

# Les meuniers distribuent et montrent des vidéos

ÉTUDE  
D'IMPACT

8

## Conseils relatifs à la production du riz

Le riz était devenu l'or blanc de l'Ouganda après la flambée des prix de céréales en 2008, coïncidant avec le flétrissement bactérien qui détruisait les principales cultures: les bananes plantains. Les Ougandais consommaient plus de riz que jamais et les prix étaient élevés. Le moment semblait donc propice pour montrer aux agriculteurs ougandais les 11 vidéos sur les « Conseils au riziculteurs » filmés auparavant au Bangladesh, au Bénin, au Mali et au Burkina Faso. En 2011, Access Agriculture a coordonné la distribution de 7 500 exemplaires d'un DVD contenant cette série de vidéos en anglais, français et swahili et cinq langues principales de l'Ouganda.



*Les agriculteurs qui ont regardé les vidéos ont produit plus de riz*

## Bonne et mauvaise distribution

Dix-sept organisations ont reçu les DVD, mais seulement après en avoir fait la demande. Les plus grandes organisations, y compris le secteur public et les groupes de coordination des associations d'agriculteurs distribuaient tout simplement les DVD lors des rencontres et conférences et faisaient peu d'effort pour les faire systématiquement parvenir à leur personnel de base. Mais lorsque ces agents de vulgarisation de première ligne recevaient un exemplaire des vidéos, ils les montraient aux agriculteurs et en discutaient avec eux.

Les ONG internationales faisaient mieux en envoyant les DVD à leur personnel sur le terrain qui pouvait utiliser les vidéos, mais le secteur privé a connu un véritable regain de vie. Les meuniers montraient les vidéos aux agriculteurs qui apportaient leur riz au moulin, car ils avaient vite compris que les agriculteurs qui avaient vu les vidéos produisaient plus de riz à moudre. Les distributeurs d'intrants (produits chimiques et semences) montraient rarement les vidéos, mais offraient des exemplaires du DVD aux agriculteurs qui achetaient de la semence de riz.

## Qu'est-ce que les agriculteurs en pensaient

Les agriculteurs qui ont vu les vidéos les ont appréciés, qu'ils les aient visionnés seuls, dans une organisation d'agriculteurs ou avec un agent de vulgarisation. Les agriculteurs organisés trouvaient les moyens de montrer les vidéos à d'autres. Un homme assez imaginaire mettait son téléviseur devant son jardin les soirs et encourageait ses voisins à s'arrêter et regarder.

Les agriculteurs ont adapté les nouvelles idées, telles que le repiquage du riz, le nivellement de terrain, l'utilisation d'engrais et autres. Certains affirmaient que ces techniques leur ont permis de doubler leurs récoltes avec une moindre augmentation des coûts de production. Les agriculteurs ont fait la demande d'autres vidéos, notamment sur l'effarouchement des oiseaux. Les Ougandais étaient contents de voir des familles d'agriculteurs comme eux dans d'autres pays.

Les vidéos ont donc fourni aux agriculteurs de nouvelles informations utiles. Les organisations pour la distribution des vidéos doivent être soigneusement choisies ; les plus grandes parmi elles pourraient cependant profiter de l'aide d'un spécialiste pour planifier leur distribution de DVD.

Contactez: Paul Van Mele [paul@agroinsight.com](mailto:paul@agroinsight.com)

POUR CITER CET ARTICLE:

Bentley, Jeffery, Van Mele, Paul, & Grace Musimami 2013 « *The Mud on Their Legs – Farmer to Farmer Videos in Uganda* ». Étude de cas # 3 de MEAS. Michigan State University.



**AGRO** insight  
communicating agriculture

Résumé et  
photo par  
Jeff Bentley