFID Research & Evidence Division, Department for International Development 1 Palace Street, London SW1E 5HE Royaume-Uni	+44 20 7023 0035	K-Albright@dfid.gov.uk
Amédé	Louis	<i>Coordonnateur Général</i> Réseau des Journalistes de l'Afrique de l'Ouest et du Centre pour l'Agriculture (REJAOCA) 01 BP 1807, Abidjan Côte d'Ivoire	+22 520 370 666	louisamede@yahoo.fr
Andriessen	Wim	<i>Partenariat DGIS-</i> <i>Wageningen UR</i> Wageningen UR P.O.Box 88, 6700 AB, Wageningen - Pays-Bas	+31 317 486 810	wim.andriesse@wur.nl
Audigier	Ariane	<i>Consultante</i> <i>développement de</i> <i>projet communication -</i> <i>coordination</i> 6, Rue Rampal, 75109 Paris - France	+33 6 60647756	aaudigier02@yahoo.fr
Masese Azael	Winsley	<i>Journaliste /</i> <i>Correspondant / Ecrivain</i> G The standard group Kisumu - Kenya	+254 734 549 140	wmasese@eastandard.net

Bafana	Busani	<i>Consultant en médias Food, Agriculture and Natural Resources Policy Analysis Network</i> 64961 Tshabalala, Bulawayo Zimbabwe	+263 912 755 553	busani.bafana@gmail.com bafana@netconnect.co.zw
Balaba	Peter	<i>Manager</i> Nakaseke Telecentre Ouganda	+256 782 902 991	balapet2001@yahoo.com
Baluku	Rev. Nason	<i>Président</i> SATNET Board P. O. Box 346, Kasese Ouganda	+256 782 309 778	nasoncanon@yahoo.com
Barber	Ian	<i>Chef de de cellule information et communication</i> Commission Européenne DG DEV/SC 153-39 European Commission, 1049 Brussels - Belgique		
Barro	Albert	<i>Agromachiniste/ Science du sol</i> INERA/SARIA Programme GRNSP BP 10 Koudougou Burkina Faso	+22 50 44 65 10	altbarro@yahoo.fr
Barry	Abdoulaye	<i>Journaliste</i> RTS BP 1765, Triangle Sud Dakar - Sénégal	+221 33 849 12 21	bary_sn@yahoo.fr
Bel	Sarah	<i>Chargée de communication</i> Microassurance Innovation Facility, International Labour Organization 4, route des Morillons, CH-1211 Genève 22 Suisse	+41 22 799 82 97	bel@ilo.org
Bengaly	Oudou	<i>Financier-Informaticien</i> KENETIC4DEV TIC pour le développement dans le Kenedougou BP 215 - Mali	+223 21 622 450	oudoubeny@yahoo.fr
Bertrand	Talot	<i>Chef de Service de Planification et de Mobilisation des Ressources</i> Ministère de l'Intérieur et des Collectivités Territoriales (MICT) 310, Route De Bourdon, Port-Au-Prince - Haïti	+50 937 335 953	talotbertrand@yahoo.fr
Shabani bin Sweni	Modeste	<i>Directeur</i> Radio Sauti ya Mkaaji 53, avenue LAMBA , Kasongo - RDC	+243 81 31 36 043	sautiyamkaaji@yahoo.fr ou modesteshabani@yahoo.fr

Blenman	Rose	<i>Chargée de communication et de projet Senior</i> CARICOM Secretariat P.O. Box 10-1089, Lot 18, Brickdam, Stabroek, Georgetown - Guyana	+592 222 0001/75	rblenman@caricom.org
Boto	Isolina	<i>Chef du bureau</i> <i>CTA de Bruxelles</i> Rue Montoyer 39, Bruxelles - Belgique	+32 2 513 74 36	boto@cta.int
Boulc'h	Stéphane	<i>Responsable publication -</i> <i>Chargé d'études</i> COTA 7 rue de la révolution B - 1000 Bruxelles Belgique	+32 2 250 38 36 +32 2 218 18 96	stephane.boulch@cota.be
Boutin	Jean Fritz	<i>Membre du conseil</i> <i>d'administration du CTA</i> Faire suivre au secrétariat pour le conseil d'administration du CTA Haïti	+5 092 463 202	jfritzb@hotmail.com
Burguet	Jean-Claude	<i>Chef de département</i> Département Administration, Budget et Ressources humaines CTA P.O. Box 380 6700 AJ Wageningen Pays-Bas	+31 317 467 125	burguet@cta.int
Chapota	Rex	<i>Coordinateur de</i> <i>recherche national</i> AFRRI P.O Box 30268 Lilongwe 3. Malawi	+265 09 99 899 489 +265 01 771 823	rex@wuscmw.org
Chesney	Dr Arlington	<i>Directeur Exécutif</i> Caribbean Agricultural Research and Development Institute P.O. bag 212, University campus, St Augustine Trinité-et-Tobago	+1 868 6451205/7 +1 868645-3573	executive@cardi.org
Chevouline	Thilda	<i>Stagiaire</i> Département des services de communication CTA - P.O. Box 380 6700 AJ Wageningen Pays-Bas	+31 317 467 186	chevouline@cta.int
Clarke	Kevin	<i>Ecrivain/Producteur/</i> <i>Présentateur</i> Jamaica Information Service - Radio Department. Jamaica Information Service, 58A Half-Way-Tree Road, Kingston 10 Jamaïque	+18 769 291 269 +1 876 484 9721	kclarke@jis.gov.jm koclarke@gmail.com

Clavel	Daniele	<i>Coordinatrice du projet AIDA</i> CIRAD-BIOS (Bat 1, bureau 34) TA A-08/01, Av Agropolis 34398 Montpellier cédex 5 France	+33 4 67 61 59 70	daniele.clavel@cirad.fr
Coulibaly	Moctar Niantigui	<i>Directeur Exécutif</i> Alliance des Radios Communautaires du Mali Djelibougou Doumanzana Rue 251 Porte 370 BP E 1539 Bamako - Mali	+223 76 23 69 94	radioscommunautairesdu-mali@yahoo.fr
Dardagan	Colleen	<i>Journaliste</i> The Mercury Newspaper P O Box 47549, Greyville 4023, KwaZulu-Natal Afrique du Sud	+27 31 08216	colleen.dardagan@inl.co.za
de Sousa	Professor Raul Bruno	<i>Membre du conseil d'administration du CTA</i> Faire suivre au secretariat pour le conseil d'administration du CTA, Portugal	+351 213 653 427	brunosousa@isa.utl.pt
Del Castello	Riccardo	<i>Chargé de communication</i> FAO, Research and Extension Division Via delle terme, Rome Italie	+39 657 054 051	riccardo.delcastello@fao.org
Determeyer	J. E. J. (Hans)	<i>Manager de programme sur les finances des médias</i> Free Voice Sumatralaan 45, Hilversum - Pays-Bas	+31 356 250 110	hans.determeyer@antenna.nl
Dhewa	Charles	Knowledge Transfer Africa 30 Shortson, Derbyshire Waterfalls, Harare Zimbabwe	+263 4 759695	dhewac@yahoo.co.uk
Diagne	Falilou	<i>Président</i> Union des Groupements Paysans de Meckhe (UGPM) BP 43 Meckhe - Sénégal	+221 33 955.51.13	ugpm@sentoo.sn
Touré Diallo	Haby	<i>Directrice et responsable de programme</i> Radio Communautaire Bèlèkan BP 133A Kati Immeuble Sériba Sidibé Noumorila Mali	+223 21 27 28 84 +223 66 76 42 75	habiba_dl@yahoo.fr
Dieye	Papa Oumar	<i>Chef de communication et information</i> Centre Regional AGRHYMET. CILSS. P.O. Box 11011, Niamey Niger	+22 793 930 626 +227 203 153 016	P.Dieye@agrhytmet.ne admin@agrhytmet.ne
Diop-Boaré	Abibatou	<i>Directrice Adjointe</i> CIRES, Université Abidjan 08 BP 1295, Abidjan Côte d'Ivoire		adiopboare@yahoo.fr

Doudet	Thierry	<i>Chef de département</i> Département Produits d'information et de dissémination CTA - P.O. Box 380 6700 AJ Wageningen Pays-Bas	+31 317 467 127	doudet@cta.int
Droux	Delphine	<i>Projet AIDA</i> Université de Paris 12, CIRAD /INERA 01 square Boileau 78150 Le Chesnay - France	+33 1 67 97 34 20	delphine.droux@laposte.net
Ebeda	Xavier	<i>Consultant</i> Glasshouse 25 rue Dauphine, 75006 Paris - France	+33 6 16960597	
Ehlinger	Aude	<i>Responsable des partenariats (Burkina Faso et Cameroun)</i> SOS Faim Luxembourg 88, rue Victor Hugo, L-4141 Esch/Alzette Luxembourg	+352 49 09 96 24	aude.ehlinger@sosfaim.org
Fadope	Cece	<i>Manager du programme Afrique</i> International Women's Media Foundation 1625 K Street, NW, Suite 1275 Washington , D.C. 20006 Etats-Unis d'Amérique	+1 202 567 2602	cfadope@iwmf.org
Fall	Madior	<i>Responsable de la Communication</i> USAID WULA NAFAA- Senegal BP-45 Tambacounda Sénégal	+221 33 939 80 16	salabigue@hotmail.com
Faye	Ibrahima Lissa	<i>Directeur de Publication</i> www.pressafrik.com Sicap Liberté 6 no. 8117 Dakar BP 30018 - Sénégal	+221 33 867 92 83	ilf@pressafrik.com
Fitzsimons	Dr John	<i>Professeur</i> School of Environmental Design & Rural Development, Ontario Agricultural College University of Guelph 1 Stone Road, Guelph, Ontario, N1G 2W1 Canada	+1 519 824 4120	jfitz@uoguelph.ca
Fonseca	José Filipe	<i>Coordinateur de programme senior</i> Département des services de communication CTA - P.O. Box 380 6700 AJ Wageningen Pays-Bas	+31 317 467 133	fonseca@cta.int

Francis	Judith	<i>Coordinatrice de programme senior</i> Département de Planification et services stratégiques CTA - P.O. Box 380 6700 AJ Wageningen Pays-Bas	+31 317 467 190	francis@cta.int
Francis	Diana	<i>Spécialiste régional</i> IICA Policies and Trade Program 3 Herbert Street Newtown, Port of Spain Trinité-et-Tobago	+1 868 284 4403	diana.Francis@iica.int
Goutier	Hegel	<i>Chef ACP - Communication de la presse</i> Le Courrier 45 rue de Trèves, 1040 Bruxelles - Belgique	+3 222 374 392	hgoutier@acp-eucourier.info
Hackshaw	Karen	<i>Coordinatrice de programme</i> Département Produits d'information et de diffusion CTA - P.O. Box 380 6700 AJ Wageningen Pays-Bas	+31 317 467 157	hackshaw@cta.int
Hailu	Michael	<i>Chef des Services d'Information, de communication et publication</i> CGIAR - Ethiopie		M.Hailu@cgiar.org
Hamidou	Djibo	<i>Projet AIDA</i> Centre Regional AGRHYMET. CILSS. P.O Box 11011, Niamey Niger		hdjibo@agrhyment.ne
Hanschke	Oliver	<i>Public Awareness Networks and knowledge management for rural development</i> Division 45 - Agriculture, fisheries and food Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH PO Box 5180 65726 Eschborn Allemagne	+49 6196 79 3293	Oliver.Hanschke@gtz.de
Hazelman	Stephen	<i>Coordinateur</i> Secrétariat de la communauté du Pacifique Private Mail Bag, Suva Iles Fidji	+6 793 370 733	stephenh@spc.int
Helmer	Thierry	<i>Chef du projet SIST</i> CIRAD/DSI TA 383/05 Avenue Agropolis 34398 Montpellier Cedex 5 France	+33 4 67 61 44 10	thierry.helmer@cirad.fr

Hughes	Melanie	<i>Bénévole</i> PROTEGE QV 7488 avenue de l'épée Montréal, Québec H3N 2E5 - Canada	+1 514 475 3394	melhugs@gmail.com
Jabir	Jabir A.	<i>Assistant de</i> <i>bibliothèque principal</i> Sokoine National Agricultural Library P. O. Box 3217 Morogoro - Tanzanie	+255 773 718 725	jjbjaj@yahoo.com
Jama	Charles	<i>Chargé de communication</i> <i>Common Fund for</i> <i>Commodities</i> Stadhouderskade 55 1072 AB Amsterdam Pays-Bas	+31 20 575 49 56	Charles.Jama@ common-fund.org
Jean	Ignatius	<i>Représentant de IICA</i> Inter-American Institute for Cooperation on Agriculture (IICA) P.O. Box 10-089 Lot 18, Brickdam, Strabroek - Georgetown Guyana	+592 2 268 347 +592 2 268 835	ignatius.jean@iica.int
Jerling	Dion	<i>Coordinateur</i> Connect Africa Services Postnet Suite 96, Private Bag X9, Melville, 2109 Johannesburg Afrique du Sud	+27 82 487 8354 (South Africa) +260 97 686 0113 (Zambia) +27 82 487 8354	dion@connectafrica.net melanie.malema@ connectafrica.net
Johnrose	Johnson	<i>Chargé de communication</i> Caribbean Tourism Organization One Financial Place, Collymore Rock, St. Michael - Barbade	+1 246 427 5242	jjohnrose@caribtourism.com
Kaah	Aaron Yancho	<i>Producteur/ journaliste</i> Radio Oku P.O. Box 214 Bamenda Cameroun	+23 799 280 196	aaronkah@yahoo.co.uk
Kabwato	Chris	<i>Directeur</i> Highway Africa Rhodes University, Grahamstown Afrique du Sud	+27 8 25829534	c.kabwato@ru.ac.za
Kamlon- gera	Chris	<i>Directeur</i> SADC Centre for Communication and Development Malawi		comdev@fanr-sadc.co.zw
Karamagi	Ednah	<i>Directrice Exécutif</i> BROSDI P.O. BOX 26970 Kampala Ouganda	+256 772 506 227 +256 392 963 527	ednahkaramagi@ brosdi.or.ug
Kasasira	Risdel	<i>Editeur</i> Ultimate media consult P.O. Box 36665 Kampala - Ouganda	+25772627676 +256 751 627 676 +256 782 308 901	risdel.kasasira@gmail.com kasasira@ ultimatemediaconsult.com

Kayula	Frank	<i>Directeur de programme régional</i> PANOS Southern Africa PO Box 39163, Lusaka Zambie	+260 211 263 258	frank@panos.org.zm fmkayula@yahoo.co.uk
Kazadi	Carine	<i>Expert junior</i> CTA - P.O. Box 380 6700 AJ Wageningen Pays-Bas	+31 317 467 142	kazadi@cta.int
Kebede	Yodit	<i>Consultante Junior</i> Département de Planification et services stratégiques CTA - P.O. Box 380 6700 AJ Wageningen Pays-Bas	+31 317 467 145	kebede@cta.int
Keita	Mama Adama	<i>Journaliste</i> Radio Nationale BP 4334, Conakry - Guinée	+224 60 28 14 12 / 64 54 31 87	ananconakry@yahoo.fr
Khadar	Ibrahim	<i>Chef de département</i> Département de Planification et services stratégiques CTA - P.O. Box 380 6700 AJ Wageningen Pays-Bas	+31 317 467 159	khadar@cta.int
Kindembe	Kanza Tito	<i>Editeur responsable et rédacteur</i> C retro magazine 39 avenue Houba de Strooper 1020 Bruxelles - Belgique	+32 488 602 782	contact@c-retro-actuel.net
Kingam- kono	Margaret Nana	<i>African Farm Radio Research Initiative</i> P.O.Box 105110 Kiko Avenue, Mikocheni, Plot no. 247/248 Dar es Salaam - Tanzanie	+255 784 695 028 +255 222 701 840	margaret.kingamkono@ afrii.net
Kleinbus- sink	Debbie	<i>Assistante administrative senior</i> CTA - P.O. Box 380 6700 AJ Wageningen Pays-Bas	+31 317 467 150	kleinbussink@cta.int
Koda- Traoré	Aboubacar	<i>Coordinateur de programme</i> Département des services de communication CTA - P.O. Box 380 6700 AJ Wageningen Pays-Bas	+31 317 467 138	koda@cta.int
Kojane	Mogogi	<i>Directeur de l'information agricole et relations publiques</i> Ministère de l'Agriculture P/Bag 003 Gaborone - Botswana	+2 673 689 475	mkojane@gov.bw
Kouao	Sylvain	<i>Chef de projet</i> ANOPACI 01 BP 8089 Abidjan 01 Côte d'Ivoire	+2 550 782 928	skouao@gmail.com

Lahmar	Rabah	<i>Coordinateur du projet KASSA</i> CIRAD, Département Cultures Annuelles, Programme Gestion des Ecosystèmes Cultivés Avenue Agropolis FR-34398 Montpellier Cedex 5 France	+33 4 6761 5641	rabah.lahmar@cirad.fr
Lalanne-Devlin	Laurence	<i>Consultante</i> WRENmedia 99 High Street, Wheatley, Oxford OX33 1XP Royaume-Uni	+44 18 65 87 40 03	laurence@lalanne.fsbusiness.co.uk
Lie	Rico	<i>Assistant professeur</i> Université de Wageningen Department of Communication Science - Communication and Innovation Studies Group P.O. Box 8130, 6700 EW Wageningen - Pays-Bas	+31 317 482 599	Rico.Lie@wur.nl
Mafi	Ruci	<i>Journaliste au Pacific Way</i> Centre de média régional Secrétariat de la communauté du Pacifique 3 Luke Street Nabua, Suva City Iles Fidji		rucim@spc.int
Makgabo	Tumi	<i>Journaliste et Consultante</i> African Broadcasting and Media P.O. Box 307, Bromhof, 2154 Afrique du Sud	+27 82 859 9190	ronniewhit@wol.co.za
Makowa	Gladson Ele-miya	<i>Manager Media et Communications</i> Story Workshop Private Bag 266 Blantyre - Malawi	+265 888 208 130 +265 1 821 335/657	gladson@africa-online.net
Malone	Phil	<i>Directeur</i> Countrywise Communications 103 Main Road, Wilby Northants NN8 2UB Royaume-Uni	+441 933 272 400	media@countrywise.com
Manda	Levi Zeleza	<i>Université du Malawi</i> P/Bag 303 Chichiri Blantyre 3 - Malawi	+2 659 991 156	lmanda@poly.ac.mw
Mandler	Andreas	<i>Consultant</i> 50122 Florence - Italie	+393 346 194 460	andreas.mandler@google-mail.com
Masianini	Bernadette	<i>Chargée d'information agricole</i> SPC/EU Development of Sustainable Agriculture in the Pacific - Iles Fidji	+31 20 5688259	berni@connect.com.fj
Mbozi	Parkie	<i>Directeur exécutif</i> PANOS Southern Africa P.O. Box 39163, Lusaka Zambie	+260 21 1 263258 +260 978 506 945	parkie@panos.org.zm

McKay	Blythe	<i>Coordinatrice Communication de développement</i> Farm Radio International 1404 Scott Street, Ottawa, Ontario - Canada	+16 137 613 652	bmckay@farmradio.org
Mdulamizu	Mavuto	<i>Projet AIDA</i> Université du Malawi Malawi		mavutomdula@yahoo.com
Michaud	Hélène	<i>Productrice Senior Africa</i> BARN - P.O. Box 222, Hilversum - Pays-Bas	+31356724272	Helene.Michaud@rnw.nl
Mikenga	Samuel	<i>Coordinateur de programme</i> Département des services de communication CTA - P.O. Box 380 6700 AJ Wageningen Pays-Bas	+31 317 467 101	mikenga@cta.int
Minder- houd Jones	Marilyn	<i>Consultante</i> Benedendorpseweg 1267, 6862 WH Oosterbeek Pays-Bas	+31263391126 +31 652 053 495	marilynminderhoud@ yahoo.co.uk
Mitchell	Damion	<i>Journaliste</i> Jamaica Gleaner Newspaper 7 North Street, Kingston Jamaïque	+1 876 773 7474	mitchell.damion@ gmail.com damion.mitchell@ gleanerjm.com
Mongula	Benedict	<i>Professeur</i> Institut des études de développement, université de Dar es Salaam P.O. Box 35169 Dar es Salaam - Tanzanie	Fax: +255 22 2410078	mongula@uccmail.co.tz
Morant	Philippe	<i>Conseiller Technique du Directeur Général</i> Centre Régional AGRHYMET BP 11011 Niamey - Niger	+227 20 31 53 16 (poste 265)	morant@cirad.fr
Morolong	Dr Bantu	<i>University of Botswana</i> Private Bag UB 00707 Gaborone - Botswana		morolongbl@mopipi.ub.bw
Mowbray	David	<i>Directeur, Afrique</i> BBC World Service Trust 301 NE Bush House, the Strand, London WC2B 4PH Royaume-Uni	+442 075 572 702	david.mowbray@bbc.co.uk
Murray	Tony	<i>Consultant</i> Rua Design Laan van Nieuw Guinea 55 3531 JC Utrecht - Pays-Bas	+31 30 2443005	tony@ruadesign.org
Narayan	Rita	<i>Productrice radio</i> Centre de média régional Secrétariat de la communauté du Pacifique Private Mail Bag, Suva, Fiji 3 Luke St, Nabua, Suva Iles Fidji	+679 3370 733 ext 358	ritan@spc.int

Ndiaye	Oumy	<i>Chef de département Département des services de communication CTA - P.O. Box 380 6700 AJ Wageningen Pays-Bas</i>	+31 317 467 140	ndiaye@cta.int
N'diaye	Oumar Seck	<i>Président AMARC AFRIQUE et Vice Président pour l'AFRIQUE de Amarc international AMARC-Africa Scat Urbam lot 68 appartement B2 - Dakar Sénégal</i>	+221 77 6779090 +221 77 5531978	oumar_seckndiaye@yahoo.fr
Neun	Dr Hansjörg	<i>Directeur CTA - P.O. Box 380 6700 AJ Wageningen Pays-Bas</i>	+31 317 467 131	neun@cta.int
Hambly Odame	Professeur Helen	<i>Professeur Adjointe School of Environmental Design & Rural Development Capacity Development and Extension, University of Guelph, Room 119 Landscape Architecture, Ontario - Canada</i>	+1 519 824 41 20	hhambly@uoguelph.ca
Odutola	Kole	<i>Instructeur Yoruba, African & Asian languages and literature dept. Université de Floride, Gainesville 2601 NW 23rd Blvd. #173 Gainesville, FL 32605 Etats-Unis d'Amérique</i>	+13 522 732 959	Odutola@scils.rutgers.edu
Ogada	Charles Oduor	<i>Coordinateur de programme Ugunja Community Resource Centre P.O.Box 330 - 40606, Ugunja - Kenya</i>	+225 22 41 65 4 +225 22 41 54 83	charlesogada@ swift-mail.com
Oladele	Professor O.I.	<i>Professeur Education and Extension Botswana College of Agriculture University of Botswana P/Bag 0027 Gaborone. Botswana</i>	+26 774 658 247 +2 673 928 753	oladele20002001@ yahoo.com
Onana	Paul	<i>Stagiaire Département des services de communication CTA - P.O. Box 380 6700 AJ Wageningen Pays-Bas</i>	+31 317 467 185	onana@cta.int

Ong'an'a	Dr Obiero	<i>Directeur</i> Lake Victoria Center for Research and Development (OSIENALA Friends of Lake Victoria) Dunga Beach - Kisumu P.O. Box 4580 - 40103 Kisumu - Kenya	+254 572 023 487	goganda@yahoo.co.ke
Onyango	James	<i>Directeur Exécutif</i> KAIPPG P. O. Box 2448 Kakamega 50100 - Kenya	+254 56 641004	kaippg@africaonline.co.ke
Otiendo	Zipora Awuor	Projet AIDA Université de Nairobi, faculté d' Agriculture, Département de l'économie agricole P.O.BOX 19301-40113 Kisumu - Kenya	+254 721 848 785	ziplindah@yahoo.com
Otindo	Violet	<i>lauréate du prix KBC-CNN</i> K24 television 3rd Floor, Longonot Place, Kijabe Street Nairobi 00100 - Kenya	+254 2124800/1/2	violet.otindo@K24.co.ke
Ouan- graoua	Boukari	<i>Journaliste/ Communicateur pour le développement / Formateur</i> Inades Formation Burkina 01 BP 1022 Avenue Conseil De l'Entente Secteur 9 Ouagadougou Burkina Faso	+226 50 38 28 29	ouaboukari@yahoo.fr
Ouattara	Fatouma Sophie	<i>Journaliste</i> Edition Sidwaya 01BP 507, Ouagadougou 01 Burkina Faso	+2 270 690 870	Sofifa2@yahoo.fr
Ouattara	Souleymane	<i>Journaliste</i> Jade Productions 01 BP 6624 Ouagadougou Burkina Faso		souattara@fasonet.bf
Ouédraogo	Roukiattou	<i>Journaliste</i> Burkina - NTIC 09 BP 1170, Ouagadougou 09 Burkina Faso	+226 76 64 97 42 +226 50 38 82 74	roukiattou@yahoo.fr
Pareti	Samisoni	<i>Rédacteur senior</i> Islands Business International P.O Box 12718, Suva Iles Fidji	+6 799 930 873	paretis@gmail.com
Perkins	Kevin	<i>Directeur Exécutif</i> Farm Radio International 1404 Scott Street, Ottawa, Ontario - Canada	+16 137 613 652	kperkins@farmradio.org

Pompigne-Mognard	Nicolas	<i>Secrétaire général</i> African Press Organization MCM - 1, rue du Grand Chêne - Case 574, 1001 Lausanne - Suisse	+41 22 534 96 97	sg@apo-opa.org
Protz	Maria	<i>Coordinatrice de l'initiative pour le le développement durable pour la communi- cation aux Caraïbes</i> CARIMAC Caribbean Box 291 St Anns Bay Jamaïque	+18 768 785 326	mariaprotz@ cwjamaica.com
Raghubir	Nazima	<i>Journaliste</i> TV/CTA Video, Guyana Press Association, PRIME NEWS INC. 302 church street, Queenstown, Georgetown Guyana	+5 922 317 188 +5 922 371 787	nazimaraghubir@ gmail.com
Rambaldi	Giacomo	<i>Coordinateur de programme senior</i> Département des services de communication CTA - P.O. Box 380 6700 AJ Wageningen Pays-Bas	+31 317 467 174	rambaldi@cta.int
Rampersad	Dr Krishendaye	<i>Consultante media et instruction</i> 20 Bedaissie Street, St. Augustine South, Trinité-et-Tobago	+18 683 909 367 +18 687 525 067	krislit2@gmail.com kriscivica@yahoo.com
Richards	Peter	<i>Journaliste</i> CMC – Caribbean, Radio TV Internet 28 Turquoise Drive, Diamond Vale, Diego Martin Trinité-et-Tobago	+1 868 764 5745	stlucian@tsstt.net.tt
Rodgers	Josephine	<i>Directrice</i> Countrywise Communications 103 Main Road, Wilby, Northants NN8 2UB Royaume-Uni	+441 933 272 400	media@countrywise.com
Rodriguez	Merche	<i>Assistante</i> Département des services de communication CTA - P.O. Box 380 6700 AJ Wageningen Pays-Bas	+31 317 467 163	rodriguez@cta.int
Rowan-Campbell	Dorienne	<i>Consultante / Fermière biologique</i> Networked Intelligence for Development 552 Westminster Ave., Ottawa, ON K2A 2V3 Canada	+12 126 559 525 +1610144	dorienne.rowancampbell@ gmail.com

Ruquet	Robin	<i>Consultant</i> Glasshouse 25 rue Dauphine, 75006 Paris - France	+33 6 16960597	robin@glasshouse.fr
Salm	Mundie	<i>Coordinatrice Farming Matters et éditrice</i> LEISA Magazine à ILEIA P.O. Box 2067, 3800 CB Amersfoort - Pays-Bas	+31 33 467 3878	m.salm@ileia.nl
Sam	Joel	<i>Coordinateur GAINS</i> CSIR/INSTI P O Box M 32, Accra - Ghana	+233 21 76 48 22	egy28@yahoo.co.uk
Sanou	Issouf	<i>Coordonnateur des Programmes</i> Fédération Nationale des Organisations Paysannes (FENOP) 09 BP 977 - Ouagadougou 09 Burkina Faso	+226 76 60 90 52	sissoufou1@yahoo.fr
Sarakikya	Langa	<i>Professeur</i> Institut des études de développement, Université de Dar es Salaam P.O. Box 35169 Dar es Salaam - Tanzanie	Fax: +255 22 2410078	langasarakikya@google- mail.com
Schaap	Mirjam	<i>Websupported Communication and Learning</i> Wageningen UR P.O.Box 88, 6700 AB, Wageningen - Pays-Bas	+31 317 481 408	mirjam.schaap@wur.nl
Singh	Ranbeer	<i>Journaliste</i> Fiji Television Limited PO Box 5511, Lautoka Iles Fidji	+6 796 665 444 +6 799 990 233	rsingh@fjtitv.com.fj ranbeer_singh@ hotmail.com
Singh	Sunil Kumar	<i>Assistant de cours de développement</i> The University of the South Pacific Private Mail Bag Laulala Bay Road Suva - Iles Fidji	+6 799 045 758	singh_su@usp.ac.fj
Sluijs	Jacqueline	<i>Sociologue</i> KIT Postbus 95001 1090 HA Amsterdam Pays-Bas	+31 20 5688259	j.sluijs@kit.nl
Solervicens	Marcelo	<i>Secrétaire général</i> AMARC 705 Bourget, suite 100, H4C 2M6 Montréal (Quebec) - Canada		secgen@si.amarc.org
de Sousa	Raul Bruno	<i>Membre du conseil d'administration du CTA</i> Faire suivre pour le secrétariat du conseil d'administration du CTA Portugal	+351 21365 3427	brunosousa@isa.utl.pt

Songa	Dr Wilson A.	<i>Président du conseil d'administration du CTA</i> Faire suivre au secretariat pour le conseil d'administration du CTA Kenya	+254 202 718 870	wsonga@africaonline.co.ke
Springer	Dr Eugenia	<i>Directrice</i> ES Productions 98 Eastern Main Road, Suite #1, Tunapuna Trinité-et-Tobago	+868 663 6009	dreugenia.springer@gmail.com
Stepman	François	<i>Spécialiste de communications et prise de conscience publique</i> FARA PMB CT 173 Cantonments, Accra Forum for Agricultural Research in Africa, Ghana	+233 21 772823	fstepman@fara-africa.org
Tadegnon	Noel Kokou	<i>Journaliste et correspondant</i> De Reuters S/C Maison de la Presse Tokoin Trésor, Lomé 01 BP 2539 - Togo	+228 905 38 35 +228 225 50 03 +228 225 03 50	tadenoe@yahoo.fr
Talatala	Hon. Blondeau Talatala	<i>Député à l'assemblée Nationale du Cameroun -</i> <i>Coordinateur de l'UNGC-REPADER</i> BP 3410 Yaoundé Cameroun	+237 994 84 48	btalatala@yahoo.com
Tavares	Teresa Fernandes Pereira da Veiga	<i>Projet AIDA</i> Centre Regional AGRHYMET. CILSS. P.O Box 11011, Niamey Niger		tavarest_1@yahoo.com.br
Teyssier	Laurent	<i>Consultant</i> Glasshouse 25 rue Dauphine, 75006 Paris - France	+33 6 16960597	
Thomas	Larry	<i>Coordinateur</i> Centre de média régional Secrétariat de la communauté du Pacifique 3 Luke Street, Nabua, Suva City - Iles Fidji		larryt@spc.int
Thorp	Susanna	<i>Directrice</i> WRENmedia Gulls Green, Fressingfield Eye Suffolk, IP21 5SA Royaume-Uni	+441 379 586 787	s.thorp@wrenmedia.co.uk
Tollens	Professor Eric	<i>Membre du conseil d'administration du CTA</i> Faire suivre au secretariat pour le conseil d'administration du CTA Belgique	+32 16321616/ 1614	eric.tollens@biw.kuleuven.be

Treinen	Sophie	<i>Chargée de gestion des connaissances</i> FAO Knowledge Exchange and Capacity Building Division Viale delle Terme di Caracalla, 00153 Rome, Italy Room A 111 int - Italie	+39 06 5705 4297	Sophie.Treinen@fao.org
Ulakai	Viola	<i>Journaliste</i> Tonga Broadcasting and Television Corporation PO Box 36 Nuku'alofa Kingdom of Tonga	+676 23 555	violavlaka@yahoo.com
Van Mele	Dr Paul	<i>Chef de programme, système d'apprentissage et innovation</i> Africa Rice Center (AfricaRice) 01 BP 2031, Cotonou Bénin	+229 21 35 01 88	p.vanmele@cgjar.org
Van Velden	Annelies	<i>Chef de programme</i> Voices of Africa Media Foundation Jansweg 42-E, 1011 KN Haarlem - Pays-Bas	+31 235 428 366	annelies@voamf.org
Vos	Edwin	<i>Vice président du conseil d'administration du CTA</i> Faire suivre pour le secrétariat du conseil d'administration du CTA Pays-Bas	+33 603 321 808	edwin.a.vos@gmail.com
Vos	Dr Janny	<i>Chef de Business Development Europe</i> CABI Nederland Kastanjelaan 5 , 3833 AN Leusden - Pays-Bas	+31 33 432 1031	j.vos@cabi.org
Vugayabagabo	André	<i>Coordinateur de programme senior</i> Département des services de communication CTA - P.O. Box 380 6700 AJ Wageningen Pays-Bas	+31 317 467 158	vuga@cta.int
Waigwa	Michael	<i>Souscripteur agricole</i> The Co-operative Insurance Company of Kenya Ltd CIC Plaza, Mara Road, Upper Hill, P.O Box 59485-00200, Nairobi - Kenya	+254 202 823 106	michael.waigwa@cic.co.ke
Warnock	Kitty	<i>Conseillère senior</i> Communication for Development PANOS London 9 White Lion Street, London N1 9PD Royaume-Uni	+44 20 7239 7603	kitty.warnock@panos.org.uk

Werner	Sandra	<i>Journaliste</i> Radio Kankan 41 Rue James Ensor, 1070 Anderlecht, Bruxelles Belgique	+32 4 71192333	sandra.werner@vision-s.org
Witteveen	Loes	<i>Professeur</i> Van Hall Larenstein, University Of Applied Sciences P.O. Box 411, 6700 Ak Wageningen - Pays-Bas	+31 317 486 301	loes.witteveen@wur.nl
Yalalae- wa- Bonkele		<i>Journaliste</i> C retro magazine 39 avenue Houba de Strooper 1020 Bruxelles, Belgique	+32 488 602 782	contact@c-retro-actuel.net
Yoda	Françoise Bibiane	<i>Présidente</i> Association Pugwisenga 09 BP : 359 Ouagadougou 09 Burkina Faso	+226 70 10 03 78	frbibiane@gmail.com
Yordy	Christopher	<i>Consultant</i> Community Development Service (Egypt) Faire suivre à 1011 Kenning Place Elmira/ONTARIO/N3B2Z1 Canada	+20 19 50 87 456	chris.yordy@gmail.com
Zangrond	Fenny Adeline	<i>Journaliste</i> Suriname Newspaper Malebatrumstraat 7-9, Paramaribo - Surinam	+597 472 823	fennyvd@yahoo.com
Zulu	Brenda	<i>Journaliste</i> C/O MISA Zambia P.O. Box 32295, PLOT No. A343 Mandevu, Lusaka - Zambie	+260 977 891 431	brendazulu2002@gmail.com

6.3 25^{ÈME} ANNIVERSAIRE

Programme du 25^{ème} anniversaire
Palais des Colonies à Tervuren, Bruxelles
14 Octobre 2009
18h00 – 21h30

PROGRAMME

Cérémonie d'ouverture officielle

Maître de Cérémonie:
S.E. Mme Marcia Yvette Gilbert-Roberts, Ambassadeur de Jamaïque

Discours

Dr Wilson Songa, Président du Conseil d'Administration du CTA
S.E. Dr Mme Brave R. Ndisale, Co-Présidente ACP du Comité des Ambassadeurs ACP-CE,
Ambassadeur du Malawi auprès de l'UE

Intermède musical

M. Ola Sohlström, Deuxième Secrétaire, au nom de S.E. M. C. Danielsson, Co-Président UE du
Comité des Ambassadeurs ACP-CE, Représentant Permanent du Royaume de Suède auprès de l'UE

M. Luis Riera Figueras, Directeur, Commission Européenne DG Développement,
Environnement et Développement Rural

Intermède musical

S.E. Ambassador Olukorede Willoughby, au nom de Dr Ibrahim Assane Mayaki,
Secrétaire Exécutif, NEPAD

Dr Hansjörg Neun, Directeur du CTA

Dîner

Témoignages

Introduction des CTA Media Awards 2009 par Mme Judith Francis, CTA

Remise des Media Awards pour le Journalisme

Remise des Media Awards pour les Projets de communication communautaire

Mots de remerciements par Dr Hansjörg Neun

6.4 LAURÉATS DU PRIX MÉDIA

Prix du meilleur journalisme Prix de la meilleure communication communautaire

Et les gagnants sont...

Après des mois de conception, après le recrutement de consultants et les appels à candidature pour les prix en journalisme et en projets de médias communautaires, les gagnants des prix CTA en journalisme et en initiatives de médias communautaires ont été invités à recevoir leurs prix lors du 25^e anniversaire du CTA. Sur un total de 105 présélectionnés réduits à 14, les six derniers lauréats des prix sont :

Catégorie A : Journalism

Les activités de journalisme publiées ou diffusées sous la forme d'articles ou de programmes via la presse écrite, la radio, la télévision ou les médias en ligne

— 1^{er} prix —

Gladson Makowa (Malawi)

— 2^{ème} prix —

Colleen Dardagan
(Afrique du Sud)

— 3^{ème} prix —

Rambeer Singh (Iles Fidji)

Catégorie B: Initiatives de médias communautaires

Les projets de communication communautaire (tous médias confondus)

— 1^{er} prix —

Aaron Kaah (Cameroun)
Plante un arbre, sauve une abeille

— 2^{ème} prix —

Rev. Nason Baluku (Ouganda)
Banana Wilt Campaign

— 3^{ème} prix —

Modeste Shabani bin Sweni
(République démocratique du Congo) Sauti ya mkaaji

Plus d'informations sur le concours



Rev. Nason Baluku, Aaron Kaah, Modeste Shabani bin Sweni

L'organisation et la gestion de ce concours ont été confiées par le CTA à l'Institut Panos Londres (Royaume-Uni).

Le concours était ouvert à tous les journalistes (professionnels ou non), les groupes de presse ainsi qu'aux responsables de projets de communication communautaire participative des pays ACP. Un jury, composé de représentants de l'Afrique, de l'Europe, des Caraïbes et des îles du Pacifique a été convoqué pour évaluer les candidatures présélectionnées.

Concernant la Catégorie A - Prix du meilleur journalisme - le CTA entendait récompenser toute activité jour-

nalistique ayant eu un impact positif pouvant être avéré au niveau national, local ou communautaire. Autrement dit, "un journalisme" qui contribue à sensibiliser l'opinion publique ou à stimuler le débat, à partager des informations importantes ou à participer au changement social de manière effective. Les sujets traités pouvaient être en rapport avec l'agriculture ou des questions connexes d'ordre environnemental, social, politique ou économique.

S'agissant de la Catégorie B - Prix du meilleur projet de communication communautaire - le CTA entendait distinguer les initiatives qui mettent à profit la communication participative (quel que soit le support utilisé, y compris la communication interpersonnelle) pour contribuer au développement agricole et rural ou, par exemple, renforcer la capacité des communautés à gérer les ressources naturelles.

Prix attribués

Premier prix dans chaque catégorie : 2 500 euros + deux semaines de formation, d'étude ou de recherche (lieu et conditions à convenir entre le CTA et le lauréat).

Deuxième prix dans chaque catégorie : 1 500 euros + deux semaines de formation, d'étude ou de recherche, comme ci-dessus indiqué.

Troisième prix dans chaque catégorie : 500 euros + deux semaines de formation, d'étude ou de recherche, comme ci-dessus indiqué. Tous les trois lauréats de chaque catégorie ont aussi participé au séminaire du CTA à Bruxelles (tous frais payés).



Lauréats du prix journalisme (g-d) : Rambeer Singh, Gladson Makowa et Colleen Dardagan



A l'arrière (g-d) : Rambeer Singh, Rev Nason Baluku, Colleen Dardagan et Aaron Kaah

A l'avant (g-d) : Modeste Shabani bin Sweni, Gladson Makowa

Le prix qui a été spécialement conçu pour le CTA



6.5 PLUS D'INFORMATION SUR LES LAURÉATS

Les Lauréats - Prix journalisme

Gladson Makowa

Je suis né le 10 septembre 1974 à Lilongwe, dans une famille de sept enfants, dont deux garçons et cinq filles, d'un père agent de vulgarisation agricole. Et c'est grâce à lui que j'ai assimilé nombre de techniques et compétences dans le secteur agricole. Mais parce que je n'ai jamais aimé l'agriculture, mon père m'a toujours encouragé à travailler dur à l'école pour ne pas devenir un jour paysan.

Vu les places limitées dans les écoles secondaires publiques, je me suis inscrit au Centre d'enseignement par correspondance du Malawi (MCDE), avant de terminer mon cycle secondaire au Collège Dedza Night. J'ai ensuite été sélectionné pour entrer au Chancellor College (Université du Malawi) - où j'ai pu préparer, de 1995 à 1999, une Licence en Sciences humaines, mention Éducation.

A partir de 1997, j'ai travaillé à mi-temps au "Story Workshop" comme chercheur et auteur de pièces de théâtre radiophonique, tout en poursuivant mes études à l'Université. M'étant spécialisé en Géographie (Études environnementales, Développement rural, Études urbaines) et fort des mes connaissances en agriculture, je suis devenu chercheur en production de programmes agricoles peu de temps après avoir obtenu mon diplôme.

Mme Pamela Brooke, de nationalité américaine et unique propriétaire du "Story Workshop", avait enregistré celui-ci comme Organisation non gouvernementale (ONG) axée sur les médias.



Et c'est avec l'aide de Pamela que j'ai conçu le format du programme *Mwana Alirenji* (autosuffisance alimentaire), avec pour objectif de rendre le métier d'agriculteur plus facilement accessible et davantage attractif.

Colleen Dardagan

Née en 1958, dans une ferme agricole de la région orientale du Cap en Afrique du Sud, j'ai toujours aimé écrire et ce, depuis l'école.

Je me suis mariée jeune et étant mère de deux filles, ce n'est que des années plus tard que j'ai pu réaliser mon rêve de devenir journaliste.

Il y a dix ans, je travaillais comme chroniqueur d'un journal industriel au format tabloïd spécialisé dans le secteur manufacturier, dans la province du KwaZulu-Natal située sur la côte orientale sud-africaine.

En 2004, je suis entrée comme journaliste économique au quotidien "The Mercury", fondé il y a 157 ans et principal journal du KwaZulu-Natal basé dans la ville portuaire de Durban.

Ces 4 quatre dernières années, je me suis particulièrement occupée de la rubrique consacrée aux politiques de réforme agraire de l'ère post-apartheid, ainsi que de leur impact sur la sécurité alimentaire et l'économie de la région.



Ranbeer Singh

Je suis né en 1977 à Lautoka, deuxième ville plus importante des îles Fidji.

Ma mère était femme au foyer et mon père, aujourd'hui décédé, travaillait comme communicateur auprès de l'Autorité de l'aviation civile de Fidji, à l'aéroport international de Nadi.

Les parents de ma mère, tout comme ceux de mon père, sont venus à Fidji dans les années 1930, en provenance du Pendjab (Inde).

Je suis le deuxième d'une famille de cinq, dont deux frères, une sœur et mes parents.

Mon frère aîné est journaliste sportif à "Fiji Times" et ma sœur, professeur de lycée.

J'ai commencé à exercer mon métier comme journaliste sportif cadet au "Fiji's Daily Post" dès ma sortie du lycée, au début de l'année 1996. C'est lors d'un match de rugby à Nadi que le poste m'a été proposé, après ma rencontre avec le rédacteur en chef dudit journal, qui m'a alors demandé si cela m'intéressait de couvrir les événements sportifs pendant les week-ends.

Un poste à temps plein m'a ensuite été offert, l'année suivante, au siège du quotidien à Suva, capitale de Fidji. Affecté à Lautoka au milieu de l'année 1998, j'ai continué à travailler pour cet organe de presse pendant quelques mois encore, avant de me voir proposer un poste similaire par le "Fiji Times" où j'ai travaillé au Service des sports pendant 4 ans.



Mon saut dans le milieu télévisuel est intervenu en mars 2003, lorsque j'ai accepté de collaborer avec la "Fiji Television Limited", à l'antenne régionale de Lautoka où je travaille depuis. Seul journaliste basé dans cette ville et assisté par deux cameramen, j'ai pour mission de couvrir l'actualité et les activités économiques de toute la partie occidentale ("division") de la

principale île fidjienne de Viti Levu, constituée d'une grande agglomération urbaine, de cinq villes et de leurs banlieues, avec une population totale de 250 000 habitants.

Je suis mariée et mes principaux loisirs sont les voyages, les rencontres, les émissions sportives, l'actualité locale et étrangère, les activités en plein air telles que le jardinage et la plage.

Lauréats du Prix du Meilleur média communautaire

"PLANTE UN ARBRE, SAUVE UNE ABEILLE" (AARON KAAH - CAMEROUN)

"Plante un arbre, sauve une abeille" est un programme radiophonique qui encourage non seulement l'implantation de pépinières d'arbres fruitiers et à miel, mais aussi le repiquage, la conservation et la protection de ces arbres. Il s'agit notamment des espèces forestières telles que le calliandra, l'acacia, l'Abyssinicas schefflera, le Croton manni, ainsi que d'autres arbres tropicaux comme le Prunus africana et les arbustes qui fournissent du nectar aux abeilles - un moyen d'accroître la production de miel pour les 150 000 habitants des hauts plateaux de la forêt de Kilum-Ijim, dans la province de Bui, au nord-ouest du Cameroun.

Les programmes hebdomadaires - qui consistent en des pièces de théâtre, des débats, des spots publicitaires, des tables rondes, des interviews sur le terrain, des jeux radiophoniques et des réunions mensuelles avec les groupements paysans - visent à défendre et promouvoir l'élevage d'abeilles (ou apiculture), dans le but d'améliorer la pollinisation des cultures vivrières.

En effet, les abeilles sont connues comme étant des agents pollinisateurs pour de nombreuses cultures vivrières pratiquées dans la région.

En intégrant efficacement l'apiculture dans les différents programmes d'agroforesterie mis en place dans la zone d'Oku, le projet est devenu une source de revenus pour les agriculteurs, en particulier les femmes et les jeunes qui se sont empressés eux-mêmes de se lancer dans la sylviculture, l'élevage d'abeilles, la sculpture sur bois, les techniques de transformation du miel, ainsi que la conservation et la protection de leur environnement. Cet engagement des populations a eu pour conséquence une nette amélioration de la protection des forêts, de la production de miel et des rendements agricoles dans la région d'Oku. Grâce aux recommandations de stratégies durables diffusées par la radio et à l'érection des villages en zones forestières communautaires, les efforts de certains leaders d'opinion, conjugués à l'expertise des agents locaux de vulgarisation forestière et des ONG étrangères, ont permis de maintenir le projet à flot. À ce jour, le projet "Plante un arbre, sauve une abeille" a produit plus de 126 bulletins d'information, avec l'appui technique de la Société coopérative de production de miel d'Oku. Et comme plus de 60% des agriculteurs disposent de postes radio, l'avenir du projet, des populations d'Oku, de leur forêt et de leur environnement s'annonce RADIEUX.

LE RÉSEAU DURABLE DES FORMATEURS DE L'AGRICULTURE (SATNET) ET SA STRATÉGIE DE CAMPAGNE 2008 CONTRE LE FLÉTRISSEMENT BACTÉRIEN DE LA BANANE (FBB) (Rév. Nason Baluku - Ouganda)

Le SATNET est un réseau d'organisations communautaires, d'organisations non gouvernementales (ONG) et d'associations confessionnelles qui vise à promouvoir la sécurité alimentaire des ménages et leur autonomisation économique par la formation des paysans aux méthodes agricoles modernes.

Située à l'ouest de l'Ouganda, la région de Rwenzori est composée de cinq districts : Bundibugyo, Kabarole, Kasese, Kamwengye et Kyenjojo. Elle porte le nom de la montagne de Rwenzori, qui est la deuxième plus haute d'Afrique.

Lutter contre les effets du flétrissement bactérien de la banane était devenu pour les planteurs de la région de



Rwenzori d'une urgente nécessité. Un colloque a donc été organisé en janvier 2008 par le réseau SATNET afin de mettre au point des méthodes de lutte efficaces contre cette maladie.

Ce colloque a réuni des acteurs régionaux, nationaux et locaux avec pour objectif de recueillir auprès des institutions de recherche les informations nécessaires sur le mode de transmission de la maladie et les mesures de prévention à prendre pour empêcher sa propagation future. Ainsi, des groupes de travail ont été mis en place à tous les niveaux de décision, différents supports didactiques élaborés et traduits en plusieurs langues, et des cours de formation organisés par les diverses autorités locales au profit des communautés et des planteurs. L'utilisation de la radio pour communiquer avec les paysans a largement contribué au succès de la lutte contre la dissémination de la maladie du flétrissement de la banane. De même, les réunions communautaires et l'implication active des agriculteurs dans le processus de sensibilisation à la maladie ont beaucoup contribué à l'éradication de celle-ci dans la plupart des plantations de la région.

Située à l'ouest de l'Ouganda, la région de Rwenzori est la terre la plus fertile du pays et abrite l'essentiel des plantations de bananes touchées. L'application des méthodes recommandées par les chercheurs a permis de venir à bout du flétrissement bactérien de la banane et d'améliorer la production. Aujourd'hui, les hommes et les femmes de cette région sont parfaitement sensibilisés à la maladie, et tous les membres de la communauté redoublent d'efforts non seulement pour préserver l'environnement par la conservation des sol, mais aussi pour détecter à temps tout parasite susceptible d'attaquer leurs cultures.

RADIO SAUTI YA MKAJJI (MODESTE SHABANI BIN SWENI - RÉPUBLIQUE DÉMOCRATIQUE DU CONGO - RDC)

Le projet de sensibilisation à l'autopromotion rurale couvre deux territoires du Sud Maniema, à savoir Kasongo et Kabambare. Il a été conçu et mis en oeuvre par Radio SAUTI YA MKAJJI, une station de radio communautaire basée à Kasongo, sur financement de l'Unité "Reconstruction communautaire" du Programme des Nations unies pour le développement (PNUD/COMREC). La région compte une population de 900 000 habitants qui vivent principalement de l'agriculture. A l'instar des autres régions de la RDC, le Sud Maniema a beaucoup souffert de la guerre et de ses multiples conséquences préjudiciables qui ont plongé la population locale dans une extrême pauvreté.

L'objectif global du projet était de sensibiliser davantage les populations du Sud Maniema à l'autopromotion rurale et, notamment, de contribuer à réduire la crise alimentaire en augmentant la production agricole dans la région. Il a misé, pour ce faire, sur la formation d'animateurs de clubs d'écoute ou groupes d'auditeurs de la Radio SAUTI YA MKAJJI à l'autopromotion rurale par la pratique de l'agriculture, l'acquisition des techniques culturales, la création d'activités rurales génératrices de revenus et l'assimilation des techniques de production de microprogrammes.

Un projet de 3 mois a donc été mis en place. Au terme de cette période, c'était au tour de la radio de poursuivre le projet en produisant et en diffusant des programmes conçus à partir des témoignages de réussite recueillis

auprès des différents groupements paysans impliqués ; la lutte contre la crise alimentaire est vite devenue un thème permanent et transversal dans les émissions de la Radio SAUTI YA MKAJJI.

Quatre-vingt animateurs de clubs d'écoute ont ainsi été formés, dont 27 femmes. Dans le cadre des efforts collectifs d'autopromotion, la formation de 225 animateurs (dont 87 femmes) a été prise en charge par les clubs eux-mêmes.

Outre les émissions radiophoniques, les activités de sensibilisation et de vulgarisation consistaient également, pour le réseau de clubs d'écoute, à mieux faire connaître les techniques culturales auprès des populations villageoises par le biais du porte-à-porte.

On compte aujourd'hui entre 1 et 10 (et même davantage) groupements et collectifs de paysans et de pêcheurs dans chaque village qui travaillent dans les champs ou dans les étangs piscicoles, la construction de maisons en briques, l'achat d'équipements ménagers, la scolarisation des orphelins de guerre, contribuant ainsi, de manière efficace, à l'amélioration de leurs conditions de vie. Ce mouvement a également favorisé la création d'une importante association dédiée à l'autopromotion rurale.



6.6 LA ROUTE A ÉTÉ LONGUE MAIS ELLE EN VALAIT LA PEINE !

L'organisation et la gestion du concours ont été confiées, sur appel d'offres, à l'Institut Panos Londres basée au Royaume-Uni. C'est en étroite consultation avec le personnel du CTA et les membres du Comité de pilotage du Séminaire que Panos a élaboré l'annonce, les modalités et les conditions du concours pour les deux catégories suivantes : la Catégorie A, qui concerne le Journalisme et la Catégorie B, les Projets de communication communautaire.

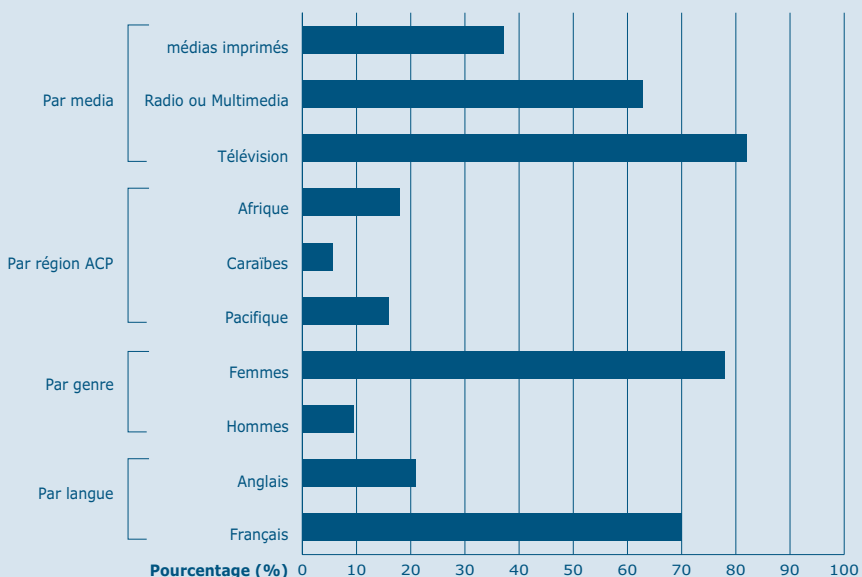
Mise en ligne le 2 août 2009 sur le site Web dédié à l'Initiative Communication, l'annonce du concours a été, dès le 10 août, l'article phare du numéro 54 du magazine électronique Drumbeat lancé dans le cadre de ladite Initiative. De même, elle a été diffusée par e-mail au travers de tous les Instituts Panos (y compris celui de Londres), tant dans les régions ACP qu'auprès des contacts du CTA. Panos a élaboré les critères de sélection pour le jury, les membres du Comité de pilotage du Séminaire étant, pour leur part, chargés de suggérer les noms des possibles candidats.

À la date butoir du 1er septembre, 105 dossiers de candidatures étaient reçus dans la Catégorie A - Journalisme, dont :

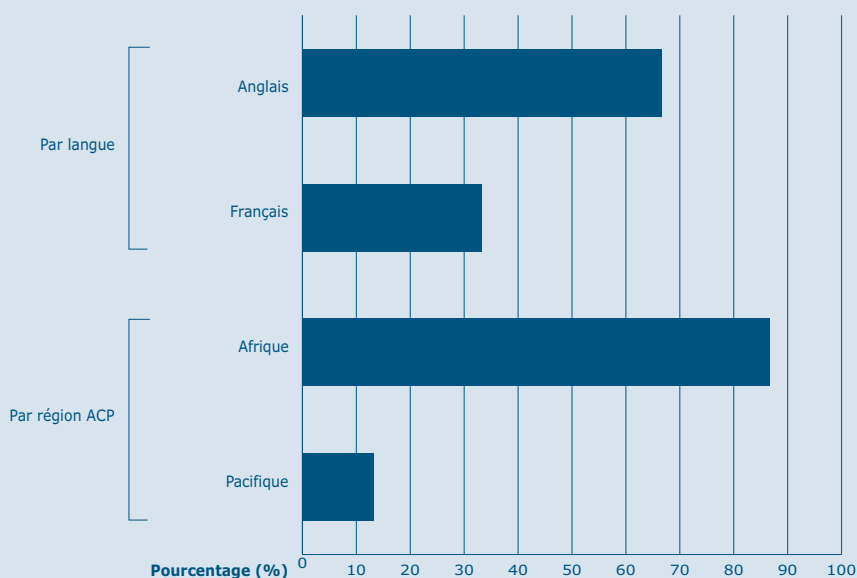
Panos a élaboré les grilles de notation et examiné toutes les candidatures afin d'établir une liste restreinte de huit présélectionnés dans la Catégorie A et cinq dans la Catégorie B. L'ensemble des candidats retenus ont ensuite été invités à participer au Séminaire de Bruxelles.

Les candidatures présélectionnées ont été traduites puis envoyées aux membres du jury principalement par voie électronique, accompagnées des grilles de notation retenues. Au cours d'une conférence téléphonique présidée par le consultant, les cinq membres du jury ont sélectionné, parmi les finalistes, les trois gagnants dans chaque Catégorie, avant de communiquer leurs noms au CTA.

Participation au prix média du meilleur journalisme (Total = 105 participants)



Participation au prix média pour la meilleure communication communautaire (Total = 15 participations)



Les six lauréats ont été invités à participer au Séminaire. Leurs noms n'ont été rendus publics qu'à la remise des prix, lors de la célébration du 25ème anniversaire du CTA, le 14 Octobre 2006.

Le CTA profite de cette occasion pour remercier les coordonnateurs et les membres du jury, et féliciter les lauréats pour leur succès bien mérité.

6.7 ARTICLES DU BLOG PRÉ-SÉMINAIRE

1. Introduction

Les médias contribuent-ils au développement rural?

Marilyn Minderhoud ²

En général, la réponse à cette question est évidemment non, tout simplement, du moins si l'on se fie aux conclusions des interminables rapports et articles pointant du doigt la médiocrité professionnelle et technique des médias dans les pays ACP. Mais ces conclusions passent sous silence la réalité vécue par un certain nombre de journalistes et professionnels des médias qui abandonnent leurs bureaux du centre-ville, pour se lancer dans la production d'émissions et de reportages sur la vie agricole, depuis les bourgades rurales et les stations de radio communautaire. Elles oublient également les efforts déployés au sein de la société civile, des agences internationales et des organismes publics, en vue de renforcer les capacités des médias dans les pays ACP.

Pourtant, on ne peut le nier : dans la presse nationale, les colonnes consacrées aux questions susceptibles d'aider et d'orienter les agriculteurs ne sont en rien comparables aux reportages et articles, sur des pages entières, consacrés aux crimes et faits divers, aux célébrités et à l'actualité gouvernementale. Et ces émissions musicales interminables sur les radios locales ? Eh bien, c'est tout simplement parce que les concepteurs de programmes n'ont rien d'autre à proposer aux auditeurs !

Pannes de courant et délestages fréquents, instabilité et précarité du matériel, cherté des connexions Internet, médiocrité des salaires,

pressions de la part de comités de rédaction et de sponsors commerciaux insensibles...Tels sont, entre autres, les obstacles quotidiens que les professionnels des médias ACP doivent pouvoir surmonter pour contribuer efficacement au développement de leurs pays.

Le CTA a parfaitement conscience de ces contraintes, tout comme des effets désastreux que les conflits, la guerre civile et la dictature politique peuvent avoir sur la capacité des médias à contribuer au développement. Un "lobbying" est indispensable pour défendre le droit des journalistes à formuler des commentaires et critiques sur les questions rurales. La stratégie adoptée par le CTA consiste notamment à appuyer le renforcement des capacités professionnelles et techniques des médias ACP, tout en veillant à ce que les informations essentielles au développement agricole et rural parviennent aux décideurs, formateurs et professionnels du secteur agricole qui influent sur le processus du développement.

L'existence de médias libres et accessibles à tous passe nécessairement par l'instauration d'une législation et d'un cadre réglementaire appropriés, permettant aux différentes parties prenantes de contribuer au débat sur le développement. Une condition nécessaire, certes, mais pas suffisante. Les professionnels des médias ont également besoin d'être formés à des méthodes innovantes de collecte et de diffusion d'informations axées sur le développement, de manière à pouvoir travailler avec les communautés rurales pour produire des idées et des contenus. Les groupes d'écoute, le journalisme citoyen, les reportages vidéo sur l'agriculture, la

radio et la presse communautaires sont, aujourd'hui, parmi les solutions permettant aux communautés rurales d'accéder de plus en plus à l'information et de mieux faire entendre leur voix.

Cette évolution, on la doit souvent, d'abord et avant tout, aux journalistes qui s'intéressent aux questions agricoles et environnementales. Mais on pourrait en faire davantage en donnant à ces journalistes la possibilité de bénéficier de l'expérience d'autres professionnels des médias ayant les mêmes centres d'intérêt. En favorisant le contact et l'échange de vues réguliers par le biais d'associations formelles, de sites Web, de blogs et autres types de réseaux numériques, on permet ainsi aux journalistes et radio/télédiffuseurs soucieux d'analyser et d'évaluer les impacts de la mondialisation, du changement climatique et de l'insécurité alimentaire, d'avoir accès à l'information et de pouvoir la vérifier.

Les opportunités et les défis auxquels font face les réseaux d'information et de communication sur le développement varient d'un pays ACP à l'autre. Certes, des accords internationaux ont récemment été conclus dans le but d'encourager le développement de médias indépendants et pluralistes, en mettant l'accent sur la nécessité de garantir la liberté d'expression. Mais de tels efforts restent peu visibles à l'échelle régionale et nationale. Selon certaines critiques, les investissements faits par le passé dans des projets ponctuels ou à petite échelle par les organismes donateurs ont eu peu d'impact en réalité. En effet, souvent en déphasage avec les besoins locaux, ces projets n'ont pas pu être maintenus lorsque les financements ont pris fin, et les efforts déployés pour en multiplier les volets potentiellement prometteurs ont été entravés par le manque de collaboration entre les différents projets.

Peut-on tirer des enseignements de ces interventions ? Est-il possible aujourd'hui de mieux comprendre comment les nouveaux médias, par exemple, permettent-ils de changer la façon dont les communautés rurales pauvres "consomment" l'information ?

² La première fois que j'ai été confrontée aux problèmes de développement agricole, je travaillais au Département d'histoire de l'Université de Lusaka en Zambie. En effet, la plupart des programmes d'enseignement et de recherche étaient axés sur les questions foncières et les moyens de subsistance en milieu rural, des thèmes récurrents que j'ai eu à aborder tout au long de ma carrière. En particulier, les années que j'ai passées à recueillir les témoignages de petits agriculteurs aux fins de publication, en ma qualité de rédactrice en chef du magazine LEISA et de la revue Biotechnology Monitor, ont achevé de me convaincre que les journalistes spécialisés dans le développement doivent faire face à d'énormes difficultés pour transmettre aux communautés rurales et aux agriculteurs les connaissances dont ils ont besoin pour améliorer leurs moyens de subsistance. J'espère de tout cœur que ce Séminaire du CTA créera la synergie nécessaire entre les médias et les nombreux acteurs impliqués dans le développement rural.

Existe-t-il des exemples d'approches novatrices censées faciliter l'usage de la radio, de la téléphonie mobile et d'Internet ? En quoi les TIC favorisent-elles la collaboration à distance, le travail en réseau et la coopération entre agriculteurs ?

Résumé

Dans la région Pacifique, les obstacles au financement, la formation insuffisante et le manque d'infrastructures favorables aux TIC constituent une sérieuse entrave à l'échange d'informations entre chercheurs, spécialistes des médias et agriculteurs. Dans bon nombre de pays d'Afrique, l'accès limité aux médias et les difficultés auxquelles les journalistes et les radiodiffuseurs se heurtent pour atteindre les populations vivant en milieu rural ont conduit à une faible couverture des réalités locales.

En regroupant les petites exploitations rurales et les communautés de pêcheurs, les médias peuvent stimuler la création et le flux d'informations et mettre en place un environnement propice aux efforts de développement rural. Les TIC ont un rôle stratégique à jouer dans ce processus pour responsabiliser les médias et encourager les communautés rurales à partager leurs propres informations, points de vue et connaissances sur un espace numérique.

L'approche et le point de vue de certains journalistes, radiodiffuseurs et administrateurs de sites ont été contestés par un contributeur des Caraïbes. Une formation est nécessaire pour permettre aux journalistes d'aborder les questions de développement rural de manière holistique et veiller à ce qu'ils reconnaissent l'importance d'un examen global des pratiques agricoles susceptibles d'atténuer l'impact des changements écologiques et du changement climatique.

2. Médias et nouvelles technologies

Ibbo Daddy Abdoulaye ³

"Il ne s'agit point de donner du poisson ou d'apprendre seulement à pêcher; il faut aussi commencer à se poser des questions sur le résultat de la pêche..."

L'information utile, en temps opportun, pour ceux qui en ont le plus besoin - c'est-à-dire les populations d'Afrique, d'Asie, d'Amérique Latine, des Caraïbes, du Pacifique et d'Océanie, majoritairement rurales, pauvres et qui vivent dans des zones reculées, enclavées ou peu couvertes par les canaux traditionnels de communication-a toujours été un casse-tête pour ceux qui sont en charge du développement. Vent, soleil, satellite, cellulaire, ordinateur, radio, télé, pourtant le temps n'a été autant propice qu'en cette ère de foisonnement de technologies et de ressources. Des équipements toujours plus performants, toujours très pratiques et très souvent à moindre coût, et dont le mariage de raison, sur des sujets aussi cruciaux, pour des populations défavorisées, que la sécurité alimentaire et nutritionnelle, la santé humaine et animale, la protection de l'environnement et des ressources naturelles, tout en modifiant considérablement le paysage des médias, engendre des résultats prodigieux. Notamment grâce à l'élaboration des contenus (accès à un réseau mondial d'information, vitesse de transmission des données...) que dans les modes de diffusion (chaînes numériques, diffusion par satellite, radios, télévisions et journaux en ligne, archivage des données...).

Jugez-en : En Inde, c'est l'utilisation de la visioconférence qui permet des paysans qui ne se connaissent pas, vivent à mille lieus les uns des autres mais qui endurent les mêmes affres, de se rencontrer, de confronter leurs

points de vues et d'exposer leurs maux à la communauté des chercheurs autrement incapables de toucher un aussi large éventail de préoccupations. Au-delà de répondre, de vive voix et de visu, de des problèmes pressants des paysans, ce cas est illustratif de toutes les possibilités qu'augurent les nouvelles technologies pour fluidifier la communication et améliorer les interactions entre les experts agricoles généralement basés en ville et les paysans éparpillés aux antipodes. Cette expérience est enrichissante à tous points de vue. Non seulement elle offre une meilleure couverture et un meilleur impact, mais elle permet aussi aux experts de donner des diagnostics et des conseils plus appropriés en examinant de près les spécimens apportés par les paysans.

Au Niger, c'est le judicieux mariage de la radio communautaire et de l'Internet qui permet à des communautés marginalisées de sortir de leur isolement, de télécharger des données entreposées dans un grenier commun sur orbite et alimenté par la communauté du développement, de réaliser des programmes (sensibilisation et prévention contre le SIDA notamment), ou encore de faire de la formation à distance (alphabétisation, agriculture...).

En Indonésie et dans les zones de Tsunami, c'est un simple portable qui permet de recevoir ou d'envoyer, en tous lieux, tous temps et dans toutes les conditions, des messages d'alerte ou de risques ou toute autre information utile ou pratique.

Ailleurs, c'est la lecture de la carte fourragère ou des ressources qui permettent à des populations d'aller droit au but ou de savoir interpréter les événements à venir sur la base d'une combinaison de connaissances empiriques, d'outils scientifiques et de faits...

Ces exemples ne sont bien sûr qu'illustratif. Sur toutes les latitudes, des

³ *Professionnel accompli et fort de ses 18 ans de carrière dans le journalisme et la communication, Ibbo Daddy Abdoulaye jouit d'une vaste expérience en communication stratégique pour le développement. Directeur d'une agence de communication, qui produit le magazine Les Échos du Sahel, il est à la tête d'une petite équipe qui s'est fixé pour objectifs d'améliorer la visibilité des communautés rurales sahéliennes, de mieux comprendre et faire connaître leurs besoins, leurs difficultés et l'importance prioritaire du développement agricole et rural. Journaliste d'investigation récompensé d'un prix, Ibbo Daddy Abdoulaye manifeste un intérêt particulier pour les histoires complexes ou l'actualité délaissée par les médias grand public. Les problèmes de développement dans les pays du Sahel restent son domaine de prédilection, soucieux qu'il est de fournir les informations essentielles à l'existence même des populations et susceptibles d'influer sur leur vie quotidienne.*

initiatives intéressantes ou innovantes sont en cours pour porter l'information toujours plus vite, toujours plus loin et toujours moins chère pour ceux qui en ont grandement besoin.

Incredible. Si tant est-il que cette débauche de moyens ouvre la voie à un élargissement des médias et une meilleure circulation des informations et des idées et, de ce fait, servant de catalyseur pour un développement économique et social, pourquoi la mayonnaise tarde-t-elle tant à prendre ? Pourquoi ce qui est vrai dans le sous continent indien peine-t-il à se répliquer en Afrique subsaharienne ? Pourquoi la pauvreté, loin de reculer, ne fait que s'amplifier davantage ?

Si les uns sont prompts à dénoncer l'inaccessibilité ou même le manque d'information sur ces technologies éprouvées, gardons-nous toutefois de jeter le bébé avec l'eau du bain. Mauvais artisan se plaint toujours de son outil. Combien sont-ils, en effet, les utilisateurs finaux à savoir manier et prendre soin des outils souvent gracieusement mis à leur disposition ? Que dire de la pertinence des contenus qui, très souvent, ne sont pas élaborés pour un usage prêt-à-porter ? Cela ne dédouane pas pour autant l'Etat, les bailleurs de fonds ou les ONG qui très souvent implantent les technologies sans études préalables, ni renforcement des capacités des populations bénéficiaires. Et tournent les talons, sans un mot sur la maintenance ou la fourniture des pièces de rechange. En matière de technologie comme de développement, cette antique sagesse court toujours : "Il ne s'agit point de donner du poisson ou même d'apprendre seulement à pêcher; mais il faut aussi commencer à se poser des questions sur quoi faire avec le résultat de la pêche."

Résumé

Cherchant à évaluer l'intérêt d'introduire des technologies de communication coûteuses dans des zones largement dominées par de petites communautés paysannes, une contributrice travaillant pour une grande ONG kenyane a soulevé une question sérieuse. L'utilisation de telles technologies dans des zones classées comme non prioritaires risque, selon elle, d'alourdir les dépenses et le poids des responsabilités, ce qui en réalité conduirait à une paralysie progressive des activités essentielles par manque de moyens financiers suffisants et de main d'œuvre disponible. Dans quelle mesure cette expérience peut-elle être étendue à d'autres régions ACP et existe-t-il des exemples positifs d'utilisation durable et efficace des TIC qui puissent apporter son soutien jusqu'à la plus pauvre maison rurale ?

3. L'impact du Média

Capter l'imagination : des programmes agricoles qui changent la vie

Michael Waigwa ⁴

Dans les années 90, au cours de ma scolarité à l'école primaire et au collège, la radio nationale diffusait un programme appelé "Tembea na Majira", qui signifie en gros "Vivre avec les saisons". Tembea na Majira était une pièce de théâtre interactif jouée en swahili par des personnages terre-à-terre et extrêmement drôles, relatant les histoires et les événements de la vie quotidienne d'un village moyen du Kenya. Plusieurs thèmes y étaient abordés, dont la plupart portaient sur les meilleures pratiques agricoles pour accroître la production alimentaire ; la lutte contre le paludisme et le VIH/SIDA ; les pratiques culturelles rétrogrades telles que la part d'héritage revenant à l'épouse et les mutilations génitales des femmes. C'était un programme que je ne pouvais me permettre de rater, en particulier à cause de l'accent mis sur l'agriculture comme étant une activité rentable que les familles rurales pourraient mettre à profit pour sortir de la pauvreté.

Le programme finit par susciter mon intérêt pour l'agriculture et souvent, nous mettions en pratique les conseils entendus, dans le cadre de notre exploitation familiale (par exemple, l'utilisation de variétés de maïs adaptées aux sols et climat de notre région, l'espacement des cultures, etc.). C'est cet intérêt qui m'a conduit à étudier l'agriculture du collège jusqu'à l'université.

Avec le temps, le programme fut supprimé car étant un produit public, seul le gouvernement prenait en charge son financement. L'effondrement des programmes publics de vulgarisation agricole dans les années 90 finit par saper notre capacité à mettre sur le marché des produits compétitifs, les

⁴ Michael Waigwa est né à Laikipia, village situé dans une des zones les plus arides du Kenya, et a grandi dans une famille pour qui la vie est un combat au quotidien. Voyant les moyens de subsistance décliner peu à peu, avec l'assèchement des cours d'eau, l'irrégularité des saisons et l'incertitude accrue du temps, il s'est vite rendu compte que ces changements climatiques et environnementaux avaient des répercussions plus profondes encore sur la vie de son village. Déterminé à comprendre et à atténuer ces effets dévastateurs, Michael décide alors d'étudier l'agriculture à l'Université de Nairobi. C'est là qu'à titre de président de l'Association des étudiants en agronomie, il mettra en place un programme de sensibilisation et de vulgarisation pour permettre aux étudiants de partager leurs connaissances avec les agriculteurs. Il participera également à plusieurs forums nationaux et internationaux visant à susciter l'intérêt des jeunes pour l'agriculture. Aujourd'hui, il travaille comme assureur agricole pour la Co-operative Insurance Company of Kenya Ltd.

agriculteurs ne bénéficiant d'aucune nouvelle compétence pour compenser l'appui de l'État.

Utiliser les médias pour diffuser l'information agricole permet de supprimer les coûts administratifs élevés inhérents aux programmes conventionnels de vulgarisation. Pour la majorité des paysans, la radio reste le moyen de communication le plus accessible, car plus abordable et ne nécessitant pas l'installation électrique qu'exige, par exemple, un poste de télévision. De plus, la radio est portable et aujourd'hui accessible sur le téléphone mobile.

Le gouvernement kenyan, via la radio nationale KBC, a lancé des programmes radiophoniques d'éducation en langues vernaculaires à l'intention des agriculteurs. Ces programmes visent l'accroissement de la production de denrées vivrières - principalement le maïs - indispensable pour atteindre la sécurité alimentaire. Dans les différentes régions, les agriculteurs sont ainsi conseillés sur quand, comment et quelles variétés de culture semer. Par cet effort, le gouvernement tente de prévenir les crises récurrentes engendrées par les pénuries d'eau et de nourriture.

Fort heureusement, avec la prolifération des stations de radio FM en langues locales observée ces dernières années, la radio est aujourd'hui à la portée de nombreux paysans et ce, à tous les niveaux, même pour les populations rurales analphabètes. Ces stations proposent des programmes très efficaces qui s'adressent directement aux agriculteurs. Les émissions sont très populaires et enregistrent de plus en plus d'auditeurs, à l'instar de "Mugambo wa Murimi", qui veut dire en gros la "Voix du paysan". Ce programme matinal réunit des spécialistes de l'agriculture qui sont interrogés en direct par les auditeurs dans le cadre de conversations téléphoniques. Coïncé dans les embouteillages sur le trajet qui me mène à mon travail, je ne manque jamais de suivre l'émission au volant de ma voiture.

Les experts sont invités à répondre aux demandes d'informations des auditeurs qui appellent à la station. Ils sont essentiellement issus de grandes entreprises agroalimentaires qui, en contrepartie, "sponsorisent" ou financent ces programmes. Toutefois, ce type de parrainage étant motivé par le désir de stimuler les ventes de l'entreprise, il ne peut favoriser le

partage d'une plus grande quantité d'informations agricoles dont a besoin la majorité des populations rurales.

Dans l'ensemble, les médias ne sont pas encore bien impliqués dans la défense de l'entreprise agricole. Pourtant, ils pourraient contribuer efficacement à l'amélioration de la sécurité alimentaire et des revenus en milieu rural. Le parrainage par les entreprises est nécessaire pour multiplier les programmes de qualité à la radio et à la télévision. Le gouvernement ne peut pas, à lui seul, prendre en charge tous les segments du marché et nous avons urgemment besoin d'un partenariat public-privé.

Résumé

Quel est le rôle des médias dans la vulgarisation ? Cette question a été soulevée par un contributeur du Nigeria ayant souligné que les bas salaires et le manque de formation pesaient lourdement sur l'efficacité et la qualité des services de vulgarisation agricole dans son pays. Il serait intéressant de demander à d'autres agents de vulgarisation agricole dans les pays ACP comment ils conçoivent le rôle des médias dans l'appui aux activités de développement agricole et rural.

D'autre part, un contributeur du Niger a confirmé l'impact positif que peuvent avoir des programmes de radio agricole bien établis et ciblés pour encourager les jeunes à s'investir et à œuvrer dans les divers secteurs d'activités de l'agriculture. Son expérience est semblable à celle de Michael Waigwa et préconise à l'ensemble des acteurs impliqués dans le développement agricole d'avoir systématiquement recours aux médias pour toucher les jeunes auditeurs et téléspectateurs.

4. Les intérêts politiques et commerciaux

La lutte pour la professionnalisation des médias au Kenya, un enjeu pour le développement rural

Aghan Daniel ⁵

Avec la médiocrité des salaires pratiqués dans le milieu des médias, il n'est guère étonnant que les journalistes, tout comme les rédacteurs en chef et les directeurs d'organes de presse, soient vulnérables à la corruption et aux pots-de-vin. D'où les reportages souvent biaisés, réalisés au profit de (potentiels) sponsors, parrains, annonceurs et investisseurs, manifestement plus intéressés par l'économie urbaine que par le développement rural, au moment où dans nos campagnes, le crime et la politique continuent de faire la "une" des journaux !

Dans un grand quotidien kenyan, un grand reportage (article vedette) est rémunéré 1 500 Ksh (14 €) la page. Certains journalistes gagnent à peine 6 000 Ksh (56 €) par mois, sans couverture maladie ni pension retraite. Pire encore, les organes de presse qui "paient bien" appliquent des normes d'évaluation du prix de chaque article et il n'est pas rare qu'un sujet d'actualité soit rémunéré 300 Ksh (3 €). D'où la difficulté pour les journalistes d'être impartiaux, justes et "équilibrés" dans leurs reportages ou articles et de refuser les 2 000 Ksh (19 €) offerts par les hommes politiques voulant bénéficier d'un traitement médiatique favorable. Ces journalistes sont peu incités à traiter des problèmes de pauvreté en milieu rural. Après tout, les paysans pauvres n'ont pratiquement rien d'autre à leur "offrir".

Les médias sont sous le contrôle des chefs d'entreprises, hommes d'affaires

⁵ Aghan Daniel, coordinateur, Media for Environment, Science, Health and Agriculture (MESHA), KENYA. Journaliste et collaborateur d'un important média local et international spécialisé dans l'agriculture, la santé, l'environnement et le développement, Aghan jouit d'une riche et vaste expérience. Ses contributions sur les questions d'agriculture et de développement paraissent régulièrement dans les journaux de la Tanzanie voisine et du Kenya.

C'est en qualité de correspondant qu'il a commencé à publier des articles scientifiques, il y a 12 ans déjà, dans la presse locale kenyane. Sa carrière se poursuivra à l'hebdomadaire régional The East African, une publication de Nation Media Group, et au quotidien The Daily Nation. Avant d'aider à la création au Kenya de l'association de journalistes scientifiques, Media for Environment Science Health and Agriculture (MESHA), Aghan occupera pendant 5 ans le poste de responsable de l'information au sein de l'ONG régionale Biotechnology Trust Africa. Il coordonne depuis 3 ans les activités de l'association MESHA, où il s'est spécialisé dans la rédaction et l'édition des pages Web dédiées à l'agriculture. Il assure également des cours de formation au journalisme agricole.

et industriels basés dans les villes et bien que la plupart de leurs profits dépendent du travail des populations pauvres, ce sont les affaires qui paient et non le développement rural. Les divers organes de presse et la publicité dans les médias sont devenus un facteur essentiel de prospérité pour l'élite urbaine.

Peut-on s'attendre à voir les journalistes préserver leur éthique et leur déontologie si celles-ci sont royalement ignorées dans les salles de rédaction ? Nombreux sont les organes de presse qui ne se préoccupent plus d'informer et d'éduquer leur public. Au contraire, ils sont devenus des vaches à lait dont le principal objectif est de générer du profit pour leurs propriétaires. Les journalistes qui travaillent dans ces conditions ont de plus en plus de difficultés à garder leur objectivité et, sachant que leurs salaires sont assurés par les commanditaires d'articles/d'émissions et les annonceurs des zones urbaines, ils ne s'attardent pas sur les problèmes dus à l'appauvrissement du milieu rural, à moins de recevoir des pots-de-vin pour ce faire.

Avec la prolifération des organes de presse, le contrôle inefficace des instances officielles de régulation, le manque d'intérêt à faire carrière dans le journalisme, conjugués à la cupidité, à l'appât du gain et au matérialisme, il est difficile pour les journalistes de préserver les normes déontologiques et éthiques dans l'exercice de leur profession. Ils sont d'ailleurs nombreux à être à la solde des entreprises, gouvernements et autres groupes d'intérêt politique soucieux de voir la presse relayer leurs idées et de mettre les médias à leur service.

Il n'est donc pas étonnant de voir aujourd'hui des journalistes se compromettre pour monnayer leurs talents contre des espèces sonnantes et trébuchantes. Certains d'entre eux ignorent tout simplement les règles minimales de conduite et de leur métier, et ont une compréhension insuffisante des problèmes de développement rural. Mieux rémunérer les journalistes les rendrait certes moins exposés aux risques de corruption, mais cela n'aiderait pas forcément à améliorer la couverture des questions rurales par les médias. En effet, ceux-ci sont davantage attirés par le profit et la rentabilité, et se préoccupent plus des intérêts d'un public essentiellement

urbain. Dès lors, il est peu probable que le fait de multiplier les articles et reportages sur le développement rural permette d'accroître le nombre de lecteurs, d'auditeurs ou de téléspectateurs. Comment remédier à une telle situation ? D'abord, nous devons regarder de plus près le profil, la formation et les compétences de ceux qui se disent journalistes. Au Kenya, nous plaisantons souvent, avec un certain cynisme, sur le fait que peu de journalistes des centres urbains pensent au rôle crucial du journalisme rural parce qu'ils n'ont aucune expérience de la vie rurale et qu'ils ont été formés exclusivement dans des instituts et organes de presse implantés dans les villes.

Ensuite, il faut mettre en place des programmes de sensibilisation des journalistes au développement rural et aux méthodes efficaces de reportage concernant les questions agricoles. Mais pour en garantir le succès, les journalistes doivent pouvoir publier et diffuser leurs histoires. C'est pourquoi il est essentiel que les médias spécialisés soient présents en milieu rural pour pouvoir traiter des questions d'agriculture et de développement. Cela faciliterait la collecte en temps opportun et le "conditionnement" approprié d'une information pertinente. Diffusée de manière efficiente, cette information permettrait de renforcer les réseaux d'échange de données et d'associer plus étroitement les communautés rurales au processus d'identification des besoins et problèmes locaux. Comme ce développement a peu de chance d'être financé par les entreprises commerciales, un appui financier sera donc nécessaire de la part des organismes de développement et d'autres institutions publiques.

Résumé

Dans son article, Aghan Daniel lance un débat sur la professionnalisation plus poussées des médias au Kenya, son pays d'origine. Selon lui, les bas salaires et les conditions de travail précaires sapent la motivation et l'enthousiasme de nombreux journalistes et radiodiffuseurs, et les empêchent également d'accéder à tous les faits concernant le développement du monde rural. Tous ces facteurs rendent également reporters et propriétaires de médias vulnérables aux pots-de-vin et autres subventions opaques.

Les contributeurs du blog ont largement soutenu cette analyse. Selon eux, de nombreux journalistes ne parviennent pas à traiter efficacement les questions liées à l'agriculture - notamment celles qui affectent directement les petites exploitations paysannes - étant donné les conditions de travail extrêmement pénibles auxquelles ils sont confrontés.

Dans la région Pacifique, toutefois, il semblerait que les journalistes soient moins vulnérables aux pots-de-vin. Mais le problème des bas salaires reste plus que jamais d'actualité et continue de miner la qualité de l'information orientée vers le développement. Huub Ruijgrok a suggéré une voie possible pour sortir de cette impasse. Selon lui, les instituts de recherche devraient prévoir dans leur budget annuel un crédit spécial représentant leur part contributive aux dépenses de communication et de collaboration avec les médias. De cette façon, un lien existerait entre les travaux de recherche et les résultats qui présentent un intérêt particulier pour les ménages ruraux, les journalistes et les agriculteurs eux-mêmes.

Quelles sont les options existantes permettant de mobiliser les fonds disponibles pour faciliter l'accès à l'information agricole - notamment des sujets d'articles portant sur les besoins d'information de l'agriculteur "paysan" au niveau local ? Vos idées sont les bienvenues.

5. Trouver l'information

Obtenir du gouvernement des informations sur les questions rurales, c'est comme essayer de percer des secrets d'État !!!

Ruci Mafi⁶

Lorsque j'ai commencé à rédiger cet article, je me suis simplement demandé combien de mes confrères des médias grand public seraient suffisamment intéressés par le sujet pour répondre aux deux questions posées, à savoir :

"Quelle expérience avez-vous, en tant que journaliste ou radio/télédiffuseur, de la collecte d'informations sur le terrain et auprès des sources officielles et scientifiques dans le Pacifique ? Quelles ressources mettez-vous d'ordinaire à profit pour obtenir des informations sur l'agriculture et le développement ?"

J'ai contacté deux réseaux de journalistes, ainsi que des reporters indépendants, afin de recueillir leurs points de vue sur les difficultés qu'ils pouvaient rencontrer pour sourcer leurs informations sur l'agriculture. Au bout d'une semaine, je n'avais reçu que 5 réponses, mais comme la date limite de remise de l'article s'approchait, il me fallait commencer à l'écrire.

J'ai été surprise par les propos d'un journaliste chevronné, qui a passé plus de 35 ans dans les médias du Pacifique. Selon lui, "les journalistes sont paresseux. Ils n'ont pas les capacités nécessaires pour cultiver, instaurer et entretenir la CONFIANCE. Ils sont pratiquement tous tributaires des communiqués de presse émanant du gouvernement, du secteur privé et de particuliers". Mais ces accusations ont été catégoriquement démenties par un autre journaliste tout aussi chevronné. "Permettez-moi de ne pas être de votre avis, et si un jour je deviens aussi cynique que vous, tuez-moi ! Je trouve vos propos insultants", s'est-il indigné.

journaliste a beaucoup de difficultés à rassembler toutes les informations nécessaires pour un reportage équilibré, juste et exact sur l'agriculture et le développement rural.

Pour Netani Rika, rédacteur en chef du plus grand journal du Pacifique Sud, obtenir des informations de sources officielles et scientifiques pose un réel problème. "La plupart ne veulent pas donner d'informations et il est extrêmement difficile d'en avoir auprès du gouvernement", précise-t-il. Les scientifiques communiquent et diffusent l'information plus librement. "Le problème avec eux, c'est le jargon et les termes techniques utilisés", regrette Rika. "Les scientifiques refusent souvent de simplifier l'information, et cela pose problème au journaliste qui a des délais de livraison mais qui doit clarifier, interpréter et expliquer à ses lecteurs une information scientifique ou technique", ajoute-t-il.

Samisoni Pareti, formateur au métier des médias dans le Pacifique et correspondant étranger, partage l'avis de Rika. "Les services en charge de l'agriculture veulent que je suive leurs canaux officiels de communication, mais cela revient à un jeu d'esquive et finit généralement en queue de poisson", se désole-t-il. À l'instar de Pareti, les journalistes de nombreux pays insulaires du Pacifique ont le sentiment qu'obtenir des ministères de l'Agriculture des informations sur le développement agricole et rural est presque aussi difficile qu'accéder à des secrets d'État !

"J'ai voulu recueillir les commentaires du responsable des opérations de dragage au ministère de l'Agriculture, à propos d'une ville qui risque de disparaître dans 20 ans à cause de la montée du niveau de la mer", explique Pareti. "J'ai appelé à son bureau pour me faire entendre dire que je devais interroger le service de l'information du ministère. Je l'ai fait par fax, comme on me l'a demandé.

Trois jours plus tard, ils m'ont répondu pour me dire que le responsable ne pouvait pas me parler. Résultat : une perte de temps et de ressources ! Quant aux scientifiques, il leur arrive d'être pédants. Ils demandent généralement à lire mon article avant publication, mais je refuse à chaque fois. Moi, je ne demande jamais à voir leurs rapports scientifiques avant publication, alors pourquoi devraient-ils voir le mien ?"

Une meilleure couverture par les médias des questions de développement rural passe nécessairement par une compréhension mutuelle, une confiance et un respect réciproques des parties concernées. Une coopération efficace ne sera possible que lorsque disparaîtra le climat de méfiance qui pèse sur les journalistes et les médias. Les médias doivent pouvoir facilement accéder à l'information, tout comme leurs sources doivent avoir confiance dans les résultats escomptés. L'agriculture joue un rôle moteur dans l'économie du Pacifique et les populations rurales ont besoin d'avoir facilement accès à une information pertinente et appropriée, dans un anglais simple ou, mieux encore, en langues locales.

82 Étant moi-même journaliste de formation, je me dois d'accorder à mes confrères le bénéfice du doute. Peut-être que les journalistes sont-ils trop occupés à la diffusion quotidienne des nouvelles pour se soucier de l'agriculture et du développement rural ? Une chose est sûre cependant : le

⁶ Ruci Mafi est née à Lautoka City, dans la République de Fidji. Deuxième d'une famille de six enfants, elle ne savait pas quelle profession exercer jusqu'au jour où elle atterrit dans un Quotidien de la place comme reporter junior. Après avoir travaillé pendant plus de dix ans comme journaliste couvrant les sujets politiques et autres rubriques, elle rejoint finalement le Secrétariat de la communauté Pacifique (CPS). Aujourd'hui formatrice en médias et journaliste à la télévision, elle fait tout son possible pour aider ses confrères et jeunes collègues journalistes à tirer le maximum de leur potentiel et à apporter les changements nécessaires. Elle fait partie d'une équipe qui produit une émission hebdomadaire de type "magazine", diffusée dans 19 îles et territoires du Pacifique. Elle adore écrire et s'intéresse beaucoup à l'environnement.

Résumé

Les réactions à l'article de Ruci Mafi, émanant des régions Afrique et Pacifique, ont confirmé la plupart des idées avancées par l'auteur. Un journaliste agricole tanzanien a montré des exemples pratiques montrant que lorsqu'il cherchait à obtenir des informations auprès de certains fonctionnaires, il s'était heurté à des réticences, traduisant à la fois la crainte de ces derniers - "demandez à mes supérieurs" - et à un refus inexplicable de répondre à des questions directes même lorsque celles-ci (notamment dans une situation terrible) concernaient la santé des communautés agricoles locales.

Jason Brown (du Pacifique) a démenti fermement l'allégation selon laquelle les problématiques agricoles étaient ignorées sous prétexte que les journalistes sont trop paresseux pour les aborder. Il a montré comment la privatisation et la corporatisation rapides des médias ont affecté directement et négativement les flux et le contenu des informations. Soulignant le fait que les médias sont de plus en plus dominés par des intérêts qui veillent à ce que les messages entrant dans le domaine public soient contrôlés et expurgés, il a examiné les conséquences pour les journalistes qui entretiennent des relations directes avec les communautés locales et ne disposent pas des ressources nécessaires pour lutter contre cette tendance. N'ayant pas reçu de réactions de nos collègues des Caraïbes, nous attendons avec impatience vos commentaires.

6. Formation

La formation est essentielle pour faire figurer les questions agricoles dans les médias

*Johnson Johnrose*⁷

Je suis né et j'ai grandi sur une petite île des Caraïbes, où la couleur de l'or était verte et où les "chercheurs d'or" portaient des bottes en caoutchouc, armés de fourches, de pioches, de houes et de machettes.

Sur cette petite île appelée Dominique, régnait alors la banane et, par extension l'agriculture ; il n'y avait ni prince, ni princesse attendant de porter à leur tour la couronne. Et les débats sur la vulgarisation n'avaient rien à voir avec la stratégie actuelle de mise en valeur du pouvoir mâle : ils avaient lieu sur le terrain et dans les plantations, avec des agents de vulgarisation prêts à aider les paysans à renforcer leurs compétences, développer leur savoir-faire et améliorer leur rendement. C'était l'agriculture et pratiquement rien d'autre !

Mais les milliers de fermiers qui vivaient de l'agriculture (l'or vert) ont tout fait pour empêcher leurs enfants de devenir des "chercheurs d'or". Leur souhait était de voir leurs enfants devenir médecins, avocats et exercer d'autres métiers de prestige. L'agriculture, c'était pour les gens non éduqués et sans ambition. Puis, ce qui devait arriver... arriva, et la production agricole se mit à décliner. Dans le même temps, plusieurs autres pays des Caraïbes se mirent à "chercher de l'or" ailleurs, en particulier dans le tourisme.

Je ne peux m'empêcher de penser, avec le recul, que les médias aussi avaient laissé tomber le secteur. Je me souviens vaguement d'une émission radiophonique appelée "Green Gold" (l'or vert), où les personnages utilisaient l'humour pour discuter des problèmes que rencontrait l'industrie de la banane, mais de rien d'autre. Les défis étaient, bien sûr, nombreux et énormes. Dans la plupart des pays caribéens, la radio était sous le contrôle du gouvernement en place et peu d'États disposaient alors de leur propre chaîne de télévision. Pour tout le monde, il n'y avait que la station radio, laquelle devait satisfaire les désirs de chacun ; ce qui laissait peu de place et de temps pour se concentrer sur les questions clés.

Et la prolifération des médias - en particulier les stations de radio FM - constatée ces dernières années n'a été à l'origine d'aucun regain d'intérêt pour des sujets moins "sexy" comme l'agriculture. Elle a, au contraire, rendu difficile la mise en commun des talents, déjà rares dans la profession. Et pour aggraver le problème, les patrons de groupes de presse, qui entendent investir de moins en moins en moins dans l'embauche de journalistes de qualité, recrutent dans la rue des gens qui ne comprennent même pas le "ba. ba" du métier, tout comme ils rechignent à investir dans des programmes "dédiés au développement".

Aujourd'hui, le professionnel des médias semble perdu et cherche à comprendre son véritable rôle. Qui plus est, le taux de rotation des effectifs dans les médias reste élevé, en raison des bas salaires pratiqués dans ce secteur. Ce qui est triste, c'est que peu de gens embrassent

⁷ Formé à la BBC, je suis à la fois journaliste, radiodiffuseur et formateur en médias. Je suis également diplômé en gestion des médias auprès de l'Université des arts audiovisuels de Caracas (Venezuela) et titulaire d'un certificat de journalisme d'affaires délivré par Reuters. J'exerce la profession de journaliste depuis plus de 25 ans et je jouis d'une solide expérience comme reporter dans les Caraïbes, sur des sujets divers et variés allant de l'économie à la politique, en passant par le tourisme et le secteur des services financiers, entre autres. J'ai couvert d'importants événements tels que les rencontres des chefs d'État et de gouvernement du Commonwealth, le Sommet des Amériques, les réunions de l'OAE et de la CARICOM.

J'ai été récompensé de plusieurs prix et distinctions pour mes articles et émissions, publiés et diffusés à l'intérieur et en dehors de la région ; de même, j'ai régulièrement contribué aux programmes de la BBC London Live (anciennement Greater London Radio). J'ai débuté ma carrière comme reporter à la Dominique et dans les années qui suivirent, j'ai travaillé comme journaliste et directeur des programmes de la radio d'État DBS Radio. J'ai également collaboré avec la Caribbean News Agency (CANA) où j'ai servi comme producteur et présentateur de l'émission vedette, *The Caribbean Today*, avant de devenir journaliste radio et télévision à la Caribbean Media Corporation (CMC). Je suis actuellement responsable de la communication à la Caribbean Tourism Organization (CTO) mais je continue à travailler comme journaliste indépendant.

ce métier avec l'intention de devenir de vrais professionnels et d'y faire carrière. En effet, nombreux sont ceux qui l'utilisent comme tremplin pour trouver du travail dans les Relations publiques, une activité où les rémunérations sont nettement plus alléchantes et les avantages financiers plus substantiels. En outre, les patrons de presse offrent à ceux qui restent dans le métier peu d'opportunités ou d'espace de formation. D'ailleurs, je ne suis pas sûr qu'ils comprennent vraiment que le journalisme est une profession, et ceux qui l'exercent devraient d'abord se considérer eux-mêmes comme des professionnels. Or, il ne peut y avoir de professionnels sans formation adéquate, ni code d'éthique et de conduite.

Voilà, en substance, les difficultés auxquelles font face les médias et qui, logiquement, ont un impact négatif sur leur capacité à influencer, façonner et orienter le débat sur le développement agricole et rural.

Mais tout n'est pas perdu. En tant que citoyens des Caraïbes, nos professionnels des médias ont une passion pour leur région et veulent contribuer activement à son développement. Ils se veulent des journalistes responsables et progressistes. Mon organisation, la Caribbean Tourism Organization (CTO), en a pleinement conscience. Nous savons que les problèmes que rencontre l'agriculture en ce qui concerne son traitement par les médias sont les mêmes que ceux dont souffre le tourisme. C'est pourquoi nous avons commencé à proposer des programmes de formation aux jeunes journalistes professionnels. Car c'est par la formation, la sensibilisation et la mobilisation que nous pourrions influencer sur les médias, y compris les patrons de groupes de presse, et les encourager à jouer un plus grand rôle dans le développement agricole et rural.

Si j'en crois l'expérience que j'ai vécue auprès de journalistes et diffuseurs caribéens, il est évident qu'ils ont besoin de formation aux pratiques de base des médias et du journalisme. Toutefois, pour renforcer leur contribution au développement agricole et rural, ils ont aussi besoin de comprendre la complexité des systèmes alimentaires mondiaux et comment simplifier et communiquer efficacement au public l'information sur les enjeux de l'agriculture. Il leur manque également la capacité de rechercher la documentation nécessaire sur l'agriculture et de discuter des questions agricoles de manière pertinente, tout comme la capacité d'écrire dans un langage

clair, simple, concis et structuré. À cet égard, la mise en place de programmes de formation au journalisme et à la communication agricoles, y compris à l'utilisation d'Internet, et en particulier des blogs comme celui-ci, pourrait, sans aucun doute, faire la différence de manière décisive.

Résumé

Dans son article, Johnson Johnrose met l'accent sur les nombreux facteurs qui contribuent à reléguer les questions agricoles au second plan dans les médias caribéens. Parmi ces facteurs, citons notamment la situation critique de l'agriculture et le nombre restreint de journalistes formés et expérimentés.

Les réponses émanant des communautés agricoles du sud de la Tanzanie (interviewées par Felix Mwakyembe) montrent peut-être comment cette tendance peut s'inverser. A la question "Qu'attendent exactement les agriculteurs de la part des médias ?", les personnes interrogées ont affirmé comprendre leurs préoccupations et que les problématiques étaient souvent systématiquement ignorées par les journalistes au profit des déclarations et les activités des hommes politiques et des représentants du gouvernement. Elles ont également montré, à l'aide d'exemples précis, comment certains journalistes sont parvenus à redresser la situation en permettant de faire coïncider l'action nationale avec un certain nombre de préoccupations sérieuses à l'échelon local. Les agriculteurs ont ainsi été en mesure de fournir des informations précises aux journalistes et les médias ont été de plus en plus perçus comme une source d'information éducative.

7. Financement des médias

Une plus étroite coopération est-elle la solution aux problèmes financiers des organes de presse ACP ?

Hans Determeyer⁸

L'insécurité financière est une des caractéristiques majeures du secteur des médias dans les économies émergentes et, en particulier, en milieu rural. En effet, de nombreuses organisations de médias dépendent des bailleurs de fonds ou du parrainage commercial pour assurer leur fonctionnement. L'expérience montre que le manque de coordination des projets et le financement à court terme - souvent dictés par des raisons externes et non par les besoins locaux - ont un impact négatif sur la santé et la pérennité des organes de presse. Des subventions publiques permettraient certes de mettre en place des initiatives au profit des médias mais elles risquent également, une fois arrivées à échéance, de créer une dépendance et une insécurité financière pour ces médias. De même, les entreprises commerciales pourraient aider à la création d'organes de presse en prenant en charge l'investissement nécessaire en termes d'équipement et de matériel, ainsi qu'une partie des frais de fonctionnement, mais ces soutiens financiers sont, hélas, souvent assortis de conditions spécifiques.

Pour permettre aux journalistes et radio/télédiffuseurs d'assurer une couverture complète et critique des questions de développement agricole et rural, il faut leur garantir une liberté totale de programmation. Mais cette indépendance se heurte au problème de financement ci-dessus évoqué et, en particulier, dans les communautés à faible revenu. Surmonter un tel

⁸ En août 2008, Hans Determeyer s'est vu proposer la direction du Programme de financement des médias pour le compte de Free Voice, une organisation d'aide aux médias basée aux Pays-Bas. Ce programme a pour but de faciliter l'accès au financement des (réseaux d') organes de presse dans les économies émergentes et les jeunes démocraties à travers le monde. En qualité de directeur puis de consultant, il a passé plus de 10 ans en Afrique à promouvoir l'engagement civique en faveur de la bonne gouvernance et de la transparence des processus politiques. Il a vécu et travaillé au Ghana, où il a pu créer avec ses collaborateurs un fonds innovant multibailleurs pour financer des groupes de réflexion (thinktanks) et des réseaux d'organisations de plaidoyer. Avec l'aide d'une équipe de spécialistes camerounais, il a mis en place un mécanisme de financement et de renforcement des capacités pour les communautés vivant dans la forêt tropicale dense. Hans a également travaillé au Tchad, à un moment où l'exploitation attendue des réserves du pays suscitait ça et là des tensions. Il y a dirigé un programme multisectoriel, axé notamment sur la gestion des conflits et des droits de l'Homme. De même, il a collaboré avec Médecins sans frontières et Amnesty International.

obstacle sans pour autant perdre le contrôle sur le contenu des programmes nécessite de la part des médias un esprit d'entreprise bien ancré et des compétences appréciables en matière de gestion. Or le problème, c'est que les journalistes qui créent une station radio/télévision ou un journal ne sont pas toujours animés par cet esprit d'entreprise.

On constate que les petites et moyennes entreprises de médias sont confrontées à des défis d'ordre professionnel tels que le développement de leurs activités, la gestion financière, le marketing et la commercialisation de leurs produits. Elles doivent également relever des défis d'ordre institutionnel : engagement actif dans le travail en réseau, échanges de programmes, collaboration avec des projets sur les nouvelles TIC, initiatives communes en matière de marketing, etc. De plus, lorsqu'un organe de presse fait appel à l'investissement commercial pour couvrir ses coûts, son contrôle sur les programmes et le contenu des émissions va dépendre non seulement de sa capacité de négociation avec l'investisseur en question, mais aussi de son degré de popularité auprès de ses lecteurs ou auditeurs/télé spectateurs. Après tout, l'investissement commercial dans un média a plus de chance d'être rentable si celui-ci est bien ancré dans la communauté locale ciblée : un pari potentiellement gagnant-gagnant, tout compte fait.

Comment aider les organes de presse à relever ces défis et, ainsi, améliorer leurs performances ? Certainement pas par des subventions uniquement, car elles ne font que les maintenir un peu plus longtemps dans la même situation de survie et de précarité. Dans d'autres secteurs pourtant, il existe un moyen efficace d'encourager une PME à se développer et prospérer : c'est l'accès au crédit - via les établissements bancaires ou les institutions de microfinance - aux fins d'investissement. Toutefois, n'oublions pas que pour établir une relation fructueuse avec sa banque, l'entrepreneur client doit absolument disposer d'un bon "business plan" et faire preuve d'une solide gestion financière. De plus, la pression des intérêts à payer sur l'emprunt contracté contribue à stimuler la vigilance et l'inventivité de l'entrepreneur. Cette formule serait-elle applicable au secteur des médias ?

C'est un fait historique et de notoriété publique que les banques et les groupes de presse n'entretiennent pas les meilleures relations. En effet, les médias ont des difficultés à présenter les garanties exigées par les banques et autres investisseurs. De manière générale, la perception des organes de presse par le public est qu'ils ne sont pas particulièrement bien organisés, en plus d'être vulnérables politiquement. Enfin et surtout, les taux d'intérêt prohibitifs généralement pratiqués par les banques dans les économies émergentes (souvent supérieurs à 30%) ne sont pas de nature à favoriser un mariage heureux et durable entre les deux entités.

C'est précisément ce cercle vicieux que veut briser l'organisation Free Voice, basée aux Pays-Bas. Elle propose, pour ce faire, une combinaison de garanties aux investisseurs (ceux qui sont plus intéressés par un fort impact auprès du public que par une substantielle rentabilité), ainsi qu'une étroite collaboration en réseau avec le secteur financier et les services publics de développement d'entreprises, pour le compte d'organes de presse ciblés (réseaux des petites et moyennes entreprises de médias des pays émergents). Ainsi, grâce au Fonds Media Development Loan Fund et à d'autres partenaires, l'accès au crédit est aujourd'hui une réalité dans la région SADC (Communauté de développement d'Afrique australe), en Indonésie et au Pérou. Des initiatives similaires sont en cours de lancement en Afrique de l'Ouest et en Amérique du Sud.

C'est un marché considérable et en pleine expansion, notamment grâce aux réseaux mobiles. Son potentiel est plus que prometteur, également pour le secteur agricole. Le défi à relever sera donc d'instaurer un dialogue fructueux entre les institutions financières et les organes de presse, pour qu'ils explorent ensemble les possibilités de simplifier les coûts de gestion des crédits. Ce ne sera pas chose facile, étant donné que les petites entreprises de médias sont souvent géographiquement dispersées. Une des solutions envisageables serait une plus étroite collaboration en réseau entre les organes de presse impliqués dans ce type de négociations financières.

Résumé

Les contributeurs ont confirmé que la viabilité financière était un problème au sein du paysage médiatique et pour permettre des initiatives. Même en période de relative stabilité financière, le souci du financement de la prochaine étape d'un projet se pose. Si les fonds octroyés par les donateurs sont importants, il semble toutefois qu'une approche pragmatique soit plus sécurisante à long terme. Comme le montre l'expérience de certaines stations de radio communautaire, si tant est que l'information ait été jugée pertinente par l'audience rurale ciblée et qu'elle contribue à améliorer leurs conditions de vie, les gens sont prêts à payer pour soutenir et participer aux activités de leur station de radio locale.

8. La législation et les contraintes politiques

Les mauvaises lois portent atteinte au développement des médias

Parkie Mbozi ⁹

Dans tout système démocratique, la liberté de la presse est un principe essentiel à respecter, si l'on veut que les populations urbaines et rurales contribuent au développement en connaissance de cause. Les médias, relais et porte-voix des populations, en particulier les communautés défavorisées et marginalisées, jouent un rôle fondamental dans la démocratisation et le développement de nos sociétés.

Pour garantir la liberté des médias, il faut d'abord et avant tout un environnement juridique et réglementaire favorable. En effet, les médias ont besoin d'un cadre législatif propice pour mener à bien leur mission, tout comme les semences ont besoin d'une terre fertile pour pouvoir germer. Autant un environnement législatif favorable est à même de garantir l'essor des médias, autant les mauvaises lois constituent une entrave à l'ensemble du processus de développement des organes de presse, de la création (immatriculation/enregistrement) à la diversification, en passant par l'élaboration et la diffusion des programmes. Malheureusement, peu de pays ACP jouissent d'un environnement juridique et réglementaire favorable à la création et au développement des médias.

Les problèmes commencent avec les formalités d'enregistrement ou de déclaration préalable à la création d'un organe de presse. C'est, dans beaucoup de pays, un processus long, fastidieux et bureaucratique, impliquant l'intervention de nombreuses et différentes autorités administratives et gouvernementales. De par notre expérience en Afrique australe, ce processus peut durer jusqu'à 24 mois. D'ailleurs, il arrive que de nombreux projets de création de stations radiophoniques soient abandonnés à mi-chemin, ou même que leurs instigateurs se voient finalement refuser l'enregistrement par les autorités compétentes. Mais ces difficultés ne sont pas propres à la radio, le média le plus populaire d'Afrique ; elles frappent également la presse écrite.

En effet, outre la longueur excessive du processus d'enregistrement, la législation en vigueur dans de nombreux pays ACP permet au gouvernement de décider seul des organes de presse qui doivent bénéficier d'une licence ou d'une autorisation de publication. Pire, dans certains pays, la législation régissant les médias donne au gouvernement le droit de radier les médias ou journalistes "égérés", et exige que tous les journalistes soient accrédités auprès d'une Commission des médias et de l'information, nommée par ce même gouvernement ! Au Zimbabwe, par exemple, l'application de cette loi a valu un retrait de licence au quotidien Daily News, le journal privé le plus dynamique que le pays ait jamais eu et considéré par beaucoup comme la véritable voix du peuple. En Zambie, certaines stations de radio communautaire sont menacées d'une révocation de licence pour avoir diffusé, dans le cadre de leurs programmes, des réactions téléphoniques d'auditeurs qualifiés d'incitation à la rébellion des populations contre le gouvernement. En Angola, aucune nouvelle station de radio n'a été autorisée à émettre depuis près de dix ans.

Même si on constate quelques évolutions positives sur le front des médias dans certains pays ACP où, notamment, la diversité des organes de presse s'est renforcée grâce à la prolifération des stations de radios communautaires et commerciales, il n'en reste pas moins qu'il y a encore du pain sur la planche.

Vous vous demandez peut-être pourquoi nous nous préoccupons des lois et cadres réglementaires qui régissent les médias, alors qu'il est question ici du rôle des médias dans le développement agricole et rural ? Eh bien, nous devons nous en préoccuper parce que la pluralité des médias garantit à nos concitoyens des zones rurales – qui concentrent l'essentiel de notre activité agricole – l'accès à des sources d'infor-

mations à la fois plus diverses et plus pertinentes. Car jusqu'à récemment encore, la plupart des groupes de médias et organes de presse avaient tendance à se concentrer dans les zones urbaines. Les signaux radio et télévision, tout comme les journaux et autres supports de communication, étaient à peine accessibles aux populations vivant en milieu rural et, si par chance, ces populations y avaient accès, leur contenu s'adressait essentiellement aux urbains. Si on y trouvait des reportages et articles au "contenu rural", ils étaient essentiellement réalisés par une élite urbaine de professionnels et "d'experts" des médias, et destinés à être "consommés" passivement par un public rural "sans voix au chapitre". D'où un manque de communication inévitable, qui pourrait expliquer pourquoi l'agriculture familiale ou à petite échelle reste sous-développée dans de nombreux pays ACP et ce, malgré des années d'investissements massifs.

C'est pourquoi nous devons travailler à renforcer cet intérêt grandissant pour les médias communautaires. Pour ce faire, il nous faut identifier et combattre les mauvaises lois et réglementations, à travers nos nombreuses associations professionnelles. Nous devons inciter nos gouvernants à introduire les réformes nécessaires et nous assurer que des lois favorables aux médias soient inscrites dans nos constitutions. Les populations locales – à savoir les "sans voix" – doivent être au cœur de tous nos combats : elles doivent en être "la fin" et nous, journalistes, simplement "les moyens". C'est de cette façon que nous gagnerons de plus en plus les cœurs, et ferons de notre combat pour la liberté de la presse celui du peuple tout entier.

⁹ *Expert en médias et communication pour le développement, Parkie Mbozi a travaillé dans ce secteur à de nombreux postes, dans des organisations nationales, régionales et internationales opérant en Afrique australe. Parmi elles figurent la Participatory Ecological Land-Use Management (PELUM) Association for East and Southern Africa, le Centre mondial d'agroforesterie (ICRAF), la Communauté de développement d'Afrique australe (SADC), la Direction de l'alimentation, de l'agriculture et des ressources naturelles, l'Université de Zambie, département Communication de masse, le ministère de l'Agriculture, et d'autres institutions. Titulaire d'une licence et d'une maîtrise en communication de masse, il s'est spécialisé dans la communication au service du développement. Parkie est actuellement directeur exécutif de l'Institut Panos Afrique australe (PSAf) basé à Lusaka, au bureau régional pour l'Afrique australe.*

Résumé

La liberté des médias est une composante essentielle de la démocratie et du développement. Elle permet également de s'assurer que les ménages ruraux reçoivent les informations dont ils ont réellement besoin pour jouer un rôle actif et responsable dans le développement de leurs communautés. Les contributeurs d'autres régions d'Afrique ont insisté sur le fait que la presse devait rester vigilante et réagir fermement lorsque les forces politiques tentent d'embrigader et d'aliéner sa liberté, sous quelque forme que ce soit. Ils ont en outre souligné la nécessité de proposer une législation en faveur des médias pour diversifier et élargir le paysage médiatique pour offrir à ces communautés rurales - souvent négligées- l'opportunité de s'exprimer.

9. Technologies et médias

Les nouvelles technologies médiatiques ne peuvent résorber à elles seules la fracture numérique entre zones urbaines et rurales.

*Kevin Waldie*¹⁰

Il y a quelques mois, je tenais une réunion avec le directeur d'une ONG bien établie en Afrique australe lorsque son téléphone portable s'est mis à sonner. Cela n'avait rien d'inhabituel : le directeur se déplaçait toujours avec ses deux portables et la dernière fois que j'ai pu le vérifier, il détenait des cartes SIM utilisables dans au moins 10 pays africains. Je m'étais habitué au fait que nos entretiens étaient invariablement ponctués d'interruptions, qui nécessitaient fréquemment qu'il sorte de son bureau pour tenter de trouver un meilleur signal réseau. Cette fois-ci, le directeur, une fois sa communication téléphonique terminée, me présente ses excuses habituelles, en me précisant que c'était sa mère, aujourd'hui âgée de 80 ans passés, qui l'appelait de son village natal, situé à quelques centaines de kilomètres d'ici. Elle lui téléphonait pour lui demander de lui ramener un sac d'engrais la prochaine fois qu'il viendrait lui rendre visite. "Elle aime rester active", m'explique alors le directeur, "...et s'enquérir de mes nouvelles", ajoute-t-il en souriant.

Je me rappelle encore très bien de la première fois que j'ai vu un téléphone portable. C'était au milieu des années 90, lorsque je vivais et travaillais en zone rurale en Afrique de l'Ouest. À l'époque, les portables étaient tellement grands qu'ils s'adaptaient parfaitement aux énormes véhicules 4x4 dans lesquels se promenaient les riches propriétaires. "Ce sont juste des jouets pour riches", me disais-je, "ces téléphones n'auront jamais de succès". Eh bien j'avais tort !

Avec la propagation rapide des technologies numériques et des nouveaux médias, le monde apparaît aujourd'hui comme très différent et peut-être

même plus démocratique. En effet, la diffusion de l'information dans les coins les plus reculés de la planète a été, pendant des années, l'apanage de la BBC, de La voix de l'Amérique et autre Radio Moscou. Aujourd'hui, ces mastodontes de l'information partagent les ondes avec les stations de radios FM qui diffusent des nouvelles locales, pour les communautés locales et dans les langues locales. Les ordinateurs sont depuis longtemps sortis des bureaux des entrepreneurs, et les cafés Internet ou "cybercafés" permettent à de plus en plus de personnes d'avoir accès à des informations aussi diverses que variées. Et que dire des centaines de milliers de vendeurs d'unités pour téléphones portables et de cartes téléphoniques que l'on trouve à chaque coin de rue, dans les grandes agglomérations urbaines et les villes de par le monde ! N'est-ce pas là un signe que nous vivons désormais dans un monde en conversation profonde et continue avec lui-même ?

Dans les précédents débats et discussions autour du rôle des TIC dans le processus de développement, on avait la ferme conviction que la "fracture numérique" devait être au cœur de la coopération Nord-Sud. On préconisait alors le transfert de technologie comme la solution évidente au "problème". Dans une large mesure, cette vision simpliste de la fracture numérique persiste de nos jours. Mais c'est bien d'une fracture "urbaine-rurale" qu'il s'agit aujourd'hui.

Malgré nos discours et engagements en faveur d'un développement participatif, l'idée que "nous sommes meilleur juge" semble néanmoins persister dans les programmes axés sur le développement et les besoins en informations des agriculteurs. Et cela se reflète dans les prétextes avancés pour justifier l'inefficacité des services fournis. En effet, même si ces prétextes mettent en avant l'analphabétisme et le faible niveau d'éducation, ils n'en rejettent pas moins la responsabilité du transfert insuffisant d'informations sur la com-

¹⁰ Kevin Waldie a étudié l'anthropologie sociale et passé son doctorat en Sierra Leone (1983-85), avant de rejoindre le Département britannique pour le développement international (UK Department for International Development) en qualité de conseiller au développement social. Il a travaillé pendant une dizaine d'années au Kenya, au Népal et au Ghana sur un ensemble de projets de développement rural. Enseignant à l'Université de Reading de 1997 à 2008, il s'est établi à son compte comme consultant indépendant (site Web personnel www.waldie.info).

munauté rurale. En dépit de l'indéniable capacité des TIC à insuffler un changement radical, la persistance de cette approche "top-down" du développement risque bien de nuire à la pertinence et à l'efficacité de la politique de promotion des TIC en milieu rural.

Il nous faut faire preuve d'une extrême prudence dans les efforts que nous déployons pour combler la fracture numérique et éviter les approches de ce type, toujours axées sur l'expertise et l'offre de services, qui se sont révélées inefficaces par le passé. Par exemple, les inquiétudes des gouvernements concernant le recul de la contribution du secteur agricole au PIB sont probablement réelles et légitimes, mais cela ne signifie pas que l'intérêt pour un agriculteur d'avoir un téléphone portable, c'est d'abord de pouvoir accéder aux derniers cours du marché. De même, on promeut les télécentres ruraux sous prétexte qu'il faut introduire les nouvelles technologies en milieu rural pour améliorer la productivité et permettre aux paysans de se positionner sur de nouveaux marchés. Mais dans la réalité, ces résultats sont rarement atteints. Les faits montrent, en effet, que de manière générale, la plupart des gens voient d'abord dans les TIC les avantages sociaux, et non économiques, que ces nouvelles technologies pourraient leur offrir. Les initiatives qui sont les plus susceptibles de réussir sont donc celles qui prennent en compte les besoins et les intérêts sociaux des gens dans leur ensemble et qui reconnaissent l'importance des TIC pour les populations rurales

Heureusement, de nouveaux médias, plus sensibles aux besoins des ruraux, sont en train de remettre en cause l'exclusion numérique. À titre d'exemple, les journalistes citoyens et les radios communautaires qui, aujourd'hui, permettent aux populations rurales de "faire entendre leur voix", ont fini par attirer l'attention sur l'importance fondamentale de l'autonomisation de ces populations dans le processus de développement.

Résumé

Les approches descendantes actuelles du développement communautaire ne traduisent pas véritablement la réalité de terrain, notamment en ce qui concerne l'introduction des nouvelles technologies. Les décideurs doivent prendre en compte les réalités pratiques quotidiennes des ménages ruraux. Pour cela, ils ont besoin de l'entendre des communautés elles-mêmes. L'utilisation des TIC dans un but bien précis, telle que suggérée par un contributeur, permettrait de soutenir les médias et de promouvoir l'échange d'informations mais l'expérience a montré que les technologies ne peuvent contribuer à elles seules à façonner et à refaçonnier le développement. Des exemples ont été fournis par des stations de radio communautaire et des clubs d'auditeurs où l'intervention des médias avait aidé les communautés à articuler leurs préoccupations dans l'attente d'une réponse favorable de la part du gouvernement. Il a été suggéré que de telles expériences permettraient à d'autres communautés de mieux comprendre l'influence des médias sur les politiques agricoles et de développement dans la région.

10. Stratégies de renforcement de la participation des médias

Former les journalistes au métier d'agrijournalistes : vers la restauration de la culture dans le secteur agricole

Kris Rampersad ¹¹

À Trinité-et-Tobago, contrairement à de nombreux autres États des Caraïbes et du monde en développement, agriculture et développement sont deux termes intrinsèquement contradictoires. Profondément marqués par l'histoire de l'esclavage, du travail forcé et du servage qu'a connue la région, les enfants sont élevés loin de l'agriculture, avec des ambitions nourries pour des métiers dans l'industrie ou le secteur des services aussi éloignés que possible du travail de la terre, et l'intime conviction que l'agriculture n'offre que peu de chances de réussite professionnelle.

Cette idée que l'agriculture reste une activité périphérique se traduit aussi dans les politiques et pratiques des personnes adultes. En effet, à Trinité-et-Tobago, le secteur des ressources énergétiques regorge d'opportunités alternatives à l'agriculture et les politiques gouvernementales mises en place s'efforcent d'encourager systématiquement le secteur privé à investir de plus en plus dans l'exploitation des réserves de pétrole et de gaz. Dans le même temps, on reproche au secteur privé de ne pas investir dans l'agriculture, alors que rien n'est pratiquement fait pour l'y inciter. Le soutien au monde paysan et à l'agriculture est considéré, de fait, comme un investissement non viable et non rentable économiquement. On

¹¹ Je suis née dans une famille d'agriculteurs... mais j'ai grandi avec l'idée d'exercer un tout autre métier. Comme la plupart des gens autour de moi, je me préparais à devenir autre chose, tout, sauf agricultrice. En travaillant dans un comité de rédaction d'un journal plus préoccupé par son tirage, ses ventes, ses délais et sa marge commerciale que par son rôle de garant et de "vigie" de la démocratie, j'ai pensé quand même des opportunités offerts par l'agriculture. J'ai travaillé avec des organisations internationales de développement telles que la Fondation du Commonwealth, Le Réseau interaméricain pour la démocratie de l'Organisation des États américains, l'ONG CIVICUS – notamment l'Alliance mondiale pour la participation citoyenne – l'Institut interaméricain de coopération pour l'agriculture (IICA) et l'Institut caribéen de recherche et de développement (CARDI), dans le but d'améliorer la communication entre ces différents acteurs. C'est ainsi que j'ai coordonné la Table ronde sur l'agriculture pour le compte de l'IICA/CARDI/CTA/CARICOM en 2008. Je suis en même temps directrice des Relations internationales du Réseau des ONG de Trinité-et-Tobago pour la promotion des femmes, fondatrice du Trinidad Theatre Workshop Fund for Literature, Drama and Film, auteure, productrice, éditrice et assistante en littérature et en journalisme.

ne fait pas, non plus, réellement le lien entre produits issus de l'agriculture et moyens de subsistance des populations, alors que le secteur de l'énergie est souvent considéré comme essentiel à la survie économique. Le niveau de développement, croit-on, se mesure à l'aune de la quantité de nourriture en provenance de l'extérieur que l'on a sur sa table. Pour le ménage trinitadien – tout comme pour ceux qui élaborent les politiques nationales –, le fait de consommer des produits importés conforte son statut de développé, et les familles qui se nourrissent essentiellement de produits locaux sont considérées comme étant au bas de l'échelle sociale et économique !

Les médias nationaux, peut-être involontairement ou par inadvertance, reproduisent et perpétuent cette perception de l'agriculture, renvoyant ainsi à l'opinion une image négative du secteur. En effet, il n'est pas rare de lire à la "une" des journaux et des médias électroniques, ou d'entendre à la radio ou à la télévision, des titres du genre "le village agricole autrefois en sommeil se réveille aujourd'hui pour tendre les bras au développement (entendez par là les industries non liées à l'agriculture). En somme, la culture de l'agriculture n'existe pas à Trinité-et-Tobago.

Or les médias constituent l'un des plus puissants outils modernes mis à notre disposition pour créer, nourrir et entretenir durablement les goûts, les perceptions, les habitudes et les croyances. Reconnu comme un éminent catalyseur de la créativité, un agent de transmission du savoir et de la culture, capable de stimuler et de sensibiliser l'opinion publique, le média est le mieux placé pour inverser ces tendances et faire évoluer ces idées qui portent préjudice au secteur. Mais les contraintes qui pèsent sur les médias de la région ne sont pas bien différentes de celles dont souffre l'agriculture. En effet, le secteur des médias se sent tout aussi impuissant et bénéficie de capacités, de ressources et d'investissements insuffisants pour assurer son développement professionnel. Peut-être devrions-nous braquer les projecteurs pas uniquement sur ce que peuvent faire les journalistes - un sujet qui a déjà focalisé une attention considérable - mais également sur ce que peuvent faire les agriculteurs pour

s'autonomiser, en renforçant leur capacité à se servir des médias pour mieux faire connaître leur profession.

C'est un fait que les médias sont attirés par le pouvoir et le succès, tout comme le sont les insectes par une source de lumière. Pour attirer leur attention sur l'agriculture, il est indispensable de donner au secteur agricole les moyens de mettre à profit la vaste gamme d'outils et d'opportunités qu'offre le milieu des médias. Le secteur agricole doit non seulement établir et entretenir des relations solides avec les médias conventionnels, mais aussi explorer les possibilités d'étendre son rayonnement et son impact à l'aide des nouvelles technologies de l'information et de la communication (Internet, par exemple) et des médias alternatifs (les pièces de théâtre, par exemple). Il doit tendre la main et s'ouvrir davantage pour mieux se faire comprendre et faire connaître le métier en cultivant une relation personnelle - agriculteur-journaliste - avec les professionnels de la presse, au lieu d'essayer de convertir l'ensemble des médias. Il serait également bénéfique pour le secteur agricole de développer sa propre expertise en journalisme en fournissant aux différents médias des produits d'information, des articles de réflexion et des témoignages, et partager cette expertise avec les rédacteurs, producteurs, éditeurs, journalistes et leaders d'opinion. De plus, les agriculteurs devraient exploiter au maximum les opportunités offertes par le journalisme citoyen et mettre à profit la communauté ciblée par les réseaux sociaux et professionnels en ligne.

Ce type d'approche "proactive" permettrait de projeter l'image positive d'un secteur autonome, responsabilisé et de jeter aux orties les opinions négatives associées à l'agriculture. Le recours aux nouvelles technologies, avec pour objectif de mieux maîtriser les contenus proposés et les messages véhiculés, permettrait au secteur agricole non seulement de cibler son public et son lectorat de façon plus systématique, mais encore de sortir du « ghetto » dans lequel l'ont confiné les médias conventionnels. Un des moyens particulièrement efficaces pour stimuler l'intérêt et la prise de conscience des médias reste les sorties en plein air, c'est-à-dire, emmener les journalistes sur le terrain, loin du

train-train quotidien des salles de rédaction. Dans le même temps, il existe de nombreuses possibilités de formation et de collaboration étroite avec les agents de vulgarisation agricole - déjà connus pour être des experts en transfert d'informations techniques et scientifiques accessibles aussi bien pour les profanes que pour les agriculteurs - que l'on pourrait efficacement exploiter pour transmettre une information appropriée et pertinente, travailler en liaison avec les médias, les exploitants de serres et les journalistes.

Dans un monde idéal, les médias formeraient ou rechercheraient des journalistes spécialisés dans les reportages agricoles. Mais compte tenu de leurs ressources limitées et du fait que les patrons de médias n'en voient pas encore la nécessité, le secteur agricole pourrait bien tirer parti de ce manque d'expertise en formant ses propres journalistes aux fins de mieux sensibiliser le public.

11. Journalistes publiques

Communication et développement Agricole au Sénégal

Abdoulaye Barry ¹²

Les pays africains dont fait partie le Sénégal se sont libérés de la domination absolue de la communication orale. Une communication qui comporte des limites car ayant une portée restreinte et souffrant régulièrement de distorsions. La civilisation orale s'est fissurée sous les coups de boutoir de la technologie qui a fini par étendre ses tentacules sur le continent africain, transformant les modes de perception et de réactions de tous, y compris les ruraux qui constituent encore la majorité de la population. La radio est écoutée partout, les postes téléviseurs éclairent le soir certaines concessions, le téléphone portable élargit son champ d'utilisation dans nos campagnes et même l'internet est entrain de s'installer même si c'est de façon encore timide.

Ce changement de mode de communication a fortement impacté sur l'agriculture qui demeure encore la principale activité pratiquée dans le monde rural. Elle représente plus de 60% de la population et plus des deux tiers d'opportunités d'emploi. Naguère marginalisé et peu considéré par les professionnels des médias, le secteur agricole est aujourd'hui perçu comme une activité économique de premier plan qui mérite plus d'attention.

Au Sénégal cette évolution s'est accélérée au cours des dix dernières années. En effet à côté des questions politiques et de sport qui se taillent encore la plus grande place, l'agriculture réclame elle aussi sa part. Avec plus ou moins de succès. Maintenant il est devenu banal de voir des problématiques liées à l'agriculture faire la une des journaux.

En marge de l'évolution technologique qui a permis l'utilisation de nouveaux supports, il y a d'autres facteurs qui fondent cette nouvelle réalité. Le principal étant la réorganisation du monde paysan marquée par l'émergence

d'organisations fortes comme le CNCR (Conseil National de Concertation des Ruraux). Puissant outil de lobbying, le CNCR s'est beaucoup adossé à la presse pour dénoncer les difficultés auxquelles sont régulièrement confrontés ses membres et influencer les positions du gouvernement. Chaque année elle organise des tournées dans le monde rural. Des tournées qui sont largement médiatisées. Radios, télévisions et journaux en font leurs choux gras et transforment le tout en véritable matraquage médiatique qui dure plusieurs jours. Même si le gouvernement accuse souvent le CNCR de manipulation de l'opinion à travers cette opération, il y a un aspect bénéfique indéniable en ce que la question du monde rural se retrouve au cœur du débat national, fut il pendant quelques semaines.

L'effondrement de la filière arachidière, principale source de revenus des ruraux sénégalais, la crise alimentaire mondiale qui n'a pas épargné le Sénégal et les programmes ambitieux lancés par le gouvernement (GOANA- Grande Offensive pour la Nourriture et l'Abondance- le Plan REVA-Retour Vers l'Agriculture) sont également des facteurs qui ont déclenché l'intérêt des médias pour la question agricole.

La concurrence favorisée par la libéralisation de l'audiovisuelle a eu également son impact sur la nouvelle donne. La télévision nationale a joué un rôle de précurseur et a rapidement fait des émules. Début 2004 nous avons créé une nouvelle rubrique du journal télévisé dénommée "Plein Champ". La rubrique qui dure cinq minutes était diffusée le vendredi dans le JT du soir et rediffusée dans le JT de 13H le samedi. L'orientation éditoriale donnait à la rubrique un rôle d'alerte en cas de problème comme ce fut le cas avec l'infestation des mouches des fruits dans le sud du Sénégal. Elle donnait aussi un rôle de vulgarisation des success stories, car il y en a beaucoup dans nos campagnes, en donnant la parole aux producteurs et aux techniciens de terrain. "Plein Champ" a permis de rompre avec une certaine manière de couvrir les

activités du monde rural. Bravant les difficultés, nous avons délibérément opté pour une couverture régulière et non épisodique. Ce qui demande des moyens logistiques importants dont ne disposent pas toujours nos organes de presse. Malgré ces limites objectives nous avons pu produire et diffuser des centaines de numéros en nous appuyant sur une expérience de près de vingt ans de pratique et en étroite collaboration avec des producteurs mais également avec des structures gouvernementales.

La petite expérience de "Plein Champ" constitue dans notre pays, juste un petit frémissement. Pour maintenir la flamme, il faudra impérativement rendre les informations agricoles disponibles, donner l'opportunité aux journalistes de se former, de rendre et de renforcer les organes de presse en moyens logistiques.

¹² Je suis journaliste à la télévision Sénégalaise depuis 17 ans. Je suis chargé de coordonner le desk agriculture et environnement qui compte près d'une dizaine de journalistes. J'ai initié une rubrique hebdomadaire intitulée "Plein Champ" depuis 2004. J'ai également produit plusieurs documentaires qui évoquent les problématiques du monde rural. Je suis par ailleurs Président du GREP Groupe Environnement et Presse et Secrétaire Général du Réseau des journalistes en Agriculture de l'Afrique de l'Ouest.

VII

7.1 ACRONYMES & ABBRÉVIATIONS

ACP	Afrique, Caraïbes et Pacifique
AFRRI	African Farm Radio Research Initiative
AIDA	Innovation agricole en zones arides (Agricultural innovation in Dryland Africa)
AMARC	Association Mondiale des Radiodiffuseurs Communautaires
AMDI	African Media Development Initiative
ARCOM	Alliance des Radios communautaires du Mali
CAADP	Programme intégré pour le développement de l'agriculture en Afrique (Comprehensive Africa Agriculture Development Programme of NEPAD)
CANA	Caribbean News Agency
CARDI	Caribbean Agricultural Research and Development Institute
CARIMAC	Caribbean Institute for Media and Communication, Jamaïque
CIRAD	Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement
CIRES	Centre Ivoirien de recherches économiques et sociales, Côte d'Ivoire
CMC	Caribbean Media Corporation
CNCCR	Conseil national de concertation et de coopération des ruraux, Sénégal
ComDév	Communication et Développement
CPS	Communauté du Pacifique (SPC)
CRDI	Le Centre de recherches pour le développement international
CSDI	Communication for Sustainable Development Initiative (FAO et le Ministère italien de l'environnement et du territoire)
CTA	Centre technique de coopération agricole et rural (ACP-UE)
CTO	Caribbean Tourism Organization
DAR	Développement Agricole et Rurale (ARD)
DFID	Departement for International Development
DSAP	(CPS/UE) Development of Sustainable Agriculture in the Pacific
FAO	L'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture
FARA	Forum for Agricultural Research in Africa
FBB	Flétrissement Bactérien de la Banane
FEPPASI	Fédération des professionnels agricoles de la Sissili, Burkina Faso
GAINS	Ghana Agricultural Information Network System
GENARDIS	Genre, agriculture, développement rural et société de l'information
GIC	Groupement d'Initiative Commune
GOANA	Grande offensive pour la nourriture et l'abondance
ICRAF	World Agroforestry Centre
IFAD	International Fund for Agricultural Development
IFPRI	International Food Policy Research Institute
IICA	Inter-American Institute for Cooperation on Agriculture
INIST	Institut de l'Information scientifique et technique
IWMF	International Women's Media Foundation
JADE	Journalistes en Afrique pour le Développement
K&G	Knowing and Growing network, Caraïbes
KAIPPG	Kenya Aids Intervention Prevention Project Group
KIT	Royal Tropical Institute, Pays-Bas
MESHA	Media for Environment, Science, Health and Agriculture, Kenya
MICT	<i>Ministère de l'Intérieur et des Collectivités, Haïti</i>
MMRK	Multi Media Resource Kit, Cameroun
NARP	National Agricultural Research Project, Ghana
NEPAD	New Partnership for Africa's Development
ONG	Organisation non gouvernementale
PELUM	Participatory Ecological Land-Use Management Association for East and Southern Africa
PIB	Produit Intérieur Brut
PNUD / COMREC	Le Programme des Nations unies pour le développement (PNUD) pour la reconstruction communautaire
RAILS	Regional Agricultural Information & Learning System (FARA)
REVA	Retour Vers l'Agriculture
RKS	Radio Kaloum stéréo, Guinée
RTG	Radio Télévision Guinéenne, Guinée
SADC	Communauté de développement d'Afrique australe
SATNET	Sustainable Agriculture Trainers Network, Ouganda
SIST	Système d'Information Scientifique et Technique
TIC	Technologies d'information et communication (ICT)
TOF	The Organic Farmer (Magazine et programme radio au Kenya)
UCRC	Ugunja Community Resource Centre, Kenya
UIT	Union internationale des télécommunications
UNESCO	L'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture
USAID	United States Agency for International Development
USP	Université du Pacifique Sud
WOUGNET	Women of Uganda Network
ZPV	Zone de Planification de la Vulgarisation

7.2 COMMANDER DES RAPPORTS DES SEMINAIRES PRECEDENTS

Implications du changement climatique sur les systèmes de production agricole durables dans les pays ACP. Quelles stratégies d'information et de communication ?

Rapport de synthèse des travaux du séminaire de Ouagadougou 2008
CTA, 2009, 106 p.
ISBN 978-9081-418-4

Comprendre et affronter le changement climatique : Que peut-on faire ?

Résumé exécutif
CTA, 2009
ISBN 978-9081-417-7

Changements climatiques dans les pays ACP / Climate changes in ACP nations

Initiatives Africa n° 137 et 138
DVD bilingues anglais et français
A. Lemoël et F. Baudry (producteurs)
CTA, People TV, 2008

Rôle de l'information et de la communication dans le développement des petites et moyennes unités de transformation agroalimentaire en Afrique

Rapport de synthèse de séminaire, Cotonou (Bénin), 2006
CTA, 84pp, ISBN 978 92 9081 359 0

Défis et perspectives pour l'industrie des plantes médicinales des pays ACP

Points marquants des séminaires, Afrique du Sud, Vanuatu, Jamaïque, 2000-2002
CTA, 2007, 94pp, ISBN 978 92 9081 309 5

Offrir une tribune aux jeunes Points marquants d'un séminaire, Wageningen (Pays-Bas), 2004

CTA, 2006, 98pp,
ISBN 978 92 9081 336 1

Rôle de l'information dans la gestion durable de la fertilité des sols (cédérom)

Rapport de synthèse d'un séminaire, Arnhem (Pays-Bas), 2003
CTA, 2005

Pour une participation efficace des pays ACP aux négociations sur le commerce des produits agricoles : le rôle de l'information et de la communication

Rapport de synthèse d'un séminaire, Brussels (Belgique), 2002
CTA, 2003, 82pp,
ISBN 92 9081 278 8

Pour une participation efficace des pays ACP aux négociations sur le commerce des produits agricoles : le rôle de la GIC (cédérom)

Actes d'un séminaire du CTA, Bruxelles (Belgique), 2002
CTA, Solagraf. 2003

The economic role of women in agricultural and rural development: revisiting the legal environment (uniquement disponible en anglais)

Rapport de synthèse d'un séminaire, Kampala, Ouganda, 2001
CTA, 2002, 80pp,
ISBN 92 9081 2621

Stratégies de gestion de l'information et de la communication au sein des organisations paysannes faitières

Rapport de synthèse d'un séminaire, Douala (Cameroun), 2001
CTA, 2002, 48pp,
ISBN 92 9081 260 5

Stratégies de gestion de l'information et de la communication au sein des organisations paysannes faitières

Actes d'un séminaire, Douala (Cameroun), 2001
CTA, 2002. 222pp.
ISBN 92 9081 261 3

L'information pour le développement agricole et rural des pays ACP : nouveaux acteurs, nouveaux médias et thèmes prioritaires

Actes d'un séminaire, Paris (France), 2000
CTA, 2001. 322pp.
ISBN 92 9081 248 6

L'information pour le développement agricole et rural des pays ACP : nouveaux acteurs, nouveaux médias et thèmes prioritaires

Rapport de synthèse d'un séminaire, Paris (France), 2000
CTA, 2001. 26pp.
ISBN 92 9081 250 8
5 unités de crédit.
CTA no. 1051. Code 4
CTA, 1997. 116pp.
ISBN 92 9081 166 8





CTA
Postbus 380
6700 AJ Wageningen
Pays-Bas
www.cta.int

Le Centre technique de coopération agricole et rurale (CTA) a été créé en 1983 dans le cadre de la Convention de Lomé signée entre les États du groupe ACP (Afrique, Caraïbes, Pacifique) et les États membres de l'Union européenne. Depuis 2000, le CTA opère dans le cadre de l'Accord de Cotonou ACP-UE. Le CTA a pour mission de développer et de fournir des produits et des services qui améliorent l'accès des pays ACP à l'information pour le développement agricole et rural. Le CTA a également pour mission de renforcer les capacités des pays ACP à acquérir, traiter, produire et diffuser de l'information pour le développement agricole et rural.

CTA est financé par l'Union Européenne

